

VIL DU MED PÅ REJSEN?

Klik dig gennem felterne og bliv inspireret

CIRKULÆR FORRETNING

- Luk kredsløbet
- Reducer dit ressourceforbrug
- Forlæng produktlevetiden

GODT GÅET

Hvad er dit næste skridt?

Vidste du

At materialer og energi mister i Europa 95 procent af deres værdi efter første tur i kredsløbet.

Vidste du

At 21 millioner tons materialer går tabt i OECD-landenes produktion årligt. 60 procent af al affald genbruges ikke. En tredjedel af alle producerede fødevarer når aldrig at blive spist.

KOM BAG OM REJSEN

Læs, hvordan rejsen er blevet udviklet, og hvilke aktører, der har bidraget

1 FÅ INSPIRATION TIL CIRKULÆR FORRETNINGSUDVIKLING



>Find dit afsæt for cirkulær forretningsudvikling



>Triplex: Grønne krav i udbud blev startskuddet



>Succes, når ledelsen bakker op



>Schæffergården: Kunderne tager det grønne valg



>Få styr på miljømærkerne



>Sv. Michelsen: Fra energitjek til cirkulær emballage



>Få en grøn hånd fra studerende



>Better World Fashion: Gammelt læder bliver til nye jakker



>Forlæng dine produkters levetid med en cirkulær designstrategi



>Focus Lighting: Kunderne vil have deres produkter repareret frem for at købe nyt



>Højer Møbler: Innovative udbud skaber grøn omstilling



>Lav en handlingsplan – og hold dig til den

2 FIND DE CIRKULÆRE POTENTIALER



>Lehnsgaard: Målet er en CO₂-neutral fødevarereproduktion



>Partnerskaber kan bane vejen



>Sæt din virksomhed under den grønne lup



>Nordic Waterproofing: Vær på forkant med den grønne omstilling



>Har du tænkt digitalt?



>Garant Udelejning: Der er konkurrencefordele i cirkulær forretning



>Udvid dit grønne netværk

3 GØR ORD TIL HANDLING



>Lav en handlingsplan – og hold dig til den



>Udvid dit grønne netværk



>Garant Udelejning: Der er konkurrencefordele i cirkulær forretning



>Partnerskaber kan bane vejen



>Lehnsgaard: Målet er en CO₂-neutral fødevarereproduktion



>Sæt din virksomhed under den grønne lup



>Nordic Waterproofing: Vær på forkant med den grønne omstilling



>Har du tænkt digitalt?



>Udvid dit grønne netværk

4 SÅDAN SIKRER DU DEN CIRKULÆRE FORANKRING OG SKALERING



Find dit afsæt for cirkulær forretningsudvikling

Vi forbruger ressourcer hurtigere end naturen kan nå at genopbygge dem. Derfor er tiden inde til at erstatte den lineære økonomi med en cirkulær økonomi, hvor vi fastholder materialer og produkter i kredsløbet - bruger dem igen og igen - og forlænger deres levetid så længe som overhovedet muligt.

Omstillingen er ikke kun til gavn for miljøet, men også for virksomhedernes økonomiske bundlinje. De cirkulære forretnings tiltag kan nemlig give virksomhederne konkurrencemæssige fordele. Bæredygtighed bliver i stigende grad anvendt som et parameter i udbud og krav fra investorer, og at kunder er mere bevidste om klimaafttrykket fra de produkter og services, som de køber.

Det kan være vidt forskellige omstændigheder, der gør, at virksomhederne tager det første skridt i en cirkulær retning.

Hos Sv. Michelsen blev det springende punkt, at virksomheden stod over for et generationsskifte og havde behov for at re-definere sig selv som virksomhed. For chokoladeproducenten var det oplagt at arbejde med cirkulære koncepter til forbedring af forsyningskæden.

Mens nogle virksomheder skal omstille deres forretning, har andre virksomheder bæredygtighed i sit DNA. Det gælder blandt andet Better World Fashion. Modevirksomheden blev ifølge grundlægger Reimar Ivang stiftet ud fra tanken om, at man skal "efterlade en bedre jord til sine børn".

Og ikke mindst kan cirkulær forretningsudvikling være et spørgsmål om god forretning. Det var det for hotel- og conferencecenteret Schæffergården, der brugte det som en effektiv måde at differentiere sig selv på et marked fyldt med hård konkurrence. Dette gjorde de bl.a. ved at få miljøcertificeringen Svanemærket.


Hvad er dit afsæt for cirkulær forretningsudvikling?

> [Læs mere om Schæffergården](#)

> [Læs mere om Sv. Michelsen](#)

> [Læs mere om Better World Fashion](#)

> [Læs mere om Tripplex](#)



"Bæredygtighed er alt for meget bundet op på afsavn og adfærdsbegrænsninger – på den måde bliver der aldrig skabt grøn omstilling. Vores mission er at skabe cirkulære produkter, som det ikke er negativt at forbruge."

Reimar Ivang, direktør, Better World Fashion



Tripplex: Grønne krav i udbud blev startskuddet

Tripplex er totalleverandør af akustiske løsninger som lofts- og vægbeklædning. Virksomheden vægter design og fleksibilitet i forhold til kundernes ønsker og behov højt. Det har også betydet et stort fokus på bæredygtighed.

Blandt andet inkluderer deres produktportefølje træpaneler af upcyclet træ, og som en del af deres værditilbud træet med organisk affald såsom kaffe, blade og lignende. I den forbindelse eksperimenterer de også med særlige dufte og sanseindtryk i imprægneringen som en del af deres værditilbud.

> Find dit afsæt for cirkulær forretningsudvikling

Virksomhedens grønne rejse

1. INSPIRATION

Hos Tripplex oplevede man, at bæredygtighed begyndte at fylde mere og mere i branchen, og der dukkede grønne krav op i de udbud, de bød på. Derfor overvejede virksomheden at begynde at arbejde med affaldssortering og miljømærker.

2. POTENTIALER

Tripplex deltog i et regionalt projektforsøg, og her fandt direktør Kurt Vestergaard ud af, at der var store potentialer i at nytænke designet af akustikprodukterne, så der blev anvendt genbrugte materialer i designet.

3. HANDLING

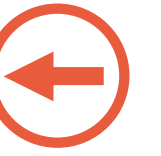
Tripplex udviklede løsninger med at bruge upcyclet træ til deres produkter og eksperimenterede med organisk overfladebelægning. Kurt Vestergaard oplevede, at det krævede en del af virksomheden at arbejde med den grønne forretningsudvikling samtidig med den daglige drift.

4. SKALERING

I dag har Tripplex træpaneler af 100 procent genbrugt træ og tilbyder organiske overflader i deres produktportefølje. De har også omlagt forsyningskæden til ikke at afhænge af leverandører i Kina. Som en af kun to virksomheder i deres branche har de cradle-to-cradle-certificerede produkter.

