

# Den forbrugerdrevne grønne omstilling

Tværfaglig aktivitet under Closing Loops

06.02.2025  
Tekstmuseet Herning



# LIFESTYLE AND DESIGN CLUSTER

Ved Frank Engelbrecht, Lone Haumann og Birgitte Iversen

# Hvem er Lifestyle and Design Cluster?

---

## National erhvervsklynge – design, mode og møbler

- Vi er en national erhvervsklynge inden for design, mode og møbler der arbejder for at fremme innovation.

## Mission

- Vi sætter ambitiøse mål for branchens grønne omstilling og tilbyder et miks af forsknings- og innovationsaktiviteter inden for cirkulær økonomi og internationalisering - dette sker i samarbejde med førende forskere og eksperter.

## Vision

- Vores vision er, at klyngens aktører bliver blandt de mest innovative i verden via ny viden, nye ideer og samarbejde, og dermed opnår kommerciel succes.

# Vores 3 fokusområder

---

## Cirkulær økonomi

- Vi skaber cirkulære aktiviteter, som gavner samfundet og kommende generationer – og er lette at implementere, skalere og måle.

## Internationalisering

- En stor del af omsætningen i klyngens virksomheder kommer fra eksport. Derfor har vi stort focus på international samarbejde.

## Iværksætteri

- Mode, møbler, design, livsstil og innovation i verdensklasse. Det er hverdagen i Lifestyle and Design Cluster's to iværksætttermiljøer i Aarhus og København.

## Kontaktoplysninger:

Frank Engelbrecht  
Project Mgr. CE, Textile symbiosis Herning &  
Sustainable lifestyle  
M: +45 2174 0020  
E: [Frank@ldcluster.com](mailto:Frank@ldcluster.com)

Birgitte Iversen  
Kommunikation, Closing Loops  
M: +45 21 76 76 00  
E: [biv@ldcluster.com](mailto:biv@ldcluster.com)

Lone Haumann  
Projektleder, Cirkulær Økonomi Mode & Tekstil  
M: +45 2623 2663  
E: [lone@ldcluster.com](mailto:lone@ldcluster.com)

Lifestyle and Design Cluster's  
nyhedsbrev:



Følg os på [www.ldcluster.com](http://www.ldcluster.com)





# Hvem er samlet her i dag?

Er du fra

- En virksomhed med 0-20 ansatte?
- En virksomhed med over 20 ansatte?
- En myndighed, NGO, klynge eller GTS?

Har vi glemt nogen?

# Velkommen



Hvordan motiverer man forbrugeren til at vælge bæredygtige løsninger, og hvordan kan man som virksomhed designe value propositions og produkter gennem værdikædesamarbejde, som understøtter og motiverer en cirkulær økonomisk udvikling?

## Det får du:

- Værktøjer til at motivere forbrugere til at vælge bæredygtige løsninger.
- Hjælp til at designe produkter og value propositions, der understøtter en cirkulær økonomi.
- Indsigt i motivationsteorier fra bæredygtighedspsykologi og deres anvendelse
- Viden om, hvordan virksomheder kan understøtte borgernes rejse mod bæredygtige livsstile.
- Netværk med eksperter inden for bæredygtighed, design og forbrugeradfærd.

# Program for dagen



**10.00 TJEK IND OG KAFFE**

**10.30 VELKOMMEN**

**10.45 MOTIVATION FOR BÆREDYGTIGHED**

v. Lifestyle and Design Cluster og Tekstilmuseet

**11.35 ER FAST FASHION SOM FAST FOOD?**

v. Simon Elsborg Nygaard, bæredygtighedspsykolog, ekstern lektor og p.hd. i bæredygtig trivsel

**12.20 FROKOST**

v. Else Skjold, lektor ved Det Kongelige Akademi, p.hd. og forsker i bæredygtig mode

**13.00 VIRKSOMHEDERNES ROLLE**

letfordøjelig og langsom

**13.45 HVORDAN MAN BLIVER EN DEL AF CLOSING LOOPS**

v. Ditte Vesterager Christensen, specialkonsulent ved Region Hovedstaden

**14.00 NETWORKING & FORFRISKNINGER**

v. Lifestyle and Design Cluster



# Motivation for bæredygtighed og værditilbud

Med brug af bæredygtighedspsykologi

Simon Elsborg Nygaard  
Ph.d. i bæredygtig trivsel  
Selvstændig bæredygtighedspsykolog  
Ekstern lektor, AU.

