



**Fokuseret værdikæde**  
**Virksomhedscases fra hold 2**

9. maj 2019 kl. 13.00 – 13.20

**Anders Chr. Haahr – [ach@milestone-pro.dk](mailto:ach@milestone-pro.dk)**

# Præsentation

---

## Milestone Pro

Vi udvikler din forretning, bæredygtighed og ledelsessystem – og løfter din indtjening!



### Cirkulær økonomi

- Screening/kortlægning
- Road map/udviklingsplaner
- Nye, bæredygtige forretningsmodeller
- Miljømærker fx Cradle to Cradle
- FN's 17 verdensmål
- CSR-indsats/-rapportering

### Udvalgte kunder

- ELSK ApS
- Højer Møbler A/S
- Tindskard
- Superwood A/S
- Petersholm
- Linatech A/S
- Abrella ApS
- KE Fibertec A/S
- Aalborg Portland A/S
- Nordjyllandsværket
- De Grønne Ambassadører

# Præsentation

## Vores indsats vedr. FN's verdensmål



- Gå-hjem møder
- aktions-learning workshops og kurser
- Praktikanter



- Vores ydelser har fokus på at skabe økonomisk vækst gennem:
- Strategiudvikling
  - Forretningsudvikling
  - Salgsudvikling
  - cirkulær økonomi
  - strategiske ledelsessystemer m.v.



- Vi bidrager til innovation samt ansvarligt forbrug og produktion gennem projekter og kundeopgaver om:
- Cirkulær økonomi
  - FN's 17 verdensmål
  - Cradle to Cradle.



- Vi bidrager til et ansvarlig forbrug gennem reduktion af eget ressourceforbrug til transport, som er vores vigtigste miljøpåvirkning, gennem:
- Cykeltransport i Aarhus
  - Brug af offentlig transport

