



Indkøb og verdensmål

et indblik i værktøjskassen, de gode eksempler og tips

November 2019



Indholdsfortegnelse

1.	Verdensmålene - verdens vigtigste dagsorden.....	2
2.	Hvorfor er verdensmålene relevante for dig som indkøber?.....	3
3.	Hvordan kan du arbejde med verdensmålene i indkøb?.....	4
4.	Hvordan gør vi det i praksis? Syv gode råd fra temagruppen.....	8
5.	Cases - gode eksempler på indkøb med fokus på verdensmål.....	9
6.	Bæredygtigt indkøb for alle - konkrete ting de fleste kan gøre.....	11

Denne pjece er målrettet indkøbere i virksomheder, organisationer og offentlige institutioner, der ønsker inspiration og gode råd til, hvordan man kan bidrage til de 17 verdensmål igennem indkøbsarbejdet - og hvordan man kan anvende verdensmålene til at arbejde med ansvarlighed i indkøb.

Pjecen er resultatet af arbejdet i en temagruppe om indkøb og verdensmål under Forum for Bæredygtige Indkøb. Temagruppen mødtes fire gange i perioden december 2018 til sommer 2019 og bestod af indkøbsrepræsentanter

fra virksomheder, organisationer og offentlige institutioner. Temagruppen delte viden og erfaringer om arbejdet med indkøb og verdensmål og drøftede undervejs forskellige værktøjer, mærkningsordninger og tilgange til indkøb og verdensmål. En stor tak til alle bidragsydere.

Denne pjece er udarbejdet af Dansk Initiativ for Etisk Handel (DIEH) med input fra temagruppen.

God læselyst



1. Verdensmålene

- verdens vigtigste dagsorden

De 17 verdensmål for bæredygtig udvikling blev vedtaget af verdens stats- og regeringsledere på et FN-topmøde i New York d. 25. september 2015. Målene vedrører emner som klima, fattigdomsbekæmpelse, bæredygtig fødevarerproduktion, anstændige jobs, fred, partnerskaber og meget mere. Tilsammen udgør de 17 mål og 169 tilhørende delmål en hidtil uset ambitiøs global udviklingsplan og lægger kursen for en mere bæredygtig udvikling frem mod 2030. De 17 verdensmål er med andre ord verdens vigtigste dagsorden.

Med målene har verden for første gang nogensinde én fælles plan for verdens udvikling. Målene er relevante for alle lande og alle aktører: borgere, virksomheder, kommuner, organisationer, uddannelsesinstitutioner m.fl. Man siger, at verdensmålene - eller SDG'erne, som er en forkortelse for den engelske betegnelse Sustainable Development Goals - har skabt et fælles sprog om bæredygtig udvikling og kan betragtes som en samlet beskrivelse af verdens største udfordringer.

2. Hvorfor er verdensmålene relevante for dig som indkøber?

Verdensmålene er vigtige for dig som indkøber, fordi du med stor sandsynlighed arbejder i en virksomhed, organisation eller institution, der før eller siden vil sætte sig mål om at bidrage til verdensmålene. Og **fordi indkøb har potentiale til at spille en helt central rolle for indfrielse af verdensmålene.** For størstedelen af danske virksomheder, organisationer eller institutioner er det nemlig i indkøb - og leverandørkæderne, at udfordringerne og mulighederne relateret til bæredygtighed er størst. For eksempel viste Region Midtjyllands grønne regnskab i 2017, at hele 70 procent af regionens klimaaftryk stammer fra indkøb af varer og tjenesteydelser¹.

Indkøb har potentiale til at ændre den måde, hvorpå vi producerer og forbruger, og kan derfor bidrage direkte til

verdensmål 12 om ansvarligt forbrug og produktion. Men indkøb kan derudover bidrage til langt de fleste verdensmål. Se konkrete eksempler i figur 1.

Mere lavpraktisk kan du som indkøber også bruge verdensmålene til at strukturere og prioritere dit arbejde med ansvarlige indkøb. Med denne pjece får du gode idéer til at tage en strategisk tilgang, en værktøjskasse med konkrete redskaber, gode eksempler og konkrete råd og tips.