web. [senygaard.dk](http://senygaard.dk)

# Program



- 1) Bæredygtig trivsel
- 2) Bæredygtighedspsykologi
- 3) Kognitiv dissonans og værditilbud
- 4) Målramme-metode og værditilbud



# Bæredygtig trivsel

At leve gode liv med høj livskvalitet  
indenfor rammerne af én jordklode og  
uden at skade andre mennesker

# Program



- 1) Bæredygtig trivsel
- 2) Bæredygtighedspsykologi**
- 3) Kognitiv dissonans og værditilbud
- 4) Målramme-metode og værditilbud



# Bæredygtighedspsykologi

Anvendelse af psykologien  
i arbejdet med  
bæredygtighed





# Bæredygtighedspsykologi

Anvendelse af psykologien  
i arbejdet med  
bæredygtighed

- Bæredygtig trivsel og livskvalitet
- Hvad opleves motiverende og attraktivt (værditilbud)





# Program



- 1) Bæredygtig trivsel
- 2) Bæredygtighedspsykologi
- 3) Kognitiv dissonans og værditilbud**
- 4) Målramme-metode og værditilbud

# Kognitiv dissonans

A black and white photograph of a person's face, with their hands covering their eyes and mouth, symbolizing cognitive dissonance. The person's hands are pressed against their face, with fingers spread, completely obscuring their eyes and mouth. Only the bridge of their nose and the top of their teeth are visible. The lighting is dramatic, highlighting the texture of the skin and the tension in the hands.

KD, Leon Festinger  
Simon Elsborg Nygaard



# Kognitiv dissonans

=

Ubehagelig konflikt imellem holdninger  
og handlinger



# Kognitiv dissonans

=

Ubehagelig konflikt imellem holdninger  
og handlinger



Fire veje til reduktion af kognitiv dissonans

- 1) Ændre holdning
- 2) Ignorere konflikt
- 3) Tilføje forklaring
- 4) Handle

# Program



- 1) Bæredygtig trivsel
- 2) Bæredygtighedspsykologi
- 3) Kognitiv dissonans og værditilbud
- 4) Målramme-metode og værditilbud**



# Målramme-metode:



# Målramme-metode:

## Normativ målramme

Fokus på etik og moral. Hvad man bør gøre.





# Målramme-metode:

## Normativ målramme

Fokus på etik og moral. Hvad man bør gøre.



## Gevinst-målramme

Fokus på knappe ressourcer. Fx tid, penge, status, karriere.





# Målramme-metode:

## Normativ målramme

Fokus på etik og moral. Hvad man bør gøre.



## Gevinst-målramme

Fokus på knappe ressourcer. Fx tid, penge, status, karriere.



## Hedonistisk målramme

Fokus på følelser. Behag og ubehag.

Om det er nemt.



Målramme-teori (Steg og Vlek)

Simon Elsborg Nygaard



# Målramme-metode:

**Medtænk  
målrammerne i jeres  
værditilbud**

## Gevinst-målramme

Fokus på knappe ressourcer. Fx tid, penge, status, karriere.



## Normativ målramme

Fokus på etik og moral. Hvad man bør gøre.



## Hedonistisk målramme

Fokus på følelser. Behag og ubehag.

Om det er nemt.



Målramme-teori (Steg og Vlek)

Simon Elsborg Nygaard



# Bæredygtig trivsel

At leve gode liv med høj livskvalitet indenfor rammerne af én jordklode og uden at skade andre mennesker

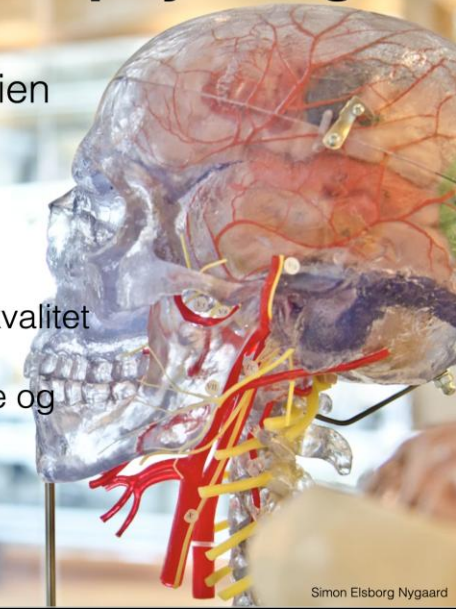


Simon Elsborg Nygaard

# Bæredygtighedspsykologi

Anvendelse af psykologien i arbejdet med bæredygtighed

- Bæredygtig trivsel og livskvalitet
- Hvad opleves motiverende og attraktivt (værditilbud)



