



Erhvervshusene



Danmarks
Erhvervsfremmebestyrelse

DEN EUROPÆISKE UNION
Den Europæiske Socialfond



Finansieret som et led i EU's reaktion
på COVID-19-pandemien

Vi investerer i din fremtid

Iværksætterens vej til at være bedst for verden

Værktøjskasse 2



zeal

Iværksætter-
danmark

INDHOLD

00

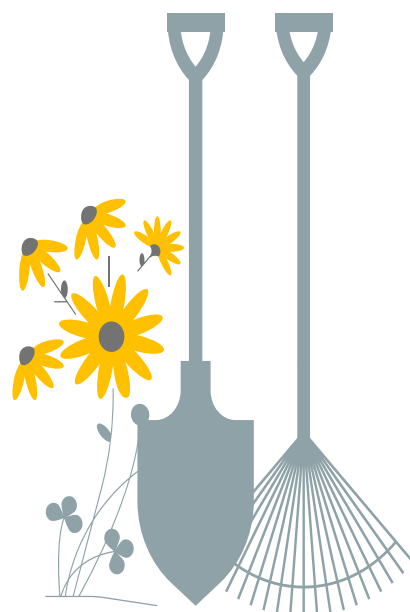
LILLE ORDBOG

- HVILKE BEGREBER SKAL JEG KENDE?
-

02

KEND DIT VERDENSMÅL

- FORSTÅ PROBLEMET
 - ZOOM IND PÅ OPGAVEN
-



Erhvervshusene



Danmarks

Erhvervsfremmebestyrelse

DEN EUROPÆISKE UNION
Den Europæiske Socialfond



Finansieret som et led i EU's reaktion
på COVID-19-pandemien

Vi investerer i din fremtid

00 Lille ordbog:

Hvilke begreber skal jeg kende?

"Jeg vil gerne bidrage til den grønne omstilling ved at etablere en grøn virksomhed, som bruger grøn transport (cykler og offentlige transportmidler) og køber miljøvenlige kontorartikler." (Iværksætter fra et NextStep-forløb)

'Bæredygtige' og 'grønne' tiltag er på top-4 over de mest hyppige tiltag nævnt i handlingsplanerne fra 1767 iværksættere, som alle har været en del af Iværksætterdanmarks NextStep-forløb. Det er uden tvivl rigtigt gode tiltag, men ordene 'bæredygtig' og 'grøn' er uspecifikke og favner bredt, hvilket gør det svært for modtageren at vide, hvad der reelt henvises til.

Derfor er det en god idé at være mere præcis, når du som iværksætter skal sætte ord på din indsats for den grønne omstilling. Det er det en stor fordel at blive klædt på til at forstå, hvad de mest brugte betegnelser inden for bæredygtighed dækker over, så du kan bruge dem i den rette kontekst.

Bæredygtig udvikling

På dansk blev ordet *bæredygtig* oprindeligt brugt om frugttræer. Når et træ var bæredygtigt, betød det, at det nu var modent nok til at bære frugt. Når man sagde at æbletræet var bæredygtigt, betød det at det kunne give æbler – både denne sommer og den næste.

I 1987 udgav FN Brundtland-rapporten 'Vores Fælles Fremtid', der definerer bæredygtig udvikling som "*en udvikling, som opfylder de nuværende behov, uden at bringe fremtidige generationers muligheder for at opfylde deres behov i fare*". Den definition har FN arbejdet med siden da, og i 2015 er det da også denne definition, der ligger til grund for FN's 17 Verdensmål for Bæredygtig Udvikling. De 17 Verdensmål berører verdens økonomiske, menneskelige og miljømæssige udfordringer, som vi skal finde løsninger på, før vi kan opnå en bæredygtig verden.

Verden er ikke bæredygtig i dag, og det er din virksomhed og produkt heller ikke. Men dit produkt eller din løsning kan bidrage til at bevæge verden i en bæredygtig retning. Din virksomhed kan være en del af en udvikling, som opfylder denne generations nuværende behov uden at bringe fremtidige generationers muligheder for at opfylde deres behov i fare.



Miljø

Miljøet omfatter hele det naturlige økosystem herunder klimaet, havet, jorden, ferskvandssystemet, ozonlaget osv.

