
GRØN OMSTILLING

KOM GODT I GANG
– ELLER TAG NÆSTE SKRIDT



Vejen til grøn omstilling

At det næppe er realistisk at holde klodens temperaturstigninger under de nødvendige 2 grader, er efterhånden en slet skjult hemmelighed. Det er alvor. Heldigvis går store dele af erhvervslivet til den grønne omstilling med en dybt seriøs tilgang til den enorme udfordring. Ikke kun fordi virksomhederne har et ansvar, men også fordi der ligger en række kommercielle muligheder, som måske endda er forretningskritiske for nogen.

Hos Frederikssund Erhverv tror vi på, at vejen frem er at motivere og inspirere hinanden – og hvor gør man det bedre end i et stærkt erhvervsfællesskab?

Motivation og inspiration

Derfor kan du i denne onlinebrochure blandt andet se fire af vores medlemsvirksomheder fortælle om deres arbejde med den grønne omstilling. Nogle har været i gang i mange år, andre har lige påbegyndt rejsen. Fælles for dem alle er, at de har kastet sig ud i det, at de tager et skridt ad gangen, at de oplever udfordringer, men også at de løbende bliver klogere. Og så har de i øvrigt modet og lysten til at dele deres erfaringer med jer og andre virksomheder, sågar med konkurrenterne. Dét er inspirerende.

Ud over at lave informationsmaterialer og afholde arrangementer om bl.a. bæredygtighed i byggeri-

et, bæredygtighedskommunikation og etablering af solcelleanlæg, tilbyder vi sparring om, hvordan I kommer godt i gang eller tager næste skridt. Det kan I også læse om i denne brochure. Bliver I inspireret, så kontakt os endelig.

Energiforsyning – ét skridt tilbage, men to frem

En fuldstændig meningsløs krig midt i Europa har desværre vist, hvor sårbar vores energiforsyning er. På kort sigt vil det muligvis betyde et tilbageslag for den grønne omstilling, med større behov for fossile brændstoffer, men det vil også accelerere investeringerne i vedvarende energi samt energiledelse med fokus på energioptimering og -effektivisering. Det vil sandsynligvis også skabe flere energipartnerskaber, hvor flere parter samarbejder om at udnytte ressourcerne optimalt.

Netop energipartnerskaber og energiledelse er blandt de områder, hvor vi arbejder på at kunne tilføre vores medlemmer endnu større værdi i fremtiden. Det kan I læse mere om sidst i brochuren.

Vi håber, at I bliver inspireret og vil være med til at inspirere andre.

GOD FORNØJELSE!

PETER BO ANDERSEN, DIREKTØR I
FREDERIKSSUND ERHVERV



Hvorfor grøn omstilling?

Fordi det skaber muligheder for:

- ★ Nye kunder og markeder
- ★ Større kundeloyalitet og -fastholdelse
- ★ Optimering, effektivisering og besparelser
- ★ Rekruttering og fastholdelse af medarbejdere
- ★ At være på forkant med lovgivningen
- ★ Styrket brand og image

Summen af dette er et mindre aftryk på miljøet og øget konkurrenceevne.

CASE: HANSENS FLØDEIS

Fjerdegenerations isfamilie tænker grønt

På det gamle ismejeri i Jægerspris har de arbejdet med bæredygtighed og grøn omstilling i mange år. Virksomheden er fuldt bevidst om, at man som produktionsvirksomhed altid vil sætte et aftryk på miljøet, og derfor arbejder de løbende med nye initiativer, som på mange forskellige niveauer kan skabe en mere miljø- og klimavenlig produktion.

Blandt de seneste års tiltag er ispapir med mindre plastikbælgning, nye, miljøbevidste samarbejdspartnere, udskiftning til mere energieffektivt produktionsudstyr og senest investering i etablering af solcelleanlæg på tag og mark. Et andet tiltag, man kiggede på, er CO₂-kompensation, som man dog har fravalgt for nu. Effekterne var så svære at gennemskue, at man ville have svært ved at kommunikere dem.

