

INSPIRATIONSKATALOG



Den grønne omstilling i danske
**produktions-
virksomheder**

Regeringens
klimapartnerskaber



PRODUKTIONSVIRKSOMHED

Design

Essensen

Foto

Unsplash, iStock

©Marts 2022

Udarbejdet for Regeringens Klimapartnerskab for Produktion af Deloitte og Kraka Advisory. Undersøgelsen er finansieret af Dansk Industri, Fremstillingsindustrien og Industriens Arbejdsgivere i Danmark

Indhold

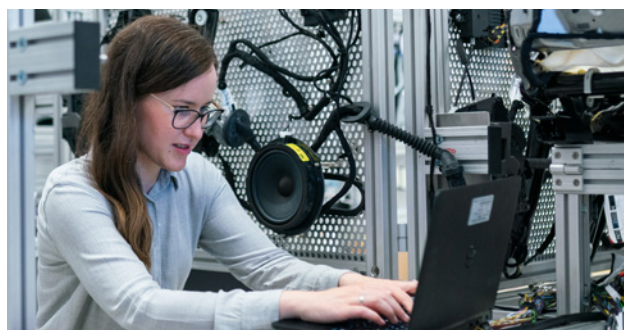
Hovedbudskaber	4
Læs hvordan virksomheder som din egen har fået succes med den grønne omstilling	6
Virksomhederne i inspirationskataloget	7
Cases	
01 Nopa Nordic: Trygt, grønt og godt: Vi tror på, at det kan lade sig gøre, og at business casen er god	8
02 Magnus Olesen: Fokus på at produktkomponenter kan adskilles og udskiftes forlænger levetiden betragteligt	10
03 Hagens Fjedre: Vi vil ikke sidde på perronen, og så er alle de kloge hoveder kørt	12
04 GPV: Data skal være fundamentet for den grønne omstilling, men gejsten skal flytte den	14
05 Laasbysmeden: Vi skal gøre, hvad vi kan, hvor det giver mening	16
06 Letbek: Fra plastikaffald til en værdifuld ressource	18

Hovedbudskaber

Danske produktionsvirksomheder er godt i gang med den grønne omstilling. I dette inspirationskatalog deler seks danske produktionsvirksomheder på tværs af brancher og størrelser deres erfaringer på vejen mod en grøn omstilling. Følgende læringspunkter kan fremhæves:

01

Bæredygtighed skal være en integreret del af forretningsstrategien og have et gennemgående fokus i alle virksomhedernes processer. Medarbejderne skal involveres fra start, da det i høj grad er dem, der skal drive forandring i praksis gennem adfældsændringer og nye måder at gøre tingene på.



02

Bæredygtig er en voksende konkurrenceparameter, både i forhold til kunder og medarbejdere samt investorer. Det kræver en indsats at vinde og typisk også en investering. Derfor er det vigtigt at anlægge et langsigtet perspektiv i beslutningsprocesser omhandlende den grønne transformation.

03

Et kendetegn ved de produktionsvirksomheder, der er længst i den grønne omstilling, er fokus på bæredygtighed i hele virksomhedens værdikæde. I den forbindelse er en kontinuerlig dialog med kunder, leverandører og medarbejdere afgørende for at finde inspiration og fælles løsninger på de udfordringer, der uundgåeligt vil opstå på vejen.





04

Et vigtigt udgangspunkt for den grønne transformationsrejse er at kortlægge virksomhedens miljøaftryk. Det kan give viden om, hvor virksomheden har mulighed for at lave de største forbedringer. Konsekvenser for energiforbruget ved investeringer i alternativt udstyr er også vigtigt at vurdere.

05

Monitorering af udledninger samt standardiserede måle- og rapporteringsmetoder for bæredygtighed er centralt for at kunne styre virksomhedens grønne omstilling og foretage de rette prioriteringer på vejen.



Læs hvordan virksomheder som din egen har fået succes med den grønne omstilling

Bliv inspireret til arbejdet med den grønne omstilling gennem konkrete erfaringer fra en række produktionsvirksomheder, der på en forskellig baggrund og af forskellige årsager har oplevet værdien af et bæredygtigt fokus for kerneforretningen.

Klimapartnerskabet for produktionsvirksomheder har et ambitiøst mål om at blive verdens første klimaneurale produktionsindustri i 2030* og skabe øget grøn eksport, vækst og beskæftigelse i Danmark. Det kræver en indsats i alle produktionsvirksomheder, uanset branche og størrelse, og i hele værdikæden. Men fundamentet er på plads.

En undersøgelse udarbejdet i forbindelse med dette inspirationskatalog viser, at danske produktionsvirksomheder generelt er godt i gang med den grønne omstilling. De har blot et forskelligt udgangspunkt og oplever derfor også forskellige barrierer i indsatsen for at lykkes. En af barriererne er manglende viden; om bæredygtig forretningsledelse, teknologiske muligheder, rapportering og monitorering og hvad sammenlignelige virksomheder gør eller har gjort.

Dette katalog sigter netop mod at imødekomme barrieren om manglende information gennem videndeling af erfaringer fra seks virksomheder om deres arbejde med den grønne omstilling, herunder deres motivation for at komme i gang, hvilke udfordringer de har mødt på vejen, hvordan de løste dem, og hvilke succeser de har opnået.