Simon Elsborg Nygaard

## Kognitiv dissonans

=

Ubehagelig konflikt imellem holdninger og handlinger



Fire veje til reduktion af kognitiv dissonans

- 1) Ændre holdning
- 2) Ignorere konflikt
- 3) Tilføje forklaring
- 4) Handle

KD, Leon Festinger  
Simon Elsborg Nygaard

## Målramme-metode:

**Medtænk målrammerne i jeres værditilbud**

### Normativ målramme

Fokus på etik og moral. Hvad man bør gøre.



### Gevinst-målramme

Fokus på knappe ressourcer. Fx tid, penge, staus, karriere.



### Hedonistisk målramme

Fokus på følelser. Behag og ubehag.

Om det er nemt.



Målramme-teori (Steg og Væk)  
Simon Elsborg Nygaard

# Om forbrugerens bæredygtige valg: ER FAST FASHION SOM FAST FOOD?



Det Kongelige  
Akademi



©Colourbox, i Altinget 29.1.2019



Plasticcollective.co 7.2.2024

Arkitektur  
Design  
Konservering



# Hvor kom vi fra?

## Verden før fast fashion: Herning-Ikast i centrum



Maleriet *En jysk fårehyrde på heden* af Frederik Vermehren



Syersker hos fabrikant Carlo Wichmann i Ikast 1957.  
Hugo E. Madsen/Lokalhistorisk arkiv i Herning. Hentet fra Danmarks Nationalleksikon.