Hos Hansens Flødeis er de nemlig fuldt bevidste om, hvordan de kommunikerer deres bæredygtighedstiltag. "Når vi skal

kommunikere nye grønne tiltag, er det vigtigt for os, at det er realistiske tiltag, og at det er troværdigt," siger direktør Rasmus Eibye.

Virksomhedens grønne vision er at lave god flødeis med det mindst mulige klimaaftryk.

Kort om virksomheden

Hansens Flødeis er ejet og ledet af Rasmus Eibye og Anders Eibye, som er oldebørn af grundlæggeren Hans Hansen.

Virksomhedens produktion foregår fra mejeriet i Lyngstrup og sker efter nogle af de samme principper, som Hans Hansen indførte for hundrede år siden.



Mød Hansens Flødeis

Klik for at afspille videoen



Bæredygtighedskommunikation

Mange virksomheder er tilbageholdende med at kommunikere deres grønne tiltag. Vi vil gerne advokere for, at I ser bæredygtighedskommunikation som et effektivt konkurrenceparameter.

Flere og flere virksomheder vælger for eksempel leverandører, som agerer bæredygtigt. Og det er ikke kun kunderne, som tilvælger bæredygtige virksomheder – det er også medarbejderne. Har I en grøn kommunikationsstrategi, kan det være med til at fastholde og tiltrække attraktiv arbejdskraft.

Start med en simpel kommunikationsplan

Vil I i gang med at kommunikere jeres grønne tiltag, anbefaler vi, at I starter med at se på, hvilke temaer og budskaber

der har størst relevans for jeres interessenter, miljøet og jeres forretning.

Er I eksempelvis i gang med energioptimering, som mindsker CO₂-aftrykket, har I indført en grøn indkøbspolitik, eller vil I elektrificere bilparken? Kommunikér det!

Når I har prioriteret temaerne, så lav en simpel plan med temaer, kanaler, deadlines, og hvem der er ansvarlig for udførelse, for eksempel tre måneder frem. På den måde skaber I overblik og får tingene gjort.



Greenwasher I også?

Mange virksomheder holder sig tilbage med at kommunikere bæredygtighedstiltag, fordi de er bange for at vildlede og skabe et skønmaleri – også kaldet greenwashing.

Der er da også mange virksomheder, der, ofte uden at være i ond tro, greenwasher. Men med fokus på forholdsvis få retningslinjer er det faktisk ikke så svært at undgå.

Gode råd – undgå greenwashing



Vær så konkrete som muligt. Undgå generelle udsagn som "Vi er klimavenlige"



Hav altid styr på jeres dokumentation



Læs Forbrugerombudsmandens "Kvikguide om miljømarkedsføring"



Brug jeres sunde fornuft – som regel ved man godt, hvis man snyder på vægten



Læs mere om bæredygtighedskommunikation på vores hjemmeside her

CASE: KAEELS

El-installatøren kastede sig ud i det

KAELS er autoriseret el-installatør og opererer i en branche, hvor bæredygtige ydelser endnu kun i begrænset omfang efterspørges af kunderne.

I 2022 besluttede KAELS alligevel at sætte fokus på bæredygtighedsagendaen. Man startede et sparringsforløb (Grøn Kickstart) med Frederikssund Erhverv, fik tilsagn på 150.000 kr. fra SMV Grøn-puljen, og ikke mindst formulerede KAELS fokusområderne i en simpel, men ambitiøs, grøn strategi.

De tre strategiske områder, man valgte, er: 1) virksomhedens indkøbspolitik; 2) opgradering af medarbejdernes grønne kompetencer; og 3) bæredygtighedskommunikation.

KAELS vil således kunne tilbyde mere bæredygtige løsninger og dygtiggøre medarbejderne ifm. eksempelvis materialevalg og udførelse, samt løfte bevidstheden om vigtigheden af gen-

anvendelse, affaldsminimering osv. Dertil vil man kommunikere tiltagene.

Formålet med de forskellige tiltag er at stå stærkt, når efterspørgslen på bæredygtige ydelser forventeligt bliver langt større i de kommende år – både fra det offentlige og fra markedet generelt.