Til sidst indeholder inspirationskataloget også en række konkrete links og kontaktoplysninger, der kan hjælpe din virksomhed i gang med eller videre i arbejdet med den grønne omstilling. Et vigtigt link er til et benchmarkingværktøj, hvor du kan sammenligne udviklingen i din branche med andre brancher og produktionsindustrien generelt på de vigtigste faktorer for, at produktionsindustrien når sit ambitiøse mål.



* Målt på scope 1, direkte udledninger fra egen produktion, og scope 2, indirekte udledninger fra produktion af købt el og fjernvarme.

Virksomhederne i inspirationskataloget

Virksomhederne repræsenterer forskellige brancher i produktionsindustrien og forskellige ståsteder i arbejdet med den grønne omstilling. På hver deres måde udgør de eksempler på produktionsvirksomheder, hvis konkrete handlinger kan karakteriseres som "god praksis", og som dermed kan være til inspiration for andre sammenlignelige virksomheder.



En stor kemisk virksomhed

Mød en stor virksomhed, hvor bæredygtighed er kernen i forretningsmodellen. Hvad har drevet virksomhedens indsats? Hvilke resultater kan virksomheden se, og hvad er næste skridt?



En mellemstor virksomhed i møbelindustrien

Læs om erfaringerne fra en møbelfabrikant med fokus på bæredygtighed i hele værdikæden. Hvilke udfordringer møder virksomheden i den forbindelse?



En stor virksomhed i jern- og metalindustrien

Hvad gør en virksomhed, der er godt i gang med den grønne omstilling, men savner viden om de næste skridt på vejen? Hvilke resultater har virksomheden opnået, og hvad motiverer virksomheden til at blive ved?



En mellemstor virksomhed inden for elektronisk udstyr

Læs om en international virksomhed, der henter en del af sin omsætning fra salg af produkter til energieffektivisering. Hvordan arbejder virksomheden selv med den grønne omstilling, og er nogle ting lettere, når bæredygtighed som udgangspunkt er integreret i forretningsmodellen?



En lille produktionsvirksomhed

Læs hvorfor og hvordan en lille virksomhed har startet arbejdet med en grøn omstilling. Hvad håber virksomheden på at få ud af indsatsen?



En mellemstor virksomhed i gummi- og plastindustrien

Mød en mellemstor virksomhed, der bruger genanvendte materialer og generelt har fokus på bæredygtighed. Hvorfor er det vigtigt, og hvad betyder medarbejderne i den forbindelse?



O1 Nopa Nordic: Trygt, grønt og godt: Vi tror på, at det kan lade sig gøre, og at business casen er god

For Nopa Nordic er bæredygtighed en del af virksomhedens DNA. Ud over at tilbyde grønne produkter har virksomheden også fokus på en grøn og ansvarlig produktion, både i virksomheden selv og i hele værdikæden. Virksomheden er på mange måder *first mover* inden for grøn omstilling og har et erklæret mål om at fastholde førerpositionen. Det kræver en indsats på den korte bane, men i sidste ende er det en god forretning, for tryghed og ansvarlighed vægter højt hos forbrugerne og virksomhedens ansatte.

De tre vigtigste budskaber

O1

Integrer bæredygtighed i forretningsstrategien og husk det lange sigte. En grøn transformation kræver investeringer på den korte såvel som den lange bane.

O2

Kend dit marked og find ud af, hvor betalingsvilligheden er. Grønnere løsninger må aldrig ske på bekostning af god kvalitet.

O3

Monitorer udviklingen og reager på denne.

Det startede med produkterne

Nova Nordics grønne transformation tog for alvor fart i 1993, hvor virksomheden producerede de første miljømærkede produkter. At gøre produkterne mere grønne var et oplagt sted at starte, da produkterne i et livscyklus-perspektiv ville ende i et rensningsanlæg. I starten af 10'erne besluttede virksomheden at vækste omsætningen af miljøcertificerede produkter med 2 procentpoint om året. En målsætning, som virksomheden har overgået. "3. parts-certificeringer giver tryghed hos forbrugerne, og virksomheden et værn mod mulige beskyldninger om *greenwashing*", siger Henrik Karup Jørgensen, administrerende direktør på 11. år i Nopa Nordic.

Fra selve produkterne spredte virksomhedens grønne transformation sig til selve produktionen, hvor processer blev omlagt til grønne alternativer. Virksomheden startede med at købe vindcertifikater. I dag er virksomhedens primære opvarmingskilde procesvarme fra en nabovirksomhed, ligesom virksomheden også anvender biogas. De sidste to år har alle nyanskaffede biler været el- eller hybridbiler, og fra den 1. august 2022 indkøres udelukkende elbiler.

Nopa Nordic har store fordele af sin tilgang til grøn omstilling. Miljøcertificeringen er en konkurrenceparameter. Desuden har virksomheden integreret miljøledelse og kvalitetsledelse, hvilket har strømlinet og givet effektiviseringer i produktionen. "Vi er ekstremt konsekvente i eksekveringen af vores strategi", siger Henrik.

Genanvendelse i produktion

Virksomheden har stort fokus på genanvendelse i produktionen. Ca. 70 procent af brugen af PET (let genanvendelig termoplast, der bl.a. bruges til sodavands-

flasker) er baseret på genanvendt materiale. I samarbejde med Rema 1000 har virksomheden derudover udarbejdet vaskemidler i rPE-flasker, hvor det genanvendte materiale er baseret på dansk husaffald, der samtidig forkorter transportafstanden. Inden for det næste halvandet år kan Nopa Nordic også genanvende kølevand. "Aktuelt undersøger vi også, hvordan vi kan genanvende regnvand fra vores tage", fortæller Nikolaj Haulrik, som har været ansat i virksomheden i ni år, og som blandt andet har ansvaret for produktudvikling og innovation og fortsætter: "og så har vi fokus på, hvordan vi kan minimere afstande i vores forsyningskæde".