Forskere har defineret ni grænser som tilsammen udgør det miljømæssige loft for planeten. Grænserne beskriver den belastning som planeten kan holde til inden for hvert af de ni områder. Områderne er:

- Klimaforandringer
- Tab af biodiversitet
- Omlægning af jordbrug
- Ferskvandsmangel
- Kvælstof- & fosforbelastning
- Forsuring af havene
- Luftforurening
- Udtynding af ozonlaget
- Kemisk forurening

Ønsker vi at bevare planetens naturlige balance, skal vi holde os inden for det miljømæssige loft.

Klima

Klimaforandringer udgør én af de planetære grænser.

Klimaet er planetens system, som holder temperaturen på det helt rigtige niveau for en levedygtig planet.

Lige som din krop skal holde sig under 40 grader (for at undgå at alle organer i din krop fejler), må planeten ikke stige mere end 2 grader for ikke at risikere at jordens øvrige systemer kollapser.

Den planetære grænse for klimaforandringer beregnes ved niveauet for CO₂- og metan-udledninger.

Grøn omstilling

Grøn omstilling er den danske betegnelse for de tiltag, som har til formål at afværge, begrænse eller udskyde følgerne af den globale opvarmning.

Omstillingen drejer sig hovedsagelig om at nedbringe den menneskeskabte udledning af drivhusgasser, dels ved at udfase brugen af fossile brændstoffer og i stedet basere energiforsyningen på vedvarende energi, og dels ved at fjerne kuldioxid og andre drivhusgasser fra atmosfæren, f.eks. ved skovrejsning.

Grøn omstilling omfatter også ændringer i adfærd mht. forbrug, f.eks. mere genbrug eller mere skånsom produktion, samt en ændret indstilling til vækst, som i fremtiden skal handle om andet og mere end økonomisk vækst.

Succeskriteriet for den grønne omstilling er en global temperaturstigning på maksimalt 2° C, og meget gerne 1,5° C, som vedtaget af 195 lande på Klimakonferencen i Paris i 2015.

Den grønne omstilling anses af mange for at være det 21. århundredes største udfordring for menneskeheden. Hvis vi lykkes med den grønne omstilling, reduceres risikoen for at den globale opvarmning kommer til at ødelægge menneskets livsbetingelser på jorden.

Der kan være mange andre nye begreber at forholde sig til, når du arbejder med grøn omstilling i din virksomhed. Derfor er det en god idé løbende at orientere dig i virksomhedsguidens ordbog, når du møder ord, som du er i tvivl om: [Begreber om bæredygtighed - Se dem her | Virksomhedsguiden](#)

02 Kend dit Verdensmål



Denne værktøjskasse hjælper dig med at fokusere og målrette din indsats. Det sparer tid og penge at være fokuseret – og samtidig er det også nemmere at kommunikere og markedsføre dine tiltag, når du målretter din indsat mod ét område, som giver mening for din virksomhed og for dine kunder. Dét giver et positivt afkast på både den økonomiske og den miljømæssige bundlinje.

Forstå problemet

Global opvarmning, naturkatastrofer, tørke og oversvømmelser er symptomerne på at miljøet er under stort pres. Øgede flygtningestrømme, ustabile leverandørkæder, borgerkrige, prisstigninger, mangel på fødevarer og meget mere er alt sammen konsekvenser af, at vores samfund ikke fungerer optimalt, når det naturlige økosystem ikke er i balance.

Derfor er opgaven for iværksættere som vil arbejde strategisk med den grønne omstilling at redesigne, retænke, og reparere vores måde at producere, fremstille, transportere produkter og services på. Vi skal drive virksomhed og designe forretningsmodeller med det formål **både** at skabe værdi for samfund og planet **og** økonomiske profitable virksomheder.

FN's 17 Verdensmål er verdenssamfundets beskrivelse af verdens største problemer, som skal løses for at opnå et bæredygtigt samfund. De beskriver det globale økosystem, som vi alle er en del af; hvor mennesker er aktører, de økonomiske forudsætninger er drivkraften, og miljøet er de naturlige ressourcer. Derfor er din nuværende forretningsmodel allerede en del af systemet, som du bidrager til både positivt og negativt med dine aktiviteter.

Arbejder du med den grønne omstilling i din forretningsmodel, kan din løsning være med til at skubbe systemet tilbage i balance. Uanset din virksomheds størrelse, kan du bidrage til den udvikling, som opfylder denne generations nuværende behov og gør det muligt for fremtidige generationers at få opfyldt deres behov. Alle bidrag – både store og små – gør en forskel.