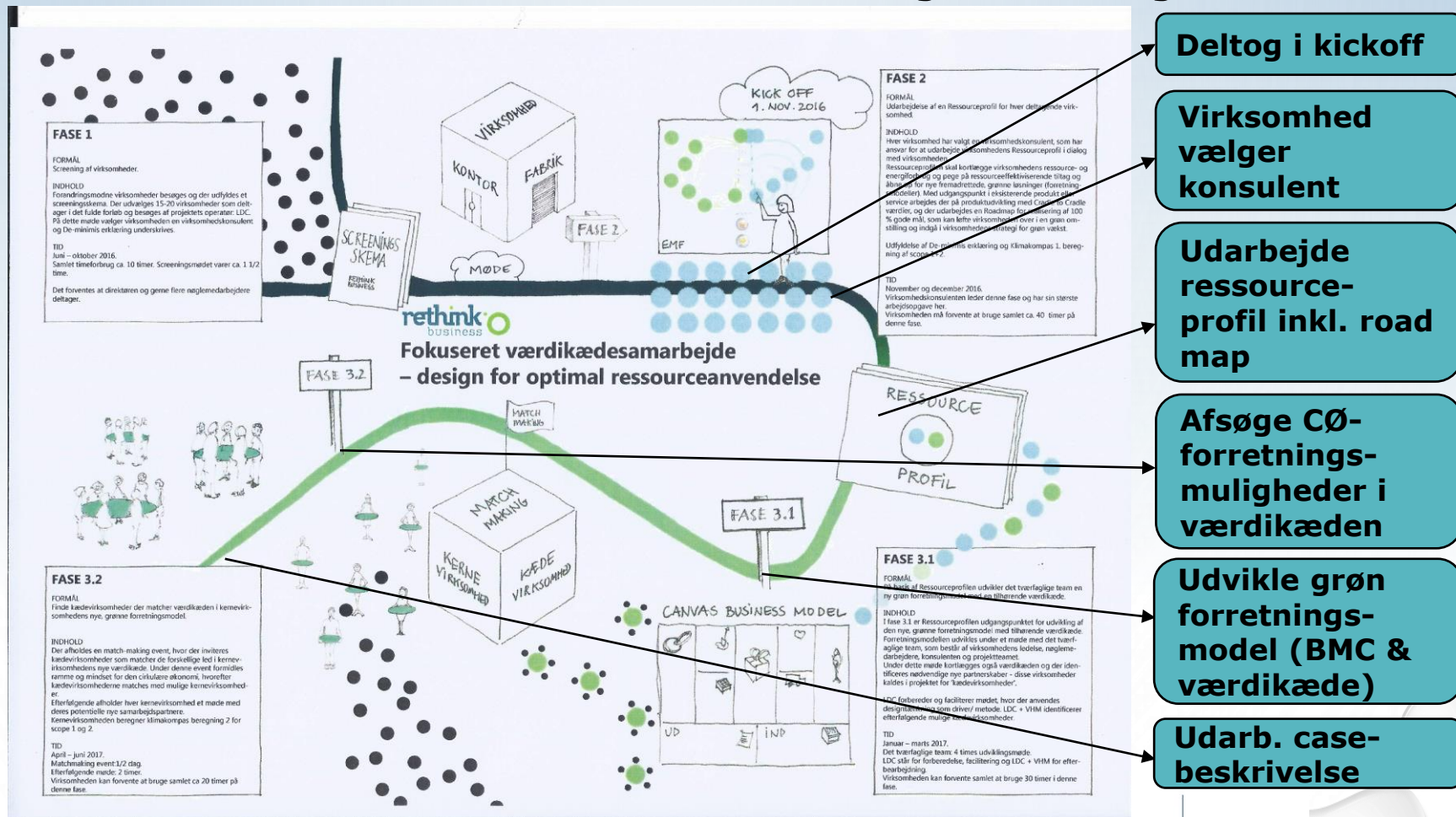


- Vi indgår partnerskaber/samarbejder med vores kunder og partnere om at inspirere til og deltage i udviklingsprojekter, konferencer, kurser og kundeopgaver inden for bæredygtighed og cirkulær økonomi.



# Fokuseret værdikædesamarbejde

## Fokuseret værdikædesamarbejde - Rejsekort



# Fokuseret værdikædesamarbejde

---

## "Vores" 5 virksomheder på hold 2

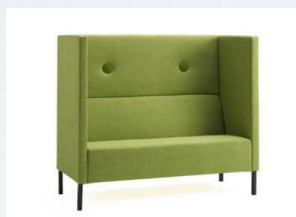
ELSK ApS



Superwood A/S



Højer Møbler A/S



Petersholm



Tindskard



# Fokuseret værdikædesamarbejde

---

## Virksomhedernes udgangspunkt

- Bæredygtighed ligger ofte i virksomheds-DNA
- Bæredygtighed er et strategisk fokusområde
- Den bæredygtige indsats er ikke nærmere defineret og savner mål og retning
- Stor motivation, engagement og ledelsesinvolvering til indsatsen
- Ønske om at gøre bæredygtighed til et bedre/unikt selling point fx gennem miljømærker
- Ønske om at opnå/fastholde en position som first mover på markedet (disrupte branchen)
- Bæredygtighed skal være en platform for øget branding/ story telling
- Bæredygtighed skal reducere fodaftryk/klimapåvirkninger





# Fokuseret værdikædesamarbejde

---

## Superwood A/S

- Grundlagt i år 2000, ca. 25 medarbejdere, oms. ca. 40 mio.
- Anvender kun FSC-certificeret træ fra især Sverige
- EU's miljøpris i 2002 for sin grønne imprægnerings-teknik til grantræ.
- Verdens eneste anlæg, der kan gennemimprægnerer gran ved at superkritisk kuldioxid anvendes til at transportere imprægneringsmiddel ind i træet
- "verdens bedste bræt"-vision til fx facadebeklædning
- Strategi om at lave et highend, kundetilpasset produkt, som det mest kendte brand i Danmark og top tre i Norge og Sverige
- Salg til Stark, Bygma og XL m.fl.
- Slutbrugere, tømrere og arkitekter bearbejdes via bl.a. TV og So-Me
- Ny forarbejdningslinje, hvor brædderne kan konfektioneres i forhold til kundernes ønsker
- Læs mere på [www.superwood.dk](http://www.superwood.dk)



# Fokuseret værdikædesamarbejde

---

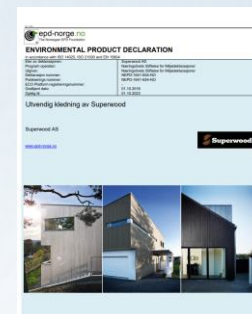
## Superwood A/S

### Fokus

- Udvikle nyt testcenter "living lab" til at designe facadeløsninger ud fra kundekrav
- Tilbyde uimprægneret træ til områder uden behov (fx under stern)
- Projekt med at udfase biocider – først finde og teste en mere miljøvenlig biocid
- Udfase brugen af al olie fx til dieseltrucks
- Reducere plastforbrug til emballage internt og eksternt
- Selv oprense spildevand fra maleanlæg og få leveret maling i tanke
- Gennemgå intern og ekstern værdikæde for flere miljøpotentialer
- Få en EPD godkendelse i Norge og generelt, - på sigt Cradle to Cradle

