

Effektkæde for projektet: **Fokuseret værdikædesamarbejde – design for optimal ressourceanvendelse**

Aktiviteter	Output	Effekter
<p>FASE 1 - SCREENING Potentielle virksomheder screenes. 80 virksomheder kontaktes. 40 af de mest omstillingsmodne virksomheder screenes ind.</p> <p>FASE 2 - RESSOURCEPROFIL Ressourceprofil med dokumentation af energi- og ressourceforbrug samt CO2 udledning udarbejdes. 30-40 virksomheder får lavet Ressourceprofil inklusiv et Klimakompas og en roadmap for mulighederne for C2C's 100% positive mål.</p> <p>FASE 3 - NYE GRØNNE FORRETNINGSMODELLER OG VÆRDIKÆDEPARTNERSKABER 3.1: Udarbejdelse af ny grøn forretningsmodel gennem design-tænkning. 30 virksomheder får en ny grøn forretningsmodel, der bygger på virksomhedens fremadrettede strategi indenfor ressourceproduktivitet via cirkulær økonomi med evt. tilhørende Designbrief og en mapping af værdikæde for mulige nye partnerskaber.</p> <p>3.2: Værdikæde matchmaking. Der skabes kontakt og samarbejder med mulige partnere, der dækker funktioner i virksomhedens nye grønne værdikæde. 30 - 40 møder gennemføres. 20 værdikædepartnerskaber indgås. 200 virksomheder får øget deres vidensniveau omkring CØ og ressourceeffektivitet.</p> <p>FASE 4 - LÆRINGSOPSAMLING OG UDBREDELSE AF VIDEN Projektets aktiviteter følges for at dokumentere indsats, læring og virksomhedernes udbytte – og der udbredes viden om projektet til erhvervsliv, uddannelsesinstitutioner og befolkning. Løbende og afsluttende læringsindsamling af indsats og resultater gennemføres Interaktiv hjemmeside oprettet Mindst 1 åbent seminar gennemføres Etablering af samarbejde med Energimuseet om udbredelse af viden.</p>	<p>40 virksomheder modtager støtte (direkte - langt flere indirekte)</p> <p>5 mio. kr. i private investeringer (medfinansiering)</p> <p>Anslået årligt fald i drivhusgasemissioner: 2500 tons CO2-ækvivalenter</p> <p>Forventet årligt fald i materialeforbrug: 2500 tons</p> <p>Forventet årligt fald i energiforbrug: 40.000 gigajoule</p>	<p>Årligt fald i energiforbrug: 8.000 gigajoule.</p> <p>Årligt fald i materialeforbrug: 5.000 tons</p>

Kritiske antagelser for projektet: Fokuseret værdikædesamarbejde – design for optimal ressourceanvendelse

Kritiske antagelser

Kritiske antagelser:

Ved at gennemføre projektets aktiviteter med de valgte tilgange, så opnås de angivne outputs og effekter. Baggrunden for dette er beskrevet nederst under hver uddybende beskrivelse af de enkelte faser i ansøgningsskemaet til Regionalfondsansøgningen (punkt 8A), ligesom trin på vejen er angivet i nedenstående aktivitetsindikatorerne. På dette sted kunne vi ikke indsætte de kritiske antagelser, og derfor henviser vi til den uddybende projektbeskrivelse.

Fase 1:

Kritisk antagelse:

Ved at screene stramt fokuseret på virksomheder med omstillingsevne, -parathed, -vilje og -potentiale for optimering af ressource- og energieffektivisering gennem 9 velafprøvede virksomhedskarakteristika, Så kan vi efterfølgende i fællesskab udvikle et målrettet forløb, der giver den enkelte virksomhed en hånd og ikke en håndbog til at styrke dens specifikke forretningsområde, strategi, ambitioner, som beskrives i en ny grøn forretningsmodel. Fordi screeningsforløbet allerede fra starten viser, om en virksomhed er omstillingsmoden og ikke blot omstillingsinteresseret, og vores erfaringer fra tidligere operatørroller har vist, at netop denne modenhed og ledelsens vilje er afgørende for, at virksomhederne gennemfører grønne udviklingsforløb med succes.