En bæredygtig forretning

Nopa Nordic har kvalitet i højsæde og den grønne omstilling må ikke ske på bekostning af produkternes kvalitet. "Men vi tror på, at det kan lade sig gøre, og at der kan bygges en god business case. Vores mission er kvalitet og bæredygtighed", siger Henrik. "For selvfølgelig skal vi lave forretning, men det skal ikke ødelægge planeten". En måde at sikre dette på er at bruge og kombinere de rette råvarer og hele tiden tænke nyt og samtidig have blik for, hvor betalingsvilligheden er.

70%

AF BRUGEN AF PET ER GENANVENDT MATERIALE
INDSAMLET FRA BLANDT ANDET DANSKE
HUSHOLDNINGER I SAMARBEJDE
MED REMA 1000

På den måde er missionen med til at sikre en forandringsparathed i organisationen, og virksomheden har et "grønt dashboard", hvor alle medarbejdere løbende kan monitorere udviklingen. "Vi ved, at vi skal være skarpe hele tiden og være et skridt foran konkurrenterne. Nogle ting må vente, fx på grund af omkostningerne, men vi skal have planen", siger Nikolaj, der sammen med Henrik ikke lægger skjul på, at det kræver en indsats på den korte bane at ligge i front. Og på et tidspunkt, vil virksomhedens mere dominerende, internationale konkurrenter "vågne op" og forsøge at overtage markedsandele. For virksomhedens grønne og ansvarlige profil er også med til at tiltrække og fastholde kvalificerede medarbejdere.

Stadig en rejse

Selvom Nopa Nordic er i front, er der stadig udfordringer. Fx i relation til energi og CO₂-regnskabet. Virksomheden planlægger en solcellepark til elbilene, men skal købe sig til strøm for at dække behovet. "Hvis denne strøm ikke er lige så grøn som at eje egne vindmøller, bliver det et problem", fortæller Nikolaj. Derudover er der også ønsker om råvarer, der ikke findes endnu. Sammen med leverandører arbejder Nopa Nordic på at udvikle nye løsninger, hvilket også er en måde, hvorpå virksomheden kan skubbe til den grønne omstilling i værdikæden.



Om virksomheden

Nopa Nordic tilbyder specialiserede løsninger til vaskemidler, rengøringsprodukter og personlig pleje.

Virksomheden beskæftiger ca. 220 ansatte. Produktionen sker på to fabrikker i Hobro og Esbjerg, hvorfra virksomheden servicerer førende dagligvarekæder i Norden, Central- og Østeuropa, samt udvalgte markeder i Asien.

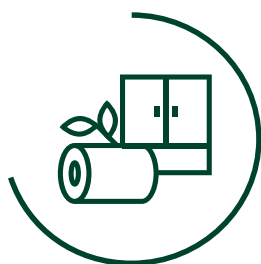
Bæredygtighed udgør kernen i Nopa Nordics forretningsmodel. Virksomheden var blandt pionererne inden for miljø- og allergimærkede produkter og har i dag en omfattende ekspertise og viden på området.



Henrik Karup Jørgensen
Administrerende direktør



Nikolaj Haulrik
Ansvarlig for produktudvikling



02

Magnus Olesen: Fokus på, at produktkomponenter kan adskilles og udskiftes forlænger levetiden betragteligt

For den danske møbelproducent Magnus Olesen går godt design og bæredygtig produktion hånd i hånd. Et tidløst design skal have en lang levetid, materialerne skal certificeres i videst muligt omfang og produktionsforholdene skal være ordentlige. Med fokus på cirkulær økonomi, der omfatter at produkterne designes med henblik på, at komponenterne skal kunne skilles ad og erstattes, sørger virksomheden for at udnytte sine ressourcer bedst muligt og så længe som muligt.

De tre vigtigste budskaber

01

Om produktet er generisk eller differentieret, så begrænses afsætningsmulighederne på sigt, hvis bæredygtighed ikke tænkes ind.

02

Producér med en cirkulær økonomi i tankerne – hvordan kan produktet levetidsforlænges, og hvordan kan slidte komponenter udskiftes?

03

Vær i dialog med leverandører og hav fokus på udledning i hele værdikæden.

Lokal produktion kan reducere transportafstanden

Hos Magnus Olesen går fokus på bæredygtighed igen i hele værdikæden. Med lokal produktion i Danmark fastholdes lokale arbejdspladser samtidig med, transporten er væsentligt mindre, end hvis produktionen var placeret i udlandet. Størstedelen af virksomhedens udledninger kommer netop fra transporten samt det stål, de anvender, forklarer ejer og CEO Nils Knudsen. Derfor har virksomheden fokus på begge dele. Ligeledes forkortes transporten af materialer ved anvendelse af europæisk træ, ligesom stålet kommer fra Sverige.

Opmærksomheden på udledningen i værdikæden kommer også til udtryk ved, at Magnus Olesen stiller krav til måden produkterne produceres på og dokumentation hos sine leverandører. Herudover er har alt træ siden 2016 været FSC-certificeret.

Bæredygtighed i produktudviklingen

At produkterne er designet efter bæredygtighed, har virksomheden også fokuseret på. Gennem principperne for Design for disassembly har Magnus Olesen designet produkter, der samtidig kan adskilles, så beskadigede komponenter kan udskiftes eller opgraderes, og levetiden af hele møblet dermed kan forlænges.