### Resultater

- Opnået norsk og international EPD – og indsats for nyt miljømærke
- Flytter norsk produktion til Danmark – lavere spild-% og mindre transport
- Meget tæt på at opnå CO<sub>2</sub>-neutralitet (mangler en dieseltruck)
- Udviklet ny hegnsløsning baseret på genanvendelse af træspild
- Ny web-side lanceres nu – meget mere fokus på bæredygtighed
- Ny profilering gennem TV-reklamer i DK, Norge og Sverige
- Oplever stor vækst og en stærkt stigende omsætning






# Fokuseret værdikædesamarbejde

---

## ELSK ApS

- Etableret i 2013, 4 medarbejdere
- Modebrand inspireret af sine rødder i Thy med stærkt fokus på bæredygtighed
- Designer og sælger herre- og dametøj via web-shop og ca. 50 danske butikker
- Kvalitetsprodukt som
  - belaster miljøet mindst muligt og har lang levetid
  - produceres i sunde materialer, nemme at genanvende og som giver value-for-money
- Med i 1 % for the Planet – global organisation, støtter fx Plastic Change
- Med i 2020 Circular Fashion System Commitment, der stiller krav om cirkulære designprincipper og genanvendelse
- Læs mere på [www.elsk.com](http://www.elsk.com)











WE ARE NOT DOING THIS  
FOR THE MASSES   
WE ARE DOING IT FOR YOU



## ROAD MAP

1. Milepæl: 

	2018	2019	2020	De 100% Positive Mål 2023
<b>100% Positive Mål</b>				
<b>Materialesundhed</b> 	Få 1 T-shirt og 1 skjorte Svanemærket. Anvende cirkulære designprincipper på min. 20 % af kollektionen. Teste genanvendt materiale	Anvende cirkulære designprincipper på min. 40 % af kollektionen. 20 % af kollektionen består af nye bæredygtige materialer (genanvendte/nye)	Anvende cirkulære designprincipper på min. 70 % af kollektionen. 30 % af kollektionen består af nye bæredygtige materialer	Opnå en GOTS certificering Sikre at min. 70 % af kollektionen lever op til kravene i Svanemærket
<b>Materialegenanvendelse</b> 		Min. 10% af vores kollektion er lavet af genbrugte tekstilfibre efter forbrugere og producenter. Substituere nuværende plast om modtagne varer til en bioplast	Min. 20% af vores kollektion er lavet af genbrugte tekstilfibre efter forbrugere og producenter. Tilbyde kunder mulighed for at genbruge brugt tøj gennem tøjindsamlingsordning. Brugt tøj bliver gendelt på vores web-side. Fastlægge nye mål vedr. CFSC	
<b>Ren energi</b> 	Undersøge muligheder for at kompensere CO2 fra fjernvarmen	Blive 100 % CO2-neutrale		Opretholde 100 % ren energi
<b>Rent vand</b> 		Udarbejde og indføre Code of Conduct krav til leverandører bl.a. med krav vedr. vand		Sikre at bomuld kommer fra marker med optimeret vandingsystem
<b>Social ansvarlighed</b> 	Komme i gang med at hjælpe en potentiel producent i Indien med at udvikle produktionen, så den lever op til vestlige standarder. Fortsat deltage i 1% for the Planet samt etablere samarbejde med modtagere om gensidig synergi.	Udarbejde og indføre Code of Conduct krav til leverandører bl.a. med krav vedr. mindsteløn. Fortsat deltage i 1% for the Planet samt etablere samarbejde med modtagere om gensidig synergi.	I 2020 vil 70% af omsætningen på brugt tøj blive givet til NGO'er, der arbejder med miljøbeskyttelse. Min. 25 % af produktionen er Fairwear eller Fairtrade certificeret. Gennemføre første testproduktion ved producent i Indien. Fortsat deltage i 1% for the Planet samt etablere samarbejde med modtagere om gensidig synergi.	Fortsat deltage i 1% for the Planet samt etablere samarbejde med modtagere om gensidig synergi.
<b>Emballage</b> 		Substituere nuværende plast om modtagne varer til en bioplast	Alt udsendt materialer (pap og papir) er produceret af genanvendte materialer	Kun anvende genanvendte emballagematerialer
<b>Affald</b> 				
<b>Transport</b> 				
<b>Academy</b>	Tydeliggøre ambitioner ved at offentliggøre Roadmap og anvendte leverandører (fabrikker og transportører)		Total transparens vedr. alle anvendte materialer inkl. fordele og ulemper ved materialer og produktionsmetoder	Total transparens

# Fokuseret værdikædesamarbejde

---

## ELSK ApS

### Fokus

Vil gerne gå fra at gøre det bedst mulige til at sætte nye standarder for, hvor bæredygtigt tøj kan produceres:

