

Reducering af CO₂e-udledning i scope 3 med cirkulære tiltag

Inspirationsguide



Indholdsfortegnelse

Introduktion og læsevejledning	3
Sådan kommer du i gang	5
1. Fundamentet	5
2. Kortlægning af scope 3	5
3. Cirkulære tiltag	7
Planlægning	7
Implementering	12
4. Effektmåling	14
Udbytte	14
5. Forankring	15
Aktionsmodel	16
Cases	18

Denne inspirationsguide er udviklet i 2023 af Transition for Erhvervsstyrelsen.

Introduktion og læsevejledning

Denne inspirationsguide henvender sig til dig og din virksomhed, hvis I ønsker at reducere jeres CO₂e (CO₂-ækvivalente) udledninger i værdikæden, såkaldte scope 3-udledninger, med cirkulære tiltag.

CO₂e-udledninger i scope 3 er et andet ord for alle indirekte udledninger, der forekommer i din virksomheds værdikæde, og som ikke er forbundet med jeres forbrug af el og fjernvarme. Det dækker bl.a. CO₂e-udledning i forbindelse med indkøb af materialer, transport, kunders brug af dine produkter samt bortskaffelse af indkøbte og solgte produkter og materialer. CO₂e-udledninger i scope 3 udgør ofte størstedelen af en virksomheds CO₂e-udledning, og for mange virksomheder over 90% af deres totale CO₂e-udledninger. Du kan læse mere om de tre scopes på [Klimakompassets vejledningsside](#).

Indkøb og bortskaffelse af produkter og materialer udgør ofte en stor del af en virksomheds CO₂e-udledninger i scope 3, og her er der gode muligheder for at gøre brug af tiltag inden for cirkulær økonomi til at reducere CO₂e-udledningerne. Cirkulær økonomi handler om at udnytte produkter og minimere materialeforbrug ved at holde produkter og materialer i cirkulation i længst mulig

tid, for dermed at få mest mulig værdi ud af dem og undgå spild. Gennem cirkulære tiltag kan produkter og materialer udnyttes i højere grad ved, at de deles, genbruges, repareres og genanvendes fremfor, at de kasseres eller deponeres. Cirkulære tiltag kan således reducere behovet for jomfruelige (nye) materialer, hvilket kan bidrage til at reducere din virksomheds eller dine samarbejdspartneres CO₂e-udledninger i scope 3.

I denne inspirationsguide får du inspiration til, hvordan du kan igangsætte og implementere cirkulære tiltag for at reducere din virksomheds CO₂e-udledninger i scope 3. Inspirationsguiden bygger på viden og erfaringer fra 14 interviews med virksomheder fra forskellige sektorer og af forskellige størrelser, som alle har erfaring med implementering af cirkulære tiltag, samt en analyse af førende danske og europæiske virksomheders arbejde med at reducere deres CO₂e-udledninger i scope 3 ved brug af cirkulære tiltag.

ER DU IKKE INTERESSERET I AT IMPLEMENTERE CIRKULÆRE TILTAG I DIN VIRKSOMHED?

Selvom du ikke er interesseret i at implementere cirkulære tiltag i din virksomhed, kan du også bruge trinene samt aktionsmodellen i denne guide til at komme godt i gang med at reducere CO₂e-udledninger. Guiden opstiller opmærksomhedspunkter og konkrete værktøjer, der er relevant for alle, der gerne vil reducere deres CO₂e-udledninger.

1. Sådan kommer du i gang

I dette afsnit beskrives “den ideelle proces” fra opstart og forankring af arbejdet med opgørelse af CO₂e-udledninger i scope 3 i din organisation, til identificering, implementering og effektmåling af cirkulære tiltag. Processen har følgende trin:

1. Fundamentet

Hvad du skal have på plads, inden du går i gang

2. Kortlægning af scope 3

Hvad er scope 3-kortlægning, og hvordan gør man?

3. Cirkulære tiltag

Fra planlægning til implementering

4. Effektmåling

Find ud af om dine tiltag virker

5. Forankring

Det fortsatte arbejde med reducere af CO₂e-udledninger i scope 3

At denne proces betegnes som ideel, skal forstås som, at den er en beskrivelse af en hensigtsmæssig rækkefølge af handlinger, hvor du først får overblik over din virksomheds CO₂e-udledning, og derefter udvikler målsætninger og tiltag, der har til formål at reducere CO₂e-udledningen på de områder, hvor den er størst. Slutteligt estimeres effekten af tiltaget, og processen gentages med henblik på at fortsætte med at reducere din CO₂e-udledning i scope 3.

2. Aktionsmodel

Der kan være forskellige årsager til, at din virksomhed ikke altid kan følge “den ideelle proces”, og derfor introduceres en aktionsmodel. Aktionsmodellen giver dig overblik over “den ideelle proces”, men illustrerer også “den praktiske proces”, hvor man som virksomhed kan være kommet langt med sine cirkulære tiltag uden nødvendigvis at have udarbejdet målsætninger eller beregnet sin CO₂e-udledning i scope 3.

Aktionsmodellen henvender sig til dig, der skal i gang eller allerede har påbegyndt dele af processen. Aktionsmodellen er et arbejdsredskab, hvor du kan danne dig et overblik over hvilke

delprocesser, du og din virksomhed allerede har været igennem, samt planlægge, hvad jeres næste skridt skal være.

3. Inspirationscases

Inspirationsguiden indeholder en række virksomhedscases, hvor du kan læse om virksomheder, der er lykkedes eller er i gang med at implementere cirkulære tiltag til at reducere deres CO₂e-udledninger i scope 3. Casene viser, hvordan virksomheder på tværs af brancher og størrelser har grebet arbejdet med at implementere cirkulære tiltag an, og de kan give inspiration til, hvordan du selv kan komme i gang eller arbejde videre med lignende tiltag i din virksomhed. Hver case indeholder også gode råd, så du kan arbejde videre ud fra andres erfaringer.

HVIS DU VIL VIDE MERE OM CIRKULÆR ØKONOMI

Hvis du vil vide mere om, hvordan cirkulære tiltag bruges til at reducere scope 3 kan du læse analysen "[Reducing scope 3 emissions through circular economy initiatives](#)". Analysen giver et indblik i danske og europæiske virksomheders arbejde med at reducere deres CO₂e-udledninger i scope 3 ved brug af cirkulære tiltag.



Sådan kommer du i gang

1. Fundamentet

Hvad du skal have på plads, inden du går i gang

Inden du går i gang med at identificere tiltag til at reducere din virksomheds CO₂e-udledninger i scope 3, er det vigtigt at sørge for, at det rette udgangspunkt etableres, så tiltagene forankres i din virksomhed eller organisation. Dette kan du gøre ved at sikre dig, at følgende parametre er på plads:

Motivation

Klargør og formulér, hvad din virksomheds motivation for reduktionsarbejdet bunder i. Det kan give dig en rettesnor, hvis du møder udfordringer, eller hvis du mister overblik eller motivation undervejs. Motivationen kan eksempelvis udspringe fra at ville imødekomme kommende regulering, ønsker om at drive den grønne omstilling, potentialer for en ny forretningsmæssig fordel eller noget helt fjerde. Motivationen kan fx forankres i virksomhedens forretningsstrategi.

Organisation

Sørg for, at så mange som muligt i din virksomhed er involveret og engageret i arbejdet med den grønne omstilling. Særlig vigtigt er det, at topledelsen er engagerede og motiverede for at allokere ressourcer og give opbakning, så arbejdet kan lykkes. Derudover kræver det ofte samarbejde på tværs af afdelinger for at identificere, udvikle og implementere tiltag til reduktion af CO₂e-udledning.

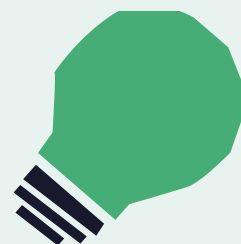
Arbejdsgruppe og budget

Udover at forankre opgaven på tværs af hele virksomheden er det vigtigt at få nedsat en arbejdsgruppe, så det er klart hvem, der løser kerneopgaven, hvor mange timer, de har til det, samt hvilket budget, de har at arbejde med.

Få inspiration

I inspirationscasene i guiden kan du læse, hvordan:

- Topledelsen i detailvirksomheden **Flying Tiger Copenhagen** er engagerede i det cirkulære arbejde, og hvordan det påvirker virksomhedens arbejde med bæredygtighed.
- Stofproducenten **Kvadrat** har implementeret interne arbejdsnetværk for bæredygtighed på tværs af organisationen.
- **Haarup Maskinfabrik** har nedsat et klimaudvalg, som står for udvikling og fremdrift af bæredygtighed på tværs af virksomheden.



2. Kortlægning af scope 3

Hvad er scope 3-kortlægning, og hvordan kommer jeg i gang?

Hvis din virksomhed gerne vil arbejde med at reducere jeres klimaaftryk i scope 3, er det vigtigt, at du først danner dig et overblik over virksomhedens CO₂e-udledning. En virksomheds

klimaaftryk dækker over hele virksomhedens udledning af CO₂-ækvivalenter, som er en omregning af alle typer drivhusgasser (CO₂, metan og lattergas, m.fl.) til den fælles enhed, CO₂e.

¹ I de kommende år præsenterer EU en række forslag, der på forskellig vis forpligter virksomheder til bæredygtig omstilling. Læs mere på [Virksomhedsguiden](#) om de kommende lovkrav og hvad de betyder for din virksomhed.

KOM GODT I GANG MED AT KORTLÆGGE DIT KLIMAAFTRYK

Med udgangspunkt i GHG-protokollen, har Erhvervsstyrelsen i samarbejde med Energistyrelsen udarbejdet værktøjet Klimakompasset, som du kan bruge til at komme i gang med at opgøre din virksomheds klimaafttryk for scope 1, 2 og 3. Du kan også bruge Klimakompasset til at fremskrive dit klimaafttryk og se, hvordan dit klimaafttryk forventes at se ud om 10 år, samt fastsætte reduktionsmål.

Du kan finde en vejledning til metoden og hjælp til indsamling af data samt en trin-for-trin guide til, hvordan du udfylder Klimakompasset og udarbejder din beregning inde på [Klimakompassets hjemmeside](#).

Hvis du ønsker at blive klogere på retningslinjerne for GHG-protokollens standarder inden for scope 3, herunder kortlægning af CO₂e-udledningerne i scope 3, kan du læse mere i GHG-protokollens '[Technical Guidance for Calculating Scope 3 Emissions](#)' eller læse mere i Udvidet Vejledning på Klimakompassets hjemmeside.

Drivhusgasprotokollen (GHG-protokollen) er den globalt anerkendte regnskabsstandard til opgørelse af klimaafttryk. I GHG-protokollen arbejdes med tre niveauer af CO₂e-udledning, kaldet scopes:

Scope 1 indeholder virksomhedens direkte kilder til CO₂e-udledning, som virksomheden selv kontrollerer, eksempelvis CO₂e-udledninger fra egne køretøjer og anlæg til energi-produktion, samt procesgasser og kølemidler.

Scope 2 omfatter virksomhedens indirekte kilder til CO₂e-udledning fra energiforbrug, altså CO₂e-udledninger fra selskaber, som forsyner virksomheden med energi som fx fjernvarme og elektricitet.

Scope 3 omfatter de indirekte CO₂e-udledninger fra virksomhedens værdikæde. Dette er både opstrøms, fx virksomhedens indkøb fra underleverandører og medarbejderes transport til arbejde, og nedstrøms, fx CO₂e-udledninger relateret til brug og bortskaffelse af virksomhedens produkter.

GHG-protokollen opdeler yderligere CO₂e-udledningerne i scope 3 i opstrøms- og nedstrømsudledninger og klassificerer dem i 15 kategorier. Kategorierne er opdelt, så der ikke foretages dobbelt-tælling af CO₂e-udledninger på tværs af kategorierne.

Opstrømsudledninger er indirekte CO₂e-udledninger inden for din virksomheds værdikæde relateret til produktionen og transporten af alle indkøbte materialer, varer og tjenesteydelser, der går forud for din virksomheds port:

1. Indkøbte varer og tjenesteydelser
2. Anlægsaktiver
3. Brændsel- og energirelaterede aktiviteter
4. Opstrøms transport og distribution
5. Affald fra drift
6. Forretningsrejser
7. Medarbejderpendling
8. Opstrøms leasede aktiviteter

Nedstrømsudledninger omfatter indirekte CO₂e-udledninger inden for din virksomheds værdikæde, der kommer efter din virksomheds produkt eller service forlader virksomhedens port:

9. Nedstrøms transport og distribution
10. Forarbejdning af solgte produkter
11. Brug af solgte produkter
12. Behandling af solgte produkter efter endt levetid
13. Nedstrøms leasede aktiviteter
14. Franchises²
15. Investeringer²

Når du skal opgøre din virksomheds CO₂e-udledning i scope 3, kan du bruge de 15 kategorier som pejleværktøj til at strukturere jeres dataindsamling, så du sikrer, at du får kortlagt alle din virksomheds relevante scope 3 CO₂e-udledninger. Ikke alle scope 3 kategorier er relevante for din virksomhed, så inden du går i gang skal du gennemgå alle 15 kategorier og vurdere væsentligheden af dem. Hvis du eksempelvis ikke producerer et fysisk produkt vil "Kategori 11 - Brug af solgte produkter" ikke være relevant at medtage. Husk at være tydelig i din kommunikation om, hvorfor du har medtaget nogle kategorier og fravalgt andre.

Din baseline: Når du har opgjort dit klimaafttryk for scope 1, 2 og 3, har du etableret din virksomheds baseline. Det vil sige, at du har fået et bedre overblik over din virksomheds samlede CO₂e-udledninger baseret på data for et fuldt finansielt regnskabsår. Med et baseline-klimaafttryk har du et sammenligningsgrundlag for fremtidige års klimaregnskaber, hvor du kan følge din virksomheds udvikling i CO₂e-udledninger, og se effekten af dine reduktionstiltag over årene.

² Franchises og Investeringer er ikke en del af Erhvervsstyrelsens værktøj, Klimakompasset

3. Cirkulære tiltag

Fra planlægning til implementering

Når du har opgjort din virksomheds CO₂e-udledninger i scope 3, er næste skridt at beslutte i hvilken grad, du har ambitioner om at reducere dem, og om tiltag inden for cirkulær økonomi vil være relevante og fordelagtige for, at din virksomhed kan komme tættere på sit reduktionsmål.

Planlægning

At reducere CO₂e-udledning i scope 3 kræver planlægning. Planlægningsfasen består af fire delprocesser, som er:

1. Hot spot-analyse
2. Målsætning
3. Identificering og udvælgelse af cirkulære tiltag
4. Udvikling af tiltag

Disse fire planlægningsdelprocesser udfoldes yderligere i de følgende afsnit.

1. Hot spot-analyse

Med et overblik over virksomhedens CO₂e-udledning i scope 3, har du et udgangspunkt for at fokusere jeres strategiske indsatser ift. reduktion af jeres CO₂e-udledning i scope 3. Du kan få overblik over potentielle reduktionsmuligheder ved at se, hvor din primære CO₂e-udledning i scope 3 findes. Sådan et overblik kan du fx få igennem en såkaldt hot spot-analyse.

Hot spot-analysen udføres ved, at du gennemgår dine resultater for at identificere områder og aktiviteter i din virksomhed, som er særligt emissionstunge. Der er ikke én korrekt måde at udføre en hot spot-analyse på. De nedenstående eksempler tager udgangspunkt i Klimakompasset:

- På Klimakompassets resultatside kan du få et samlet overblik over din CO₂e-udledning fordelt på scope 1, 2 og 3 samt de 15 scope 3 kategorier. Ved at gennemgå, hvordan dine scope 3 udledninger fordeler sig på de 15 kategorier kan du få en indikator for, hvor de største potentialer for reduktion af jeres CO₂e-udledning i scope 3 skal findes.
- I Klimakompasset kan du også fremskrive din baseline-beregning og se, hvordan dine udledninger forventes at udvikle sig relativt til virksomhedens vækst over de kommende 10 år. På den måde kan du få et overblik over, hvordan dine store områder for udledning kommer til at udvikle sig – og om din virksomheds største udledninger forventeligt er de samme i fremtiden som nu. Det kan hjælpe dig yderligere med at identificere, hvor du kan sætte ind med reduktionstiltag.

Når du har identificeret de kategorier og/eller scopes, hvor din virksomhed har de største CO₂e-udledninger, kan du prioritere de forskellige områder efter deres betydning og væsentlighed

for virksomheden, samt efter deres relative CO₂e- og øvrige miljøpåvirkning.

2. Målsætning

Når du har fået et overblik over, hvor din virksomhed udleder mest, er næste skridt at fastsætte en målsætning for, hvor meget din virksomhed kan og vil reducere CO₂e-udledningen i scope 3.

Konkrete målsætninger kan bidrage til at skabe retning, prioritering og engagement i jeres reduktionsarbejde. Målsætninger kan også fungere som et kommunikationsværktøj internt samt eksternt, hvor du viser dine kunder og leverandører jeres ambitioner med at reducere virksomhedens CO₂e-udledning.

Der findes ikke en facitliste for, hvordan målsætninger skal se ud, og de kan derfor variere fra virksomhed til virksomhed. Vælger du at sætte reduktionsmål for CO₂e-udledning, findes der forskellige typer reduktionsmål. Overordnet set kan man vælge mellem absolutte reduktionsmål og intensitetsmål:

- **Absolutte reduktionsmål** er mål, der er defineret som en bestemt mængde CO₂e-udledning, der skal reduceres i et bestemt tidsrum. Fx kan man som virksomhed have et mål om at reducere CO₂e-udledning med 50% i løbet af de næste 10 år uanset vækst.
- **Intensitetsmål** sættes, når virksomheden sigter efter at nedbringe CO₂e-udledningerne ift. en værdi og er derved en relativ målsætning. Et eksempel på et intensitetsmål kan være en reduktion af CO₂e-udledning pr. produceret enhed eller pr. omsætningsenhed. Eksempelvis, at en virksomhed vil reducere CO₂e-udledningerne pr. produceret bil med 30% i løbet af de næste 5 år. Dette mål tager højde for eventuel vækst i produktionen af biler, samtidig med at det fokuserer på at minimere CO₂e-udledninger pr. enhed produceret.

Nedenfor kan du se forskellige tilgange til at sætte målsætninger:

1. Science Based Targets initiative (SBTi) er et initiativ, hvori virksomheder forpligter sig til at sætte reduktionsmål i overensstemmelse med førende klimavidenskab og Paris-aftalens præmis om at holde globale temperaturstigninger på 1,5 °C i forhold til præ-industrielt niveau³. SBTi validerer og offentliggør virksomheders målsætninger for reduktion af CO₂e-udledning i scope 1, 2 og 3. SBTi skelner mellem kort-sigtede mål, som skal dække mindst 5 år og højst 10 år fra datoen for målets indsendelse til SBTi for officiel validering, og langsigtede (Net-zero) mål, som senest skal realiseres i 2050.

³ [Science Based Targets initiative](#)

SCIENCE BASED TARGETS FOR SMV'ER:

SBTi-validering kan være en omfattende proces, fordi initiativet primært er henvendt til store virksomheder. Derfor findes der en fast track mulighed for SMV'er med under 500 ansatte, hvor processen er simplificeret og derfor kræver færre ressourcer⁴. Gennem fast track muligheden kan SMV'er sætte følgende typer målsætninger:

1. Kortsigtede mål: Disse er absolutte mål for reduktion af udledning i scope 1 og 2, som skal realiseres inden 2030 ud fra et foruddefineret baseline år.
2. Net-zero mål:
 - a. Disse mål er langsigtede absolutte mål for reduktion af udledning i scope 1, 2 og 3, som skal realiseres senest i 2050 ud fra et foruddefineret baseline år.
 - b. Derudover forpligtes virksomheden til at neutralisere eventuelle ikke-reducerede CO₂e-udledninger, når det langsigtede videnskabsbaserede mål er opnået.