# Hvor er vi nu?

## Atomiserede værdikæder og prisræs mod bunden

Samarbejde mellem teknikere og designere typisk skilt ad

Arbejdsgange der forbedrer design og pasform typisk begrænset

Materialer; certificeringer vigtige men (lav) pris vigtigst

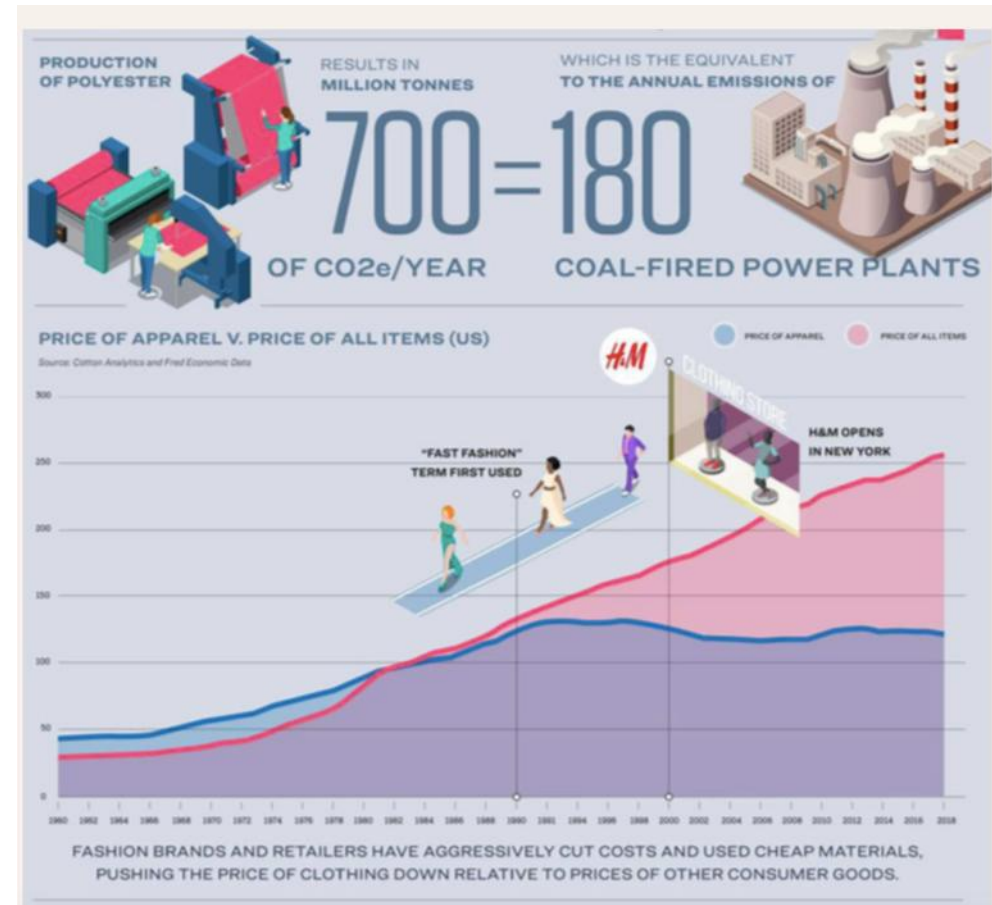
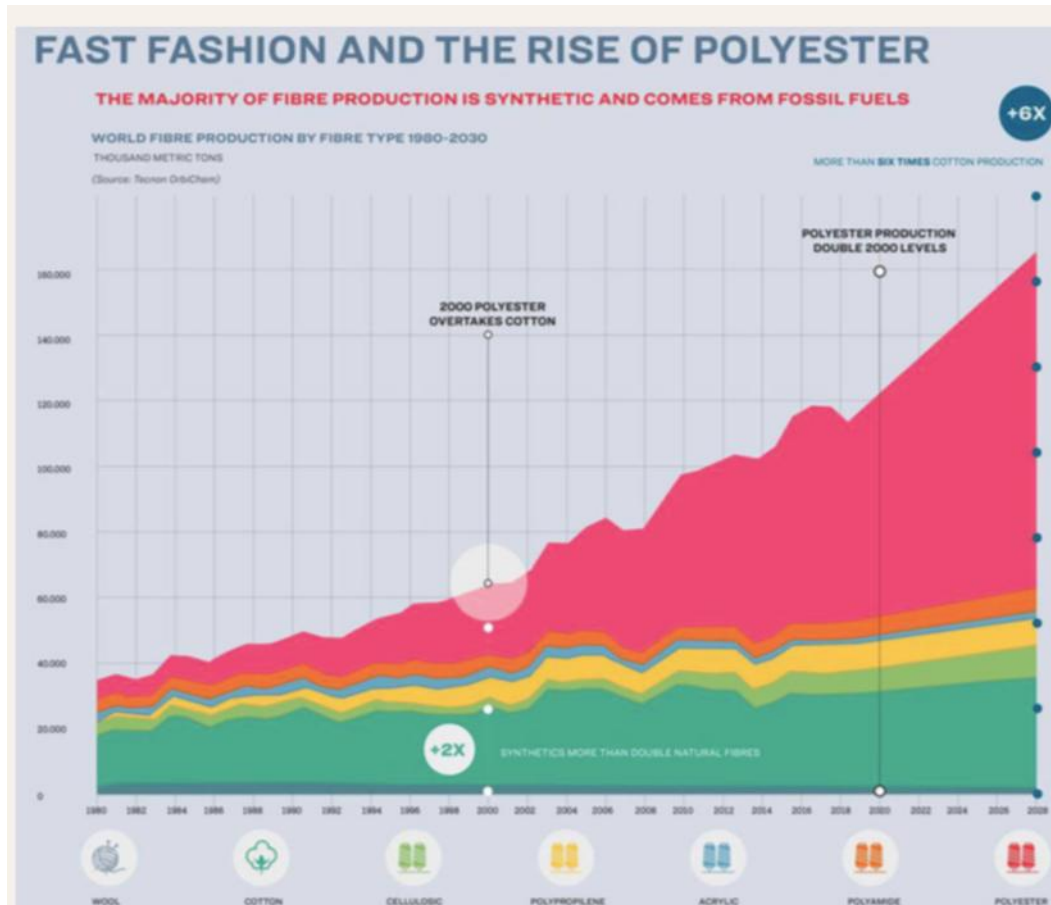


©Julie Bundgaard, fra artikel 28.12.2024. Feltarbejde fra ph.d. afhandlingen  
*Lens of labour: Improving social audits in the Bangladesh garment industry through the eyes and voices of garment workers.*



# Hvad driver fast fashion?

## Forskerne er ved at få øje på problemerne med polyester



Kilde: Fossil Fashion: the hidden reliance of fast fashion on fossil fuels. ©asustainablecloset.com

# Fast fashion udfordret: Rammebetingelser i frit fald

Fra frihandel og globalisering til protektionisme

Fra global produktion til lokal produktion (i EU)

Fra lempelse af krav til opskalering (EU strategi)

Prisstigninger grundet klimakrisen (f.x. bomuld)

Mulig regulering på fossile ressourcer?