Dette har blandt andet været tilfældet for de møbler, Magnus Olesen leverede til Københavns Lufthavn i midten af 1990'erne. Ved, i 2015, at hjemtage og udskifte beskadigede komponenter, har virksomheden forlænget levetiden af møblerne fra 20 år til 40 år, forklarer Nils. På den måde kan virksomheden udvikle og producere tidløst design, der samtidig kan holde hele livet – og endda gå i arv.



I praksis fungerer cirkulær økonomi og Design for disassembly via tæt samarbejde mellem Magnus Olesen og deres kunder. Gennem en Take-Back aftale har begge parter mulighed for at opfylde deres fælles cirkulære ambitioner.

Fortsat en udvikling

Den grønne omstilling er fortsat under udvikling i Magnus Olesen og Nils forklarer, at et af de næste skridt bliver Science Based Targets. Han tror på, at uanset om produktet er et differentieret designprodukt eller et mere generisk produkt, så vil afsætningsmulighederne på sigt blive mindsket, hvis man ikke kan leve op til en række krav på bæredygtighedsområdet.

Kort sagt er forventningen, at der vil blive stillet flere krav til virksomheders ageren med bæredygtighed, som i stigende grad vil blive et konkurrenceparameter. Men at kunne dokumentere sin klimapåvirkning som virksomhed, giver også virksomheden mulighed for kritisk og kontinuerligt at forholde sig til, hvilke områder der kan forbedres, forklarer Nils.

Målet for Magnus Olesen er at mindske klimapåvirkningen. Derfor har virksomheden blandt andet også set på energiforbruget i produktionen. Strømforsbruget er baseret på grøn strøm, og størstedelen af rumopvarmningen sker gennem afbrænding af affaldstræ. Ligeledes beregner Magnus Olesen CO₂-aftrykket for alle sine produkter.

20-40 år

VED AT HJEMTAGE OG UDSKIFTE BESKADIGEDE KOMPONENTER, HAR VIRKSOMHEDEN FORLÆNGET LEVETIDEN AF MØBLERNE FRA 20 ÅR TIL 40 ÅR

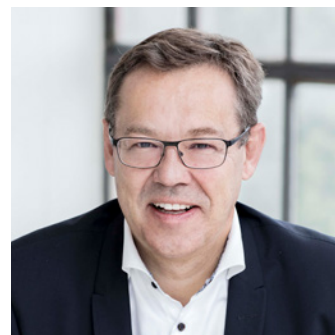


MAGNUS OLESEN

Om virksomheden

Magnus Olesen er en møbel-designvirksomhed med produktion i Durup i Nordvestjylland og et showroom i København. Grundlagt i 1937, beskæftiger virksomheden i dag ca. 40 ansatte og virksomhedens møbler kan blandt andet findes i både lufthavnen i Kastrup og i Alicante.

Møbelproducenten har tænkt bæredygtighed ind i flere aspekter, blandt andet gennem fokus på levetidsforlængelse. Samtidig har materialerne i produkterne siden 2016 været baseret på FSC-certificeret træ, ligesom en del af produkterne er EU eco-label-certificerede.



Nils Knudsen
Ejer og CEO



03

Hagens Fjedre: Vi vil ikke sidde på perronen, og så er alle de kloge hoveder kørt

Hos Hagens Fjedre var arbejdet med bæredygtighed i begyndelsen drevet af krav fra kunder. Siden er bæredygtighed blevet en del af det strategiske arbejde. For virksomheden betyder det, at fokus på bæredygtighed i form af fx miljøcertificeringer, samtidig har haft positive afledte effekter gennem en tankegang, der kan overføres til virksomhedens miljøledelse.

Hagens Fjedre er også bevidste om, at den grønne omstilling kræver, at de har de rigtige medarbejdere med ombord, hvorfor disse inddrages i bæredygtighedsarbejdet.

De tre vigtigste budskaber

01

Arbejd strategisk med bæredygtighed og find de markedsnicher, hvor betalingsvilligheden er der.

02

Sæt mål i stedet for kun at måle påvirkninger og arbejde efter målene.

03

Gå i dialog med kunder om, hvordan klimapåvirkningen af produktet kan reduceres, samtidig med at behovet dækkes.

Fokus på hvor, det er muligt at have indflydelse

Den grønne omstilling i Hagens Fjedre startede som følge af kundepres, men siden hen er virksomheden kommet godt i gang og er blandt andet i gang med at udarbejde første mini grønt regnskab.