2. Du kan sætte en overordnet målsætning for reduktion af din virksomheds klimaafttryk. Det kan udformes som et bestemt mål for reduktion af CO₂e inden et bestemt årstal, fx at virksomheden skal være Net-Zero i år X, eller at I skal reducere jeres CO₂e-udledning med eksempelvis X%, evt. fordelt over en årrække.
3. I kan også sætte cirkulære målsætninger for jeres ressourceforbrug, eksempelvis en målsætning for reduceret brug af jomfruelige materialer, for udfasning af eksempelvis

ikke-genanvendelige materialer eller for øget holdbarhed af jeres produkter. Målet kan fx gælde, at alle produkter lavet af plastik skal produceres af minimum X% genanvendt plastik eller udfasning af X% engangsprodukter i sortimentet eller lignende. Du bør bemærke, at selvom cirkulære tiltag har til formål at reducere og recirkulere materialer og reducere affald, afhænger reduktionen af CO₂e-udledning af valget af tiltag. I visse tilfælde kan reduktion af CO₂e-udledning fra et tiltag tilfalde en samarbejdspartner. Du kan orientere dig om dette i GHG-protokollens retningslinjer.

FASTSÆT MÅLSÆTNINGER MED KLIMAKOMPASSET

I Klimakompasset kan du få hjælp til at fastsætte reduktionsmålsætninger og se, hvor meget du skal reducere for at komme i mål. Du kan både fastsætte reduktionsmål, der følger metoden for Science Based Targets initiative, samt sætte dine egne ambitiøse mål. Se mere om fremskrivning og reduktionsmålsætninger på Klimakompasset under fanen 'Fremskrivning'.

Få inspiration

I inspirationscases i guiden kan du læse, hvorfor:

- Man hos produktionsvirksomheden **Volvo Construction Equipment** har forpligtet sig til Science Based Target initiative.
- Trykkeriet **KLS PurePrint** satte et mål om at blive et af verdens grønneste trykkerier og nu er Cradle-to-Cradle certificeret.
- Transportvirksomheden **Thortrans** tog en beslutning om at blive affaldsneutrale.



⁴ [Science Based Targets initiatives fasttrack for SMV'er](#)

⁵ [The Net-Zero Standard](#)

3. Identificering og udvælgelse af cirkulære tiltag

Når du har identificeret din virksomheds største kilder til CO₂e-udledning og sat reduktionsmål, kan du identificere og udvælge, hvilke cirkulære tiltag, der kan hjælpe med at realisere disse mål.

Når du udvælger cirkulære tiltag skal du forholde dig til flere ting:

- **Hvad der kan lade sig gøre inden for virksomhedens givne handlerum.** Der er ikke altid sammenhæng mellem dine største kilder til CO₂e-udledning, og hvor det i praksis er muligt at reducere CO₂e-udledning, idet udledningen kan stamme fra en del af jeres forretning og værdikæde, som I potentielt har ringe mulighed for at påvirke. Det kan være, at der er lovgivningsmæssige barrierer, at påvirkning af jeres underleverandørers praksisser er ude af jeres hænder, eller måske er der endnu ingen teknologiske alternativer eller løsninger.
- **De finansielle aspekter ved de cirkulære tiltag.** Du kan fx revurdere, hvorvidt de allokerede ressourcer er tilstrækkelige til at udvikle og implementere det eller de tiltag, du udvælger. I den forbindelse er det værd at tænke over, hvilke kommercielle muligheder, der kan indfries, når tiltaget er implementeret. Her kan tilbagebetalingstiden på eventuelle investeringer ifm. tiltaget også beregnes baseret på forventet besparelse eller fortjeneste, når tiltaget er implementeret.
- **Tiltagets effekt på andre bæredygtighedsparametre.** Hvilke andre aspekter af bæredygtighed vil tiltaget potentielt påvirke under udvikling og implementering? Fx kan et tiltag reducere CO₂e-udledningen, men have en negativ påvirkning på biodiversitet eller sociale forhold.
- **Tiltagets potentielle CO₂e-reduktion.** Vil tiltaget potentielt have stor betydning for virksomhedens samlede scope 3-udledning, eller er det en mere "lavthængende frugt", der er lettilgængelig, men som til gengæld ikke har en stor reduktion af CO₂e-udledning? Begge dele kan være gavnligt, men det er værd at overveje.
- **Kunder og samarbejdspartneres efterspørgsel og behov.** Påvirker tiltaget et område, hvor jeres kunder og samarbejdspartnere efterspørger handling? Kan det give jer en konkurrencefordel?

Brug derfor tid, jeres interne viden og branchekendskab på at finde de steder, hvor der kan være synergi mellem din virksomheds specifikke situation jf. førnævnte parametre og de cirkulære tiltag, som I udvælger.

Selvom man som virksomhed i første omgang kan synes, at det vigtigste må være synlige resultater og en stor positiv effekt af tiltagene, så er det vigtigt at huske, at arbejdet med reduktion af CO₂e-udledning i scope 3 er en udviklingsproces med både korte og lange perspektiver. Har din virksomhed identificeret flere tiltag, kan det være en god idé at arbejde videre med de tiltag, som adresserer de 'lavthængende frugter', dvs. de steder, hvor din virksomhed relativt hurtigt og nemt kan få prøvet kræfter med processen, og muligvis opnå nogle konkrete reduktioner og positiv effekt på kort sigt. Det handler i første omgang om, at du kommer i gang og bliver nogle erfaringer rigere. På den måde kan du styrke det videre arbejde med nye tiltag, som har endnu større potentiale for at reducere jeres CO₂e-udledning i scope 3.

GODE RÅD

I casesamlingen kan du læse om andre virksomheder, der allerede har været igennem processen med identificering og udvælgelse af cirkulære tiltag.

Nogle af de læringer, som går på tværs af case-virksomhederne er:

1. Spar med andre virksomheder og dem i dit netværk, som har prøvet det før.
2. Arbejdet skal forankres bredt i organisationen og ikke kun hos de bæredygtighedsansvarlige.
3. Sørg for, at både ledelsen og medarbejderne er involveret.
4. Det er bedre at starte småt og komme i gang med omstillingen end ikke at gøre noget.
5. Det handler om at komme i gang og få sine egne erfaringer.

Få inspiration

I inspirationscases i guiden kan du læse:

- Hvordan virksomheden **FoodPeople** gennemgik deres produktportefølje med cirkulært samarbejde for øje.
- Hvordan **BEWI** udvælger cirkulære tiltag igennem en intern diskussion af fordele og ulemper, herunder miljø-, klimagevinst og økonomi.
- Hvordan **Nilfisk** forlænger levetiden på deres produkter ved at tilbyde vedligeholdelse og reparation af produkterne.



Mulige cirkulære tiltag

Der er visse cirkulære tiltag, der er nemmere at implementere end andre. I analysen "Reducing scope 3 emissions through circular economy initiatives"⁶ fremgår det, at flest virksomheder er lykkedes med at implementere følgende cirkulære tiltag:

1. Reduktion af mængden af farligt affald og affald sendt til deponi
2. Forlængelse af produkternes levetid, fx via gensalg, genbrug og reparation
 - a. Ved at øge et produkts levetid er det muligt at reducere behovet for ny produktion, hvilket på sigt indirekte begrænser de udledninger, som ville have fundet sted i forbindelse med fremstillingen af nye produkter. Derudover kan en øget produktlevetid også reducere mængden af affald, der genereres ved bortskaffelse af produkter. Dette mindsker behovet for affaldshåndtering og fører dermed til en yderligere reduktion af udledning.
3. Skift til mindre udledende materialer, fx genanvendte eller bio-baserede materialer i stedet for jomfruelige materialer
4. Reduktion af produktionsaffald, fx via industrielle symbioser eller ændret produktdesign

Disse tiltag har dét til fælles, at det er områder, hvor virksomheden har en øget grad af kontrol: dvs. steder i værdikæden, hvor det er muligt at gå i direkte dialog og stille krav. Det kan fx være i form af dialog med og krav til leverandører, eller ændringer på områder, der vedrører dine egne produktionsforhold og din egen affaldshåndtering. Du bør dog være opmærksom på, at der kan være branchespecifikke forhold eller andet, der gør, at flere af disse tiltag ikke er relevante for din virksomhed.

OBS: CO₂E-BESPARELSER VED REDUKTION AF AFFALD

Kategori 5: Affald fra drift og Kategori 12: Behandling af solgte produkter efter endt levetid

Der er gode miljømæssige og økonomiske gevinster ved at reducere affald i din virksomhed, samt potentielle forretningsmuligheder ved videresalg af affald.

Vær dog opmærksom på, at tiltag, der relaterer sig til reduktion af affald fra din drift eller til behandlingen efter endt levetid, ofte vil have en lav eller ingen reduktion af CO₂e for din virksomhed i scope 3, jf. GHG-protokollen.

Håndtering af affald ved hhv. forbrænding, genanvendelse eller genbrug vil give din virksomhed CO₂e-besparelser, men disse besparelser falder ikke ind under scope 3. De opgøres i stedet *uden for scopes*, som *undgåede udledninger*. Du kan vælge særskilt at rapportere opgørelser for undgåede udledninger uden for scopes, men du kan ikke trække dem fra din opgørelse af scope 1, 2 og 3.

Din virksomhed kan opnå reduktioner relateret til affald inden for scope 3 ved at reducere mængden af farligt affald, spildevand og affald sendt til deponi. Du kan også reducere din CO₂e-udledning i scope 3 gennem reduktion af affald, hvis du genbruger eller genanvender materialet i din virksomhed, så du nedbringer indkøb af jomfruelige materialer. Hvis du sælger dit affald videre til genbrug eller genanvendelse, vil din kunde også opnå CO₂e-reduktioner for deres klimaaftryk i scope 3.

Læs mere om CO₂e-besparelser ved affald i *Udvidet vejledning* på [Klimakompassets hjemmeside](#).



⁶ [Calculating and reducing scope 3 emissions through circular economy initiatives](#) - Transition ApS and The Danish Business Authority with participation from UN Global Compact Network Denmark

I Tabel 1 kan du lade dig inspirere af, i hvilke scope 3-kategorier andre virksomheder i casesamlingen har implementeret cirkulære tiltag for at reducere scope 3 udledninger.

Vær opmærksom på, at listen ikke er udtømmende, men til inspiration, samt at der kan være tiltag, hvor det kan være udfordrende at estimere effekten:

TABEL 1

SCOPE 3-KATEGORIER	MULIGE CIRKULÆRE TILTAG	INSPIRATIONSCASES
Kategori 1: Indkøbte varer og tjenesteydelser	Reducering af materialeforbrug, fx via ændrede indkøb eller produktdesign eller industrielle symbioser	Flying Tiger Copenhagen Aasted FoodPeople Hedeselskabet
	Skift til mindre udledende materialer, fx genbrugte eller bio-baserede materialer i stedet for jomfruelige materialer	Flying Tiger Copenhagen Haarup Maskinfabrik KLS PurePrint Nilfisk BEWI Aasted Kvadrat
	Dialog og engagement med leverandører, så deres CO ₂ e-udledning reduceres	Flying Tiger Copenhagen Maskinfabrik Haarup
	Udfasning af engangsprodukter og -materialer	Flying Tiger Copenhagen nemlig.com
Kategori 5: Affald fra drift	Reducering af produktionsaffald, fx via industrielle symbioser eller ændret produktdesign	FoodPeople Buddha Bikes Kvadrat
	Reducere mængden af farligt affald og affald sendt til deponi	Buddha Bikes Thortrans KLS PurePrint
Kategori 11: Brug af solgte produkter	Forlængelse af produktets levetid fx via gensalg, genbrug og reparation	Buddha Bikes Nilfisk Volvo CE Underprotection
	Udfasning af engangsprodukter og -materialer	Flying Tiger Copenhagen nemlig.com
	Oplysning til slutbrugere om effektiv brug af produktet, fx mhp energibesparende adfærd eller forlængelse af levetiden ifm. anvendelse	Aasted
	Salg af produkter-som-service, fx via udlejnings- eller leasing-programmer	Nilfisk Aasted
Kategori 12: Behandling af solgte produkter efter endt levetid	Reducering af slutbrugerens affald fx via etablering af takeback-ordninger, ændret produktdesign eller brug af bio-baserede materialer	nemlig.com BEWI Nilfisk Underprotection Aasted

Eksempel: Implementering af en takeback-ordning

Hvis du fx ser potentiale i at implementere en takeback-ordning, er det relevant at se på, hvordan ordningen kunne se ud i netop jeres organisation. Dette kan eksempelvis afklares ved at kigge på følgende spørgsmål:

- Hvem og hvor er jeres kundesegmenter, og hvordan vil I sørge for at få jeres produkter tilbage fra dem efter endt levetid?
- Hvilke materialer er produkterne lavet af, og kan de genbruges eller genanvendes? Og er der lovgivning vedr. håndtering af produkterne eller materialerne, der dikterer, hvordan de kan genanvendes eller genbruges?
- Hvilke aktører ville være relevante at samarbejde med?
- Skal der investeres i nye maskiner/lokationer/systemer, eller har I allerede det, I behøver for at kunne behandle produkterne, I skal tage tilbage? Og hvis I skal lave en investering, hvad er så tilbagebetalingstiden for investeringen, som udregnes efter tiltagets potentielle besparelser?
- Hvilke resultater forventer du, når du sammenligner omkostningerne ved at implementere tiltaget med fordelene, såsom besparelser og potentielle indtægter?
- Hvordan ser forskellige fremtidsscenarier ud på hhv. kort og lang sigt, hvad er fx mængden af materialer, I indsamler igennem takeback-ordningen, og hvordan er økonomien forbundet hermed efter 1 år og efter 5 år?
- Hvordan vil I kommunikere tiltaget ud til jeres kunder og eksterne interessenter?



4. Udvikling af tiltag

Når du har udvalgt, hvilke cirkulære tiltag, som du og din virksomhed vil implementere, er det tid til at udvikle tiltagene. Det vil sige, at I skal finde ud af, hvordan tiltaget konkret skal tilpasses netop jeres organisation.

Når du har identificeret, udvalgt og udviklet de cirkulære tiltag, som din virksomhed vil tage i brug, er det tid til at implementere dem.

Implementering

Dette afsnit fokuserer på den faktiske implementering af det eller de tiltag, du og din organisation har udviklet. Forskellen mellem udvikling og implementering er, at udvikling foregår i planlægningsfasen, mens implementering er den praktiske gennemførelse af tiltagene.

Fordi implementering foregår i praksis, er første skridt i implementeringsprocessen at udvikle en handlingsplan. Handlingsplanen skal agere værktøj, der kan overskueliggøre processen og sikre, at relevante delmål bliver nået undervejs. Handlingsplanen kommer til at drive aktiviteterne, og i forlængelse heraf er det vigtigt at overvåge fremskridt og justere tilgangen efter behov.

En handlingsplan bør som minimum indeholde følgende:

1. **Mål:** Hvad skal vi opnå? Disse mål blev defineret tidligere i processen, da I fik overblik over jeres CO₂e-udledning i scope 3, identificerede jeres største kilder til CO₂e-udledning og satte målsætninger.
2. **Konkrete handlinger:** Hvad skal gøres for at målene kan realiseres? Her nedbrydes processen i konkrete delmål og de handlinger, der skal til for at realisere dem, og der etableres faser for at styre implementeringen:
 - a. Proces: Hvordan skal det gøres?
 - b. Tidsplan: Hvornår skal det gøres?
 - c. Ansvar: Hvem er ansvarlig for at gøre det?
3. **Budget:** Det er vigtigt at lægge et budget ved fx at danne sig et overblik over omkostninger forbundet med implementering af tiltaget. Dette baseres på de omkostninger, som er estimeret i tiltagets udviklingsfase, samt i opstartsfasen for hele processen.

Opmærksomhedspunkter forbundet med implementeringsprocessen

I Tabel 2 finder du en oversigt over forskellige områder og tilhørende opmærksomhedspunkter, som ofte er forbundet med implementeringsprocessen. Oversigten er baseret på indsigter fra de 14 interviews med forskellige virksomheder, som alle har

implementeret cirkulære tiltag, som du kan læse om i case-samlingen sidst i inspirationsguiden. Implementeringsprocessen vil se forskellig ud fra virksomhed til virksomhed, og det er ikke sikkert, at disse generelle betragtninger gør sig gældende

for netop din virksomhed. Du kan bruge udvalgte dele, og lade andre ligge, hvis de ikke er relevante. Du kan også selv tilføje nye opmærksomhedspunkter.

TABEL 2

OMRÅDE	OPMÆRKSOMHEDSPUNKT
Intern organisering	Sørg for, at så mange som muligt i virksomheden er involveret og engageret på tværs af afdelinger, så det ikke kun er den arbejdsgruppe, der blev etableret i fundamentet, der ved, at arbejdet er i gang. Brug så vidt muligt hele din virksomheds faglighed og ekspertise, og skab intern forankring for tiltaget.
	Kræver implementeringen af tiltaget intern træning? Og hvordan skal dette i givet fald se ud? Er det nødvendigt at opkvalificere dele af organisationen i klimadagsordenen med teknisk ekspertise eller andet, som relaterer sig til, at det konkrete tiltag kan implementeres?
Ekstern organisering	Involvér de interessenter og aktører, der blev identificeret i jeres opstart og ifm. udviklingen af tiltag, som er centrale for at lykkes med implementeringsprocessen. Det kan være leverandører, distributører, samarbejdspartnere, eksterne rådgivere, eller lignende.
	Ræk ud til virksomheder, hvor du ser muligheder for nye partnerskaber – også selvom de i første omgang anskues som konkurrenter. Med bæredygtighed som fælles mål kan konkurrenter potentielt blive til samarbejdspartnere.
	Ræk ud til andre virksomheder, der har arbejdet med det samme cirkulære tiltag, og del jeres umiddelbare erfaringer. Anmod også om sparring og råd.
Udfordringer/barrierer	Forsøg at forudse, hvilke udfordringer, du kunne støde på i implementeringsprocessen (fx ved at spørge andre til råds eller forholde jer til lovgivning på området) og læg en tentativ plan for, hvad du skal gøre, hvis du møder dem.
Kommunikation	Brug jeres motivation og målsætninger til kommunikation i løbet af implementeringsprocessen. Internt kan de agere pejlemærke og være et fællessprog, der sørger for, at alle ved, hvad der arbejdes henimod. Eksternt kan de give kunder og samarbejdspartnere indblik i, hvad I er i gang med.
	Når du kommunikerer dine målsætninger og din igangværende implementering af cirkulære tiltag til dine slutbrugere eller andre eksterne interessenter, er det vigtigt at overholde markedsføringsloven. Undgå derfor greenwashing (overdrivelse af bæredygtighedstiltag), når du kommunikerer ud. Anvend Forbrugerombudsmandens Kvikguide til virksomheder om miljømarkedsføring .

Få inspiration

I inspirationscases i guiden kan du læse, hvordan:

- **Underprotection** afprøver implementering af en takeback-ordning for deres tekstilprodukter.
- **nemlig.com** har etableret takeback og genbrug af egne termokasser.
- **FoodPeople** har etableret et symbiosesamarbejde med en leverandør.
- **Hedeselskabet** opkøber, genanvender og videresælger andre virksomheders biorestprodukter.
- **Buddha Bikes** reparerer og gensælger brugte cykler.
- **Aasted** rådgiver deres kunder i brug af egne produkter, så produkternes levetid forlænges gennem reparation og korrekt brug, samt hvordan de redesigner deres produkter mhp. at forlænge levetiden og mindske materialeforbruget forbundet med at producere dem.



