

SAMMANSTÄLLNING OPEN SPACE – CSR FORUM 2016

Hur kan vi bidra till en mer hållbar värld det närmaste året,
och vad behöver vi göra nu?

Innehållsförteckning:

Engagemang, inspiration och möjlighetsperspektiv (sid 4 – 8)

1. Hur skapar man engagemang, driv och samsyn angående CSR i den egna organisationen?
2. Hur inspirerar vi kring hållbarhet på ett positivt sätt, så att man får med sig ”de tveksamma”?
3. Hur kan vi se på hinder som möjligheter, och vad behövs för att förändra synen?
4. Hur skapa engagemang i ett negativt klimat?
5. Hur skapar vi förändring och innovation i befintliga företag och organisationer?
6. Fler engagerade studenter i hållbarhetsfrågan.

Hållbarhetskommunikation (sid 9 – 10)

7. Hur kan vi genom att kommunicera hållbarhet förflytta själva arbetet framåt?
8. Kommunikation

Klimat (sid 11)

9. Enligt dokumentären ”Cowspiracy” är vår höga kött- och mejerikonsumtion den största anledningen till klimathotet. Har dokumentären rätt? Kan en vegansk kost rädda oss?

Arbetsmarknadsintegration, utanförskap, barn och unga (sid 11 – 13)

10. Vad behöver arbetsgivare för att kunna ta emot personer som står långt ifrån arbetsmarknaden i praktik eller arbete?
11. Hur kan vi göra skillnad för våra barn och unga (i Sverige)?
12. Social hållbarhet (segregation, unga till jobb, skola – arbetsliv). Hur får vi fler arbetsgivare engagerade? Hur engagera medarbetarna?

Inköp, leverantörskedja och produktionsval (sid 13 – 15)

13. Strategier internt för att öka hållbarhetstänk i produktionsval
14. CSR genom aktivt val av leverantör vid inköp
15. Levnadslön: Hur kan man jobba tillsammans/genom samarbete för en implementering?

Cirkulära affärsmodeller, delandes ekonomi (sid 15 – 17)

16. Hur skapar vi svenska cirkulära affärsmodeller?
17. Hur implementerar vi the sharing economy - en delande ekonomi - i Göteborg?

Att mäta hållbarhetsarbetet (sid 17 – 18)

18. Göra skillnad på riktigt. Hur mäter och vet jag att det är rätt effekter som uppnås?
19. Hur kan man mäta om en organisation är (äkta) hållbart?

Definitioner (sid 18 – 19)

20. Vad menar vi med social hållbarhet?
21. Vad är hållbarhet?

Hållbarhet och lönsamhet (sid 19 - 20)

22. Vilka ekonomiska fördelar finns med CSR-arbetet?

Globala målen och Agenda 2030 (sid 20 – 21)

23. Hur kan vi som organisation ha nytta av FN:s 17 Globala mål?

Hållbarhetsarbete för företag (sid 21 – 22)

24. Hållbarhetsarbete för småföretag – hur komma igång?
25. Vad är Göteborgs Hamns viktigaste insats för att ta socialt ansvar?
26. Hur långt sträcker sig ett företags ansvar?

Samarbeten (sid 22 - 23)

27. Samarbeten kring social hållbarhet (segregation/integration, språk, möten, arbete)

Samtalsämnen som ej dokumenterades (sid 23)

28. Integration – hur kommer vi dit?
29. Krav och engagemang/aktiviteter kring CSR vid leverantörsutveckling i en internationell miljö
30. Hur kan vi skapa en mer hållbar arbetsmarknad och hållbar arbeten?
31. Ur ett företagsperspektiv, hur ska man marknadsföra och sälja hållbara produkter och tjänster utan att ”moralpredika” (dvs hur göra hållbarhet attraktivt)?
32. Sysselsättning och inkludering i ”utanförskapsområden” – hur?
33. Smartare inköp – lätt att välja rätt

Vill du få mer information om det som diskuterades i en grupp?

Kanske vill du jobba vidare med frågan? Hör av dig till karin@csrvastsverige.se så får du information om vem som initierade samtalsämnet.

