



Ethical, Green, Youth Entrepreneurship Education

Casestudie Kompendium

Udgivet 2024



Denne undersøgelse er tilgængelig under licensen CC BY-NC-SA.

Finansieret af Den Europæiske Union. Synspunkter og meninger, der kommer til udtryk, er dog kun forfatterens/forfatterens synspunkter og afspejler ikke nødvendigvis Den Europæiske Unions eller det nationale agenturs. Hverken Den Europæiske Union eller det nationale agentur kan holdes ansvarlige for dem. KA220-DU-DF4BEA29





TABEL OVER INDHOLD

- 01** Hvem er partnerne
- 02** Om dette casestudiekompendium
- 03** Vores casestudier



Co-funded by
the European Union

Finansieret af Den Europæiske Union. Synspunkter og meninger, der kommer til udtryk, er dog kun forfatterens/
forfatternes synspunkter og afspejler ikke nødvendigvis Den Europæiske Unions eller det nationale agenturs.
Hverken Den Europæiske Union eller det nationale agentur kan holdes ansvarlige for dem. KA220-DU-DF4BEA29

01. Who er de Pkunstnere

Koordinatorer

UNIWERSYTET SZCZECINSKI, Polen



Partnerorganisationer

HUB Nicosia Ltd, Cypern



MOMENTUM MARKEDSFØRING
SERVICES LIMITED, Irland



tww GmbH, Tyskland

the vision works

European E-Learning Institute,
Danmark



Community Enterprise
Association Ireland









02. Om dette casestudiekompendium

Mål

Dette casestudiekompendium viser eksempler på bedste praksis på unge iværksættere, der implementerede social, økonomisk og økologisk bæredygtighed i deres virksomhed.

Det har til formål at tilskynde unge iværksættere og unge, der er interesserede i at starte en virksomhed, til at lære om praktiske måder at bidrage til opnåelsen af SDG'erne.

Hvordan?

-  Ved at fremvise forskellige tilgange fra forskellige industrier og forskellige lande.
-  Ved at gøre SDG'erne håndgribelige, levende og attraktive.
-  Ved at demonstrere, hvordan SDG'er kan være drivkræfter for innovation.
-  Ved at introducere positive rollemodeller





02. Om dette casestudiekompendium

Indsamlingsmetode:

Casestudierne præsenteret i dette kompendium blev samlet gennem en kombination af interviews med organisations-/ virksomhedsrepræsentanter og desk research. Denne metode sikrer et omfattende overblik over bedste praksis implementeret af unge iværksættere på tværs af forskellige brancher og lande. Ved direkte at engagere os med repræsentanter og udføre grundig desk research har vi sammensat en mangfoldig samling af casestudier, der eksemplificerer social, økonomisk og økologisk bæredygtighed i erhvervslivet. Denne tilgang sætter os i stand til at fremvise praktiske eksempler og indsigt, der inspirerer unge iværksættere og enkeltpersoner, der er interesserede i at starte virksomheder, til at bidrage til opnåelsen af målene for bæredygtig udvikling (SDG'erne). Gennem førstehåndsberetninger og dybdegående forskning sigter vi mod at give værdifuld indsigt i, hvordan SDG'erne kan tjene som drivere for innovation og positiv forandring, samtidig med at vi fremhæver betydningen af positive rollemodeller i bæredygtigt iværksætteri.

03. Vores casestudier



03. Vores Case undersøgelser

Kategorier:

Produktion &
Uddeling af mad og
drikke

Mode: tøj,
tekstiler og kosmetik

Fremstilling &
Fordeling

Uddannelse & Social
Tjenester

Gæstfrihed

kategori at de udvalgte casestudier skal være en bevisst udfordrende indsats, men alligevel vil vi styre skabe omfattende grupperinger baseret på fem overordnede temaer. Mens nummeret af kategorier gælder for flere sager studier, vi valgte i sidste ende prædominante temaet.

1. Øko physis Bee & Nature Center
2. Hülsenreich
3. Yge en bondegård
4. The nu company GmbH
5. Alle Om Kombucha
6. Dolla
7. Biasol
8. Blue Hummer
9. GMODITI CLOTHING LTD
10. Beyond lædermaterialer aps
11. Copenhagen Cartel
12. Ga blandt andet olea
13. Vedr pot aps
14. TRACELESS MATERIALS GmbH
15. Sæle teknologier
16. Ventido
17. DABBLED00
18. SEED FORSKEDE
19. Kr spis din virksomhed
20. Shamrock Squad CLG
21. Hhotel Luise

1. ØKOFYSE-BI & NATURCENTER



Markedsfører produkter biavlerne producerer og organiserer rekreative undervisningsaktiviteter om bier, landlige produkter og det naturlige miljø

TYPE: PRODUKTION & DISTRIBUTION AF MAD OG DRIKKE

Om

Forretningen blev grundlagt i slutningen af 2014, som en agroturismevirksomhed. Den oprindelige idé var at vise turister en unik oplevelse i naturen, gennem fremvisning af biavl, urteindsamling og forklaring af de lokale urters egenskaber.

De ville arrangere luksustjenester - for eksempel at spise brunch i et afsidesliggende område med friske og lokale produkter.

Omkring 2018 indså de, at skolerne også var interesserede. Skolerne kontaktede dem for at få besøg med børnene. Oplevelsen var rigtig god, børnene elskede det. På grund af hendes erfaring som biolog er det at uddanne sig noget, hun virkelig brænder for, så hun besluttede at fokusere mere på skolerne. Turisme og turistagenter var ikke længere deres fokus. Det var et vendepunkt for virksomheden, da de fokuserede på at få bedre plads, bedre lokaler til at lette skolebesøg.

Deres fokus vendte fra luksustjenester til derefter at fokusere på uddannelse. Dette fik til gengæld en miljødrejning - de skulle nu også tænke på deres brug af papir, papirkopper mm.

Men i dag er turistsektoren også interesseret i alternative landbrugstjenester. Turistagenter er også interesserede i at få Ecophysiscy til at være en del af deres ture på Cypern.

Bæredygtighedspåvirkning

Bæredygtighedsudvikling påvirker bestemt virksomheden på en positiv måde, gæster er glade for at udforske bæredygtige steder som vores organisation. Også kvaliteten af vores produkter med glaskrugerne er bedre, og etiketterne er mere attraktive. Men med skiftet af krukke til glas mistede de også nogle kunder, der ønskede plastikglas, som følte, at glaskruger ikke var praktiske for dem. Grundlæggerne af organisationen Georgia og Kostas er ansvarlige for implementeringen af bæredygtig udvikling. Georgia (stifter) forklarede, at Kostas (medstifter) har værdierne og passionerne for bæredygtighed, mens Georgia har den videnskabelige baggrund og er i stand til at omsætte disse værdier til praksis.

Bæredygtigt Udvikling

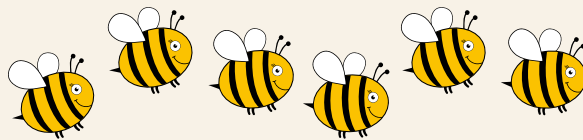
Kerneværdien af Ecophysiscy var at gøre noget, der er bæredygtigt, de ønskede, at Pure Hospitality of Cypern skulle vises. Efter 2018 indså de, at de er mere interesserede i uddannelser og unge vs turister. Dengang var turistsektoren ikke klar til bæredygtigt landbrug.

Alle deres produkter og tjenester fremmer en livsstil nær naturen, bevarelse af naturen og om, hvordan vi kan håndtere urter, vi samler op, og bier. Alt dette viser den bæredygtighed, de ønsker at fremme.

Et vigtigt øjeblik for virksomheden var, da de besluttede at blive plastikfri. De erstattede plastikflasker, som de brugte i over 20 år, med glaskruger. Nu har de kun glaskruger og alle de systemer der tillader denne overgang (f.eks. vaskemaskine til glas), deres etiketter er også nye for at tillade formen på glassene, være i overensstemmelse med loven og have et attraktivt design for deres kunder. Denne proces er dyrere, og den øger også arbejdstiden, da den kræver mere opmærksomhed og plads til at spare dem. Men det var en beslutning, de følte, de ville tage, og det forbedrer også kvaliteten af deres produkter.



1. ØKOFYSE-BI & NATURCENTER



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 2. Nul sult: Fremme bæredygtigt landbrug gennem etisk biavl. Honning bliver heller aldrig dårlig, så de lærer også folk at forstå, at honning aldrig bliver dårlig, selvom den ændrer form (f.eks. hvis den krystalliserer, betyder det ikke, at den er dårlig, det skyldes vejret – det er koldere). Derudover afholder de workshops om indsamling af urter. De tror på, at naturen kan tilbyde mere, end vi tror, for eksempel lærer de, hvilke urter der kan findes i din egen baghave, som ikke kun er spiselige, men også nærende. Endelig beskæftiger de sig også med en masse børn, der har ernæringsmæssige vanskeligheder, men som virkelig godt kan lide honning.

Mål 3. Godt helbred og velvære: Honning har antibakterielle egenskaber, som er gavnlige for kroppen. Herigennem fremmer de naturlig ernæring for din krop såvel som din hud med workshops om, hvordan du laver dine egne balsam, som er gode til huden. Deres undervisningsværksteder fremmer godt helbred og velvære gennem naturens sammenhæng.

Mål 4. Kvalitetsuddannelse: De er meget fokuserede på at give kvalitetspædagogiske workshops. De tager ikke meget for de pædagogiske værksteder såsom: biavlere for en dag og hvordan man laver balsam og salver.

Mål 5. Ligestilling: Virksomheden følger en kvindeledet struktur, Georgia er en kvinde og chefen (Kostas omfavnede dette og havde aldrig et problem med det). Gennem deres firma promoverer de kvindelige biavlere og opfordrer piger til at prøve det på deres værksteder. På Cypern er der kun 3 eller 4 kvindelige biavlere, og en af dem er Georgien. Gennem disse workshops fremmer de lige kønsroller hos børn.

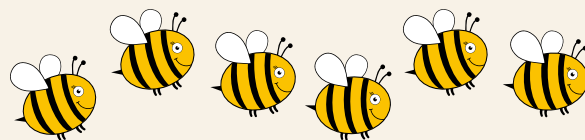
Mål 8. Anstændigt arbejde og økonomisk vækst: Ecophysis promoverer også over for unge mennesker, at du kan skabe en succesfuld virksomhed i en landsby. Da de startede deres virksomhed, følte de stærkt for at ville udvikle noget fra en landsby, de ville ikke til byen. Vavla, den landsby, de er baseret i, har kun 30 indbyggere. På denne måde hjælper de landsbyens økonomiske vækst ved at bringe folk ind gennem deres værksteder. Derudover søger de at udvide deres team og ønsker at finde medarbejdere fra de nærliggende landsbyer, og hjælpe folk, der ønsker at blive i landsbyen, med at finde job.

Mål 11. Bæredygtige byer og samfund: Organisationen samarbejder aktivt med nærliggende landsbyer. Vavla er også en lille landsby, som de promoverer gennem honning, grundlæggerne selv er fra en nærliggende landsby, de er lokale og passionerede og aktive, når det kommer til at fremme bæredygtigt liv i en landsby.

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion: Gennem brug af glaskrukker, og sikring af minimalt spild i deres praksis af produktion samt os under deres workshops. De opfordrer også folk til at henvende sig til naturen for at finde spiselige og nærende planter i stedet for kun at forbruge ved at købe produkter fra almindelige supermarkeder.

Mål 13. Klimahandling: Gennem deres pædagogiske workshops uddanner de folk om biers betydning for vores miljø. De uddanner folk om planter, de kan dyrke i deres egne haver, uanset hvor små, for at opmuntre bier. Derudover underviser de i deres værksted folk i spiselige og nærende planter, du kan finde i hver måned af året.

1. ØKOFYSE-BI & NATURCENTER



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 15. Livet på land: De fremmer aktivt behovet for at bevare vores naturlige vegetation, så bier kan producere og trives gennem deres værksteder. De opfordrer folk til at stoppe med at fjerne naturlig vegetation. Det er vigtigt at forstå, at selv i vores egne gårde kan du efterlade blomster til bier. Det er vigtigt at stoppe med at 'rydde op' i vores haver. De forsøger aktivt at forbinde mennesker med naturen (f.eks. Stop med at bruge pesticider).

Mål 17. Partnerskaber for målene: De har partnerskaber med lokale forhandlere, foreninger, producenter af andre cypriotiske produkter (f.eks. sæber, urter, æteriske olier osv.), som de også promoverer i deres butik. Georgien nævnte også, at de på Cypern ikke ser meget samarbejde.

Strategi & Mission

Da de startede, havde de en skriftlig strategi, som var fokuseret på turisme. Hvilket stadig er aktuelt, da de hver søndag har arrangementer, som folk åbent kan besøge. Det er dog noget, de i fremtiden kun vil kunne opretholde, hvis de har flere ansatte.

Før hun startede virksomheden arbejdede Georgien som videnskabelig medarbejder for miljøorganisationer, så hun havde stor erfaring med at forske i og promovere SDGs strategier både på Cypern og EU, gå til parlamentet osv. Hun var opmærksom på alle disse bestræbelser på at beskytte miljøet og være bæredygtig. Dette hjalp med at have en strategi om bæredygtighed uden at være bevidst om det.

Effektevaluering

De har ingen viden om, hvordan de overvåger deres bæredygtige praksiss indvirkning. Men det er bestemt noget, de gerne vil kunne, det vil de gerne have værktøjer til at kunne.

Innovative tilgange

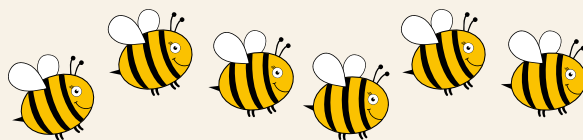
&Udfordringer

Den største udfordring var rentabiliteten, nogle af de bæredygtige metoder, de har kostet meget mere. Nogle af de nye tilpasninger, de vil have med i deres praksis, er også meget dyre, så det er ikke noget, de kan gøre lige nu. For eksempel at rense vandet, for at kunne genbruge det, men det er et dyrt system, som de skal kigge mere på. Fordi de er i landbrugsjord, får de vand fra lokalsamfundet, men dette er ikke bæredygtigt, det ville være mere at være i stand til at genbruge vand og bruge det til kunstvanding; altså ikke indtage drikkevand til kunstvanding.

Motivering

Motivation til at være på linje med SDGs er naturlig for dem. Det er det, de gerne vil gøre, og det, der gør dem glade. De ønsker ikke at skade miljøet, og de brænder for at lære andre at gøre det samme og opmuntre dem til at være en del af denne forandring. Bæredygtig praksis er en del af deres personlige kerneværdier.

1. ØKOFYSE-BI & NATURCENTER



Bæredygtighedsideer

De arrangerer mange workshops og kurser som tidligere nævnt (en dag som biavler, indsamling af urter osv.).

De samarbejder også med NGO'er, der er specialiseret i bæredygtige løsninger, hvor de samarbejder om at organisere begivenheder for at fremvise og fremme denne praksis.

Deres forretning er afhængig af EU-regler, da de producerer forbrugerprodukter, så de skal følge loven i processen med at producere og mærke deres honningprodukter. Med hensyn til deres balsam og salver er det gjort i hjemmet, det promoveres ikke på apoteker, så de behøver ikke at have licens.

Refleksioner

Jeg synes, det er trist, at du ikke kan tælle bæredygtigheden – du gør noget, fordi du ved, at det er det rigtige at gøre, men som oftest vil det ikke give dig ekstra overskud på forretningsniveau. Ecophysis tog mange foranstaltninger med hensyn til bæredygtighed, men de ser mange andre virksomheder, der ikke gør dette og ikke har nogen sanktioner og har mere overskud til gengæld. Jeg fortryder ikke den foranstaltning, vi tog, men jeg forstår, at min virksomhed måske ville have mere overskud, hvis jeg ikke tog en stærk holdning til bæredygtighed. Jeg ville stadig gøre det samme, hvis jeg skulle vælge igen, men det efterlader mig med en følelse af uretfærdighed. Rentabilitet er virkelig vigtigt, for hvis vi ønsker at tage et lån, vil de kun se, hvad der er i banken, ikke hvor bæredygtige vi er som virksomhed. Folk, der kan hjælpe os med at videreudvikle vores forretning, er ikke interesserede i disse værdier. Jeg håber, at de om nogle år vil være i stand til at se og erkende, at vi ikke voksede så hurtigt, som nogle andre gjorde på grund af vores værdier og bæredygtighedsstrategier.

Råd

Råd til unge iværksættere, der søger at implementere bæredygtige virksomheder, er at have en strategi, der er nedskrevet, som så hjælper dem med at tilpasse deres team til disse værdier.

At have noget skrevet ned kan være noget, du altid kan besøge igen og kan hjælpe dig med at forblive opmærksom på din sag, så du ikke mister dig selv med penge. Der vil være mange gange, hvor du vil blive stillet over for et vanskeligt valg, bæredygtighed vs penge/rentabilitet. At have noget skrevet ned kan være en konstant påmindelse om dit oprindelige mål.

2. HÜLSENREICH



Fremstil kikærtesnacks som et sundt snackalternativ

TYPE: PRODUKTION & DISTRIBUTION AF MAD OG DRIKKE

Om

Den oprindelige idé til vores virksomhed kom fra min ernæringsvidenskabelige uddannelse. Som en passioneret madblogger med en stærk interesse for sund kost, spurgte jeg mig selv, hvordan man gør sund mad sjovt og nemt. Samtidig hørte jeg meget om bælgfrugter under studiet og indså, at bælgfrugter stadig er totalt underrepræsenteret som plantegruppe i de klassiske produkter, man finder i supermarkedet. Det var omkring 7 år siden, en helt anden tid - hummus, for eksempel, var først lige ved at dukke op. På det tidspunkt var vi en af de første, der begyndte at omdanne bælgfrugter til snacks for at gøre dem mere tilgængelige som en ekstremt sund plantegruppe og samtidig tilbyde en velsmagende, sund snack.

Efter at have stiftet virksomheden i 2019, fokuserede vi i første omgang på at opnå vores proof of market ved at teste, om vores produkt overhovedet var accepteret på markedet. Inden for seks måneder fik vi kunder nok til, at vores første produktionsanlæg blev for lille, og vi måtte flytte. Vores produktion fortsatte med at vokse, og vi var konstant nødt til at opretholde en balance mellem salg og produktion, og vi fik kun så mange kunder, som vi kunne betjene. Samtidig ville vi selvfølgelig også vokse og ikke afvise nogen - det var den største udfordring i de første tre år. Vi flyttede så tilbage i vores nuværende produktionshal, som er bygget sådan, at det vil være tilstrækkeligt for os i lang tid fremover. Vores fokus er på kundehvervelse, og i år begynder vi også at udvide vores brand for at være mere til stede på messer og events.

Vores medarbejdere er hovedsageligt involveret i produktionen og tager gradvist mere ansvar. I første omgang stod stifterne for logistik og al ordrebehandling, men det er nu gradvist ved at blive overført til teamet. Stifterne bliver dermed administrerende direktører og koncentrerer sig om deres kerneopgaver.

Bæredygtigt Udvikling

Det er ikke let at besvare dette spørgsmål, da jeg ikke har en klar definition af bæredygtighed. Min personlige opfattelse er nok ret vag og bred. For mig er alt bæredygtigt, hvis mine handlinger i dag har en positiv indvirkning på min fremtid eller er designet til at være meningsfulde på lang sigt. Jeg bestræber mig på at sikre, at det, jeg laver i dag, ikke kun virker på kort sigt, men stadig giver mening om 10 år. Dette gælder på forskellige områder, startende med vores produkter.

Min baggrund som ernæringsekspert retter mit fokus mod det ernæringsmæssige aspekt, som jeg anser for at være bæredygtigt. Vores produkter er sunde, og de er lige så gode for den menneskelige krop i dag, som de vil være om 10 år.

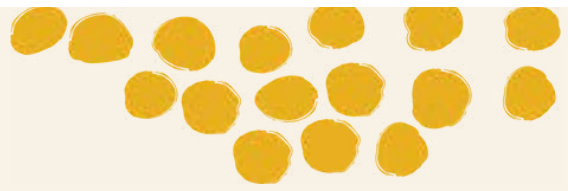
Bæredygtighedspåvirkning

Jeg tror på, at vi lige fra begyndelsen har lagt meget af vores hjerte, passion og personlige overbevisning i bæredygtighed. Vi efterlever disse værdier ikke kun i erhvervslivet, men også i vores personlige liv. Ikke desto mindre ved vi, at der stadig er områder, hvor vi kan fortsætte med at forbedre os. Vi overvejer så bevidst disse aspekter og reflekterer over dem. For at opsummere vil jeg sige, at der er mange aspekter af bæredygtighed, som vi ubevidst integrerer i vores handlinger.

For os hos Hülsenreich betyder bæredygtighed, at alt, hvad vi gør, og de produkter, vi sætter på markedet, ikke kun skal være gavnlige for menneskers sundhed, men også have en positiv indvirkning på miljøet og dette på lang sigt.



2. HÜLSENREICH



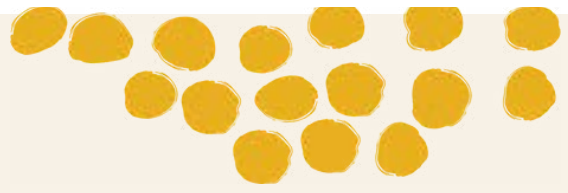
SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 1. Ingen fattigdom: Det, der efter min mening adskiller os, er, at vores produktionsarbejde er et opland for meget forskelligartede mennesker. Det er ikke kun arbejdende studerende fra privilegerede husstande, der arbejder for os, men en meget blandet flok bestående af for eksempel ukrainske flygtninge eller folk, der ikke har haft et arbejde i et stykke tid. Vi er et åbent hold. Produktionsarbejdet gør det også muligt, da opgaverne hurtigt kan læres, så vi ikke udelukker nogen. På globalt plan har vi leverandørsscreening, så vi sørger for, at alt er forsvarligt. Den chokolade, vi bruger, er Fair Trade, men vi formår endnu ikke at spore alt helt til slutningen af forsyningskæden, så vi er afhængige af den information, som leverandørerne giver. Vi er en certificeret økologisk virksomhed. Det er ikke garanteret, at certificerede økologiske leverandører automatisk tager hensyn til sociale aspekter. Ikke desto mindre er det ofte sådan, at den økologiske sektor ikke kun lægger vægt på kvalitet, men også social interaktion og fair vilkår.

Mål 2. Nul sult: Jeg tror, at dette sandsynligvis er et af vores ubevidste kernemål for bæredygtighed. Dette er især tydeligt i det faktum, at vi producerer næringsrig mad af høj kvalitet, som også er hentet regionalt. Dette er en del af vores DNA, så at sige. Vi er også aktivt engageret i kikærte dyrkning i Tyskland, med et blik for fremtiden. I lyset af de fremadskridende klimaændringer og andre udviklinger inden for landbruget er det allerede forudsigeligt, at konventionelle hovedråvarer som hvede eller majs vil stå over for udfordringer. Landbruget skal diversificere og begynde at dyrke nicheafgrøder nu. Dette er ikke kun vigtigt for fødevarer- og råvareforsyningsikkerheden, men også for jordbevarelse. Vi er aktivt i dialog med landmænd og andre forarbejdningsvirksomheder og deltager jævnligt i paneldiskussioner og netværksmøder for at udforske muligheder. Vi har endda udført en testdyrkning hos en landmand i Sachsen-Anhalt og indkøber allerede tyske kikærter, som vi endnu ikke forarbejder, men tilbyder som råvarer i vores online shop. Dette er et spørgsmål, der ligger os på hjerte, da kikærter og bælgfrugter generelt kan spille en vigtig rolle i fremtiden for landbrug og jordbevarelse.

Mål 3. Godt helbred og velvære: En gang om året gennemgår vi en inspektion af en ekspert fra arbejdsgivernes ansvarsforsikringsforening (på tysk: Berufsgenossenschaft BGN). Denne ekspert inspicerer produktionsanlægget med hensyn til arbejdssikkerhed og kontrollerer også, om arbejdsstationerne opfylder standarderne ud fra et ergonomisk synspunkt. Denne inspektion er en frivillig foranstaltning. Gennem BGN arrangerer vi også en årlig rygworkshop, hvor vores medarbejdere lærer, hvordan de kan forbedre deres ryg sundhed. Derudover forsyner vi vores medarbejdere med frisk juice, frugt og vores sunde kikærtesnacks gratis og i ubegrænsede mængder.

2. HÜLSENREICH



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 5. Ligestilling: Som en lille virksomhed er vi ekstremt fleksible, når det kommer til at tilpasse arbejdsforholdene. Det er klart, at der sker forskydninger i produktionen, så produktionsmedarbejdere er bundet til disse. Til alle andre opgaver og stillinger tilbyder vi dog mulighed for at arbejde hjemmefra. Vi har allerede støttet en medarbejder i produktionen, der blev gravid, men som gerne ville fortsætte med at arbejde for os indtil hendes barsel. Det lykkedes os at finde alternative opgaver til hende, som hun var i stand til at varetage indtil kort før fødslen. Efter fødslen tilpassede vi hendes vagter, så hun kunne tage sit barn til og fra daginstitution. Vores lille størrelse giver os mulighed for at reagere fleksibelt på situationer som denne. Køn er fuldstændig irrelevant, når det kommer til fordeling af opgaver og løn.

Mål 8. Anstændigt arbejde og økonomisk vækst: Vi har allerede diskuteret, hvordan vi håndterer vores medarbejdere og leverandører andre steder. Jeg vil gerne understrege en ting mere, som nok adskiller os fra andre nystartede virksomheder: Vi planlægger ikke at sælge vores start-up til højstbydende inden for de næste par år, men vi vil bygge en virksomhed, der bliver ca. på lang sigt. Det har selvfølgelig også indflydelse på, hvordan vi arbejder.

Mål 13. Klimahandling: Ved at promovere bælgfrugter generelt, med det formål at øge cirkulationen og dyrkningen af bælgfrugter, yder vi et bidrag til klimabeskyttelse. Disse indsatser har til formål at sikre, at bælgfrugter i stigende grad erstatter animalske produkter, hvilket har en positiv indvirkning på klimaet.

Mål 14. Livet under vand: Vi bruger i øjeblikket stadig plastikemballage til vores salte produkter i butikkerne og kan ikke helt undgå det i øjeblikket. Vi tilbyder dog allerede nu muligheden for papiremballage i vores online shop, som nu er komposterbar. Som produktionsvirksomhed har vi også mulighed for at fragte løsgods. For eksempel leverer vi de upakkede butikker i pantspande. Vi har for nylig introduceret en sød produktlinje, hvis detailemballage udelukkende er lavet af papir. Selvom vi stadig bruger plastik til nogle produkter, er vores ambition at blive helt plastikfri en dag. Vi ser frem til udviklingen, når flere virksomheder går over til mere miljøvenlig emballage, da det kan sænke priserne og gøre det nemmere for os at få adgang til passende emballage.

Mål 15. Livet på land: Se initiativer til Mål 2 - hos Hülsenreich støtter vi aktivt kikærte dyrkning i Tyskland, da kikærter kan spille en vigtig rolle i fremtidens landbrug og jordbevarelse. Når det betragtes som en afgrøde, har bælgfrugter mange fordele: de styrker biodiversiteten, blomsterne på bælgfrugter er gode til insekter, de er en nitrogenfikser for jorden og bruger mindre vand i dyrkningen end sammenlignelige plantegrupper. Vi er forpligtet til at øge dyrkningen af bælgfrugter. Vi er desuden certificeret økologiske, hvilket betyder, at der ikke bruges skadelig gødning eller sprøjtegift i vores råvarer.

Mål 17. Partnerskaber for målene: Vi er aktive i forskellige netværk, herunder et netværk af repræsentanter fra nichemarkedet for bælgfrugter, som dækker hele værdikæden fra avlere til forarbejdningsvirksomheder. Et andet netværk består af bæredygtigt tænkende start-ups, der fokuserer på gensidig støtte og samarbejde. Her er der stigende muligheder for samarbejde, hvilket vi ser som et mål for i år. Et tredje aspekt af vores netværk vedrører vores hovedinvestor, som selv er aktiv inden for fødevarerproduktion og landbrug. Denne partner er ekstremt værdifuld for os, da vi kan lære af deres erfaring og også udnytte deres landbrugsprodukter. Resultatet er en win-win-situation, der gavner begge sider.

2. HÜLSENREICH



Strategi & Mission

Vi har ikke en formuleret bæredygtighedsstrategi, men vi forfølger forskellige bæredygtigheds mål på et ubevidst plan. Vores bæredygtige adfærd har en tendens til at ske på et intuitivt grundlag. Efterhånden som vores virksomhed bliver mere kompleks, skal vi dokumentere, registrere og forankre processer mere intensivt. Det observerer jeg også på andre områder, især når opgaver er uddelegeret og strukturer bliver mere komplekse. I sådanne tilfælde er det tid til at registrere processerne skriftligt.

Denne tilgang kan også anvendes på emnet bæredygtighed. I øjeblikket arbejder vores lille team intuitivt og i en fælles retning. Men i takt med at strukturerne fortsætter med at vokse, vil vi formentlig bevæge os i retning af at skrive vores udgangspunkter, vores kerneidentitet og vores principper. Dette vil sikre, at alle i virksomheden er med om bord, og at de bæredygtige principper kan kommunikeres klart og konsekvent.

Effektevaluering

Fordi vores bæredygtige adfærd er intuitiv, kan vi næppe kvantificere virkningerne af disse praksisser.

Motivering

Vi er iboende motiverede, ikke kun af personlige mål, som vi forfølger privat, men også af iværksættermotivation. For mig personligt er denne motivation nærmest lidt egoistisk, for jeg vil gerne beholde mit job på lang sigt og ikke have kortsigtet succes, der er forbi efter et år, så vi handler bæredygtigt.