"For os er det blot god forretning at omstille os til en cirkulær forretningsmodel."

Kurt Vestergaard, direktør, Tripplex



Succes, når ledelsen bakker op

Mange små og mellemstore virksomheder har naturligvis det primære fokus på den daglige drift, og det kan være en udfordring af finde ressourcerne til forretningsudvikling, herunder også den cirkulære forretningsudvikling. Nogle virksomheder udpeger en miljømedarbejder, der påtager sig opgaven, mens andre må fordele opgaverne på flere medarbejdere.

"Vores bestyrelse så ganske rigtigt, at det ville være nemmere for mig at drive virksomhedens grønne udvikling, hvis jeg ikke også skulle tage mig af den daglige drift.

Derfor trådte jeg ud af driften og fik en stilling som udviklingsdirektør. På den måde sørger vi for, at den bæredygtige dagsorden stadig er forankret i toppen, men at der samtidig også er nogen – mig – til at løbe med de grønne projekter fra dag til dag."

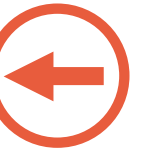
-Johnny Noisen, udviklingsdirektør i Garant Udlejning.

Det er afgørende, at ledelsen giver opbakning til de grønne tiltag og viser det. Det kan ofte gøre hele forskellen mellem enkeltstående initiativer, der hurtigt tabes på gulvet, og de tiltag, der bliver implementeret og forankret i organisationen.

[> Læs mere om Garant Udlejning](#)

"At finde balancen mellem driften og den cirkulære forretningsudvikling har givet pote."

*Johnny Noisen, udviklingsdirektør,
Garant Udlejning*



Sæt din virksomhed under den cirkulære lup

For at finde ud af, hvilke cirkulære indsatser, der er relevant for din virksomhed, er det nødvendigt at lave en kortlægning af din virksomhed, som den ser ud i dag. Her kigger du på virksomhedens position i markedet, skaber et overblik over materialeflows gennem leverandørkæden, og ser på dine kunders brug af dit produkt eller service.

Konkurrencen

Du kender allerede dine konkurrenter og din position i markedet. Men hvad sker der inden for cirkulær økonomi i din branche? Kortlæg tendenser i markedet eller kommende regulering samt tiltag hos dine konkurrenter.

Produktets livscyklus

Lav en oversigt over forbruget af materialer, energi og kemikalier. Inddrag virksomheden selv, men også leverandører, kunder og brugere - fra råstofudvindingen, over produktion og brug til bortskaffelse.

Brugen

Indhent viden om brugernes praksis og erfaringer fra service og reparation af dine produkter. På den måde kan du finde ud af, om dit produkt kan designes bedre eller om dine kunder har behov for anden vejledning end de får i dag.

[> Læs mere om cirkulære indsatser](#)

"Jeg kom med en del erfaring fra plastindustrien og lavede en intern gennemgang af virksomheden for at se, hvor vi kunne lukke nogle loops. Potentialet og flere løsninger var der allerede, det handlede bare om at ændre på og formalisere nogle processer for at rykke os endnu mere fremad."

- Henrik Kai Hansen, direktør, Lehnsgaard, der producerer rapsolier og andre fødevarer-specialiteter.

[> Læs mere om Lehnsgaard](#)



Lehnsgaard: Målet er en CO₂-neutral fødevareproduktion

Bornholms Oliemølle Lehnsgaard producerer en lang række produkter, heriblandt koldpresset rapskimmelolie, sennep, pesto og rapskage. Virksomheden har et stort fokus på at genanvende rester fra produktionen. Der arbejdes blandt andet med at upcycle rapskagen. På den måde kan den blive til nye produkter eller erstatte importeret sojaskrå fra Sydamerika. Desuden kan resterne af de organiske materialer fra olieproduktionen bliver bioforgasset på det lokale biogasanlæg.

Samtidig lægger de vægt på at holde deres produktionskæde så lokal som muligt, så de kan sikre kvalitet og bæredygtighed hele vejen igennem værdikæden.

> Sæt din virksomhed under den cirkulære lup

Virksomhedens grønne rejse

1. INSPIRATION

Inden Henrik Kai Hansen blev direktør hos Lehnsgaard, arbejdede han i plastindustrien. Derfra havde han stor erfaring med at bruge data til at spore materialer gennem værdikæden – erfaring han tog med sig til Lehnsgaard. Dette gjorde den cirkulære forretningsudvikling, allerede igangsat af stifter Hans Hansen, mere formaliseret.

2. POTENTIALER

Lehnsgaard var allerede engageret i lokale fødevareklynger, og Henrik Kai Hansen gik i gang med at kortlægge, hvordan Lehnsgaard kunne sikre bedre sporbarhed i produktionen, så deres produkter som rapskimmelolie og sennep kunne blive mere bæredygtige. Blandt andet dyrkes alle råvarer lokalt og med specifikke krav til landmændene.

3. HANDLING

Ved at installere solceller på taget af deres faciliteter kunne Lehnsgaard dække 70 procent af deres energiforbrug med vedvarende energi, ligesom de også investerede i at gøre deres varmforsyning 100 procent CO₂-neutral. Dette gjorde de via en løsning med at bruge rapsfrøskallerne fra deres produktion til varmforsyning.

4. SKALERING

Lehnsgaard arbejder videre med deres cirkulære fundament. Der er især fokus på at upcycle rapskagen. Den kan allerede nu bruges som foder til kvæg som erstatning for importeret soja, og på længere sigt arbejdes der henimod, at rapskagen også kan bruges til proteinbaserede produkter til mennesker.

"Vores forretning passede bedre ind i det cirkulære, end vi lige regnede med."

Henrik Kai Hansen, direktør hos Lehnsgaard



Partnerskaber kan bane vejen

Når I som virksomhed skal i gang med jeres cirkulære forretningsudvikling, kan det være en stor hjælp at indgå i samarbejder, offentlig-private partnerskaber og projekter. Det kan hjælpe virksomheden med at kortlægge materialestrømme, beregne business cases og lægge sig på den rigtige forretningsmodel.

Tag fat på dit lokale erhvervshus og forhør dig om mulighederne for grønne og cirkulære partnerskaber i dit nærområde. Eller undersøg, om din kommune er engageret i projekter om erhvervsfremme med et fokus på bæredygtighed og cirkulær økonomi. Desuden kan landets vidensinstitutioner være interesserede i at samarbejde med din virksomhed om en cirkulær forretningsmodel.

Det er ikke blot viden, kompetencer og netværk, man som virksomhed kan få ud af at engagere sig i partnerskaber. Ofte er der også muligheder for at søge udviklingsmidler eller investeringsstøtte.