Engagemang, inspiration och möjlighetsperspektiv

1. Hur skapar man engagemang, driv och samsyn angående CSR i den egna organisationen?

Vad kom upp under samtalet?

Skapa ett ”varför” innan ev utbildning
Utbildning är nyckeln, typ ”miljöutbildning”. Börja med ledningen
Inte bara en person som äger → alla!
Legitimitet ”uppifrån” – ledningen
Hygienfaktorer snabbt
Sätta resurser på arbetet, ev tillsätta tjänst
Skapa sanna storytelling angående andras affärsnytta (ROI)
Individens egna ansvar och roll!
”Verksamhetssystem” i CSR?
Löneavdrag?
Börja göra, visa på de små ”sakerna”
Ted-talks lunch

Insikter

- ⇒ Avsätt resurser och tid
- ⇒ Skapa ett ”varför” det är viktigt med CSR
- ⇒ Engagera med ”sanna” storytellings av andra (affärsnyttan)
- ⇒ Utbilda organisationen
- ⇒ Ge individen ansvar och roll
- ⇒ Ledningens roll/ansvar/dedikering
- ⇒ Skapa verksamhetssystem inom CSR för att påvisa vikten

2. Hur inspirerar vi kring hållbarhet på ett positivt sätt, så att man får med sig ”de tveksamma”?

Samtalet i en mening:

Våga kommunicera och diskutera utifrån perspektivet att du har massor av kunskap.
Våga lyssna utifrån perspektivet att du har massor att lära.

Vad kom upp under samtalet?

Skapa tillit innan man propagerar

Som att uppfostra barn, kommunicera på ett sätt som attraherar dem

Ibland kan man uppfattas som på höga hästar.

Ha en del inövade svar så att man inte triggas → kan leda till motstånd

Ställ frågor

Få med sig ledningen – hur?

Våga vara nagel i ögat. Ex ställ krav och frågor vid köp av varor och tjänster

Det kan fungera att även skapa negativt värde kring ex bensinbilar

Icke-dömande, ”från hjärtat”-inspiration istället

Skapa partnerskap, inte skuld

Insikter

⇒ Inspirera utifrån positivt, icke dömande tillvägagångssätt

⇒ Våga så ett frö, berätta hur man tänker

⇒ Nå ut med goda exempel. Kommunicera om det i media, i företag

⇒ Återkoppling kring vad vi uppnått

⇒ Partner – lyssna, lära av andra. Gemensamt ta ansvar

Nästa steg

Våga kommunicera

I fikarummet

Inspirera i ditt lilla

Mer nätverkande

Ställ frågor

3. Hur kan vi se på hinder som möjligheter, och vad behövs för att förändra synen?

Samtalet i en mening: Genom samverkan och samarbete kommer vi framåt! Ger hopp om en annan samhällsutveckling.

Vad kom upp under samtalet?

Det finns Hopp!

Negativitet sprider sig och begränsar

Vänd detta till det positiva

Ansvar läggs på andra

Personliga möten kommer i kläm

Alla ska vara experter – ingen vågar visa sig sårbar → leder till en minskad lust och vilja att förändra och se nuläget

Insikter

- ⇒ Mod
- ⇒ Ej uppfinna hjulet på nytt
- ⇒ Utgå från där man är
- ⇒ Se till vad som går att lösa
- ⇒ Gräva där man står
- ⇒ Våga samverka
- ⇒ Lagg ner skärmar

Nästa steg

Våga mötas och inte vara rädd för att göra fel.

4. Hur skapa engagemang i ett negativt klimat?

Vad kom upp under samtalet?