Mange af vores medarbejdere er karriereskifttere, som er på vej ind i nye faser af deres liv eller lige er startet i deres karriere. En af de bedste følelser er, når vi med succes kan tage disse medarbejdere med os, og de ønsker at blive i virksomheden. Nogle af dem har endda lederstillinger, selvom de er nye på området og ikke oprindeligt kommer fra fødevarerindustrien. For mig er dette det bedste, der kan ske, og det svarer til min personlige definition af bæredygtighed. Det betyder, at vores virksomhedskultur er organiseret på en sådan måde, at alle kan nyde den på længere sigt.

Med hensyn til vores produkter er det særligt vigtigt for mig som ernæringsekspert at tilskynde samfundet til at spise mere bæredygtigt. Ved at bringe bæredygtige produkter på markedet og aktivt tale om emnet, yder vi vores lille bidrag til dette.

Innovative tilgange

&Udfordringer

Medarbejdertilfredshed og sikkerhed er meget vigtigt for os. Vores produktionshal er i øjeblikket ikke opvarmet, hvilket er gavnligt for vores el- og energiforbrug, men udgør en udfordring for vores medarbejdere. Vi bruger i øjeblikket infrarøde radiatorer og opvarmede skosåler for at skabe et behageligt arbejdsmiljø.

På længere sigt er det dog nødvendigt at finde en løsning, der både øger komforten for vores medarbejdere og er energieffektiv. Opvarmning af en stor produktionshal er ikke en ideel mulighed for os som produktionsvirksomhed af omkostnings- og energimæssige årsager. Vi bestræber os derfor på at finde en innovativ og bæredygtig løsning til at forbedre vores medarbejderes arbejdsmiljø på længere sigt.

2. HÜLSENREICH



Bæredygtighedsideer

Som en virksomhed, der gennemgår økologisk certificering i henhold til EU-retningslinjer, er vi forpligtet til at opfylde de høje standarder og regler inden for økologisk landbrug. Dette omfatter overholdelse af specifikke dyrknings- og produktionsmetoder for at sikre, at vores produkter opfylder økologiske krav.

Derudover er vi underlagt visse forpligtelser i henhold til forsyningskædeloven. Det betyder, at vi skal være gennemsigtige og ansvarlige for, hvordan vores forsyningskæde er struktureret, hvilke foranstaltninger vi tager for at sikre, at den er etisk og bæredygtig, og hvordan vi sikrer, at grundlæggende arbejds- og miljøstandarder overholdes.

Refleksioner

Jeg synes, det er ekstremt givende at være aktiv på bæredygtighedsscenen. Det er sjovt, fordi jeg har på fornemmelsen, at virksomheder og deres ansatte i denne branche ofte repræsenterer vidunderlige værdier, som de lever efter. Disse værdier skaber et behageligt arbejdsmiljø og et positivt samspil, hvilket jeg finder yderst positivt. Det er min personlige konklusion.

Det giver mig også god samvittighed at vide, at vores aktiviteter i det mindste ikke forårsager nogen skade på verden. Det er yderst tilfredsstillende.

Råd

Bliv ikke påvirket eller imponeret af aktuelle marketingtendenser. Bæredygtighed plejede at være mere en trend, end det er i dag. Men det burde ikke være motivationen til at etablere sig i denne retning. Tænk blot over, hvad der er vigtigt for dig, og hvordan du vil drive din virksomhed. Og tænk ikke kun på i dag, men også på i morgen.

Behov for forbedring

Problemet med plastemballage, som allerede er blevet behandlet, er en bekymring, som vi fortsat behandler intensivt og bestræber os på at drive reduktionen fremad.

Energi er det område, der giver os størst potentiale for udvikling. Som produktionsvirksomhed er vores elforbrug ret højt på grund af vores cateringudstyrs karakter, som desværre bruger meget energi på grund af sit design - så det kan næppe undgås.

Desuden køber vi kun vores strøm fra byen. Vi overvejer aktivt, hvor vi skal hen og kigger på forskellige muligheder. Vi har allerede haft samtaler med vores udlejer for at se på muligheden for at montere solpaneler på taget. Dette ligger dog ikke udelukkende inden for vores beslutningsbeføjelser, som udlejer skulle være indforstået med. Denne proces vil sandsynligvis tage 2-3 år.

Vi satser også stadig på at skifte til kikærter fra Tyskland, altså at bruge stadig mere regionalt fremskaffede ingredienser.

3. YGEA GÅRD



Fritgående høns, økologiske æg, bioland



TYPE: PRODUKTION & DISTRIBUTION AF MAD OG DRIKKE

Om

Ygea Eggs er stolte af at tilbyde økologiske, fritgående æg. Deres familiedrevne biofarm beliggende i de frugtbare foden af det centrale Cypern giver rigelig åben plads, solskin og frisk luft til deres høns. Gården sikrer også, at hønsene bliver fodret med en fremragende, fuldt certificeret økologisk kost. Forpligtelsen omfatter støtte til lokalt landbrug, fremme af økologiske fødevarer, fortaler for human behandling af dyr og bevarelse af naturen. Fra deres perspektiv fremmer denne tilgang en sundere balance mellem natur og fødevarerproduktion.

De kunne starte deres virksomhed med en EU-fond. De tror på en bæredygtig måde at drive landbrug på, deres navn står for jord og sundt, og det er deres kerneværdi.

Bæredygtighedspåvirkning

Bæredygtighed er virkelig vigtigt for virksomheden. For at få succes skal du først tage dig af jorden. Det betyder, at du skal passe på bibestanden i dit land for at stimulere den naturlige vækst af urter og vegetation. Dette bringer også flere fugle (såsom ugler) til landet, som igen hjælper med at kontrollere dyr som rotter og visse insekter, men også hjælper med væksten af planter, der er tæt på at uddø.

Bæredygtigt Udvikling

For det første er de meget opmærksomme på deres jord, de bruger et koncept kaldet cirkulært landbrug, som er en form for permakultur. Det gør de for at holde naturen i live, gennem at skabe en vej/struktur i deres land, en naturlig måde at vande på, og træerne vil hjælpe hinanden. På denne måde har jorden brug for minimal vanding.

Deres hovedprodukt er ægproduktion. De producerer omkring 4.500 æg om dagen.

De forsøger konstant at finde og udforske nye bæredygtige måder, et eksempel på dette er ved at fodre kyllingerne med sæsonfrugt (f.eks. om sommeren, hvor der er mange pærer på deres jord, fodrer de dem til deres kyllinger), de tror, at På denne måde bruger du ikke kun produkter, der naturligt vokser i dit land, men du holder også dine kyllinger sundere ved at diversificere deres kost og bruge de forskellige ernæringsmæssige værdier af naturlige produkter.

Det er dog ikke let at have en bæredygtig ægproduktionsvirksomhed. Hvis du ikke er sikker på, at du kan sælge dine æg, kan du gå konkurs. Du skal være sikker på det marked, du går ind på, også med hensyn til den EU-fond, de startede med, får du kun den fulde finansiering, hvis du er i stand til at klare dig gennem de første fem år, som er virkelig udfordrende år.

3. YGEA GÅRD



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 2. Nul sult:Fremme bæredygtigt landbrug gennem etisk biavl. Honning bliver heller aldrig dårlig, så de lærer også folk at forstå, at honning aldrig bliver dårlig, selvom den ændrer form (f.eks. hvis den krystalliserer, betyder det ikke, at den er dårlig, det skyldes vejret – det er koldere). Derudover afholder de workshops om indsamling af urter. De tror på, at naturen kan tilbyde mere, end vi tror, for eksempel lærer de, hvilke urter der kan findes i din egen baghave, som ikke kun er spiselige, men også nærende. Endelig beskæftiger de sig også med en masse børn, der har ernæringsmæssige vanskeligheder, men som virkelig godt kan lide honning.

Mål 2. Nul sult:De første æg, som kyllingerne producerer, er normalt for små til at sælge, så vi donerer dem til forskellige fonde (f.eks. Rehab-faciliteter, til økonomisk dårligt stillede familier osv.)

Mål 3. Godt helbred og velvære:Det er vigtigt at være opmærksom på, hvad vi putter i vores krop, hvilket er det, vi forsøger at fremme med vores økologiske æg.

Mål 6. Rent vand og sanitet:Dette er virkelig vigtigt, især for et sted som Cypern, der kæmper med vand. En måde at gøre dette på er ved at bruge begrebet permakultur på vores jord.

Mål 11. Bæredygtige byer og samfund:Det er noget, vi opmuntrer ved at have fritgående høns og arbejde på vores jord og de naturlige vegetationer og også give et hjem til at lave vilde dyr i området. Vi skal forsøge at fremme en naturlig livsstil så meget som muligt.

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion:Vi producerer biologiske æg uden brug af pesticider, syntetisk gødning eller giftige kemikalier, som er dårlige for vores sundhed og miljøet. Vi undgår også syntetiske hormoner (som ofte gives til konventionelle mælke- og køddyr for at ændre reproduktionscyklusser og fremskynde væksten) betyder mindre stress for dyr og reduceret menneskelig eksponering for hormonforstyrrende kemikalier. Endelig er vores dyrefoder udelukkende fremstillet af vegetative (rene plante) råvarer, ikke genetisk modificeret.

Mål 13. Klimahandling:Den måde, vi dyrker vores jord på gennem permakultur, håber vi at udvikle en oase af natur og opmuntre andre til at gøre det samme i deres gårde og jord.

Mål 15. Livet på land:Som nævnt ovenfor i vores land opmuntrer vi til det vilde liv, vi arbejder aktivt på at have naturlige blomster til bierne, vi graver endda huller til frøer og firben. Derudover bygger vi små huse til fugle, som igen hjælper os med at kontrollere rottebestanden mv.

3. YGEA GÅRD



Strategi & Mission

Organisationen har ikke en skriftlig strategi.

Deres mission og vision er bestemt relateret til bæredygtighed. Bæredygtighed er en del af deres kernetrossystem, deres vision er at gøre hele gårdens område til et grønt område, en naturlig skov. De tror på ernæringsmæssig vs farmaceutisk livsstil. De jord og jord kan give os en masse fordele, og det bør vi prøve at komme tættere på.

Effektevaluering

De har ikke en måde at virkelig måle/overvåge deres bæredygtige praksis. Men de finder hele tiden innovative måder at forsøge at hjælpe miljøet på, f.eks. De har nu et nyt vandingssystem til deres oliventræer, hvor de sætter en beholder med vand tæt på oliventræerne som har et automatisk vandingssystem, dette reducerer det vand de bruger, men forbedrer også kvaliteten af olien de producerer.

De har også et godt forhold til samfundet, de samarbejder med en masse lokale virksomheder for at sælge deres æg og donerer også til samfundet.

Innovative tilgange

&Udfordringer

Nogle af de innovative tilgange til at nå bæredygtige mål var at investere i at skabe deres gård i overensstemmelse med permakultur, hvilket i sidste ende også vil begrænse deres brug af kunstvandingsvand. De tror også på naturmedicin og på at komme tættere på vores forfædres praksis tættere på naturen. Derudover fodrer de deres høns med årstidens frugter og producerer, som er naturligt dyrket i deres land, idet de tror, at diversificering af deres kost holder dem sundere og gladere.

Motivering

Vi er meget motiverede for at blive ved med at plante og investere i vores gård. Den 24. februar har vi arrangeret et arrangement, hvor vi skal plante yderligere 100 oliventræer. Vi har inviteret interessenter og folk fra det nærliggende samfund til at komme og tage del i plantningen af træer. Vi bruger også plantning af træer som en måde at markedsføre med vigtige interessenter, vi inviterer dem og planter træer, og det har en stor forretningssucces. Vi har mere end 100 forskellige slags træer i vores gård. Vi investerer også i at forske i de mest naturlige og bedste måder at holde på vandet i vores land. Denne vision holder os motiverede til at remaile bæredygtigt.

3. YGEA GÅRD



Bæredygtighedsideer

Gården følger og er afhængig af EU-regler, og ikke kun de er også blevet akkrediteret af LACON og EU-firma, som du betaler for at få dem til at komme og tjekke kvaliteten af dine æg og certificere dig.

Behov for forbedring

De ønsker at investere yderligere i at plante flere lokale træer, der også kan producere produkter, som de så kan bruge til at fodre deres kyllinger. Såsom flere johannesbrødtræer samt aloe vera, som de synes er fantastisk mad til hønsene. De sigter mod at blive endnu mere organiserede i fremtiden for at opnå dette.

Refleksioner

Der vil være mange øjeblikke, hvor tingene ikke vil gå efter planen, og du kan fejle. Det er vigtigt at stå op og holde ud, disse vanskeligheder er faktisk lektier til forbedring! Vær ikke bange for at fejle.

Råd

Vær ikke bange for at starte noget alene. Hvis du tror på det, du laver, og hvis du er god til det, du laver, vil andre så følge efter!

4. NU SELSKAB GMBH



Fødevareindustri, konfektur, chokolade og chokoladeprodukter

TYPE: PRODUKTION & DISTRIBUTION AF MAD OG DRILLE

Om

Nu-virksomheden ønsker at gøre chokoladeindustrien oprør med sine produkter: tro mod mottoet "For en verden, som vi alle ønsker at leve i: Grøn, fair og uhyrligt tækker", markedsfører de den populære konfektur efter andre standarder end den globale konkurrence. Dette skyldes, at sidstnævnte delvist er ansvarlig for flere alvorlige misbrug: Børnearbejde eksisterer stadig i denne branche, regnskvsområder fældes, og der bruges pesticider. Dertil kommer chokolade produkter er normalt emballeret i plastik, som sjældent genbruges. Nu-virksomheden er overbevist om, at forbrugerne ikke bør ofre fornøjelsen af chokolade for at anvende miljøvenlige metoder. De slår til lyd for, at producenterne kan give en skyld. gratis og miljøbevidst forkælelse til forbrugerne Udover klassiske chokoladebarer og barer i forskellige smagsvarianter omfatter virksomhedens produktsortiment nu også nødder og frysetørret frugt med chokoladeovertræk, som markedsføres under handelsnavnet Nucao.

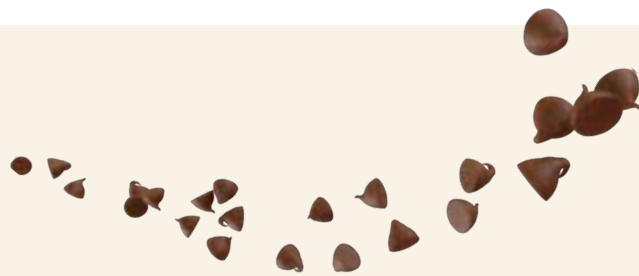
Bæredygtighedspåvirkning

Aspektet af bæredygtighed er en integreret del af Nucaos forretningsaktiviteter. Alle processer og handlinger er designet med dette aspekt i tankerne. De fokuserer ikke kun på området for miljøpåvirkning, men også på sociale spørgsmål. Gennemsigtighed har altid været vigtigt for dem – greenwashing er ikke en mulighed for virksomheden.

Bæredygtigt Udvikling

Nucao har integreret bæredygtighed i sin forretningsplan fra starten, hvilket viser en fast forpligtelse til at være banebrydende for bæredygtig praksis. Virksomheden prioriterer økologisk certificering, fair trade partnerskaber, reduktion af miljøpåvirkninger og klimaneutral produktion. Udnyttelse af vedvarende energi, bæredygtig emballage og støtte til lokalsamfund er kerneelementer i Nucaos tilgang. Denne holistiske strategi lægger vægt på miljømæssige, sociale og økonomiske overvejelser og sigter ikke kun på at levere kvalitetsprodukter, men også at bidrage positivt til en mere bæredygtig fremtid.

4. NU SELSKAB GMBH



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

MÅL 1: Ingen fattigdom: Rimelig betaling til kakaobønder & Merværdi for de samfund, der gennemfører genplantningsprojekterne.

Mål 3. Godt helbred og velvære: Produkter med reduceret sukkerindhold, uden smagsstoffer og sødestoffer & få, naturlige ingredienser med høj næringsstæthed.

Mål 5. Ligestilling: Kvinder og mænd får begge en rimelig løn.

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion: Fair Trade; Økologisk dyrkning af forskellige ingredienser (f.eks. sukkerroer) og fremme af biodiversitet på stedet & veganske produkter; dyrs lidelse undgås ved ikke at bruge animalske ingredienser.

Mål 13. Klimahandling: Genplantningsprojekter; Fremme af økologisk produktion & Bæredygtig (komposterbar) emballage.

MÅL 15: Livet på land: Mindre skovrydning gennem betaling af præmier til landmænd. Når betalingerne er lave, tyr landmændene nogle gange til miljøskadelig praksis. For eksempel udvider de så deres områder gennem ulovlig skovrydning for at skabe flere indtægter.

MÅL 17: Partnerskaber for at nå målet: Nu-virksomheden er netværkspartner af forskellige foreninger som Startups for Tomorrow og The Good Food Collective.

Strategi & Mission

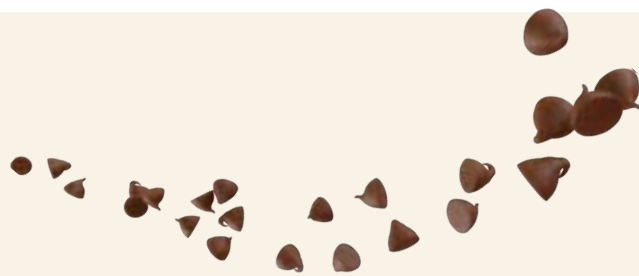
Med nucao ønsker de tre unge iværksættere at skabe enflagskibsprojekt for bæredygtig forretning. Deres mission er ikke kun at sælge bæredygtige produkter, men også at formidle budskabet om, at forbrug ikke altid behøver at ende i en konflikt mellem nydelse og samvittighed. De ønsker intet mindre end at sælge et holistisk bæredygtigt produkt (ingredienser, emballage, støtte til sociale projekter på købstidspunktet). Et af deres nøgleprojekter for at opveje uundgåelige emissioner er genplantning af skove i Madagaskar og Nepal. Målet er at plante en million træer.

Innovative tilgange

&Udfordringer

Nucao får 100 % af sin kakao fra økologiskilder i Peru. Landmændene bliver retfærdigt betalt. Kun rimelig betaling sætter dem i stand til at undgå udnyttelsesmetoder såsom børnearbejde, skovrydning og brug af pesticider. Virksomheden betaler derfor landmændene en ekstra præmie ud over økologi- og Fairtrade-bonussen. Det svarer til 3500 amerikanske dollars pr. ton kakao. Til sammenligning: handelsprisen for kakao er omkring 2400 amerikanske dollars (pr. 11/2022). Derudover får småbønderne en andel af salgsprisen, som de kan bruge til sociale formål i deres lokalsamfund. Nucao fremmer også lokal biodiversitet med blandede afgrøder og agroskovbrug. Chokoladeprodukterne er pakket i miljøvenlig hjemmekomposterbar film eller genbrugspapir. Nucao er den første chokoladeproducent, der har brugt papiremballage som sin primære emballage.

4. NU SELSKAB GMBH



Effektevaluering

Ikke alle emissioner kan undgås. Derfor donerer virksomheden 3% af sin omsætning til genplantningsprojekter i Madagaskar og Nepal. Ifølge hjemmesidens konsekvensrapport er der allerede plantet mindst 13.589.202 træer.

Brugen af bæredygtig emballage sparede også 19,02 ton plastik.

Bæredygtighedsideer

Stifterne og medarbejderne får varig inspiration og ideer fra forskellige kilder:

Konkurrencer og innovationsarrangementer:

Deltagelse i konkurrencer sætter Nucao i stand til at udveksle ideer med andre virksomheder og fører dermed til udvikling af innovative ideer inden for bæredygtighedsområdet.

Samarbejde med NGO'er og interessegrupper:

Partnerskaber med NGO'er giver Nucao direkte indsigt i miljømæssige og sociale spørgsmål, hvilket kan føre til inspirerende ideer og initiativer.

Kundefeedback og markedsundersøgelser: Nucao inkorporerer direkte kundefeedback og viden fra omfattende markedsundersøgelser for at udvikle bæredygtige produkter, der opfylder markedets krav og forbrugernes forventninger.

Bæredygtighedsmål og -initiativer: Virksomheden er styret af globale bæredygtighedsmål såsom FN's SDG'er for at sikre, at dens aktiviteter yder et positivt bidrag til sociale, miljømæssige og økonomiske spørgsmål.

Motivering

Hos Nucao står bæredygtighed som det vigtigste fokus. Kun personer, der brænder for at bidrage til denne mission, bliver udvalgt til rekruttering. Forpligtelsen til bæredygtighed er dybt forankret i forretningsplanen, hvilket reducerer behovet for omfattende motivation, da det i sagens natur driver både en selv og teamet.

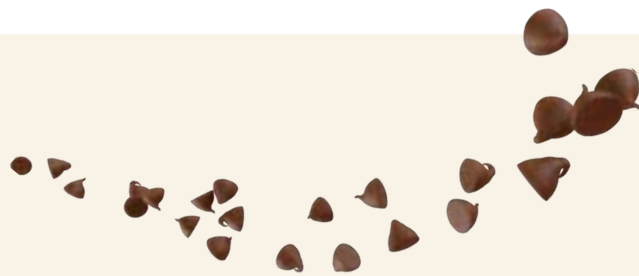
De fokuserer også på en harmonisk og venlig teamatmosfære og organiserer arbejds-sessioner på landet eller udflugter til naturlige omgivelser. Følelsen af at høre til et team øger også ansvarsfølelsen for egne handlinger i virksomheden samt identifikation med den og fører dermed til en konsekvent forfølgelse af virksomhedens mål.

Behov for forbedring

Nucao startede med sloganet 1 bar = 1 træ. For hver solgte chokoladebar skulle der plantes et træ i deres genplantningsprojekter på Madagaskar. Dette løfte måtte de dog trække tilbage med relanceringen. På trods af dette arbejder de konstant på at realisere deres store mål på 1 milliard træer. Et mål kunne i fremtiden være at genetablere forbindelsen mellem produktet og plantningen af et træ.

De ønsker også at blive endnu mere involveret i kakaodyrkning og yderligere øge gennemsigtigheden i forsyningskæderne.

4. NU SELSKAB GMBH



Refleksioner

Det er okay at afvige fra det oprindelige mål og sætte det lidt lavere, selv set i bakspejlet.

I dag fokuserer Nucao på ét hovedmål: bæredygtig produktion og emballering af sine produkter. Især for startups er det svært at kommunikere og holistisk realisere flere mål og fører sjældent til kvalitativ succes.

Det er svært at ændre verden med nicheprodukter og en lav gensalgstrate. Målgruppens accept led under produkternes særlige smag. Virksomheden ændrede derfor tilgang og tilpassede produkterne mere i overensstemmelse med forbrugernes præferencer. Selvom dette var på bekostning af sukkerindholdet, er virksomheden kommet tættere på sit mål om at bringe mere bæredygtighed til chokoladeindustrien end at forsøge at gøre alting "perfekt".

Derudover var Nucao kun delvist kompatibel med de valgte mål. Kokosblomstsukkeret og eksotiske ingredienser i produktet nødvendiggjorde en emissionsintensiv rute. Som følge heraf gik virksomheden over til roesukker. Ikke desto mindre er det værd at bemærke, at roesukker har et mindre gunstigt sundhedsbillede. Nucao forfulgte en strategi for gennemsigtighed her: årsagerne til denne beslutning er forklaret på hjemmesiden. Roesukker forårsager færre emissioner, fordi det vokser lige ved vores dørtrin, og dets produktion er ressourceeffektiv og lavemissionseffektiv.

Selv den mest bæredygtige bar i verden vil ikke overtale forbrugerne til at købe den, hvis den ikke smager godt. Og derfor kan virksomhedens planer om større miljøbeskyttelse ikke realiseres.

Råd

Sæt ikke dine mål for højt og hold fokus. Kvaliteten af målopfyldelse er afgørende. Nucao tog et skridt tilbage med sundhedsløftet og skiftede fra kokosblomstsukker til roesukker, da dette er mere i tråd med bæredygtighedsløftet, og de har valgt dette som deres hovedfokus. Det er ofte bedre at fokusere på nogle få områder og konsekvent forfølge de projekter, der er blevet defineret.

Disse ændringer og rebalancering af virksomhedens værdier bør dog altid være gennemsigtige. Nucao tog den rigtige beslutning her med relanceringen og tog forbrugerne med sig. Målgruppens tillid må ikke krænkes. Især forbrugere, der anser bæredygtighed for at være et vigtigt kvalitetselement, skal kunne stole på virksomhedernes løfter, da de ikke selv kan kontrollere de relevante processer.

5. ALT OM KOMBUCHA



Irlands eneste kulstofneutrale Kombucha-bryggeri. Servering af dåser med upasteuriseret, LIVE og økologisk kombucha siden 2017 – hånddåse og brygget i Galway, Irland

TYPE: PRODUKTION & DISTRIBUTION AF MAD OG DRIKKE

Om

All About Kombucha blev etableret i 2017 af unge medstiftere og venner, Keith Loftus og Emmett Kerrigan i Galway, Irland. Idéen til forretningen opstod, efter at grundlæggerne vendte tilbage fra Canada, hvor de opdagede kombucha.

Da de indså potentialet i denne sundhedsfremmende drik, satte de sig for at skabe deres eget bryg med fokus på bæredygtighed og støtte irske samfund.

De stræber efter at gøre en forskel ved at støtte Irish, træffe bæredygtige valg og hjælpe folk med at tage deres helbred i egen hånd. De laver velsmagende kombucha, der er godt for tarmen, godt for ganen og godt for planeten. De stræber konstant efter at innovere nye produkter, og deres sortiment strækker sig nu til tesæt, AAK-tøj/merchandise og for nylig til øl.

Nøglemilepæle omfatter lanceringen af deres CO2-neutrale kombucha-bryggeri, udvidelse til nye produktlinjer såsom tesæt og øl og deres forpligtelse til bæredygtighed gennem initiativer som 1 % til planeten og donationer til indfødt træplantning og regenerativt landbrug.

Bæredygtighedspåvirkning

Bæredygtig udvikling er en integreret del af alt om Kombuchas etos, da det stemmer overens med dets kerneværdier om at have en positiv indvirkning på planeten og støtte lokalsamfund.

Ved at prioritere bæredygtighed minimerer virksomheden ikke kun sit miljømæssige fodaftryk, men fremmer også langsigtet modstandskraft og vækst. De mener, at omfavnelser af bæredygtig praksis forbedrer brandets omdømme, tiltrækker miljøbevidste kunder og fremmer innovation.

Bæredygtig udvikling sikrer virksomhedens levedygtighed over for skiftende miljømæssige og sociale udfordringer, hvilket i sidste ende bidrager til både menneskers og planetens velbefindende.

Bæredygtigt Udvikling

Alt om Kombucha har demonstreret et stærkt engagement i bæredygtighed i sine operationer. Virksomheden prioriterer at bruge økologiske ingredienser og implementerer CO2-neutrale produktionsmetoder.

De stræber efter at minimere spild gennem nul-affaldsinitiativer og støtter regenerativt landbrug. Derudover har de udvidet deres produktudbud til at omfatte tesæt og øl og fortsætter deres mission om at levere bæredygtige og sundhedsbevidste muligheder til deres kunder.

AAK-teamet træffer konstant bæredygtige valg og hjælper folk med at tage deres helbred i egen hånd. De laver velsmagende kombucha, der er godt for tarmen, godt for ganen og godt for planeten.

Sammen med dette er de stolte medlemmer af 1% for Planeten. Det er All Abouts overbevisning om, at det at give tilbage er en lille pris at betale i bytte for at gøre forretninger på denne planet. De donerer 10% af deres bryggerioverskud årligt til plantning af indfødte irske træer og støtte fra regenerativt landbrug over hele landet.



5. ALT OM KOMBUCHA



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 3. Godt helbred og velvære: Deres produkter understøtter sundhed og velvære hos alle deres forbrugere.

Mål 5. Ligestilling: De har et kønsbalanceret team af medarbejdere, der giver lige muligheder for alle og tilskynder til kompetenceudvikling.

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion: De reagerer på dette mål via deres strategier for nul madspild og deres nye og forbedrede emballage- og produktionspraksis.

Mål 13. Klimahandling: De donerer 10% af deres bryggerioverskud årligt til plantning af indfødte irske træer og støtte fra regenerativt landbrug over hele landet.

Strategi & Mission

Medstifterne Keith & Emmett kom tilbage til Irland, stadig kun i tyverne, efter at have tilbragt nogen tid i Canada, hvor de først opdagede Kombucha. Det var på det tidspunkt, de indså, at de havde brug for at lave deres eget bryg, og så blev Alt-Om-Kombucha født. De etablerede et kernesæt af værdier, som de er blevet ved med at følge fra dag ét: Vær sund, forårsage minimal skade, arbejd hårdt, Uncap Creativity og Practice Self-Actualization.

De stræber efter at gøre en forskel ved at støtte irerne, træffe bæredygtige valg og hjælpe folk med at tage deres helbred i egne hænder.

5. ALT OM KOMBUCHA



Innovative tilgange

&Udfordringer

All About Kombucha har implementeret flere innovative tilgange og tilpasninger for at opfylde deres bæredygtighedsmål, hvilket viser deres engagement i miljøforvaltning og socialt ansvar. En bemærkelsesværdig innovation er deres fokus på CO2-neutralitet. Ved at optimere deres produktionsprocesser og implementere energibesparende foranstaltninger gennem hele deres drift, såsom optimering af brygnings- og konserveringsprocesser, har All About Kombucha reduceret sit CO2-fodafttryk markant. Denne tilgang minimerer ikke kun miljøpåvirkningen, men skaber også præcedens for bæredygtig praksis inden for drikkevarerindustrien.