"Når man står alene med så nyt et område, giver man sig selv svære vilkår. Man kan nemt investere forkert uden den rette hjælp og vejledning fra nogen, der kender til de cirkulære forretningsprincipper. Nogle tiltag virker måske umiddelbart oplagte for virksomheden – men kan vise sig at være forkert investering. Derfor er nationale og kommunale projekter til stor gavn for din virksomhed."

- Henrik Kai Hansen, direktør, Lehnsgaard, der producerer rapsolier og andre fødevarspecialiteter.

> [Læs mere om Lehnsgaard](#)



"Man SKAL simpelthen melde sig ind i et projekt, partnerskab eller netværk."

Henrik Kai Hansen, direktør hos Lehnsgaard



Få en grøn hånd fra studerende

Der er rig mulighed for at indgå i samarbejde med studerende ved landets universiteter og andre uddannelsesinstitutioner, der som led i deres uddannelse kan bidrage til virksomheders grønne forretningsudvikling.

Mange vidensinstitutioner tilbyder forløb – både projektføløb eller praktik-ordninger, hvor de studerende kan arbejde fokuseret med netop din virksomhed, og måske løse nogle af de udfordringer, som du står overfor.

Kontakt vidensinstitutionerne og sæt dig ind i, hvilke projekt- og praktikforløb, de tilbyder deres studerende. Forhør dig, om jeres virksomhed kan være relevant som case.

"Vi havde en idé om, at det kunne skabe værdi at kigge på vores emballage fra et grønt perspektiv. Men det var først, da vi fik tilknyttet en specialestuderende fra DTU, som gik i dybden med fraktioner i vores æsker og etuier, at vi identificerede, hvilke ting vi skulle efterspørge og stille krav om hos vores leverandører."

- Daniel Paetsch, direktør, Sv. Michelsen, der producerer håndlavet kvalitetschokolade

> [Læs mere om Sv. Michelsen](#)



"Det var en studerendes arbejde, der gav os mulighed for rigtigt at rykke med en cirkulær forretningsmodel"

Daniel Paetsch, direktør hos Sv. Michelsen



Sv. Michelsen: Fra energitjek til cirkulær emballage



Sv. Michelsen har produceret chokolade og andre delikatesser i mere end 100 år. Chokoladeproducenten er et eksempel på en traditionsrig familievirksomhed, der er kommet langt med den cirkulære omstilling.

Det er lykkedes Sv. Michelsen at få deres produkter og emballage Fairtrade-certificeret, og virksomheden stiller skrappe krav til hele værdikæden og egne produkter.

> Få en grøn hånd fra studerende

> Få styr på miljømærkerne

Virksomhedens grønne rejse

1. INSPIRATION

Sv. Michelsen stod over for et generationsskifte og skulle flytte til nye faciliteter. I samme ombæring benyttede de muligheden til at renovere og energioptimering og det var et af de første skridt på vejen til at blive en mere grøn virksomhed.

2. POTENTIALER

Sv. Michelsen kunne se, at det naturlige næste skridt var at få Fairtrade-godkendt deres produktion. Dette opnåede de ved at omlægge deres leverandørnetværk. Desuden gik de ind i et regionalt netværksprojekt, hvor de fik ideen at arbejde med at gøre deres emballage bæredygtig.

3. HANDLING

Med hjælp fra DTU nytænkte Sv. Michelsen deres emballage med henblik på mere genbrug og genanvendelse. Det betød blandt andet et øget fokus på genanvendte, genanvendelige, og bionedbrydelige materialer. ITU hjalp derefter med at lave konkrete business cases på omlægningen af virksomhedens emballage.

4. SKALERING

Sv. Michelsen har arbejdet videre med den cirkulære forretningsudvikling, og har blandt andet indført en tilbagetagningsordning på sine kunstdåser og fabergé-æg. Deres forretning er sæsonpræget, så de sørger for at forretningsudvikle uden for de perioder, hvor de har meget travlt, såsom ved juletid.



Få styr på miljømærkerne

Du kan hjælpe dine kunder med at træffe et grønnere valg, hvis du også markedsfører dine grønne tiltag og kommunikerer til dine kunder. Det kan du eksempelvis gøre ved at blive certificeret til et eller flere miljømærker på dine produkter og services.

Virksomheden Tripplex, der leverer akustiske løsninger, har valgt en cradle-to-cradle certificering og har på den måde differentieret sig i markedet. Denne certificering er oplagt, hvis man har et produkt, som er optimeret for genbrug og genanvendelse hele vejen igennem livscyklussen.

Sv. Michelsen har opnået Fairtrade-certificeringen. Den er bredt kendt af forbrugerne og signalerer, at man som virksomhed overholder skrappe krav til brug af materialer, valg af leverandører og vilkår for arbejdere i produktionskæden.

Hos Schæffergården har man fået Svanemærket, det officielle nordiske miljømærke, som giver dem et redskab til at kommunikere deres grønne profil over for kunderne i en branche, hvor ikke mange af konkurrenterne kan bryste sig af en grøn profil.

På Ecolabels hjemmeside kan du læse om Svanemærket og EU-blomsten, de to officielle miljømærker i henholdsvis Norden og EU. På Miljøstyrelsens portal CirkVirk kan du få generel vejledning om miljømærker, hvordan SMV'er kan bruge dem - og blive klogere på, hvilken en certificering, der passer til din virksomhed.

"Vi ved, at hvis vi laver disse tiltag nu, så holder vi os på forkant med udviklingen i forhold til vores konkurrenter. Vi er for eksempel en af de to eneste i branchen i Danmark, der har Cradle-to-Cradle-certifikater. Og på vores træpaneler er vi de eneste i hele verden. Det er en værdifuld konkurrencefordel."

Kurt Vestergaard, direktør, Tripplex

> [Læs mere om Tripplex](#)

> [Læs mere om Sv. Michelsen](#)

> [Læs mere om Schæffergården](#)

> [Læs mere om Svanemærket og EU-blomsten på ecolabel.dk](#)

> [Læs mere om miljøkommunikation og miljømærker på cirkvirk.dk](#)



Schæffergården: Kunderne tager det grønne valg

Schæffergården har gennem de seneste år har sat bæredygtighed højt på dagsordenen. Hotel- og konferencecenteret i Nordsjælland har blandt andet reduceret madspild og energiforbrug, er blevet miljøcertificeret med Svanemærket, og har anlagt en stor køkkenhave, så der er meget kort vej fra jord til bord.