**Jennifer Rankin**  
*in Brussels*

Wed 29 Jan 2025 16:10  
CET

 Share

Ursula von der Leyen announces plans to cut red tape and boost innovation in second term as head of European Commission

● [Business live - latest updates](#)



📹 Von der Leyen said European business had sent a very clear signal that it faced 'too much complexity'. Photograph: Olivier Hoslet/EPA

The EU executive has announced “an unprecedented simplification effort” to cut regulations and boost innovation in an attempt to reverse [Europe's economic decline](#) and better compete with China and the US.

@The Guardian



# Om forbrugerens (mangel på) bæredygtige valg: Er bæredygtig mode “det kedelige mode”?

Fordomme i både branche og hos  
forbrugere:

Bæredygtig mode er kedeligt

Bæredygtig mode er dyrt

Bæredygtighed er ikke feel good

Egtvedpigen, S/S 1379 B.C.  
Rekonstruktion foretaget af forskningsafdelingen hos Nationalmuseet  
Bonus info særligt til Herningboere: 75% uld kom fra udlandet



# HVAD ER DET DE VIL HAVE? Vi gør det så godt men...

1. *Pasform*  
*Men passer formen?*
2. *Til mit budget*  
*Hvad betyder det?*
3. *Passer til min eksisterende garderobe/stil*  
*Men hvad er det?*
4. *Bæredygtighed (siger de)*  
*Men hvad er det?*



Udstilling på det Kongelige Akademi; Design for Circularity  
©Asta Baggesen og *Klothing* – Center for Apparel, Textiles & Ecology Research



# Der var engang...

Kundepleje omkring opbygning af den gode garderobe til 'dit budget'

Garderoberne var mindre men mere tilpassede til den enkeltes behov, drømme, budget og virkelighed- ikke til trends og sæsoner.

Hvordan får vi det tilbage?



Grethe Meyer og Børge Mogensens bolig byggeskabe, her foto fra Lauritz.com

# Globalisering har ensliggjort moden

## Men hvad er godt design - og for hvem?

Masseproduktion og standardisering har gjort moden ens, til meget stor frustration for masser af forbrugere som føler sig overset.

Hvordan får vi diversiteten og inklusionen tilbage?

Hvordan revitaliserer vi justeringskrædderier, reparation m.v. som nye, cirkulære forretningsmodeller på lige linje med gensalg?

©Ari Seth Cohen. 104-årige Rose i et yndlingsoutfit.

©CFW. Afgænger fra 2023, Sarkis Desharharkian



# Billige tekstiler har gjort os til tekstile analfabeter

## Resultat: bæredygtige tiltag belønnes ikke

Forbrugere har ikke længere noget forhold til tekstiler

Tekstiler 'gror ud af mobilen'

Vi skal helt forfra og uddanne flere generationer

Hvordan forlange merbetaling for høj kvalitet når de fleste ikke ved hvad det er eller hvad det betyder og ikke kan identificere det?

Foto ©det Kongelige Akademi. Undervisningsmateriale fra TRACE projektet 'Change4Circularity' under Astras masseeksperiment 2024



TAK

Spørgsmål?

<https://kglakademi.dk/da/klothing-centre-apparel-textiles-ecology-research>

<https://trace.dk/textiles/>

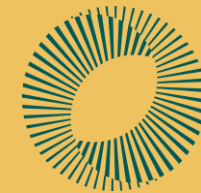
<https://trace.dk/news-events/new-trace-call/>

- projektopstartsdag 25.3.2025 på Designskolen Kolding









# Frokost

*serveret i cafeen, kan nydes her i salen*

# Hvordan kan virksomheder understøtte bæredygtige livsstile?

*Ditte Vesterager Christensen, Region Hovedstaden*

*Cirkulær økonomi og bæredygtigt forbrug*

*6. februar 2025*

A large yellow graphic consisting of several concentric, overlapping loops that form a stylized infinity symbol or a continuous path, representing the circular economy concept.

CIRCULAR ECONOMY  
**BEYOND  
WASTE**





# Hvad kommer jeg omkring?

## De planetære grænser omsat til grænser for forbrug

- Hvilket råderum?
- Vores nuværende livsstile set i forhold til råderummet
- Hvad er tilstrækkeligt for at trives?