Virksomheden har indført nul-affaldsinitiativer for at imødegå udfordringer med affaldshåndtering. De har implementeret strategier til at reducere, genbruge og genbruge materialer på tværs af deres produktions- og emballeringsprocesser.

De udforsker kontinuerligt nye smagsvarianter og produktlinjer, der inkorporerer lokalt fremskaffede, økologiske ingredienser, når det er muligt. Ved at diversificere deres produktudbud til at omfatte tesæt og øl, imødekommer de skiftende forbrugerpræferencer, mens de fremmer bæredygtigt landbrug og støtter lokale landmænd.

Effektevaluering

Implementeringen af bæredygtig praksis af All About Kombucha har haft en betydelig indvirkning på virksomheden, dens interessenter og miljøet. En målbar præstation er reduktionen af virksomhedens CO2-fodafttryk gennem CO2-neutrale produktionsmetoder og energibesparende tiltag. Ved at optimere deres brygnings- og konserveringsprocesser har virksomheden effektivt minimeret sin miljøpåvirkning og bidraget til at afbøde klimaændringer.

Disse bæredygtige praksisser har haft en positiv indflydelse på medarbejdertilfredsheden. Ved at fremme en kultur af miljøansvar og social bevidsthed har All About Kombucha skabt et mere engagerende og tilfredsstillende arbejdsmiljø.

Virksomhedens bæredygtige praksis har forbedret samfundsrelationer. Alt om Kombuchas forpligtelse til at bruge økologiske ingredienser, støtte lokale landmænd og minimere spild, resonerer hos miljøbevidste forbrugere. Dette har styrket virksomhedens omdømme og opbygget tillid i fællesskabet, hvilket har ført til øget kundeloyalitet og mærkegenkendelse.

AAK har en stærk ungdomstilhængerskare og er særligt gode til at organisere undervisning og sjove arrangementer, hvor de informerer forbrugerne om sundhedsfordelene og spreder nyheder om deres etiske og bæredygtige indsats. De har en 'booch-bar', som har rejst landet rundt til firmaarrangementer og festivaler, hvor de DJ'ede til deres publikum. De har også en stærk tilstedeværelse og følger på sociale medier målrettet ungdomssektoren.

6. DOLLA



Et familieejet kafferisteri beliggende i Skolwin, Szczecin.

TYPE: PRODUKTION & DISTRIBUTION AF MAD OG DRIKKE

Om

Dolla blev etableret i 2019 og er et familieejet kafferisteri beliggende i Skolwin, Szczecin. I løbet af de sidste 4,5 år har vi udvalgt et udvalg af førsteklasses kaffe lavet af omhyggeligt udvalgte og ristede bønner verden over. Vores håndværksmæssige, langsomme risteprocess adskiller os og sikrer en rig smag og aroma. Vores udvalg omfatter både hele bønner og malet kaffe, pakket i håndværksposer på 250 g, 500 g og 1 kg. Ud over vores fysiske butikker har vi udvidet vores rækkevidde gennem landsdækkende forsendelse, og vi udnytter vores onlinebutik til en problemfri shoppingoplevelse. Vores nøglemønstre inkluderer perfektion af vores håndværk, introduktion af forskellige kaffeblandinger og omfavnelser af et voksende fællesskab af kaffe- og teentusiaster i hele Polen. Til entusiaster af høj kvalitet leverer vi sorte, grønne, røde og hvide teer – både ren og med tilsat smag. Uanset om du leder efter exceptionelle kaffebønner fra hele verden eller dejlige aromatiske teer, så udforsk vores tilbud.

Bæredygtighedspåvirkning

Bæredygtig udvikling er altafgørende for Dolla, da det ikke kun stemmer overens med vores værdier, men også påvirker vores konkurrencefordel. Kunder søger i stigende grad produkter og tjenester fra mærker, der er engageret i miljømæssigt og socialt ansvar. I erkendelse af dette er bæredygtighed blevet en hjørnesteen i vores forretningsstrategi, hvilket bidrager til vores succes og kundeloyalitet. For at forblive forpligtet til bæredygtig udvikling slår vi til lyd for tiltag som reduktion af affald, miljøvenlig emballage, investering i vedvarende energi og støtte til lokale leverandører. Denne strategiske vægtning sikrer, at Dolla ikke kun forbliver en forretningsenhed, men også en ansvarlig bidragsyder til en bedre verden.

Bæredygtigt Udvikling

Dolla har været vidne til en markant stigning i betydningen af bæredygtighed i de seneste år. Vores erfaring indikerer en voksende bevidsthed blandt forbrugere om miljøvenlig praksis. I løbet af de sidste 4,5 år har vi observeret et positivt skift i kundernes præferencer over for produkter og tjenester fra virksomheder, der aktivt bidrager til miljøet og samfundets velvære. Vores rejse, der starter i 2019, afspejler dette skiftende landskab, hvor bæredygtighed bliver et omdrejningspunkt for både vores kunder og vores forretningsdrift.



6. DOLLA



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 3. Godt helbred og velvære: Virksomheden fremmer aktivt en sund livsstil ved at tilbyde kaffe af høj kvalitet og førsteklasses te, der er sikre og gavnlige for sundheden. Vi uddanner løbende vores kunder om værdien af vores produkter og tilskynder til sunde vaner. Derudover bidrager vi til lokale initiativer, der fremmer fysisk aktivitet og en sund livsstil, såsom sponsorering af arrangementer som Skolwińska Mila Run.

Mål 4. Kvalitetsuddannelse: Vores firma investerer i inkluderende og retfærdig uddannelse ved at give vores medarbejdere løbende muligheder for udvikling. Vi støtter vores arbejdsstyrke ved at tilpasse arbejdsforholdene til at imødekomme deres uddannelsesbehov og sikre et gunstigt miljø for læring og vækst.

Mål 5. Ligestilling: Størstedelen af vores arbejdsstyrke består af kvinder, der arbejder under lige eller bedre forhold end deres mandlige kolleger. Vi anerkender og værdsætter aktivt værdien af kvinder i vores virksomhed, og vi fremmer et miljø, der prioriterer ligestilling mellem kønnene.

SDG 6: Rent vand og sanitet: For at bidrage til at sikre adgang til rent vand og bæredygtig vandforvaltning fokuserer vi på effektiv brug af vand. Vores aktiviteter sigter mod at minimere vandforbruget, og vi fremmer vandbesparende teknologier. Derudover installerer vi miljøvenlige enheder, såsom toiletter med reduceret vandforbrug.

Mål 8. Anstændigt arbejde og økonomisk vækst: Virksomheden sørger for værdige arbejdsforhold for alle medarbejdere med rimelig aflønning, et sikkert arbejdsmiljø og muligheder for faglig udvikling. Vi udvider vores forpligtelse til at støtte lokalsamfund ved at skabe jobmuligheder og promovere lokale virksomheder i vores forsyningskæde.

SDG 9: Industri, innovation og infrastruktur: Vores virksomhed engagerer sig aktivt i innovation inden for produkt- og serviceudvikling for bedre at imødekomme kundernes behov. Vi stræber konstant efter at introducere innovationer i vores maskineri og processer, hvilket bidrager til en robust infrastruktur og bæredygtig industrialisering.

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion: I overensstemmelse med ansvarligt forbrug og produktion implementerer vi praksis, der minimerer spild, fremmer genbrug og bruger miljøvenlig emballage. I samarbejde med leverandører sikrer vi rettidig levering af leverancer uden at tillade potentielle tab i produktkvalitet. Vi uddanner vores kunder om fordelene ved ansvarligt forbrug og prioriterer produkter, der er bæredygtige både miljømæssigt og socialt.

6. DOLLA



Strategi & Mission

Hos Dolla er vores mission at omdefinere fortællingen om kaffe- og teforbrug ved at prioritere bæredygtighed, kvalitet og socialt ansvar. Vi forestiller os en verden, hvor hver tår af vores drikkevarer ikke kun glæder ganen, men også bidrager til samfundets og planetens velvære.

Vores mission strækker sig ud over forfølgelsen af profit til at omfatte en holistisk tilgang til forretning. Vi sigter efter at være en katalysator for positive forandringer i drikkevareindustrien, fremme etisk indkøb, fair handelspraksis og miljøbevidst produktion.

Vores vision for bæredygtighed er dybt forankret i alle aspekter af vores drift. Vi stræber efter at gå foran med et godt eksempel og demonstrere, at en succesrig virksomhed kan sameksistere i harmoni med miljøbevarelse og socialt ansvar. Ved at omfavne innovation og strategiske partnerskaber søger vi at sætte nye standarder for bæredygtig forretningspraksis i branchen.

Innovative tilgange

&Udfordringer

I vores kerne er vores forretning drevet af en dyb forpligtelse til bæredygtighed, som afspejles i vores mission og vision. Vi forstår, at en blomstrende fremtid afhænger af harmonisk integration af økonomiske, miljømæssige og sociale hensyn.

Vores mission er at levere produkter af høj kvalitet, samtidig med at vi aktivt bidrager til planetens og dens indbyggers velbefindende. Vi søger at fremme en positiv indvirkning på samfundet ved at fremme sund livsstil, støtte uddannelse og styrke ligestilling mellem kønnene.

I overensstemmelse med denne mission stræber vi hele tiden efter at fungere bæredygtigt og væver denne forpligtelse ind i strukturen af vores daglige drift. I øjeblikket udfører virksomheden en ekspansiv strategi med intensive investeringer, der sigter mod at flette bæredygtig udvikling ind i forskellige facetter af vores forretning. Dette inkluderer samvittighedsfuld ressourceudnyttelse og adressering af sociale aspekter for at sikre en velafrundet tilgang.

Vores vision strækker sig ud over umiddelbar forretnings succes; vi forestiller os en fremtid, hvor vores aktiviteter fungerer som en model for bæredygtig og ansvarlig forretningspraksis. Vi stræber efter at gå foran med at bevise, at økonomisk vækst kan sameksistere i harmoni med miljøforvaltning og socialt ansvar.

Nuværende strategier:

Som en del af vores løbende forpligtelse til bæredygtig udvikling er vores virksomhed i øjeblikket engageret i en ekspansiv strategi kombineret med intensive investeringer. Vi inkorporerer omhyggeligt bæredygtighed i vores strategiske beslutninger under hensyntagen til faktorer som ressourceudnyttelse og sociale konsekvenser. Denne tilgang stemmer overens med vores vision om en virksomhed, der ikke kun lykkes økonomisk, men også bidrager meningsfuldt til en bæredygtig og retfærdig fremtid.

Motivering

At motivere os selv og vores team til at tilpasse os SDG-målene er en dynamisk proces, der er forankret i fælles værdier og en følelse af formål. Vi fremmer et samarbejdende og inkluderende miljø, hvor hvert teammedlem anerkender deres rolle i at bidrage til en bæredygtig fremtid. Der etableres regelmæssige kommunikationskanaler for at understrege den positive effekt af vores kollektive indsats, hvilket forstærker ideen om, at enhver handling, uanset hvor lille den er, bidrager til et større mål. Anerkendelse og fejring af resultater relateret til bæredygtighed fremmer motivationen yderligere, hvilket skaber en følelse af stolthed og forpligtelse til løbende forbedringer.

6. DOLLA



Effektevaluering

Virkningen af Dollas bæredygtige praksis har været dyb og strækker sig på tværs af vores forretning, interessenter og miljøet.

Forretningspåvirkning: Vores forpligtelse til bæredygtighed har forbedret brandets omdømme og tiltrækker miljøbevidste forbrugere. Dette har resulteret i øget markedsandel og kundeloyalitet. Implementeringen af miljøvenlig emballage og ansvarlige indkøb har strømlinet vores forsyningskæde, hvilket bidrager til operationel effektivitet.

Interessentengagement: Dollas bæredygtige initiativer har styrket relationerne til både kunder og medarbejdere. Arbejdsstyrken er mere engageret og motiveret, vel vidende at de bidrager til en socialt ansvarlig virksomhed. Derudover fremmer vores støtte til lokalsamfund gennem jobskabelse og forretningspartnerskaber goodwill blandt interessenter.

Miljømæssigt bidrag: Ved at kvantificere vores miljøpåvirkning har Dolla været vidne til en væsentlig reduktion i sit CO₂-fodaftryk på grund af energieffektiv praksis og ansvarlig indkøb. Vandbesparelsesinitiativer har reduceret vores samlede vandforbrug, i overensstemmelse med SDG 6. Virksomhedens bestræbelser på at minimere spild og fremme genanvendelse har yderligere mindsket dets økologiske fodaftryk.

Som konklusion har Dollas bæredygtige praksis resulteret i håndgribelige fordele, hvilket forstærker vores forpligtelse til ansvarlig forretningsdrift og efterlader et positivt aftryk på verden omkring os.

Bæredygtighedsidéer

Vores vigtigste kilder til idéer til bæredygtige løsninger stammer fra en bred vifte af kanaler. At deltage i workshops og seminarer giver os mulighed for at holde os ajour med de seneste trends og innovationer inden for bæredygtig praksis. Konkurrencer og branchepriser inspirerer til kreativ tænkning og driver os til at flytte grænserne for, hvad der er muligt. Derudover sikrer det at holde sig informeret om politikker og regler, at vores strategier er i overensstemmelse med globale bæredygtighedsstandarder. Samarbejdspartnerskaber med ligesindede organisationer og feedback fra vores interessenter spiller også en afgørende rolle i udformningen af vores bæredygtige initiativer.

Behov for forbedring

Selvom vi har gjort betydelige fremskridt med at integrere bæredygtighed i forskellige aspekter af vores virksomhed, er der en konstant forpligtelse til at forbedre. Et område, der kræver fokuseret opmærksomhed, er vores forsyningskædes bæredygtighed. At sikre, at hele vores forsyningskæde overholder de samme høje standarder, giver udfordringer i betragtning af leverandørernes forskelligartede karakter. At finde en balance mellem økonomisk levedygtighed og bæredygtige indkøb er fortsat en udfordring. Vi søger aktivt innovative løsninger og strategiske partnerskaber for at overvinde disse udfordringer, hvilket sikrer en holistisk og omfattende tilgang til bæredygtighed på tværs af vores operationer.

6. DOLLA



Råd

Vores bæredygtighedsrejse med Dolla har givet os dyb indsigt og uvurderlige lektioner. En vigtig takeaway er samarbejdets transformative kraft. Gennem engagement med forskellige interessenter, lige fra medarbejdere til lokalsamfund, har vi udvidet vores forståelse af forskellige perspektiver og opdyrket en følelse af fælles ansvar. En anden afgørende lektion handler om nødvendigheden af tilpasningsevne.

Bæredygtighedslandskabet er dynamisk, og vores evne til at omfavne forandringer og inkorporere ny praksis har vist sig at være afgørende.

Desuden har vores rejse understreget, at bæredygtighed ikke blot er en destination, men en løbende proces, der kræver urokkelig dedikation, innovation og et langsigtet perspektiv. Erfaringen har uddybet vores påskønnelse af den dynamiske natur af bæredygtig praksis, og understreger, at det er vigtigt at forblive afstemt efter udviklingstendenser. I bund og grund har vi lært, at bæredygtig udvikling ikke kun byder på udfordringer, men også enorme muligheder for virksomheder. Effektiv implementering af bæredygtighedsstrategier kan føre til et utal af fordele, herunder bidrag til en bedre verden, opnåelse af en konkurrencefordel, opbygning af et robust brand, fremme af kundeloyalitet og forbedring af innovation og modstandsdygtighed over for markedsændringer.

Refleksioner

For håbefulde unge iværksættere er mit råd at prioritere bæredygtighed som en grundlæggende søjle i din forretningsstrategi. Forstå miljøpåvirkningen af dine aktiviteter, med fokus på ressourcestyring, reduktion af CO2-emissioner, affaldsminimering og aktiv fremme af genbrugsinitiativer. Tag socialt ansvar ved at sikre retfærdig behandling af medarbejdere og aktivt støtte lokalsamfund. understrege betydningen af langsigtet tænkning i bæredygtig udvikling; nogle fordele er måske ikke umiddelbart synlige, hvilket gør medarbejderinddragelse, selv i en minimal kapacitet, afgørende for en vellykket implementering. Husk, at indlejring af bæredygtighed fra starten ikke kun er et moralsk valg, men en strategisk fordel i det udviklende landskab af ansvarlig forretningspraksis.

7. BIASOL



De bestræber sig på at gøre meget nærende madprodukter uden spild let tilgængelige i Irland.

TYPE: PRODUKTION & DISTRIBUTION AF MAD OG DRILLE

Om

BiaSol blev grundlagt i 2020 af et bror- og søsterteam, der brænder for ernæring, bæredygtighed og reduktion af madspild. Ruairi, hvis baggrund inden for regnskab og finans gav det forretningsans, der var nødvendigt for at navigere i de økonomiske aspekter af deres venture & Niamh Dooley's ved hjælp af hendes erfaring inden for fødevidenskab, spillede en afgørende rolle i at komme med nye ideer til fremstilling af sunde fødevarer.

Idéen stammer fra erkendelsen af overfloden af brugt bryggekor i Irlands håndværksindustri og potentialet til at genbruge det til nærende fødevarer.

Virksomhedens etablering faldt sammen med en voksende global bevidsthed om bæredygtig praksis og sundere spisevaner. Nogle milepæle omfatter at sikre partnerskaber med lokale bryggerier for en ensartet forsyning af brugt korn.

De bestræber sig på at gøre meget nærende madprodukter uden spild let tilgængelige i Irland. Ved at bruge brugt korn fra bryggeprocessen tilføjer de endnu en livsfase til det ved at tørre og male kornet. Dette korn har en høj næringsværdi, især som kilde til fibre. De har en række detailprodukter afledt af det brugte korn og skaber dermed en cirkulær økonomi.

Bæredygtighedspåvirkning

Bæredygtig udvikling er altafgørende for BiaSol, da det stemmer overens med dets kerneværdier, forretningsetos og langsigtede levedygtighed. Ved at omfavne bæredygtighed mindsker BiaSol ikke kun miljøpåvirkningen, men forbedrer også brandets omdømme og forbrugernes tillid.

Bæredygtighed og cirkulæritet er kernen i alt, hvad BiaSol gør. Ved at genbruge madaffald (brugt på at brygge korn) har de fundet en levedygtig måde at være mere bæredygtig OG skabe sunde madprodukter. Den hurtige vækst af håndværksbrygning over hele Irland førte dem til deres første ingrediens: bryggenes brugte korn. Dette er deres primære ressource, men de eliminerer/reducerer til gengæld bryggeriaffald fra flere bryggerier rundt omkring i deres region.

Bæredygtigt Udvikling

Ved at omdanne brugt brygningskorn til nærende fødevarer, håndterer virksomheden effektivt madspild, samtidig med at den fremmer principper for cirkulær økonomi. De har implementeret nul-spild fremstillingspraksis, der lægger vægt på effektiv ressourceudnyttelse og minimering af miljøpåvirkningen.

BiaSol engagerer sig aktivt i samfundsuddannelsesinitiativer, der øger bevidstheden om bæredygtig livsstil og ansvarligt forbrug. Deres dedikation til bæredygtighed er tydelig i alle aspekter af deres drift, hvilket afspejler en ægte forpligtelse til miljøforvaltning og socialt ansvar.

7. BIASOL



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 3. Godt helbred og velvære

MÅL 9: Industri, innovation og infrastruktur

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion

Strategi & Mission

BiaSol er et søskendedrevet firma i hjertet af Irland, der skaber en række innovative fødevarerløsninger. De bestræber sig på at gøre meget nærende madprodukter uden spild let tilgængelige i Irland. Ved at støtte deres forretning træffer forbrugerne et bedre valg for deres og vores planets sundhed. BiaSol er førende inden for den irske bioøkonomi-sektor.

Innovative tilgange

&Udfordringer

BiaSol har implementeret flere innovative tilgange og tilpasninger for at opfylde sine bæredygtighedsmål og sætter et benchmark i fødevarerindustrien. Et bemærkelsesværdigt initiativ er deres udnyttelse af brugt bryggekor, et biprodukt af bryggeprocessen, som en nøgleingrediens i deres fødevarer. Ved at genbruge dette ellers kasserede materiale reducerer BiaSol ikke kun spild, men maksimerer også ressourceeffektiviteten, hvilket bidrager til en cirkulær økonomimodel.

BiaSol har også omfavnet nul-spild fremstillingspraksis og implementeret effektive produktionsmetoder for at minimere affaldsgenerering gennem hele deres drift. Dette omfatter optimering af indkøb af ingredienser, emballagematerialer og produktionsprocesser for at minimere miljøpåvirkningen.

Disse initiativer viser BiaSols dedikation til ansvarlig forretningspraksis og fungerer som et positivt eksempel for fødevarerindustrien. Gennem sine innovative tilgange og engagement i bæredygtighed stræber BiaSol efter at yde et meningsfuldt bidrag til miljøbevarelse og ressourceeffektivitet.

7. BIASOL



Effektevaluering

En bemærkelsesværdig præstation er reduktionen i CO₂-fodaftryk opnået gennem genbrug af brugt bryggekor og vedtagelse af nul-spild fremstillingspraksis. Ved at aflede dette biprodukt fra lossepladser og bruge det til at skabe nærende fødevarer, har BiaSol effektivt reduceret drivhusgasemissioner forbundet med nedbrydning af organisk affald. Denne reduktion i kulstofemissioner bidrager til bredere klimahandlingsmål og demonstrerer BiaSols engagement i miljømæssig bæredygtighed.

Den bæredygtige praksis har også ført til øget medarbejdertilfredshed i organisationen. Medarbejdere er stolte af at være tilknyttet en virksomhed, der prioriterer etisk og miljømæssigt ansvarlig forretningspraksis.

Derudover har BiaSols engagement i bæredygtighed styrket dets relationer til interessenter, herunder leverandører, kunder og lokalsamfundet. Ved at demonstrere en ægte forpligtelse til bæredygtighed har virksomheden opnået tillid og loyalitet fra interessenter, der værdsætter etiske og miljøbevidste virksomheder.

BiaSols bæredygtige initiativer har også haft en positiv indvirkning på miljøet ved at reducere affaldsgenerering og fremme ansvarligt forbrug og produktion, de underskrev også Irlands Food Waster Charter i 2023, der fremhæver deres forpligtelse til at reducere affald, og det gavner ikke kun det lokale økosystem men bidrager også til en bredere miljøbevarelsesindsats.

8. BLÅ HUMMER



Drift af en digital platform, der forbinder forbrugere og restauranter direkte med lokale, lavpåvirkende fiskere, hvilket muliggør køb af frisk fisk og fremmer bæredygtige fiskerimetoder.

TYPE: PRODUKTION & DISTRIBUTION AF MAD OG DRILLE

Om

Blue Lobster, beliggende i København, Danmark, driver en digital markedsplads, der revolutionerer skaldyrsindustrien ved at fokusere på bæredygtigt og friskt fiskeforbrug. Deres primære service er en app, der forbinder lokale, laveffekt fiskere direkte med restauranter og forbrugere. Denne metode omgår traditionelle forsyningskædestadier, sikrer friskere fisk og skaldyr og støtter småfiskere med rimelige priser og fremmer derved bæredygtige fiskerimetoder.

Blue Lobster blev etableret efter en erkendelse fra vores grundlæggere, Nima Tisdall og Christine Hebert, om den manglende adgang til virkelig frisk fisk i Danmark. De identificerede et betydeligt hul i markedet i betragtning af Danmarks ry for miljømæssige og bæredygtige praksisser og dets lette kystadgang.

Vores forretningsrejse begyndte som en del af Climate Launchpad 2019, en platform, der i høj grad påvirkede vores udvikling. Den indledende succes kom fra at etablere en direkte forbindelse mellem lokale fiskere og forbrugere, uden om den lange traditionelle forsyningskæde. Denne tilgang gav ikke kun friskere fisk til forbrugerne, men understøttede også småfiskernes økonomiske stabilitet.

Et vigtigt vendepunkt for Blue Lobster var udviklingen og lanceringen af vores digitale platform. Denne innovation var afgørende for at forbinde restauranter og forbrugere direkte med lokale fiskere med lav indvirkning, hvilket var en ny tilgang i skaldyrsindustrien. Det markerede vores overgang fra et koncept til en funktionel virksomhed, der gjorde en reel indflydelse. Siden da har vi med succes udvidet vores rækkevidde i København og udforsket muligheder for international vækst.

Bæredygtigt Udvikling

Hos Blue Lobster er vores mest bæredygtige bestræbelse vores digitale markedsplads, der forbinder lokale, lavpåvirkningsfiskere direkte med restauranter og forbrugere. Denne platform mindsker markant det miljømæssige fodaftryk, der typisk er forbundet med forsyningskæden for skaldyr. Ved at muliggøre salg af bæredygtigt fangede fisk bidrager vi til bevarelse af marine økosystemer og støtter miljøansvarlig fiskeripraksis.

Vores dedikation til bæredygtig udvikling er konstant. Vi udforsker jævnligt innovative løsninger til at øge bæredygtigheden i skaldyrsindustrien. Dette indebærer tilpasning til markedets krav og udnyttelse af nye teknologier for yderligere at mindske vores miljøpåvirkning.

I de senere år har vi implementeret vigtige bæredygtigheds løsninger. Det mest bemærkelsesværdige er lanceringen af vores app, som sikrer gennemsigtighed og sporbarhed i indkøb af fisk og skaldyr. Dette er afgørende for et bæredygtigt forbrug. Desuden understøtter vores forretningsmodel i sagens natur bæredygtige fiskere ved at levere et retfærdigt og levedygtigt marked. Disse bestræbelser har etableret os som førende inden for bæredygtighed på det københavnske fiske- og skaldyrsmarked, hvilket viser vores forpligtelse til miljøansvar og innovative tilgange til at fremme bæredygtige fiskerimetoder.



8. BLÅ HUMMER



Bæredygtighedspåvirkning

Bæredygtig udvikling er ikke kun en del af vores drift hos Blue Lobster; det er hjertet i vores forretningsetos. Det påvirker alle aspekter af vores drift positivt og styrer vores beslutninger og strategier. Hele vores forretningsmodel er bygget op omkring konceptet bæredygtighed, især med hensyn til at fremme og facilitere salg af bæredygtigt fanget fisk. Dette fokus på bæredygtighed har været grundlæggende for at etablere vores brandidentitet og appel, især blandt miljøbevidste forbrugere og restauranter.

Bæredygtighed er et væsentligt aspekt i vores virksomhed, forankret i vores virksomhedskultur og omfavnet af hvert teammedlem. Selvom vi ikke har en dedikeret afdeling udelukkende for bæredygtighed, er ansvaret for at implementere og koordinere overholdelse af principperne for bæredygtig udvikling en kollektiv indsats, dybt forankret i vores ledelses vision og drift. Vores grundlæggere, Nima Tisdall og Christine Hebert, spiller en afgørende rolle i at sikre, at disse principper er i forreste række. Derudover opfordres hver medarbejder til at bidrage med ideer og handlinger til vores bæredygtige praksis, hvilket gør det til en virksomhedsdækkende forpligtelse snarere end en enkelt persons eller afdelings ansvar. Denne kollektive tilgang sikrer, at bæredygtighed forbliver et kernefokus i alt, hvad vi gør hos Blue Lobster.

SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion: Hos Blue Lobster er vi dybt engagerede i at sikre bæredygtige forbrugs- og produktionsmønstre. Vores digitale platform fremmer forbruget af bæredygtigt fanget fisk, direkte hentet fra lokale fiskere. Denne tilgang minimerer spild og fremmer ansvarlig produktion i skaldyrsindustrien. Vi arbejder løbende på at reducere vores operationelle fodaftryk og opmuntre vores partnere og kunder til at gøre det samme.

Mål 13. Klimahandling: Klimahandling er uløseligt forbundet med vores mission. Ved at fremme bæredygtige fiskerimetoder bidrager vi til at reducere fiskeriets negative påvirkning af havmiljøet. Dette inkluderer afbødende praksis som bundtrawl, der kan være skadelig for marine økosystemer. Vores forretningsmodel understøtter i sagens natur kampen mod klimaændringer ved at prioritere fangstmetoder med lav effekt.

Mål 14. Livet under vand: Bevarelse og bæredygtig brug af havene, havene og marine ressourcer er kernen i det, vi gør. Blue Lobster blev grundlagt på princippet om at støtte bæredygtigt fiskeri. Vi samarbejder med fiskere, der bruger redskaber med lavt slag, hvilket reducerer skader på havbunden og bifangster. Ved at skabe et marked for bæredygtigt fanget fisk tilskynder vi fiskere til at indføre metoder, der er mindre skadelige for livet i havet.

8. BLÅ HUMMER



Innovative tilgange

&Udfordringer

Den primære udfordring var at omstrukturere den traditionelle forsyningskæde for fisk og skaldyr. Det konventionelle system er forankret med forskellige mellemlid, hvilket fører til ineffektivitet, øget CO2-fodaftryk og ofte ubæredygtige fiskerimetoder. Vores løsning var udviklingen af en digital platform, der direkte forbinder fiskere med forbrugere og restauranter. Denne innovation krævede ikke kun teknologisk udvikling, men også et mindsetskifte for både fiskere og forbrugere, som var vant til den traditionelle forsyningskæde.

Erhvervsmiljøet og vores interessenter kræver faktisk flere tilpasninger. For eksempel, da vi udvidede vores rækkevidde, stod vi over for udfordringen med at bevare fiskens friskhed og samtidig reducere vores CO2-fodaftryk. For at imødegå dette udviklede vi et logistiksystem, der optimerer leveringsruterne og derved minimerer rejseafstande og emissioner.