Kort om virksomheden

KAELS har i over 75 år leveret komplette kvalitetsel-løsninger til hovedentreprenører, ingeniører, arkitekter og styrelser.

Virksomheden fra Slangerup har i dag cirka 30 medarbejdere og er ejet af Mik Lüneborg og Christian Kildemoes.



Mød KAELS

Klik for at afspille videoen



Grøn Kickstart – kom godt i gang med den grønne omstilling

Hos Frederikssund Erhverv vil vi rigtig gerne hjælpe vores medlemmer i gang med den grønne omstilling. Derfor tilbyder vi blandt andet en aktivitet, vi kalder Grøn Kickstart. Her inspirerer og guider vi virksomheden omkring de vigtigste aktiviteter i processen.

Tilgangen er "keep it simple" med fokus på tiltag, som kan gøre en reel forskel.

Omfanget er 25 timer fordelt på 5 temaer over 5-8 uger.

Ansaret ligger naturligvis hos virksomheden selv, men har man viljen, kan det være en god måde at komme godt i gang på. I forbindelse med Grøn Kickstart screener vi, hvor I er som

virksomhed, hvor der er muligheder, og hvor potentialet er størst.

Med udgangspunkt i screeningen kigger vi sammen på, hvordan en grøn strategi kunne se ud, inklusive målsætninger og vejen til at nå dem.

Grønt regnskab og rapportering bliver et stadigt større krav, og derfor ser vi også på retningslinjer for opsætning af grønne regnskaber. Facts og rapportering er essentielt for troværdig kommunikation, og bæredygtighedskommunikation er netop det fjerde tema. Sidste tema er støttemuligheder, hvor vi ser på, om der er puljer o.lign., som kunne være relevante for jeres grønne omstilling.



Grøn Kickstart fokuserer på:

1. Screening af potentiale
2. Grøn strategi
3. Grønt regnskab / rapportering
4. Bæredygtighedskommunikation
5. Støttemuligheder

Gode råd

- ★ Afklar, hvor I kan gøre en forskel for forretning og miljø
- ★ Læg en realistisk plan eller strategi
- ★ Rapporter / følg op på de nye tiltag
- ★ Kommunikér tiltagene
- ★ Evaluer løbende og læg flere tiltag på

CASE: ANLÆGSGARTNER GOTTLIEB

Grøn omstilling – en vigtig del af strategien

Anlægsgartner Gottlieb har som større anlægsgartner, kloak-, by- og landskabsentreprenør gennem længere tid fornemmet den stigende efterspørgsel på bæredygtige løsninger. For år tilbage besluttede man derfor, at den grønne omstilling skulle have en fremtrædende plads i virksomhedens strategi.

På strategi- og ledelsesniveau betyder det bl.a., at man har bæredygtighedsekspertise i bestyrelsen, som kan være med til at fastholde den grønne retning, samt at man har ansat en chef for grøn omstilling og biodiversitet.

Konkrete outputs af det strategiske fokus er bl.a. en påbegyndt elektrificering af maskinparken, at medarbejderne løbende efter- og videreuddannes i, hvordan der bedst tages hensyn til natur, klima og biodiversitet, samt at man vil reducere virksomhedens CO₂-aftryk med 30 % over de kommende to år.

De ambitiøse tiltag skal klargøre virksomheden til at kunne efterleve de stigende krav om bæredygtighed, som adm. direktør Thomas Gottlieb er overbevist om vil komme.

Thomas Gottliebs bedste råd til virksomheder, der vil i gang med den grønne omstilling, er at alliere sig med de rigtige rådgivere.

Kort om virksomheden

Anlægsgartner Gottlieb er ejet af Thomas Gottlieb, som også er adm. direktør.

Virksomheden har hovedkontor i Skibby samt afdelinger på Sjælland og i Jylland.

Anlægsgartner Gottlieb er den stolte vinder af prisen "Årets arbejdsmiljø 2022".



Mød Anlægsgartner Gottlieb
Klik for at afspille videoen



Grøn strategi

Hvis I som virksomhed ønsker at være en del af den grønne omstilling, bør I lægge en strategi med en målsætning og en plan for at nå målene. På den måde adskiller den grønne strategi sig ikke fra generelt strategiarbejde.