Start med at kigge grundigt ind i Verdensmålene og forstå hvor din virksomhed kan have en positiv effekt. Det handler ikke om at få fuld plade i Verdensmåls-bingo, men om at finde ind til kernen af det konkrete mål, hvor du kan gøre en forskel med din virksomhed:



Læs om alle FN's Verdensmål og delmål [her](#).

Det er naturligt at tænke at din virksomhed påvirker flere af verdensmålene. Det gør den uden tvivl også i den daglige drift af virksomheden, men strategisk er det vigtigt at fokusere din indsats skarpt, så alle investerede ressourcer får den størst mulige effekt.

For at finde dit fokus er det afgørende, at du kommer helt ned i det konkrete delmål, som din virksomheds aktiviteter, produkt eller service bidrager med en løsning til. Jo bedre du forstår, hvordan din løsning er en brik i et større puslespil af løsninger til verdens største problemer, jo mere strategisk kan du arbejde med dit bidrag. Det hjælper også til at prioritere dine handlinger, så du ikke fortaber dig i detaljer, som ikke bidrager til det overordnede formål.



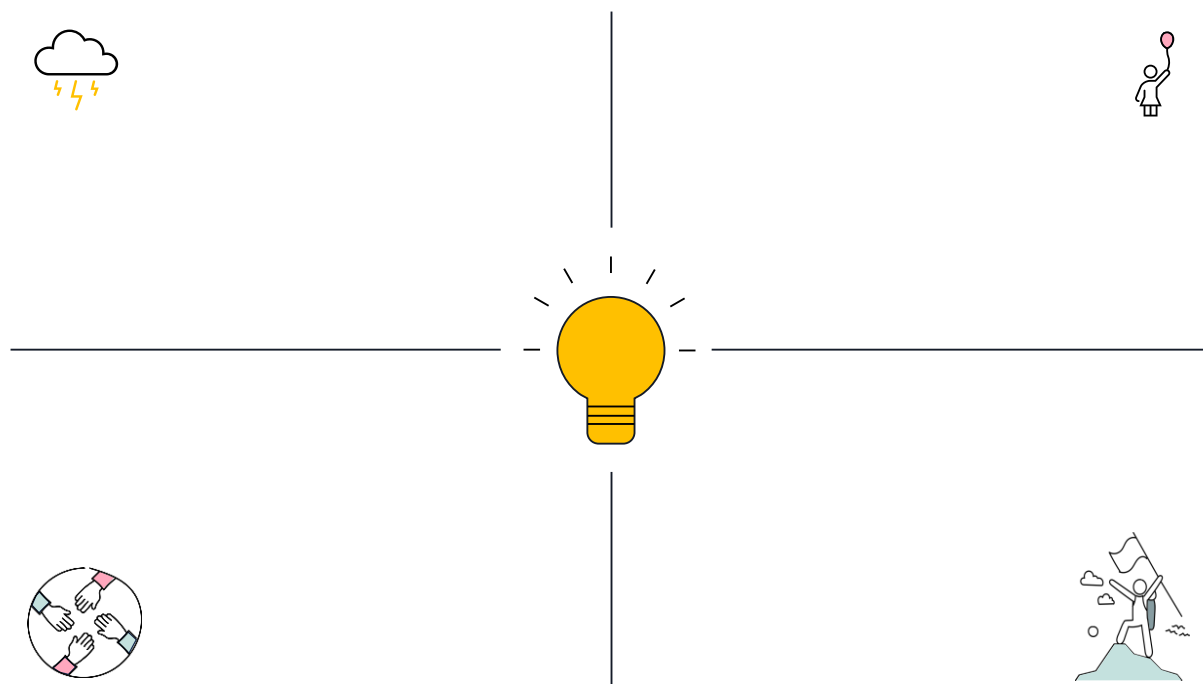
Langt de fleste iværksættere fra Iværksætterdanmarks NextStep-forløb nævner enten mål 12 (Ansvarligt forbrug & produktion) eller mål 13 (Klimaindsats), som deres fokus. Et godt eksempel på, hvordan man kan arbejde med verdensmål 12 er [Bakano](#). Virksomheden drives af Astrid og Wilmar, som syr lædertasker af læder, som har haft et tidligere liv som f.eks. jakke, sofa eller bukser. Deres produkter får kunderne til at være bevidste om, hvor materialerne kommer fra – og hvor de skal hen, når de går i stykker eller kunden ikke bruger produktet længere. Det opfordrer både til ansvarligt forbrug og ansvarlig produktion af nyt. Find flere eksempler på store og små virksomheder, som arbejder med verdensmålene [her](#).