> **Hvad er dit afsæt for cirkulær forretningsudvikling?**

> **Få styr på miljømærkerne**

> **Beslutningen bliver let med en skarp business case**

Virksomhedens grønne rejse

1. INSPIRATION

Direktør Peter Feddersen fik øjnene op for mulighederne ved grøn forretningsudvikling, da han blev inviteret til at deltage i et offentlig-privat partnerskab med fokus på at fremme bæredygtighed i erhvervslivet. Efter et indledende energitjek, der viste store potentialer for besparelse, fik han mod på mere.

2. POTENTIALER

Næste skridt blev en analyse af, hvad der skulle til for at opnå en miljømærke-certificering, som både gav en ramme og en retning på miljøarbejdet samt muligheder for at markedsføre sig på det. Schæffergården er i et konkurrencepræget marked, så at kunne differentiere sig ved hjælp af en bæredygtig profil viste sig at være god forretning.

3. HANDLING

Schæffergården optimerede affaldssorteringen, investerede i en biokværn, gjorde deres vaskeprocedure kemikaliefri, samt flere andre tiltag. Det gav dem miljømærket Svane. Miljømærket er en målestok for grøn og cirkulær forretningsudvikling samt et redskab til markedsføring

4. SKALERING

Schæffergården arbejder videre med løbende optimering og udvikler nye idéer til at styrke den grønne profil. Eksempelvis er de kommet langt med udviklingen af deres egen køkkenhave som en erstatning for at skulle indkøbe råvarer hos grossister.

"Jeg har virkelig fået øjnene op for miljømærkers værdi – også som et marketing-redskab. Det var lidt tilfældigt, at vi så mulighederne i at forfølge miljømærkning. Men til en workshop om emnet fik vi redskaberne til at spore os ind på, hvilke mærker, der passede vores virksomhed."

Peter Feddersen, direktør, Schæffergården



"Vi troede ikke, at vi havde penge til at lave den nødvendige investering, men gennem det projekt, vi var med i, fik vi hjælp til at regne business casen igennem, og da indså vi faktisk, at vi havde overskud i driften fra dag ét, og at tilbagebetalingstiden var noget kortere end frygtet."

- Peter Feddersen, direktør hos Schæffergården



En skarp business case gør beslutningen let

En business case er dit værktøj, når du skal træffe beslutninger for din virksomhed. Det gælder også dine grønne projekter. Med en business case undersøger du effekten af den investering, du står overfor, og træffer beslutning på baggrund af dine udregninger.

En business case for en grøn investering indeholder typisk:

- investeringens økonomiske omkostning;
- de miljømæssige effekter af investeringen;
- de materialemæssige effekter af investeringen, eksempelvis hvor meget materiale en given investering vil bespare, genbrug eller genanvende;
- tilbagebetalingstid på investeringen;
- økonomisk fortjeneste;
- og en tidsplan.

At inkludere disse parametre i din business case vil give dig et indblik i dels, om investeringen er økonomisk rentabel, og dels om den hjælper dig nærmere den cirkulære forretningsmodel.

Det kan være en fordel at gøre brug af konsulenthjælp til business-casen. Der er mange konsulenter, der arbejder specifikt med grønne og cirkulære forretningsmodeller, og de kan kvalitets-sikre beregningerne og også lave scenarieanalyser for dig, så din virksomhed bliver bedst muligt klædt på til at lave investeringen.

"Som virksomhed er det smart at hive konsulent ind, når man er kommet et stykke ind i den cirkulære proces, så han kan hjælpe én med at komme videre. Efter værktøjer som workshops og masterclasses af mere generel karakter, er det konsulenten, der kan give dig det specifikke input."

- Michael Glibstrup, direktør, Højer Møbler

> [Læs mere om Schæffergården](#)

> [Læs mere om Højer Møbler](#)



Better World Fashion: Gammelt læder bliver til nye jakker

For Better World Fashion er det en prioritet at have en ansvarlig produktion – i hele leverandørkæden. Virksomheden producerer jakker og tasker og andre produkter af genbrugt læder med knapper af omsmeltet metal og jakkefor af genanvendt plast. De har desuden etableret tilbagekøbsordninger og givet deres kunder mulighed for at leje i stedet for at købe, for på dem måde at give jakkerne og taskerne et længere liv.

For at udnytte materialerne bedst muligt, fokuserer Better World Fashion på upcycling. Virksomheden har blandt andet udvidet sit sortiment med en computertaske af genbrugt læder.

> Hvad er dit afsæt for cirkulær forretningsudvikling?

Virksomhedens grønne rejse

1. INSPIRATION

For Better World Fashion startede den cirkulære rejse allerede ved virksomhedens fødsel. Reimar Ivang grundlagde virksomheden med henblik på at gøre modebranchen mere bæredygtig.

2. POTENTIALER

Læder er slidstærkt og egner sig godt til at blive genbrugt og genanvendt. Derfor lagde Reimar Ivang sig fast på dét materiale - efter sparring med sit netværk i tekstilindustrien. Det gav desuden anledning til at sætte bæredygtighed på dagsordenen.

3. HANDLING

Better World Fashion etablerede samarbejde med leverandør i Polen, som de også får solgt idéen om bæredygtige læderprodukter til. Med dette partnerskab – og en crowdfunding kampagne – som fundament startede de en webshop med læderjakker produceret udelukkende af genanvendt læder og med lynlåse og for af upcycledede materialer.

4. SKALERING

Virksomheden tænker løbende i innovativt genbrug og upcycling. De har blandt andet udvidet deres produktsortiment til tasker og accessories, såsom ure af genanvendt træ og solbriller af genanvendte skateboard-dæk, og arbejder på en ny crowdfunding-kampagne med henblik på at skalere.



"Vores produkter er bygget af flere små moduler, som er nemt udskiftelige og gør det muligt for os at reparere produkter for kunder i stedet for, at de skal købe nyt."

Peter Olivarius, direktør, Focus Lighting

Forlæng dine produkters levetid med en cirkulær designstrategi

I fremtiden kommer flere produktstandarder til at indeholde krav til produkternes levetid og mulighederne for at reparere produkterne. Ved at forlænge produkternes levetid, reducerer vi forbruget af ressourcer. Det kræver flere ressourcer at genanvende materialer fra udtjente produkter i nye produkter – og selvfølgelig endnu flere at producere helt nyt.

En ny cirkulær designstrategi kan bane vejen for et bedre design, der både forlænger levetiden og øger brugernes oplevelse af produktet. Strategien bør tage fat i årsagen til, at produktet mister værdi eller funktionalitet før tid. Eksempelvis er modulopbygning et populært greb blandt casevirksomhederne. Det giver mulighed for nem og hurtig udskiftning af defekte komponenter og åbner for takeback-ordninger og forlænge levetiden på produkterne.