Den grønne strategi skal understøtte jeres forretningsstrategi lagt af bestyrelsen og den daglige ledelse. På den måde sikrer I en tæt sammenhæng mellem de nye grønne målsætninger og den retning, som allerede er udstukket, altså en rød tråd mellem det bæredygtige og det kommercielle. Af samme årsag er det afgørende for succes, at virksomhedsledelsen går forrest.

Hvis opgaven virker uoverskuelig, så start med de områder, som vil have størst effekt for miljøet og jeres virksomhed. Tænk 80-20-reglen. Inden I går i gang med strategiarbejdet,

bør I overveje, om I p.t. besidder de rette kompetencer til at lægge den grønne strategi på egen hånd, eller om I har behov for ekstern inspiration og råd.

Nødvendige kompetencer kan for eksempel omfatte HR's mulighed for at vurdere grønne medarbejderprofiler, økonomiafdelingens erfaring med at lave grønne regnskaber og rapportering, R&D's tilgang til udvikling af grønnere produkter, salgsledelsens erfaring med bæredygtighedskommunikation uden at greenwashe, samt energiledelse til at minimere energiforbrug og CO₂-aftryk.

Alle de kompetencer har de færreste virksomheder, og derfor er det absolut ingen skam at søge ekstern rådgivning, spørge andre virksomheder til råds eller efteruddanne ledelse og medarbejdere.



Rapportering et vigtigt element

Rapportering – og opfølgning – på den grønne strategis målsætninger er et centralt element for succes. Uden rapportering er det svært at følge op på jeres tiltag, og det bliver vanskeligt at kommunikere både internt og eksternt, hvis jeres tal ikke er valide.

Læs eventuelt mere om det grønne regnskab på side 13 her i brochuren.

Gode råd

- ★ Den grønne strategi skal understøtte den overordnede forretningsstrategi
- ★ Topleledelsen bør gå forrest
- ★ Sæt ambitiøse, men realistiske mål
- ★ Priorité tiltag, der gør størst forskel for forretning OG miljø
- ★ Sikr jer, at I er klædt på til at lægge den grønne strategi



Læs mere om grøn strategi på vores hjemmeside her

CASE: FREDERIKSSUND ERHVERV

Hvad gør vi selv for den grønne omstilling?

I Frederikssund Erhverv er en af vores væsentligste indsatsområder at hjælpe og inspirere de lokale virksomheder til at få sat yderligere skub i den grønne omstilling. Det er blandt andet det, som denne brochure forhåbentlig kan medvirke til. I tillæg til den indsats nedsatte vi i foråret 2022 en projektgruppe, der arbejder på at gøre os selv mere grønne. Vi kalder processen for 'Projekt Grønnere Havnegade'.

Projektet er sat i gang, fordi vi gerne vil tage vores egen medicin og afprøve de ting, som vi "prædiker", og som vi hjælper lokale virksomheder med.

Vi er naturligvis en anden type organisation end de fleste af vores medlemsvirksomheder, men mange af de overvejelser, udfordringer og muligheder, som følger med den grønne omstilling, er faktisk de samme – også selv om ens "domicil" blot er et lille kontor i Havnegade.

Ikke en forkromet løsning, men trial and error

Trods en vis portion ekspertise rundt om bordet bilder vi os ikke ind, at vi har en forkromet løsning på det hele. Processen bliver derfor lidt "trial and error", hvor det sikkert vil vise sig undervejs, at noget giver god mening, mens andet ikke gør. Vi håber på at blive endnu klogere på grøn omstilling i praksis – og samtidig vil det naturligvis være fedt, hvis vi kan inspirere andre derude til at komme i gang.

Og så har vi aftalt på kontoret, at der ikke er nogen hellige køer – ud over kaffemaskinen!