- Engagemang och förändringsarbete kan ibland uppfattas som negativt
- Risk vs möjlighet?
- Ställa frågan ”varför?”. Entusiasmera, motivera
- Ställ frågor, ha inte färdiga svar
- Frustrerad leder till arg och är inte engagerande
- Berör!
- Timing är viktigt – läs koderna i din organisation
- Värdegrund och ledarskap sätter arbetskulturen
- Levande dokument och levande diskussion
- Budskapet kommer utifrån och tas därför inte in
- Lätt och tillgängligt
- Relation och förtroende, ex mellan kund och leverantör
- Direkt kreativ feedback på förändringsförslag
- Storytelling, goda exempel
- Insikt, vilja och mod

- Uppmuntra nyfikenhet och att våga be om hjälp
- Trigga människors tävlingsinstinkt – gamification
- Ekonomiska argument fungerar!
- Var inte rädd för att prata visionen
- Internt förändringsarbete – vem bestämmer vad?
- Leva som man lär

Insikter

- Kom inte med lösningar – lyssna in
- Behöver inte få med alla. 70-75 % är ett jättebra resultat
- Det handlar framförallt om värdegrund
- Lokal förankring – översätt visionen
- Ta frågan på allvar – finns inga quick fix

Nästa steg

- Individuella samtal med medarbetarna
- Hållbarhetsdag med ledningsgruppen

5. Hur skapar vi förändring och innovation i befintliga företag och organisationer?

Vad kom upp under samtalet?

- Koppla ihop LEAN med CSR-arbetet
- Använda befintliga organisationssystem
- Kultur och struktur i kombination
- Tidsfaktorn, hur lång tid får olika frågor ta
- Bra business-case
- Att visa på de faktiska vinsterna

6. Fler engagerade studenter i hållbarhetsfrågan.

Samtalet i en mening: Förvalta de samtal och engagemang som finns genom att vida upp dem och låta dem växa organiskt.

Vad kom upp under samtalet?

- Att många redan frälsta kommer – hur fångar man upp resten?
- Föreläsningar på ämnet → ögonöppnare för hållbarhetsfrågan
- Lyfta in det i kurser är ett effektivt sätt att arbeta och nå en större massa
- Samma studenter kommer tillbaka och är goda ambassadörer
- ”det kostar att engagera sig och man måste som student prioritera”
- 90-talister och framåt är mycket medvetna om frågorna
- Hållbarhetsfrågan är väldigt bred och innefattar många ämnen – var börjar man?
- Nya lagsstiftningen kräver ny kunskap i utbildningarna
- Många unga personer är medvetna, men till en viss nivå

Insikter

- ⇒ Måste alla vara med? Räcker det med att alla är medvetna och sedan kan ”välja bort” engagemanget?
- ⇒ Kan frågan hanteras på attitydnivå för att skapa fler mindre förändringar → blir större förändringar sedan.
- ⇒ Agera allt mer på känslor för att skapa en ny kontext
- ⇒ Det finns en tröskel i kunskap. ”när man får reda på det så blir det intressant”
- ⇒ Det finns många initiativ men få som når ut till den faktiska målgruppen
- ⇒ Ambassadörer – företagsledare, kändisar och profiler som kan påverka
- ⇒ Är frågan/problematiken en generationsfråga?
- ⇒ Det är ett långsiktigt arbete – ”alla är inte lika intresserade av frågan” → för att skapa en kultur och engagemang
- ⇒ Det handlar om att skapa nya beteenden och engagemang
- ⇒ Skapa rätt förutsättningar för att klara det under studierna
- ⇒ Människor i vårt samhälle är värdestyrda

Nästa steg

Hitta plattformar där information finns lättillgängligt – vems är ansvaret?
Förvalta det engagemang som finns och låt det växa organiskt

Hållbarhetskommunikation

7. Hur kan vi genom att kommunicera hållbarhet förflytta själva arbetet framåt?

Samtalet i en mening: Viktigt mål med hållbarhetskommunikation: få medarbetarna med på det gröna tåget!

Vad kom upp under samtalet?