4. Effektmåling

Find ud af om dine tiltag virker

Efter dine tiltag er blevet implementeret og har fungeret i din virksomhed i et stykke tid, er det relevant at vide, om de har den ønskede effekt jf. jeres målsætninger, eller om tiltaget skal revurderes. Det er derfor vigtigt, at du estimerer effekten af tiltaget.

Effektvurdering kan ske på flere måder:

1. Årligt i form af en genberegning af jeres samlede CO₂e-udledning i scope 1, 2 og 3 på virksomhedsniveau, og hvorvidt den reduceres som helhed sammenlignet med jeres baseline-år. Når du vurderer effekten af dine cirkulære tiltag, bør du være opmærksom på, at effekten muligvis ikke kan vurderes allerede det første år, efter tiltaget er fuldt implementeret. Det kan tage nogle år, før tiltagets virkning viser sig. Derfor er det vigtigt med kontinuerlige målinger, eksempelvis på årsbasis, så du kan følge udviklingen.
2. Løbende og med jævne mellemrum estimere og kvantificere effekten af et tiltag i andre enheder end CO₂e-udledning, fx reducerede mængder indkøbte og brugte materialer, eller mængder produceret affald.

Vær opmærksom på, at når du måler effekten ved at genberegne jeres samlede CO₂e-udledning i scope 1, 2 og 3 er det vigtigt at være opmærksom på, at effekten af ens tiltag ikke altid er synlig i den forventede scope 3-kategori, og ofte afhænger effekten af ens forretningsmodel og af tiltagets type. Eksempelvis vil tiltag ifm. aktiviteter, der befinder sig opstrøms i værdikæden, ofte have en effekt, der kan aflæses direkte i virksomhedens eget klimaaftryk inden for relativt kort tid. Et eksempel på dette kunne være ved indkøb af mindre emballage til sine produkter.

Tiltag ifm. nedstrømsaktiviteter kan have en længere tidshorisont, før en effekt kan aflæses. Eksempelvis vil effekterne af tiltag vedrørende forlænget levetid eller genanvendelse i brugsfasen først kunne aflæses i scope 3 efter hhv. endt levetid og længere tids brug.

Slutteligt vil tiltag, der opererer på produktniveau (fx et skift til mere klimavenlige materialer), kunne aflæses i eksempelvis livscyklusanalyser (LCA'er)⁷ eller andre målinger på produktniveau, og altså ikke nødvendigvis i klimaregnskabet på virksomhedsniveau. Det er dog væsentligt at understrege, at dette ikke betyder, at den slags tiltag er unødvendige – det er bestemt ikke tilfældet, og alting tæller i det store klimaregnskabsbillede.

Udbytte

Når du og din virksomhed har været igennem hele processen fra etablering af et fundament til kortlægning af CO₂e-udledninger i scope 3 til udvælgelse, implementering og effektmåling af cirkulære tiltag, har du som minimum opnået to væsentlige ting:

- Kortsigtede og/eller langsigtede reduktioner af CO₂e-udledning i jeres scope 3.
- Ressourceeffektivitet i form af bedre udnyttelse af eksisterende ressourcer, idet materialer o.lign. holdes i et cirkulært kredsløb fremfor at nyudvindes.

Derudover kan din virksomhed have opnået:

- Kommerciel gevinst og konkurrencemæssige fordele ved at have beregnet jeres klimaaftryk og have en plan for at reducere det, som i stigende grad efterspørges blandt kunder og myndigheder. Derudover kan din virksomhed også have opnået bedre interne processer bl.a. reducerede omkostninger, en højere produktivitet, en fastholdelse og tiltrækning af arbejdskraft og en stærkere klimakommunikation.⁸

UNDGÅEDE UDLEDNINGER

Vær opmærksom på, at fremtidige undgåede CO₂e-udledninger (såkaldte "avoided emissions"), fx som følge af undgået produktion af nye materialer eller ændret affaldshåndtering, ikke kan fratrækkes ens nuværende klimaregnskab, fordi det ligger uden for scopes jf. GHG-protokollen. Dette kan du læse mere om i *Udvidet vejledning* på [Klimakompassets hjemmeside](#).

⁷ LCA står for Life Cycle Assessment, og er en kvantitativ metode til at analysere et produkts miljøaftryk i forbindelse med hver fase af dets livscyklus. Dette gælder altså helt fra udvinding af råmateriale til produktion til distribuering, brugsfase og affaldsbehandling. Vær opmærksom på, at du ikke kan foretage målinger på produktniveau i Klimakompasset.

⁸ Husk altid at forholde dig til Forbrugerombudsmandens [Kvikguide til virksomheder om miljømarkedsføring](#) før du kommunikerer om dit reduktionsarbejde.

5. Forankring

Det fortsatte arbejde med reducere af CO₂e-udledning i scope 3

Arbejdet med at reducere din virksomheds CO₂e-udledning er en løbende indsats, der aldrig er færdig, idet de aktiviteter, der står for din virksomheds CO₂e-udledning, vil være i konstant forandring. Samtidig kan lovgivning og nye teknologiske muligheder skabe nye potentialer for, at I kan indfri flere målsætninger for jeres arbejde med at reducere jeres klimaaftryk. For fortsat at kunne nedbringe virksomhedens CO₂e-udledning, bl.a. ved at implementere cirkulære tiltag, bør trinene, der er gennemgået i denne inspirationsguide, gøres til en strategisk prioritet og gentages med jævne mellemrum i en iterativ proces.

Ved at nedsætte en styregruppe med relevante personer fra virksomheden, bliver forankring på tværs af afdelinger i virksomheden stærkere. Ved at tilgå det som en driftsopgave frem for et projekt, vil de enkeltstående opgaver i hverdagen desuden blive nemmere at sikre fremdrift i, og i forlængelse heraf kvalitetssikret. Udpegning af én eller flere ansvarlige sikrer, at arbejdet ikke går i stå, og sikrer desuden indhentning af nødvendige informationer og data, som muliggør, at effekten af de implementerede tiltag kontinuerligt vurderes. De(n) ansvarlige kan halvårligt eller årligt udarbejde en status, og på baggrund heraf gennemgå de nødvendige trin og løbende rapportere til virksomhedens ledelse.

Aktionsmodel

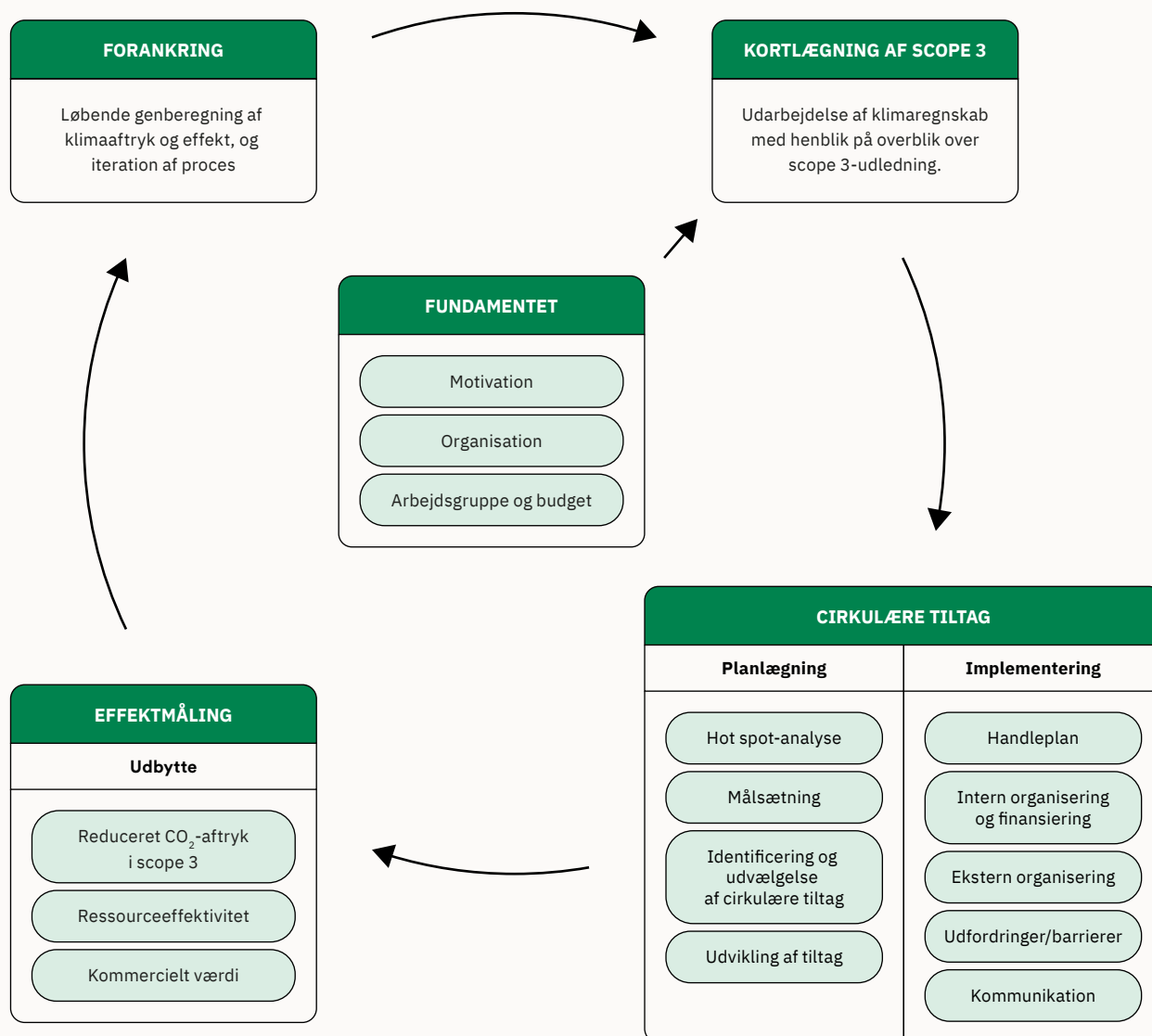
Et værktøj, der kan hjælpe dig videre

Indtil nu har inspirationsguiden været en trin-for-trin gennemgang af “den ideelle proces” for implementering af cirkulære tiltag.

I dette afsnit introduceres en aktionsmodel, der visualiserer de forskellige trin, som er beskrevet ovenover. I modsætning til “den ideelle proces” er aktionsmodellen ikke lineær, fordi virkeligheden for mange virksomheder ikke er lineær. Mange er i gang med eller har implementeret cirkulære tiltag, men uden at have et overblik over deres CO₂e-udledninger i scope 3. Omvendt har andre virksomheder et godt overblik over deres CO₂e-udledning, men er endnu ikke gået i gang med at reducere deres CO₂e-udledning i scope 3.

Aktionsmodellen tillader dig at træde et skridt tilbage og danne dig et overblik over, hvor du har været, og hvor du skal hen. Aktionsmodellen kan anvendes som et arbejdsredskab, hvor du kan se, hvilke trin du og din virksomhed måske allerede har været igennem, samt planlægge, hvad jeres næste skridt skal være.

Overskrifterne i aktionsmodellen følger overskrifterne fra trinene i “Den ideelle proces”, som er beskrevet ovenover, og du kan derfor orientere dig i trinene og finde en uddybning af, hvad de specifikke trin indebærer.



Eksempler på anvendelse af aktionsmodellen

1. En virksomhed har kortlagt sin CO₂e-udledning i scope 3 og har gennemført planlægningsfasen. De har fået et godt overblik over, hvor deres væsentlige CO₂e-udledninger er, og de har identificeret, udvalgt og udviklet et cirkulært tiltag, der passer til netop deres forretning. Men arbejdet står stille, og det er svært at komme videre med implementeringen, men ingen ved rigtigt hvorfor. Ved at anvende aktionsmodellen og den tilhørende trin-beskrivelse i inspirationsguiden bliver virksomheden bevidst om, at der har været mangler i opstartsfasen, og at fundamentet derfor ikke er på plads: Ledelsen er ikke med på idéen, og der er ikke allokeret nok ressourcer. Virksomheden ved derfor nu, at de skal gå til ledelsen og sørge for at få opbakning og sparring omkring, hvordan de sammen kommer videre i processen.
2. En virksomhed har implementeret et eller flere cirkulære tiltag, som fungerer i praksis. Men virksomheden har ingen baseline, og derfor er det svært at vurdere effekten af tiltaget, så virksomheden kan kommunikere resultater og skabe forankring internt. Aktionsmodellen og den tilhørende trin-beskrivelse i inspirationsguiden klargør for virksomheden, at de er nødt til at udarbejde en målsætning, som de kan estimere ud fra, eller de skal kortlægge deres CO₂e-udledninger i et klimaregnskab, så de også på sigt kan følge og kommunikere udviklingen af deres CO₂e-reduktion.



Cases

Inspirationsguide



Cases

Thortrans	20
Aasted	23
BEWI Danmark	26
Buddha Bikes	30
Flying Tiger Copenhagen	33
FoodPeople	36
Haarup Maskinfabrik	39
Nilfisk	42
Volvo Construction Equipment	45
Kvadrat	48
KLS PurePrint	51
nemlig.com	54
Underprotection	57
Hedeselskabet	60



Thortrans

Motivation for at arbejde med bæredygtighed

Thortrans er en transportvirksomhed med kernekompetencer inden for møbel- og køkkentransport, samt transport af pap- og plastemballage til producentvirksomheder. For Lars Kristensen, Direktør i Thortrans, er bæredygtighed noget, der altid har vægtet højt.

Kortlægning af virksomhedens CO₂e-udledning

For Thortrans har det været en væsentlig faktor at kunne dokumentere deres CO₂e-udledning. For løbende at kunne opgøre deres klimaaftryk, indhenter de derfor data fra deres leverandører. Her oplever virksomheden dog en udfordring, idet flere af deres leverandører ikke har tal på deres CO₂e-udledninger. Derudover oplever Thortrans en udfordring vedrørende kvaliteten af det data, der er tilgængeligt, som ofte er præget af usikkerhed og manglende emissionsfaktorer.

Derfor har Thortrans så vidt muligt selv udarbejdet beregninger af deres egen scope 3-udledning.

Målsætninger

Thortrans har sigtet efter at implementere CO₂e-reducerende tiltag inden for næsten alle driftsområder, og deres fokus har især været på at implementere tiltag i de processer, hvor der udledes mest, og hvor de selv har handlerum til at påvirke udledningen.

Det har været et vigtigt mål for Thortrans at blive 100% affaldsneutrale, fordi affald fra virksomhedens drift var et område, hvor de havde gode muligheder for handlerum. Det vil sige, at alt, der kan genbruges og genanvendes, bliver genbrugt og genanvendt fremfor at blive sendt til forbrænding eller deponi.

Branche

Transport

Størrelse

50-249 medarbejdere

Etableret

1972

Væsentlige CO₂e-udledninger i scope 3

Indkøb af varer og tjenesteydelser (Kategori 1)

Cirkulære tiltag

Affaldssortering, genbrug og genanvendelse



Eksempel: Affaldssortering, genbrug og genanvendelse

For 15 år siden tog Lars en beslutning om, at virksomheden skulle være affaldsneutral, og alle daværende affaldsløsninger blev derfor opsagt, selvom der ikke var en ny løsning på plads. Derfor gik det hurtigt op for Lars, præcis hvor meget affald såsom træ, pap, papir, plast, metal, mv., virksomheden genererede, og som ophobede sig. Dette resulterede i en beslutning om at arbejde med genbrug og genanvendelse af affaldet.

Virksomheden startede småt med at implementere intern sortering af affaldet ved at ændre infrastrukturen i virksomheden. Fx blev der indsat flere skraldespande ved skrivebordene, som skulle engagere medarbejderne og få dem til at sortere i flere fraktioner.

Efterhånden udvidede Thortrans affaldssortering i flere fraktioner, så det også blev implementeret på lageret. Ved udvidelsen til hele virksomheden begyndte Thortrans også at genbruge og genanvende flere fraktioner internt. Eksempelvis bruger de papaffald til fyld i virksomhedens transportkasser i stedet for at indkøbe nyt pakkefyld. Ved at genbruge og genanvende affaldet internt reducerer Thortrans deres indkøb af nye materialer og reducerer derved CO₂e-udledninger i scope 3.

Processen krævede, at Thortrans investerede i nye maskiner på lageret, som skulle bearbejde affaldsfraktionerne. Processen var dyr og tidskrævende, men i dag sorterer og sælger Thortrans genanvendt metal, folier, plast og flamingo. Derudover har de en maskine, som kan neddele træ fra defekte paller og overskudstræ til træflis, samt en, der kan komprimere træspåner til træpiller. Begge disse genanvendte fraktioner sælges i dag til både private og erhvervskunder, og udgør en rentabel forretning for Thortrans.

Fordele ved cirkulære tiltag

Effekten af affaldssorteringen har vist sig at være økonomisk rentabel for Thortrans. Derudover er Thortrans' cirkulære tiltag noget, de bruger til at brande sig på udadtil, hvilket bl.a. har affødt, at virksomheden anses som en attraktiv arbejdsplads, og modtager jobansøgninger fra folk, der er motiveret for at arbejde i en grøn virksomhed.

Udfordringer ved cirkulære tiltag

Da Thortrans igangsatte den interne affaldssortering, oplevede de i første omgang modstand fra medarbejdere, som ikke kunne se fordelene i at sortere affald. Lars fortæller, at de derfor i første omgang måtte bruge en del ressourcer på intern træning og kommunikation for at ændre medarbejdernes vaner.

Effekterne af cirkulære tiltag

Hos Thortrans måles effekten af virksomhedens tiltag i CO₂e, og dette foregår i deres eget dertil udviklede program, hvor de kan logge og regne på deres klimadata.



OBS: CO₂e-besparelser ved reduktion af affald

Håndtering af affald ved hhv. forbrænding, genanvendelse eller genbrug vil give din virksomhed CO₂e-besparelser, men disse besparelser falder ikke ind under scope 3, medmindre din virksomhed selv genbruger eller genanvender affaldet. De opgøres i stedet *uden for scopes*, som *undgåede udledninger*. Du kan vælge særskilt at rapportere opgørelser for undgåede udledninger uden for scopes, men du kan ikke trække dem fra din opgørelse af scope 1, 2 og 3.

Dog kan du reducere dine scope 3-udledninger ifm. indkøb, hvis du genbruger eller genanvender dit eget affald internt i virksomheden i stedet for at købe nye materialer.

Læs mere om CO₂e-besparelser ved affald i [Udvidet vejledning](#) på [Klimakompassets hjemmeside](#).

Grøn markedsføring

Der er retningslinjer for, hvordan du må markedsføre dine grønne og cirkulære tiltag. Du kan læse om disse i Forbrugerombudsmandens [Kvikguide til virksomheder om miljømarkedsføring](#).

Derudover måles effekten af affaldssorteringen i vægt, og Lars fortæller, at de i dag er 99% affaldsneutrale.

Gode råd til andre virksomheder

Lars' gode råd til andre virksomheder er, at:

- Det er vigtigt at tænke en ansvarlig indtjening ind i sin forretningsstrategi.
- Det hele handler om at finde den bæredygtige balance mellem økonomi, miljø og sociale forhold i sin virksomhed.

Vær opmærksom på

Virksomheder er forskellige, og denne case viser, hvordan én virksomhed har grebet arbejdet med cirkulære tiltag an. Eksemplerne i casene kræver tilpasning til din virksomhed for at opnå den ønskede effekt.