Vores fremtidige, grønne indsatsområder



Affaldshåndtering



Køleskab



Indkøbspolitik



Printerpolitik



Belysning



Mobilitet



Materialer



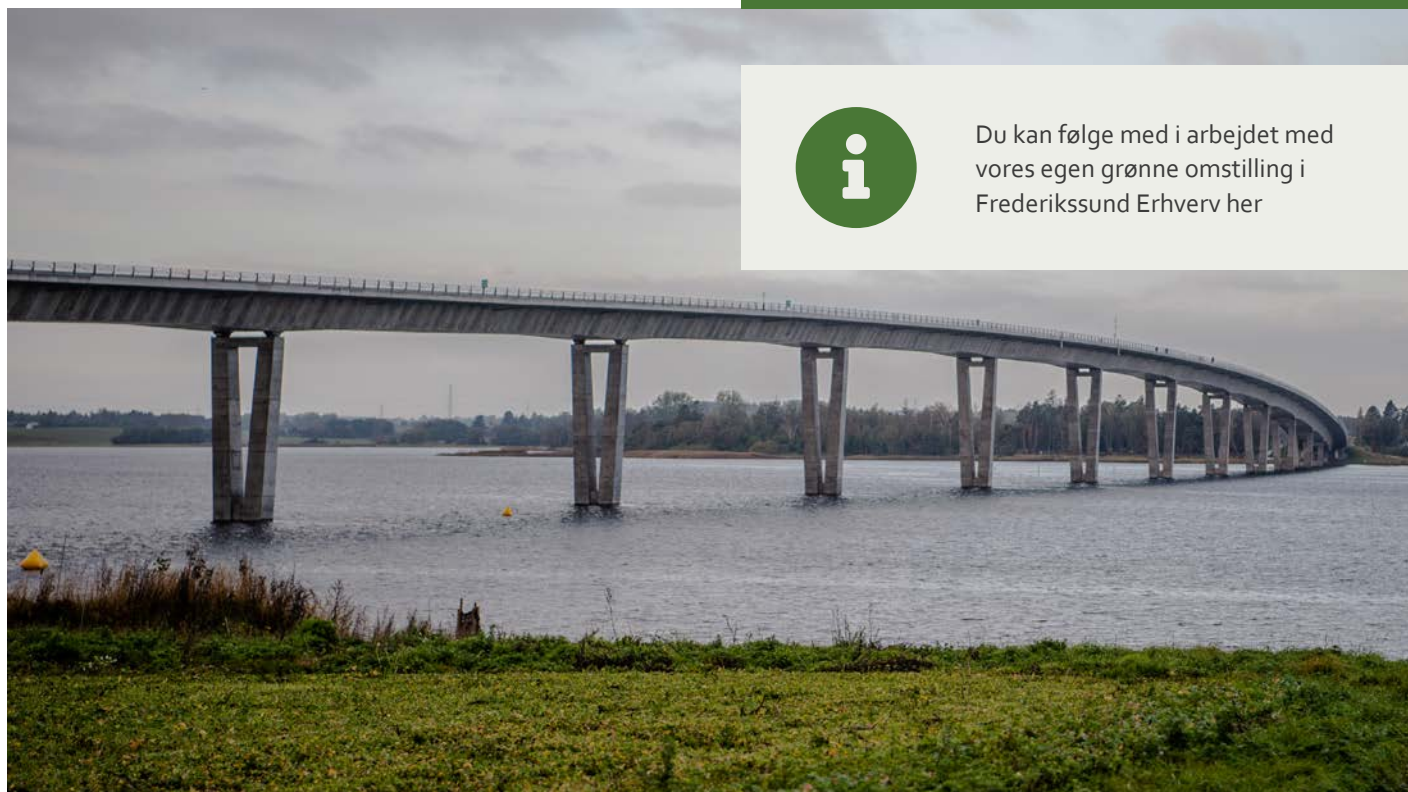
Adfærd generelt



Vand



Du kan følge med i arbejdet med vores egen grønne omstilling i Frederikssund Erhverv her



Husholdningslignende erhvervsaffald – har I styr på det inden 1/1-23?

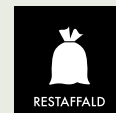
Husholdningslignende erhvervsaffald er affald, som minder om det affald, vi kender fra vores private husholdning, og som vi er vant til at sortere.