Der findes en række designstrategiske løsninger på de forskellige produktrelaterede problemer, man kan opleve. Du bør sætte dig ind i de konkrete løsninger, der passer bedst til lige netop din virksomhed og produktportefølje, eksempelvis igennem dialog med leverandører, kunder og servicefolk om årsagerne til, at produkter kasseres.

- **Udfordring:** Mekanisk forældelse - en komponent eller et materiale er af dårlig kvalitet eller går let i stykker
Designløsning: Produkter, der er lette at adskille og samle
- **Udfordring:** Funktionel forældelse - hardware og software i et produkt kan ikke længere arbejde sammen på grund af softwareopdateringer
Designløsning: Produkter, der lever op til ofte anvendte standarder og normer
- **Udfordring:** Psykologisk forældelse - et produkt virker stadig, men brugeren er utilfreds på grund af nyere, og måske bedre modeller, som man hellere vil have
Designløsning: Produkter der kan opgraderes og tilpasses skiftende behov
Designløsning: Produkter, som brugerne har lyst til at have i lang tid
- **Udfordring:** Økonomisk forældelse - et produkt har brug for reparation, men det kan ikke betale sig i forhold til at købe nyt.
Designløsning: Produkter der er lette at vedligeholde og reparere

> [Læs mere om Focus Lightings vej til en cirkulær forretningsmodel](#)



Focus Lighting: Kunderne vil have deres produkter repareret frem for at købe nyt

> Forlæng dine produkters levetid med en cirkulær designstrategi

Focus Lighting leverer belysningsløsninger til offentlige og private bygherrer med særligt fokus på professionel vej- og stibelysning.

Focus Lighting går op i designfleksibilitet, modulopbygning og kvalitet i et tidløst design. Dette gør det nemt at lave produkter, der holder længe og let kan repareres fremfor at blive smidt ud. De er også begyndt at arbejde med tilbagetagningsordninger på deres emballage.

"Det har været sjovt at opleve, hvor meget vores kunder har taget vores cirkulære tiltag med serviceværkstedet og emballageordningen til sig."

Peter Olivarius, direktør, Focus Lighting

Virksomhedens grønne rejse

1. INSPIRATION

Da man hos Focus Lighting begyndte at høre om cirkulær økonomi, kunne direktør Peter Olivarius se på deres egen forretning, at de allerede egnede sig godt til konceptet. Dette skyldtes især, at de allerede som udgangspunkt arbejdede med at opbygge deres produkter i udskiftelige moduler.

2. POTENTIALER

Virksomheden kiggede nærmere på forskellige cirkulære forretningsmodeller, der ville egne sig godt til dem – blandt andet en produkt-service-model - hvor produkterne leases og virksomheden selv bevarer ejerskabet, med forlængelse af produktets levetid og genbrug af affald.

3. HANDLING

Focus Lighting implementerede Focus Service Center, hvor kunder mod betaling kan indsende defekte produkter til reparation inden for kort tid ved udskiftning af de specifikke moduler, der er defekte. Det sparer både kunden og Focus Lighting penge, og holder produkterne i brug i længere tid, samt minimerer ressourceforbrug til et minimum.

4. SKALERING

Focus Lighting arbejder videre med cirkulære initiativer og er blandt andet begyndt at sætte klistermærker på den emballage, de sender reparerede produkter til kunderne i. Klistermærkerne opfordrer kunderne til at gemme emballagen til næste reparation. Det er en stor succes hos kunderne, som er flittige til at gemme emballagen i stedet for at smide den ud.



Højer Møbler: Innovative udbud skaber grøn omstilling

Højer Møbler producerer møbler og indretning til undervisningssektoren. Virksomheden har en holistisk tilgang til arbejde og går op i at tilbyde innovative indretningsløsninger, der understøtter forskellige læringsstile og skaber optimale forudsætninger for læring og erfaringsudveksling mellem mennesker. Der sættes skarpt fokus på bæredygtighed og arbejdes bevidst på at mindske forbruget af ressourcer i hele værdikæden – fra produktion hos leverandørerne til bortskaffelse af slutproduktet.

> **Beslutningen bliver let med en skarp business case**

> **Lav en handlingsplan - og hold dig til planen**

Virksomheden udvikler produkter af høj kvalitet, samarbejder med leverandørerne om en mere cirkulær produktion, hvor materialer bliver genbrugt, og designer møbler i moduler, der nemt kan repareres og adskilles i separate fraktioner ved bortskaffelse.

Virksomhedens grønne rejse

1. INSPIRATION

Hos Højer Møbler begyndte de omkring årtusindeskiftet at se de første muligheder i at tænke bæredygtigt. De havde allerede et fokus på at levere modulopbyggede møbler i høj kvalitet, men de begyndte nu at tænke det ind i en genbrugs-sammenhæng.

2. POTENTIALER

Af hensyn til leveringssikkerhed havde Højer Møbler allerede en værdikæde, hvor leverandørerne var tæt på dem. Dette indså de, var et godt udgangspunkt for at arbejde med genanvendelse af deres produkter samt at få virksomheden certificeret med ISO 14001 og Fair Trade.

3. HANDLING

Det lykkedes Højer Møbler at indlejre verdensmålene i deres værdisæt, og de etablerede en cirkulær produktionscyklus, hvor deres møbler fremstilles med genanvendeligt materiale, emballageforbruget holdes på et minimum og genbruges hvis muligt, og der tilbydes reparation og upcycling af møblerne til deres kunder.

4. SKALERING

Højer Møbler har vundet flere udbud på at levere møbler produceret ud fra en cirkulær forretningsmodel. Blandt andet Statens og Kommunernes Indkøbsservices udbud (SKI) om at levere møbler til landets undervisningsinstitutioner, og de vandt også Aalborg Kommunes innovative udbud om bæredygtige læringsmiljøer, der indeholdt specifikke, cirkulære krav til møblerne.

"Det var en vildt stor oplevelse at vinde Aalborg Kommunes udbud – og fedt at se en direkte, målbar effekt af vores arbejde med cirkulær økonomi og innovation i læringsrummet."

Michael Glibstrup, direktør, Højer Møbler



Lav en handlingsplan – og hold dig til den

Når du som virksomhed har udviklet et cirkulært produkt eller ydelse eller en ny cirkulær arbejdsgang, er det vigtigt, at tiltaget bliver forankret i din forretning. Her er det afgørende med en strategisk handlingsplan, hvor du overvejer, hvordan dine medarbejdere samt eksisterende og nye samarbejdspartnere skal inddrages.

Den strategiske handlingsplan skal vise, hvordan jeres cirkulære initiativer bliver til konkrete resultater, og hvad der skal til for at lykkes. Det er vigtigt, at handlingsplanen giver et overblik over ansvarsfordeling blandt medarbejdere, og hvornår I skal være i mål med diverse indsatser. Det forpligter og motiverer.

