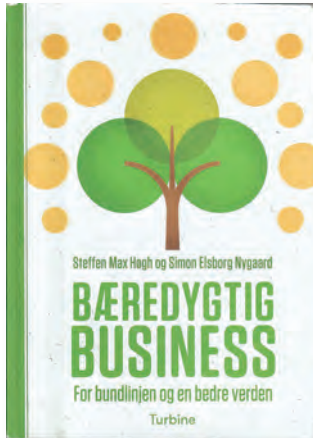


Henrik Gudme, Formand for DFK, skriver her i Magasinet Kvalitet omtaler af bøger, som skønnes at være relevante eller på anden vis være interessante for DFK-medlemmer. Du er velkommen til at foreslå bøger ved at skrive til DFKs sekretariat.



FOR BUNDLINJEN OG EN BEDRE VERDEN



Titel: Bæredygtig Business
Undertitel: For bundlinjen og en bedre verden
Forfatter: Steffen Max Høgh & Simon Elsborg Nygaard
Sprog: Dansk
Forlag: Turbine
ISBN 978-87-406-6436-2
Sider: 210
Udgivet: 2021

Bæredygtighed og Business, er det ikke to modsatrettede begreber? Det var der måske mange virksomhedsledere der tænkte år tilbage. At gøre sin forretning bæredygtig, i klimamæssig forstand, betød færre penge på bundlinjen. Sådan er der vist ikke mange der tænker længere.

Bæredygtighedsagendaen har bidt sig fast i både forbrugernes og virksomhedernes bevidsthed og dermed i alles hverdag. For nuværende tyder det kun på, at denne agenda bliver mere og mere påtrængende og mere og mere nødvendig, både for klimaet og for virksomhedens overlevelse. Det er snart ikke længe et valg at se på bæredygtigheden af forretningen, men simpelthen en nødvendighed, hvis virksomheden skal overleve.

Men bæredygtighed er bestemt ikke et nødvendigt onde. Der er meget at vinde, denne bog viser vejen. Bogen tager udgangspunkt i verdensmålene og ser derefter netop på, hvad du kan vinde ved at din virksomhed begynder at arbejde med bæredygtighed. Herefter ses på fokus, hvor skal din virksomhed have sit fokus i forhold til bæredygtighed. Bæredygtighedstrekanten introduceres og bruges derefter til at udvikle en bæredygtig forretningsstrategi. Herefter et smut forbi verdensmålene igen. Der er så mange, at du umuligt kan fokusere på dem alle, men hvordan kan du arbejde målrette med dem, du har valgt. Også det får du svar på.

Som med alt andet organisatorisk udvikling og forandring skal du have medarbejderne med. Hvordan gør man det i forhold til bæredygtighed? Bogen introducerer dig til ”psykologisk behovsanalyse” og ”psykologisk målrammeanalyse”. Begge med henblik på at fremme motivation og engagement hos medarbejderne i forhold til bæredygtighed.

Men produktet eller servicen skal også kunne sælges til kunderne. Også her får du hjælp. Bogen slutter af med ”flagskibsprojekter”. Det handler om kommunikation i forhold til bæredygtighed i din virksomhed.

Det er en praksisorienteret bog med mange eksempler, som kan anvendes som inspiration, når I arbejder med at udvikle en bæredygtig business for jeres virksomhed. Det er ikke en teoritung bog om bæredygtighed. Omend både cirkulær økonomi og de komplicerede scoops for CO₂ udledning bliver nævnt, har denne bog sit fokus på netop businessdelen – hvordan du i praksis får forretning ud af at blive mere bæredygtig. Hvis dit mål først og fremmest er at blive mere bæredygtig, får du argumenterne for, hvorfor det også er godt for forretningen at blive det.

God læselyst
Henrik



DENNE BOG ER SKREVET TIL DIG, SOM ER EJER, LEDER, BESLUTNINGSTAGER ELLER NØGLEPERSON I EN VIRKSOMHED, OG SOM ØNSKER AT BIDRAGE TIL REALISERING AF FN'S VERDENSMÅL OG SAMTIDIG TJENE PENGE PÅ DET. DERAF BOGENS TITEL, BÆREDYGTIG BUSINESS, SOM REFERERER TIL VIRKSOMHEDER, DER LYKKES MED DETTE.

EARLYBIRD!

MØD FORFATTEREN
PÅ KONFERENCEN.