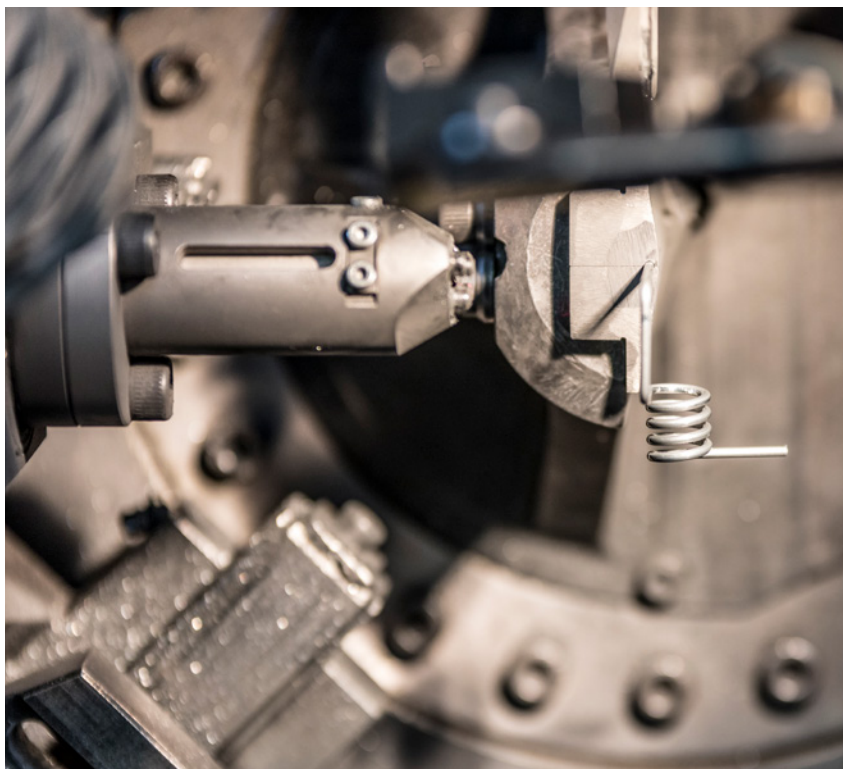
Aktuelt har virksomheden stort fokus på spild og skrot i produktionen. Blandt andet arbejder de sammen med kunderne om at acceptere en større tolerance på fjedrene, da det samtidig giver mindre spild, ligesom de har fokus på at genanvende skrot, forklarer CEO i Hagens Fjedre, Henrik Hagens. Det giver mening både miljømæssigt og økonomisk at finde den rette balance, der samtidig opfylder kundens behov.

Generelt fokuserer Hagens Fjedre på de områder i produktionen, som de kan påvirke. Derfor har virksomheden undersøgt materialeledelsen, ligesom de har fokus på anvendelsen af el og har blandt andet overvejelser om solcelleanlæg. Omvendt har de haft mindre fokus på at minimere transporten, da den er et vilkår, de ikke oplever at kunne have samme indflydelse på med en global kundeportefølje.

Bæredygtig ledelse

I arbejdet med bæredygtighed har Hagens Fjedre samtidig oplevet, at miljøcertificeringer har haft en positiv indflydelse på virksomhedens vej mod grøn omstilling.

Ved at kombinere ISO-certificeringer med miljøledelse, kan man slå to fluer med et smæk, forklarer Henrik, da certificeringerne har givet virksomheden en tænkemåde, de også kan bruge fra et ledelsesperspektiv.



DET AT GÅ TIDLIGT I GANG MED DEN GRØNNE OMSTILLING UDGØR EN NØGLE TIL AT TILTRÆKKE MEDARBEJDERE I FREMTIDEN

På nuværende tidspunkt har virksomheden også målsætninger og måler løbende sin udvikling, men en del af den strategiske overbygning for den grønne omstilling i virksomheden er stadig i proces.

Derfor vil virksomheden også anbefale andre virksomheder at gå til bæredygtighedsarbejdet strategisk og aktivt søge efter nicher i markedet, hvor efterspørgslen og betalingsvilligheden på bæredygtige produkter er der.

Medarbejderne udgør en central rolle

Medarbejderne er centrale i virksomhedens grønne omstilling. Derfor har det også været vigtigt for Hagens Fjedre at sikre, at de fortsat kan tiltrække og fastholde de rigtige medarbejdere. Samtidig har det været vigtigt at inddrage medarbejderne i, hvad de kan gøre, og at den grønne omstilling ikke skal sætte medarbejderne under pres på grund af de omkostninger, der er forbundet hermed.

Hagens Fjedre forsøger at håndtere dette gennem kundedialog og procesoptimering. Samtidig tror de på, at det at gå tidligt i gang med den grønne omstilling udgør en nøgle til at tiltrække medarbejdere i fremtiden, ligesom de store kunder i stigende grad forventer, at bæredygtighed er en del af virksomhedens strategi.



Om virksomheden

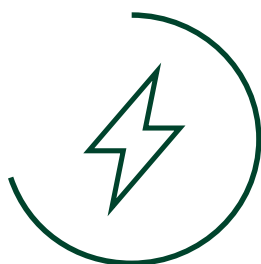
Hagens Fjedre producerer og leverer fjedre til alle brancher og behov. Virksomheden, der blev etableret i 1945, har siden begyndelsen – gennem blandt andet nytænkning og innovation – udviklet sig til en af de førende producenter af specialfjedre med kunder både lokalt og globalt.

Virksomheden er placeret i Støvring og beskæftiger ca. 200 medarbejdere.

Arbejdet med bæredygtighed kommer blandt andet til udtryk gennem miljøcertificeringer og fokus på skrot og spild.



Henrik Hagens
CEO i Hagens Fjedre



O4 GPV: Data skal være fundamentet for den grønne omstilling, men gejsten skal flytte den

GPV er Danmarks største EMS-virksomhed med kunder og fabrikker over hele verden. Samtidig er ansvar en kerneværdi i virksomheden, og derfor er det essentielt, at der tænkes på både mennesker og miljø i forretningen. I efteråret 2021 blev bæredygtighed gjort til en eksplicit del af forretningsstrategien, der er fælles for alle lokationer.

De tre vigtigste budskaber

01

Få defineret, hvad I som virksomhed måler på, så I undgår at købe kortsigtede løsninger uden at få tænkt jer om.

02

Søg deltagelse i hackatons og projekter, der kan give inspiration til, hvad I konkret kan gøre.