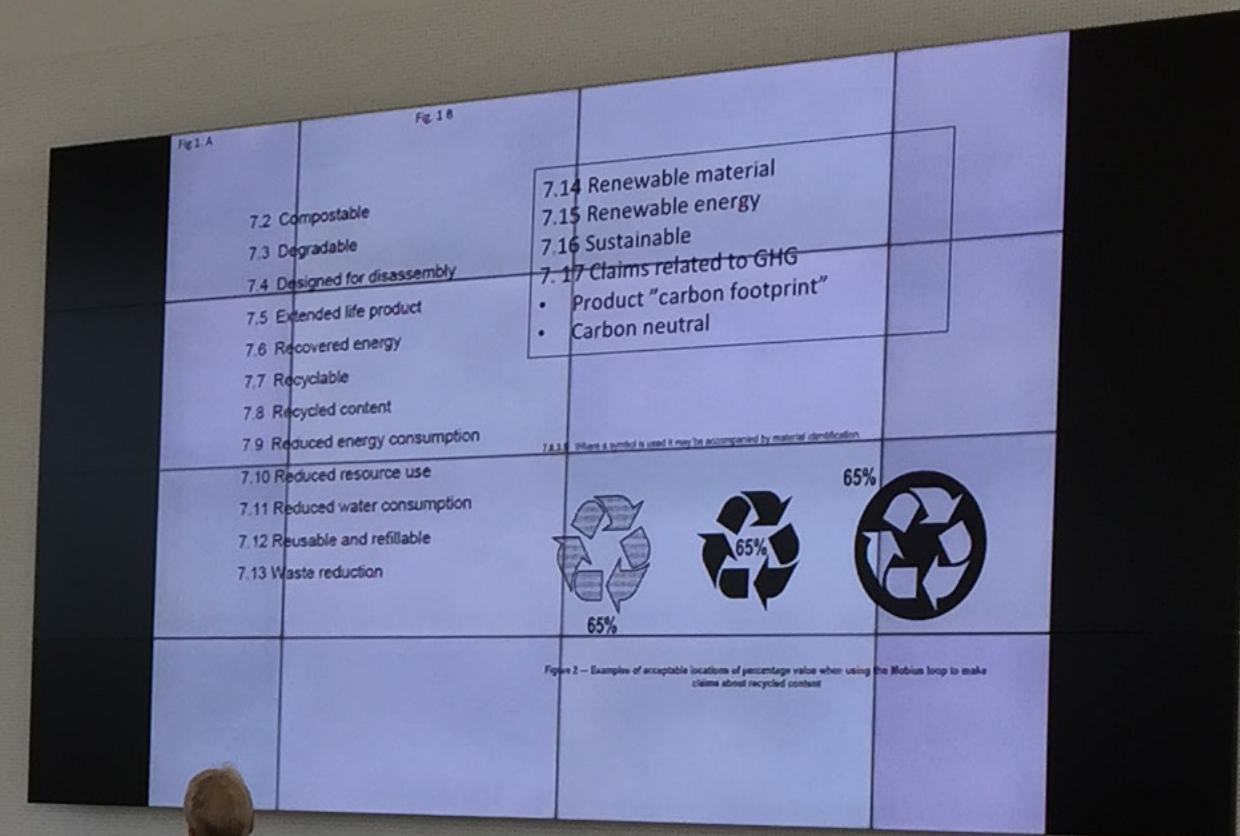
"Det handler om at holde det simpelt. Lav en liste over grønne eller cirkulære mål, man vil nå i virksomheden – og hellere realistisk end for ambitiøst. Bare det at lave handlingsplanen giver incitamentet til at holde sig selv og hinanden op på den."

- Michael Glibstrup, direktør, Højer Møbler

> [Læs mere om Højer Møbler](#)

"Ved at lave en årlig cirkulær handlingsplan sikrer vi, at vi hele tiden holder os forrest i feltet på området."

Michael Glibstrup, direktør,
Højer Møbler





Udvid dit netværk

Når først du som virksomhed er kommet i gang med den cirkulære forretningsudvikling, er der rig mulighed for at fortsætte arbejdet med hjælp fra netværk.


Har du for eksempel deltaget i et projekt, været til informationsmøder eller masterclass, byder der sig ofte muligheder for at lave opfølgende samarbejder. Det handler om at plante disse frø og holde sig til, og gradvist begynder den cirkulære agenda at være en mere naturlig, automatisk del af virksomhedens udvikling.

Garant Udlejning er selv aktivt gået ind i en række pilotprojekter og samarbejder efter de første gang deltog i et projekt. Virksomheden bygger hele tiden videre på de fremskridt, de laver, og skal derfor ikke stampe nye indsatser op af jorden.

"Via projekter og møder har vi fået et stort netværk inden for det cirkulære, som sørger for, at vi altid har fingeren på pulsen med, hvor udviklingen går henad. Nu ruller bolden af sig selv, innovationen er mere automatiseret og en del af virksomhedens dagligdag."

- Johnny Noisen, udviklingsdirektør, Garant Udlejning

> [Læs mere om Garant Udlejning](#)



"Med et netværk af ligesindede er det nemt for os at være på forkant med cirkulær innovation."

- Johnny Noisen, udviklingsdirektør i Garant Udlejning



"Jeg så en af mine kunder vinde en kontrakt hos Københavns Kommune foran billigere konkurrenter ved at lægge vægt på bæredygtighed. Det var en kæmpe øjenåbner for mig – der er altså penge i det her."

Johnny Noisen, direktør i Garant Udlejning



Garant Udlejning: Der er konkurrencefordele i cirkulær forretning

Garant Udlejning udlejer værktøj og materiel til professionelle håndværkere og virksomheder i byggebranchen over hele landet. Garant Udlejning har specialiseret sig i dyrt specialgrej, som bruges i kortere perioder.

Fordelen for kunden ligger i, at man ikke behøver investere dyrt i køb af specialgrej til en enkelt opgave eller projekt, men i stedet kan leje hos Garant Udlejning efter behov. Således mindskes også spildet af værktøjer og maskineri i byggebranchen.

> Succes, når ledelsen bakker op

> Udvid dit netværk

> Har du tænkt digitalt?

Virksomhedens grønne rejse

1. INSPIRATION

Garant Udlejning havde allerede en cirkulær forretningsmodel, da virksomheden startede op tilbage i 1993, men fik først i 2010'erne øjnene op for vigtigheden af at italesætte det grønne, da en anden virksomhed vandt et udbud på blandt andet at være bæredygtige.

2. POTENTIALER

Derefter blev de en del af et større netværksprojekt og fik reduceret deres energiforbrug samt fik bedre indsigt i verdensmålene som et forretningsgreb.