- Knäckfråga: Snacket stannar i organisationen – men hur tar vi det vidare utanför?
- Väldigt många anställda: Hur sprider man engagemanget?
- Eldsjälar som brinner väldigt mycket för någon aspekt men blir besvikna om man inte satsar just på den aspekten.
- Mycket man själv står och mässar för alla, uppmuntrar dem att maila idéer men hur skapar mer kreativa fora?
- Där vi har satt väldigt tydliga mål, DÄR händer det. Man skulle vilka få den kraften att verka mer generellt.
- Man vet vart man vill visionärt, men det tunga är smågrejerna på vägen som faktiskt gör jobbet.
- Stor transparens, beskriva hur verksamheten ser ur bakom scenen.
- Naturligt forum att prata om hållbarhet.
- Varför ska det vara så komplext med hållbarhetsarbetet?
- VAD är hållbarhet för oss? Börja med att formulera det!
- Utmaning att få med medarbetarna, inte vara några eldsjälar som jobbar på det.
- Blir så lätt kommunikationen får stryka på foten när man sållar bland sina uppgifter.
- Idé: Skapa råd av eldsjälar. Sätt upp 3 fokusområden först, bjud sedan in dem. Hur gör vi verklighet av det här?
- Exempel: Miljötävlingar för butikspersonal. Tipsa vad vi kan göra för att förbättra miljön? Cykelvänlig arbetsplats. Prata om varför vid initiativ (ex vegomat) – konkret och enkelt.

Insikter

- ⇒ ”Vi gör så mycket men inget vet vad vi gör” → hållbarhetsrapportera.
- ⇒ Ju mer man pratar om det, ju mer sprider det sig → kunskapen växer.
- ⇒ Deltagare varit nöjda → sprider initiativet till andra.

8. Kommunikation

Samtalet i en mening: Det är nog enklare än vi trott!

Vad kom upp under samtalet?

- Vi vill kommunicera om hållbarhet, men hur gör man?
- Det finns en rädsla i organisationen för att kommunicera; är vi bra nog?
- Hur kommunicerar man på ett sätt som engagerar? Risk att verka tråkig, PK, komma med pekpinningar. Hur möta människor där de är? Respekt för olikhet, alla är inte lika intresserade.
- Människor vil ha kort information, orkar inte läsa så långt.
- Förklara varför!
- Intern och extern kommunikation hänger ihop.
- Varför är det lättare att sprida negativa nyheter än positiva?
- Risk att ledningen jobbar på utan att involvera andra.
- Nudging, forskning och kunskap är bra att utgå ifrån.

Insikter

- ⇒ Inkludera
- ⇒ Kommunicera mycket internt
- ⇒ Ödmjukhet, berätta vad vi vill, säg inte att vi är klara
- ⇒ Enkel info, infografik. Berätta en berättelse
- ⇒ Låt även det svåra vara med
- ⇒ Låna idéer från hur man jobbar med hållbarhetsredovisningar
- ⇒ Pekpinningar och uppfostran lockar ingen
- ⇒ Inte uppifrån och ned
- ⇒ Tydlighet, enkelt språk utan klyschor. Berättelser som berör
- ⇒ Det är kul och lockande med hållbarhet.

Klimat

9. Enligt dokumentären "Cowspiracy" är vår höga kött- och mejerikonsumtion den största anledningen till klimathotet. Har dokumentären rätt? Kan en vegansk kost rädda oss?

Samtalet i en mening: Cowspiracy har rätt – vi måste minska köttkonsumtionen drastiskt, det är den viktigaste hållbarhetsfrågan.

Vad kom upp under samtalet?

Finns många aspekter av köttkonsumtionen: Djuraspekten; etik/moral; klimathotet; vad innebär minskad köttkonsumtion, egentligen?; arbetstillfällena minskar; inga öppna landskap?

Vad skulle ske om alla blir veganer idag?

Arter som cirkulerar/ändrar riktning och som vi plötsligt ser i Sverige uppkommer mer och mer.

Insikter

- ⇒ Arbetslösheten behöver ej komma, utan bönderna odlar fortfarande.
- ⇒ Ofantliga hektar mark går åt till försörjningen/utfodringen av djuren. Vi kan odla vår egna mat på denna mark istället. Kontentan blir att vi spar på i princip all betesmark, som kan bli till ex skog istället.

Nästa steg

Främja vegetariska och veganska alternativ på olika sätt. Uppmärksamma detta!