03

Gør bæredygtighed til en integreret del af strategien.

Et fælles ansvar

Motivationen for arbejdet med bæredygtighed i GPV er drevet af hensyn til socialt ansvar. *Responsibility* indgår som en del af virksomhedens værdisæt, og derfor har de som virksomhed også et ansvar for at tage hånd om mennesker og miljø i deres arbejde, forklarer administrerende direktør Bo Lybæk.

Af samme årsag har bæredygtighed i form af CSR længe været en del af virksomhedens arbejde. I efteråret blev bæredygtighed dog også taget ind som en central del af strategien, fortæller Thomas Bæk, der er ansvarlig for strategi og forretningsudvikling, herunder bæredygtighed. Dermed har GPV ikke længere en særskilt bæredygtighedsstrategi, men en forretningsstrategi, der er bæredygtig. Ændringen skete som følge af at ville understøtte både kundernes og egne ESG- (Environmental, Social, Governance) målsætninger og et ønske om at være mere tydelige omkring bæredygtighedsambitionerne.

50%

I 2025 HAR VIRKSOMHEDEN SAT ET MÅL OM AT REDUCERE UDLEDNINGEN AF DRIVHUSGASSER MED 50% I FORHOLD TIL SALGET I 2020. DET ER AMBITIØST, MEN SAMTIDIG KAN DET VÆRE, AT DE LØBENDE MÅ OPJUSTERE, FORDI UDVIKLINGEN VISER SIG AT SKE HURTIGERE.



Bæredygtighed lokalt og globalt

Med 12 fabrikker i både Europa, Asien og Mellemerika har det samtidig været givende at udarbejde en fælles strategi. Fabrikkerne gør allerede meget lokalt, men det er vigtigt, at bæredygtighed ikke kun er gældende for lokationen i Danmark.

Eksempelvis er belysningen skiftet til LED for alle lokationer. Derudover er GPV i gang med at se på muligheden for at installere solcelleanlæg på fabrikkerne i Asien.

I forhold til elforbruget forklarer GPV, at fokus er todelt: dels ved at holde fast i at reducere energiforbruget, dels ved at sikre CO₂-neutrale energikilder, da virksomheden ikke køber kvoter.

En rejse, der kræver både gejst og data

Arbejdet med den grønne omstilling er fortsat en proces og kræver en bevidsthed om, hvilke udledninger de har og i hvilke lande. Blandt andet undersøger de mulighederne for at opjustere sine KPI'er til *Science Based Targets*.

Generelt skal KPI'erne være transparente og nogle, som virksomheden og dens interessenter skal kunne spejle sig i. Som Bo forklarer, skal data være fundamentet, men gejsten skal flytte det. Derfor er det også vigtigt at få sat de rigtige ambitionsmål, hvilket GPV ser som en læringsproces.

I 2025 har virksomheden sat et mål om at reducere udledningen af drivhusgasser med 50% i forhold til salget i 2020. Det er ambitiøst, men samtidig kan det være, at de løbende må opjustere, fordi udviklingen viser sig at ske hurtigere.

Samtidig vil GPV gerne være med til at drive omstillingen hurtigere end branchen generelt, og de er overbeviste om, at de i fremtiden vil få flere henvendelser og krav fra kunderne, end de gør i dag.



Om virksomheden

GPV er en outsourcing-partner, der servicere og leverer teknisk elektronik til andre virksomheder. Det er Danmarks største EMS (Electronic Manufacturing Services) virksomhed, og kunderne er typisk blandt de bedste i verden inden for deres område.

Virksomheden blev grundlagt i 1961 og har i dag ca. 4.000 medarbejdere i ni forskellige lande, blandt andet Danmark, Tyskland, Mexico, Kina og Thailand. Hovedkontoret er placeret i Vejle, og i alt har virksomheden 12 fabrikker.



Bo Lybæk
Administrerende direktør i GPV



05

Låsby Smede- og Maskinfabrik: Vi skal gøre, hvad vi kan, hvor det giver mening

Hos Låsby Smede- og Maskinfabrik, der i daglig tale også kaldes Låsbymeden, har investering i en nitrogengenerator og energieffektivisering haft en positiv effekt – både miljømæssige og økonomiske. Det har givet motivation for også at se på, hvor virksomheden ellers kan transformere sig. I arbejdet med den grønne omstilling finder virksomheden blandt andet inspiration hos nogle af de mellemstore virksomheder, som de er underleverandører til, ligesom de også gerne selv deler ud af sin viden og erfaringer til andre virksomheder.

De tre vigtigste budskaber

01

Grøn omstilling kan gå hånd i hånd med økonomisk bæredygtighed.

02

Tænk energiforbruget ind i investeringerne.

03

Nyttiggør den viden og de erfaringer jeres kunder har og find inspiration til, hvad I selv kan gøre – og del også ud af jeres egen viden.

Det startede med en nitrogengenerator

Den grønne omstilling hos Låsbymeden tog for alvor fart, da virksomheden investerede i et nitrogenanlæg. Nitrogenen bruges til at køle virksomhedens fiberlaser, der udgør en vigtig del af produktionen. Før investeringen i nitrogengeneratoren brugte Låsbymeden mange penge på transport og indkøb af batterier med nitrogengas, forklarer ejer Karsten Damm. Med indkøbet af nitrogengeneratoren kan virksomheden nu selv producere den nitrogen, de skal bruge, og det har kunnet mærkes økonomisk, da indkøb af nitrogen er dyrt. Samtidig har de kunnet reducere gasforbruget væsentligt, og på den måde har den grønne omstilling kunnet betale sig.

