

Brug ESG-rapportering strategisk til egen fordel

23. marts 2023

Med direktivet om virksomheders bæredygtighedsrapportering (CSRD) bliver det pr. 1. januar 2024 lovpligtigt for store virksomheder at rapportere om bæredygtighed (ESG). Det vil fortsat være frivilligt for små og mellemstore virksomheder at rapportere, men der kan være store gevinster at hente ved at



Udarbejdelsen af en ESG-rapport, der viser data på virksomheders CO₂-udledning, sociale forhold og ledelsesmæssige forhold, baserer sig ikke kun på krav. Rapporteringen er i sig selv kommerciel: Der er nemlig mange gevinster at hente for de virksomheder, der vælger at rapportere om deres bæredygtighed. Rapporteringen skaber grundlag for strategisk arbejde i virksomheden – både i forhold til forretningsudvikling og i forhold til markedsføringen.

Vi kommer her med et par tips til, hvordan ESG-rapportering kan udnyttes til kommerciel brug.

ESG-rapportering skaber grundlag for forretningsudvikling

Alle taler om den grønne omstilling, klimakrise og ligestilling, og det kan godt virke uoverskueligt at vide, hvor man skal begynde på omstillingen. Ved at udarbejde en ESG-rapport får virksomheder

konkrete data på, hvor der kan ske forbedringer.

Brug derfor rapporteringen strategisk til forretningsudvikling:

Udarbejd strategiske målsætninger på baggrund af de data, der kommer frem i rapporten: Hvordan skal klimaaftrykket se ud om fem år? Hvor stor en andel af medarbejderstaben skal ansættes på sociale vilkår? Skal virksomheden ansætte flere lærlinge?

Skab et overblik over, hvilke investeringer der skal til for at nå målet. Det er vigtigt at pointere, at det ikke er alle områder, man behøver at investere i. Hvis klimaregnskabet ser fornuftigt ud, er det måske mere relevant at se på investeringer i sociale forhold som diversitet, lønforskelle, ansættelse af personer på sociale vilkår el.lign.

Stort uudnyttet markedsføringspotentiale

Ved udarbejdelsen af en ESG-rapport med hjælp fra eksterne parter er der gode muligheder for at udnytte dataene i markedsføringsøjemed og på den måde bruge rapporteringen til strategisk kommunikation:

Med afsæt i en særlig vinkel og historie om jeres værdier og grundlag kan I målrette jeres markedsføring og skabe et stærkere brand inden for bæredygtighed – og dermed også styrke jeres troværdighed. At udarbejde en ESG-rapport, når det stadig kun er frivilligt, viser samtidig også ansvarlighed og seriøsitet.

Rapporten kan bruges som salgsmateriale over for nye og potentielle markeder og kunder: I takt med at flere virksomheder begynder at stille krav til deres værdikæde, vil man som virksomhed stå stærkere, fordi dataene allerede er indsamlet og offentliggjort.

Rapporten kan nemt deles op i små bidder efterfølgende med små historier om virksomhedens indsatser, som kan bruges til sociale medier, nyhedsbreve og andre medier.

Slutteligt kan rapportens resultater bruges til rekruttering af nye medarbejdere. Brug udsnit af rapporten i jobopslag, hvor man kan vise tal på medarbejderforhold m.m.

Hvis I ønsker at arbejde strategisk med bæredygtighed i jeres virksomhed, og gerne vil have hjælp til at komme i gang med ESG-rapportering og strategisk kommunikation, kan vores rådgivningsteam i Roesgaard hjælpe jer i gang. Læs mere [her](#).

Skrevet af:



Jesper Esman

Head of Business Development



Dorete Schmidt Rindom

Management Consultant, ESG

41 11 99 13 · dsr@roesgaard.dk