Fase 2:

Kritisk antagelse

Ved at kombinere Klimakompas med et kvalitativt værdiskabende, systematisk funderet ressourceanalyse-værktøj vil virksomhedsledelsen få bedre forudsætninger for at kunne vurdere fordelene ved at optimere ressourceproduktivitet og ressourcestyring, således at virksomhedsledelsen træffer intelligente strategiske og operationelle beslutninger, der kan forløse virksomhedens grønne potentiale hurtigst muligt i form af optimering af energi- og ressourceeffektiviteten. Fordi ledelsen får et samlet strategisk overblik, får sans for detaljen, samt får konkrete værdier til sammenligning og dermed udvikler en ressourcestrategi, der fastslår det opnåede resultat.

Fase 3:

Kritisk antagelse: Designtænkning

Ved at benytte designtænkning og den iboende gentagende iterativ tilgang til udvikling af de nye grønne forretningsmodeller og værdikæder – Så optimeres succesraten for de frembragte løsninger, fordi informationsniveauet hæves, hvilket forbedrer forudsætningerne for at tage de rigtige beslutninger i udviklingsfasen.

Dette opnås fordi anvendelsen af designtænkning på et strategisk og operationelt niveau kan skabe sammenhæng og helhedsorienterede beslutninger, som øger udbyttet af de kommende forretningsmodeller med op til 30 %. En synergi som PhD Søren Ingomar Petersen fra Stanford, Institute of Design påpeger i bogen: Profit from Design – leveraging design in business. Idet det initierer en vekselvirkning og balance mellem strategi, omstændighed og udførsel, hvilket samles i den konkrete forretningsmodel og designbrief for det kommende værdiskabende produkt. Således øger designtænkning som driver i udvikling af nye forretningsmodeller sandsynligheden for, at projektet skaber energi- og ressourceeffektive tiltag.

Sådanne resultater ses fx i virksomheder som Teslar, Philips, Dell og Herman Miller, som netop har succes med at integrerer virksomhederens bæredygtig strategi i forretningsmodel og konkrete nye koncepter.

Beregninger fra Copenhagen Economics viser, at ressourceproduktivtetsgevinsten udgør 9-19 kr pr. time ved en ny forretningsmodel, der bygger på reducerede ressourceudgifter og bedre styring, der åbner for innovative tiltag.

Da denne co-creation proces foregår i et tværfagligt team, trækkes der på viden og ideer fra vitale afdelinger i virksomheden samt forskellige faglige sektorer ved deltagelse af konsulent og operatør. I mødet med forskellige faglige kompetencer skabes nye ideer i og på tværs af værdikæden, hvorved det iboende potentiale til de nye forretningsmodeller kan udfoldes.

Kritisk antagelse: Matchmaking

Ved det fysiske møde skabes fælles landskab via visualisering af den nye grønne forretningsmodels værdikæde, og der sættes konkret ansigt på mulige aktører i værdikæden. Så får flere virksomheder indsigt i cirkulær økonomi, og der åbnes for at indgå i nye grønne partnerskaber, hvorved der opnås fald i materialeforbrug, og hermed en øget energi- og ressourceeffektivitet. Denne lavpraktiske tilgang anvendes, fordi den åbner op for nye samarbejder i værdikæden, hvilket erfaringer fra Holland har vist, hvor Dutch aWEARness har lukket det tekstile loop for arbejdstøj af polyester, ved netop at samle de strategiske værdikædeaktører til et fysisk møde, hvor en fælles forretningside og målsætning om at lukke det tekstile loop skabte grund for efterfølgende at indgå i et sådan partnerskab.

Fase 4:

Kritisk antagelse:

Ved at bruge læring fra projektet både indad til at højne effekten af aktiviteterne, og udadrettede som erfaringsgrundlag for videre udvikling af hele cirkulær økonomi-området samt som omdrejningspunkt for bred formidling. Så opnås et meget bredt kendskab til cirkulær økonomi og hermed fremmes sandsynligheden for, at en egentlig systemisk forandring indtræffer, fordi det kræver, at der handles både oppefra (politisk), nedefra (borger, forbruger) og i virksomhederne. Fordi grundlæggende grundlæggende forandring af menneskers handlemåder kan gennemføres, når de tilgås af mange kanaler samtidigt.