Arbetsmarknadsintegration, utanförskap, barn och unga

10. Vad behöver arbetsgivare för att kunna ta emot personer som står långt ifrån arbetsmarknaden i praktik eller arbete?

Samtalet i en mening: Vi resonerade om vad tydlighet, öppenhet och handledning spelar för roll när organisationer och arbetsgivare ska hjälpa åt att hjälpa människor ut i praktik eller arbete.

Vad kom upp under samtalet?

Under samtalet diskuterades även skillnaden mellan praktik och arbete, att det kan finnas mer möjligheter till arbete direkt än vad man tror, samtidigt som praktik kan vara bra personer som inte varit ute och arbetet på länge.

Det diskuterades även vad man kan erbjuda arbetsgivarna. Dels tydlighet och transparens så att alla inblandade har den informationen som behövs, dels utbildning och stöd till handledare och andra på företaget. Angeredsutmaningen och Mentorskap är exempel på det.

Insikter

- ⇒ Det kan vara svårt att få praktikplatser på stora företag som Astra Zeneca och Volvo, men på små och mellanstora företag behöver det inte vara svårt.
- ⇒ Angeredsutmaningen får många engagerade arbetsgivare, så de har jobbat med att få det till långsiktiga relationer snarare än att behöva jobba för att få intresserade arbetsgivare.

Nästa steg

Vi försöker samarbeta över organisationsgränser för att ta vara på de erfarenheter vi gjort på var sitt håll.

11. Hur kan vi göra skillnad för våra barn och unga (i Sverige)?

Samtalet i en mening: Gemensamt kan vi göra skillnad!

Vad kom upp under samtalet?

Problem: Utanförskap, mobbing, ingen påverkansmöjlighet

Vi vill inge hopp.

Oro kring mycket i samhället. Få bostad, få jobb, klara av skolan etc

Mentorskap

Tid – att många känner en tidspress

I Tyskland måste man som företag engagera sig i det lokala samhället.

Insikter

- ⇒ BID (samverkansform)?
- ⇒ Tid är en faktor som gör arbetet svårt

Nästa steg

Kolla vilka nätverk som finns för att gemensamt göra en skillnad.

12. Social hållbarhet (segregation, unga till jobb, skola – arbetsliv). Hur får vi fler arbetsgivare engagerade? Hur engagera medarbetarna?

Vad kom upp under samtalet?

- Godhetsrätter
- Lönebidrag
- Områden med stor potential
- Attityd
- Arbetsgivare, uppdragsgivare
- Mentorskap
- Samordningsförbund
- Samverkan. Företag – offentligt - arbetsförmedling – nyanlända (ring)
- Shared value
- Inspiration
- Föreningslyftet – ideella kraften

Inköp, leverantörskedja och produktionsval

13. Strategier internt för att öka hållbarhetstänk i produktionsval

Samtalet i en mening: Kommunikation i alla led viktigt. Ökar förståelsen i hela organisationen.

Vad kom upp under samtalet?

- Hitta ”framgångssagor” som kan lyftas upp som goda exempel för att öka förståelsen
- Press om vad det är och vad det kan leda till
- Sätta mål – konkreta mål. T ex X % måste vara ekologiskt
- Kommunicera måsten till alla medarbetare. Bryt ner i praktiken vad gäller konkret för mig
- Börja med det lilla. Hur ser det egna kontoret ut? Finns källsortering, energibesparing mm.
- Öppenhet för nya idéer under processen.

- Målgruppsanpassa information, om de åtgärder som behövs
- Förslagslåda där medarbetare kan ge förslag. Premiera initiativ

14. CSR genom aktivt val av leverantör vid inköp

Samtalet i en mening: Sociala och miljöaspekter måste värderas i pengar också!

Vad kom upp under samtalet?