3. HANDLING

Garant Udlejning kunne derefter bygge på med konsulenthjælp, der gav dem digitale værktøjer til at øge målbarheden på miljøeffekten af deres værktøj og kunne derved italesætte den miljømæssige forbedring over for deres kunder.

4. SKALERING

Garant Udlejning arbejder nu videre i nye netværksprojekter med blandt andet DTU. Her prøver de at styrke deres digitale profil og ved hjælp af kunstig intelligens optimere lageranvendelse.



Har du tænkt digitalt?

Digitalisering og data kan for mange virksomheder bruges som løftestang for arbejdet med cirkulær økonomi.

Der er store miljømæssige og kommercielle potentialer ved brug af digitale løsninger inden for cirkulær forretningsudvikling. Det kan for eksempel handle om:

- Digitale løsninger, såsom sensorer i produkter, der giver adgang til data om produktets lokation, tilstand og tilgængelighed. Dermed bliver det muligt at forbedre vedligeholdelsen af produktet og det bliver lettere at genanvende produktet som ressource i et nyt produkt senere hen.
- Dataplatforme, som gør det muligt at dele og videresælge produkter med henblik på genbrug. Det bidrager til reduceret forbrug af ressourcer og affald.
- Muligheden for at lease, hvor virksomheder udlejer produkter i stedet for at sælge dem.

To eksempler på data-løsninger

Garant Udlejning har et sofistikeret datafundament i deres forretningsmodel, som gør, at de nemt kan tracke deres værktøjer og kundernes brugsmønstre, så de kan optimere flowet af værktøj og minimere spild hos kunden og dem selv.

Hos Nordic Waterproofing bruger man sensorer i produktionen og forbereder at anvende droner til hurtigt at kunne undersøge eventuelle problemer i tagoverflader med henblik på løbende reparationer og for at undgå vandskader.

> [Læs mere om Nordic Waterproofing](#)

> [Læs mere om Garant Udlejning](#)

"Det gør ikke noget, den første idé har brug for justering, det handler om, at man kommer i gang."

- Carsten Poulsen, digital forretningsudviklingschef, Nordic Waterproofing





Nordic Waterproofing: Vær på forkant med den grønne omstilling

"Digital forretningsudvikling handler blandt andet om hurtigt at få lavet et proof of concept og få det prøvet af i samarbejde med relevante partnere. Man skal ikke lade sig skræmme væk, men turde tage det første spadestik.

- Carsten Poulsen, digital forretningsudviklingschef, Nordic Waterproofing

> Har du tænkt digitalt?

Nordic Waterproofing er leverandør af fugtbeskyttelse til boliger, offentligt byggeri og erhvervsbyggeri.

De opererer hovedsageligt i Norden, men har også salgsorganisationer i Storbritannien, Polen, Tyskland og Belgien. Under Nordic Waterproofing hører en række brands inden for tagdækning og tagmaterialer, heriblandt Phønix Tag Materialer og Hetag Tagmaterialer.

Virksomhedens grønne rejse

1. INSPIRATION

Ledelsen i Nordic Waterproofing oplevede, at der i stigende grad blev sat fokus på de skadelige elementer i byggebranchen, og besluttede, at de ville forbedre dette for deres eget vedkommende.

2. POTENTIALER

Nordic Waterproofing engagerede sig i adskillige grønne netværk i byggebranchen. En kortlægning af forretningen i et bæredygtigheds-perspektiv viste, at der var flere måder, hvorpå virksomheden kunne dokumentere sit grønne aftryk.

3. HANDLING

Nordic Waterproofing fik foretaget feltundersøgelser af produkternes levetid, og fik dokumenteret produkternes bidrag til miljøcertificeret byggeri (DGNB). Og Nordic Waterproofing begynde at produktudvikle ud fra de cirkulære principper.