Derudover har feedback fra interessenter fået os til at prioritere gennemsigtighed i vores forsyningskæde. Vi tilpassede ved at inkorporere funktioner i vores app, der giver forbrugerne mulighed for at spore oprindelsen af deres købte fisk og skaldyr, give detaljer om fangsten, den anvendte fiskemetode og de enkelte fiskere. Dette niveau af gennemsigtighed stemmer ikke kun overens med vores bæredygtighedsetos, men bygger også tillid til vores kunder.

Effektevaluering

Vi sporer flere nøgleindikatorer for at evaluere vores bæredygtighedspåvirkning. Disse omfatter:

Reduktion af CO2-fodaftryk: Vi beregner de sparede emissioner ved at eliminere mellemliggende trin i forsyningskæden for fisk og skaldyr og optimere leveringsruterne.

Fiskernes økonomiske stabilitet: Vi overvåger de økonomiske fordele, som lokale fiskere høster på grund af fair priser og direkte adgang til markedet.

Kundetilfredshed og bevidsthed: Gennem undersøgelser og app-analyser måler vi kundetilfredshedsniveauer og deres bevidsthed om bæredygtig fisk og skaldyr.

Fisk og skaldyrs friskhed og kvalitet: Vi vurderer kvaliteten og friskheden af de fisk, der sælges via vores platform, en direkte indikator for reduceret tid fra fangst til forbruger.

Disse indikatorer overvåges løbende, med detaljerede gennemgange foretaget på kvartalsbasis.

Vores bæredygtighedsteam er i samarbejde med andre afdelinger som logistik og kunderelationer ansvarlige for denne overvågning. De sikrer, at data er nøjagtigt indsamlet, analyseret og brugt til at informere fremtidige forretningsbeslutninger.

Motivering

Vores hovedmotivation for at drive en bæredygtig virksomhed stammer fra et fælles engagement i miljøforvaltning og en passion for at have en positiv indflydelse på verden. At forstå den vigtige rolle, vores have spiller i det globale økosystem, driver os til at arbejde hen imod bæredygtige udviklingsmålene (SDG'erne), især dem, der fokuserer på livet under vandet, ansvarligt forbrug og klimaindsats.

8. BLÅ HUMMER



Bæredygtighedsideer

Workshops/træninger:

Faktisk arrangerer vi regelmæssigt workshops og træningssessioner med fokus på bæredygtighed. Disse sessioner er afgørende for at holde vores team opdateret med de seneste trends og praksis inden for bæredygtigt fiskeri og miljøbevarelse. Ofte inviterer vi eksperter på området til at dele deres viden, hvilket fremmer et miljø med kontinuerlig læring og forbedring.

Samarbejde med virksomheder eller ngo'er:

Samarbejde er nøglen i vores tilgang. Vi samarbejder aktivt med virksomheder og ikke-statslige organisationer (NGO'er), der er specialiseret i bæredygtige løsninger.

Dette samarbejde holder os ikke kun ajour med det seneste inden for bæredygtighed, men inspirerer også til innovativ praksis i vores drift. Disse partnerskaber er uvurderlige for videnudveksling og vedtagelse af bedste praksis.

Indflydelse af regler:

Vores forretningsdrift er væsentligt påvirket af både landespecifikke og EU-regler, især dem, der er relateret til fiskeripraksis og miljøbeskyttelse. Vi sikrer overholdelse af alle relevante love og stræber ofte efter at overgå disse standarder og opretholder vores dedikation til bæredygtighed. Disse regler udgør en grundlæggende ramme for vores praksis, og vores mål er at overgå disse benchmarks i vores mission om at forkæmpe bæredygtigt fiskeri og miljøforvaltning.

Refleksioner

Vi er kommet til at forstå den afgørende rolle, som gennemsigthed og uddannelsesmæssig udbredelse spiller for at skabe forandring. Ved at være åbne om vores metoder og uddanne vores interessenter om betydningen af bæredygtig fisk og skaldyr, har vi plejet et samfund, der er informeret og entusiastisk omkring miljøbevarelse. Disse indsigter har været afgørende i vores bæredygtighedsrejse og vil fortsætte med at forme vores tilgang, når vi sigter mod yderligere fremskridt inden for bæredygtig forretningspraksis.

Råd

Ud fra min erfaring hos Blue Lobster vil jeg sige, at nøglefaktoren i enhver virksomheds bæredygtige udvikling er en ægte forpligtelse til bæredygtighed, der rækker ud over blot en forretningsstrategi. Det bør være en kerneværdi, der driver enhver beslutning og handling. For unge iværksættere, der ønsker at implementere bæredygtig praksis, vil mit råd være at starte med en klar og ærlig forståelse af, hvad bæredygtighed betyder for din virksomhed, og hvordan det stemmer overens med din overordnede mission og mål.

Behov for forbedring

En væsentlig udfordring har været at opretholde balancen mellem operationel effektivitet og bæredygtighed. Når vi udvider, er det en konstant balancegang at sikre, at vores logistik forbliver så miljøvenlig som muligt, samtidig med at den er effektiv og omkostningseffektiv. En anden udfordring er at holde sig ajour med udviklende miljøregler og forbrugernes forventninger, som kræver, at vi løbende tilpasser vores praksis.

Planer for fremtiden med hensyn til bæredygtig udvikling:

Ser vi fremad planlægger vi at forfine vores forsyningskæde yderligere for at minimere vores CO2-fodaftryk. Dette omfatter udforskning af mere bæredygtige transportmetoder og emballageløsninger. Derudover sigter vi mod at udvide vores uddannelsesinitiativer, ikke kun inden for vores team, men også blandt vores forbrugere og partnere, for at fremme en bredere forståelse og forpligtelse til bæredygtighed. Vi overvejer også at indføre mere avancerede teknologier, der kan hjælpe med at spore og reducere miljøpåvirkninger og sikre, at vores aktiviteter forbliver på forkant med bæredygtighed. Disse planer er ambitiøse, men de afspejler vores urokkelige forpligtelse til at skabe en positiv miljøpåvirkning gennem vores forretning.

9. GMODITI TØJ LTD



Beklædningsgenstande, der er skabt til at repræsentere feminin identitet, en klassisk appel og moderne udtryk, der favoriserer mønsterskæring for let at bære dag og nat. Alle vores kollektioner er designet og lavet af kvinder på Cypern

TYPE: MODE: TØJ, TEKSTIL & KOSMETIK

Om

Georgia Moditi er det eponyme Nicosia-baserede mærke af Georgia Moditi, mærkets kreative direktør og grundlægger, etableret i vores hjemmebutik i Griva Digeni 80, Kaimakli 1021, siden 2014. Gennem årene er vores forretning udvidet med skabelsen af vores House&Co-produkter og vores syværksteder, hvorigennem vores filosofi om slow fashion fremmes.

Bæredygtighedspåvirkning

At producere etisk, reducere spild, hvor vi kan, konstant at finde måder at være mere gennemsigtige på er af stor betydning for os. Udover miljøpåvirkningen af ovenstående har denne bæredygtige udvikling reduceret vores virksomheds omkostninger betydeligt.

SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion: Sikre bæredygtige forbrugs- og produktionsmønstre. Vores produkter er lokalt fremstillet, da støtte fra lokale virksomheder er blandt vores topprioriteter og en af vores virksomheds grundlæggende bæredygtighedsstrategier. Derudover sikrer vi altid fair betaling til alle de mennesker, vi samarbejder med.

Strategi & Mission

Vores hovedmål er at være socialt og miljømæssigt ansvarlige og omfavne kreativitet og mangfoldighed. Derudover søger vi gennem vores workshops at lære folk cirkulær mode og vigtigheden af at støtte små, lokale virksomheder sammen med den økonomiske og miljømæssige påvirkning, de kan have.

Bæredygtigt Udvikling

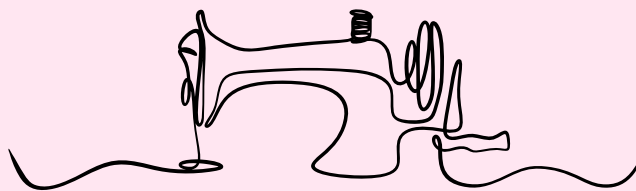
Ud over vores daglige indsats for at fremme lokal produktion og affaldsreduktion samt forlænge materialets livscyklus, kommer vores erfaring inden for bæredygtighed for det meste til udtryk via vores slow syværksteder, hvor vi søger at lære folk om overdreven produktion og masseproduktion på modet. industrien sideløbende med sin indflydelse og snarere kaste lys over en "grønnere" tilgang både til produktion og forbrug. Vores værksteder bruger reststoffer fra vores kollektioner, hvilket igen reducerer vores virksomheds spild væsentligt.

Innovative tilgange

&Udfordringer

Først og fremmest genbruger vi vores stofrester på ret kreative måder (upcycling). Derudover har vi lavet vores "slow sew" workshops, hvor vi lærer deltagerne at lave og reparere deres eget tøj. Alle vores værksteder bruger stoffer tilbage fra vores kollektioner, hvilket efterlader os næsten uden spild.

9. GMODITI TØJ LTD



Effektevaluering

- Vi genbruger alt lavet af PMD, glas, papir og stof i vores forretning, og derfor har vi reduceret vores affald væsentligt.
- Vi bruger kun LED-lys, så vores elregning er nu reduceret med 50%.
- Vi afholder cirkulære modeworkshops.
- Vi har etableret os som et slow fashion brand, og derfor søger vores workshops at uddanne deltagerne om bæredygtig modepraksis mod påvirkningen fra fastfashion-industrien.

Alle ovenstående tiltag har været gavnlige for virksomheden, enten fordi vores udgifter er blevet reduceret eller ved at sigte mod nulspild-projekter.

Bæredygtighedsideer

Mest online kilder og vores omgivelser. Fashion Revolution er også en non-profit organisation, som vi finder meget inspirerende.

Refleksioner

Den vigtigste lektie, vi har lært, er, at enhver ændring, der foretages i retning af bæredygtighed, indebærer en 6-måneders tilpasningsperiode, indtil den er fuldt indarbejdet i vores rutine. Herefter er processen ret nemmere, men man skal være streng i de første 6 måneder. Derudover er vi tilbøjelige til at holde fast i ideen om "én ændring ad gangen", hvis indvirkning både på det personlige og faglige plan kræver noget tid for at dukke op.

Råd

Tag et skridt ad gangen, og du vil forstå, at bæredygtighed hjælper med at skabe et bedre, sundere miljø, hvor vi kan trives. Bæredygtighed er også midlet til at bevare ressourcer for fremtidige generationer.

Motivering

Vi plejer virkelig planten, så der er ikke et egentligt behov for at motivere os selv. Vores ægte omsorg for planeten kommer lige til udtryk i vores personlige liv og i vores forretning. Derudover er reduktionen af vores virksomheds udgifter af stor betydning, og vi får også skabt nye produkter til vores marked, som har fået genklang hos vores kunder.

Behov for forbedring

Forbedre vores energieffektivitet ved at bruge Energy Star-certificeret udstyr. Reducer spild ved at gå papirløst, hvor det er muligt, doner forsyninger i god stand, som vi ikke bruger længere. Til sidst skal du kigge efter stofleverandører med fair trade-certificeringer.

10. UDOVER LÆDER MATERIALER APS



Producerer og leverer et alternativ lavet delvist af upcyclede danske æblerester fra juice- og ciderindustrien.

TYPE: MODE: TØJ, TEKSTIL & KOSMETIK

Om

Vores historie starter med Hannah Michaud, som studerede bæredygtig mode på Københavns Design- og Teknologiskole. Hun fik ideen til at lave et materiale af madspild på et kursus, hvor hun lærte at se til naturen for at få designinspiration. Hun begyndte at studere æbleaffaldet i juice- og ciderproduktionen - kerne, frø og stilke, der blev tilbage efter presning for juice eller cider fra begge dele - et videnskabeligt og udforskende perspektiv. Da hun fandt ud af, at der ikke er noget reelt alternativ til læder, blev hun inspireret til at bruge dette nye affaldsbaserede materiale som et læderalternativ.

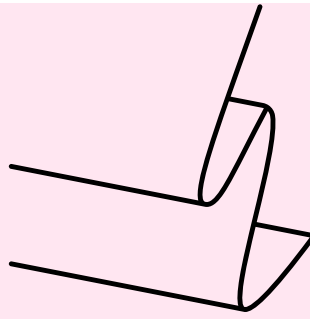
Hannahs idé fik hurtigt opmærksomhed og støtte fra Mikael Eydt, og Leap kom til live i 2017. Vi har skabt Leap, et cirkulært æbleaffaldsbaseret læderalternativ med over 85 % biobaseret sammensætning. Den har en trelagsstruktur: æbleaffaldsblandingskerne, Tencel™ tekstilbagside og en vandbaseret, delvist biobaseret PU-belægning for holdbarhed og vandtætning. Vores mål er at opnå 100% naturligt materiale. Leap betjener forskellige industrier, fra små lædervarer til bilindustrien, og produceres i Danmark til global shipping. Vi tror på at fejre affald ved at omdanne det til værdifulde og smukke produkter. Vores forpligtelse til gennemsigtighed driver os til at kommunikere åbent om vores produkter og processer, mens vi trives med at overkomme udfordringer og flytte grænser.

Bæredygtigt Udvikling

Det vigtigste bæredygtige punkt er i vores produkt - Leap. Som tidligere nævnt er Leap kernen i vores forretning. En af vores hovedværdier er at være fuldstændig gennemsigtige. Det er derfor, vi ikke omtaler Leap som et fuldt bæredygtigt alternativ, men snarere som et næste generations materiale. Vi er dog på en klar vej til at blive 100 % naturlige, hvilket understreger vores forpligtelse til konstant udvikling. I øjeblikket har Leap 89% biobaseret sammensætning. Vores udvikling ligger også i vores struktur af materialet, hvor Leap tidligere var mindre end 85 % biobaseret.

Ved at bruge energieffektive produktionsmetoder har vi formået at strømline skabelsen af Leap® til kun 1 dag, reducere vandforbruget med bemærkelsesværdige 99 % og reducere CO2-emissionerne med cirka 85 %* sammenlignet med traditionel læderproduktion. (*Interne beregninger baseret på: Leather Carbon Footprint - Gennemgang af den europæiske standard EN 16887:2017 (United Nations Industrial Development Organisation) Desuden undgår vores materialeproduktion fuldstændig brugen af skadelige stoffer, hvilket afspejler vores forpligtelse til ansvarlig praksis

10. UDOVER LÆDER MATERIALER APS



Bæredygtighedspåvirkning

Et af vores hovedmål er at begive sig ud på denne rejse sammen for at forme en lysere fremtid for materialer. Vores patenterede proces revolutionerer produktionen af læderalternativer og fremmer industrien i retning af at bruge affald til gode. Som B2B-leverandør er vi forpligtet til at forme en mere ansvarlig fremtid for et bredt spektrum af industrier.

Fra produktion af rester af cider og juice til et genbrugt materiale af høj værdi, bidrager vores næste generations materiale ydmygt til at gøre en forskel, samtidig med at det tager hånd om de stigende mængder af æblemasse, der genereres hvert år. Vi har chefen for produktudvikling og bæredygtighed til stede på vores team.

Søgen efter et alternativ:

- Ifølge forskningen fra: State of the industry report, Next-gen materials – 2021 (Material Innovation Initiative) søger 38 ud af 40 førende modemærker aktivt efter næste generations materialer.

Og hvorfor æbleaffald?

- Ifølge publikationen: Bæredygtig brug af æblerester i forskellige industrisektorer er der flere faktorer som:

- Der genereres 4 mio. tons æbleaffald hvert år

- Det er en uudnyttet ressource, der er tilgængelig næsten over hele verden.

- Ca. 25 % af æblefrugten går til spilde

- Ophobningen af æblemasse er blevet en miljømæssig bekymring.

* Reference:

https://www.researchgate.net/publication/358913042_Sustainable_Use_of_Apple_Pomace_AP_in_Different_Industrial_Sectors

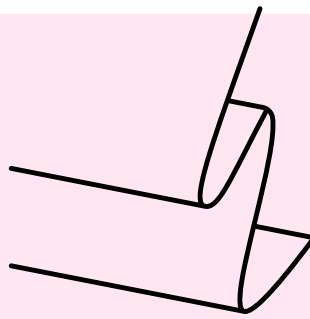
SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 9. Industri, innovation og infrastruktur: Et af de vigtigste SDG'er, som Beyond Leather fokuserer på, er at fremme bæredygtig innovation. Ved at bruge rester af æbler til at skabe et næste generations materiale/læderalternativ er vi på forkant med teknologiske fremskridt inden for materialevidenskab. Vores engagement i lokal kilde og produktion i Danmark understøtter også en robust og effektiv forsyningskæde. Gennem kontinuerlig forskning og udvikling sigter vi efter at inspirere til positive ændringer i industrien, fremme mere bæredygtig praksis og reducere miljøpåvirkningen fra traditionel læderproduktion.

Som nævnt tidligere; vi reducerer vandforbruget med 99 % og reducerer CO2-emissionerne med cirka 85 %* sammenlignet med traditionel læderproduktion. Dette er baseret på interne beregninger baseret på: Leather Carbon Footprint - Gennemgang af den europæiske standard EN 16887:2017 (United Nations Industrial Development Organisation)

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion: Gennem brug af glaskrukker, og sikring af minimalt spild i deres praksis af produktion samt os under deres workshops. De opfordrer også folk til at henvende sig til naturen for at finde spiselige og nærende planter i stedet for kun at forbruge ved at købe produkter fra almindelige supermarkeder.

10. UDOVER LÆDER MATERIALER APS



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 13. Klimahandling: For at imødegå det presserende behov for klimaindsats, der er skitseret i SDG 13, spiller vores produktionsproces en afgørende rolle i at reducere og sænke CO₂-fodaftrykket forbundet med Leap-produktion. Brugen af rester af æbler fra Danmark som primær råvare sænker drivhusgasudledningen markant sammenlignet med traditionel læderfremstilling. Vi ønsker at levere et bæredygtigt alternativ, der ikke kun minimerer miljøpåvirkningen, men også tilskynder til skiftet i retning af at bruge affald til det gode i et bredere spektrum af industrier

Strategi & Mission

Vores filosofi hos Beyond Leather Materials er:

1. Make Waste Beautiful – Vis verden, at der er skønhed at finde i affald med potentiale for kreativ inspiration.
2. Brug Waste for Good - Fremme læderindustrien i retning af at bruge affald til gode og omdefiner materialer med genbrugsaffald.
3. Omform fremtiden - Oparbejd affald til materiale til industrier fra små lædervarer til bilindustrien.

Effektevaluering

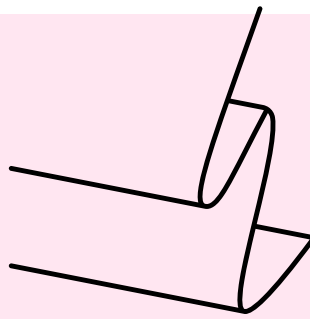
Vi er i øjeblikket på skalaen til at have 89 % biobaseret indhold i vores Leap-produkt, hvilket var en fantastisk udvikling for os.

Vedrørende emissioner eller vandforbrug læs afsnittet om Bæredygtighedspåvirkning.

Motivering

Jeg tror, at vores hovedmotivation er vores filosofi i, hvad vi ser, vi kan opnå med Leap, og hvordan vi kan bidrage til en bedre fremtid.

10. UDOVER LÆDER MATERIALER APS



Bæredygtighedsideer

Vi arbejder med forskellige materialebiblioteker, der fremmer innovationer og udviklinger inden for bæredygtige materialer. Vi leverer til dem vores prøver til deres indsamling.

(såsom Material Innovation Institute - for at nævne én NGO)

Vi holder en intern workshop for at lære og vide, hvordan man arbejder med Leap.

Behov for forbedring

I øjeblikket arbejder vi på at få en vegansk certificering, da Leap er et dyre- og grusomhedsfrit materiale. Moreso, vi er i øjeblikket ved at gennemføre en detaljeret LCA, efterfulgt af at få den verificeret af en tredjepart, som skulle følge senere i år – 2024. Moreso, vi vil gerne udvikle Leap til et 100 % naturligt materiale snart.

Råd

Et råd til unge iværksættere: Hold dig positiv. Tiderne kan være hårde, og nogle gange er det svært at se lyset, men sejrene vil gøre det hele værd.

11. KØBENHAVN KARTEL



Produktion og salg af bæredygtigt badetøj og aktivt tøj. Vores produkter er designet til at omfavne og fejre den kvindelige krop i alle dens former ved hjælp af miljøvenlige materialer.

TYPE: MODE: TØJ, TEKSTIL & KOSMETIK

Om

Vi startede i København, inspireret af Danmarks dybe maritime arv og et fast engagement i miljømæssig bæredygtighed. Vi begyndte vores rejse med visionen om at fusionere mode med økologisk ansvarlighed, især med fokus på vores haves sundhed.

Virksomhedens første store succes kom med introduktionen af vores bæredygtige badetøjslinje.

Et væsentligt vendepunkt for Copenhagen Cartel var indførelsen af ECONYL® i vores linjer. Denne innovation understregede ikke kun virksomhedens dedikation til at reducere havaffald, men placerede os også på forkant med bæredygtig mode.

Vi har specialiseret os i at skabe bæredygtigt badetøj og aktivt tøj til kvinder. Vores produkter er designet til at omfavne og fejre den kvindelige krop i alle dens former ved at bruge miljøvenlige materialer som ECONYL®. Vi henvender os til kvinder, der værdsætter både bæredygtighed og stil i deres tøjvalg. Vores aktiviteter er primært nationale, med ambitioner om at ekspandere internationalt.

Bæredygtighedspåvirkning

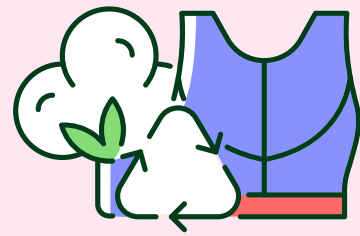
Bæredygtig udvikling er en integreret del af vores drift og har dybt indflydelse på både vores forretningsstrategi og brandetos. Denne forpligtelse til bæredygtighed forbedrer ikke kun vores omdømme, men stemmer også overens med værdierne i vores miljøbevidste kundebase, hvilket påvirker salget og kundeloyaliteten positivt.

Bæredygtighed er en hjørnesten i vores virksomhed, der gennemsyner alle aspekter af vores drift, fra produktdesign til markedsføring. Ansvar for implementering og koordinering af bæredygtig praksis er en kollektiv indsats her hos Copenhagen Cartel. Mens vores ledelsesteam spiller en central rolle i at vejlede og sætte bæredygtighedsmål, er hver medarbejder aktivt involveret i denne proces. Der er ikke en dedikeret afdeling; i stedet er bæredygtighed vævet ind i strukturen af hver afdelings mål og aktiviteter, hvilket sikrer en holistisk og integreret tilgang på tværs af virksomheden.

Bæredygtigt Udvikling

Vores primære bæredygtige indsats er at producere badetøj og aktivt beklædning ved hjælp af ECONYL®, et materiale lavet af 100 % genanvendt nylon, inklusive hav- og lossepladsaffald. Vores forpligtelse til bæredygtighed er en kontinuerlig proces, der fokuserer på udvikling og forfining af miljøvenlige produkter og praksis. Nøgleresultater omfatter overgang til ECONYL® for vores produktlinjer, promovoring af naturlig skønhed uden photoshop i kampagner og deltagelse i miljøinitiativer som 1% For The Planet. Disse bestræbelser afspejler vores virksomheds brede dedikation til at kombinere bæredygtig innovation med etisk forretningspraksis.

11. KØBENHAVN KARTEL



Innovative tilgange

&Udfordringer

Hos Copenhagen Cartel har vi taget innovative løsninger til sig for at opfylde vores bæredygtighedsmål midt i udfordringer. En vigtig tilpasning var at inkorporere ECONYL®, et genbrugsmateriale fra havaffald, i vores badetøj, der balancerer miljøpleje med produktkvalitet og appel. Vi har også omdefineret vores markedsføringstilgang for at understøtte bæredygtighed. Ved at vælge ikke at ændre vores modeller digitalt, fremmer vi naturlig skønhed, udfordrer industrinormer og giver genklang hos forbrugere, der søger autenticitet.

Som reaktion på det skiftende forretningsmiljø og interessenternes forventninger har vi øget gennemsigtigheden i vores kommunikation, især med hensyn til materialer, der bruges i vores produkter. Dette skridt mod større klarhed kom fra anerkendelse af vores kunders voksende miljøbevidsthed og efterspørgsel efter ærlig information. Derudover afspejler vores deltagelse i 1% For The Planet-initiativet vores forpligtelse til bredere virksomhedsansvar. Ved at bidrage med 1 % af vores årlige omsætning til miljømæssige årsager tilpasser vi vores forretningsdrift til vores økologiske værdier.

Disse trin viser vores dedikation til bæredygtig og etisk praksis. Vi er ikke kun et modebrand, men en proaktiv deltager i det bæredygtige erhvervsliv, der konstant innoverer og tilpasser os for at have en positiv indvirkning på både planeten og samfundet.

Effektevaluering

Hos Copenhagen Cartel overvåger vi aktivt virkningen af vores bæredygtige praksis med fokus på nøgleområder som reduktion af CO₂-fodafttryk, medarbejdertilfredshed, kundefeedback og samfundsengagement.

Ved at bruge ECONYL®, et genbrugsmateriale, har vi reduceret vores CO₂-fodafttryk betydeligt, hvilket vi vurderer årligt for at måle vores miljøfremskridt. Denne tilgang mindsker ikke kun miljøpåvirkningen, men bidrager også til vores overordnede forretningsmæssige bæredygtighed.

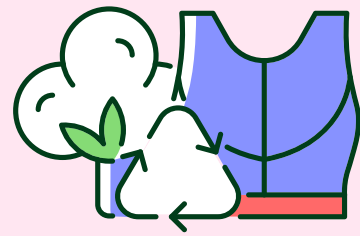
Medarbejdertilfredsheden målt gennem regelmæssige interne undersøgelser har vist positive tendenser. Vores teams overensstemmelse med vores etiske og miljømæssige værdier skaber et mere tilfredsstillende arbejdsmiljø.

Kundefeedback, der er afgørende for at forstå offentlighedens opfattelse, indsamles løbende. Den positive reaktion på vores bæredygtighedsindsats indikerer stærk kundestøtte til vores miljømål.

Vores engagement med 1% For The Planet har væsentligt forbedret vores samfundsforhold. Dette initiativ forstærker vores engagement som en ansvarlig virksomhed, hvilket styrker vores samfundsstatus.

Samlet set har disse bæredygtige praksisser ikke blot minimeret vores miljøpåvirkning, men også styrket vores brands omdømme, forbedret medarbejdernes moral og styrket vores interessentrelationer. Disse resultater understreger effektiviteten af vores integrerede bæredygtighedsstrategi i vores forretningsdrift.

11. KØBENHAVN KARTEL



Motivering

Vores hovedmotivation for at drive en bæredygtig virksomhed kommer fra en dybt rodfæstet forpligtelse til at beskytte miljøet og have en positiv indvirkning på samfundet. Denne etos er drevet af forståelsen af, at vores handlinger i dag har en dyb indvirkning på fremtidige generationer.

For at motivere vores team fremmer vi en kultur, hvor bæredygtighed ikke kun er en politik, men en livsstil. Regelmæssige undervisningssessioner, workshops og involvering i miljøinitiativer hjælper med at holde teamet engageret og informeret om vigtigheden af vores bæredygtigheds mål. Vi opfordrer også til åben dialog og ideer, så teammedlemmer kan bidrage direkte til vores bæredygtighedsstrategier.

Ved at knytte individuelle roller og ansvar til vores bredere bæredygtigheds mål kan medarbejderne se den direkte effekt af deres arbejde. Denne tilgang motiverer ikke kun, men indgyder også en følelse af stolthed og ejerskab over de positive forandringer, vi i fællesskab opnår.

Bæredygtighedsidéer

Vores ideer til bæredygtige løsninger kommer fra en række forskellige kilder. Vi deltager i workshops og træningssessioner med fokus på bæredygtighed, som hjælper med at generere nye ideer og holde vores team opdateret om den nyeste praksis. Vores samarbejde med andre virksomheder og NGO'er med speciale i bæredygtige løsninger spiller også en væsentlig rolle i at inspirere og informere vores strategier. Derudover overholder vi relevante nationale og EU-regler, som styrer nogle af vores bæredygtighedsinitiativer. Disse forskellige input hjælper os til løbende at innovere og forbedre vores bæredygtighedspraksis.

Refleksioner

Den vigtigste lektie fra vores bæredygtighedsrejse er det vedvarende behov for engagement og evnen til at tilpasse vores tilgang til bæredygtig praksis.

Råd

For unge iværksættere, der sigter mod at opfylde bæredygtigheds mål, omfatter nøgelfaktorerne et stærkt engagement i miljøværdier og en klar forståelse af din virksomheds påvirkning. Det er afgørende at integrere bæredygtighed i alle aspekter af din virksomhed, fra supply chain management til kundeengagement. Mit råd er at holde dig informeret om bæredygtig praksis, være åben over for innovation og opbygge partnerskaber, der understøtter dine bæredygtigheds mål. Husk, at bæredygtighed er en rejse, ikke kun en destination, der kræver løbende indsats og tilpasning.

Behov for forbedring

Udfordringer inkluderet indkøb bæredygtige materialer, overholdelse af miljøbestemmelser og formidling af vores indsats til kunder og interessenter effektivt. Disse krævede innovative løsninger og løbende engagement. Vores fremtidige planer for bæredygtig udvikling inkluderer at fortsætte vores nuværende indsats og udforske nye måder at øge vores engagement i bæredygtighed.