¹ <https://www.rm.dk/siteassets/regional-udvikling/ru/klima-og-miljo/baredygtighed-og-gron-omstilling/agenda-21/gront-regnskab/gront-regnskab-2017.pdf>

Figur 1: Eksempler på hvordan indkøb kan understøtte verdensmålene.



3. Hvordan kan du arbejde med verdensmålene i indkøb?

Der er mange muligheder for at understøtte verdensmålene i arbejdet med indkøb og udbud. Du kan vælge at anvende verdensmålene strategisk til at identificere risici, prioritere arbejdet med bæredygtighed i indkøb og identificere nye mulige indsatsområder, eller du kan vælge at understøtte verdensmålene i de enkelte udbud eller indkøb. **Du kan altså bidrage, uanset om du har mange eller få ressourcer til rådighed.** Har du begrænsede ressourcer, kan du vælge i første omgang at starte med værktøjskassen (se punkt 3 nedenfor).

Hvis du vil arbejde strategisk med verdensmålene, kan du hente inspiration i punkt 1-5 (se også figur 2). Tilgangen er baseret på en plan-do-check-act tankegang, der ligger til grund for de fleste ledelsessystemer, og som samtidig er i tråd med internationale retningslinjer for samfundsansvar². I det følgende afsnit giver vi konkrete eksempler på, hvordan man kan gå til disse fem trin.

²Blandt andet FNs Retningslinjer for Menneskeretligheder og Erhverv (UNGPs), OECD guidelines for Multinational Enterprises, OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct og Global Compact



Figur 2: Strategisk tilgang til at integrere verdensmålene i dine indkøb

1. OVERBLIK & PRIORITERING

Kobling mellem indkøb og verdensmål: I første omgang kan du starte med at skabe et overblik over, hvor du kan bidrage mest til verdensmålene med henblik på særlige risici eller muligheder i leverandørkæden for hvert indkøbsområde - både for de store og de mindre indkøb³. Din kortlægning af sammenhængen mellem indkøb og verdensmålene kan tage udgangspunkt i tilgængelige verdensmålsværktøjer. Der findes for eksempel SDG Value Scan-værktøjet, som er udarbejdet af Märk⁴. Med SDG Value scan kan du identificere den aktuelle og den potentielle værdi dine indkøb kan skabe for verdensmålene. Grundtanken er, at en virksomhed eller organisation qua sit aktuelle

indkøb skaber både positiv og negativ værdi i forhold til verdensmålene, og SDG Value Scan hjælper at skabe det overblik (se figur 3).

Målet med denne kobling er at kortlægge de verdensmål, der er mest relevante for dine indkøb. Vi anbefaler, at du ser på verdensmålene på delmålsniveau, så du sikrer, at du ikke overser væsentlige sammenhænge. Eksempler på delmål, der er relevante for en indkøber er vist i figur 4.

³Hermed menes at det for offentlige indkøbere er det relevant at kigge både på større udbud og mindre indkøb, og som virksomhed kan man kigge på de direkte og indirekte indkøb.

⁴ <http://maerkcph.dk/verdensmaal>

SDG Value Scan

Fire former for værdiskabelse i den aktuelle og i den fremtidige forretningsmodel



Märk
www.maerkcph.dk



Figur 3: SDG Value Scan (Märk)

Undgå at opfinde den dybe tallerken: Når du kortlægger, kan du se på, hvad du allerede gør i dag, men også på de risici og muligheder der ligger i dine indkøb og din leverandørkæde. Træk på eksisterende kilder og på dit netværk for at udarbejde eller opdatere din risikokortlægning for hvert indkøbsområde eller produktkategori. Se for eksempel CSR riskchecker⁵, DIFI Norge⁶, samfundsansvar.dk og/eller engager dig i netværk, hvor der findes viden om ansvarlige værdikæder.

Baseline: Beskriv kort, hvad I allerede gør i dag, så I kender jeres udgangspunkt/baseline.

Prioritering: Efter du har koblet dit indkøb med verdensmålene, kan du begynde at prioritere indkøbsområder eller verdens(del)mål alt efter, hvor du kan skabe mest værdi igennem dine indkøb. I de fleste virksomheder, organisationer og institutioner er det - på grund af begrænsede ressourcer - ikke muligt at gøre det hele. Men med den rigtige prioritering kan du udvælge et eller to strategiske områder, hvor du kan bidrage mest til opfyldelse af verdensmålene.