Fra 31. december 2022 skal virksomhederne sortere affaldet i 10 fraktioner. Tekstil skal først sorteres fra et tidspunkt i 2023.

Affald er en af de helt store CO₂-syndere, så helst skal vi forsøge helt at undgå affaldsproduktion, og det, der alligevel skabes, skal så vidt muligt genbruges eller genanvendes og ikke forbrændes.

Her er de 10 affaldsfraktioner

1. Mad
2. Papir
3. Pap
4. Glas
5. Metal
6. Plast
7. Mad- og drikkekarton
8. Farligt affald
9. Tekstil (gælder fra et tidspunkt i 2023)
10. Restaffald (alt det andet)



Hvorfor skal vi sortere?

Skåret ind til benet er der to overordnede grunde: 1) det er vigtigt for miljø og klima; og 2) loven siger det.

Når det er sagt, er der også andre gode grunde. For eksempel vil medarbejderne nok undre sig, hvis I ikke sorterer på arbejdspladsen, når nu de skal derhjemme? Desuden kan der være penge i at kende sine affaldsstrømme.

Gode råd

-  Spørg jeres affaldstransportør
-  Involver medarbejderne
-  Brug Miljøstyrelsens hjælpemidler
-  Prøv at undgå at skabe affald. Genbrug eller genanvend hvis muligt



Læs mere om husholdningslignende erhvervsaffald på vores hjemmeside her

CASE: KOATEK

Grønt mindset og gamle dyder

Hos finmekanik-virksomheden Koatek siger de selv, at det, de har valgt at gøre, det gør de godt. Ser man på Koateks metode, når de skal lave deres CO2-regnskab, må man konstatere, at der er handling bag ordene. Koatek har nemlig valgt at benytte Science Based Targets initiative (SBTi)-tilgangen i processen med at dokumentere og reducere CO2-aftrykket. SBTi er en videnskabeligt baseret vej til at dokumentere og nedbringe drivhusgasser. Bag initiativet står bl.a. FN's Global Compact og WWF.

I 2021 udgav Koatek sin første bæredygtighedsrapport, og i 2022 er man gået med i Dansk Industris program Klimaklar Produktionsvirksomhed, for sammen med konsulenthuset Viegand Maagøe at dokumentere virksomhedens CO2-aftryk.

CFO Lars Gylden er ansvarlig for Koateks CO2-regnskab. Hans råd til andre, der skal i gang med et grønt regnskab, er, at man

vælger SBTi, fordi det er en internationalt anerkendt metode. Derudover at man indstiller sig på, at det koster tid og ressourcer at indsamle og bearbejde de mange data, som kræves for at lave et validt grønt regnskab.

Kort om virksomheden

Koatek er beliggende i Jægerspris og har i over 50 år produceret finmekaniske komponenter i højeste kvalitet.

Koatek er delvist ejet af Den Sociale Kapitalfond Invest.



Mød Koatek

Klik for at afspille videoen



Rapportering og grønt regnskab

Grønt regnskab, ESG-regnskab, CO2-regnskab, CSR-regnskab. Kært barn har mange navne, men fælles for dem alle er, at vil I gøre en forskel på den grønne omstilling, så er I nødt til at have tjek på jeres tal.

Med EU's nye taksonomiforordning, som er en klassificering af, hvornår en investering, ydelse og produkt er bæredygtig, vil de store virksomheder være tvunget til at rapportere meget specifikt på bæredygtighedsområdet. Det vil smitte af på alle deres leverandører, som vil møde store krav til rapportering af for eksempel CO2-aftryk.

EU arbejder derudover allerede med lignende tiltag målrettet SMV-segmentet, så de fleste af os kan med fordel begynde at sætte os ind i mulighederne og se rapportering som et værktøj til at stå endnu stærkere over for kunder, såvel som til at

optimere interne processer. Ud over at rapportering bliver et krav fra omverdenen, og at I kan bruge det ifm. optimering af energiforbrug, kan I benytte jeres rapportering som grundlag for troværdig kommunikation af jeres grønne tiltag. Bæredygtighedskommunikationen kan eksempelvis være en del af markedsføringen, eller bruges som information til medarbejdere og lokalsamfund.