Casene er lavet på baggrund af interviews, der er foretaget i efteråret 2022. Casene er et øjebliksbillede af virksomhedernes arbejde, men fordi arbejdet med cirkulær økonomi, CO₂e-reduktion og bæredygtighed er i konstant udvikling, vil virkeligheden i mange af case-virksomhederne have ændret sig siden casen blev udarbejdet. Er du interesseret i at vide mere om virksomhedernes arbejde, kan du orientere dig på virksomhedernes hjemmesider.



Aasted

Motivation for at arbejde med bæredygtighed

Aasted er en global producent af maskiner og andet specialiseret udstyr til produktion af chokolade, bagværk og konfekt.

For et par år siden påbegyndte Aasted arbejdet med at udarbejde et klimaregnskab. Arbejdet udsprang af et internt ønske om at være en grønnere virksomhed, og Aasted vurderede i den forbindelse, at klimapåvirkning er et af de væsentligste parametre. Af den grund begyndte virksomheden at udarbejde den første opgørelse af deres CO₂e-udledninger. Derudover er Aasted motiveret af en forventning om, at det vil medføre en bedre positionering på markedet, samt forbedre deres kunderelationer.

Kortlægning af virksomhedens CO₂e-udledning

Jesper Jerlang, Sustainability Manager hos Aasted, har opsat et system til opgørelsen af virksomhedens CO₂e-udledning i scope 1 og 2, og er nu ved at udvide til at opgøre scope 3, så Aasted kan rapportere et fuldt klimaregnskab.

I den første opgørelse af CO₂e-udledninger i scope 3 er virksomhedens indkøb samt kundernes brug af virksomhedens produkter Aasted's største udledningskilder. Opgørelsen viser desuden, at stort set hele Aasted's CO₂e-udledning ligger i scope 3. Da Aasted producerer maskiner med et højt energiforbrug og en lang levetid, stammer over 95% af virksomhedens CO₂e-udledninger fra kunders brug af maskinerne.

Målsætninger

Aasted har en ambitiøs målsætning om at blive CO₂e-neutrale i scope 1 og 2 inden 2030, og går efter en 50% reduktion af deres CO₂e-udledning i scope 3 også inden 2030. Jesper mener, at dette er noget, man kan, hvis man vil, og forklarer, at Aasted's målsætninger er internt drevet. Selvom Aasted har kunder, der er i gang med at nedsætte deres klimaaftryk, er det ikke dem, der har stillet konkrete forventninger til Aasted's målsætninger – men derimod Aasted selv.

Branche

Producent af maskiner og udstyr

Størrelse

250-499 medarbejdere

Etableret

1986

Væsentlige udledninger i scope 3

Brug af solgte produkter (Kategori 11)

Cirkulære tiltag

Optimering af kunders energiforbrug samt effektivisering af materialeforbrug





Eksempel: Optimering af kunders energiforbrug samt effektivisering af materialeforbrug

Fordi Aasteds største kilde til CO₂e-udledninger i scope 3 er kundernes brug af deres produkter, vurderede man i virksomheden, at CO₂e-udledninger fra netop denne scope 3 kategori var vigtigst at arbejde med at reducere. Det vigtigste værktøj for Aasted var i den forbindelse energieffektivitet, og virksomheden har derfor arbejdet med løsninger, der gør, at nogle af deres maskiner har et energiforbrug, der er 30% mindre end sammenlignelige maskiner.

Desuden har man hos Aasted kigget på, hvordan de kan hjælpe kunderne med at optimere deres energiforbrug i de systemer, hvor Aasteds maskiner indgår. Aasted kalder tiltaget for EnergySolutions. Helt konkret, tilbyder virksomheden at gennemføre en systemanalyse af kundernes energiforbrug, hvilket indebærer, at Aasted beregner hvor og hvad, der kan spares på, både økonomisk og i CO₂e-udledninger, når maskinerne bruges ude hos kunden.

Når Aasteds maskiner bruges til chokoladeproduktion, er der typisk steder i processen, hvor chokolademassen varmes op eller køles ned. Energibesparelser kan også være cirkulære, og i sådanne tilfælde handler det om at klargøre for kunderne, hvordan de kan genanvende og recirkulere den overskudsvarme, som kommer ud af processen. Aasted rådgiver desuden i, hvordan kunderne kan forlænge produkternes levetid bedst muligt gennem korrekt brug og vedligeholdelse, ligesom Aasted designer deres maskiner, så de lettere kan repareres. Eksempelvis forældes elektriske delkomponenter hurtigere end stålkomponenter, og disse kan derfor nemt erstattes. Aasted udfører disse reparationer og opgraderinger for kunderne.

Aasted oplever, at nogle kunder er meget interesserede i at energioptimere, mens andre slet ikke skænker det en tanke. Derfor er det interessant for Aasted at få kunderne til at se værdien i en systemanalyse, så de vil investere i det.

Fordi fokus hos Aasted især har været på at nedbringe CO₂e-udledningen forbundet med brug af deres produkter, er tiltagene om energieffektivitet og levetidsforlængelse vigtige dele af Aasteds bæredygtighedsstrategi. Men virksomheden arbejder også med adskillige andre typer cirkulære tiltag: fx arbejder Aasted på at kunne udleje deres maskiner i en produkt-som-service-forretningsmodel, og virksomheden har desuden fokus på cirkulært redesign af deres produkter. Det primære fokus i den forbindelse er på at øge genanvendeligheden og på at kunne servicere maskinerne og dermed forlænge levetiden.

Derudover har Aasted fokus på at indkøbe råmaterialer med så højt et indhold af genanvendt materiale som muligt.

Effekterne af cirkulære tiltag

Hos Aasted arbejdes der hen imod opsætning af et system, som kan måle forbruget hos kunderne, samt på effekten af energioptimeringen.

Jesper tilføjer dog, at det kan være svært at få den korrekte data: *“Når man producerer produkter, hvor energiforbruget afhænger så meget af brugssceneriet, så er det der, det bliver rigtig svært. Særligt da kunderne ikke altid er interessede i at dele de data.”*

Hvis det lykkes at opsætte et system for den type dataindsamling, mener Jesper, at det på den måde kan blive tydeligere, at Aasted arbejder hen imod 50% reduktionsmål af CO₂e-udledningerne i scope 3.

Gode råd til andre virksomheder

Ifølge Jesper, skal arbejdet med bæredygtighed og cirkularitet være en del af hele virksomheden:

- Det er vigtigt, at bæredygtighedsarbejdet er drevet fra toppen af virksomheden – især, når det er mindre virksomheder.
- Arbejdet skal forankres ned i organisationen i alle led, og ikke kun være en del af bæredygtighedsafdelingen, men også være at finde i finans, supply chain management, udviklingsafdelingen osv.

Vær opmærksom på

Virksomheder er forskellige, og denne case viser, hvordan én virksomhed har grebet arbejdet med cirkulære tiltag an. Eksemplerne i casene kræver tilpasning til din virksomhed for at opnå den ønskede effekt.

Casene er lavet på baggrund af interviews, der er foretaget i efteråret 2022. Casene er et øjebliksbillede af virksomhedernes arbejde, men fordi arbejdet med cirkulær økonomi, CO₂e-reduktion og bæredygtighed er i konstant udvikling, vil virkeligheden i mange af case-virksomhederne have ændret sig siden casen blev udarbejdet. Er du interesseret i at vide mere om virksomhedernes arbejde, kan du orientere dig på virksomhedernes hjemmesider.



BEWI Danmark

Motivation for at arbejde med bæredygtighed

BEWI Group er en international leverandør af emballage, komponenter og isoleringsløsninger og har afdelinger i ca. 16 lande i Europa. BEWI producerer både i EPS (flamingo), EPP, hård plast og pap. Derudover har virksomheden udviklet en 100% genanvendt EPS-råvare. I BEWI's danske afdeling er bæredygtighedskoordinator Sebastien Bouchara med til at drive virksomhedens grønne omstilling. BEWI arbejder bl.a. med at finde nye løsninger inden for cirkulær økonomi og CO₂e-reduktion, og Sebastien fortæller, at:

“Vores motivation for at arbejde med cirkulær økonomi er bl.a. at stræbe efter at være de bedste i branchen til at levere løsninger med det laveste CO₂e-aftryk. Kravene til produktets funktion skal være opfyldt, og så leverer vi produktet i det materiale, der samlet set har det laveste CO₂e-aftryk”.

Sebastien Bouchara
Bæredygtighedskoordinator

Kortlægning af virksomhedens CO₂e-udledning

BEWI Danmark står ikke for at beregne virksomhedens klimaregnskab. Det gør BEWI Group, som er den internationale afdeling, og som har berøringsflade på tværs af de forskellige nationale afdelinger.

Én af Sebastiens opgaver er at rapportere om forholdene i BEWI's danske afdeling. Dette foregår i et bæredygtighedsrapporteringssystem, der hedder Position Green, og som er baseret på Science Based Targets initiativet¹ og Global Reporting Initiative.²

Fordi BEWI har mange danske lokationer, har Sebastien udarbejdet driftsjournaler, som driftslederne på alle fabrikkerne rapporterer i. Med disse har de et fælles system, så

¹ Science Based Target Initiative (SBTi) er et initiativ, der sikrer, at de deltagende virksomheder sætter reduktionsmål i overensstemmelse med Paris-aftalen og gældende klimavidenskab.

² Global Reporting Initiative er en international organisation, der har skabt internationale standarder for bæredygtighedsrapportering.

Branche

Fremstilling af plastemballage og byggematerialer

Størrelse

250-499 medarbejdere

Etableret

2014

Væsentlige udledninger i scope 3

Indkøbte varer og tjenesteydelser (Kategori 1)

Cirkulære tiltag

Takeback-ordning og rådgivning til kunder om bæredygtige løsninger

BEWI

Sebastien nemt kan finde data om fabrikkernes drift og indtaste disse i Position Green.

For BEWI Group opstår den største CO₂e-udledning i scope 3 i forbindelse med indkøb af råvarer og materialer.

Målsætninger

Det er BEWI Groups ejerkreds og bestyrelse, som definerer bæredygtighedsstrategien for alle virksomhedens afdelinger, og de sætter i den forbindelse klare og veldefinerede målsætninger. Det er dog muligt for Sebastien og BEWI Danmark at formulere egne lokale målsætninger for alle afdelinger, så længe de overholder de overordnede mål eller højner ambitionsniveauet.

Mange af BEWI Groups målsætninger skal sikre, at virksomheden arbejder på at reducere deres materialeindkøb, hvor deres største scope 3 udledninger ligger. Eksempelvis lyder nogle af virksomhedens mål således:

- 50% af deres råvareproduktion skal benytte sig af ikke-fossile ressourcer eller genanvendte materialer, dvs. genanvendt plastik eller pap.
- 100% af de produkter, som BEWI producerer og sælger skal være genanvendelige.

Selvom de cirkulære målsætninger opgøres i vægt og antal ressourcer og ikke sigter efter en reduktion af et specifikt antal ton CO₂e-udledning, er det bagvedliggende ønske alligevel en ambition om, at tiltagene skal bidrage til fremtidig og kontinuerlig reduktion af CO₂e.



Eksempel: Takeback-ordning og rådgivning til kunder om bæredygtige løsninger

Sebastien fortæller, at processen med at udvikle og implementere cirkulære tiltag i BEWI Danmark ofte starter med en intern diskussion i plenum, hvor bæredygtighedsafdelingen samt andre potentielt relevante afdelinger er til stede. Her diskuteres fordele og ulemper ved et givent potentielt tiltag, herunder bl.a. hvad miljø- og klimagevinsten er, hvad prisen er, og hvorvidt det er noget, virksomheden har handlerum til at gøre noget ved.

Hos BEWI er en stor del af deres emballageproduktion centreret om fremstilling af kasser lavet af plast typerne EPP og EPS til opbevaring af fødevarer. Et af de cirkulære tiltag, BEWI Danmark har implementeret, er en takeback-ordning, der betyder, at de indsamler og genanvender alt det, de får retur fra deres kunder. Dette bidrager til at reducere virksomhedens udledninger, fordi de minimerer deres forbrug af jomfruelige materialer.

Ideen om genanvendelse opstod i 2018, da BEWI ønskede at fremstille genanvendt råmateriale. I denne forbindelse skulle BEWI sikre, at de kunne opkøbe tilstrækkelige mængder materiale til genanvendelse, og derfor blev BEWI Circular etableret. BEWI Circular er BEWIs eget affaldsselskab, der bl.a. sender pap,



OBS: CO₂e-besparelser ved reduktion af affald

Håndtering af affald ved hhv. forbrænding, genanvendelse eller genbrug vil give din virksomhed CO₂e-besparelser, men disse besparelser falder ikke ind under scope 3. De opgøres i stedet *uden for scopes*, som *undgåede udledninger*. Du kan vælge særskilt at rapportere opgørelser for undgåede udledninger uden for scopes, men du kan ikke trække dem fra din opgørelse af scope 1, 2 og 3.

Dog kan du reducere dine scope 3-udledninger ifm. indkøb, hvis du genbruger eller genanvender dit eget affald internt i virksomheden i stedet for at købe nye materialer.

Læs mere om CO₂e-besparelser ved affald i Udvidet vejledning på [Klimakompassets hjemmeside](#).

EPS, EPP og andre plasttyper til genanvendelse. I dag modtager BEWI Circular størstedelen af sin EPS fra de offentlige genbrugspladser, samt fiskekasser fra havnene.

Virksomheden gik teknisk til værks, og kom bl.a. frem til, at emballage i EPP er bedre egnet til genbrug end EPS, da EPP er betydeligt mere robust, og derfor kan genbruges af kunden i flere år. EPP er dog mere miljø- og CO₂-mæssigt kosteligt at producere og genanvende end EPS, idet det kræver mere energi og processering. Men fordi EPP-produkter kan genbruges ad flere omgange, vil dette efterlade det laveste CO₂e-aftryk set ift. produktets livscyklus.

BEWIs sælgere vejleder derfor bl.a. deres kunder i, hvilken løsning, der passer bedst til deres behov ift. bl.a. isoleringsevne, beskyttelse og robusthed, så de overordnet set får den mest bæredygtige løsning til deres behov. ”Vi forsøger at påvirke kunderne til at vælge den løsning, der i deres tilfælde har et lavere CO₂e-aftryk. Vi kan allerede se, at det lykkes – dog ikke hver gang,” fortæller Sebastien.

Ambitionen for BEWI Danmark er, at de på sigt vil have alt deres EPS og EPP retur fra deres kunder med henblik på genanvendelse, samt at deres EPP-produkter kan genbruges af kunden mest muligt, før det returneres til BEWI til genanvendelse.

Fordele ved cirkulære tiltag

BEWI Danmark gør meget ud af, at driftscheferne på alle deres fabrikker kender til virksomhedens miljø- og klimamæssige målsætninger, så de kan bidrage til at finde løsninger til at opnå dem, samt til at følge og effektivisere eksisterende planer.

Udfordringer ved cirkulære tiltag

Hos BEWI Group må tiltag for at reducere CO₂e-udledninger gerne koste penge. Tre år efter idriftsættelse er takeback- og genanvendelsesordningen fortsat en udgift for virksomheden. Det kan skyldes, at der ikke kommer så meget emballage retur, som virksomheden havde håbet på. Sebastien fortæller dog, at BEWI fortsætter arbejdet med initiativet og forventer, at markedet på længere sigt modnes og bliver mere modtageligt overfor initiativer vedrørende takeback-ordninger og genanvendte materialer.

Derudover kan det for virksomheder som BEWI Group være en udfordring at arbejde på tværs af lande, der har forskellige lovgivninger vedrørende emballage og anvendelse af materialer, der skal imødekommes. Eksempelvis blev det i 2021 under Frankrigs antiaffaldslovgivning forbudt for virksomheder at sælge og anvende EPS-kasser, fordi det opfattes som engangplast.

Effekterne af cirkulære tiltag

BEWI's beregning af effekten af deres cirkulære tiltag afhænger af tiltaget. Effekten af takeback-ordningen beregnes på baggrund af vægten af indkøbte råmaterialer. For at tiltaget fortsat skal være en succes, skal mængden af indkøbte råmaterialer falde i takt med, at mere og mere materiale kan genanvendes. Disse tal omregnes sidenhen til CO₂e i Position Green-værktøjet. På den måde kan BEWI følge deres udledning af CO₂e på tiltagsniveau. Interesserede parter kan følge med i dette i BEWIs årlige Bæredygtighedsrapport på deres hjemmeside.

Gode råd til andre virksomheder

Sebastien anbefaler andre virksomheder at:

- Dele sine udfordringer åbent i virksomheden – på den måde er det nemmere at identificere de barrierer, der går igen, og således finde ud af hvilke tiltag, der skal til for at kunne styre uden om dem.
- Kigge hele virksomhedens værdikæde igennem og identificere, hvor man har handlerum, da man via dette overblik lettere kan opnå stor reduktion af CO₂e-udledning.

Vær opmærksom på

Virksomheder er forskellige, og denne case viser, hvordan én virksomhed har grebet arbejdet med cirkulære tiltag an. Eksemplerne i casene kræver tilpasning til din virksomhed for at opnå den ønskede effekt.

Casene er lavet på baggrund af interviews, der er foretaget i efteråret 2022. Casene er et øjebliksbillede af virksomhedernes arbejde, men fordi arbejdet med cirkulær økonomi, CO₂e-reduktion og bæredygtighed er i konstant udvikling, vil virkeligheden i mange af case-virksomhederne have ændret sig siden casen blev udarbejdet. Er du interesseret i at vide mere om virksomhedernes arbejde, kan du orientere dig på virksomhedernes hjemmesider.



Buddha Bikes

Motivation for at arbejde med bæredygtighed

Buddha Bikes er et socialøkonomisk cykelværksted i København, der sælger cykler, der er bygget ud af brugte og skrottede cykler og reservedele. Hele virksomhedens forretningsmodel er baseret på at reparere og genbruge reservedele frem for at købe nye. Derfor er cirkulær økonomi en indlejret del af virksomhedens DNA og en grundlæggende værdi. Simon Søndergaard, grundlægger af Buddha Bikes, ønsker med Buddha Bikes at inspirere andre iværksættere, der har lyst til at arbejde med afsæt i en cirkulær forretningsmodel.

Kortlægning af virksomhedens CO₂e-udledning

Simon fortæller, at Buddha Bikes godt kunne tænke sig at have præcise tal på virksomhedens samlede klimaaftryk, både på produktniveau og virksomhedsniveau. Men denne proces kan være tidskrævende og dyr, og virksomheden har ikke ressourcerne til det lige nu.

Hvert af Buddha Bikes' produkter er unikke, når man arbejder med istandsættelse af brugte genstande, hvilket gør det udfordrende at foretage en livscyklusberegning på produktniveau, der gælder på tværs af produkter.

Det er dog ikke noget, Buddha Bikes' kunder lægger stor vægt på, fordi produkterne, de køber, er af genbrugsmaterialer, hvilket er det, der vægter højest.

“Uanset hvor miljørigtigt, du kan producere en given genstand, vil det næsten altid være mere miljøvenligt at reparere en tilsvarende genstand, der allerede er produceret.”

Simon Søndergaard

Grundlægger af Buddha Bikes

Branche

Produktion og reparation af cykler

Størrelse

10-49 medarbejdere

Etableret

2012

Væsentlige udledninger i scope 3

Ikke kortlagt

Cirkulære tiltag

Reparation og genbrug





Eksempel: Reparation og genbrug

Buddha Bikes' forretningsmodel er baseret på reparation af cykler og genbrug af de forskellige cykelreservedele og komponenter. Virksomheden er interesseret i at undgå merforbrug og spare på forbruget af ressourcer, hvor det er muligt. Det gør de ved at genbruge og reparere det, der allerede eksisterer og på den måde forlænge brugen af produkterne frem for, at de bliver til affald. På den måde minimeres ressourceforbrug ved produktion og indkøb af nye cykler og materialer, hvilket kan reducere virksomhedens scope 3-udledning.