2. STRATEGI:

Integrér verdensmålene i din indkøbspolitik og/eller indkøbsstrategi, så der er sikret ledelsesmæssig opbakning til prioriteringer og valg af verdensmål/delmål. Vælg eventuelt et antal strategiske indkøbsområder, som du vil arbejde mere dybdegående og langsigtet med, for at finde de bedste løsninger på dine indkøb i partnerskab med dine leverandører og andre relevante partnere.

Sæt klare mål for ansvarlige indkøb baseret på dine prioriteter og din baseline, for eksempel "80% certificerede varer på produktgrupper a og b" inden for x antal år. Tænk over de forskellige knapper, du kan dreje på i dine indkøb, og hvor du kan gøre en betydelig forskel med netop din størrelse eller position i markedet. Del dine fremtidsambitioner og mål vedrørende bæredygtige indkøb med (potentielle) leverandører eller tilbudsgivere. Det er vigtigt, de kender de krav, de kan forvente at blive mødt med, så de allerede nu kan gøre sig klar til at opfylde dem.

⁵ <https://www.mvorisicochecker.nl/en>

⁶ <https://www.anskaffelser.no/samfunnsansvar/sosialt-ansvar/laer-om-hoyrisikoprodukter>



Figur 4: Eksempler på delmål, der er relevante for indkøb.

Vejledende spørgsmål for de særligt strategisk og prioriterede områder kunne være: Kan vi stille (flere/andre) krav til markedet eller vores leverandører, og kan vi understøtte, uddanne, skabe innovation eller samarbejde tættere, langsigtet og strategisk med dem? Har vi kigget på vores egen indkøbspraksis? Kan vi arbejde med en eller flere mærkningsordninger? Kan vi erstatte nogle varer med mere bæredygtige alternativer eller (cirkulære) materialer? Hvor kan vi indtænke eller stimulere mere nøjsomt forbrug eller skubbe på nogle vaner for at skabe et mere bæredygtigt forbrug? Disse spørgsmål kan også indgå i markedsdialogen. Se nedenfor.

Med afsæt i strategien og jeres mål kan I derefter udarbejde en konkret handlingsplan på både jeres strategiske områder og de andre indkøbsområder.

3. IMPLEMENTERING: ET KIG IND I VÆRKTØJSKASSEN

Næste skridt er at komme i gang med de konkrete handlinger. Her er en liste med forslag til konkrete aktiviteter og værktøjer:

Stil krav til dine leverandører. Det kan være ved brug af et CSR-bilag eller en Code of Conduct eller i form af

konkrete krav til de enkelte produkter om for eksempel energieffektivitet, brug af genanvendte materialer eller arbejdsforhold. Brug standarder hvor det giver mening. Se konkrete eksempler på krav på portalen Den Ansvarlige Indkøber⁷. Det er helt centralt, at du også følger op på de krav, du stiller (se nedenfor).

Markedsdialog: Prioritér at gå i dialog med markedet/dine leverandører – både før og efter udbuds- eller indkøbsprocessen er startet. Se også Odense- og Frederiksberg-casen på side 9-10 i denne pjece og Forum for Bæredygtige Indkøbs Vejlednings- og inspirationskatalog om markedsdialog⁸.

Brug mærkningsordninger og certificeringer.

Mærkningsordninger og certificeringer er en nem måde at stille krav på, og én af fordelene er, at en tredjepart står for at sikre, at kravene bag ordningerne er opfyldt. Det kan fx være Svanemærket, EU's miljømærke EU-Blomsten, Fairtrade, økologimærket, FSC (træ), MSC (fisk), GOTS (tekstil) eller Cradle to Cradle certified. Der findes et overblik over de mest udbredte mærkningsordninger i bogen 'Mærk din forretning' fra 2018⁹. Du kan også hente inspiration i casene fra Letz Sushi og Københavns Kommune på side 9.

Brug bæredygtighed som tildelingskriterie. Som indkøber kan du bidrage til at belønne og motivere de mest ansvarlige leverandører ved at anvende bæredygtighed, som tildelingskriterie i udbuddet.