Zoom ind på opgaven

Når du er blevet skarp på, hvilket af verdens største problemer, din virksomhed bidrager med en løsning til, skal du ud at foretage en grundig undersøgelse af hvordan problemet udfolder sig i dit økosystem. Selvom Verdensmål lyder fjernt, manifesterer problemerne sig nemlig ofte som synlige symptomer og/eller årsager i vores nærmiljø.



Udfyld Job-to-be-Done modellen, som kortlægger de forbindelser, som sikrer at din indsats har størst mulig effekt.



1. Start i øverste venstre hjørne og beskriv problemet, som din virksomhed adresserer. Beskriv gerne både problemets symptomer (f.eks. store mængder affald) og problemets årsag (f.eks. forbrug). Astrid og Wilmar kan gå i genbrugsbutikker og på affaldsstationer og se, hvor meget læder der smides ud eller sælges videre som slidte jakker, sofaer osv. De kan også se på hvor meget nyt læder, der sælges i Danmark i dag, og regne ud hvor mange ressourcer det koster; hvor mange dyr og hvor mange kemikalier, det kræver.
2. Gå derefter ned i venstre hjørne og beskriv, hvordan succes ser ud for alle dine interessenter. Hvad er målsætningen, hvornår lykkes du? Astrid og Wilmars kunder vil købe læderprodukter af høj kvalitet med god samvittighed. Derfor investerer Bakano tid i at få produkterne til at se ud som 'nye' – så kunderne går derfra med følelsen af at have købt noget unikt. Målsætningen for succes for dem selv kunne være at skalere deres koncept til hele landet, eller lære andre, hvordan de også kan lave en virksomhed med en cirkulær forretningsmodel.
3. I øverste højre hjørne skal du beskrive, hvem du løser problemet for/hvem, der køber din løsning/hvem, der har behov for dit produkt/service. Hvad kendetegner din målgruppe? Astrid og Wilmar sælger til mode- og klimabevidste kvinder og mænd, som gerne betaler det samme eller mere for en ny taske af recirkuleret læder, som de ville betale for en taske af ny læder. Jo mere præcist du kan beskrive dit publikum, jo nemmere og billigere bliver det at kommunikere og markedsføre din løsning.
4. Nederst i højre hjørne beskriver du til sidst, de løsninger, som du er inspireret af og hvordan de er en del af løsningen. Astrid og Wilmar kan finde inspiration i både ind- og udland fra andre ildsjæle som laver modeprodukter af rest- og spildmaterialer. Måske findes der ingen, som gør helt som du gør, men der findes uden tvivl virksomheder, som gør noget lignende. Kig gerne uden for landets grænser, uden for din produktkategori, uden for din branche. Den bedste inspiration findes, hvor du mindst venter det.



[Find](#) inspiration fra virksomheder inden for eller uden for din branche/produktkategori, som arbejder strategisk med grøn omstilling.

Når modellen er udfyldt, kan du bruge den til hele tiden at blive klogere på:

- Hvordan problemet ser ud for dem, du løser det for = Er der perspektiver, som du bør blive klogere på? Indsigt, som du endnu ikke har? Har du en lige så stor forståelse for problemets årsag, som dets symptomer?
- Hvordan succes ser ud for dine interessenter = Er der perspektiver, som du bør blive klogere på? Indsigt, som du endnu ikke har? Interessenter, som du endnu ikke har tænkt ind?
- Hvem din målgruppe er = Udvikler din målgruppe sig? Ændrer den sig? Hvordan sikrer du, at du ikke har tunnelsyn eller bias ift. hvem, der er din målgruppe?
- Hvem løser samme eller lignende problemer som dig = Dukker der nye løsninger op? Er det nogen du skal samarbejde med? Lade dig inspirer af? Hvem lykkes ikke og hvorfor?

Opdatér modellen efterhånden som du bliver klogere, og gør dig selv den tjeneste at lade dig udfordre på, hvad du tror du ved, ved at teste dine antagelser hyppigt.

Problemet som din virksomhed bidrager med en løsning til, bør være det essentielle omdrejningspunkt for din forretningsudvikling og et helt centralt værditilbud i din forretningsmodel.



Jo skarpere din forståelse for problemet er, jo bedre kan du udvikle din løsning og jo mere strategisk kan du arbejde med den grønne omstilling.