Simon mener, at Buddha Bikes har en fordel, fordi det kan være lettere at arbejde med reparation og genbrug i netop cykelindustrien, da reservedele til cykler er mere tilgængelige end i mange andre brancher. De forskellige dele til en cykel kan desuden ofte svejses sammen eller nemt udskiftes med andre komponenter.

Virksomheden modtager genbrugscykler fra flere steder. Langt størstedelen får de igennem samarbejde med kommunalt ejede renovationselskaber. Derudover modtager de cykler fra hittegods, privatdonationer og gennem et samarbejde med TopDanmark, der ejer de stjålne cykler, de har udbetalt erstatning for, hvis de bliver fundet igen.

Fordele ved cirkulære tiltag

En af de vigtigste fordele ved Buddha Bikes' cirkulære forretningsmodel er, at de har oplevet positiv respons fra kunderne, som ønsker at støtte op om at købe genbrug og synes, at reparation af cykler er det rigtige at gøre. Kombinationen af miljøfordele, kompetent håndværk og billige priser tiltrækker kunder til Buddha Bikes.

Udfordringer ved cirkulære tiltag

En af Buddha Bikes' udfordringer er, at virksomheden ikke altid kan være sikret en stabil forsyning af genbrugsreservedele. De må derfor købe nye materialer, når det ikke er muligt at genbruge.

Ifølge Simon er der ingen producenter af cykelreservedele i Europa, hvorfor Buddha Bikes er nødsaget til at købe deres materialer via danske og tyske grossister, der indkøber fra store fabrikker i bl.a. Asien. De lange transportafstande udgør en udfordring ift. scope 3-udledning forbundet med indkøb af reservedelene, men det er en udfordring, der ikke pt. er en løsning på.

Derudover oplever Buddha Bikes, at selvom kunderne er positive omkring virksomhedens cirkulære forretningsmodel, har de samtidig ikke lyst til at skulle betale ekstra for det. For fortsat at kunne tiltrække kunder, er Buddha Bikes altså nødt til at holde priserne på cyklerne på et relativt lavt niveau, hvilket kan være en balance.

Simon forklarer også, at det kan være en udfordring, at der allerede er en forventning om, at cykelindustrien er klimavenlig. Da den generelle holdning er, at det allerede er grønt at cykle, så er branchen ikke motiveret for yderligere forbedring.

Gode råd til andre virksomheder

Simons gode råd til andre, som ønsker at igangsætte cirkulære tiltag er:

- Find et produkt, der kan repareres, gerne noget som du ved folk ellers kommer til at smide ud.
- Vurdér om der er steder, hvor affald fra enten egen eller andres forretning kan blive til nye produkter eller bi-produkter, og lav en forretning ud af det.
- Vær indstillet på at arbejde hårdt. Cirkulære modeller handler om værdiforøgelsen af eksisterende materialer, og det kræver arbejde.

Vær opmærksom på

Virksomheder er forskellige, og denne case viser, hvordan én virksomhed har grebet arbejdet med cirkulære tiltag an. Eksemplerne i casene kræver tilpasning til din virksomhed for at opnå den ønskede effekt.

Casene er lavet på baggrund af interviews, der er foretaget i efteråret 2022. Casene er et øjebliksbillede af virksomhedernes arbejde, men fordi arbejdet med cirkulær økonomi, CO₂e-reduktion og bæredygtighed er i konstant udvikling, vil virkeligheden i mange af case-virksomhederne have ændret sig siden casen blev udarbejdet. Er du interesseret i at vide mere om virksomhedernes arbejde, kan du orientere dig på virksomhedernes hjemmesider.



Flying Tiger Copenhagen

Motivation for at arbejde med bæredygtighed

Flying Tiger Copenhagen er en butikskæde, der sælger varer inden for hverdagsprodukter, fødevarer og beklædning. Butikskæden har over 800 forretninger i Danmark og udlandet. Med ønsket om at blive frontløber i den grønne omstilling, besluttede virksomhedens bestyrelse i 2019 at investere i og implementere en bæredygtighedsstrategi, som skal bidrage til reduktion af Flying Tiger Copenhagen's klimaaftryk.

Trine Pondal, Director of Sustainability and Social Responsibility hos Flying Tiger Copenhagen, fortæller, at bæredygtighedsafdelingen har ledelsens fulde opbakning, og at der derfor ikke stilles spørgsmålstejn ved nødvendigheden af afdelingens arbejde. De har fået frie tøjler, og har derfor heller ikke et udspecificeret budget, de skal følge.

Kortlægning af virksomhedens CO₂e-udledning

I forbindelse med, at Flying Tiger Copenhagen skulle lægge en bæredygtighedsstrategi, igangsatte de en kortlægning af virksomhedens samlede udledninger af CO₂e. Resultatet viste, at op mod 97% af Flying Tiger Copenhagen's CO₂e-udledning ligger i scope 3 på tværs af kategorierne *Indkøbte varer og tjenesteydelser (kategori 1)*, *Forarbejdning af solgte produkter (kategori 10)* og *Nedstrøms transport og distribution (kategori 9)*.

Målsætninger

Det var først og fremmest vigtigt for Flying Tiger Copenhagen at fastsætte konkrete og realistiske målsætninger, som virksomheden skulle kunne indfri frem mod 2026.

Trine forklarer, at processen med at sætte konkrete målsætninger beroede på virksomhedens interne ekspertise og viden, samt dialog med eksperter fra [normative.io](https://www.normative.io). Efterfølgende fik de deres målsætninger for scope 1, 2 og 3 valideret af Science Based Targets initiative.³

³ Science Based Targets initiative (SBTi) er et initiativ, der sikrer, at de deltagende virksomheder sætter reduktionsmål i overensstemmelse med Paris-aftalen og gældende klimavidenskab.

Branche

Engros- og detailhandel

Størrelse

500+ medarbejdere

Etableret

1995

Væsentlige udledninger i scope 3

Indkøbte varer og tjenesteydelser (Kategori 1)

Cirkulært tiltag

Ændrede indkøb til mere genanvendte og genanvendelige materialer

flying tiger
copenhagen



Eksempel: Ændrede indkøb til mere genanvendte og genanvendelige materialer

Et sted, hvor Flying Tiger Copenhagen kunne se et stort potentiale for cirkulær omstilling, var i indkøbsafdelingen. Flying Tiger Copenhagen er en variety retail-virksomhed, hvilket betyder, at indkøbsafdelingen ikke er bundet til ét bestemt sortiment af varer. Derfor har indkøberne stor fleksibilitet og kan vælge at indkøbe de mest klimavenlige produkter uden, at andre kan kræve, at det udledende produkt holdes i sortimentet.

Bæredygtighedsafdelingen har derfor udarbejdet en "Raw Material Guideline" som en prioriteret liste over materialer, som indkøberne skal orientere sig efter, når de køber ind. Flying Tiger Copenhagen's indkøb skal helst ligge i toppen og aldrig i bunden af følgende liste:

1. Fornyelige materialer
2. Genanvendte eller genanvendelige materialer
3. Genanvendt plastik
4. Jomfrueligt plastik
5. Uønskede plastiktper: bio-plast, bio-nedbrydeligt plast og plast iblandet organiske materialer

Trine fortæller om listen: *"Det er et af de værktøjer vi har brugt allermest; det er en kraftig forsimpning, som gør, at indkøberne forstår, hvad det er, de skal gøre. Det fjerner gråzonerne."*

Hvis indkøberne ikke kan placere deres indkøb øverst på listen, vil bæredygtighedsargumentet være, at de helt skal lade være med at købe det, og i stedet prioritere andre varer.

Flying Tiger Copenhagen beretter desuden, at det er vigtigt at udvælge råmaterialer med lav udledning af CO₂e, samt at vælge materialer, der kan genanvendes, fx glas, metal og plasttyper, og som genanvendelsesindustrien har præference for og kan håndtere.

Samme type prioriteringsliste har Flying Tiger Copenhagen implementeret i forhold til deres emballage, hvor det tilstræbes at anvende så lidt emballage som muligt, samt minimere brugen af plast.

Fordele ved cirkulære tiltag

De cirkulære tiltag har bidraget positivt til markedsføring og salg hos Flying Tiger Copenhagen, og det har skabt incitament til nytænkning af produktdesign.

Flying Tiger Copenhagen beretter yderligere, at deres målsætninger anvendes internt som et slags fællessprog, der bidrager til, at det ikke kun er bæredygtighedsafdelingen, der har bæredygtighed på sinde, men at det er forankret i virksomhedens værdigrund-

lag og strategi. Målsætningerne implementeres som en kultur i virksomheden gennem intern kommunikation og træning, som har vist sig at være effektiv. Eksempelvis kom en anden afdeling end bæredygtighedsafdelingen med et spontant forslag til, hvordan virksomheden kunne reducere deres papirforbrug med 30% ved at printe deres kvitteringer anderledes – en ændring, der sidenhen er blevet implementeret på tværs af kædens forretninger.

Udfordringer ved cirkulære tiltag

En udfordring, som Flying Tiger Copenhagen har mødt i forbindelse med implementeringen af deres cirkulære tiltag, er, at det globale genanvendelses- og sorterings-system er umodent. For en virksomhed på det globale marked kan det derfor være svært at sikre, at produkter, der sælges, rent faktisk bliver genanvendt. Dette bør dog, ifølge Trine, ikke påvirke ambitionsniveauet:

“Vi forsøger at gøre det så godt som vi kan, velvidende, at i visse lande er det lige meget, hvad vi gør, det bliver alligevel gravet ned. Men så kan vi i det mindste gøre aftrykket mindre.”

Trine Pondal

Director of Sustainability and Social Responsibility

Effekterne af cirkulære tiltag

Effekten af Flying Tiger Copenhagen's cirkulære tiltag opgøres i redueringen af udledning af CO₂e målt i tons. Flying Tiger Copenhagen kender emissionsfaktorerne på deres indkøbte materialer fra databasen Normative⁴. De kan således udregne udledninger forbundet med deres indkøbte materialer over en periode, og på den måde kan udviklingen i deres CO₂e-udledning aflæses.

Gode råd til andre virksomheder

Trines råd til andre virksomheder er:

- Husk på, at arbejdet med bæredygtighed er en kontinuerlig proces, hvor mål og behov kan ændre sig med den globale udvikling.
- Arbejdet med klima og CO₂e-reducering skal aldrig anses for at være færdigt, og virksomheder bør kontinuerligt arbejde på at forbedre deres initiativer.
- Resultater er ofte kun en indikation af virkeligheden, fordi videnskaben stadig er unøjagtig. Som virksomhed må man acceptere dette og ikke stoppe det vigtige arbejde med bæredygtighed.

Vær opmærksom på

Virksomheder er forskellige, og denne case viser, hvordan én virksomhed har grebet arbejdet med cirkulære tiltag an. Eksemplerne i casene kræver tilpasning til din virksomhed for at opnå den ønskede effekt.

Casene er lavet på baggrund af interviews, der er foretaget i efteråret 2022. Casene er et øjebliksbillede af virksomhedernes arbejde, men fordi arbejdet med cirkulær økonomi, CO₂e-reduktion og bæredygtighed er i konstant udvikling, vil virkeligheden i mange af case-virksomhederne have ændret sig siden casen blev udarbejdet. Er du interesseret i at vide mere om virksomhedernes arbejde, kan du orientere dig på virksomhedernes hjemmesider.

⁴ Normative er en privat database med emissionsfaktorer fra hele verden, som kontinuerligt bliver opdateret, og derfor løbende skaber mulighed for at tilgå mere præcise emissionstal.



FoodPeople

Motivation for at arbejde med bæredygtighed

Foodpeople er et dansk bageri, der arbejder med økologiske råvarer. Martin Marko Hansen, Head of Sustainability & Innovation hos FoodPeople, fortæller, at virksomhedens baggrund for at arbejde med cirkulær økonomi er, at de ønsker at tage ansvar for, at madspild minimeres i fødevarerbranchen. Virksomheden har i flere år arbejdet på at bruge restressourcer i produktionen af nye fødevarerprodukter, og peger selv på, at det især er vigtigt lige nu, hvor fødevarerbranchen oplever stigende priser på råvarer. Motivationen handler derfor både om at reducere udgifter til råvareindkøb, samt om at sikre en bedre udnyttelse af ressourcer.

Kortlægning af virksomhedens CO₂e-udledning

FoodPeople har kortlagt deres CO₂e-udledning i scope 1 og 2 med udgangspunkt i virksomhedens forbrug af elektricitet og naturgas. Martin forklarer, at kortlægning af scope 3 er en del af virksomhedens bæredygtighedsstrategi, men at det er en igangværende proces. Formålet med kortlægningen er at kunne sætte ind med tiltag på de områder, hvor udledningen er størst.

Desuden er FoodPeople langt med at implementere cirkulære tiltag, som virksomheden forventer vil have stort potentiale for at reducere deres CO₂e-udledning i scope 3.

Branche

Fødevarerproduktion

Størrelse

50-249 medarbejdere

Etableret

1988

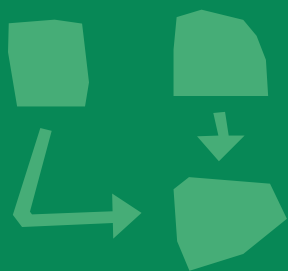
Væsentlige udledninger i scope 3

Ikke kortlagt

Cirkulært tiltag

Udskiftning til mere klimavenlige materialer igennem symbiosesamarbejde

[foodpeople]
KØBENHAVN



Eksempel: Udskiftning til mere klimavenlige materialer igennem symbiosesamarbejde

Et af de cirkulære tiltag, som FoodPeople har implementeret, er at indgå i industrielle symbioser, hvor én virksomheds rest bliver til en anden virksomheds ressource.

Et af FoodPeoples symbiosesamarbejder er med juiceproducenten Frankly Juice. Hos Foodpeople har man udskiftet brug af nye, hele gulerødder i bagværk med restpulp fra Frankly Juices gulerodsjuice.

Samarbejdet startede ved, at FoodPeople gennemgik deres produktportefølje med en ambition om at se, hvor de kunne udskifte råvarer med overskudsprodukter fra andre i fødevarerbranchen med et krav om, at det skulle være økologisk. Med det som udgangspunkt, begyndte virksomheden at lede efter andre økologiske fødevarerproducenter, og det var i den søgning, at FoodPeople faldt over Frankly Juice og deres gulerodsjuiceproduktion.

I et symbiosesamarbejde er der i høj grad vægt på samarbejde. Det stiller også krav til FoodPeoples samarbejdspartner, Frankly Juice. For at FoodPeople skal kunne anvende pulpen, skal Frankly Juice sørge for, at den ikke ender i affald, men i stedet for i en container, der på forsvarlig vis ift. fødevarer sikkerhed kan transporteres til FoodPeoples bageri. Det var med andre ord, nødvendigt at etablere en ny værdi- og logistik kæde, som kunne sikre levedygtighed af symbiosen. Ligesom i alle velfungerende samarbejder krævede det velvilje og kommunikation fra begge parter i opstarten og kontinuerligt derefter.

Frankly Juice og FoodPeople har med deres produkter været til stede på samme handelsplatforme, og har været funderet på samme principper om ordentlige råvarer, håndværk, velsmag og undvigelse af skadelige og unødvendige tilsætningsstoffer. Disse fælles principper og værdigrundlag har betydet, at velviljen og kommunikationen var særligt stærk.

Fordele ved cirkulære tiltag

Ifølge Martin, giver det stor værdi at være en del af et symbiosesamarbejde, som de også har med andre virksomheder.

“I gennem [symbiose]samarbejder opnår vi større vidensdeling med ligesindede inden for branchen, og vi når flere markedsføringskanaler igennem fælles marketing.”

Martin Marko Hansen

Head of Sustainability & Innovation

Grøn markedsføring

Der er retningslinjer for, hvordan du må markedsføre dine grønne og cirkulære tiltag. Du kan læse om disse i Forbrugerombudsmandens [Kvikguide til virksomheder om miljømarkedsføring](#).

I tider med stigende råvarepriser kan alle desuden se vigtigheden i at genanvende ressourcer og bruge, hvad der allerede er til rådighed, hvorfor FoodPeople oplever, at det bliver endnu nemmere at finde potentielle samarbejdspartnere.

Da FoodPeople lancerede de første produkter for tre år siden, promoverede de dem med begreber som "upcycling" og "cirkulære partnerskaber". På daværende tidspunkt var der dog ikke særlig mange kunder, der forstod de begreber, men hos FoodPeople har man observeret, at begreber vedrørende bæredygtighed og cirkularitet bliver mere og mere almindelige i efterspørgslen fra kunder og samarbejdspartnere.

Udfordringer ved cirkulære tiltag

FoodPeople oplevede, at der var et stort behov for at orientere sig i lovgivningen for at kunne realisere symbiosesamarbejderne. Om dette nævner Martin, at madspild og madaffald i dag primært bruges til dyrefoder og biobrændsel, fordi kravene er meget mindre, end hvis de skal bruges til fødevarer til mennesker.

For at få symbiosesamarbejdet til at gå fra idé til handling, har det derfor krævet både motivation og økonomisk investering fra begge partnere at lykkes med at flytte en ressource fra slutningen af en værdikæde til starten af en ny værdikæde. Eksempelvis kræver arbejdet med fødevarer, at kvaliteten af de genanvendte råvarer kan dokumenteres, fx at gulerodspulp fra Frankly Juice ikke indeholder skadelige mikroorganismer.

Effekterne af cirkulære tiltag

Hos FoodPeople måler man endnu ikke tiltagens effekt i CO₂e-udledninger, men i stedet på andre kvantificerbare parametre, såsom mængden af undgået madspild. Hos FoodPeople måler de effekten af deres symbiosesamarbejde ved løbende at veje vægten af den gulerodspulp, de modtager, og derfra udregner, hvor mange "nye" gulerødder, de har erstattet med gulerodspulp. Det er FoodPeoples ambition at fortsætte med at registrere de genanvendte ressourcer løbende, så de kan bruge beregningerne i deres fremtidige arbejde med bæredygtighed og har et års estimat, når de skal udarbejde klimaregnskab.

Gode råd til andre virksomheder

Martin anbefaler andre virksomheder at:

- Være opmærksom på, at det er en udviklingsproces at starte et symbiose-samarbejde op, som vil kræve både økonomi og tid for de deltagende parter.
- Være opmærksom på, at når samarbejdet kører, bliver investeringerne tilbagebetalt.

Vær opmærksom på

Virksomheder er forskellige, og denne case viser, hvordan én virksomhed har grebet arbejdet med cirkulære tiltag an. Eksemplerne i casene kræver tilpasning til din virksomhed for at opnå den ønskede effekt.

Casene er lavet på baggrund af interviews, der er foretaget i efteråret 2022. Casene er et øjebliksbillede af virksomhedernes arbejde, men fordi arbejdet med cirkulær økonomi, CO₂e-reduktion og bæredygtighed er i konstant udvikling, vil virkeligheden i mange af case-virksomhederne have ændret sig siden casen blev udarbejdet. Er du interesseret i at vide mere om virksomhedernes arbejde, kan du orientere dig på virksomhedernes hjemmesider.



Haarup Maskinfabrik

Motivation for at arbejde med bæredygtighed

Haarup Maskinfabrik er en virksomhed i betonindustrien, der fremstiller samt distribuerer avancerede blandede anlæg. Virksomheden har mere end 50 års erfaring og leverer blandede anlæg til kunder i mere end 50 lande.

Motivationen for at arbejde med bæredygtighed kommer fra den administrerende direktør, Hans Christensen, som mente, at der ikke blev gjort nok for at reagere aktivt på den grønne energiomstilling fra politisk hånd, og det var derfor klart for ham, at Haarup Maskinfabrik selv måtte være progressive.