Innovative indkøb: Tænk innovativt i alle indkøbsprocesser. Det kan være, at der findes simple løsninger som elcykler som supplement til en taxa-aftale eller produkt leasing/leje i stedet for køb. I den cirkulære eller grønne omstilling er det desuden afgørende at fremme innovation i udbud i kommunerne, for der skal også efterspørges 'morgendagens løsninger', der er mere komplekse. Det kan derfor være en fordel at samarbejde på tværs af markedet og vidensinstitutioner og blandt andet teste og demonstrere nye løsninger i pilotprojekter, som så kan skaleres via indkøb. Se Frederiksberg-casen på side 9 samt flere eksempler på Den Ansvarlige Indkøber og Procuraplus¹⁰.

Når du handler med leverandører i andre verdensdele kan du med fordel evaluere din **egen indkøbspraksis** og vurdere, hvordan den bidrager eller hindrer indfrielsen af verdensmål. Jeres krav, prissætning, leveringstider, sidste-øjeblik- ændringer i ordrer, betalingsrutiner, kommunikation etc. kan påvirke producenternes mulighed for at investere i ansvarlig forretningsdrift og bæredygtige tiltag. Læs mere i DIEHs Guide to Buying Responsibly¹¹.

Alternative produkter og materialer:

Undersøg om det er muligt at skifte eksisterende produkter eller materialer ud med et mere bæredygtigt alternativ. Skift for eksempel fra diesel til elbiler, til flere plantebaserede, lokale og/eller sæsonbaserede fødevarer (også i egen catering), undersøg alternativer til engangsplast/ emballage, cirkulære eller mere ressource-effektive byggematerialer, såsom træ frem for beton. Se eksempler på cirkulære indkøb i Forum for Bæredygtige Indkøbs Cirkulær indkøbsguide¹².

Totalomkostninger: Baser dine indkøbsbeslutninger på betragtninger vedrørende de totale omkostninger, der er forbundet med produktet frem for indkøbsprisen alene. Totalomkostninger (TCO) dækker summen af omkostninger ved anskaffelse af et produkt, omkostninger til brug af produktet i brugsperioden samt omkostninger relateret til bortskaffelse. Der er udviklet TCO værktøjer¹³, som du kan anvende.

Indtænk **nøjsomt forbrug** gennem en grundig **behovsafdækning**. Definer det egentlige behov og undersøg, om dette behov kan dækkes på anden vis. Overvej, om du kan erstatte visse indkøb med noget andet - eller helt undlade dem? Du kan for eksempel tage udgangspunkt i en grundig behovsafdækning og stille de rigtige spørgsmål internt i forhold til at ændre eller justere behov og adfærd blandt kunder/medarbejdere. Her kan du tænke på indkøb af genbrugsmøbler, delebiler, efterspørgsel af reparationsydelser på møbler eller tekstiler mv. frem for indkøb af nye varer. Du kan desuden prioritere indkøb af produkter af god kvalitet, som holder længere, eller udvælge bæredygtige (firma-)gaver, dekoration, markedsføringsmateriale, forplejning til arrangementer med mere.

4. OPFØLGNING:

Hvad enten du bruger en Code of Conduct, klausuler, CSR-bilag, krav om cirkularitet i dine udbud eller kontrakter for at fremme verdensmålene, er det afgørende med en (proaktiv) opfølgning og fokus på kontinuerlige forbedringer baseret på vurderinger, dialog, træning og langvarigt samarbejde med leverandørerne. Se også Ørsted-casen på side 10.

Hvis du vælger produkter med tredjepartscertificerede mærker, vil en ekstern tredjepart fortage denne opfølgning. Du bør dog stadig sikre dig, at selve leverancen har mærket, og at en eventuel sortimentsopdatering inden for kontraktperioden også har mærket.