- Företag bör vara modigare i sina krav. Minst x % av era anställda bör vara... Utmana normen.
- Hur utvärdera leverantören? (ex BSCI, även oanmälda inspektioner).
- Har vi förstått varandra, vid leverantörer ej i Sverige? Hur komma vidare? Följa lagkrav, men sen?
- Göra riskbedömning?
- Hur kan man stimulera den ekonomiska utvecklingen lokalt?
- Förhålla sig till, stå till svars för inköpskostnader
- Inköpare och hållbarhetsansvariga behöver jämkas ihop
- Vad finns i närområdet, svårt att veta, viktigt att ta reda på
- Lagom om hållbarhetsrapportering. Kolla hela leverantörskedjan
- Ansvar ska täcka hela kedjan men svårt.. får lita på att ställa krav på underleverantörer.
- Intressant med nya sätt att ställa krav vid upphandlingar. T ex fast pris. Bra för att kunna sätta fokus på socialt ansvar
- Lätt att inköpen flyttar om priset blir viktigast.
- Transporter kostar både pengar och miljö.

Insikter

- ⇒ Information saknas, annars borde alla välja det mest hållbara alltid
- ⇒ Alla affärer sälja ekologiska bananer
- ⇒ Behöver inte vara dyrare med social hållbarhet
- ⇒ Medvetandegöra kopplingen mellan vad jag gör och vad det leder till.
- ⇒ Underlätta!
- ⇒ Kostnaderna styr idag. Vi måste kostnadssätta ekosystemtjänster, livscykel.
- ⇒ Konsumenttrycket – finns det?

Nästa steg

- Öka medvetenhet om att socialt ansvar kostar
- Life cycle cost perspektivet
- Värdera, vikta andra saker än pris
- Positiva återkopplingar, som rabatt om man lämnar in kläder till affären.

15. Levnadslön: Hur kan man jobba tillsammans/genom samarbete för en implementering?

Samtalet i en mening: För att öka medvetenheten krävs en kartläggning av dagens läge till att leda arbetet framåt.

Vad kom upp under samtalet?

- Köpare på eventuell fabrik. Intresse för samarbete? Eventuellt möte med alla köpare? Vilka är de andra köparna?
- Status på fabrik. Hur ser det ut i dagsläget med tider, övertid och ersättning. Kartläggning!
- Skapa en strategi för att implementera
- Pilotprojekt med en leverantör
- Vad är en levnadslön? Vem beräknar lönerna i förhållande till levnadslöner?

Insikter

Svårt om man ej får till ett samarbete med andra köpare från fabriken.

Nästa steg

Att börja en kartläggning av vad dagens läge är.

Cirkulära affärsmodeller, delandes ekonomi

16. Hur skapar vi svenska cirkulära affärsmodeller?

Samtalet i en mening: Cirkulär ekonomi är framtiden men behöver svenska exempel. Kan vi ta fram/använda den kunskap som finns (forskare, experter tillsammans med bolag för att ta fram dessa exempel)?

Vad kom upp under samtalet?

Behöver: Förebilder? Upphandling? (staden)

Börja Göra: Gott exempel, Lönsamt

Mäta cirkulär ekonomi / räkna: Investeringsbolag

Projekt cirkulära Göteborg

Insikter

- ⇒ Vi behöver svenska exempel
- ⇒ Visa ekonomiska värden
- ⇒ Mäta är viktigt, men för vem?
- ⇒ Viktigt med systemgränser
Internationella logistikkedjor är komplexa system

Nästa steg

- Dialog kring ansökan för pilotprojekt
- Delar rapport om mätverktyg

17. Hur implementerar vi the sharing economy - en delande ekonomi - i Göteborg?

Samtalet i en mening: Utmana ditt egna konsumtionsbeteende! Kommunicera nyttan / fördelarna med att dela!

Vad kom upp under samtalet?

Inte konsumera nytt hela tiden

Öka nyttjandegraden

Återbruk

Hur får vi människor att värdera kvalitet?

Vem står egentligen för kostnaden för dagens konsumtionsbeteende?

Utveckla idén kring bibliotek

Konsumtionen är så tillgänglig – behövs skapa en medvetenhet kring delande och återbruk

Kommunicera nyttan av att dela – du måste inte äga!

”abonnemangsamhälle”

Hur når vi ut till den kritiska massan?