“Det er ikke svært, og det giver en god økonomisk gevinst”.

Hans Christensen
Administrerende direktør

Derfor nedsatte Haarup Maskinfabrik et klimaudvalg, der består af Hans selv samt medarbejdere fra forskellige afdelinger i virksomheden. Klimaudvalget skal stå for udvikling og fremdrift af bæredygtighedsarbejdet på tværs af organisationen.

Kortlægning af virksomhedens CO₂e-udledning

Haarup Maskinfabrik er gået i gang med at udarbejde et klimaregnskab på egen hånd. Det er dog i skrivende stund ikke hele virksomhedens scope 3-udledninger, der er medregnet, og de har i første omgang kun fokus på at kortlægge deres opstrømsaktiviteter.

Én af udfordringerne for Haarup Maskinfabrik har været at finde de rigtige udledningsdata for deres aktiviteter. “Derfor er virksomheden i gang med at indarbejde procedurer i deres ERP-system, så de data lettere kan tilgås i fremtiden.”

Branche

Produktion, maskiner og udstyr

Størrelse

50-249 medarbejdere

Etableret

1964

Væsentlige udledninger i scope 3

Indkøbte varer og tjenesteydelser (Kategori 1)

Cirkulært tiltag

Indkøb af genanvendt stål

Haarup
– the specialist

Virksomheden har en afdeling i Washington i USA, samt kunder i mere end 50 lande, hvorfor de forventede, at flytransport er en af Haarup Maskinfabriks store CO₂e-udledninger. Derfor kontaktede Hans det flyselskab, som virksomheden ofte bruger, for at få informationer om, hvor mange tons brændstof, der udledes, hvis en medarbejder fx flyver til USA, så de kunne opgøre virksomhedens klimaaftryk mere kvalificeret.

Målsætninger

Haarup Maskinfabriks primære produkt er maskiner, der er lavet af stål. Derfor står indkøb og transport af stål for deres største scope 3-udledninger. Hertil besluttede Hans, at det var områder, som de selv kan være med til at påvirke, og derfor har de sat et mål om, at CO₂e-udledningen på disse områder skal reduceres med 80% i 2028.



Eksempel: Indkøb af genanvendt stål

For Haarup Maskinfabriks produktion findes ikke et mere bæredygtigt alternativ til stål. De måtte derfor undersøge, hvordan de kunne finde stål, som er produceret med lavest muligt CO₂e-aftryk. Derfor kiggede Haarup Maskinfabrik efter leverandører, som kunne imødekomme dette behov.

Det resulterede i, at virksomheden i dag køber hovedparten af deres stålbjælker fra et stålværk, der bruger skrot-stål som råvare til deres produktion, og som bruger elektricitet fra vandkraft til at omsmelte stålet, hvilket medfører et markant lavere CO₂e-aftryk end normalt produceret stål.

Stålbjælker udgør cirka 20% af virksomheds stålindkøb, mens pladestål udgør de resterende 80%. Derfor har Haarup Maskinfabrik, som den første danske virksomhed, indgået et partnerskab med SSAB, som er en svensk stålproducent. Partnerskabet betyder, at Haarup Maskinfabrik kan begynde at aftage fossilfrie stålplader fra SSAB fra 2026, når det svenske firma har opgraderet deres stålværker til fossilfri stålproduktion.

Det har været en udfordrende proces for virksomheden at blive godkendt som kunde hos SSAB. SSAB stiller nemlig meget specifikke krav til bæredygtighed, som Haarup Maskinfabrik skal leve op til. Men fordi virksomheden har lavet en stor energiomstilling og dermed har reduceret deres udledninger i scope 1 og 2 betydeligt, er de blevet godkendt af SSAB til at være kunde.

På den måde har Haarup Maskinfabrik i den nærmeste fremtid mulighed for at producere deres maskiner med fossilfrit stål, og hermed yderligere reducere deres CO₂e-udledning.

Udover stålbjælker indkøber Haarup Maskinfabrik en stor andel af andre typer metal, som endnu ikke fås fossilfrit eller produceret med et lavere CO₂e-aftryk. Derfor har de gjort deres bedste for at spare CO₂e-udledning i deres egen produktion, og via førnævnte energiomstilling har de formået at reducere deres produktions udledning i scope 1 og 2 med over 90%.

Effekten af cirkulære tiltag

Hans forklarer, at virksomheden løbende estimerer effekten af deres tiltag, og derved også fremskridtene for at nå deres mål om at reducere udledningen fra deres indkøb af stål. Effekten estimeres på mængden af stål, de indkøber samt mængden af indkøbt stål, der er fossilfrie, og produceret af genanvendt stål.

Resultaterne og den reelle CO₂e-reducering anvender Haarup Maskinfabrik ikke i deres kommunikation, fordi de gerne vil undgå at blive mistænkt for greenwashing. Derudover, nævner Hans, at det på nuværende tidspunkt er irrelevant, fordi deres kundesegment kun er prissensitive og har fokus på kvalitet og leveringstider – ikke nødvendigvis bæredygtighed.

Gode råd til andre virksomheder

Hans giver følgende gode råd til andre virksomheder:

- Alt behøver ikke at være perfekt fra starten.
- Helt lavpraktisk skal man tage en 'tur' i egen virksomhed og undersøge egne aktiviteter, for man kan ikke bede sine leverandører om noget, som man ikke selv er villig til at gøre i egen virksomhed. Start med at få ryddet op i eget hus.
- Når man skal i mål med at skabe en bæredygtig forsyningskæde, så må man finde en måde at reducere sit energiforbrug og omstille til vedvarende energi.

Grøn markedsføring

Der er retningslinjer for, hvordan du må markedsføre dine grønne og cirkulære tiltag. Du kan læse om disse i Forbrugerombudsmandens [Kvikguide til virksomheder om miljømarkedsføring](#).

Vær opmærksom på

Virksomheder er forskellige, og denne case viser, hvordan én virksomhed har grebet arbejdet med cirkulære tiltag an. Eksemplerne i casene kræver tilpasning til din virksomhed for at opnå den ønskede effekt.

Casene er lavet på baggrund af interviews, der er foretaget i efteråret 2022. Casene er et øjebliksbillede af virksomhedernes arbejde, men fordi arbejdet med cirkulær økonomi, CO₂e-reduktion og bæredygtighed er i konstant udvikling, vil virkeligheden i mange af case-virksomhederne have ændret sig siden casen blev udarbejdet. Er du interesseret i at vide mere om virksomhedernes arbejde, kan du orientere dig på virksomhedernes hjemmesider.



Nilfisk

Motivation for at arbejde med bæredygtighed

Nilfisk er en af de ledende globale virksomheder inden for professionelt rengøringsudstyr. Malene Thiele, Global Director for ESG & Sustainability, og Sophie Sfez, Sustainability Specialist, fortæller, at Nilfisk i 2021, i forbindelse med etableringen af et nyt ledelsesteam, udarbejdede en forretningsplan, der udnævnte bæredygtighed som en af de tre bærende søjler. Kendskab til alle virksomhedens CO₂e-udledninger, herunder scope 3-udledninger, blev derfor betragtet som nødvendigt.

Kortlægning af virksomhedens CO₂e-udledning

Nilfisk begyndte opgørelsen af sine scope 3-udledninger med hjælp fra en konsulentvirksomhed, der leverede den nødvendige faglige viden for at igangsætte opgørelsen af virksomhedens CO₂e-udledninger. Efter at have etableret et solidt fundament, fortsatte Nilfisk arbejdet på egen hånd, indtil virksomheden havde det fulde overblik over deres scope 3-udledninger.

Nilfisk benyttede en omkostningsanalyse til at beregne de fleste scope 3-udledninger, hvor virksomhedens udgifter i monetære enheder omregnedes til CO₂e-udledninger. Når det var muligt, opgjorde virksomheden også deres CO₂e-udledning med afsæt i fysiske enheder i form af data om mængden af solgte produkter fra deres afdelinger.

Selvom Nilfisk har et dedikeret bæredygtighedsteam, var samarbejde på tværs af virksomhedens afdelinger afgørende for kvaliteten af scope 3-beregningerne. Det skyldes fx, at produktledelsen har en bedre forståelse for bestemte egenskaber ved produkterne og produktdataene, end bæredygtighedsteamet har.

Hos Nilfisk foretog man desuden en væsentlighedsanalyse, der illustrerede fordelingen af virksomhedens CO₂e-udledninger på tværs af scope 1, 2 og 3. Analysen viste, at i 2021 udgjorde scope 3 udledning 99% af hele virksomhedens CO₂e-udledning. Inden for scope 3-udledningerne udgjorde 86% af virksomhedens CO₂e-udledninger fra slutbrugerens brug og afskaffelse af de solgte produkter, mens 10% stammede fra indkøb, og kun 3% fra andre scope 3-kategorier.

Branche

Industri

Størrelse

500+ medarbejdere

Etableret

1906

Væsentlige udledninger i scope 3

Brug af solgte produkter (Kategori 11)

Cirkulært tiltag

Forlængelse af maskinernes levetid

NILFISK

Målsætninger

Væsentlighedsanalysen var et særligt nyttigt værktøj til at styre Nilfisks reduktionsindsats. Som følge af dens resultater satte Nilfisk et relativt reduktionsmål for udledninger knyttet til brugen af solgte produkter. Et relativt reduktionsmål er kun muligt at sætte i scope 3 og tager, i modsætning til absolutte mål, højde for øget produktion og omsætning i forbindelse med virksomhedens vækst. Nilfisk valgte denne opgørelsesmetode, da de på samme tidspunkt havde til hensigt at udvide forretningen og øge antallet af produkter, der sælges og anvendes af kunderne.

Helt konkret forpligtede Nilfisk sig til at reducere deres scope 3-udledninger med 48% af bruttofortjenesten på hver solgte enhed inden 2030. Virksomhedens målsætninger følger og er validerede af Science Based Targets initiative (SBTi), hvor de har fastsat absolutte mål for scope 1 og 2⁵.



Eksempel: Forlængelse af maskinernes levetid

Fordi afskaffelsen af deres produkter udgør en væsentlig del af Nilfisks scope 3, har virksomheden implementeret cirkulære indsatser for at reducere de CO₂e-udledninger, der er knyttet til dette.

En af disse indsatser har til formål at forlænge produkternes levetid og hermed reducere kundernes affald og CO₂e-udledninger knyttet hertil. På nuværende tidspunkt gøres dette ved, at Nilfisk tilbyder vedligeholdelse og reparation af produkterne. Til reparationerne bruger Nilfisk desuden genanvendte delkomponenter og reservedele, hvor det er muligt. Denne service udgør et forretningsben for Nilfisk, og tilbydes især virksomheder, som benytter sig af Nilfisks produkter i deres drift – fx i form af gulvrensigemaskiner. Virksomheden er også ved at undersøge mulighederne for at udvide deres takeback løsninger, så de kan genanvende og genbruge materialerne og delkomponenterne fra defekte produkter i nye produkter.

Derudover giver Nilfisk virksomheder muligheden for at leje industrielle rengøringsmaskiner fremfor at købe dem, hvilket ligeledes reducerer antallet af maskiner, der skal produceres og i sidste ende smides ud af kunderne.

Udfordringer ved cirkulære tiltag

For Nilfisk var det en udfordring at beregne udviklingen i scope 3-udledninger på tiltag, der forlænger produkternes levetid. Da virksomheden forlængede produkternes forventede levetid i sine beregninger, voksede den samlede mængde af scope 3-udledninger nemlig - hvilket understreger, at visse tiltag har en længere horisont for hvornår, man kan måle klimamæssige effekter – men det betyder ikke, at de ikke virker.

⁵ Science Based Targets initiative (SBTi) er et initiativ, der sikrer, at de deltagende virksomheder sætter reduktionsmål i overensstemmelse med Paris-aftalen og gældende klimavidenskab.

Ifølge Malene, skal virksomheder, der opererer i flere lande, desuden udvise en vis kulturel følsomhed, når de taler om CO₂e-udledninger. I andre lande kan nedbringelse af klimaaftrykket betragtes som mindre vigtige end i Danmark, og derfor nedprioriteres i relation til andre presserende problemstillinger, fx social bæredygtighed. Hvis man vil have udenlandske afdelinger, forhandlere og samarbejdspartnere til at engagere sig i reduktionsarbejdet, bør man derfor tage i betragtning, at deres udgangspunkt kan se meget anderledes ud end det danske.

Effekterne af cirkulære tiltag

Eftersom Nilfisks cirkulære tiltag først blev implementeret i 2021 og 2022, kan virksomheden kun observere få effekter på nuværende tidspunkt, men Nilfisk forventer at måle dem og følge udviklingen på længere sigt. Hos Nilfisk anvendes indsatsernes hidtidige resultater i intern uddannelse og træning, så de ansatte er rustet til at have en god dialog med kunderne om produkterne og Nilfisks arbejde med reduktion af CO₂e-udledninger.

Gode råd til andre virksomheder

Malene og Sophie anbefaler andre virksomheder at:

- Beregne deres scope 3-udledninger og opnå en forståelse for de væsentlige udledningskilder, før de udvælger og implementerer initiativer.
- Fokuserer sin indsats der, hvor behovet er størst, og herved få "mest for pengene" i form af reducerede scope 3-udledninger.

Vær opmærksom på

Virksomheder er forskellige, og denne case viser, hvordan én virksomhed har grebet arbejdet med cirkulære tiltag an. Eksemplerne i casene kræver tilpasning til din virksomhed for at opnå den ønskede effekt.

Casene er lavet på baggrund af interviews, der er foretaget i efteråret 2022. Casene er et øjebliksbillede af virksomhedernes arbejde, men fordi arbejdet med cirkulær økonomi, CO₂e-reduktion og bæredygtighed er i konstant udvikling, vil virkeligheden i mange af case-virksomhederne have ændret sig siden casen blev udarbejdet. Er du interesseret i at vide mere om virksomhedernes arbejde, kan du orientere dig på virksomhedernes hjemmesider.



Volvo Construction Equipment

Motivation for at arbejde med bæredygtighed

Volvo Construction Equipment (Volvo CE) producerer maskiner og udstyr til byggeindustrien, og er et datterselskab til Volvo Group. Der er mange drivende faktorer bag arbejdet med bæredygtighed i Volvo CE, herunder fokus på at reducere deres CO₂e-udledninger i scope 3. Virksomheden ønsker at gå forrest i den grønne omstilling, og handler derfor ud fra en overbevisning om, at de valg, vi tager i dag, påvirker den fremtidige verden. Ifølge Adam Björk, Head of Environmental Sustainability hos Volvo CE, er der også efterspørgsel fra både investorer og kunder, men efterspørgslen varierer på tværs af lande og regioner. I nogle dele af verden efterspørger kunderne mere bæredygtige produkter, mens de i andre dele spørger "Hvorfor tænker Volvo CE på elbiler, når vi ikke engang har ladestationer i dette land?"

Kortlægning af virksomhedens CO₂e-udledning

I 2019 kortlagde Volvo CE for første gang sine CO₂e-udledninger i scope 3. Kortlægningen krævede data om CO₂e-udledningerne fra både samarbejdspartnere og leverandører. For at indhente dette sendte Volvo CE en Excel-fil samt nogle retningslinjer til sine leverandører, som selv indtastede de relevante tal og herefter sendte filen tilbage. Dette var en omfattende manuel proces. Volvo CE er derfor ved at undersøge, hvorvidt der findes andre systemer, der kan anvendes til at indhente data om CO₂e-udledninger på tværs af en forsyningskæde.

Klimaregnskabet viste, at størstedelen af Volvo CE's udledninger sker nedstrøms i værdikæden i scope 3 fra brugen af virksomhedens solgte produkter, altså når Volvo CE's producerede maskiner og udstyr er i brug. Efter en stor indsats har Volvo CE dog formået at nedbringe deres CO₂e-udledning forbundet med end-of-life-behandlingen af virksomhedens produkter. Dette skyldes bl.a., at mange dele af maskinerne genanvendes, samt at der er et stort sekundært marked for brugte maskiner og biler.

Branche

Maskiner og udstyr

Størrelse

500+ medarbejdere

Etableret

1832

Væsentlige udledninger i scope 3

Brug af solgte produkter (Kategori 11)

Cirkulært tiltag

Forlængelse af produktets levetid igennem reparation

VOLVO

Volvo Construction Equipment

Målsætninger

I 2021 forpligtede Volvo CE sig til Science Based Targets initiative (SBTi)⁷, og fik gennemgået og valideret deres reduktionsmål for scope 3-udledninger, så det er i overensstemmelse med Paris-aftalens ambitioner.



Eksempel: Forlængelse af produktets levetid igennem reparation

I mange år har Volvo CE taget defekte motorer og transmissioner tilbage fra kunder for at reparere dem og gensælge dem som reparerede produkter. Typisk skal Volvo CE tilføje enkelte nye reservedele, fordi det, der skal erstattes, ikke altid kan findes brugt. Alligevel udgør det originale materiale mellem 80-90% af det endelige, reparerede produkt, når det reintroduceres på markedet.

Da produktionen af både motorer og transmissioner udleder en stor mængde CO₂e, er klimaeffekten ved at reparere defekte enheder ikke ubetydelig. For at realisere dette, gentænkte Volvo CE hele designfasen for at gøre det så simpelt som muligt at foretage en reparation. Her forklarer Adam, at mange virksomheder tidligere ikke ønskede, at maskindelene skulle holde i lang tid, da det gjaldt om at sælge nye produkter hele tiden. Adam fortæller i den forbindelse, at *“det er lidt af en omstilling i branchen, og hos os i Volvo CE, at tænke forlænget levetid og reparation ind i designfasen, men det er nødvendigt”*.

Desuden har Volvo CE etableret programmet “Certified New Life Program”, hvor de istandsætter kundernes maskiner, så de igen kan præstere så godt som nyt, selvom maskinerne har været i brug længe og derfor har slid.

Fordele ved cirkulære tiltag

Volvo CE har oplevet, at deres arbejde med bæredygtighed har øget dialogen med deres leverandører og andre virksomheder, som har været med til at sætte skub i den grønne omstilling. Det har givet anledning til, at Volvo CE har kunne rykke fremad, men også at de har kunnet vejlede mindre virksomheder i, hvordan de kommer i gang. Sammen diskuterer de leverandørernes muligheder for kort- og langsigtede forbedringer, samt hvilke indsatser Volvo CE og leverandørerne kan implementere i fællesskab.

Udfordringer ved cirkulære tiltag

Ifølge Adam, er der flere forhold, som bør tages i betragtning, end blot CO₂e-udledninger og økonomiske omkostninger, når virksomheder skal vælge tiltag til at reducere CO₂e-udledninger i scope 3. Eksempelvis har Volvo CE oplevet, at ét tiltag ville reducere virksomhedens CO₂e-udledninger og økonomiske omkostninger, men til gengæld have en overordnet negativ effekt på miljøet pga. kemikalier, der ville blive frigivet i naturen.

⁷ Science Based Targets initiative (SBTi) er et initiativ, der sikrer, at de deltagende virksomheder sætter reduktionsmål i overensstemmelse med Paris-aftalen og gældende klimavidenskab.

Gode råd til andre virksomheder

Adam har følgende gode råd til andre virksomheder:

- Det er vigtigt, at virksomheder, der vil arbejde cirkulært, opsøger viden og forsøger at danne sig det fulde billede af et tiltags effekter før en implementering finder sted.
- At tage samtalen og øge dialogen på tværs af værdikæden er vigtigt for at sætte skub i den grønne omstilling.

Vær opmærksom på

Virksomheder er forskellige, og denne case viser, hvordan én virksomhed har grebet arbejdet med cirkulære tiltag an. Eksemplerne i casene kræver tilpasning til din virksomhed for at opnå den ønskede effekt.