Inspirationen til en del af virksomhedens tiltag er blandt andet kommet gennem dialog med kunder, der er længere fremme. Dermed har Låsbymeden båret fundet inspiration til, hvad de selv kan gøre, og kan imødekomme nogle af de ting, kunderne begynder at efterspørge inden for bæredygtighed. Som en mindre virksomhed har Låsbymeden også haft mulighed for hurtigt at kunne eksekvere på de ideer og muligheder, de er stødt på undervejs, og det har bidraget til, at de har kunnet omstille en del af produktionen hurtigt.

En halvering af varmeregningen

Foruden den reducerede gasregning har nitrogenanlægget også haft en positiv afledt effekt på Låsbymedens varmeforbrug. Med varmen, der udskilles fra anlægget, har virksomheden reduceret omkostningerne til rumopvarmning, så varmeregningen er blevet halveret. Det har givet motivation til at se på, hvordan brugen af varme kan reduceres yderligere. Blandt andet tænker de i varmepumper, genindvinding af varme fra nitrogengeneratoren samt bedre isolering af bygningen, forklarer Karsten.



Billeder fra Låsbysmeden

Virksomheden har tidligere også haft positiv erfaring med energi-effektiviserende tiltag. Tidligere udgjorde belysning den største del af elforbruget, men efter at have skiftet til LED-belysning for år tilbage, er dette blevet reduceret kraftigt.

Opsætning af solceller er næste milepæl

Inden for de næste år er målet at blive selvforsynende med energi. Derfor er virksomheden i gang med at få opsat solceller på taget. Virksomheden forventer, at det kan være med til at styrke den grønne profil og reducere omkostningerne til energi, da panelerne forventes at kunne producere 60.000 kWh om året.

60.000 kWh

VIRKSOMHEDEN FORVENTER, AT DET KAN VÆRE MED TIL AT STYRKE DEN GRØNNE PROFIL OG REDUCERE OMKOSTNINGERNE TIL ENERGI, DA PANELERNE FORVENTES AT KUNNE PRODUCERE 60.000 KWH OM ÅRET.

På nuværende tidspunkt har virksomheden ikke besludte målsætninger for CO₂-udledningen, men de er interesserede i at forbedre sig. Derudover forventer de, at der i takt med, at der stilles flere krav til kunderne om grøn omstilling også vil blive stillet flere krav til dem som underleverandører – fx krav om grønt regnskab og lignende. En tendens, Låsbysmeden gerne vil være på forkant med.

Låsbysmeden

Om virksomheden

Låsbysmeden er en smede- og maskinfabrik med speciale i blandt andet reparationer. Fra en central placering i midten af Jylland er virksomheden underleverandør til virksomheder over hele Jylland.

Virksomheden beskæftiger otte ansatte, og der lægges vægt på håndværksmæssig kvalitet og kort leveringstid.



Karsten Damm
Ejer



06 Letbek: Fra plastikaffald til en værdifuld ressource

Siden begyndelsen har Letbek haft fokus på genanvendelige materialer i sin plastproduktion af blandt andet udstyr inden for trafiksikkerhed og kabelbeskyttelse samt skræddersyede løsninger til sine kunder. Hvad der startede som et fokus på at reducere omkostninger, er siden blevet til et fokus på bæredygtig anvendelse og cirkulær økonomi, hvor andres affald gøres til en værdifuld ressource.

De tre vigtigste budskaber

01

Hav fokus på kortlægning og måling af jeres miljøaftryk. Dermed skabes det bedste fundament af viden for, hvor I med fordel kan sætte ind.

02

Vær transparente i jeres metode.

03

Tænk i innovative løsninger og gå gerne i dialog med leverandører om data på udledninger.

En cirkulær tankegang om genanvendt plast

Letbek har egentlig arbejdet med bæredygtighed i mange år, men i starten var det ud fra et økonomisk perspektiv, da genbrugsplast var et billigere materiale end ny plast. Ved mekanisk at genanvende plast har virksomheden kunnet tilbyde sine kunder produkter til konkurrencedygtige priser. De sidste fem år har Letbek dog gjort det til en del af det strategiske arbejde at arbejde bæredygtigt. Louise Aagaard Jensen, der er materialespecialist og ansvarlig for bæredygtighedsarbejdet i Letbek, forklarer, at de er motiverede af et ønske om at være first movers, herunder den øgede efterspørgsel fra kunderne samt en ambition om at starte en dialog om, hvordan man kan arbejde bæredygtigt.

I dag har virksomheden ikke kun fokus på bæredygtighed gennem den genanvendte plast, men også gennem en cirkulær tankegang, hvor Letbek er begyndt at se på take back-løsninger for de produkter, de sælger mange af, og hvor det giver mening. Derudover har virksomheden et mål om at kunne oplyse et CO₂-aftryk sammen med priserne på sine produkter. Det er et krævende arbejde, og samtidig et område hvor transparens er vigtigt, da der endnu ikke findes én standard for, hvordan man kan rapportere på sin miljømæssige bundlinje, forklarer Louise. Derfor er Letbek også åbne om deres metoder, så tilgangen er gennemsigtig for kunderne, ligesom den også kan inspirere andre.