Regel nummer ét i forbindelse med bæredygtighedskommunikation er, at man skal have styr på sine facts. Har I ikke det, risikerer I at blive beskyldt for greenwashing, også selv om jeres intentioner har været gode.

Hvis I ikke er i gang, vil vores anbefaling være, at I stille og roligt begynder at arbejde med det grønne regnskab, så kommende krav ikke kommer bag på jer.



Det første regnskab er det vigtigste

Jeres første regnskab bliver formentlig ikke det bedste, mest detaljerede eller omfangsrige, men det er det vigtigste – fordi I så er i gang!

Beslut jer for eksempel for, at I vil have et grønt regnskab med i jeres næste årsrapport. Ambitionsniveauet i jeres første grønne regnskab behøver ikke være tårnhøjt. Vigtigst er, at I finder den rette metode og opsætning, som I kan bygge videre på de kommende år, samt at I er åbne om, at der kan være områder, hvor I endnu ikke er eksperter.

Gode råd

- ★ Keep it simple, men kom i gang
- ★ Start med at prioritere de områder, der har størst aftryk på miljø og forretning
- ★ Sikr, at datakilder og data er valide
- ★ Brug tid på at finde rette opsætning og metode, som kan benyttes fremadrettet
- ★ Kommentér tallene i rapporten – der kan være mange gode og nødvendige budskaber

Kæmpe potentiale i EnergiPartnerskab Frederikssund

I Frederikssund Kommune står vi over for et par væsentlige energiudfordringer i de kommende år. Dels skal vi i den grønne omstillings navn væk fra fossil opvarmning af vores boliger, og dels skal de lokale virksomheder sikres tilstrækkelig strøm, så de også kan minimere brugen af fossile brændstoffer.

De udfordringer har ført til oprettelsen af EnergiPartnerskab Frederikssund, som Frederikssund Erhverv og Frederikssund Kommune har nedsat sammen med (i første omgang) de fire lokale virksomheder CO-RO, Topsil Globalwafers, Topsoe og Foss.

En af kongstankerne i EnergiPartnerskab Frederikssund er: Hvorfor fyre for gråspurvenerne, når virksomhederne i stedet kan lede overskudsvarmen ind i det lokale fjernvarmenet?

At udnytte de massive mængder overskudsvarme fra de store virksomheder i og omkring Frederikssund vil skabe en win-win-situation, hvor borgerne får prisvenlig og driftssikker varme, mens virksomhederne bruger færre penge på køling, får et bedre CO₂-regnskab og gør mere nytte lokalt.

Vi er ikke i tvivl om, at partnerskabet har et kæmpe potentiale – for klimaet, for virksomhederne og for lokalsamfundet.





Baggrund

Allerede i foråret 2021 blev Frederikssund Erhverv enige med Frederikssund Kommune om at etablere et strategisk energipartnerskab. Det skyldes både den vedtagne klimalov og det globale behov for at nedbringe vores klimaaftryk, men det var også et stort ønske fra vores erhvervsliv. Det hele er selvfølgelig blevet yderligere accelereret af Ruslands invasion af Ukraine og de efterfølgende forsyningsproblemer.

Overordnet set står det lokale erhvervsliv over for nogle betragtelige udvidelser, som kræver nytænkning på energiområdet.

Ud over det primære spor med udbygning af fjernvarmenettet og udnyttelse af overskudsvarme arbejder vi også i et andet spor med en klynge på 7-9 lokale virksomheder, som ønsker at etablere solcelleanlæg.

Det er en relativt lang rejse, vi er startet på. Ambitionen er – i tæt samarbejde med virksomhederne og kommunen – at sikre EU-finansiering, så vi kan komme helt i mål med de store, lokale energiambitioner i EnergiPartnerskab Frederikssund.



Havnegade 5A
3600 Frederikssund

Telefon: +45 4731 3701
Mail: info@frederikssunderhverv.dk

www.frederikssunderhverv.dk

**HAR I BEHOV FOR YDERLIGERE
INSPIRATION ELLER SPARRING,
SÅ KONTAKT OS**

