

# FÅ TOP-EJERSKAB OG ALLE MED PÅ REJSEN

Sørg for ejerskab/forankring højt oppe i virksomheden - både strategisk og i forhold til hvilke funktioner/medarbejdere, der skal involveres. Prioriter arbejdet og sørg for at allokere ressourcer til det.

Her vises 9 roller, som er vigtige i arbejdet med virksomhedens CO2-kortlægning og klimastrategi. Flere roller kan besættes af samme person.

## TOPLEDELSEN



Direktionen skal inddrages fra starten af projektet for at sikre, at projektet forankres i virksomheden. Det er vigtigt, at der skabes en fælles forståelse for at projektet er afgørende for virksomhedens fremtidssikring og konkurrencedygtighed og at projektet indgår som en central del af strategiprocesen.

## DATA-ANSVARLIG



Det anbefales at gøre én person til data-ansvarlig. Den data-ansvarlige skal sikre overblik over 1) hvilke data, som skal indsamles og 2) hvem der har adgang til disse data. Hertil skal den data-ansvarlige kommunikere med projektets interessenter i dataindsamlingsprocessen, heriblandt: Indkøbs-ansvarlig, Økonomi/Bogholderi, Produktions- og/eller design-ansvarlig

## INDKØBS- OG/ELLER REGNSKABS-ANSVARLIG



Økonomi- og indkøbsafdelingen er afgørende i dataindsamlingsprocessen, da CO2-kortlægningen i høj grad baseres på forbrugs- og indkøbsdata som en central del af strategiprocesen.

## PRODUKTIONS- OG/ELLER DESIGN-ANSVARLIG



Ved udvikling af reduktionstiltag skal den produktions- og design-ansvarlige bidrage med indsigter og muligheder ift. produktionsudvikling.

## PROJEKTLEDER



Projektlederen skal koordinere forløbet, definere og involvere de relevante roller og sikre fremdrift.

## HR-ANSVARLIG



HR skal bidrage med indblik i hvordan klimastrategiarbejdet kan have betydning for rekruttering og branding af virksomheden.

## KOMMUNIKATIONS-ANSVARLIG



For mange virksomheder kan arbejdet med CO2-kortlægning og klimastrategi være med til at styrke virksomhedens brand og markedsføring. Derfor er det centralt at inddrage den kommunikationsansvarlige. En vigtig pointe i klimakommunikation er at kommunikere processen mod målet fremfor målet alene – inddrag jeres kommunikation, så de har indblik i processen.

## MEDARBEJDEREN PÅ PRODUKTIONSGULVET



Medarbejderen på produktionsgulvet kan være afgørende i reduktionstiltag (effektivisering, elektrificering, omstilling), proces og/eller produkt innovation, mm.

## MARKEDS- OG/ELLER SALGS-ANSVARLIG



Medarbejderen skal bidrage med indsigter om udviklingen i markedet, og hvad kunderne forventer af klimamålsætninger, produkter og ansvarlighed på nuværende tidspunkt og i fremtiden



Scan QR-koden for at besøge inspirationsuniverset til Klimaklar SMV