⁷ <http://csr-indkob.dk/>

⁸ http://ansvarligeindkob.dk/pdf_markedsdialog/

⁹ Jakob Zeuthen, 2018. Mærk din forretning. <http://www.maerkdin-forretning.dk/>

¹⁰ <http://www.procuraplus.org/awards/>

¹¹ https://www.dieh.dk/dyn/Normal/5/255/Normal_Content/file/1521/1564991682/guide-to-buying-responsibly-lower.pdf

¹² https://ansvarligeindkob.dk/wp-content/uploads/2018/09/pdf_cirkulaer_indkoebsguide.pdf

¹³ <https://mst.dk/erhverv/groen-virksomhed/groenne-offentlige-myndigheder/groenne-indkoeb/totalomkostninger/>

Overvej at indgå i samarbejder om forbedring af arbejdsforhold i globale værdikæder som for eksempel Amfori BSCI, Sedex, SAI (Social Accountability International) eller Dansk Initiativ for Etisk Handel (DIEH) med henblik på at bruge initiativerne og deres redskaber for at følge op og kapacitetsopbygge producenter og fabriksmedarbejdere.

5. KOMMUNIKATION:

Det er meget vigtigt, at I kommunikerer jeres tiltag både for at skabe opbakning og forståelse internt i organisationen og for at nuværende og kommende leverandører kender jeres strategi og kan forberede sig på at kunne levere i forhold til den. Desuden kan det styrke jeres forretning eller indkøbsafdeling, hvis jeres kunder eller slutbrugere kender til jeres tiltag for at bidrage til verdensmål igennem indkøb.

Monitorér fremgang og juster dine mål hvor nødvendigt og kommuniker både fremgang og udfordringer internt og eksternt. Ærlig kommunikation er vigtigere end at være i mål med det hele. Arbejdet for at fremme verdensmålene gennem indkøb handler i høj grad om at tænke fremad - det er en løbende proces!

Nogle mærkningsordninger og initiativer har udviklet formidlingsmaterialer, der kan understøtte jeres kommunikation om indkøb og verdensmålene. For eksempel kan nævnes Miljømærkning Danmarks faktaark om miljømærkerne og verdensmålene¹⁴, FSCs materiale om verdensmålene samt hjælpepakke til offentlige

indkøbere¹⁵. Fairtrade Danmarks beskrivelse af Fairtrade og verdensmålene¹⁶, MSC Danmarks beskrivelse af MSC og verdensmålene¹⁷ og Amfori BSCIs kortlægning¹⁸ af, hvordan initiativets ydelser bidrager til verdensmålene.

Endelig kan du i din kommunikation fremhæve gode eksempler på leverandører, der bidrager til verdensmålene i værdikæderne. Det kunne for eksempel være en kaffeleverandør der investerer i træning, kapacitetsopbygning eller leveløn for kaffebønder i udviklingslande og dermed bidrager til verdensmålene.

Tjekliste: Fem måder at fremme verdensmål igennem indkøb

1. Indtænk nøjsomt forbrug gennem en grundig behovsafdækning
2. Indgå i dialog med markedet
3. Stil krav, for eksempel om brug af mærkningsordninger
4. Sæt fokus på leverandørsamarbejde og opfølgning
5. Kig på egen indkøbspraksis

¹⁴ <https://www.ecolabel.dk/da/blomsten-og-svanen/fns-verdensmaal>

¹⁵ <https://dk.fsc.org/dk-dk/det-arbejder-vi-p/fsc-og-verdensmlene-together-we-are-fsc/>