Casene er lavet på baggrund af interviews, der er foretaget i efteråret 2022. Casene er et øjebliksbillede af virksomhedernes arbejde, men fordi arbejdet med cirkulær økonomi, CO₂e-reduktion og bæredygtighed er i konstant udvikling, vil virkeligheden i mange af case-virksomhederne have ændret sig siden casen blev udarbejdet. Er du interesseret i at vide mere om virksomhedernes arbejde, kan du orientere dig på virksomhedernes hjemmesider.



© Casper Sejersen

Kvadrat

Motivation for at arbejde med bæredygtighed

Kvadrat producerer høj kvalitets designtekstiler, tæpper og akustikløsninger til både erhvervs- og privat boliginteriør. Philine Kriependorf, Head of Sustainability hos Kvadrat, udtrykker, at det i hendes optik er vigtigt at udregne Kvadrats scope 3-udledninger, idet netop scope 3-udledninger oftest udgør den største udledning for virksomheder i tekstilbranchen.

Kortlægning af virksomhedens CO₂e-udledning

Kvadrats bæredygtighedsstrategi og tilhørende målsætninger beror på opgørelsen af virksomhedens samlede klimaaftryk, som de har fået udarbejdet i samarbejde med eksterne rådgivere. Rådgiverne opgjorde virksomhedens scope 1 og 2 udledninger, og understøttede Kvadrat med estimering af virksomhedens scope 3-udledninger vha. en omkostningsanalyse, hvor virksomhedens indkøb i monetære værdier omregnes til udledninger. Kvadrat har sidenhen påbegyndt arbejdet med at genberegne scope 3, denne gang baseret på konkret aktivitetsdata fremfor omkostninger.

Gennem denne proces lærte Kvadrat, at indkøb af produkter og materialer står for 93% af virksomhedens scope 3-udledninger og dermed er den største kilde inden for scope 3. De resterende scope 3-udledninger hos Kvadrat er især fra forretningsrejser og opstrøms transport.

Målsætninger

Kvadrat har sat reduktionsmål med udgangspunkt i Science Based Targets initiative (SBTi)⁸, og indtil videre er virksomhedens kortsigtede målsætninger er blevet valideret af SBTi-organisationen som værende i overensstemmelse med Paris-aftalens ambitioner om at holde den globale temperaturstigning under 1,5 grader.

⁸ Science Based Targets Initiative (SBTi) er et initiativ, der sikrer, at de deltagende virksomheder sætter reduktionsmål i overensstemmelse med Paris-aftalen og gældende klimavidenskab.

Branche

Tekstilproducent

Størrelse

500+ medarbejdere

Etableret

1968

Væsentlige udledninger i scope 3

Indkøbte varer og tjenesteydelser (Kategori 1)

Cirkulært tiltag

Genanvendelse af tekstilaffald

kvadrat

Ifølge Kvadrat er det nødvendigt at være ambitiøs med sine målsætninger, og derfor har Kvadrats ledelse besluttet, at de vil være markedsledende i arbejdet med bæredygtighed indenfor tekstilbranchen. Virksomheden finder derfor inspiration til egne målsætninger og ambitionsniveau både inden for og uden for egen industri.

Grundet virksomhedens målsætninger, vil Kvadrat for fremtiden ikke nøjes med estimer baseret på forbrug i kroner og øre til beregning af deres scope 3-udledninger, og er derfor gået i gang med en detaljeret dataindsamling. De vil indsamle data om deres største udledningskilder i fysiske enheder, og kombinere dette med livscyklusvurderinger, da disse to indsatser, ifølge Kvadrat, er tæt relateret.

For at nå deres målsætninger og strømline arbejdet med bæredygtighed, har Kvadrat etableret en bæredygtighedsafdeling inden for virksomhedens eksisterende strategifdeling. Afdelingen har bl.a. lanceret en *change management*-strategi, som består af fire interne netværk på tværs af afdelinger i organisationen. Ambitionen er, at disse netværk tilsammen skal sikre, at Kvadrats bæredygtighedsarbejde forankres på tværs af hele virksomheden. Netværkene udgør således et vigtigt værktøj for virksomhedens arbejde med bæredygtighed.



Eksempel: Genanvendelse af tekstilaffald

Når man hos Kvadrat skal udvælge, hvilke cirkulære tiltag, man vil arbejde med, vurderes bl.a. tiltagets forventede effekt på CO₂e-udledning, hvor let det er at implementere, samt hvor klar kunder eller samarbejdspartnere er til at aftage produktet.

Som følge af disse udvælgelseskriterier har Kvadrat implementeret et cirkulært tiltag, der indebærer genanvendelse af eget tekstilaffald.

Udvælgelsen og implementeringen af tiltaget startede med, at en medarbejder i produktionen berettede om den store mængde produktionsaffald, som blev genereret, og i forlængelse deraf foreslog vedkommende, at Kvadrat kunne undersøge genanvendelsesmuligheder. Dette var et oplagt tiltag, da genanvendelse af eget produktionsaffald har potentiale til at reducere scope 3-udledning, fordi Kvadrat indkøber færre jomfruelige materialer til produktion af nye produkter.

Som resultat af denne dialog opstod en målsætning om at skabe 85 genanvendte produkter i 2025. Kvadrat har allerede to produkter, der genanvender materialer fra deres spinderi. Til disse bruger Kvadrat produktionsaffaldet til at spinde nyt garn, som derved består af 23-45% genanvendt materiale.

Kvadrat erfarede, at for at kvaliteten af det nye garn kunne leve op til virksomhedens kvalitetskrav, var det nødvendigt at anvende en vis procentdel jomfrueligt materiale. Derudover kunne det genanvendte garn ikke indfarves, altså skifte farve. Derfor fik en designer til opgave at udarbejde en farveudvikling til det indblandede jomfruelige materiale, der i samspil med det genanvendte ville give et flot resultat, så stoffet produceret af det genspundne garn kunne blive mere æstetisk.

Udfordringer ved cirkulære tiltag

Kvadrat er opmærksomme på, at bæredygtighed ikke kun er lig med klima, og derfor kemitester virksomheden alle genanvendte materialer, da man er meget opmærksomme på, at alle materialer skal være sundheds- og miljømæssigt forsvarlige. I den forbindelse oplevede Kvadrat, at naturlige, genanvendte fibre kan være kemisk forurenede, hvilket begrænser virksomhedens muligheder for at indkøbe genanvendte materialer fra eksterne leverandører og dermed reducere deres scope 3-udledning.

De delvist genanvendte tekstiler skal samtidigt leve op til samme kvalitetskrav som jomfruelige tekstiler. Her oplever Kvadrat fx at når produkter, som er brandsikre, nedbrydes og genanvendes ved brug af den teknologi, der lige nu er tilgængelig i den skala, en så stor virksomhed som Kvadrat har brug for, formindskes brandsikkerheden markant. Det er derfor en udfordring for Kvadrat at finde genanvendelige affaldsstrømme, der giver samme kvalitet og sikkerhed:

“Det handler om at teste de nye systemer af og give plads til, at det ikke er perfekt fra start. Det betyder ikke, at man skal stoppe med at prøve.”

Philine Kriependorf

Head of Sustainability

Effekterne af cirkulære tiltag

Da Kvadrat opsatte deres scope 3-målsætninger, havde virksomheden allerede groft estimeret, hvilken effekt de forskellige tiltag ville have på CO₂e-udledningen. Her estimerede Kvadrat at, hvis de skal nå deres reduktionsmål i 2030, bør en stor del af deres produkter nødvendigvis indeholde genanvendte materialer.

Kvadrat har i sommeren 2023 lanceret deres første 10 EPD'er (dvs. produktspecifikke beregninger af CO₂e-udledning) for 120 af deres tekstilprodukter. Disse EPD'er danner et vigtigt grundlag for virksomhedens igangværende scope 3-kortlægning, og vil hjælpe Kvadrat med at få en indikation af, hvordan deres scope 3-udledninger kan reduceres, samt hvor bæredygtige deres tiltag egentlig er.

Gode råd til andre virksomheder

Philine har følgende gode råd til andre virksomheder:

- Arbejdet med cirkulære tiltag er en stor læringsproces for hele virksomheden, da det giver nye perspektiver på egen forretning.
- Det er vigtigt at dele så meget som muligt af arbejdet med hele forretningen – i et simpelt sprog og med enkle grafer – så flest muligt lærer noget af processen. Husk også at inkludere din værdikæde, fx leverandører, i arbejdet, for der er meget viden at hente, og på den måde undgår man en del modstand.
- Det er vigtigt at sikre klar forankring af ansvaret med ledelsen fra begyndelsen, for at kunne sikre, at de nødvendige ressourcer bliver allokeret.
- Det har stor betydning, at lederen har en forståelse for bæredygtighed – mangel på viden kan være en stor udfordring.
- Brug workshops og netværk eller ansæt nye kompetencer i organisationen.
- Sigt efter at bygge et stærkt databaseret styringsystem. Det giver mulighed for at dele succes historier, og også for at identificere forbedringsmuligheder.

Vær opmærksom på

Virksomheder er forskellige, og denne case viser, hvordan én virksomhed har grebet arbejdet med cirkulære tiltag an. Eksemplerne i casene kræver tilpasning til din virksomhed for at opnå den ønskede effekt.

Casene er lavet på baggrund af interviews, der er foretaget i efteråret 2022. Casene er et øjebliksbillede af virksomhedernes arbejde, men fordi arbejdet med cirkulær økonomi, CO₂e-reduktion og bæredygtighed er i konstant udvikling, vil virkeligheden i mange af case-virksomhederne have ændret sig siden casen blev udarbejdet. Er du interesseret i at vide mere om virksomhedernes arbejde, kan du orientere dig på virksomhedernes hjemmesider.



KLS PurePrint

Motivation for at arbejde med bæredygtighed

KLS PurePrint er et af Danmarks største trykkerier og har eksisteret i mere end 70 år. De opererer i en branche, som igennem tiden har mødt store forandringer i forbindelse med øget digitalisering, og virksomheden oplevede derfor i 2007, at de måtte gentænke deres forretningsstrategi for at overleve. Kasper Larsen, CCO for KLS PurePrint, uddyber, at han i løbet af denne proces læste en klimarapport, der gjorde ham bevidst om, hvilken påvirkning han kunne få på miljø og klima gennem virksomheden, og en enig bestyrelse og ledergruppe så en lovende forretningsmulighed. Derfor tog de beslutningen om, at KLS PurePrint skulle arbejde henimod at blive verdens grønneste trykkeri.

Kortlægning af virksomhedens CO₂e-udledning

KLS PurePrint besluttede sig for at fastsætte nogle rammer for, hvordan de som virksomhed skulle arbejde med deres CO₂e-udledninger. De startede derfor med at danne sig et overblik over deres CO₂e-udledning ved at anvende GHG-protokollens principper. KLS PurePrints klimaregnskab viste, at deres største CO₂e-udledning i scope 3 stammede fra virksomhedens indkøb af papir- og kartonprodukter til tryk, samt fra transport fra leverandører og transport af færdige produkter. I de seneste klimaregnskaber hos KLS PurePrint, står indkøb af produkter for omtrent 60-70 procent af CO₂e-udledningen i scope 3, mens transport står for mellem 10-15 procent.

Branche

Trykkeri

Størrelse

10-49 medarbejdere

Etableret

1946

Væsentlige udledninger i scope 3

Indkøbte varer og tjenesteydelser (Kategori 1)

Cirkulært tiltag

Cradle-to-Cradle-certificering



KLSPurePrint®



Eksempel: Cradle-to-Cradle-certificering

Kasper fortæller, at det første KLS PurePrint gjorde, var at kortlægge deres egne tryksager og indsamle viden om deres papirtyper. De fandt ud af, at de kunne reducere CO₂e-udledningen forbundet med produktionen helt ned til en tiendedel ved at ændre papirtype for den enkelte tryksag.

Derefter valgte virksomheden at opnå Cradle-to-Cradle-certificering. Det er en certificering, hvor en virksomheds produkts livscyklus analyseres med det formål at kortlægge, hvordan produktets materialer påvirker mennesker og miljø fra fremstilling til bortskaffelse. For at opnå certificeringen kræves det desuden, at produkterne, der bliver certificerede, indgår i et cirkulært kredsløb. Cradle-to-Cradle certificeringen blev valgt, dels fordi den er stringent og kræver en fuldstændig kortlægning af samtlige indholdsstoffer, men også fordi virksomheden gerne ville have dokumentation for det, de kommunikerede ud om bæredygtighed.

Cradle-to-Cradle certificeringen indebar for KLS PurePrint betydelige omkostninger, og derfor søgte virksomheden midler igennem 'Grøn Omstillingsfond' i Erhvervsstyrelsen⁹. Først da kunne de for alvor dedikere ressourcer til at arbejde med certificeringen.

I og med, at KLS PurePrint ikke selv producerer materialerne som fx papir, karton, blæk, er adgangen til data om deres indkøb helt afgørende. Kriterier bag Cradle-to-Cradle certificeringen omhandler bl.a. at virksomheder skal kunne bevise, at de arbejder seriøst med cirkularitet og genanvendelse, samt at de har overblik over kemien i og miljøpåvirkningen forbundet med deres produkter. Uden data kan en certificering ikke lade sig gøre. For at få den relevante data, kontaktede KLS Pureprint derfor deres leverandører helt ud i både 3. og 4. led, hvilket resulterede i, at flere af virksomhedens leverandører er blevet udskiftet, da de ikke var interesseret i at dele deres data.

Det er lykket KLS PurePrint at identificere leverandører, som har været villige til at justere indholdet i deres produkter, så KLS PurePrint kan fastholde Cradle-to-Cradle certificeringen, der skal re-certificeres hvert andet år. I flere tilfælde har det også betydet, at KLS PurePrint har indgået en dialog med leverandører af lim, karton, papir og blæk om at udfase brugen af bestemte kemikalier.

Eftersom KLS PurePrint efterlever Cradle-to-Cradle certificeringskravene, kan det i flere tilfælde potentielt betyde, at deres CO₂e-udledning i scope 3 reduceres, da de fx reducerer mængden af bestemt farligt affald eller kemi, som udleder CO₂e ved forarbejdning og afskaffelse. Derudover er deres produkter 100% bionedbrydelige og genanvendelige og kan indgå i et cirkulært kredsløb.

Cradle-to-Cradle

En Cradle-to-Cradle kan på dansk oversættes til "vugge-til-vugge". Navnet hænger sammen med amibitonen om at skabe cirkulære produktionsformer. En Cradle-to-Cradle certificering er en internationalt anerkendt tredjepartsverificeret produkt-certificering, der viser, at et produkt lever op til strenge krav om bæredygtighed vedrørende brug af sunde og cirkulære materialer, mindsket energi- og kemikalieforbrug samt social ansvarlighed.

⁹ Se [Virksomhedsguidens bæredygtighedstema](#) for indblik i diverse erhvervspuljer.

“Vi har i processen måttet afbryde samarbejde med nogle af vores leverandører, fordi de ikke ville dele deres data med os, hvilket var afgørende for at kunne sikre certificering.”

Kasper Larsen
CCO, KLS Pureprint

Fordele ved cirkulære tiltag

KLS PurePrints valg om at blive Cradle-to-Cradle-certificerede gjorde, at de kunne kommunikere hvilke tiltag, de havde implementeret. Markedsføringslovgivning gør nemlig, at der er strenge krav for, hvornår man må markedsføre sig på “bæredygtighed” – men med en Cradle-to-Cradle-certificering kan man som virksomhed med større troværdighed markedsføre sig på at arbejde i en mere bæredygtig retning, fordi certificeringen er tredjepartsverificeret. Kasper fortæller, at det resulterede i en ny plads på markedet, nye kunder og respekt fra omverdenen.

Kasper fortæller, at de i højere grad samarbejder med deres konkurrenter. I dag er de tre virksomheder, der sammen deler viden og omkostninger forbundet med udvikling af grønnere teknologier. Kasper fortæller, at deres samarbejde er godt og konstruktivt for udviklingen og sammen driver de branchen i en mere bæredygtig retning.

Udfordringer ved cirkulære tiltag

Der har været blandede reaktioner på KLS PurePrints Cradle-to-Cradle certificering, især fra leverandører. Nogle leverandører har i løbet af processen insisteret på, at de ingen skadelige kemikalier havde i deres produkter og mente ikke, at det var nødvendigt at undersøge det nærmere. Dette har medført, at KLS PurePrint har udskiftet flere leverandører gennem årene, og virksomheden vil kun arbejde med nogen, der er med på at være foregangsvirksomheder i den grønne omstilling.

Gode råd til andre virksomheder

Kasper har følgende gode råd til andre virksomheder:

- Når man arbejder med cirkulære tiltag, skal arbejdet være dybt forankret i topledelsen, og det skal være baseret på data og viden.
- Man skal kommunikere transparent og åbent om det, man foretager sig, og indrømme når man har lavet fejl - hvilket ifølge Kasper er umuligt at undgå. Han tilføjer: *“Vær hellere ambitiøs end bange for at lave fejl.”*
- Stil spørgsmål til leverandørerne om, hvad deres CO₂e-aftryk er, og sørg for at etablere samarbejder på tværs af branchen for at kunne sparre med hinanden.

Grøn markedsføring

Der er retningslinjer for, hvordan du må markedsføre dine grønne og cirkulære tiltag. Du kan læse om disse i Forbrugerombudsmandens [Kvikguide til virksomheder om miljømarkedsføring](#).

Vær opmærksom på

Virksomheder er forskellige, og denne case viser, hvordan én virksomhed har grebet arbejdet med cirkulære tiltag an. Eksemplerne i casene kræver tilpasning til din virksomhed for at opnå den ønskede effekt.

Casene er lavet på baggrund af interviews, der er foretaget i efteråret 2022. Casene er et øjebliksbillede af virksomhedernes arbejde, men fordi arbejdet med cirkulær økonomi, CO₂e-reduktion og bæredygtighed er i konstant udvikling, vil virkeligheden i mange af case-virksomhederne have ændret sig siden casen blev udarbejdet. Er du interesseret i at vide mere om virksomhedernes arbejde, kan du orientere dig på virksomhedernes hjemmesider.



nelmig.com

Motivation for at arbejde med bæredygtighed

nelmig.com er et online-supermarked, der tilbyder daglig levering af varer og måltidskasser direkte til kundens dør. Fra 2025 indføres EU-lovgivning om udvidet producentansvar på emballage, hvilket vil sige, at virksomheder, der pakker deres produkter i emballage, er ansvarlige for at håndtere det affald, emballagen skaber. Fordi nemlig.com også bliver omfattet af det kommende bæredygtighedsdirektiv i EU (CSRD¹⁰) vil virksomheden koble forpligtelserne med et strategisk fokus, hvor arbejdet med cirkularitet skal bidrage med at nedbringe både deres klimaaftryk i scope 3 og deres omkostninger forbundet med brug af emballage.¹⁰

Kortlægning af virksomhedens CO₂e-udledning

Jakob Zeuthen, Bæredygtighedschef hos nemlig.com, forklarer, at virksomhedens største CO₂e-udledning i scope 3 kommer fra nemlig.coms vareindkøb samt de varer, som virksomhedens leverandører producerer og leverer. Derudover beskriver han, at nemlig.coms emballageforbrug også bidrager væsentligt til det samlede klimaaftryk, og på grund af dét og det kommende udvidede producentansvar, har de valgt at arbejde målrettet med at øge genbrug og genanvendelse af emballagen, samt reducere mængden af emballage, hvilket reducerer deres scope 3-udledninger forbundet med indkøb af emballage.