12. GAIA OLEA



Naturlige håndlavede aromaterapiprodukter

TYPE: MODE: TØJ, TEKSTIL & KOSMETIK

Om

Gaia Olea blev grundlagt for 10 år siden, det startede som en bod på lokale markeder og på Etsy – med salg af ting, som Elsie (ejer & grundlægger) lavede. Dette skete organisk, hun lavede produkter til sig selv og ledte efter et karriereskift. Hun solgte allerede ting (håndværk), som hun havde samlet under sine rejser til Asien på lokale markeder. Hendes partner foreslog, at hun forsøgte at sælge de produkter, hun allerede lavede til sig selv (f.eks. sæber). Dette var almindeligt i andre lande, men ikke almindeligt på det tidspunkt på Cypern. Det her gik rigtig godt. Så dette startede som en sideforretning, og gennem årene blev dette hovedforretningen.

Milepæl: Da hun besluttede at registrere sig, flyttede hun ud af sit køkken, fik et værksted, fik licenser og tilladelser.

Gaia Olea tiltrækker bevidste forbrugere - bevidste om, hvordan de bruger deres penge (støtter virksomheder, der er så bevidste som muligt), folk, der er interesserede i at støtte deres samfund, øko-bevidste. Forbrugere, der er nysgerrige efter at opdyrke en mere tilknytning til naturen, folk, der sætter pris på en måde at gøre tingene langsomt og ikke for kompliceret. Driftsspændet er internationalt gennem en Etsy-butik. Tidligere var dette mere vellykket, men på grund af stigningen i forsendelsespriser og skatter/afgifter er det nu bremset. Det mest solgte amt uden for Cypern er USA.

Bæredygtighedspåvirkning

Bæredygtighed er gavnligt for virksomhedens sjæl, ikke nødvendigvis for virksomhedens lomme. Det handler dog om at finde bedre løsninger i stedet for at give op og sige, at det ikke går.

Gaia Olea fokuserer mest på bevidste og etiske aspekter, fokus er at forsøge at gøre det større gavn og forårsage så mindre skade som muligt, bæredygtighed passer ind i denne mentalitet.

Bæredygtigt Udvikling

Bæredygtighed udgør stigende udfordringer for en lille virksomhedsejer, eksemplificeret ved de udviklende metoder til emballering af ordrer. I starten var genbrug af materialer som gamle kasser og plastikindpakning tilstrækkeligt, men logistiske begrænsninger foranledigede behovet for mere varierede kassestørrelser og et pålideligt system. På trods af de tidskrævende manuelle processer, der er involveret i emballage, såsom skæring af pap og indpakning af emner, er fokus fortsat på at genbruge materialer frem for at investere i æstetisk tiltalende emballage. Bestræbelserne på at forblive bæredygtige omfatter indkøb af produkter lokalt, hvor det er muligt, selvom nogle råvarer stadig kræver import. Cypern-centrerede værdier driver forretningen, med vægt på urte og bio-regionalisme, som udnytter landets forskellige mikroklimaer. Minimal emballering, blottet for plastik og prioritering af genbrugsmaterialer understreger forpligtelsen til miljøansvar. Et belønningssystem opfordrer kunder til at returnere glaskruser til genbrug, på trods af den manglende rentabilitet. Derudover strækker indsatsen sig til at genbruge aluminiumskapsler og støtte velgørende formål.

12. GAIA OLEA



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 3. Godt helbred og velvære: Forbedre folks liv, fokuseret på at lave produkter, der understøtter folks velvære (f.eks. olier, der løfter folks humør, olier, der hjælper folk med at sove bedre, tinkturer, der dulmer din sorg), selvom Gaia Olea laver kosmetik, er der også mange af disse typer af producerede produkter.

Mål 14. Livet under vand: Vil overveje produkter, der ødelægger havets dyreliv ved ikke at købe råmaterialer som dødhavsmudder – da udnyttelsen af det døde hav er så alvorlig inden for kosmetik, at det forudsiges, at det om få år ikke længere vil eksistere osv.

Mål 15. Livet på land: Vil ikke købe råvarer, der er kontroversielle f.eks. palmeolie. Også gennem midler fra turistministeriet var hun i stand til at holde workshops om, hvordan man laver røgelse med lokale ingredienser fra Cypern såsom fyrreharpiks, appelsinpille osv. Mens hun oplærte folk om skaden ved at bruge almindelige materialer (som hvid salvie), som var oprindeligt brugt i traditioner for stammesamfund – disse materialer er nu i fare for at uddø på grund af deres almindelige popularitet, og de samfund, der oprindeligt brugte dem, har ikke længere adgang til dem. Det er små måder, små skift i menneskers hverdagsliv, der giver os mulighed for at leve et mere etisk og bæredygtigt liv og være mere retfærdige over for jorden og dyrene.

Strategi & Mission

Gaia Olea startede uden nogen skriftlig strategi - men for nylig føler hun, at hun er nødt til at skabe en - men hun skal finde nogen til at hjælpe på dette område.

Grundlæggeren håber, at hun i løbet af de næste par år får en bedre organisering af tingene – og at hun kan ansætte folk, der kan overtage dele af forretningen, så hun ikke længere behøver at være en del af hvert skridt. Derudover vil hun lave færre produkter og fokusere på få og lave større partier. Også at fokusere på at lave flere workshops, hvor hun kan inspirere folk til at forbinde sig mere med naturen og opmuntre dem til at udforske måder, hvorpå naturlige produkter kan understøtte deres hverdag.

Innovative tilgange

&Udfordringer

- Emballage
- Returnering af krukkesystemet
- Valg af etiske råvarer

Det er meget lettere at købe fra regulerede leverandører, der har en licens til at sælge kosmetiske ingredienser på grund af deres konsistens og konstante tilgængelighed af materialer i forhold til at købe fra lokale producenter på Cypern, som ikke altid har det, der er nødvendigt. Men det er formålet med hendes arbejde.

Hun forsøger også at digitalisere så meget som muligt, men for eksempel er reglen på Cypern, at man skal udskrive alt til regnskab – en måde hun forsøger at minimere sit fodaftryk i denne henseende er, at hun beder folk om at give hende papir, de behøver ikke – og selvom der er trykt noget på den ene side, vil hun bare slå det ud og trykke på den anden side.

12. GAIA OLEA



Effektevaluering

Ingen overvågning af virkningen af bæredygtighed. Hun stræber dog efter at have indflydelse på samfundet.

Hun tilbyder workshops, som er en måde at forbedre samfundsrelationerne på. Hun når ud til lokale producenter og får landsbyen til at involvere sig i aktiviteter.

Hun tilbyder en procentdel af sin indtjening hver måned til forskellige formål (f.eks. lokale dyreinternater, initiativer, der støtter flygtninge osv.) Hun arrangerer også et par begivenheder om året, og hun har altid et solidarisk element i det lokale (kunne være at opmuntre folk til at tage med deres gamle tæpper, tæpper til shelter eller indsamling af ris, dåsemad til økonomisk udfordrede familier). Det er vigtigt ikke kun at give, men at opmuntre samfundet til at mødes og ikke nødvendigvis på en økonomisk måde.

Bæredygtighedsideer

Gennem finansieringen af turistministeriet var hun i stand til at have mange workshops i løbet af to år. Workshops:

- Skovbadning: naturforbindelsesøvelse, at vide, hvordan man er et menneske i skoven. Det gør hun gratis som en gave til samfundet. Hvordan
- man passer på os selv gennem naturforbindelser (hvordan man laver olier til at støtte vores lymfesystem gennem selvmassage og brug af urter).
- Simple hjem retsmidler til flue, laver sirupper og pastiller.

Som kosmetikvirksomhed er de afhængige af lande-/EU-specifikke regler såsom kosmetiske tilladelser og farmaceutiske tjenester fra sundhedsministeriet, men direktivet er europæisk

Motivering

Motivationen er, at det gør hende glad. Hvis hun finder en måde at genbruge noget på – at finde innovative måder at tage nogens affald og gøre det til noget – gør det hende glad. Hun tror på intentionen om, hvad vi gør og opfylder vores eget formål. Hun ønsker at leve så tæt på det, hun tror på, eller hun kan lide at se i sit liv.

Derudover finder hun vigtigt at blive ved med at uddanne sig, at blive ved med at studere og tage forskellige kurser såsom aromaterapi, urtemedicin, hudplejevidenskab. Hun er nu i lære hos lærere i Skotland om urtemedicin og klinisk urtemedicin, hvilket hjælper hende med at holde motivationen.

Behov for forbedring

Udfordringer:

- Import af olier kommer i engangsbeholdere, og der er ingen vej udenom. Hun genbruger dem, men mener ikke, at genbrug er særlig bæredygtigt.
- De etiketter hun bruger er plastik

Det er ting, hun gerne vil finde løsninger på.

Fremtidsplaner: Hun fik for nylig EU-støtte til rådgivning for grønne virksomheder og håber at lære mere om grønne praksisser, som hun så kan anvende til sin egen virksomhed.

12. GAIA OLEA



Refleksioner

Erfaringer: Prøv ikke at gøre alt perfekt. Prøv at fokusere på det større billede. Det kan være udmattende og ikke særlig realistisk.

Råd

For unge mennesker, der er interesserede i at drive en bæredygtig virksomhed: Før de starter eller lige i begyndelsen for at få noget støtte fra folk, der ved mere eller professionelle rådgivere til at tage nogle gode beslutninger for at gøre deres liv lettere i det lange løb i stedet for at prøve at finde ud af ud af alt på egen hånd med hensyn til bæredygtighed

13. REPOT APS



bæredygtige urtepotter, som er biologisk nedbrydelige. De kan bruges i gartneriproduktionen, og hjemme i din stue.



TYPE: FREMSTILLING OG DISTRIBUTION

Om

Det hele startede i 2020 som et eksamensprojekt! Vi købte materiale, som vi kunne bruge til at printe en 3D urtepotte. Bagefter vandt vi en opstartskonkurrence.

Vendepunktet, der påvirkede udviklingen af vores virksomhed, var en betydelig stigning i kundernes interesse for vores produkt, kombineret med at vinde startup-konkurrencer.

Vi laver nu bæredygtige urtepotter, som er biologisk nedbrydelige. De kan bruges i gartneriproduktionen, og hjemme i din stue. På den måde erstatter den både den plastikpotte, der bruges til gartneriproduktionen, og urtepotten i dit hjem. Den kommer i brun og i hvid.

Vores målgruppe er hovedsageligt i gartnerimarkedet, som er åbne for nye bæredygtige produkter, primært større organisationer.

Bæredygtigt Udvikling

Vores virksomheds vigtigste bæredygtige handling er centreret omkring vores produkt, der er kendetegnet ved dets miljøvenlige egenskaber. Vi lægger vægt på lokal produktion, hvor vi overvejende bruger affaldsmaterialer. Denne metode reducerer spild og mindsker miljømæssige indvirkning tit forbundet med fremstillingsprocesser. Vores dedikation til bæredygtighed afspejles i vores valg af materialer og produktionsmetoder, hvilket sikrer et positivt bidrag til miljøet. Ikke desto mindre er vores involvering i udviklingen af nye bæredygtige løsninger sjældent. Vores nuværende fokus ligger i at forbedre og perfektionere vores eksisterende produkt for at sikre, at det overholder de højeste standarder for bæredygtighed og effektivitet.

Bæredygtighedspåvirkning

Bæredygtig udvikling har dybt indflydelse på vores virksomheds drift, da vi er dybt engagerede i dens principper. Vi prioriterer bæredygtighed i alle aspekter af vores forretningsprocesser og stræber efter at minimere vores miljømæssige fodaftryk og opretholde etisk praksis. Ansvar for at implementere og koordinere overholdelse af principper for bæredygtig udvikling ligger hos alle medarbejdere, da vi i fællesskab interesserer os for at fremme bæredygtighed. Med kun tre stiftere/medejere, der udgør vores team, håndterer vi hver især denne sag individuelt, hvilket sikrer, at bæredygtighed forbliver et centralt fokus i hele vores drift.

13. REPOT APS



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 9. Industri, innovation og infrastruktur: Vores innovative produkt er bæredygtigt i sig selv, og hvis gartneriindustrien bruger det i deres produktion, vil deres produktion være mere bæredygtig. I øjeblikket bruger de plastikpotter. Ydermere produceres produktet lokalt i Danmark, men vi giver mulighed for bæredygtig industrialisering.

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion: Vi bruger primært naturaffaldsmaterialer til vores urtepotte. Det er materiale som tørret græs, som alligevel smides ud, eller andet organisk affaldsmateriale. Gartneribranchen bruger nu plastpotter, og efter brug lader forbrugerne dem ligge i landskabet mv.

Mål 13. Klimahandling: Plastkrukken, der bruges i gartneribranchen, er lavet af plast, som er dårligt for klimaet. Alene industrien i Danmark bruger 268,8 millioner hvert år, så det er meget plastik. Det ønsker vi at erstatte med vores bæredygtige urtepotte. Plastkrukken er ofte ikke produceret lokalt, men vores urtepotte er - hvilket er bedre for klimaet.

Mål 15. Livet på land

Strategi & Mission

Vores mission er at gøre planeten lidt grønnere ved at reducere plastikforbruget i havebrugsindustrien. Vores vision er at udvide vores udvalg af bæredygtige produkter og løbende arbejde hen imod en mere bæredygtig fremtid.

Effektevaluering

Vi er ikke så langt i processen endnu. Vi har endnu ikke en måde at evaluere effekten på.

Innovative tilgange

&Udfordringer

Hovedudfordringen har været at opretholde bæredygtighed gennem alle forretningsprocesser og med alle partnere. Selvom vi endnu ikke har mødt væsentlige krav om nye tilpasninger fra vores forretningsmiljø og interessenter, er vi åbne for diskussioner og ideer med vores partnere. I øjeblikket har der ikke været et stort skub til nye tilpasninger fra erhvervsmiljøet og interessenterne. Men igangværende diskussioner med partnere om potentielle ideer viser vores vilje til forandring. På trods af minimal efterspørgsel efter drastiske skift forstår vi vigtigheden af at forblive tilpasningsdygtige. Vi er forpligtet til at integrere nye ideer, der forbedrer vores bæredygtighedsindsats og sikrer overensstemmelse med interessenternes forventninger og markedstendenser.

13. REPOT APS



Motivering

Vores primære motivation for at drive en bæredygtig virksomhed er dybt forankret i vores ønske om at bidrage til en sundere planet. Vi er drevet af ambitionen om at gøre en håndgribelig forskel inden for miljøbevarelse, især ved at reducere plastikforbruget. Ved at fokusere på dette mål sigter vi mod at mindske gartneriindustriens økologiske fodaftryk og til gengæld fremme en mere bæredygtig og grønnere fremtid. Vores engagement i denne sag er ikke kun en forretningsbeslutning; det er en afspejling af vores ansvar over for planeten og fremtidige generationer.

Da vi er et lille team på tre grundlæggere hos RePot, kommer motivationen til at overholde bæredygtighedsreglerne fra vores fælles vision og kollektive ansvar. Hver af os er dybt investeret i vores mission om at skabe en grønnere fremtid, og denne fælles passion driver naturligvis vores forpligtelse til bæredygtig praksis. Vi fremmer en kultur af åben kommunikation og samarbejde, hvor hvert medlem opfordres til at bidrage med ideer og innovationer, der fremmer vores bæredygtighedsmål. Denne inkluderende tilgang sikrer, at vi alle forbliver engagerede og motiverede, og minder os konstant om den indvirkning, vores arbejde har på miljøet, og vigtigheden af vores kollektive indsats for at gøre en væsentlig forskel.

Bæredygtighedsideer

I øjeblikket arrangerer RepotAps ikke workshops/træninger om bæredygtige løsninger og samarbejder heller ikke med virksomheder eller NGO'er, der er specialiseret i bæredygtige løsninger. Endvidere er virksomheden ikke afhængig af lande-/EU-specifikke regler.

Refleksioner

En vigtig lektie, vi har lært på vores bæredygtighedsrejse, er den kritiske vigtighed af nøje at overveje transportmetoder, især for internationale forsendelser. Denne bevidsthed har fået os til at prioritere miljøvenlige transportmuligheder, reducere vores CO2-fodaftryk betydeligt og tilpasse os vores overordnede mål om at fremme en grønnere planet.

Råd

Fra mit perspektiv er flere nøglefaktorer afgørende for virksomhedernes bæredygtige udvikling. For det første er det altafgørende at besidde viden om bæredygtighed og være villig til at tilpasse sig og ændre sig. Det er vigtigt at involvere medarbejdere i organisationen for at sikre overensstemmelse med bæredygtighedsmålene. Derudover, for unge iværksættere, der ønsker at implementere bæredygtige udviklingsstrategier, vil mit råd være at gøre bæredygtighed integreret i dine forretningsstrategier fra starten. Ved at gøre bæredygtighed til et kerneaspekt af din virksomhed snarere end en eftertanke, bliver det rodfæstet i din tankegang og drift fra begyndelsen, hvilket fremmer langsigtet succes og effekt.

14. SPORLØS MATERIALER GMBH



"Vær en del af løsningen, ikke forurening!"

TYPE: FREMSTILLING OG DISTRIBUTION

Om

Traceless Materials GmbH, en cirkulær bioøkonomi-startup grundlagt i Hamborg i 2020 af Dr. Anne Lamp, en procesingeniør, og Johanna Baare, en psykolog og MBA-uddannet, har udviklet et innovativt biomateriale. Dette materiale, der stammer fra landbrugsrester og biprodukter fra fødevareproduktion, er stabilt i opbevaring, fuldstændig bæredygtigt og biologisk nedbrydeligt inden for en kort periode. Efter Cradle to Cradle-konceptet er materialet designet til at blive returneret til biologiske eller tekniske kredsløb efter brug, hvilket minimerer miljøpåvirkningen og maksimerer ressourceudnyttelsen. Traceless Materials' produkt, traceless®, nedbrydes ikke kun hurtigt, men besidder også de funktionelle egenskaber som konventionel plast uden at skade miljøet. Virksomheden producerer sporløs® som basismateriale i granulatform, der kan forarbejdes til forskellige slutprodukter af plast- og emballageindustrien. Finansieringen begyndte med startkapital og er siden blevet styrket af investeringer fra forskellige kilder. Virksomheden sigter mod at blive den førende producent af organisk plast i 2030. Samarbejde med store virksomheder som OTTO, Lufthansa og C&A demonstrerer markedspotentialet og virkningen af Traceless Materials' innovative løsning. Virksomheden har modtaget adskillige priser og udmærkelser for sin banebrydende tilgang til bæredygtighed, der positionerer sig som en nøglespiller i kampen mod plastikforurening.

Bæredygtighedspåvirkning

Bæredygtighed er en del af Traceless' DNA. Uden dette aspekt ville virksomheden slet ikke eksistere. Start-up'et ønsker intet mindre end at blive den førende udbyder af plastikalternativer. Derfor er bæredygtig udvikling en toprioritet.

Bæredygtigt Udvikling

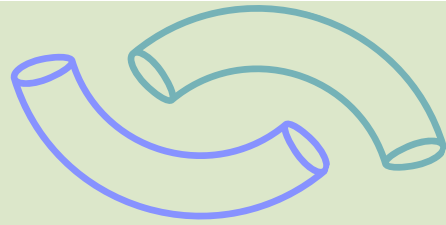
Erfaringerne med hensyn til bæredygtigheden af deres forretningsdrift og de produkter, de udvikler, kommer blandt andet fra uddannelsen modtaget af grundlægger Dr. Anne Lamp:

Hun er procesmekaniker og begyndte at udvikle det nuværende produkt under sin doktorgrad. Kandidater med denne akademiske uddannelse ender normalt i mindre bæredygtige industrier. Dr. Lamp indså dog tidligt, at hun ønskede at udvikle innovationer med merværdi for alle.

Hun er også grundlæggeren af NGO'en Cradle to Cradle Hamburg. Denne organisation samler erhvervsliv, videnskab, uddannelse, politik og civilsamfund for at gøre vugge-til-vugge-konceptet til det grundlæggende princip for økonomisk aktivitet i fremtiden. Efter naturens eksempel betyder vugge til vugge, at alt affald bliver omdannet til et næringsstof eller energi, der flyder ind i det samlede kredsløb og danner råstoffet til noget nyt.

Med dette frivillige engagement fik Dr. Lamp værdifuld erfaring inden for bæredygtighed.

14. SPORLØS MATERIALER GMBH



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 3. Godt helbred og velvære: Kun ikke-giftige ingredienser anvendes i produktionsprocessen.

Mål 6. rent vand og sanitet: På grund af dens biologiske nedbrydelighed inden for 61 dage, fører brugen af traceless® ikke til mikroplastisk forurening af vandområder sammenlignet med konventionel plast.

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion: Grundlæggernes mål var ikke blot at opfylde én indikator for bæredygtighed, men bevidst at tage højde for dem alle for at udvikle et holistisk bæredygtigt produkt.

Mål 13. Klimahandling: Der udledes 78 % mindre CO2 under produktionen af traceless® sammenlignet med almindelig plast.

Mål 14 Livet under vandet & 15 Livet på land: Udviklingen af en fuldt bionedbrydelig plast skal være med til at sikre, at vores økosystemer i vandet og på landjorden ikke længere er forurenede med (mikro)plastik i fremtiden.

Brugen af landbrugsaffald eliminerer miljøskadelig praksis, som ville være nødvendig, for eksempel til udvinding af råolie til konventionel plast.

Mål 17. Partnerskaber for målene: Sporløs er for eksempel en del af Natural Polymers Group, som repræsenterer syv innovatører fra USA, Europa og Indien, blev grundlagt for at etablere naturbaserede materialer som planter og alger som et levedygtigt og mainstream-alternativ til plast. Gruppen har udsendt tre politiske erklæringer forud for hamPlastforurening INC-3., en mellemstatslig forhandlingskomité (INC) til at udvikle et internationalt juridisk bindende instrument om plastikforurening, herunder i havmiljøet. Disse omfatter en opfordring til en global og klar definition af plastik og ikke-plastik alternativer og udvidede kriterier for cirkulær økonomi, der anerkender end-of-life fordelene ved naturlige polymerer.

Strategi & Mission

Traceless' vision er en verden, hvor de materialer, vi bruger, har en positiv indvirkning på kloden, og hvor forurening og affald hører fortiden til.

Missionen er at udvikle avancerede biomaterialer, der integreres problemfrit i naturens biologiske kredsløb uden at efterlade spor.

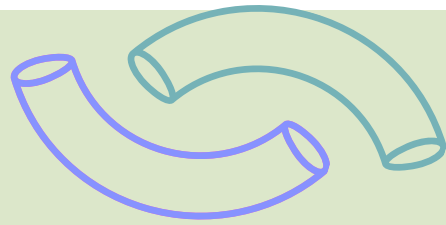
Til dette udnytter de affaldsmaterialer fra landbrugsindustrien, som ikke konkurrerer med fødevarereproduktionen af plantebaserede produkter. Materialet skal være biologisk nedbrydeligt, fri for giftige stoffer, miljøvenligt at fremstille og fri for (mikro)plastik.

Samtidig skal den være skalerbar og opfylde alle de krav, der stilles til konventionel plast: Den skal være velegnet til både bløde, fleksible og hårde, stabile produkter samt i form af en film eller som belægningsmateriale. Granulatet skal også være skalerbart, så det kan produceres i store mængder i fremtiden. Det skal være konkurrencedygtigt med hensyn til pris og kvalitet.

Sporløse materialer opfylder allerede alle disse punkter i dag.

I løbet af flere prototyper bygger de nu masseproduktion op, som skal starte i 2030. De ønsker intet mindre end at blive de førende producenter af alternativ plast.

14. SPORLØS MATERIALER GMBH



Innovative tilgange

&Udfordringer

De nye plasttyper, der i øjeblikket er på markedet, opfylder kun ét bæredygtighedskriterium hver. Sporløs opfylder dog dem alle: Det er lavet af affaldsprodukter fra landbrugsindustrien og konkurrerer derfor ikke med fødevarer. Den er miljøvenlig, da den er helt fri for plastik og giftstoffer. Omkring 80 % af CO₂-udledningen spares under produktion sammenlignet med fremstilling af konventionel plast. Derudover nedbrydes det inden for omkring 60 dage uden at efterlade rester. Dette lukker kredsløbet: et næringsstof bliver igen et næringsstof, ligesom i naturen. Desuden er Traceless den eneste erstatning, der kan konkurrere med petroleumsbaseret plast med hensyn til pris og kvalitet og er skalerbar.

Effektevaluering

Traceless kan trække på en omfattende videnskabsbaseret livscyklusanalyse, da dens finansmand Planet A bruger dette som grundlag for at afgøre, om produktet er værd at støtte.

Livscyklusanalysen er en livscyklusvurdering, der forudsiger virkningen af industriel produktion, fra råvareudvinding over produktion til bortskaffelse, herunder efterfølgende effekter.

Planet A, er en europæisk venturekapitalfond, der evaluerer miljø- og klimapåvirkningen af innovationer, før en investering foretages. Gennemsigtighed er i centrum, da alle evalueringer og den anvendte metode offentliggøres.

Livscyklusanalysen (LCA) udført på det sporløse materiale viste, at...

- Produktion og bortskaffelse af sporløst forårsager op til 95 % mindre drivhusgasemissioner end produktion og bortskaffelse af splinterny plast,
- Den samlede nettoreduktion i drivhusgasemissioner er i intervallet 26 til 76%, Sporløst
- materiale reducerer behovet for ikke-vedvarende energikilder betydeligt,
- Sporløs giver yderligere miljøfordele, såsom at undgå risikoen for lækage af skadelige stoffer til miljøet.

Andre positive miljøeffekter (ikke medtaget i denne LCA), som potentielt kan skyldes sporløs: Sporløs tilbyder en løsning til markant at reducere den samlede mængde af plastikaffald og dermed plastikforurening.

Fraværet af giftige og skadelige tilsætningsstoffer eliminerer risikoen for, at sådanne stoffer lækker ud i miljøet, hvilket igen kan fremme biodiversiteten, da økosystemerne forbliver intakte.

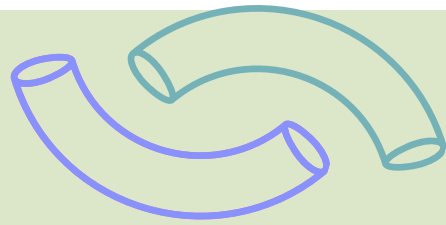
Motivering

Holistisk bæredygtighed er den grundlæggende motivation for Traceless.

"(...) faktisk arbejdede hele sporløs-teamet indtil for nylig for sporløs på frivillig basis." -Sagde en af grundlæggerne Johanna Baare i 2021.

De talrige præmier, som virksomheden først skulle ansøge om, er også et incitament. Vejen til "stor" produktion er trods alt lang. Feedbacken fra at vinde præmier er derfor yderst motiverende. Derudover rapporterer de løbende transparent om miljøpåvirkningen af deres forretningsaktiviteter via Impact Report. At se, at det, de laver, virkelig gør en forskel og virker, er en reel motivation for stifterne og teamet.

14. SPORLØS MATERIALER GMBH



Bæredygtighedsideer

Idéen til produktet fik grundlæggeren Dr. Anne Lamp, mens de sejlede, da de sejlede direkte ind i et plastiktæppe på det åbne hav. Dette ødelagde straks den idylliske atmosfære og den charme, som sejlads faktisk giver. Virkningerne på de lokale økosystemer kunne man kun gisne om. Og allerede under studiet som procesingeniør drømte hun om at kombinere sin naturinteresse med sin karriere. Idéen til Sporløse materialer opstod hendes doktorgradsarbejde inden for biologiske kredsløb og søgen efter alternative materialer, samt hendes frivillige arbejde i en vugge-vugge-organisation.

Grundlæggerne deltager jævnligt i konferencer og ansøger om forskellige priser inden for bæredygtighed og innovation. Der er altid mulighed for at udveksle ideer med andre nystartede virksomheder, iværksættere og eksperter.

Refleksioner

I tilfældet med Sporløs er den vigtigste læring nok "Tænk stort!". Lige fra starten søgte stifterne om priser og bevillingsrunder. Sådan offentliggør de deres virksomhed og deres store mission og modtager den nødvendige økonomiske støtte, som dette mammutprojekt kræver. For selv den største, mest bæredygtige løsning vil ikke finde vej til markedet uden disse to punkter. De bruger også tendensen til bæredygtighed til at vinde etablerede og velkendte virksomheder til samarbejder, hvilket yderligere øger deres bevidsthedsniveau. De kan også teste prototyperne til et bredt massemarked.

Råd

Styrk din modstandskraft og tænk langsigtet. Bæredygtige virksomheder står ofte over for udfordringer, men en robust tankegang kan hjælpe med at overvinde forhindringer. Overvej den langsigtede indvirkning af dine beslutninger på både din virksomhed og planeten.

Forfølge en holistisk tilgang til bæredygtighed. Overvej miljømæssige, sociale og økonomiske aspekter i dine forretningsbeslutninger. Stræb efter en balance, der gavner mennesker, planeten og dine fortjenstmargener.

Samarbejd med ligesindede individer, organisationer og interessegrupper. Opbygning af et netværk inden for bæredygtighedssamfundet kan give værdifuld indsigt, partnerskaber og støtte.

Men det vigtigste er: gør det! Især folk, der har gode ideer til bæredygtige løsninger, bør tage springet og omsætte dem i praksis. Der vil være masser af mennesker, der vil støtte dig og arbejde sammen med dig om løsningen!

15. SAULE TEKNOLOGIER



Saule Technologies er en pioner inden for forskning og fremstilling af perovskit solceller - en ny generation af solceller.

TYPE: FREMSTILLING OG DISTRIBUTION

Om

I 2013 opfandt Olga Malinkiewicz som ph.d.-studerende ved universitetet i Valencia en revolutionerende metode til at producere solceller ved at belægge perovskiter på fleksible folier. Denne præstation gav hende flere priser og fik international mediebevågenhed.

