

OX-ON

OX-ON er Danmarks førende totalleverandør indenfor personligt sikkerhedsudstyr. Sortimentet dækker over diverse sikkerhedsværn, men mest kendt er de for deres udvalg af kvalitets arbejdshandsker, som også udgør ca 60% af deres samlede omsætning.

Case: OX-ON ønsker hjælp til at udarbejde en klart defineret CSR strategi med klare mål og KPI'er der er forståelige for såvel kunder og medarbejdere. Teamet skal som optakt til strategien lave en intern analyse og en markedsundersøgelse.

OVERBLIK

Virksomhed	OX-ON
Lokation	Kometvej 36, 6230 Rødekro
Kontaktperson	Anne-Mette Elbæk Mapouyat, CEO

VIRKSOMHEDSPROFIL

OX-ON er Danmarks førende totalleverandør indenfor personligt sikkerhedsudstyr. Sortimentet dækker over diverse sikkerhedsværn, blandt andet åndedrætsværn, hovedværn, øjenværn, men mest kendt er de for deres udvalg af kvalitets arbejdshandsker, som også udgør ca. 60% af deres samlede omsætning.

OX-ON blev grundlagt i 1983 under navnet Sækkø Industri og er en del af Abena-gruppen, som med base i Aabenraa beskæftiger over 1.800 medarbejdere fordelt over hele verden. OX-ON har hovedkontor i Rødekro og beskæftiger i dag over 50 medarbejdere fordelt i Danmark, Tyskland, Finland og Sverige.

OX-ON sælger deres produkter gennem et stærkt forhandlernetværk(B2B) bestående af byggemarkeder, grossister og industrikæder i Danmark og Europa, og varesortimentet henvender sig primært til forskellige kundesegmenter fra bygge- og anlægsbranchen. Denne video fra OX-ON's hjemmeside viser et godt udsnit af produkterne og målgruppen: [OX-ON | Video | OX-ON Designed to protect](#)

TURNAROUND

Virksomheden har det seneste årti været på en spændende rejse, med store forandringer. Udover navneskiftet fra Sækkø industries til OX-ON, har der været fokus på at skabe en klarer struktur igennem virksomheden, og optimere på tværs af alle forretningsområder. Herunder er der blandt andet introduceret et nyt supply chain setup, med nye leverandører, som skal sikre en hurtigere, mere fleksibel levering af produkterne fra produktionsstederne i Kina, Pakistan, Vietnam, Bangladesh ud til kunderne. Optimeringerne har skabt en markant bedre bundlinje de seneste år, selvom væksten har ligget støt på 6-7 % årligt.

OX-ON konkurrer på traditionelle parametre som pris og kvalitet, men differentierer sig på den fleksible og effektivitet det nye supply chain setup giver, samt et øget fokus på bæredygtighed og certificeringer som giver kunderne den nødvendige tryghed i købet af deres sikkerhedsudstyr.

CASEBESKRIVELSE

OX-ON har arbejdet aktivt med bæredygtighed og CSR i en årrække, og har også taget de første spadestik til at udforme en strategi og dertilhørende initiativer, ved at nedsætte en CSR-styregruppe. De har i processen samtidig erkendt at de ikke kan allokere de nødvendige ressourcer til at udarbejde et ordentligt gennemarbejdet og struktureret fundament, samt et konkret framework som kan kommunikeres eksternt og internt.

OX-ON ønsker derfor hjælp og sparring til at arbejde mere struktureret med deres CSR-aktiviteter og i den forbindelse er ønsket at teamet på baggrund af undersøgelser og analyser, udvikler en klar defineret CSR-strategi med klare mål for opfølgning på selve strategien, som er helt forståelige for såvel kunder og medarbejdere. Endvidere ønskes en skabelon for CSR-rapportering, så virksomheden har en platform at kommunikere deres kontinuerlige CSR-arbejde fra.

En stor del af teamets arbejde kommer til at gå med en intern analyse af OX-ON's nuværende initiativer. F eks arbejder OX-ON allerede med både leverandørerne via BSCI og på produktniveau gennem blandt andet OEKO-TEX STeP, men der mangler konkrete mål og en rød tråd mellem initiativerne og en klar strategi.

OX-ON er også meget interesseret i at forstå hvad der generelt sker af udvikling i markedet, og blandt konkurrenter. Ligeledes hvad forventningerne er fra kunder, forbrugere og interessenterne. Abena, som ejer OX-ON har også lavet en CSR-strategi på koncern niveau, som man skal forholde sig til, og adaptere det som er relevant. Grundlæggende er holdningen at også den er for ukonkret og uden klare målsætninger.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser, og skal betragtes som inputs og inspiration, som gerne må forlænges udover nedenstående.

0. Fase: Introduktion til virksomheden og opgaven

- 0.1 Onboarding og grundig introduktion til OX-ON, virksomhedens værdier, ambitioner, nuværende arbejde med SDG og grøn omstilling, samt Abena og deres CSR arbejde på koncern niveau.
- 0.2 Diskussion af opgaverne; dataindsamling, analyser, bæredygtighedsstrategi og CSR-rapportering.
- 0.3 Forventningsafstemning: Frekvens af feedback og løbende sparring.
- 0.4 Diskuter de forskellige faser og vægtningen/prioriteringen, sådan at tiden bliver brugt bedst.