¹⁶ <http://fairtrade-maerket.dk/Hvad-er-Fairtrade/FNS-verdensmaa>

¹⁷ <https://www.msc.org/dk/home/msc-og-fns-baeredygtige-verdensmal>

¹⁸ <https://www.amfori.org/content/business-and-sdgs>

4. Hvordan gør vi det i praksis?

Syv gode råd fra temagruppen

1	2	3	4	5	6	7
Start i det små og hold det simpelt. Få skabt en succeshistorie og kommuniker den ud. Konkrete cases giver legitimitet.	Skab ledelsesopbakning! Start for eksempel med at igangsætte et 'ildsjæle'-projekt, der skaber engagement internt i organisationen og giver ledelsen et synligt projekt at forholde sig til.	Skab dig et overblik over, hvilke mål der er relevante for jer. Husk både negativ og positiv påvirkning og fremadrettede muligheder. Se på de 169 delmål	Integrer prioriterede verdensmål i din indkøbsstrategi. Tænk i nye baner - for eksempel cirkulære krav. Se både på de store og de mindre/indirekte indkøb (kantinedrift, kontormateriale, rengøring, møbler, IT, osv.)	Find dine samarbejdspartnere internt i organisationen: hvem er 'ildsjæle'? Involver, engager og kapacitetsopbyg relevante kolleger.	Lav proaktiv opfølgning, når du stiller krav eller er i dialog med dine leverandører. Undersøg om de krav, der er stillet, er opfyldt. For eksempel gennem selv-evaluering, audits med mere.	Søg inspiration hos andre - brug dit netværk og engager dig i relevante netværk

5. Cases – gode eksempler på indkøb med fokus på verdensmål

Københavns Kommune: Miljømærkede indkøb

Som en af Danmarks største offentlige indkøbere indkøber Københavns Kommune årligt varer og tjenesteydelser for 8,2 mia. kr. I 2017 besluttede politikerne i Københavns Kommune at indkøbe flere miljømærkede produkter og serviceydelser og således påvirke markedet i en mere miljøvenlig retning. Konkret besluttede kommunen at stille krav om det nordiske miljømærke Svanemærket eller EU's miljømærke EU-Blomsten i indkøb på 26 udvalgte produktområder og serviceydelser – for eksempel bleer og rengøringsmidler.

Således bruger Københavns Kommune indkøb til at bidrage til opfyldelse af blandt andet verdensmål 12 "Ansvarligt forbrug og produktion". Det skal blandt andet ske ved at efterspørge og fremme udbuddet af produkter, der er mærket med Svanemærket eller EU-Blomsten.

Københavns Kommune vil også bruge det eksterne samarbejde til at fremme miljø- og klimahensyn og har taget initiativ til et samarbejde med SKI og Miljømærkning Danmark om at fremme udbredelsen af miljømærkede varer gennem to til fire markedsinvolveringer årligt. Der er indtil videre gennemført markedsinvolvering om miljømærket legetøj og kontormøbler, og påbegyndt markedsinvolvering inden for arbejdsbeklædning og kontorartikler.

Læs mere her: <https://www.ecolabel.dk/da/aktuelt/nyheder/2019/1/ny-indkoebspolitik-koebenhavns-kommune-fortsat-i-den-miljoemaerkede-foerertroeje>

LETZ Sushi: Indkøb af certificerede varer

LETZ Sushi er et eksempel på en virksomhed, der har omstillet sin forretningsmodel for at bidrage til en mere bæredygtig verden, og samtidigt vil de gerne fremme verdensmålene. For at understøtte den nye kurs, har LETZ Sushi blandt andet brugt **SDG Value Scan** som strategisk redskab til at analysere hvilke verdensmål, der er mest relevante for dem at arbejde med. Som resultat - og i samarbejde med blandt andet WWF og B-Corp - har sushikæden valgt at skifte fra mere konventionelt til hovedsageligt bæredygtigt certificeret indkøb af varer og ingredienser, blandt andet ved at skifte til økologiske ris og MSC/ASC-certificerede fisk og skaldyr.

Virksomheden arbejder kontinuerligt med at implementerer **nye alternative produkter**, herunder erstatning for plast emballage eller lokalfanget fisk i stedet for importeret. Senest har LETZ Sushi tilsluttet sig Dansk Alliance for Ansvarlig Soja under Dansk Initiativ for Etisk Handel. Firmaet har gennem sin B-corp certificering ændret sin formålsparagraf til, at "alt hvad de gør skal være med til at skabe en bæredygtig forandring mod en bedre verden". LETZ Sushi oplyser forbrugerne og får dem til at forholde sig kritisk, ved at opfordre dem til at stille større krav til bæredygtighed i restaurationsbranchen. LETZ Sushi donerer derudover over 1% af deres omsætning til NGO'er og bæredygtighedsinitiativer, som indsamling af hav-plast og "ghost-nets" og redning af havskildpadder.