I 2014, da hun indså, at hendes gennembrud har potentialet til at påvirke verden i massiv skala, slog Olga sig sammen med Piotr Krych og Artur Kupczunas, og Saule Technologies blev skabt.

Saule Technologies er en pioner inden for forskning og fremstilling af perovskit solceller - en ny generation af solceller. Perovskite-celler, trykt af Saule Technologies på fleksible folier, er lette, ultratynde, semi-transparente og meget effektive, selv i kunstigt lys. Takket være dette overgår rækkevidden af mulige anvendelser af perovskit fotovoltaiske celler markant rækkevidden af anvendelser af traditionel siliciumteknologi.

Frigivelse af produkter, der er tilgængelige for licensering og første B2B-salg (siden begyndelsen af 2021) beviser, at Saule Technologies er verdensledende inden for kommercialisering af perovskit-fotovoltaiske celler. Saule Technologies partnere omfatter virksomheder som Skanska, Columbus, Somfy, Google Cloud.

Kilder:

<https://sauletech.com/corporate-information/>

<https://sauletech.com/corporate-information/>

Bæredygtigt Udvikling

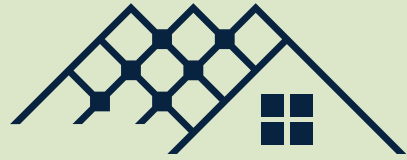
Saule Technologies, et firma med base i Wrocław, har gjort betydelige fremskridt i overgangen til perovskitceller fra videnskabelige laboratorier til produktionslinjer, hvilket markerer en milepæl i den udbredte anvendelse af denne teknologi. Perovskite-baserede solpaneler, kendt for deres alsidighed, fleksibilitet og effektivitet, selv under dårlige lysforhold, tilbyder en bæredygtig løsning til energiproduktion. Saule Technologies understreger tilpasningsevnen af perovskite-moduler, som kan integreres i bygningsfacader, lette tagbeklædninger og IoT elektroniske enheder, hvilket eliminerer behovet for hyppige batteriudskiftninger. Virksomhedens produktsortiment omfatter solcellemarkiser, rullegardiner og persienner, der viser de forskellige anvendelser af perovskitfolie. I løbet af de sidste seks år har perovskitceller udviklet sig hurtigt og matcher effektiviteten af siliciumceller, mens de kan prale af egenskaber som ultralet, fleksibilitet, gennemsigtighed og en ultratynd profil. Disse funktioner positionerer perovskite-teknologi som en revolutionerende kraft på solcellemarkedet.

Kilde:

[https://www.wroclaw.pl/przedsiębiorczy-wroclaw/](https://www.wroclaw.pl/przedsiębiorczy-wroclaw/sauletechnologies-olga-malinkiewicz-columbus-energy)

[sauletechnologies-olga-malinkiewicz-columbus-energy](https://www.wroclaw.pl/przedsiębiorczy-wroclaw/sauletechnologies-olga-malinkiewicz-columbus-energy)

15. SAULE TEKNOLOGIER



Bæredygtighedspåvirkning

I øjeblikket omfatter Saule Technologies et team på 40 fagfolk, herunder videnskabsmænd, ingeniører og administrativt personale, der kommer fra 15 forskellige lande. I de seneste måneder har Saule Technologies påbegyndt en banebrydende bestræbelse og samarbejdet med ingeniører fra Korea, Malaysia, Storbritannien, Singapore og Japan for at konstruere verdens første produktionslinje dedikeret til trykte perovskitceller.

Saule Technologies demonstrerer en forpligtelse til global innovation og er aktivt engageret som medlem i forskellige videnskabelige konsortier etableret i Europa for at fremme udviklingen af perovskitceller. Denne tilknytning giver virksomheden adgang til den nyeste videnskabelige forskning, hvilket muliggør en hurtig implementering af banebrydende teknologiske løsninger til kommercialisering.

Navnlig kan Saule Technologies prale af en af de mest moderne og veludstyrede forskningsfaciliteter, især inden for optoelektronik. Dette state-of-the-art laboratorium placerer virksomheden i spidsen for teknologiske fremskridt, hvilket yderligere styrker dens rolle som banebrydende inden for udforskning og anvendelse af perovskit-teknologi.

Kilde: <https://www.wroclaw.pl/przedsiębiorczy-wroclaw/saule-technologies-olga-malinkiewicz-columbus-energy>

SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Saule Technologies er en teknologivirksomhed, der har specialiseret sig inden for solenergi og produktion af tyndfilm solcelleceller. Hovedfokus for Saule Technologies er udviklingen af innovative løsninger baseret på perovskite-teknologi. Perovskitter er materialer med en krystallinsk struktur, der kan bruges til fremstilling af solceller.

Virksomheden koncentrerer sig om at udvikle produkter, der kan integreres i forskellige typer overflader, herunder eksterne arkitektoniske elementer, tøj eller elektroniske enheder. Denne fleksibilitet åbner vejen for innovative applikationer, såsom smarte vinduer, integrerede bygningsbelægninger eller tøj med indbyggede ladeelementer. Et eksempel på anvendelsen af Saule Technologies' produkter, der stemmer overens med målene for bæredygtig udvikling, er et projekt om at skabe en dyresporings-IoT-enhed (Internet of Things) drevet af vores solceller. Projektet blev udført i samarbejde med WWF (World Wide Fund for Nature) Ukraine og samfinansieret af FN's Udviklingsprogram (UNDP) og Polish Challenge Fund. Initiativet reagerer på FNs bæredygtige udviklingsmål (SDG), hovedsageligt klimahandling, liv på land, bæredygtige byer og samfund, overkommelig og ren energi og partnerskab for mål. "Saule Technologies er stolte af at skabe løsninger, der kan skabe en positiv forandring i verden," siger Olga Malinkiewicz, grundlægger og CTO.

Kilde: <https://sauletech.com/perovskites-on-european-bison/>

15. SAULE TEKNOLOGIER



Strategi & Mission

Saule Technologies Group er drivkraften bag ejerskabet og udviklingen af en banebrydende ny generation af ultratynde, fleksible fotovoltaiske celler, der udnytter potentialet i perovskites. Deres banebrydende teknologi giver mulighed for at bruge disse celler på et utal af overflader, lige fra bygningsfacader og lysafbrydere i vinduer til biltage, små IoT-enheder og endda yachtsejl. Det unikke ved vores teknologi udmønter sig i uovertrufne muligheder, og vi er aktivt engageret i at integrere denne innovative løsning på tværs af forskellige sektorer af livet og industrien.

Kilde:

<https://www.biznesradar.pl/a/119503,list-zarzadu-sauletechnologies-oraz-wybrane-wyniki-zapierwszypolrocze-2023-r>

Motivering

Holde øje!

- Takket være perovskites smider du dine opladere væk | Olga Malinkiewicz | TEDxWroclaw
- TWARZE INNOWACJI | Olga Malinkiewicz, Saule Technologies

Innovative tilgange

&Udfordringer

Saule Technologies har tilsluttet sig Platform-ZERO, et nyt initiativ samfinansieret af Europa-Kommissionen (HaDEA), dedikeret til at udrydde defekte produktionsområder og væsentligt reducere produktionsomkostningerne inden for solcellesektoren. Saule-fabrikken er blevet identificeret som et af de fire industrielle PV-pilotanlæg i hele Europa, hvor denne banebrydende strategi vil blive implementeret og testet. Lanceringen af Platform-ZERO-projektet er planlagt til denne måned. Det primære formål med Platform-ZERO er at forbedre kvaliteten af produktionen af fotovoltaiske apparater og samtidig reducere omkostningerne gennem implementeringen af "nul defekt fremstilling." Dette ambitiøse mål involverer udnyttelse af kunstig intelligens i procesovervågning på produktionslinjen for at eliminere produktionsfejl. Effektiviteten af denne strategi vil blive evalueret i fire pilotanlæg beliggende i forskellige lande, hvor Saule Technologies' fabrik i Polen er en af dem. De andre tre pilotanlæg er placeret i Spanien, Tyskland og Østrig.

Kilde: <https://www.gramwzielone.pl/energiasloneczna/109938/fabryka-saule-technologiestestowym-zakladem-produkcji-zero-defect-weurope>

15. SAULE TEKNOLOGIER



Effektevaluering

Perovskites præsenterer en lovende vej til at revolutionere Polens energisektor, der tilbyder alsidighed og omkostningseffektivitet sammenlignet med traditionelle paneler. Dr. Olga Malinkiewicz, en polsk fysiker, har stået i spidsen for fremskridt inden for perovskitteknologi, hvilket muliggør udskrivning af gennemsigtige folier med solceller. Den tilpasningsdygtige karakter af perovskitter giver mulighed for tilpasning i størrelse og montering, med produktionsomkostninger væsentligt lavere end traditionelle paneler. Saule Technologies har under Dr. Malinkiewicz's ledelse etableret den første perovskit-baserede panelfabrik i Wrocław, der viser mineralets potentiale for udbredt brug. Perovskite-celler, lette og fleksible, kan påføres forskellige overflader, herunder biltage og smartphone-kabinetter, mens deres evne til at generere energi fra kunstigt lys øger deres tiltrækningskraft. Produktionsprocessen, der involverer kemisk syntese og specialiserede printere, holder ikke kun omkostningerne lave, men er også i overensstemmelse med miljøvenlig praksis. Efterhånden som optimeringsindsatsen fortsætter, bliver kommercialiseringen af perovskitceller på globalt plan stadig mere gennemførlig, hvilket lover en lys fremtid for vedvarende energi.

Kilde: <https://www.rachuneo.pl/artykuly/perowskity-kolejna-rewolucja-w-swiecie-energetyki>

Bæredygtighedsidéer

Saule Technologies består af talentfulde, drevne og samarbejdsvillige fagfolk fra forskellige dele af verden og søger personer, der bringer intelligens og en parathed til at trives i et inspirerende og dynamisk arbejdsmiljø. Saule Technologies-teamet opererer inden for et af Europas mest avancerede optoelektroniklaboratorier i smukke Wrocław og er dedikeret til banebrydende arbejde. Derudover opretholdes et forretningskontor i Polens hovedstad - Warszawa.

Kilde: <https://sauletech.com/>

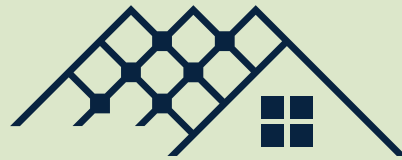
Behov for forbedring

Nylige fremskridt inden for perovskitceller viser løfte om effektivitet og tiltrækker øget finansiering og interesse fra videnskabsmænd og nystartede virksomheder som Microquanta Semiconductor, Oxford PV og Saule Technologies. Mens perovskiter tilbyder omkostningseffektiv konvertering af solenergi, fortsætter udfordringer som skrøbelighed og holdbarhed, selvom nyere undersøgelser sigter mod at løse disse problemer. At omsætte laboratoriesucces til praktiske anvendelser er fortsat udfordrende, især hvad angår levetid og effektivitet under virkelige forhold. Opskalering af produktionen og skabelse af større celler til solpaneler udgør yderligere forhindringer, hvilket understreger den igangværende udforskning og forfining, der er nødvendig for udbredt anvendelse af perovskite-teknologi.

Kilde:

<https://forsal.pl/biznes/energetyka/artykuly/8421509,perowskity-panele-sloneczne.html>

15. SAULE TEKNOLOGIER



Refleksioner

Olga Malinkiewicz modtog topprisen i den prestigefyldte videnskabelige konkurrence Photonics21 den 28. marts 2014 for sin udvikling af lavtemperaturteknologi til fremstilling af fleksible fotovoltaiske celler baseret på perovskiter. Prisen blev overrakt af Neelie Kroes, næstformand for Europa-Kommissionen.

I marts 2015 blev Saule Technologies kåret som "Årets Startup 2014." Denne anerkendelse er en del af den årlige Startup of the Year-konkurrence, der afholdes under Business Mixer-arrangementet, et tilbagevendende initiativ arrangeret af Business Link.

I 2015 blev Olga Malinkiewicz den første polske kvinde, der blev hædret med titlen "Årets Innovator" i konkurrencen "Innovators Under 35" arrangeret af "MIT Technology Review" - det ældste magasin dedikeret til teknologi, udgivet af Massachusetts Tekniske Institut.

Den 11. november 2016 tildelte præsident Andrzej Duda Olga Malinkiewicz Ridderkorset af Polonia Restituta-ordenen "for fremragende bidrag til udviklingen af polsk videnskab". I marts 2020 blev Olga Malinkiewicz anerkendt af American Chemical Society magazine som en af de vigtigste kvinder i den moderne teknologis verden. I 2021 blev hun hædret med Planet Lem Award inden for teknologi for sin opfindelse og kommercialisering af printede perovskit-baserede solceller

Kilde:https://pl.wikipedia.org/wiki/Olga_Malinkiewicz

Råd

Omfavn innovative løsninger i din virksomhed for at være foran på det konkurrenceprægede marked. Ved at udføre forsøg med sådanne revolutionerende teknologier kan du låse op for nye muligheder for dynamisk prisstyring og implementering af salgsfremmende indhold i dine detailforretninger. Samarbejdstest med teknologiudbydere kan bane vejen for problemfri integration og implementering af innovative løsninger som PESL-etiketter, der udnytter energi fra både naturlige og kunstige lyskilder. Dette øger ikke kun effektiviteten af dine operationer, men fremmer også bæredygtighed ved at bruge holdbare og bæredygtige løsninger over mange år.

16. VENTIDO



Lever materialer og enheder af topkvalitet omgående, hvilket forbedrer luftkvaliteten for globale beboere inden for ventilations-, rekreations- og klimaanlægsprojekter



TYPE: FREMSTILLING OG DISTRIBUTION

Om

VENTIDO blev grundlagt i 2020 og har rod i en rig historie på mere end 10 år, der opererer i ventilations- og rekreationssektoren. Denne omfattende erfaring tjener som grundlag for virksomhedens engagement i kundetilfredshed. Året 2020 markerer en væsentlig milepæl i VENTIDO's rejse, der formaliserer dets dedikation til at levere skræddersyede løsninger til kunders ventilations-, rekreations- og klimaanlægsprojekter. Teamet, drevet af mottoet "tillid til erfaring," sigter mod at omdefinere servicekvalitet og tilgang i samarbejde med alle interessenter, især bevidste kunder, der søger pålidelige løsninger på markedet. VENTIDO er et dynamisk team af unge fagfolk, der har specialiseret sig i distribution og udforskning af innovative løsninger inden for HVAC (Opvarmning, Ventilation, Air Conditioning) industrien. VENTIDO trækker på mere end ti års erfaring i ventilations- og rekreationssektoren, hvilket sikrer en dyb forståelse af nøglefaktorer for kundetilfredshed. Teamets ekspertise, kombineret med uddannelse og praktisk knowhow, positionerer VENTIDO unikt til at forstå og håndtere de udfordringer, som dets kunder står over for på daglig basis. Den primære mission er at levere materialer og enheder af topkvalitet hurtigt, hvilket forbedrer luftkvaliteten for globale beboere inden for ventilations-, rekreations- og klimaanlægsprojekter.

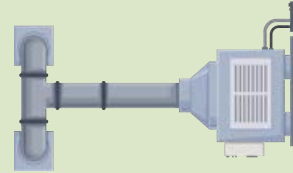
Bæredygtighedspåvirkning

Uanset branche bør enhver virksomhed være opmærksom på dimensionerne af bæredygtig udvikling, den kan fokusere på. At sætte mål orienteret mod bæredygtig udvikling er afgørende for virksomheder. Det påvirker virksomhedens image positivt, stemmer overens med en vision om en bæredygtig verden og udmønter sig i økonomiske resultater og positiv kundefeedback. At balancere sociale og økonomiske mål hænger sammen, hvor sociale målsætninger bidrager væsentligt til virksomhedens økonomiske mål. I vores virksomhed sætter og forfiner vi løbende mål og sikrer, at selv de mindste handlinger bidrager positivt til bæredygtig udvikling.

Bæredygtigt Udvikling

Kunder anerkender i stigende grad fordelene ved vedvarende energianvendelser, såsom genvinding, hvilket gør dem i stand til at reducere det daglige energiforbrug. Dette sparer ikke kun energi og øger komforten, men påvirker også det naturlige miljø positivt. Bæredygtig udvikling påvirker vores forretning markant, da øget kundebevidsthed fører til en større anvendelse af vores løsninger. Dette er afgørende for os, fordi kunderne bevidst vælger vores tilbud, i overensstemmelse med miljøhensyn. Vi arbejder konsekvent på nye bæredygtige udviklingsløsninger for at sikre kundetilfredshed, bidrage til industriens omdømme og øge bevidstheden.

16. VENTIDO



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 3. Godt helbred og velvære: VENTIDO forbedrer indendørs luftkvalitet gennem luftfiltrering og termisk behandling, hvilket bidrager til forbedret velvære.

Mål 4. Kvalitetsuddannelse: Virksomheden samarbejder med videregående uddannelsesinstitutioner for at øge bevidstheden blandt unge og implementere nye løsninger til bæredygtig udvikling.

Mål 7: Overkommelig og ren energi: VENTIDO anvender genvindingssystemer til at genvinde op til 90 % af den energi, der bruges til opvarmning, hvilket sikrer overkommelighed og bæredygtighed.

Mål 9: Industri, innovation og infrastruktur: Virksomheden ændrer løbende sit produktsortiment for at imødekomme markedets krav, hvilket fremmer bæredygtig industrialisering.

Mål 11. Bæredygtige byer og samfund: VENTIDO sælger innovative HVAC-enheder, der støtter kunder i at skabe eksklusive, sikre, robuste og bæredygtige bymiljøer.

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion: Virksomheden uddanner kunder i brugen af genvinding til energibesparelse og fremmer ansvarligt forbrug.

Mål 13. Klimahandling: VENTIDO reducerer energiforbruget gennem genvinding, hvilket bidrager til lavere forurening og miljøforringelse.

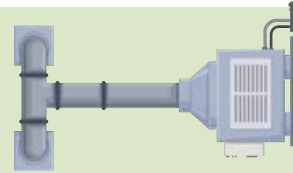
Mål 17. Partnerskaber for målene: VENTIDO samarbejder med ansvarlige partnere og industriledere for at styrke globale partnerskaber for bæredygtig udvikling.

Strategi & Mission

VENTIDO's mission er at levere materialer af høj kvalitet og HVAC-enheder til ventilation, rekreation og aircondition, med det formål at forbedre den globale luftkvalitet for alle indbyggere på planeten. Virksomheden forestiller sig en verden, hvor dens løsninger bidrager til et sundere miljø og forbedret velvære.

Bæredygtighedsstrategi: VENTIDO's strategi prioriterer bæredygtig udvikling ved at reducere energiforbruget og uddanne kunderne om vigtigheden af ren energiforbrug. Virksomheden ændrer løbende sit produktsortiment for at tilpasse sig markedets krav, med vægt på ansvarligt forbrug og produktion. Gennem samarbejder med ansvarlige partnere sigter VENTIDO mod at styrke globale partnerskaber for bæredygtig udvikling, hvilket bidrager til en robust og miljøvenlig fremtid.

16. VENTIDO



Innovative tilgange

&Udfordringer

VENTIDO har anerkendt den voksende betydning af bæredygtig udvikling i forretningsverdenen og integrerer den strategisk i sine operationer for at opnå en konkurrencefordel og styrke sit image. Kontinuerlig markedsanalyse og teknologisk innovation afstemt med bæredygtighed prioriteres for at fastholde dette fokus. Kundernes bevidsthed om anvendelser af vedvarende energi, såsom genvinding, viser VENTIDO's forpligtelse til bæredygtighed, hvilket resulterer i øget kundeengagement. Virksomhedens dedikation til at overskride markedsstandarder er tydelig gennem strenge kvalitetskontrolforanstaltninger og løbende bestræbelser på at forbedre medarbejdernes kompetencer og optimere logistikken i forsyningskæden. VENTIDO introducerer konsekvent nye løsninger til bæredygtig udvikling årligt, hvilket afspejler deres forpligtelse til bæredygtig vækst og kundebevidsthed.

Effektevaluering

VENTIDO's forpligtelse til bæredygtig praksis har givet væsentlige positive virkninger på tværs af forskellige dimensioner, herunder virksomheden, interessenter og miljøet. Virksomhedens bestræbelser har været medvirkende til kvantificerbare resultater, der understreger dets dedikation til bæredygtighed.

1. Reduceret kulstoffodaftryk:

Gennem implementeringen af energieffektive teknologier som genvinding har VENTIDO reduceret sit CO₂-fodaftryk markant. Indarbejdelsen af sådan praksis har ført til et målbart fald i energiforbruget, hvilket bidrager til et mere miljøvenligt operationelt fodaftryk.

2. Øget medarbejdertilfredshed:

Vægten på medarbejdernes kompetencer, faglig udvikling og en kultur, der værdsætter bæredygtighed, har resulteret i øget medarbejdertilfredshed. Arbejdsstyrken er engageret i initiativer, der stemmer overens med deres værdier og fremmer et positivt arbejdsmiljø.

3. Forbedrede fællesskabsrelationer:

VENTIDOs opsøgende indsats, herunder uddannelsessamarbejde med universiteter og oplysningskampagner, har haft en positiv indflydelse på samfundsrelationerne. Ved at dele viden om bæredygtige løsninger er virksomheden blevet en proaktiv bidragsyder til samfundets velvære.

4. Forbedret kundeengagement:

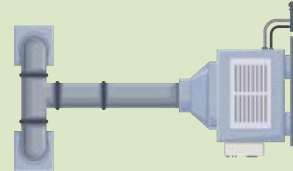
Bæredygtig praksis har givet positive genklang hos kunderne, hvilket har ført til øget engagement. Den tilfredshed, der er opnået ved bevidst at vælge miljøvenlige produkter og løsninger, har styrket virksomhedens omdømme og kundeloyalitet.

5. Anerkendelse af innovation:

VENTIDOs konsekvente introduktion af bæredygtige innovationer, herunder optimering af projekter, viser dets engagement i at forblive på forkant med bæredygtig udvikling. Denne anerkendelse øger virksomhedens konkurrencefordel.

Sammenfattende har VENTIDOs bæredygtige praksis ikke kun bidraget til positive miljømæssige resultater, men har også styrket dets relationer til medarbejdere, kunder og samfundet. Disse bestræbelser afspejler en holistisk tilgang, der viser, at bæredygtighed ikke blot er et etos, men et kvantificerbart og integreret aspekt af virksomhedens samlede succes.

16. VENTIDO



Motivering

At motivere os selv og teamet til at tilpasse os SDG-målene er forankret i VENTIDOs kerneværdier. Regelmæssige træningssessioner, der understreger betydningen af bæredygtig praksis, fremmer et fælles engagement. Anerkendelsesprogrammer fejrer resultater og skaber et positivt miljø. Ledelsen tilskynder til en følelse af formål og fremhæver den indflydelse, hvert teammedlem har på at opnå SDG-milepæle. Denne kollektive motivation styrker forståelsen af, at bæredygtige handlinger er en integreret del af virksomhedens succes og det globale samfunds velfærd.

Bæredygtighedsidéer

VENTIDO henter inspiration til bæredygtige løsninger fra forskellige kilder. Aktiv deltagelse i brancheworkshops og konkurrencer giver eksponering for banebrydende ideer. Kontinuerlig overvågning af politikker og regler sikrer overensstemmelse med de nyeste standarder. Samarbejde med akademiske institutioner og forskningspartnerskaber bidrager til en dynamisk idéproces. Kundefeedback er også en værdifuld kilde, der afspejler skiftende forventninger. Denne mangesidede tilgang sikrer et velafrundet perspektiv, der beriger virksomhedens repertoire af bæredygtige løsninger.

Behov for forbedring

Mens VENTIDO har gjort betydelige fremskridt inden for bæredygtighed, fortsætter udfordringerne. Forsyningskæden, et indviklet aspekt af virksomheden, kræver yderligere optimering for at øge bæredygtigheden. Implementeringen af visse bæredygtige praksisser møder modstand i traditionelle markedssegmenter. Derudover udgør det løbende udfordringer at navigere i komplekse regulatoriske landskaber. VENTIDO er fortsat forpligtet til at overvinde disse forhindringer og ser dem som muligheder for innovation og kontinuerlig forbedring i stræben efter omfattende bæredygtighed på tværs af alle facetter af virksomhedens drift.

Refleksioner

VENTIDOs bæredygtighedsrejse har afsløret dybtgående erfaringer. Samarbejde, tilpasningsevne og integration på tværs af afdelinger opstod som nøglesøjler. Erfaringen fremhævede, at bæredygtighed ikke er en destination, men en løbende udvikling. Vores engagement i miljøbevidsthed har omformet organisationskulturen og indført en proaktiv bæredygtighedstankegang i enhver beslutning. Udfordringer var muligheder for innovation, hvilket forstærkede, at bæredygtig praksis øger modstandskraften. Rejsen bekræftede, at ægte bæredygtighed kræver proaktivt engagement og konstant læring af erfaringer.

Råd

For håbefulde iværksættere afspejler vores indsigt essensen af vores bæredygtighedsrejse. Passion er drivkraften, men samarbejde er acceleratoren. Agilitet og kontinuerlig læring sikrer relevans, især i et dynamisk landskab. Bæredygtig praksis bør overskride tendenser og blive rodfæstet i den organisatoriske struktur. Partnerskaber er uvurderlige; de forstærker virkningen. At omfavne udfordringer som trædesten til innovation og holde sig orienteret om globale tendenser er afgørende. Når du begiver dig ud på denne transformative rejse, så husk: Små skridt bidrager væsentligt, og bæredygtighed er en investering, der giver varigt afkast.

Den centrale rolle, som kontinuerlig markedsobservation spiller i raffineringen af bæredygtige strategier, bør understreges. Omfavn bæredygtighed som en konkurrencefordel, ikke kun en overholdelsesnødvendighed. Frygt ikke, for selv beskedne bæredygtige løsninger omsættes til virkningsfulde investeringer for din virksomhed og miljøet.

17. DABLEDOO



Dabledoo er en uafhængig irsk virksomhed dedikeret til at give grundskoler ressourcer, træning og støtte til at levere undervisningsplanerne for musik, billedkunst og drama.

TYPE: UDDANNELSE OG SOCIALTJENESTER

Om

Dabledoo-teamet mener, at kunstundervisning er en af de mest meningsfulde og tilgængelige veje for børn til at forbinde med forskellige kulturer, fremme selvværd, empati, venlighed og tolerance. De er forpligtet til at udvide deres organisation og produktudbud på en måde, der prioriterer mangfoldighed, inklusion og lighed. Dabledoo Music gør det nemt for skoler at dække alle områder af grundskolens musikpensum på en sjov og tilgængelig måde for både lærere og elever. Systemet tilskynder til kreativitet, fantasi og opbygger tillid blandt lærere og børn, hvilket gør dem i stand til at realisere deres musikalske potentiale.

Bæredygtigt Udvikling

Problem: Kunsten er særlig kraftfuld og transformerende, når den opleves som barn. Selvom kunstundervisning er anerkendt i en national politik som værende "fundamental for en uddannelse, der stræber efter at nære og støtte udviklingen af hele mennesket", står mange børn i Irland over for barrierer i at opleve musik, dans, drama og billedkunst. I skolerne er disse fag traditionelt blevet set som mindre vigtige eller mindre nyttige end kernefag i matematik, naturvidenskab og sprog.

Oven i dette er, at folkeskolelærere ofte ikke føler sig trygge eller trygge ved at levere musik- og kunstundervisning. Da de ofte er under pres for at levere alle andre fag, betyder denne mangel på selvtillid, at kunsten kan glide ned på prioriteringslisten.

Børn, der ikke har midlerne eller familiens støtte til at deltage i kunsten uden for skolen, står over for yderligere forhindringer. Børn fra ugunstigt stillede områder, børn med yderligere læringsbehov og børn med minoritetsbaggrund har alle problemer med at få adgang til kunst- og kunstundervisning.

Løsning: Dabledoo er en uafhængig irsk virksomhed dedikeret til at give grundskoler ressourcer, træning og støtte til at levere højkvalitets og tilgængelig kunst- og musikundervisning. De er et hold af undervisere, kunstnere, musikere og designere med en passion for kunstundervisning og dens potentiale til at berige børns liv.

Holdet har også bygget en tilgængelig online platform, der giver alle børn i Irland en kunstundervisning af høj kvalitet hver uge, som passer lige ind i det nationale læseplan.

Virkning: I januar 2023 havde dabledoo mere end 7.200 aktive lærere på platformen og nåede op mod 1.200 skoler og 182.000 børn.

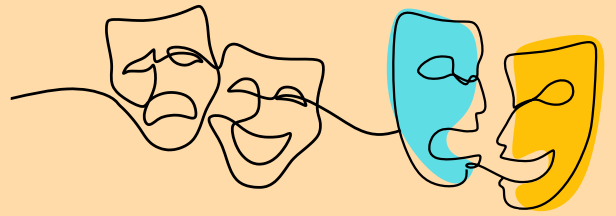
Dabledoo har trin for trin ugentlige lektioner, som passer perfekt ind i folkeskolens kunstpensum og planlægger indhold for at gøre det nemmere end nogensinde før for lærere uden kunst- eller musikbaggrund at undervise i disse fag på en sjov og effektiv måde.

Bæredygtighedspåvirkning

Udvikle drama- og billedkunstprogrammer, som kan tilgås af grundskoler over hele Irland.



17. DABBLEDOO



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 4. Kvalitetsuddannelse:

Kerneaktivitet: At støtte irske grundskoler med musik, drama, kunst gennem udvikling af klasseværelsesressourcer, som gør undervisningen sjov og tilgængelig for lærere og børn.