Insikter

- ⇒ Bygga en trend kring the sharing economy?!
- ⇒ Kontraster! Delande space intill NK-gallerian
- ⇒ Alternativet att ändå konsumera är fortfarande för billigt?
- ⇒ Politiska styrmedel viktigt
- ⇒ Börja jobba med lågt hängande frukter

Nästa steg

Aktörer som kan gynna koncept, för en sharing economy: Innovationsslussen; Vinnova; Stadsutvecklingsföretag; innovation / entreprenörer; Politiska viljan; pinonjärer / aktörer som tar steget

Att mäta hållbarhetsarbetet

18. Göra skillnad på riktigt. Hur mäter och vet jag att det är rätt effekter som uppnås?

Samtalet i en mening: Börja uppskatta och mäta det du kan och var nöjd.

Vad kom upp under samtalet?

Antal aktiviteter, antal timmar, attitydundersökningar

Viktigt att välja inriktning – vad vill vi uppnå?

Nomineringar – kvitto på bra effekt

Konsekvent och långsiktigt.

Täck inte bara projektet

Samarbete

Hur mycket ska man kommunicera?

Insikter

- ⇒ Finns inga fullständiga 100 % svar
- ⇒ Välj några få områden och var konsekvent och långsiktigt → ökar möjligheten för effekt
- ⇒ Antal och attityder enkla mätverktyg
- ⇒ Täck kort- och långsiktigt

Nästa steg

Fundera på den egna verksamheten – hur ska vi sätta målen? Ändra något?

19. Hur kan man mäta om en organisation är (äkta) hållbart?

Vad kom upp under samtalet?

Vad är äkta hållbart?

- Använda Johan Rockströms planetary boundaries
- Elektroniskt webbverktyg
- Naturliga stegets mätning. 4 olika faktorer
- FN: 17 globala mål
- Beteendevetenskaplig metod
- Frågeställning: Hur tar ni hand om avfall?
- Vilka aktiviteter har ni för hållbarhet
- livscykeltransporter

Definitioner

20. Vad menar vi med social hållbarhet?

Samtalet i en mening: Svårdefinierat! Mångfald – begreppets lokala anpassningsbarhet.

Vad kom upp under samtalet?

- Förståelse = att inkludera människor i arbetet
- Lokala behov – mångfacetterat
- Inkluderande hela livet
- Mänskliga rättigheter som grund
- Uppslag – vad kan ett litet företag göra?
- Börja med sig själv = intern hållbarhet
- Volontärpartnerskap
- Social hållbarhet – det mellanmänskliga
- Inte bara bistånd
- Se till de mest utsatta

- Startar med värdegrundsarbete
- Våga tänka visionärt
- Koppla an till grunduppdrag för motivation och engagemang
- Långsiktigt arbete

Insikter

- ⇒ Vi kanske inte måste ha en fast definition av social hållbarhet. ”Krångla inte till det”.
- ⇒ Kartlägg vad vi redan för för att veta vad vi utgår ifrån.
- ⇒ Lokala förutsättningar
- ⇒ Business as usual → måste motverkas

Nästa steg

- Börja inifrån
- Strukturer för uppföljning som ej hämmar

21. Vad är hållbarhet?

Samtalet i en mening: Ju mer vi pratar ju komplexare blir det.

Vad kom upp under samtalet?

Tiden – hinner inte att vara hållbara

Pengar – vem betalar?

Lagkrav ökar hastigheten

Får inte bli ett modeord

Varför tillverkas inte produkter som håller längre?

Insikter

- ⇒ Vi är inte hållbara. Vi måste göra något nu.

Hållbarhet och lönsamhet

22. Vilka ekonomiska fördelar finns med CSR-arbetet?

Samtalet i en mening: Engagemang och delaktighet skapar resultat.

Vad kom upp under samtalet?