Læs mere her: <https://letsushi.dk/baeredygtig-fisk-forklaert/>

Frederiksberg Kommune: Partnerskab for innovation

Frederiksberg Kommune havde behov for at fremtidssikre byen mod skybrud. De ønskede nye løsninger, der både kunne håndtere skybrud og samtidig anvende vandet til vejtræer (for dermed at nedbringe CO2 udslip fra kørsel til vanding af træer). Der var ingen eksisterende løsninger på markedet, der kunne imødekomme dette behov. Derfor valgte Frederiksberg Kommune at anvende udbudslovens mulighed for **innovationspartnerskaber** (§ 73-79). Efter en markedsdialog blev der dannet to konsortier, som fik udviklet fire nye løsninger og testet dem i vejene i Frederiksberg.

Gennem innovationspartnerskabet har kommunen fået mulighed for at indkøbe løsningerne på en rammeaftale. Fire andre offentlige indkøbere var med på sidelinjen i en indkøbsoption, hvor de også fik mulighed for at indkøbe på rammeaftalen. Innovationspartnerskabet har i 2019 vundet prisen Most innovative procurement of the year, som uddeles af ICLEI (Local Governments for Sustainability) og er udviklet som en del af Cleantech TIPP-samarbejdet i Gate 21 - et partnerskab mellem regioner, kommuner, virksomheder og vidensinstitutioner med fokus på at accelerere den grønne omstilling.

Læs mere her: <https://www.gate21.dk/innovationspartnerskaber-er-katalysator-til-udvikling/>



Ørsted: Leverandørsamarbejde med fokus på verdensmålene

Ørsted arbejder med særligt fokus på verdensmål 8.7, 8.8 og 16.5 gennem deres *Responsible Business Partner Programme (RPP)* - et supply chain due diligence program, der bygger på Ørsted Code of Conduct for Business Partners (CoC) og som har fire trin:

- 1. Acceptance:** Ørsted CoC er inkluderet i alle kontrakter, og leverandører forventes at acceptere kravene, når de underskriver en kontrakt.
- 2. Screening:** På baggrund af informationer vedr. kategori, land og kontraktværdi screenes alle signifikante kontrakter. Herved identificeres relevante leverandører til yderligere evaluering under programmet.
- 3. Assessment:** Ørsted arbejder med tre typer af assessments: leverandør self-assessment, anti-korrupsions assessment, samt on-site assessments. Leverandører udvælges til disse assessments på baggrund af screeningsresultater herunder geografisk tilstedeværelse. Resultatet af assessments bliver brugt som input til leverandørudvælgelse samt løbende evaluering af leverandørers efterlevelse af Ørsteds CoC.
- 4. Improvement Plan & Follow Up:** Som opfølgning på en assessment udarbejdes handlingsplaner for de leverandører hvor der er identificeret forbedringspunkter. Planerne indeholder aktiviteter, rolle og ansvars beskrivelse, samt tidslinjer for, hvornår punkterne skal være implementeret.

For at bidrage yderligere til verdensmålene evaluerer Ørsted løbende muligheder for samarbejde med interessenter herunder multistakeholder og industri initiativer, hvor synergier kan opnås og effektive løsninger udvikles.

Læs mere her: <https://orsted.com/da/Sustainability/Our-strategy>

Odense Kommune: et verdensmåls-skema.

I Odense Kommune har man brugt verdensmålene til at sætte nogle klare mål og rammer for kommunens indkøbspolitik.

Deres proces følger fire trin:

1. Første skridt er en **risikovurdering** af alle produkter eller ydelser i kommunens udbudsplan. Gennem analyse og markedsdialog kortlægger Odense Kommune, hvilke verdensmål de forskellige udbud påvirker henholdsvis negativt og positivt.
2. Derefter anvender Odense Kommune et '**verdensmåls-skema**', som indgår i planlægningen af udbuddet og senere i udbudsmaterialet. Baseret på kommunens risikoafdækning og markedsdialog med potentielle leverandører bliver skemaet tilrettet og vedlægges udbuddet.
3. I forbindelse med tilbud udfylder tilbudsgiverne skemaet, der derefter indgår i kommunens **evaluering** af leverandørerne. Tilbudsgiver skal tilkendegive, hvad denne aktivt gør for at iagttage etiske retningslinjer, miljø og klimamæssige hensyn, med eller uden eksplicit tilknytning til verdensmålene.
4. Markedet får mulighed for selv at komme med **forslag** til relevante mål (herunder produktion og genanvendelse af tekstiler og råmaterialer).