1. Fase: Intern analyse af CSR

- 1.1 Hvor er OX-ON med CSR arbejdet i dag?
 - People: Hvilke initiativer/fokus er der på trivsel, arbejdsforhold, BSCI, diversitet, ligestilling, kompetenceudvikling mv.
 - Planet: Hvilke initiativer/fokus er der på at nedbringe Co2 belastningen, Waste management, energi forbrug, BEPI mv.
 - Product: Hvilke initiativer/fokus er der på bæredygtig produktudvikling,

certificeringer, OEKO-TEX STeP mv.
- Inddrag CSR-styregruppen og deres arbejde/ideer.

1.2 Hvad er Abena koncernens CSR strategi, underliggende initiativer og målsætninger?

2. Fase: Markedsundersøgelse

2.1 Hvad gør andre i samme branche / konkurrenter?

2.2 Hvordan ser kunderne på CSR og hvad forventer de af OX-ON og deres produkter? Kan man snakke med forbrugere, håndværkere, kunder?

2.3 Hvordan ser fabrikkerne, andre leverandører og interessenter på CSR i relation til OX-ON produkterne og materialer?

3. Fase: Forbedringstiltag og CSR Strategi

3.1 Hvilke fokusområder og SDG-mål anbefales for OX-ON at arbejde på og medtage i strategien og rapporten.

3.2 Hvad vil man blive bedre til og hvordan?

- Definér underliggende initiativer

- Definér målsætning.

- Vurdér digitale værktøjer som kan understøtte/trække udviklingen på de konkrete målsætninger. F eks Co2 måle-værktøjet fra MÅLBAR.

3.3 Hvordan sikre man målbarhed og udvikling på de valgte områder?

3.4 Er der certificeringer og bæredygtighedsmærker som kan understøtte CSR arbejdet og hjælpe med formidling.

3.5 Hvordan forholder OX-ON sig til Abena's CSR-strategi?

- Hvad kan adopteres?

- Hvor er der sammenfald/overlaps?

- Hvor er man uenig?

4. Fase: Design CSR-Rapporten

4.1 Design en skabelon til CSR-rapporten.

4.2 Hvordan skal rapporten struktureres og hvad skal den indeholde i første udkast f.eks.:

- Meddelelse fra direktør/bestyrelse: Et stærkt WHY (evt. præsentation af strategi)

- Afsnit om Abena group fokus

- OX-ON fokusområder og SDG-mål (EX. SDG mål: 8, 12, 13, 15)

- People: Hvad gør OX-ON i forhold til medarbejdere, leverandører, producenter, sundhed, trivsel mv.

- Planet: OX-ON's tilgang til CO2-aftryk, beregning, målsætning mv.

- Product: OX-ON's tilgang til innovation og udvikling af bæredygtige materialer og produkter.

- Mål, forpligtigelser og fremtiden.

4.3 Hvad er ambitionerne med CSR-rapporten – formuler introduktion.



- 4.4 Hvordan skal rapporten designes og formidles?
- Kanaler (annual report appendix, hjemmeside, SoMe mv.)
 - Grafik/layout
- 4.5 Skal der laves en kampagne/marketing-indsats, i forbindelse med CSR-rapportens første udgivelse?
- Indhold/content
 - Format/kanaler

ØNSKET UDBYTTE FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

- ✓ Intern og ekstern analyse af CSR initiativer
- ✓ En klar defineret CSR strategi med klare mål og KPI'er der er forståelige for såvel kunder og medarbejdere.
- ✓ En CSR-rapport skabelon som kan udbygges år efter år og anvendes internt og eksternt.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Strategisk indkøb & Supply chain
Analyse og databehandling
Interesse for CSR og Bæredygtighed
Kommunikation og marketing
Kommercielle profiler

TALENTPROFIL

Virksomheden har været igennem en stor forandring de seneste 10 år, og er i dag en professionel og ambitiøs virksomhed i vækst, hvor man som medarbejder bliver hørt og har mulighed for at udvikle sig. Hos OX-ON vægtes arbejdsglæde, kreativitet og initiativ højt, ligesom viljen til forandring er en vigtig del af arbejdslivet.

Anne-Mette Elbæk Mapouyat, er virksomhedens CEO, og vil være teamets kontaktperson i virksomheden. Hun har været en del af virksomheden de sidste 10 år, og har fuldt transformationen og udviklingen tæt. Anders Kolmos er ansvarlig for indkøb og internt salg, og vil også være tilknyttet caseteamet.

Det forventes at talenterne er samarbejdsvante og kan kommunikere på tværs i en organisation og på forskellige niveauer, da man undervejs vil være i dialog med både kunder, leverandører og andre interessenter fra branchen. Det forventes også at man som talent, tør at udfordre og byde ind med sin mening og de perspektiver og holdninger hvert talent tjekker ind med.

Hos OX-ON får du som talent mulighed for at præge virksomhedens grønne omstilling, og muligvis være med til at skabe en stilling på området. Der er gode faciliteter til caseteamet hos OX-ON