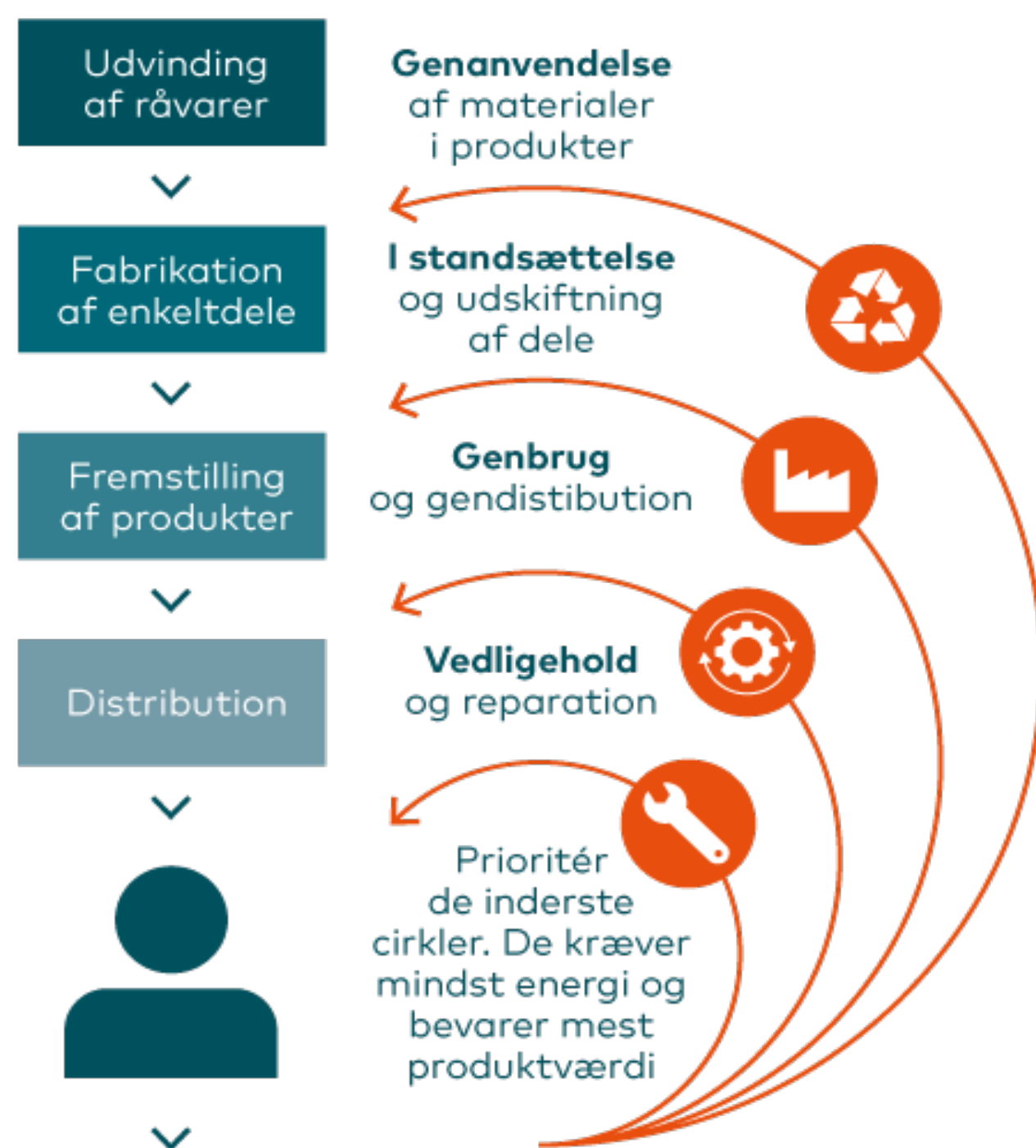
4. SKALERING

Ifølge digital forretningsudviklingschef Carsten Poulsen arbejdes der med at bruge digitalisering som løftestang for cirkulære initiativer. Der tænkes i at bruge droner til at overflyve tagkonstruktioner og afdække behov for reparationer; data til at optimere logistik; og en dataplatform med information, som tagdækker let kan tilgå via en app.

Cirkulære indsatszer



Lineær økonomi vs. cirkulær økonomi



Figur inspireret af Ellen MacArthur Foundation



Luk kredsløbet

Kan du lukke dit ressourceflow og etablere nye kredsløb? Du kan bidrage til at etablere lukkede ressourcekredsløb ved at bruge genanvendte komponenter og materialer i din produktion. Du kan også gøre det muligt at genanvende dine produkter, når de er udtjent, ved at undgå skadelige stoffer og materialer – og ved at sikre, at de er lette at adskille eller lavet af ensartede materialer.

Overvej også om din virksomhed kan etablere en tilbagetagningsordning, hvor jeres produkter – eller dele af dem – kan tages tilbage og indgå i nye produkter.

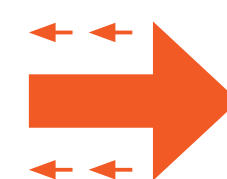


Reducer dit ressourceforbrug

Kan du reducere dit forbrug af ressourcer og medvirke til en mere effektiv brug af dine produkter?

Der er flere måder, som du kan reducere dit forbrug på og undgå spild i produktionen. Du kan for eksempel optimere dit produkt, så det kræver færre ressourcer at producere, vælge miljøoptimeret emballage eller reducere madspild.

Du kan også overveje at give dine kunder mulighed for at leje dine produkter i stedet for at købe dem eller udvikle deleordninger, hvor dit produkt eller service deles af flere.



Forlæng produktlevetiden

Kan du nedsætte ressourceflowets hastighed?

Du kan forlænge dine produkters levetid ved at tilbyde reparation, udskiftning af reservedele og opgraderinger.

Det er også muligt at forlænge produkternes levetid ved at informere dine kunder og produktets brugere om, hvordan de anvender produktet på den mest hensigtsmæssige måde.

Bag om den cirkulære rejse



Hvad betyder cirkulær økonomi konkret for en virksomhed, og hvordan kan man bruge det til at skabe mere værdi? Svarene afhænger af, hvilken type virksomhed der er tale om, hvilken branche den tilhører, og hvilke mål og kompetencer, der findes i virksomheden. Der findes altså ikke én lige vej til at skabe en cirkulær forretning, men mange forskellige veje.

Vi har med dette interaktive kort forsøgt at gøre cirkulær økonomi mere håndgribeligt for de små og mellemstore virksomheder.

Hvordan har vi gjort?

Vi har interviewet i alt ni virksomheder, der er udvalgt på baggrund af deres erfaringer med cirkulær økonomi, deres geografiske beliggenhed og branche. Disse virksomheder har givet indblik i arbejdet med at udvikle cirkulære forretningsmodeller; hvilke grønne tiltag, de har lavet; hvordan bæredygtighed spiller en rolle hos dem; og hvilke beslutninger, de har måttet træffe undervejs.

På baggrund af virksomhedernes bidrag har vi kunnet samle en række generelle råd og ideer, der er relevante for de fleste virksomheder, men også gjort plads til virksomhedernes individuelle rejser, der fungerer som konkrete eksempler på, hvordan man kan gribe den cirkulære forretningsudvikling an.

De ni virksomheder

- Better World Fashion
- Focus Lighting
- Garant Udlejning
- Højer Møbler
- Lehnsgaard
- Nordic Waterproofing
- Schæffergården
- Sv. Michelsen
- Tripplex

De fire faser

På baggrund af interviewene kunne vi konkludere at rejsen mod cirkulær forretningsudvikling ofte går gennem fire faser: Inspiration, potentialer, handling og skalering.

1: Få inspiration til cirkulær forretningsudvikling

I denne fase vækkes virksomhedens interesse for cirkulær forretningsudvikling. Måske hører virksomheden om andre i netværket, der har succes med det, eller læser en artikel om cirkulær innovation i branchen.

2: Find de cirkulære potentialer

Virksomheden er begyndt at undersøge, hvordan en cirkulær forretningsmodel kan være værdiskabende. Det kan være igennem partnerskaber, pilotprojekter med kommuner, vidensinstitutioner eller andre virksomheder.

3: Gør ord til handling

Virksomheden har afdækket de cirkulære styrkepositioner og skal til at investere og implementere. Det kan være omlægning af leverandørnetværk, der kan sikre bedre flow af genbrugsmaterialer; investering i maskineri og anlæg, så virksomheden kan reparere produkter selv eller uddannelse af medarbejdere, så de kan yde en bestemt service med udgangspunkt i de cirkulære principper.

4: Sådan sikrer du den cirkulære forankring

Virksomheden arbejder for at forankre den cirkulære innovation i virksomheden og skalere initiativerne. Det kan eksempelvis være via deltagelse i nye projekter, tilføjelse af flere produkter lavet af genbrugsmaterialer til produktporteføljen, eller udvikling af nye ydelser med udgangspunkt i de cirkulære principper. Forankringen af cirkulær økonomi kræver en stærk forankring på ledelsesniveau.

Kilder

- "Vidste du at!": McKinsey, Concito
- Model for lineær vs. cirkulær økonomi: Ellen MacArthur Foundation
- Cirkulære indsatser og forlænget produktlevetid: Bæredygtig Produktion 3.0 ved Arne Remmen og Michael Søgaard Jørgensen, Aalborg Universitet

Erhvervsstyrelsen i samarbejde med Gate 21

Erhvervsstyrelsen har udarbejdet brugerrejsen i et samarbejde med Gate 21. Gate 21 er et partnerskab mellem offentlige og private aktører i Greater Copenhagen, der arbejder for det fælles mål at accelerere den grønne omstilling og vækst.