Vinster:

- Samhällsvinster
- Personalengagemang
- Stärkt varumärke
- Högre omsättning
- Affärsnytta och nöjda kunder
- Högre värde för produkten
- Hitta nya samarbetspartners och utvecklas snabbare

Insikter

- ⇒ Viktigt med kontinuerligt långsiktigt och strategiskt arbete
- ⇒ Intern kommunikation
- ⇒ Inkludera hållbarhetsaspekter i kundmötet

Nästa steg

- Förankring internt och externt
- Långsiktighet
- Visa på värdet av produkten för kunden
- Erfarenhetsutbyte

Globala målen och Agenda 2030

23. Hur kan vi som organisation ha nytta av FN:s 17 Globala mål?

Vad kom upp under samtalet?

Bli berörda, handlar om något större, jämställdhet i fokus

Val av fokus? Är bredden ett problem? Prioritera!

Höj kompetensen inom prioriterade frågor.

Många kan bli mätta men börja och lär.

Allt hänger ihop

Måste vara konkreta. Vad gör vi?

Gör det till något eget.

Tankeprocesserna tar tid att omsätta till konkreta handlingar etc. Vem ska driva? Hur vet vi om vi uppnår målen?

Insikter

- ⇒ Målen omsätts i medvetna val/beslut
- ⇒ Stressen hindrar meningsfullhet och energi
- ⇒ Ingen börda → hjälp!
- ⇒ Människor längtar efter meningsfullhet
- ⇒ Börja och lär, bygg in kunskap och krav
- ⇒ Gör tillsammans
- ⇒ Handlar om att ändra mönster

Hållbarhetsarbete för företag

24. Hållbarhetsarbete för småföretag – hur komma igång?

Samtalet i en mening: För att få småföretagen att komma igång med sitt CSR-arbete måste de se en tydlig affärsnytta och kanske samarbeta med andra.

Vad kom upp under samtalet?

Skapa större sammanhang – driv en fråga lokalt och fråga företagen på orten vilka som vill vara med och bidra. Ha större företag som ambassadörer.

Mötesplatser – skapa fler

Goda exempel – hitta småföretag som kan inspirera

Insikter

- ⇒ Småföretagare saknar tid men finns det hjärta borde det finnas tid för något
- ⇒ Små företag måste se vad nyttan med vad de gör – lyft upp fördelarna mer

25. Vad är Göteborgs Hamns viktigaste insats för att ta socialt ansvar?

Samtalet i en mening: Skapa stor målbild som någon driver, ex hamnen i hamnklustret.

Vad kom upp under samtalet?

Spindeln i nätet och engagera hela hamnklustret.

Bjuda in kring ett tema/fråga, ex jämlikt Göteborg och bjuda in företag i klustret som har kommit långt.

”Vägen in” via hamnen.

26. Hur långt sträcker sig ett företags ansvar?

Samtalet i en mening: Om alla definierar sin roll, sitt bidrag så bidrar vi till en bättre värld tillsammans.

Vad kom upp under samtalet?

Lokalt – globalt

Ramverk mänskliga rättigheter

17 globala mål

Vi är samhällsbyggare

Behov av samarbete

Vem bestämmer var gränsen går? Kunden?

Insikter

⇒ Man kan inte jobba hållbart bara för att vara ”god”, utan för att vi behöver det!

⇒ Det behöver inte vara så svårt!

Samarbeten

27. Samarbeten kring social hållbarhet (segregation/integration, språk, möten, arbete)

Vad kom upp under samtalet?

Utsläppsrätter – byt till ”godhetsrätter”

Samarbeten exempel: Yrkesdörren – mentorskap; Arbetsförmedlingen ger kontakt till nyanlända; Företag ger 4tim/mån av sin arbetstid; idella organisationer samordnar möten

Samtalsämnen som ej dokumenterades

- 28. Integration – hur kommer vi dit?**
- 29. Krav och engagemang/aktiviteter kring CSR vid leverantörsutveckling i en internationell miljö**
- 30. Hur kan vi skapa en mer hållbar arbetsmarknad och hållbar arbeten?**
- 31. Ur ett företagsperspektiv, hur ska man marknadsföra och sälja hållbara produkter och tjänster utan att "moralpredika" (dvs hur göra hållbarhet attraktivt**
- 32. Sysselsättning och inkludering i "utanförskapsområden" – hur?**
- 33. Smartare inköp – Lätt att välja rätt**