Igennem denne proces har Odense Kommune brugt indkøb som drivkraft til at fremme bæredygtighed.

Læs mere her: <https://www.odense.dk/byens-udvikling/verdensmaal-i-odense>.

6. Bæredygtigt indkøb for alle - konkrete ting de fleste kan gøre



Indkøbsvolumen, indkøbsområder med mere varierer betydeligt mellem forskellige virksomheder, organisationer og offentlige institutioner, og der er derfor forskel på, hvilke produktgrupper, der for eksempel er oplagte at tage fat på først. Der er dog en række indkøb, som stort set alle virksomheder, organisationer og offentlige institutioner foretager. Intet indkøb kan alene sikre, at vi indfrier verdensmålene, men alle indkøb kan bidrage. Nedenfor er en række konkrete ting, de fleste kan gøre:

- 1. Kantine:** Stil krav om andel af økologi og plantebase-rede retter, og/eller at din kantine er svanemærket.
- 2. Rengøring:** Indkøb rengøringservice, der er certificeret med Svanemærket.
- 3. Rejser:** Begræns rejseaktivitet med fly, for eksempel ved at erstatte kortdistancerejser med tog, og klimakompenser jeres flyrejser. Hold flere skypemøder, hvor muligt.
- 4. Firmabiler:** Køb lav- eller nulemissionsbiler (for eksempel el eller hybrid) og undersøg muligheder for deleordninger.
- 5. Kontorinventar:** Opgrader eksisterende inventar og møbler, hvor muligt. Køb miljømærket og/eller stil krav til kvalitet.
- 6. Energi:** Køb grøn energi
- 7. IT:** Køb IT baseret på en beregning af totalomkostninger - efterspørg for eksempel TCO-certificerede produkter. Køb genbrug hvor muligt, og vælg et teleselskab med grøn profil.
- 8. Tekstiler (uniformer, kitler osv.):** Køb tekstiler, der er certificeret - for eksempel med Svanemærket, Fairtrade eller GOTS, eller stil krav om genanvendte materialer/fibre.
- 9. Merchandise/marketingmateriale:** Gå efter certificerede produkter og minimér/overvej, om der er behov for det.
- 10. Firmagaver:** Vælg en samfundsansvarlig leverandør af firmagaver og overvej at vælge gaver, der har positiv indvirkning på et eller flere verdensmål - for eksempel produkter der skaber jobs eller uddannelse til udsatte eller sårbare mennesker.
- 11. Møder og arrangementer:** Stil for eksempel krav til økologisk mad eller fairtrade-kaffe/-te/-sukker, og certificerede lokaler. Undgå vand på plastflasker.



Hvis du vil vide mere om, hvordan du kan fremme verdensmålene gennem dine indkøb, er der heldigvis mere hjælp at hente.

Find en liste af links på: www.ansvarligeindkob.dk/viden-og-vaerktoejer/



Hvad er Forum for Bæredygtige Indkøb?

Forum er et initiativ under Miljø- og Fødevarerministeriet som arbejder for at fremme miljøbevidste og ansvarlige indkøb i både offentlige og private virksomheder gennem netværk og videndeling.

Forum indsamler og formidler viden, værktøjer og best practice cases via Forums hjemmeside, nyhedsbrev, konferencer og temagrupper, som f.eks. temagruppen om plastemballager og engangsartikler af plast. Læs mere om temagruppens arbejde her: <https://ansvarligeindkob.dk/aktiviteter/temagrupper/>

Hvem er med i netværket?

Forum er et netværkssamarbejde mellem organisationer på tværs af brancher og sektorer. Forum er åbent for alle med interesse for bæredygtige indkøb. Medlemskab er gratis, uforpligtende og personligt.

Hvordan kommer jeg med i netværket?

Du tilmelder dig gratis via <https://ansvarligeindkob.dk/saadan-bliver-du-medlem/>

Styregruppen for Forum for Bæredygtige Indkøb



KØBENHAVNS KOMMUNE



Danmarks
Naturfredningsforening



Netværk for Bæredygtig
Erhvervsudvikling
NordDanmark