Indvirkning: Retfærdig og lige adgang til musik, drama og kunstundervisning i lokalsamfund i hele Irland.

Nøgletekarakteristika: Tilskynder til kreativitet og fantasi og opbygger tillid blandt lærere og børn til at opfylde deres musikalske potentiale.

Bidragydere: Pædagoger | Forældre | Børn | Fundere.

Mål 17. Partnerskaber for målene:

Kerneaktivitet: Dabledoo Music gør det nemt for skoler at dække alle områder af grundskolens musikpensum på en sjov og tilgængelig måde for både lærere og elever.

Indvirkning: Adgang for alle børn i hele Irland til musik, drama og kunstundervisning.

Nøgletekarakteristika: Samarbejde om begivenheder uden for skoledagen som jul, Halloween og sommerlejr.

Bidragydere: Pædagoger | Forældre | Børn | Fællesskaber.

Strategi & Mission

Dabledoo-teamet mener, at kunst er blandt de mest meningsfulde og tilgængelige måder for børn at forholde sig til forskellige kulturer på.

Kunstundervisning hjælper børn med at vokse deres eget selvværd, mens de udvikler empati, venlighed og tolerance over for andre.

Motivering

Erkendelsen af, at ikke alle børn kunne få adgang til musik og kunst uden barrierer, var ofte relateret til deres egen socioøkonomiske situation.

Behov for forbedring

Den traditionelle undervisningsplan for grundskoleelever (alder 5 – 12 år) i Irland er ret snæver og traditionel og lærerpersonalet er ikke udstyret eller ressourcer til at bevæge sig uden for læseplanen.

Lærerne skal også uddannes i, hvad der er muligt, når man arbejder uden for pensum.

18. FRØ LÆRDE



Seed Scholars er et naturbaseret erfaringsbaseret øko-uddannelsesinitiativ, der søger at genrode unge mennesker og deres netværk i relationer af nysgerrighed og omsorg med udendørsmiljøet.

TYPE: UDDANNELSE OG SOCIALTJENESTER

Om

Seed Scholars søger at integrere tværfaglig, naturbaseret læring som en kunst og en videnskab. Gennem grøntarealkonsultationer i hjemmet, familieworkshops i weekenden, arrangementer, lærerkurser, efterskoleoplevelser og grundskolernes kerneprogram håber Seed Scholars' arbejde at sætte gang i og understøtte den igangværende naturforbindelse.

Seed Scholars arrangerer smagsværksteder for skole- eller samfundsmiljøer, der er interesserede i at få en fornemmelse af, hvordan Seed Scholars-programmering er. Disse workshops er beregnet til at introducere grupper til Seed Scholars-oplevelser for derefter at vurdere, om de gerne vil tilmelde sig et komplet sæt sessioner.

Seed Scholars samarbejder også med etos-tilpassede begivenheder, festivaler og konferencer fra sag til sag for at tilbyde virtuelle, personlige eller blandede foredrag, foredrag eller demonstrationer.

Bæredygtighedspåvirkning

Problem: Den voksende mangel på kvalitetstid brugt med naturlige landskaber har vist sig at have en negativ indflydelse på opmærksomhedsspænding, mental og fysisk sundhed.

Løsning: Kernen i virksomheden er ønsket om at hele denne kløft ved at tilbringe meningsfuld tid udenfor sammen og høre og dele de historier, der dukker op. Som et resultat af dette arbejder unge mennesker samtidig på at genoprette deres eget kollektive velvære.

Aktiviteterne spænder fra naturlege, sange og historiefortælling, til vild fouragering, dyrkning af en spiselig have og læring om klimabevidsthed.

Indvirkning: Gennem udendørs naturbaserede læringsprogrammer understøtter virksomheden holistisk velvære, da samfund passer på sig selv, hinanden og det land, hvor de bor.

Bæredygtigt Udvikling

Seed Scholars sigter mod at dyrke naturfærdigheder og bevidsthed, samarbejde og kreativitet samt en følelse af ærefrygt, der stammer fra engagement med årstidernes indbyrdes forbundne cyklusser.

Gennem faciliteret forankring i regelmæssig opmærksomhed på stedet og dets vidundere, tror virksomheden på, at deltagerne vil føle sig iboende tiltrukket og orienteret mod forvaltning, klimabegrænsning og social retfærdighed.



18. FRØ LÆRDE



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 11. Bæredygtige byer og samfund:

Kerneaktivitet: Græsrodsengagement og aktiviteter for unge

Indvirkning: Fair og lige adgang til naturen for børn i hele Irland

Nøglekarakteristika: Fremmer bæredygtigt engagement i naturen

Bidragydere: Studerende | Familier | Fællesskaber | Civilsamfund

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion:

Kerneaktivitet: Større bevidsthed og uddannelse = bedre, mere selektive valg

Indvirkning: Forbedrer bevidstheden om naturens betydning og den rolle, den skal spille for at bevare vores planets fremtid

Nøglekarakteristika: Fremmer ansvarligt forbrug og produktion Bidragydere:

Undervisere | Tjenesteudbydere | Købere | Medier | Fællesskaber

Mål 17. Partnerskaber for målene:

Kerneaktivitet: Støtte til at drive små og store initiativer, der giver unge mennesker mulighed for at engagere sig i

naturen Indvirkning: Fair og lige adgang til naturen for børn i hele Irland Nøglekarakteristika: Adgang til naturressourcer

Bidragydere: Pædagoger | Interessenter | Fællesskaber | Unge mennesker | Familier

Strategi & Mission

Seed Scholars-løsningen på Richard Louves beskrevne "naturunderskudsforstyrrelse" er ikke ny og ser på de lange traditioner fra forfædres måder at vide på for at omforme en flergrenet tilgang til det dybe og virkningsfulde arbejde med at genskabe naturen og nå unge mennesker og deres netværk i en række rum.

Effektevaluering

De har ingen viden om, hvordan de overvåger deres bæredygtige praksiss indvirkning. Men det er bestemt noget, de gerne vil kunne, det vil de gerne have værktøjer til at kunne.

Motivering

Motivation til at være på linje med SDGs er naturlig for dem. Det er det, de gerne vil gøre, og det, der gør dem glade. De ønsker ikke at skade miljøet, og de brænder for at lære andre at gøre det samme og opmuntre dem til at være en del af denne forandring. Bæredygtig praksis er en del af deres personlige kerneværdier.

19. OPRET DIN FORRETNING



Create Your Business er en dynamisk konsulent- og uddannelsesplatform dedikeret til at styrke unge iværksættere i at etablere og udvikle deres ventures.

TYPE: UDDANNELSE OG SOCIALTJENESTER

Om

Create Your Business, der opstod som et visionært projekt i 2016, blev realiseret i 2018 med udvidede tjenester og lanceringen af en online platform for videndeling. Udtænkt af vores grundlægger, som har finpudset ledelsesekspertise siden 2008, først inden for ledelse af intellektuel kapital og senere diversificering til strategisk udvikling og skabelse af forretningsmodeller. Det afgørende øjeblik for vores virksomhed opstod under den globale pandemi, hvilket udløste øget efterspørgsel efter vores tjenester, da virksomheder søgte støtte til at navigere i krisen. Denne udfordrende periode blev en definerende milepæl for Create Your Business, hvilket førte til hurtig tilpasning for at imødekomme skiftende iværksætterbehov. Gennem hele vores rejse, præget af kontinuerlig vækst og tilpasningsevne, forbliver vi standhaftige i vores forpligtelse til at styrke den næste generation af iværksættere. Vores dynamiske rådgivnings- og uddannelsesplatform guider håbefulde virksomhedsejere fra idé til drift og giver indsigt og værktøjer til succes. Med speciale i at skabe robuste forretningsmodeller, udtænke vækststrategier og lette startprocesser tilbyder vi også ekspertise inden for juridiske, skattemæssige og digitale markedsføringsområder. Vores dedikation ligger i at pleje innovative virksomheder og udstyre dem med viden og ressourcer til bæredygtig vækst.

Bæredygtighedspåvirkning

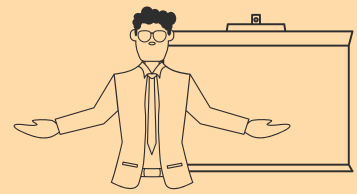
Bæredygtig udvikling er en integreret del af Create Your Business's etos, hvilket afspejler vores dedikation til ansvarligt iværksætteri. Vi anerkender den dybe indvirkning, virksomheder har på miljøet og samfundet. At omfavne bæredygtighed er ikke kun i overensstemmelse med vores værdier, men øger også vores troværdighed i at vejlede iværksættere mod etisk og miljøbevidst praksis. Som en virksomhed, der er dybt investeret i at fremme den næste generation af virksomheder, betragter vi bæredygtig udvikling som ikke blot et ansvar, men et strategisk krav for vedvarende succes i et hurtigt udviklende globalt landskab.

Bæredygtigt Udvikling

Create Your Business har gradvist integreret bæredygtighed i sin drift. Mens vi oprindeligt fokuserede på at støtte etableringen og væksten af virksomheder, tog vores forpligtelse til bæredygtighed momentum gennem årene. Vi har aktivt indarbejdet miljøvenlig praksis i vores daglige drift og rådgivet iværksættere om bæredygtige forretningsmodeller. Denne rejse har styrket vores forståelse af den afgørende rolle, bæredygtighed spiller for at fremme langsigtet succes og robusthed



19. OPRET DIN FORRETNING



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Create Your Business er i overensstemmelse med flere bæredygtige udviklingsmål (SDG'er), der er skitseret i 2030-dagsordenen. Vi bidrager især til mål 4 (kvalitetsuddannelse) ved at fremme videnuudveksling gennem vores online platform. Mål 8 (Anstændigt arbejde og økonomisk vækst) løses ved at støtte iværksættere, skabe jobmuligheder og fremme bæredygtig forretningspraksis. Mål 9 (Industri, Innovation og Infrastruktur) fremmes ved at tilskynde til innovative løsninger til forretningsudvikling. Ydermere realiseres Mål 17 (Partnerships for the Goals) gennem samarbejder med bæredygtigt fokuserede enheder. Vores handlinger omfatter miljøhensyn, hvilket afspejler vores forpligtelse til at afbøde klimaændringer (mål 13) og fremme ansvarligt forbrug og produktion (mål 12).

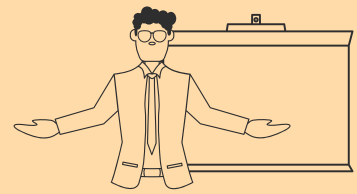
Strategi & Mission

Create Your Business forestiller sig en verden, hvor iværksætteri trives i harmoni med miljøet og samfundet. Vores mission er at styrke og vejlede håbefulde iværksættere mod bæredygtig forretningspraksis, fremme økonomisk vækst og samtidig minimere den økologiske påvirkning. Vores strategi involverer at integrere bæredygtighed i alle aspekter af vores drift, lige fra rådgivningstjenester til udviklingen af vores online vidensdelingsplatform. Vi stræber efter at gå foran med et godt eksempel, fremme etisk forretningsadfærd og inspirere et fællesskab af miljøbevidste og socialt ansvarlige iværksættere.

Innovative tilgange & Udfordringer

Med innovation inden for bæredygtig udvikling har Create Your Business implementeret forskellige initiativer. Vores online platform anvender banebrydende teknologi til at lette virtuelt samarbejde, hvilket reducerer behovet for omfattende rejser og sænker tilhørende kulstofemissioner. Vi har også indført mentorprogrammer, der specifikt fokuserer på bæredygtige forretningsmodeller, der sikrer, at vores iværksættere er velbevandret i miljøvenlig praksis. Derudover forbedrer vi løbende vores platforms funktioner for at levere ressourcer til de nyeste bæredygtige teknologier og strategier, hvilket skaber et konstant udviklende knudepunkt for miljøbevidste iværksættere.

19. OPRET DIN FORRETNING



Effektevaluering

Create Your Business har oplevet en dybtgående transformation gennem sit engagement i bæredygtig praksis, hvilket har genereret en positiv indvirkning på forskellige fronter. Vores faste dedikation til at reducere miljøpåvirkningen har ført til et væsentligt fald i vores CO2-fodaftryk, hvilket understreger effektiviteten af vores virtuelle operationer og en strategisk reduktion i rejserelaterede emissioner.

Internt har integrationen af bæredygtige værdier i vores organisationskultur resulteret i øget medarbejdertilfredshed. Teammedlemmer finder formål og motivation i at bidrage til en virksomhed, der prioriterer etisk forretningsadfærd og socialt ansvar. Dette positive arbejdsmiljø har udmøntet sig i øget produktivitet og en stærkere følelse af sammenhold blandt vores medarbejdere.

Eksternt har vores vægt på bæredygtige forretningsstrategier ikke kun forbedret vores omdømme, men har også styrket vores relationer til interessenter. Fællesskabets feedback indikerer en voksende påskønnelse af vores rolle i at fremme miljøbevidst iværksætteri. Denne forbedrede fællesskabsrelation har skabt en netværkseffekt, der tiltrækker flere iværksættere og samarbejdspartnere, som deler vores engagement i bæredygtig udvikling.

I bund og grund understreger vores rejse mod bæredygtighed sammenhængen mellem miljøforvaltning, interessenttilfredshed og forretningssucces. Det bekræfter vores tro på, at virksomheder kan trives, når de er på linje med principperne om bæredygtighed, og skaber et harmonisk økosystem, hvor økonomisk velstand går hånd i hånd med miljømæssig og social velfærd.

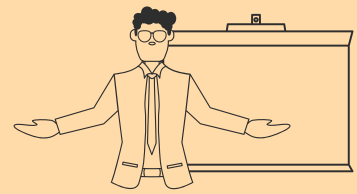
Motivering

At motivere os selv og vores team til at tilpasse os SDG-målene er forankret i en fælles følelse af formål og ansvar. Vi fremmer et arbejdsmiljø, der tilskynder til kontinuerlig læring om bæredygtig udvikling, og understreger den positive indvirkning, vores indsats kan have på verden. Regelmæssige teamdiskussioner og workshops holder teamet informeret og inspireret. At anerkende og fejre små sejre, uanset om det drejer sig om reduktion af spild eller vellykkede fællesskabsinitiativer, forstærker ideen om, at enhver indsats bidrager til en større, meningsfuld sag.

Bæredygtighedsideer

Vores bæredygtige løsninger henter inspiration fra en række forskellige kilder. Workshops og træningssessioner gør det muligt for vores team at holde sig ajour med den seneste bæredygtige praksis og innovationer. Konkurrencer og industripriser giver ikke kun anerkendelse, men giver også eksponering for banebrydende ideer inden for bæredygtighedsområdet. Derudover sikrer vi, at vores strategier forbliver kompatible og tilpasser sig det skiftende landskab af bæredygtig forretningspraksis, hvis vi holder et vågent øje med udviklingen af politikker og regler.

19. OPRET DIN FORRETNING



Behov for forbedring

I betragtning af vores serviceorienterede profil kan et nøgleområde for udvikling inden for bæredygtig praksis involvere at inkorporere mere detaljerede uddannelsesaspekter i vores træningsprogrammer relateret til bæredygtig forretning. Selvom vi måske ikke er direkte involveret i traditionelle forsyningskæder, kan bæredygtige ledelsesspørgsmål og miljøvenlige tilgange stadig implementeres i vores daglige drift.

En udfordring kan være at opretholde høje bæredygtighedsstandarder i vores træningsmaterialer og integrere bæredygtig praksis i vores daglige servicearbejde. Samtidig kan vi ved at øge bevidstheden blandt vores kunder om bæredygtig forretning fungere som en katalysator for positive forandringer i forskellige brancher

Derudover er det stadig en delikat udfordring at opretholde en balance mellem økonomisk levedygtighed og bæredygtig praksis. At finde denne balance kræver kontinuerlig innovation og samarbejde med interessenter for at overvinde forhindringer på vores rejse mod en mere bæredygtig fremtid.

Refleksioner

Vores bæredygtighedsrejse har været en dynamisk lærerig oplevelse. En afgørende lektie er evnen til tilpasningsevne. Bæredygtig praksis er under konstant udvikling, og vores evne til at tilpasse vores strategier i overensstemmelse hermed har været nøglen. Samarbejde er også opstået som en hjørnesteen; partnerskaber med ligesindede virksomheder og interessenter forstærker vores indflydelse. Rejsen har bekræftet, at bæredygtighed ikke er en destination, men en løbende forbedringsproces, der kræver løbende uddannelse, fleksibilitet og en forpligtelse til positiv forandring.

Råd

For unge iværksættere, der går i gang med deres forretningsprojekter, er integration af bæredygtighed fra starten ikke kun et valg, men et strategisk krav. Prioriter at forstå den bredere påvirkning af din virksomhed, og hvordan den kan bidrage positivt til samfundet og miljøet. Udnyt teknologi og innovation til at skabe løsninger, der stemmer overens med bæredygtighedsmålene. Søg mentorskab fra erfarne bæredygtighedsledere, omfavn feedback, og forbliv smidig med at tilpasse din forretningsmodel. Husk, at bæredygtig praksis ikke kun bidrager til en bedre verden, men forbedrer også din virksomheds modstandsdygtighed og levetid på et stadig mere bevidst marked.

20. SHAMROCK SQUAD CLG



Shamrock Squad er et fællesskab af ekstra behov, familier og personer med handicap på missionen om at gøre udendørs tilgængelig for alle behov

TYPE: UDDANNELSE OG SOCIALTJENESTER

Om

Shamrock Squad er et fællesskab af familier med ekstra behov og personer med handicap på missionen om at gøre udendørs tilgængelig for alle behov.

Shamrock Squad startede som en blog i slutningen af 2021 for at fremhæve detaljerne om vandrestier, parker og skove. Disse detaljer vil omfatte handicaporienteret infrastruktur, triggere og layout for at fremme inkluderende og tilgængelige udendørsrum. Vi voksede til en stor frivillig gruppe i det følgende år. Efterspørgslen efter de inkluderende begivenheder og gåture nåede ud over gruppens kapacitet i begyndelsen af 2023. Et selskab med begrænset garanti (CLG) blev etableret i slutningen af 2023 for bedre at kunne tjene formålet og efterspørgslen.

Shamrock Squad-teamet er mangfoldigt og vidende inden for handicapinkludering. De tilbyder konsultationer til tjenesteudbydere samt rådgivning til turismeoperatører. Vores medlemmer føler sig sikre på, at deres yderligere behov vil blive opfyldt under arrangementerne, toppet med træning og støtte til hele familien.

Vores primære mission er at gøre udendørs tilgængelig for familier og personer med handicap med yderligere behov.

Bæredygtighedspåvirkning

Som medlem af Leave No Trace følger vi 7 principper. Vi bestræber os på at fremme miljøbevidstheden ved at plukke affald, affaldshåndtering og uddannelse. Under vores gåture benytter familien sig af peer-støtte og råd fra personale/frivillige om støtteorganisationer for at imødekomme deres behov. Vores medlemmer nævner ofte isolation og ensomhed som deres primære kamp. Shamrock Squad-begivenheder er altid på forhånd planlagt i detaljer, så deltagere med forskellig baggrund kan deltage.

Bæredygtigt Udvikling

Udfordring: Shamrock Squad dækker en mangfoldig vinkel af bæredygtig udvikling. Det økonomiske aspekt bremser missionen på dette tidspunkt. Vi er begrænset til, hvad der kan opnås og ændres til steder for at levere informativt materiale til vores medlemmer og offentligheden generelt. Lokationschefer og serviceudbydere udforsker bæredygtig udvikling. De er åbne over for ideen om inklusivitet og tilgængelighed, men de er ikke klar til at fortsætte med det lige nu. Stederne er for det meste landlige og kan ikke nås med offentlig transport.

Løsning: Vores platform (under udvikling) vil give yderligere data om inkluderende lokationer. Holdet har opdateret deres viden om turisme samt social og effektmåling for at understøtte iscenesatte rapporter til operatører. Vi har vurderet, at udvikling af Shamrock Squad-stier og -center kunne skubbe andre tjenesteudbydere til at handle med eksempler. At have mulighed for transport/bus ville lette udgifterne for familier og sænke vores CO2-fodaftryk.

Indvirkning: Skift den nuværende tankegang, så inkluderende adgang til udendørsaktiviteter er standard for alle udendørsaktiviteter.



20. SHAMROCK SQUAD CLG



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 3. Godt helbred og velvære: Shamrock Squad tilbyder fysisk (gå) og mental sundhed (peer-støtte, workshops, træning) støtte under vores gåture og arrangementer.

Mål 4. Kvalitetsuddannelse: Vi underviser familier i miljøbevidsthed, samarbejder med støtteorganisationer for at tilbyde workshops og træning.

Mål 5. Ligestilling: De fleste familieplejere er kvinder, der har passet deres barn med yderligere behov på længere sigt. Vi giver råd om, hvordan de overfører deres færdigheder som plejer for at opnå kvalifikation inden for plejeområdet som SNA eller HCA.

Mål 8. Anstændigt arbejde og økonomisk vækst: Vi fremmer Employ - Ability-programmet for vores unge voksne, hjælper plejere på vej til professionel vækst. Shamrock Squads personale og frivillige er fyldt 90 % af langtidsplejere og personer med handicap.

Mål 9. Industri, innovation og infrastruktur: Shamrock Squad tilbyder rådgivning til tjenesteudbydere om at nå deres bæredygtige mål med hensyn til inklusivitet.

Mål 10. Reducerede uligheder: Shamrock Squads primære mission er at reducere uligheder med hensyn til den enkleste af aktiviteterne - at gå. At fremme tilgængeligheden til uderum for alle evner.

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion: Vi uddanner familier om madspild, færdigpakke madpakker til aktiviteter på farten.

Mål 13. Klimahandling: Shamrock Squad er en miljøbevidst gruppe, vi plukker affald under vores gåture, følger efterlad ingen spor-principper og arbejder på at reducere CO2-fodaftrykket.

Mål 17. Partnerskaber for målene: Vi samarbejder med serviceudbydere, støtteorganisationer og turismeoperatører for at arbejde på og fremme bæredygtig udvikling.

Strategi & Mission

Shamrock Squad er på missionen om at gøre udendørs tilgængelig for alle evner.

Vi kan opnå dette ved strategisk at planlægge og udvikle vores baseplacering, så modtagerne kan deltage i sikre aktiviteter udendørs. Vores platform vil fremhæve detaljerede oplysninger om andre steder, hvilket gør det lettere for medlemmer at deltage i forskellige aktiviteter og steder. Shamrock Squad-teamet vil levere en endelig og trinvis rapport til tjenesteudbydere for at fremme deres bæredygtige udvikling, hvilket tillader højere inklusivitet og tilgængelighed.

20. SHAMROCK SQUAD CLG



Motivering

Bæredygtige udviklingsmål spiller en stor rolle i vores mission. Shamrock Squad-teamet opdaterer konstant deres færdigheder og deltager i forskellige træninger for at hjælpe missionsvæksten. At være vidne til ændringen på et sted efter vores konsultation eller fremskridt, vores medlemmer gør fra isolation til venskaber, driver vores beslutsomhed.

Behov for forbedring

Vi ser forbedringer med hensyn til at følge og nå vores SDG'er. Desværre, da nogle af vores mål kolliderer og afhængigt af, at andre virksomheder ændrer deres tankegang og infrastruktur, går fremskridtene langsomt. Derfor er vi nødt til at opskalere og opkvalificere vores arbejde og kompetencer til at samarbejde oftere. Shamrock Squad bør koncentrere sig mere om at reducere vores CO2-fodaftryk som et kollektiv, der involverer modtagerne. Med hensyn til sociale mål er vi underbemandede. Efterspørgslen efter tilgængelige uderum er enorm, udbuddet er stadig mindre end 1 tilgængelig offentlig sti pr. amt. Mange aspekter skal ændres, især den kollektive tankegang om inklusivitet.

Råd

Som en non-profit organisation med fokus på social påvirkning, har Shamrock Squads rejse lært os uvurderlige lektioner. At forstå dit formål inden for SDG'er vil guide dine handlinger og tiltrække tilhængere, der deler din vision for en mere inkluderende verden. Bæredygtighed er ikke kun et mål; det er indlejret i alt, hvad vi gør, og sikrer, at vores operationer tager hensyn til mennesker og planeten. Det rigtige hold er super vigtigt! Byg et mangfoldigt team, der giver dig mulighed for at trække på forskellige perspektiver og drive innovation. Effekt, alt udvikler sig omkring det – finansiering, tilskud, støtte – alt! Spor din indflydelse på en gennemsigtig måde holder dig ansvarlig og opbygger tillid til dit samfund. Forskning og opfølgning på politikker, der understøtter bæredygtighed.

Til sidst – forbliv tilpasningsdygtig, tal for forandring og prioriter langsigtet effekt (dette var den sværeste lektion at lære), og du vil gøre en positiv forskel for de kommende generationer!

Bæredygtighedsideer

Shamrock Squads bæredygtighedsideer er genereret af personlige erfaringer og medlemsfeedback. Vi undersøger konstant de bedste tilgange til at nå vores mission. For at støtte bæredygtig udvikling følger vores team nationale og EU-politikker og -regler. Vi samarbejder med alle involverede interessenter for at drive fremgangen og nå målene i fællesskab.

Refleksioner

Vores rejse fra en ydmyg blog til en blomstrende samfundsorganisation, dedikeret til at gøre udendørs tilgængelig for alle, afspejler en dybtgående udvikling i både formål og skala. De udfordringer, der står over for, især med hensyn til økonomiske begrænsninger og den langsomme indførelse af inkluderende praksis fra lokationsledere og tjenesteudbydere, understreger kompleksiteten af bæredygtig udvikling i den sociale servicesektor. Ved at omfavne innovation, samarbejde og kontinuerlig læring kan Shamrock Squad fortsætte med at gå forrest i at gøre udendørsaktiviteter virkelig tilgængelige for alle evner, hvilket efterlader en varig og transformativ indvirkning på både lokalsamfund og miljøer.

21. HOTEL LUISE



Hotel Luise (Die Luise) har været forpligtet til at rejse miljøvenligt siden slutningen af 1980'erne.

TYPE: GÆSTfrihed

Om

Hotel Luise, grundlagt af mine bedsteforældre i 1956 og opkaldt efter min oldemor, har en rig historie med innovation og bæredygtighed. I sine tidlige dage blev min bedstefars beslutning om at installere telefonforbindelser i alle rum betragtet som radikal, hvilket afspejlede hotellets fremsynede tilgang.

I 1980'erne havde mine forældre kæmpet for bæredygtighedsbestræbelser, opnået anerkendelser i marken og lagt grundlaget for hotellets fortsatte engagement i bæredygtighed. Da jeg overtog virksomheden i 2014 i en alder af 25 år, har jeg fokuseret på at videreudvikle vores bæredygtighedskoncept med særlig vægt på materialevidenskab og socialt engagement. Denne holistiske tilgang omfatter både tekniske løsninger og sociale overvejelser, hvilket afspejler vores vedvarende engagement i socialt ansvar. Beliggende i hjertet af Erlangen, har Hotel Luise for nylig flyttet sit fokus for at tage højde for byens besøgende af enhver art, fra forretningsrejsende til turister, idet de anerkender vores gæsters skiftende behov. Med 92 lokaler, funktionslokaler og succesfulde arrangementer, sikrer vores centrale beliggenhed og fremragende transportforbindelser problemfri adgang for gæster fra hele Tyskland, hvilket yderligere forbedrer vores appel som en destination for både fritids- og forretningsrejsende.

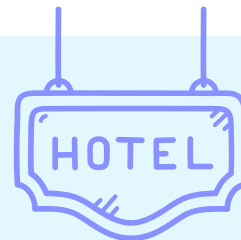
Bæredygtigt Udvikling

Sidste år udgav vi vores "Forandringens mur" og lancerede den på markedet. Dette opsummerer alle vores bæredygtighedsforanstaltninger. Grunden til dette er, at det er svært at sige, hvilke af vores tiltag der er de vigtigste. For nogle er det afgørende, at vi behandler fastansatte medarbejdere retfærdigt og har en glad arbejdsstyrke – hvilket jeg også vil betragte som en af de vigtigste tiltag. Andre er mere interesserede i bygningskallen. For eksempel renoverede vi en bygning fra 1970'erne til KfW 45-standarden, hvilket var et kæmpe projekt. Andre lægger stor vægt på dyrevelfærd, og det er et vigtigt aspekt for dem, at vi forkæler vores hunde- og kattegæster.

Alle har deres egne prioriteter, så jeg vil sige, at vores vigtigste bæredygtighedsprojekt var "Forandringens mur". Det gør os i stand til at kommunikere alle de problemer, vi har implementeret, gennemsigtigt, så andre kan efterligne dem. Samtidig kan vores gæster individuelt opdage, hvad der er særligt bæredygtigt, og hvad der er vigtigt for dem personligt.

Bæredygtighed er et begreb, der fortolkes individuelt af alle. Jeg kan godt lide at sammenligne det med en hammerhaj: alle har en lignende idé om, hvordan dette dyr ser ud, når det svømmer gennem havet. Vi kan alle visualisere dette billede. Men når det kommer til bæredygtighed, tænker alle på noget forskelligt. For eksempel tænker jeg på min mikroskop i hotellets have, mens du måske tænker på din bæredygtige vandflaske, der står ved siden af dig. Vi kan ikke engang blive enige om, hvad bæredygtighed betyder. Det er derfor svært at afgøre, hvad vores vigtigste projekt på dette område er.