Branche

Detailhandel

Størrelse

500+ medarbejdere

Etableret

2010

Væsentlige udledninger i scope 3

Indkøbte varer og tjenesteydelser (Kategori 1), opstrøms transport og distribution (Kategori 4).

Cirkulært tiltag

Takeback-ordning af fragtemballage til genbrug og genanvendelse.

¹⁰ I de kommende år præsenterer EU en række forslag, der på forskellig vis forpligter virksomheder til bæredygtig omstilling. Læs mere på Virksomhedsguiden om de kommende lovkrav og hvad de betyder for din virksomhed.



Eksempel: Takeback-ordning af fragtemballage til genbrug og genanvendelse

nelmig.com har etableret et system til tilbagetagning af fragtemballage tilbage, dvs. de plastikposer, papkasser samt termokasser til køle- og frostprodukter, som kunder har modtaget i forbindelse med levering. For nogle år siden etablerede virksomheden også en ordning for hjemtagning af plastikposer til genanvendelse til nye poser.

Takeback-ordningen muliggør, at fragtemballagen kan tages retur og herefter genbruges frem for at smides ud. Det betyder, at når virksomhedens chauffører leverer nye bestillinger til kunderne, kan de i samme ombæring tage kundernes brugte termokasser o.a retur.

For at kunne genbruge termokasserne til levering til nye kunder, er der imidlertid behov for først at rengøre dem. Førhen brugte virksomheden et eksternt vaskeanlæg, som krævede transport af kasserne og dermed øgede nemlig.com's klimaaftryk. I 2021 etablerede virksomheden derfor deres eget vaskeanlæg, som ligger ved siden af deres pakkehal. Her anvendes kamerakontrol, der vælger kasser ud til vask – og herefter desinficeres alle kasser af UV-bestråling, så de er rene.

Når termokasserne er blevet vasket og desinficeret, kommer de på et transportbånd, som kører dem ind igennem nemlig.com's pakkehal, hvorfra termokasserne på ny fyldes med varer.

Alle kasserne består af én enkelt type materiale, og som derfor er de nemmere at genanvende. Når termokasserne ikke længere kan genbruges pga. slid, genanvendes de bl.a. af virksomheden Sundolitt, der laver isolering til byggeriet. Dermed opnår Sundolitt en reduktion af deres CO₂e-udledninger i scope 3, da de i stedet for at købe jomfruelige materialer, nu køber og genanvender materialer fra nemlig.com. Jakob forklarer, at virksomheden har en målsætning om at videreudvikle på ordningen, fx med sporing af visse typer fragtemballage, for at få mere retur, der kan bruges endnu flere gange.

Derudover overvejer nemlig.com ifm. at forenkles emballagesystemet helt at droppe brugen af visse emballagetyper, herunder fx "frugt og grønt"-poser.

nelmig.com har igennem brugerundersøgelser erfaret, at en af fordelene ved at have igangsat cirkulære initiativer er, at der er positiv respons fra virksomhedens kunder.



OBS: CO₂e-besparelser ved reduktion af affald

Håndtering af affald ved hhv. forbrænding, genanvendelse eller genbrug vil give din virksomhed CO₂e-besparelser, men disse besparelser falder ikke ind under scope 3. De opgøres i stedet *uden for scopes*, som *undgåede udledninger*. Du kan vælge særskilt at rapportere opgørelser for undgåede udledninger uden for scopes, men du kan ikke trække dem fra din opgørelse af scope 1, 2 og 3.

Dog kan du reducere dine scope 3-udledninger ifm. indkøb, hvis du genbruger eller genanvender dit eget affald internt i virksomheden i stedet for at købe nye materialer.

Læs mere om CO₂e-besparelser ved affald i Udvidet vejledning på [Klimakompassets hjemmeside](#).

Effekterne af cirkulære tiltag

Når nemlig.com måler effekten af deres tiltag er det bl.a. i CO₂-ækvivalenter (CO₂e). Via egne beregninger har virksomheden vurderet, at der ved genanvendelse af ét kg termokasse gennemsnitligt kan spares omkring 5,5kg CO₂e.

Derudover måler nemlig.com på, hvor meget tiltaget reducerer deres materialeforbrug. Virksomheden har bl.a. fundet ud af, at der spares 80 ton PP-plastikposer årligt, fordi de ikke nødvendige som en hygiejnisk barriere, idet kassen er vasket og UV-desinficeret. Derudover vasker og genbruger nemlig.com årligt 10 ton velfungerende PP-transportkasser (plastik) og 5 ton EPP-transportkasser (flamingo), som førhen skulle transporteres til og fra et eksternt vaskeri for at blive genbrugt, hvilket sparer en hel del transport og dermed CO₂e-udledning.

Gode råd til andre virksomheder

Jakob har følgende gode råd til andre virksomheder:

- Start småt og godt. Udpeg et relevant område, og tag ved læring af det - og udvid så scopet.
- Søg viden og informationer i ens eget netværk, når man skal give sit i kast med grøn omstilling af sin virksomhed, da der ofte vil være mange ressourcer og meget viden at finde her.
- Fokuser på de områder, som har størst effekt, få de små sejre og kom i gang.

Vær opmærksom på

Virksomheder er forskellige, og denne case viser, hvordan én virksomhed har grebet arbejdet med cirkulære tiltag an. Eksemplerne i casene kræver tilpasning til din virksomhed for at opnå den ønskede effekt.

Casene er lavet på baggrund af interviews, der er foretaget i efteråret 2022. Casene er et øjebliksbillede af virksomhedernes arbejde, men fordi arbejdet med cirkulær økonomi, CO₂e-reduktion og bæredygtighed er i konstant udvikling, vil virkeligheden i mange af case-virksomhederne have ændret sig siden casen blev udarbejdet. Er du interesseret i at vide mere om virksomhedernes arbejde, kan du orientere dig på virksomhedernes hjemmesider.



Underprotection

Motivation for at arbejde med bæredygtighed

Underprotection er et københavnsk modebrand, der producerer lingerie, lounge wear, badetøj og strømpevarer til kvinder. Underprotections forretningsmodel er funderet på anvendelse af genanvendte, ansvarligt produceret og certificerede materialer. Selvom virksomheden endnu ikke har opgjort deres klimaaftryk, har Underprotection opnået B Corp-certificering¹¹. Certificeringen betyder konkret, at det er dokumenteret, at Underprotection lever op til de høje krav, som både forbrugere, investorer og medarbejdere i stigende grad har inden for social og miljømæssig bæredygtighed. Stephan Rosenkilde, medstifter og CEO hos Underprotection, understreger, at det er vigtigt at tage ansvar for klimaet – også for virksomheder.



Eksempel: Takeback-ordning for aflagte produkter samt reparation

I 2022 etablerede Underprotection et retursystem, hvor de tager deres produkter tilbage efter endt levetid mhp. genanvendelse af tekstilerne. Retursystemet er fuldt kørende, men er i første omgang tiltænkt som et pilotprojekt. Helt konkret fungerer systemet ved, at når en kunde ønsker at returnere en vare,

Branche

Undertøj/beklædningsproducenter

Størrelse

1-9 medarbejdere

Etableret

2010

Væsentlige udledninger i scope 3

Ikke kortlagt

Cirkulært tiltag

Takeback-ordning for aflagte produkter samt reparation

¹¹ B Corp-certificeringen er en global standard, der dokumenterer, at en virksomhed lever op til en række høje krav vedr. miljømæssig og social bæredygtighed.

skal de kontakte Underprotection, hvorefter returordren registreres i systemet. Efter modtagelse lagres materialerne indtil de videresendes til en af Underprotections samarbejdspartnere.

Hos Underprotection var det en prioritering at etablere pilotprojektet og teste retursystemet i praksis for at undersøge, hvorvidt det kan fungere både økonomisk og teknisk. Ikke alle materialer kan genanvendes, og derfor har Underprotection bevidst udvalgt materialer til deres designs, der så vidt muligt har potentiale for at kunne indgå i genanvendelsesprocesser. De indsendte materialer er tiltænkt genanvendelse i nye produkter til salg i virksomheden. Produkterne udvikles med samarbejdspartnere, der er i stand til at aftage og genanvende materialerne.

For at sikre en effektiv udvikling og drift af takeback-ordningen, har Underprotection udarbejdet en strategi for implementeringen og den løbende udvikling. Stephan fortæller, at Underprotection fik hjælp fra en rådgiver gennem Virksomhedsprogrammet SMV:Grøn til at kortlægge og efterfølgende sætte gang i processerne, hvilket spillede en afgørende rolle ift. retursystemets implementering.

Underprotection har prioriteret en stor kommunikationsindsats for at få flere kunder til at benytte sig af returmuligheden. Eksempelvis udsteder de gavebeviser på 30% rabat på kundens næste ordre, hvis de sender aflagt tøj retur.

På nuværende tidspunkt indsamler Underprotection tilbagetagne produkter og rester fra metervarer og lægger dem til side for derefter at sende materialerne til genanvendelse 2-4 gange årligt. Dette er en midlertidig løsning, som forhåbentlig kan skaleres i takt med at markedet for genanvendelse modnes.

Underprotection har desuden implementeret et Repair and Reward-program, der betyder, at hvis kunden får deres produkt repareret hos en skrædder, hvis det skulle gå i stykker, får kunden en belønning. Belønningen udformes som et gavebevis på det dobbelte af reparationens pris til brug i forbindelse med køb hos Underprotection. En længere levetid af produktet nedbringer således virksomhedens scope 3 udledninger.

Fordele ved cirkulære tiltag

Take-back systemet fungerer, men Stephan nævner, at der ikke sendes mange brugte produkter ind fra deres kunder. Dette tolkes dog positivt som en indikation på, at produkterne er holdbare. Mange af deres kunder har desuden haft en meget positiv reaktion på virksomhedens nyhedsbreve om retursystemet, og derfor giver tiltaget ikke kun miljømæssig værdi, men også kommerciel værdi.

Udfordringer ved cirkulære tiltag

Selvom der er rigtig mange interesserede samarbejdspartnere, oplever Underprotection, at mange potentielle samarbejdspartnere har minimumskrav til mængderne af materiale, som de vil aftage, hvilket begrænser den nuværende takeback-ordning, fordi Underprotection på nuværende tidspunkt ikke modtager en stor mængde aflagte produkter.

Grundet logistiske udfordringer er takeback-ordningen i første omgang kun tilgængeligt for de kunder, der har købt Underprotections produkter direkte i webshoppen, men virksomheden ønsker i fremtiden også at indføre et holdbart retursystem med opsamlingssteder gennem deres forhandlere.



OBS: CO₂e-besparelser ved reduktion af affald

Håndtering af affald ved hhv. forbrænding, genanvendelse eller genbrug vil give din virksomhed CO₂e-besparelser, men disse besparelser falder ikke ind under scope 3. De opgøres i stedet uden for scopes, som undgåede udledninger. Du kan vælge særskilt at rapportere opgørelser for undgåede udledninger uden for scopes, men du kan ikke trække dem fra din opgørelse af scope 1, 2 og 3.

Dog kan du reducere dine scope 3-udledninger ifm. indkøb, hvis du genbruger eller genanvender dit eget affald internt i virksomheden i stedet for at købe nye materialer.

Læs mere om CO₂e-besparelser ved affald i Udvidet vejledning på [Klimakompassets hjemmeside](#).

Gode råd til andre virksomheder

Stephan har råd følgende til andre virksomheder:

- Små og mellemstore virksomheder kan have stor gavn af at bruge eksterne konsulenter, fordi arbejdet med bæredygtighed kræver ressourcer, der ikke altid haves internt.
- Der er mange gode puljer og muligheder for at få finansiel støtte og hjælp til at sætte processer i gang for små og mellemstore virksomheder, som ikke altid har ressourcerne og den nødvendige kapacitet¹².

Vær opmærksom på

Virksomheder er forskellige, og denne case viser, hvordan én virksomhed har grebet arbejdet med cirkulære tiltag an. Eksemplerne i casene kræver tilpasning til din virksomhed for at opnå den ønskede effekt.

Casene er lavet på baggrund af interviews, der er foretaget i efteråret 2022. Casene er et øjebliksbillede af virksomhedernes arbejde, men fordi arbejdet med cirkulær økonomi, CO₂e-reduktion og bæredygtighed er i konstant udvikling, vil virkeligheden i mange af case-virksomhederne have ændret sig siden casen blev udarbejdet. Er du interesseret i at vide mere om virksomhedernes arbejde, kan du orientere dig på virksomhedernes hjemmesider.

¹² Se [Virksomhedsguidens bæredygtighedstema](#) for indblik i diverse erhvervspuljer



Hedeselskabet

Motivation for at arbejde med bæredygtighed

Hedeselskabet arbejder med forvaltning og dyrkning af natur-, skov- og miljøområder i Danmark, og har til formål at sikre en bæredygtig udnyttelse af naturressourcer til gavn for både samfund og biodiversitet. Hedeselskabet bygger deres forretningsfundament og strategi på bæredygtighed med særligt tre fokuspunkter: klima, biodiversitet og cirkularitet. Virksomheden ønsker at bidrage positivt til disse tre områder og har en vision om at bygge en bæredygtig fremtid med naturen som partner.

Det strategiske fokus på bæredygtighed skabte incitament for virksomheden til at undersøge deres klimaaftryk og forbedre deres cirkulære aktiviteter. Derfor besluttede de at kortlægge og arbejde med at reducere deres CO₂e-udledning, herunder deres scope 3-udledninger.

Kortlægning af virksomhedens CO₂e-udledning

Mads Flinterup, klima- og biodiversitetschef hos Hedeselskabet, fik til opgave at kortlægge virksomhedens scope 3-udledning. Komplexiteten forbundet med CO₂e-kortlægning og begrænset viden på området betød, at Hedeselskabet rakte ud til et eksternt konsulenthus for at få assistance.

Scope 3-udledningen blev kortlagt på tværs af virksomhedens enkelte afdelinger. Beregningerne viste, at omkring 90% af Hedeselskabets samlede CO₂e-udledning stammer fra aktiviteter i scope 3.

Målsætninger

Hedeselskabets reduktionsmål blev defineret på baggrund af en undersøgelse af og sammenligning med andre cirkulære initiativer og mål inden for samme branche. Virksomheden sigter efter at reducere deres scope 1 og 2 efter The Net-Zero standard¹³, hvilket betyder en reduktion på 42% inden 2030. Virksomheden ønsker desuden, at deres scope 3-udledning reduceres med 25% i samme periode.

¹³ [The Net-Zero Standard](#) er en videnskabeligt baseret rammesætning for virksomhedernes reduktionsmålsætninger skabt af Science Based Targets initiative.

Branche

Skovbrug, beplantning og anlægsgartnere

Størrelse

500+ medarbejdere

Etableret

1866

Væsentlige udledninger i scope 3

Brug af solgte produkter (Kategori 11)

Cirkulært tiltag

Genanvendelse af biorestressourcer



HEDESELSKABET



Eksempel: Genanvendelse af biorestressourcer

Hos Hedeselskabet har man gjort cirkulær økonomi til en forretningsprioritet bl.a. ved oprettelsen af en afdeling, der specialiserer sig i at opkøbe, genanvende og videresælge andre virksomheders biorestprodukter. Hedeselskabet har bl.a. etableret faciliteter og arbejdsgange, der tillader dem at opkøbe andre virksomheders spildevandsslam, hvorefter de genanvender det ved at nyttiggøre næringsstofferne heri og omdanne det til biogødning, som de selv kan bruge og som også kan sælges videre til landbruget. Ved dette tiltag reducerer Hedeselskabet deres indkøb af nyproduceret gødning, fordi de i stedet genanvender spildevand.

Et af de tiltag, som Hedeselskabet har sat i værk for at gøre deres egne aktiviteter mere cirkulære, vedrører genanvendelse af deres 1.000+ medarbejders arbejdstøj. Virksomheden havde ikke lyst til, at arbejdstøj med deres logo skulle kunne findes rundt omkring som affald. Derfor etablerede de et samarbejde med en virksomhed, der aftager noget af arbejdstøjet, nedbryder fibre og genanvender det.

Udfordringer ved cirkulære tiltag

Hedeselskabets skovbrug producerer træ til bl.a. bygninger, møbler, emballage, papir og andre formål. På denne måde får træet en høj værdianvendelse før afbrænding af træet ifm. affaldshåndteringen efter endt levetid.

En stor del af det producerede træ bruges dog direkte (forstået som træ produceret til forbrænding) og indirekte (forstået som biprodukter fra produktion i form af fx afskær) i energisektoren, fx til produktion af fjernvarme. Mads fortæller, at Hedeselskabets ambition er, at mere af det producerede træ bruges i længere tid og får en højere værdianvendelse, inden det brændes af. Det er ifølge Mads virksomhedens væsentligste potentielle bidrag til cirkularitet.

Hedeselskabet er desuden løbet ind i en forhindring ift. ønsket om at opskalere tiltaget om genanvendelse af arbejdstøj. Det har vist sig at være svært at finde aftagere af tøjet, hvor det er logistisk muligt at håndtere tilbagetagning af så store mængder tekstil, som Hedeselskabets mange medarbejdere anvender. Noget tyder altså på, at markedet ikke er modent til det, selvom behovet er der.

Derudover nævner Mads, at han som chef for både klima og biodiversitet ofte udfordres af modsatrettede hensyn: *“Hvad der er godt for klimaet, er ikke nødvendigvis godt for biodiversiteten. Derfor må jeg hele tiden afveje, hvad der vejer tungest i en given situation.”*

Effekterne af cirkulære tiltag

Hedeselskabet holder kontinuerligt øje med udviklingen i deres klimaregnskab. De holder også øje med udviklingen af deres tiltag med genanvendt arbejdstøj og modtager jævnligt rapporter fra virksomheden, der genanvender tøjet, om hvor mange kilo genanvendte fibre, tøjet er blevet til, men dette tiltag kan de ikke måle i deres klimaregnskab.



OBS: CO₂e-besparelser ved reduktion af affald

Håndtering af affald ved hhv. forbrænding, genanvendelse eller genbrug vil give din virksomhed CO₂e-besparelser, men disse besparelser falder ikke ind under scope 3. De opgøres i stedet *uden for scopes*, som *undgåede udledninger*. Du kan vælge særskilt at rapportere opgørelser for undgåede udledninger uden for scopes, men du kan ikke trække dem fra din opgørelse af scope 1, 2 og 3.

Dog kan du reducere dine scope 3-udledninger ifm. indkøb, hvis du genbruger eller genanvender dit eget affald internt i virksomheden i stedet for at købe nye materialer.

Læs mere om CO₂e-besparelser ved affald i Udvidet vejledning på [Klimakompassets hjemmeside](#).

Gode råd til andre virksomheder

Mads har følgende råd til andre virksomheder:

- Kortlægning af scope 3 og arbejde med cirkulær økonomi er en omfattende proces, og det er vigtigt, at hele organisationen er motiveret og gearet, før processen starter, og det kræver, at alle medarbejdere involveres.
- Det er vigtigt at erkende, at det er en læringsproces, og at man må acceptere, at der kan forekomme usikkerhed omkring præcisionen af data.

Vær opmærksom på

Virksomheder er forskellige, og denne case viser, hvordan én virksomhed har grebet arbejdet med cirkulære tiltag an. Eksemplerne i casene kræver tilpasning til din virksomhed for at opnå den ønskede effekt.

Casene er lavet på baggrund af interviews, der er foretaget i efteråret 2022. Casene er et øjebliksbillede af virksomhedernes arbejde, men fordi arbejdet med cirkulær økonomi, CO₂e-reduktion og bæredygtighed er i konstant udvikling, vil virkeligheden i mange af case-virksomhederne have ændret sig siden casen blev udarbejdet. Er du interesseret i at vide mere om virksomhedernes arbejde, kan du orientere dig på virksomhedernes hjemmesider.