- Svanemærkning af udvalgte produkter
- Cirkulær designprincipper bl.a. genanvende tekstilfibre
- Substituere plastemballage
- Hjælpe en producent i Indien i gang
- Transparens vedr. leverandører og Road Map
- CO<sub>2</sub>-neutralitet og Code of Conduct
- Ønsker ikke alene at sælge tøj, men også sine værdier

### Resultater

- Forbedret storytelling – CØ har styrket fortællingen
- Forbedret transparens – fx videoklip fx på Instagram/Facebook fra besøg ved ELSK's bomuldsdyrkere og producenter bl.a. i Tyrkiet
- Har nyligt revideret i Road Map og fx medtaget en række små forbedringer vedr. mærkning, emballage m.v.
- Sept. 2018 lanceret sine første trøjer og T-shirt i recycled garn
- Omsætningsvækst det senest år > 40 %





# Fokuseret værdikædesamarbejde

---

## Højer Møbler A/S

- Ca. 20 medarbejdere
- Udvikler og producerer møbler til undervisning - motto "Rum i bevægelse"
- Produkter bygger på funktionelle, inspirerende og innovative løsninger,
- Skabe optimale forudsætninger for læring og erfaringsudveksling
- SKI-leverandør
- Sælger primært til danske folkeskoler, men har også eksport til bl.a. Sverige
- Vundet udbud af skolemøbler i Aalborg Kommune med nye CØ-krav (pris for udbud)
- Bæredygtighed er en del af virksomhedens DNA og bestyrelsesformand Jens Højer er også formand for NBEN
- Er kvalitets-, miljø- og arbejdsmiljø-certificeret og har en FSC-certificering
- Læs nærmere på [www.hojermobler.dk](http://www.hojermobler.dk)



# Fokuseret værdikædesamarbejde

---



## Højer Møbler

### Fokus

- Koncentreret 5 ugers udviklingsforløb med hele ledergruppen
- Indføre ECO-rating i alle udviklingsprojekter og inddrage leverandører heri
- Implementere Aalborg-udbud med genanvendelse af gamle skolemøbler i praksis - og arbejde for tilsvarende udbud
- Kigge på behandling af lastbilchauffører, tage folk i arbejdspraktik og samarbejde med Uni-studerende
- Kommunike kundefordele ved bæredygtighed internt og eksternt

### Resultater

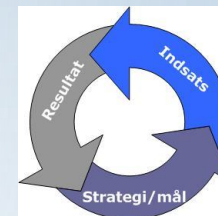
- Opnået fælles forståelse og viden om bæredygtighed og betydning
- Styrket profilering og budskaber om bæredygtighed – fået nye kunder, interessenter
- Arbejder på at få andre kommuner til at medtage CØ som indkøbskriterium
- Arbejder på at få folkeskolerne til at efterspørge CØ ved indkøb bl.a. ved at genbrug af skolemøbler kan medføre økonomi til opgradering af flere klasselokaler
- Har videreudviklet på Road map og bl.a. medtaget FN's verdensmål
- Praktikant har afklaret kundeinteresse for indretningsforslag med brugte skolemøbler
- God omsætningsvækst de sidste 2 kvartaler

# Fokuseret værdikædesamarbejde

---

## Læring fra projekterne

- Skal gennemføres med udgangspunkt i den enkelte virksomheds situation, behov og ønsker
- CEO/ledergruppe og nøglepersoner skal deltage (organisatorisk commitment og forankring)
- CØ-indsatsen skal understøtte/stemme overens med virksomhedens visioner og strategi
- CØ skal "oversættes" til virksomhedens kultur og sprog – og gøres konkret i forhold til virksomhedens kontekst
- CØ-indsatsen skal fokusere på alle 3 P (Profit – Planet – People) – ikke alene Planet
- Alle virksomheder er i gang med at realisere deres planer – inden for de ressourcemæssige muligheder
- De små virksomheder savner støtte til realiseringen





# Fokuseret værdikædesamarbejde

---

## Generelt udbytte fra projekterne

- Fundet eget ståsted i forhold til bæredygtighed (forståelse, status, visioner/mål, planer)
- Ny/udbygget forretningsmodel med fokus på forbedringer (fra lineær til cirkulær)
- Set nye forretningsmuligheder (offensiv tilgang) og/eller begrænsning af risici (disruption)
- Bedre profilering/storytelling bl.a. gennem opnåelse af troværdige miljømærker
- Alle er blevet bedste om deres CO<sub>2</sub>-påvirkning – og flere ønsker at blive CO<sub>2</sub>-neutrale
- Planer for CØ-indsatsen – flere går hurtigere frem
- Alle oplever fremgang i omsætning/vækst
- Svært at afgøre markeds-mæssige og økonomiske effekter på kort sigt – men alle tror på det