21. HOTEL LUISE



Bæredygtighedspåvirkning

Bæredygtighed er et ekstremt vigtigt aspekt i vores virksomhed. Det er ikke kun økonomisk fordelagtigt for os, men giver også en afgørende markeds- og marketingfordel. Gennem vores mangeårige arbejde har vi naturligvis også opnået et vist ry i branchen i denne henseende. Men frem for alt mærker vi den positive effekt gennem vores loyale stamgæster. Vi forsøger ikke at påtvinge folk spørgsmålet om bæredygtighed, men de genkender fra kvaliteten af vores morgenmad, sengene, rumluften og mange andre små detaljer, som måske ikke umiddelbart fanger øjet, at vi simpelthen tilbyder mere substans her. Vores tiltag betyder, at vi generelt skal renovere sjældnere og opnå omkostnings- og energibesparelser på mange områder. Faktisk er der intet område, hvor bæredygtighed ikke gavner os.

Bæredygtighed er det vigtigste aspekt for os internt og er vores topprioritet. Men udadtil har vi fokus på kvalitet og komfort for at sikre, at vores gæster først og fremmest føler sig godt tilpas. Det betyder, at vi ikke vil erstatte senge med halmballer i bæredygtighedens navn, men derimod en klassisk boxmadras med en bæredygtig seng lavet af naturlige materialer, der giver samme eller endnu bedre komfort. Vi bestræber os på at tage højde for denne tilgang på alle områder: Bæredygtighed står højt på vores prioritet, men ikke på bekostning af gæsteoplevelsen.

Jeg har personligt en top-down tilgang til bæredygtighed. Jeg er stærkt engageret i det og igangsætter mange tiltag på dette område. Samtidig er det dog også vigtigt at give medarbejderne mulighed for at udvikle og bidrage med deres egne ideer. Alle, der arbejder for os og bliver i en vis periode, er uundgåeligt stærkt involveret i emnet og tager det også på sig uden for arbejdspladsen. Som et resultat kommer ideer fra forskellige retninger, og vi realiserer mange ting sammen. Fremdriften kommer både fra holdet og fra mig. Der er ingen specifik ansvarlig, men alle kan bidrage med deres ideer og være med til at realisere dem.

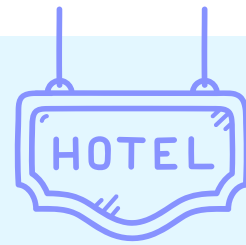
SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 1: Ingen fattigdom: For os repræsenterer dette SDG spørgsmålet om fastansatte medarbejdere, der bliver retfærdigt betalt. Det betyder også, at jeg i udfordrende tider for hotellet, som under Covid-pandemien og umiddelbart derefter, nogle gange arbejder på hotellet på frivillig basis og foretrækker at give indtægterne videre til personalet.

Det betyder også, at vi sørger for at købe fair trade-produkter i forsyningskæderne for at sikre, at vores handlinger ikke fremmer fattigdom andre steder i verden.

Vi samarbejder også med de sociale varehuse om at donere for eksempel kasserede madrasser eller møbler. Vi har et "at give væk" bord på hotellet, hvilket måske ikke er typisk for de fleste hoteller. Hver gæst kan tage noget med herfra, og vores medarbejdere lægger ting på det og tager også ting. At dele, give ting videre og give gaver til andre mennesker er vigtige aspekter for os.

21. HOTEL LUISE



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 2. Nul sult: Vi vejer løbende vores rester fra morgenbuffeten, altså alt hvad der skal bortskaffes som mad (vi tager ikke æggeskaller med, da de ikke gør den store forskel). Det er mindre end 5 gram per gæst, med et risikotillæg på 1,1 gram. Faktisk målte vi kun 3,9 gram, hvilket er så lavt, at vi endda er under bagatelgrænsen for vores sundhedsmyndighed og derfor ikke har brug for en madaffaldsspand. Dette er virkelig fantastisk, og det skyldes, at vi fylder vores buffetfade intelligently og er meget opmærksomme på, hvad vi tilbyder. Det, der bliver tilovers, fordeles først blandt medarbejderne. Hvis der er rundstykker tilovers, går de altid til vores medarbejdere for at tage med. På den måde opnår vi en effektiv fødevareudnyttelse. Samtidig er vi også certificeret økologiske, og selvom det ikke udelukkende er, bruger vi mange økologiske produkter. Vores koncept er baseret på, at den måde, vi producerer og indkøber vores produkter på, har en positiv indflydelse på arealanvendelsen og landbruget. Ved at reducere mængden af kød på buffeten og tilbyde veganske og vegetariske produkter er vi med til at reducere arealanvendelsen samlet set og dermed sikre bedre fødevarer sikkerhed for flere. For eksempel tilbyder vi ikke en typisk fuld kontinental engelsk morgenmad med 20 forskellige typer kød, men vælger i stedet et mindre kødfuldt udvalg for at gøre vores del.

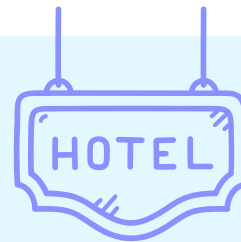
Mål 3. Godt helbred og velvære: Et punkt, som vi kunne udvikle yderligere. I en virksomhed af denne størrelse kan det ikke betale sig at tilbyde fx idrætskurser, da dette normalt kun ville deltage i to personer og derfor ikke har fået fat. Alligevel sørger vi for at tage små tiltag, som kan have stor betydning. Vi har fx ikke en fuldtidsrengører, da vi mener, at rengøring af lokaler 8 timer om dagen ikke er godt for dit helbred. Vi begrænser derfor arbejdstiden til 5 timer. Disse små tiltag kan dog have en positiv indvirkning på dem, der udfører disse opgaver. Mental sundhed er også en vigtig bekymring for os. Vi bestræber os på at være åbne og omsorgsfulde over for alle og give alle mulighed for at føle sig godt tilpas og trives. Jeg vil sige, at omkring 90 % af vores medarbejdere har en personlig tilknytning til virksomheden og føler, at deres arbejde er værdsat og meningsfuldt. Det booster det mentale velvære enormt, for det er vigtigt at mærke, at man yder en meningsfuld indsats.

Vi tilbyder også muligheder såsom jobcykelleasing for at tilskynde til motion. Vores wellness-område til gæster er også et tilbud designet til at forbedre deres velvære. Vi samarbejder med massører og massører, der bruger naturlige produkter for at sikre, at ingen skadelige stoffer som mikroplastik ender på kroppen eller i miljøet.

Overordnet vil jeg gerne videreudvikle disse aspekter ved at arrangere flere fælles aktiviteter såsom vandredage, hvilket vi gjorde i forfjor og blev rigtig godt modtaget. Disse små tiltag kan gøre en stor forskel.

Mål 5. Ligestilling: For os betyder køn ikke noget og burde ikke påvirke noget. Vi har mange enlige mødre, der arbejder for os, og vi tilbyder fleksible arbejdsmodeller, så det også er foreneligt med børnepasning. Der er ingen lønforskel mellem kønnene, og det burde være givet i alle brancher. Vi er i øjeblikket i gang med at kønsbestemme alt på vores hjemmeside og vores Wall of Change.

21. HOTEL LUISE



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 6 Rent vand og sanitet: Vi har forskellige tilgange til at bruge vand som en bæredygtig ressource. Vi bruger fx en regnvandscisterne til at skylle toiletterne ud og bestræber os på at udnytte det opsamlede regnvand bedst muligt, herunder til haven. Vores rengøringsmidler er udelukkende biologisk nedbrydelige, og vi bruger ingen kemiske produkter. Det gælder også vores have; vi bruger ingen sprøjtegifte og vedligeholder en ren naturhave for ikke at skade grundvandet.

Vi har også "astronautbrusere", som cirkulerer vandet i deres eget kredsløb og dermed reducerer vandforbruget med 80 til 90 % under brusebad. Dette er et innovativt produkt, der er udviklet i Sverige for NASA. Vi har reduceret vandgennemstrømningen i alle haner til under 3,8 liter i minuttet og tilpasset brusehovederne til under 8 eller 7 liter i minuttet. Vores fokus er stærkt på at reducere vores vandforbrug, og vi bestræber os på at bruge gråt vand effektivt.

Det tager vi også højde for i vores forsyningskæde. Vi sørger for eksempel for, at vores teams arbejdstøj er lavet af fair trade og økologisk bomuld og er produceret uden farvestoffer, der kan ende i spildevandet. Det samme gælder vores sengetøj, som vi arbejder med et vaskeri, der overholder strenge retningslinjer.

Mål 7 Overkommelig og ren energi: Det, vi har indset som en bæredygtig og energieffektiv virksomhed, er, at vi har været i stand til at opnå betydelige energibesparelser selv i år, hvor vi ikke har foretaget nogen større investeringer. Dette viser, at ændringer i adfærd og måden, vi håndterer problemet på, har en enorm indflydelse på energiforbruget. Selvfølgelig har vi et solcelleanlæg, der producerer omkring 20-25% af vores elektricitet. Vi vil gerne producere mere, men det er noget svært i byen. Men størstedelen af vores energibesparelser kommer fra adfændsændringer. For eksempel har vi reduceret vores udendørsbelysning radikalt og erkender, at der er mange områder, hvor vi bevidst kan undgå energiforbrug. Samtidig bruger vi kun energieffektive apparater, det være sig køleskabe, fryserne eller andre enheder.

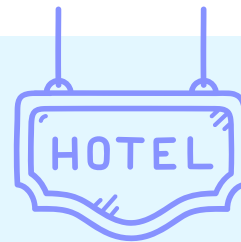
Siden sidste år er vi blevet EU Ecolabel-certificeret, hvilket kun få hoteller i Tyskland kan gøre krav på. Dette hænger stærkt sammen med energibesparelser og brugen af energieffektive apparater. Vi har analyseret alle elektriske apparater på vores hotel og dokumenteret energiforbruget.

Vi har også en ekstremt effektiv bygningsskal, som har gjort det muligt for os at reducere energi- eller varmeforbruget i en bygning med mindst 80 %. Vores bygningsteknologi er intelligent og digitaliseret med behovsbaseret styring og intelligente radiatortermostater i rummene.

Vi giver vores personale en intensiv oplæring i, hvordan man håndterer disse problemer, da små detaljer såsom optimal brug af støvsuger ved sengetøjsskift spiller en stor rolle.

Vores flåde består udelukkende af elbiler, og vi tilbyder el-ladestander og delebilsparkeringspladser.

21. HOTEL LUISE



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 8. Anstændigt arbejde og økonomisk vækst: Uanset jobbet eller den pågældende, er respektfuld behandling altafgørende. Dette bliver særligt tydeligt, når vi tænker på visse faggrupper, såsom pakkeudbydere eller leverandører, der ofte ikke behandles værdigt. Vi ser, hvordan vores leverandører stråler, når de kommer til os og først får en kop kaffe og har tid til en hurtig snak. Det kan virke trivielt, men det er vigtigt at mærke, at man bliver værdsat. Et simpelt eksempel er, at vores pakkeleverandører kan bruge vores toilet til enhver tid. Samtidig erkender vi, at økonomisk vækst spiller en stor rolle. For os betyder vækst på hotellet ikke at blive større eller at skabe større overskud. Vi vil derimod investere i og støtte erhvervslivet, håndværkerne og leverandørerne i regionen. Vi forhandler ikke om priser, men lægger vægt på god kvalitet og værdigt samarbejde. Det samme gælder for de produkter, vi bruger. Vi kan ikke kontrollere enhver producent direkte, men vi vælger bevidst materialer, der svarer til vores værdier. Gennem vores partnerskaber med producenter påvirker vi aktivt forsyningskæden ved specifikt at udvælge produkter, der opfylder vores bæredygtighedskriterier.

Mål 9: Industri, innovation og infrastruktur: Vi udviklede vores vugge-til-vugge-rum tilbage i 2016, hvilket betyder, at vi kun bruger materialer, der enten er 100 % biologisk nedbrydelige eller 100 % genanvendelige.

Vi er lige nu i gang med at udskifte vores borde i morgenmadslokalet. I stedet for at købe færdiglavede borde samarbejder vi med en producent, der laver borde af genbrugsplast fra tidligere køleskabe og fryserer. Vi modtager bordpladerne i deres rå tilstand og bearbejder dem selv til borde.

Mål 10: Reducer uligheder: Vi opretholder meget langsigtede leverandørpartnerskaber og har arbejdet med de fleste af dem i årtier. Dette er ekstremt vigtigt for os. Vi lægger stor vægt på fair omgang med alle, uanset om det er en pakkeudbringer eller en tekniker for høj kvalitetsteknologi - for os tæller alle det samme. Det gælder selvfølgelig også vores gæster, og det bakker vi fuldt op om.

Vi arbejder hårdt på at fjerne diskrimination i vores team. Dette inkluderer klassiske spørgsmål såsom upassende kommentarer om personlige forhold eller baggrund. Selv tilsyneladende tilfældige kommentarer kan være diskriminerende, så vi er meget opmærksomme på dette.

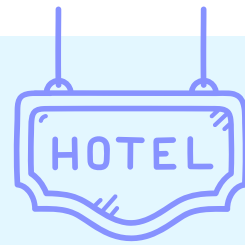
I de kommende måneder vil vi igen arrangere træningssessioner om emnet højreekstremisme og gøre det klart, at enhver form for diskrimination er uacceptabel. Vi tilbyder også løbende uddannelsesforløb og samarbejder med forskellige institutioner og organisationer for at tilbyde mennesker med særlige udfordringer muligheder for reintegration.

Vi tilbyder længerevarende praktikpladser til mennesker med handicap. I samarbejde med inklusionsorganisationer i regionen har vi indført en madautomat, der også kan bruges af eksempelvis kørestolsbrugere. Vi vil også gerne udvide vores barrierefrie lokaler yderligere i de kommende år.

Mål 11. Bæredygtige byer og samfund: Vi bestræber os på at deltage aktivt i lokale initiativer i vores by. Vi er for eksempel medlem af Byhavernes Forum og er involveret i forskellige udvalg. Repræsentanter fra byen har endda besøgt vores mikroskop for at se, om konceptet eventuelt kunne implementeres andre steder i byen.

Vi deltager aktivt i diskussioner og deler vores succesfulde modeller, især inden for smart city-bygninger, ved foredrag og andre arrangementer. Vi ser vores hotel som en lille legeplads for bæredygtige løsninger, som vi ønsker at implementere og præsentere. For os er bæredygtighed også tæt forbundet med digitalisering, og vi stræber efter at udvikle intelligente og behovsbaserede løsninger.

21. HOTEL LUISE



SDGs mål og strategi for bæredygtig udvikling

Mål 12. Ansvarligt forbrug og produktion: I vores lille butik sælger vi et udvalg af de produkter, som vi tilbyder vores gæster til morgenmad. Men udover muligheden for at købe disse produkter på stedet, ønsker vi også at inspirere vores gæster til at vælge det bedre alternativ i stedet for de konventionelle, ikke-bæredygtige produkter, næste gang de skal i supermarkedet.

Mål 13. Klimahandling: Vores ejendom spænder over næsten 3000 kvadratmeter, hvoraf halvdelen er dedikeret til grønne områder, hvilket giver os den prestigefyldte "Blühpakt Bayern"-pris. Vores have efterlades i sin naturlige tilstand, hvilket ikke er så let at realisere. Vi følger begreber som mikroskoven og undgår invasive plantearter. Vi analyserer også vores CO₂-fodaftryk og fortsætter med at udligne det. Selvom udligningsforanstaltninger ikke er det helt rigtige for os, implementerer vi dem stadig og overkompenserer endda. Rent matematisk er vi klimapositive. I vores kommunikation vil vi dog understrege, hvor meget vi sparer i stedet for at udligne resten. Isolering af vores bygning, forbedring af energieffektiviteten og undgåelse af giftige stoffer bidrager alt sammen til klimabeskyttelse. Ved valg og installation af klima anlæg sørger vi også for at bruge miljøvenlige gasser, der ikke kan forårsage skade.

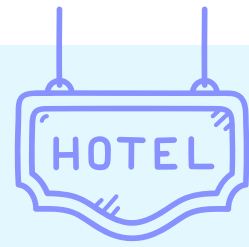
Vi opfordrer vores medarbejdere til at bruge offentlig transport eller cykle og tilbyder incitamenter til at gøre det. Vi fremmer også bæredygtige transportmuligheder, så vores gæster kan komme til os. Klimabeskyttelse er vores største bekymring, og vi gennemfører mange foranstaltninger på dette område.

Mål 14: Livet under vand: Vi har konsekvent elimineret engangsprodukter fra vores drift, med undtagelse af papkaffekopper til vores leverandører, som kan tage noget med på farten. Vores morgenbuffet byder nu kun på én røget laks, og vi forsøger altid at reducere vores fiskeforbrug. Hvis vi tilbyder fisk, går vi ind for bæredygtige muligheder og sigter mod at skifte til regionale ørreder. Vi lægger stor vægt på at reducere brugen af ressourcer og minimere vægten af gods, der skal transporteres over lange afstande. Det er acceptabelt lejlighedsvis at bestille små dele fra andre regioner, hvis der ikke er nogen alternativ mulighed. Vi forsøger dog at undgå at transportere store og tunge genstande over lange afstande, da skibsfarten belaster verdenshavene betydeligt. Vi sørger også for, at vi som virksomhed rejser mindre i bil, da de fleste mikroplastikudledninger kommer fra slid på bildæk.

Mål 15. Livet på land: Emnet økologi er særligt vigtigt for os. Vi lægger stor vægt på, hvor vores produkter kommer fra, og arbejder direkte med producenterne for at sikre, at vores varer lever op til den økologiske standard. Vi tager også hensyn til arealanvendelse og undgår virksomheder, der støtter skovrydning af regnskoven. Med hensyn til vores økonomiske forhold foretrækker vi at arbejde med banker og institutioner, der har en positiv indvirkning på miljøet og fremmer bæredygtig praksis. Et eksempel på dette er vores sidste større projekt, som vi realiserede i samarbejde med Umweltbank.

Vores pladsudnyttelse er ekstremt effektiv, især indendørs, og vi bestræber os på ikke at forsegle de udendørs arealer. Kun omkring 60 til 70 kvadratmeter af vores ejendom er tætnet, mens resten forbliver uforseglet, så vidt reglerne tillader det.

21. HOTEL LUISE



Strategi & Mission

Hotel Luise har været forpligtet til at rejse miljøvenligt siden slutningen af 1980'erne. At lede og organisere en virksomhed på en miljømæssig, social og fremtidsvenlig måde er vores topprioritet. Summen af vores handlinger som hotel skal bidrage til en forbedring af (omgivende) verden.

For os betyder en forbedring af verden at reducere social uretfærdighed, bruge og udnytte ressourcer på en cirkulær måde og være en aktiv deltager og støtter i den lokale og overregionale udvikling og fremme af FNs 17 bæredygtige udviklingsmål. Det fælles bedste er også et væsentligt element for os og afspejles og fremmes konstant på basis af SDG'erne. Vi ønsker at bruge vores rolle som pioner inden for bæredygtig turisme til at tilbyde vores gæster, kolleger og andre interessenter bæredygtige løsninger.

Vi har allerede implementeret over 230 bæredygtighedsforanstaltninger og vil gerne motivere og inspirere andre til at blive mere bæredygtige. På vores [Forandringens mur](#), kan du finde alle vores projekter [inklusive partnere](#), implementeringsperiode og relevante SDG'er (Sustainable Development Goals). Hotel Luisers strategi, som fokuserer på bæredygtighed, kan læses [her](#).

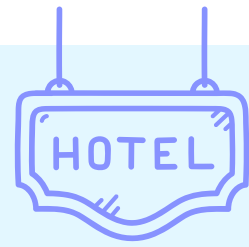
Innovative tilgange

&Udfordringer

Efter min mening var der ingen større vanskeligheder med hensyn til at tilpasse sig bæredygtighedsmålene. Den eneste udfordring var at matche de tiltag, vi gennemførte, til de tilsvarende mål. Der var mange problemer, vi tog fat på, og det var nogle gange svært at afgøre, hvilke SDG'er de bedst svarede til. At differentiere målene var derfor lidt af en udfordring, for i sidste ende var det vigtigt for os at implementere tiltagene uanset deres tildeling til SDG'erne.

For så vidt angår behovet for yderligere tilpasninger, er bæredygtighed en løbende proces. Du er aldrig rigtig færdig med det. Både i vores egen forretning og i vores samarbejde med mangeårige handelspartnere bestræber vi os konstant på at udvikle nye projekter og forbedre vores praksis. Det er dog en balancegang at afgøre, hvilke tiltag der er nødvendige og fornuftige. Meninger og synspunkter om dette emne kan variere, og der er ingen fast vej eller en løsning, der passer til alle. I sidste ende handler det om løbende at lære og udvikle sig for at yde et positivt bidrag til bæredygtighed.

21. HOTEL LUISE



Effektevaluering

Vi overvåger effekten af vores tiltag ved hjælp af forskellige indikatorer til at måle succesen af vores bæredygtighedsindsats. Et eksempel på dette er antallet af besøgende på vores "Wall of Change", som viser os, hvor godt vi er i stand til at sprede vores ideer, og hvordan de bliver modtaget af andre. Dette er særligt vigtigt for vores hovedmål inden for rammerne af SDG'erne og tjener ikke kun til markedsføringsformål, men frem for alt til at vurdere relevansen af vores initiativer.

Et andet område, som vi overvåger, er vores vandforbrug. Her ser vi på forskellige aspekter, såsom brugen af vand i haven og sammenligninger med det foregående år, samt effektiviteten af de tiltag, der er gennemført for at reducere vores vandforbrug. Vi analyserer også vores virksomheds CO2-fodaftryk ved for eksempel at undersøge, hvilke ruter vores medarbejdere tager for at komme på arbejde og registrere, hvilke transportmidler de bruger og hvor ofte.

Vi tilstræber også at optimere pladsudnyttelsen, for eksempel ved at evaluere brugshyppigheden af vores konferencelokaler og se efter måder at udnytte ledige lokaler fornuftigt.

Samlet set har vi en lang række nøgletal, som vi løbende registrerer og analyserer. Der er to medarbejdere, der er ansvarlige for at indsamle data som en del af overvågningsprocessen. Jeg sørger selv for at koordinere disse aktiviteter og har tæt kontakt med de berørte medarbejdere.

Motivering

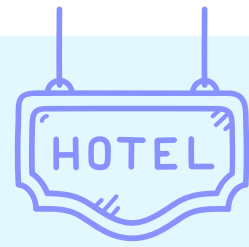
Hovedmotivationen for at drive en bæredygtig virksomhed er næsten lidt egoistisk. Vores nye slogan, som vi har haft siden sidste år, er "sov godt". Jeg vil gerne tilbyde denne følelse ikke kun til mine gæster, men også til mig selv. For mig betyder "at kunne sove godt" ikke bare, at sengen er behagelig og værelset behageligt, men at jeg kan falde i søvn med god samvittighed. Jeg ønsker ikke at skulle bebrejde mig selv for at have bidraget til at gøre verden en lille smule værre på en given dag. Realistisk set har hver af os mange dage, hvor vi utilsigtet påvirker verden, det være sig gennem ressourceforbrug eller uvidenhed om globale problemer.

Derfor er jeg ikke en stor fan af udtrykket "miljøvenlig", da de fleste produkter, der annonceres som miljøvenlige, blot er mindre skadelige for miljøet end andre. Min motivation er snarere at håndtere disse problemer og handle bevidst. Som studerende tilbragte jeg et år i New Zealand og opdagede en dyb kærlighed til naturen der. I dag går jeg gennem verden med åbne øjne og ser mange forandringer, der gør mig ked af det, og jeg lider også lidt af klimaangst.

Jeg er for involveret i dette emne til at lukke øjnene for det. Den holdning giver jeg også videre til mit team, og jeg mærker, at mange af mine medarbejdere har det på samme måde. Nogle af dem har besluttet at arbejde for os, fordi de ikke længere kunne forene det med deres samvittighed at arbejde for virksomheder, hvis handlinger de ikke etisk kan retfærdiggøre, det være sig som stewardesser, i store konsulentvirksomheder eller i olieselskaber.

Jeg motiverer mine medarbejdere ved selv at være en rollemodel for bæredygtighed. Jeg lever bæredygtighed i mit daglige liv - alt hvad jeg har på, inklusive mit undertøj, er lavet af økologisk dyrket bomuld eller ret produceret og bæredygtigt materiale. Der er selvfølgelig områder, hvor jeg stadig ser plads til forbedringer, men det kommunikerer jeg også åbent ud. Jeg står fuldt ud bag vores bæredygtighedsindsats, og det føler mine medarbejdere. Gennem tiltag som "nudging" eller små gestus og gaver inden for bæredygtighedsområdet forsøger jeg at motivere dem til også at engagere sig i det. Denne metode, understøttet af psykologiske tilgange, hjælper mennesker til ubevidst at åbne op for forandringer.

21. HOTEL LUISE



Bæredygtighedsideer

Som regel finder jeg personligt mere inspiration til bæredygtige løsninger uden for min branche end indenfor den. Internettet spiller en stor rolle her. Jeg leder efter innovationer og ideer, som jeg kan anvende til vores virksomhed og vores projekter, selvom de umiddelbart virker uafhængige. For eksempel gennemførte jeg et gratis online kursus om opførelse af vindmølleparker for at lære mere om det og udvikle en informeret mening.

Jeg bruger også platforme som YouTube til at finde ud af om forskellige teknologier og innovationer. Jeg går også rundt i verden med åbne øjne og holder øje med nye ideer og tilgange. Et andet vigtigt aspekt er bæredygtigheds- og innovationspriser, hvor jeg observerer vinderne og de nominerede. Der opdager jeg ofte innovative produkter og virksomheder, som jeg så ser nærmere på, og som jeg potentielt kan indgå partnerskaber med, som for eksempel i tilfældet med astronautbruseren.

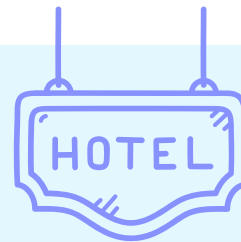
Behov for forbedring

Selvfølgelig ved vi, at vi ikke er perfekte. Vi arbejder dog på at fortsætte med at forfølge vores filosofi. Og vi gransker vores egne handlinger, for der er ikke noget reelt endeligt mål, når det kommer til bæredygtig ledelse. Tværtimod ser vi os selv på en vej, som vi hele tiden forsøger at optimere.

Med vores handlingsplan for de næste par år (2024 - 2026) vil vi gerne gennemføre følgende projekter:

- Øge egen solcelle/strømproduktion (23,5 kWp til mere end 45 kWp)
- Genbrug af batteriopbevaring til laststyring
- Udvid barrierefrit tilbud (+3 værelser)
- Udvid servicevandsinfrastrukturen (forsyn flere toiletter med regnvand eller gråvand)
- Reduktion af vandforbruget i cisterner til mindre end 6,5 liter
- Integreret system til varmegenvinding fra spildevand
- Udskiftning af vinduer i kældre
- Installer ekstra regnvandscisterner
- Nulspild køkken
- Tilbyd træning og foredrag om bæredygtighed Øg vores 230 bæredygtighedsforanstaltninger til mere end 250
- Styrkelse af sociale strukturer og yderligere udvidelse af fordelene for vores medarbejdere

21. HOTEL LUISE



Refleksioner

De vigtigste erfaringer, jeg har lært på min vej til bæredygtighed, er mange. Først og fremmest har jeg indset, at det ikke er nok at handle alene. Det kræver et engageret team og støtte fra andre, der går samme vej. Nogle gange er du nødt til at styre folk i den rigtige retning og motivere dem til at følge dig.

Et andet vigtigt punkt er viljen til at prøve nye ting. Det kræver ofte en vis naivitet og ungdommelig hensynsløshed at udvikle og implementere innovative løsninger. Samtidig er det afgørende at have de rigtige mennesker i teamet og at skabe et støttende miljø og en passende infrastruktur. For mig er hotellet et sted for eksperimentering og kreativt design, og det faktum, at det er ejerstyret, og jeg kan træffe alle beslutninger, giver mig den frihed, jeg har brug for til at realisere bæredygtige ideer.

Det er også vigtigt at være bevidst om ansvaret og at have modet til at bryde nye veje og tage risici. Det er afgørende, at teamet består af forskellige personligheder, som bringer forskellige måder at tænke på og styrker på bordet. Jeg har indset, at det ikke handler om at overbevise andre om at tænke præcis som mig, men om at værdsætte og bruge forskellige måder at tænke på for sammen at nå bæredygtigheds mål.

Råd

Tænk over, hvilken merværdi dit produkt eller din service tilbyder offentligheden. Jeg har beskæftiget mig med nogle mennesker i bæredygtighedsbranchen, som har prisværdige mål, men som kun er fokuseret på at se så godt ud som muligt i deres liv og i overensstemmelse med deres egne mål. Jo mere ekstrem du bliver i disse spørgsmål, jo mindre kan du inspirere andre mennesker. I stedet er det vigtigt at udvise åbenhed og at designe virksomheden eller produktet på en sådan måde, at det appellerer til en bred målgruppe – også dem, der ikke tidligere har beskæftiget sig med bæredygtighed.

Et eksempel: åbningen af en vegansk restaurant. Hvis denne restaurant kun appellerer til die-hard veganere, bliver merværdien for samfundet muligvis ikke realiseret. Det er bedre at skabe et miljø, hvor mennesker, der ikke er aktivt involveret i bæredygtighed, også er velkomne og føler sig godt tilpas - hvilket er præcis, hvad vi forsøger at opnå med vores hotel.

Unge skal være opmærksomme på, at de ikke skal udelukke alle andre, der endnu ikke er på samme vej fra starten. I stedet bør de give disse mennesker mulighed for at blive involveret uden at fornærme dem. Folk bør opmuntres til at deltage i stedet for at blive afskrækket af ekstreme tilgange. Det er vigtigt at have en inkluderende tilgang for at opnå bredere accept og deltagelse.



Ethical, Green, Youth Entrepreneurship Education



Følg vores rejse



www.fairpreneurs.eu



Co-funded by
the European Union