Et krævende og givende kortlægningsarbejde

Arbejdet med at forstå og kunne rapportere på produkternes aftryk har både givet virksomheden mere viden og samtidig været udfordrende. I forbindelse med projektet Klimaklar SMV fik Letbek udarbejdet baseline-målinger for sin udledning i 2018. Siden har virksomheden fået øget viden om, hvor udledningerne er størst, og hvor det kan have den største effekt at sætte ind i forhold



ARBEJDET MED AT FORSTÅ OG KUNNE RAPPORTERE PÅ PRODUKTERNES AFTRYK HAR BÅDE GIVET VIRKSOMHEDEN MERE VIDEN OG SAMTIDIG VÆRET UDFORDRENDE.

LETBEK

re-imaginerer plastic

Om virksomheden

Letbek leverer både standard- og skræddersyede løsninger til sine kunder med udgangspunkt i genanvendt plast. Virksomheden, der blev etableret i 1973, er placeret i Tistrup og beskæftiger ca. 80 ansatte.

I begyndelsen valgte mange af Letbeks kunder dem til på grund af konkurrencedygtige priser på genbrugsplast. I takt med stigende teknologiske færdigheder og stadigt forbedret specialviden inden for recycling og upcycling er dette nu den primære grund til, at kunderne vælger at samarbejde med Letbek, ligesom at bæredygtig handling står højt på dagsordenen.



Louise Aagard Jensen
Materialespecialist og ansvarlig for bæredygtighed hos Letbek

til, hvad der kan lade sig gøre, fortæller Louise. Blandt andet har Letbek lært, at størstedelen af udledningerne sker i scope 3 gennem indkøb af plast granulat, og de undersøger derfor muligheden for at udskifte nyvare plast i et produkt ud med genanvendelig plast. Samtidig har det også givet kendskab til, hvor de største udledninger er i deres egen produktion.

Men kortlægningsarbejdet, der begyndte for et år siden, samt den dertilhørende dataindsamling har krævet hårdt arbejde og kreative løsninger. Blandt andet aflæsning af elmålere, dialog med el-selskaber samt leverandører, der ikke altid har kunnet oplyse den bagvedliggende metode.

Netop metoden er vigtig for Letbek, da dette er med til at sikre den gennemsigtighed, de ønsker, i arbejdet. Selvom arbejdet er krævende, giver det også mening på grund af den viden, det medfører. Blandt andet har Letbek lært, at de kunne rykke meget ved at se på grøn energieffektivisering. Louise forklarer, at de på trods af steget omsætning, har kunnet producere mere bæredygtigt ved at reducere CO₂-udledning i forhold til indkøb af råvarer, fordi væksten har været drevet af genanvendeligt plast.

Den videre rejse

Arbejdet med den grønne omstilling er fortsat en rejse, og Letbek har mange ambitioner om fortsat at forbedre sig og at gøre produktionen mere klimavenlig. På sigt vil de gerne certificeres under *Science Based Targets*, så de kan følge udviklingen i forhold til målsætningerne i Paris-aftalen, ligesom de undersøger mulighederne for certificeringer og tredjepartskrediterede CO₂-aftryksberegninger.

Barriererne skal overvindes – industrien tager selv ansvar

Hvis den danske produktionsindustri skal nå ambitionen om klimaneutralitet i 2030, skal der findes løsninger på udfordringerne med manglende viden og ressourcer i produktionsvirksomhederne – især blandt SMV'erne. Det skal gøres nemmere at få hjælp til udarbejdelse af grønne regnskaber, så det bliver mere konkret for virksomhederne, hvor de får den største CO₂-reduktionseffekt af nye investeringer og tiltag. Samtidig vil bedre hjælp til grønne regnskaber også bidrage til at reducere barriererne for de virksomheder, der ikke har sat målbare klimamål og som ikke ved, hvordan de skal opstille og måle deres udvikling.

Med støtte fra Industriens Fond har den danske produktionsindustri nu lanceret et nyt projekt – *Klimaklar Produktionsvirksomhed* – der netop sigter på at mindske barriererne for danske produktionsvirksomheder. Projektet er udviklet i tæt samarbejde mellem Dansk Industri (DI) og Industriens Fond med input fra Klimapartnerskabet for Produktionsvirksomhed.

Det nye projekt inkluderer udviklingen af en digital platform, der *inden udgangen af 2025* vil gøre det muligt for *alle* 12.500 danske produktionsvirksomheder at få hjælp til CO₂-regnskab, reduktionstiltag og kommunikation. Det vil medføre styrket konkurrenceevne for danske produktionsvirksomheder internationalt og dermed øget grøn eksport, vækst og beskæftigelse i Danmark.

Med *Klimaklar Produktionsvirksomhed* viser produktionsindustrien igen, at den er klar til ambitiøse løsninger og til at tage ansvar for centrale udfordringer i Danmark og globalt. Vi har behov for tæt samarbejde med politiske beslutningstagere for at løse udfordringerne med adgang til kvalificeret arbejdskraft, digitalisering og konkurrencedygtige rammevilkår. Men vi er klar til at gøre vores til at sikre verdens første klimaneutrale produktionsindustri. Og samtidig styrke Danmark!

Læs mere om, hvordan din produktionsvirksomhed kan blive en del af *Klimaklar Produktionsvirksomhed* nedenfor

KLIMAKLAR PRODUKTIVIRKSOMHED

Sådan bliver din virksomhed en del af Klimaklar Produktionsvirksomhed

Klik ind på di.dk/klimaklar og få indblik i, hvordan din virksomhed kommer med.

Det vil løbende være muligt at tilmelde sig, og tilbuddet er åbent for alle danske produktionsvirksomheder.