## Hvilke ændringer i forbruget er effektive?

- Rebound-effekt
- Problem shifting
- Avoid, shift, improve

## Hvordan kan virksomheder bidrage?

- Pionerer for løsninger der understøtter bæredygtige livsstile
- Nye succeskriterier for virksomhedsdriften
- Fremme nye normer og værdier
- Alliancer med andre aktører



CIRCULAR ECONOMY

**BEYOND WASTE**



Et spørgsmål til jer...

*Hvad er det vigtigste i dit liv?  
(30 sek. refleksion + 30 sek. fortæl sidemanden)*

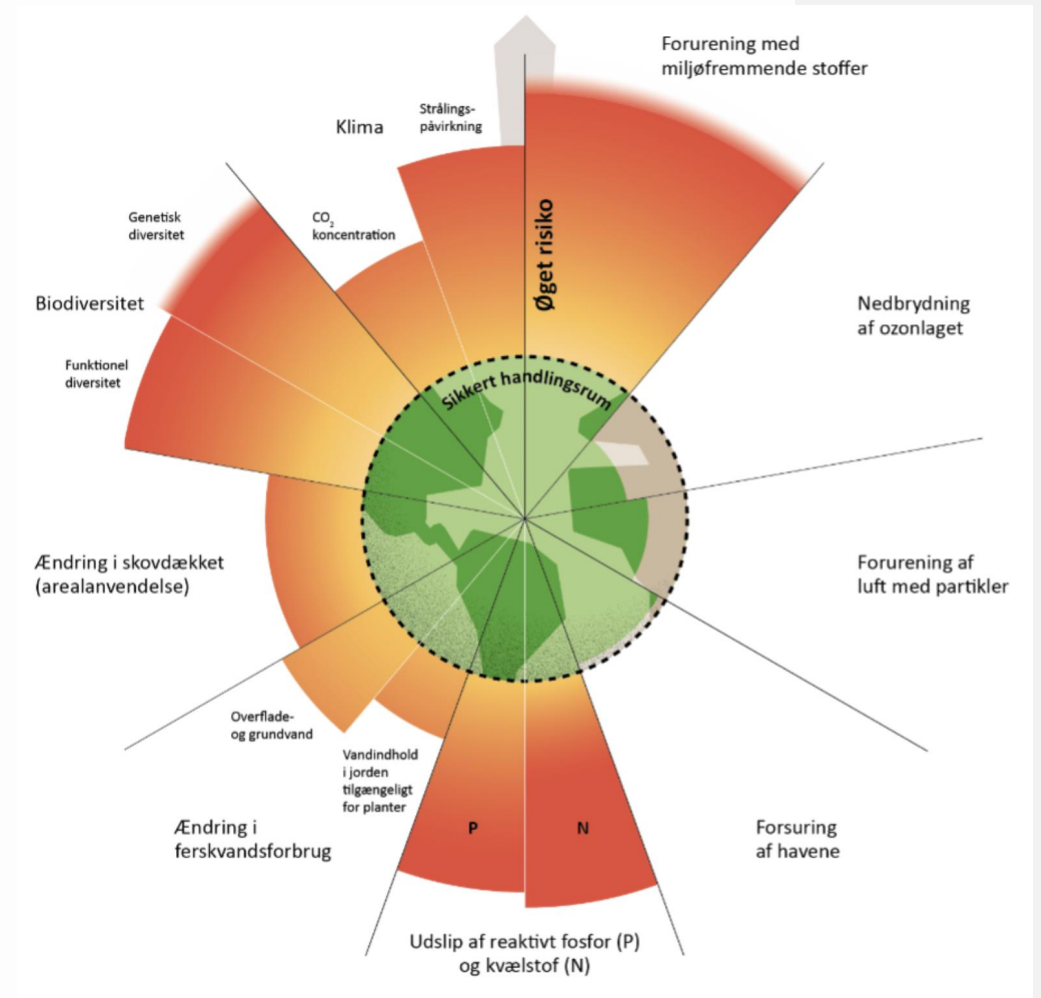


CIRCULAR ECONOMY  
**BEYOND WASTE**



# De planetære grænser

- Bredt anerkendt kvantificering af det globale råderum for ressourceforbrug og forurening
- 6 af 9 allerede overskredet
- Grænserne er ikke til forhandling...





# Vores nuværende livsstile er langt over råderummet

- Nuværende forbrug og forurening:

- 24,5 ton ressourcer/år/borger
- 13 ton CO<sub>2</sub>/år/borger

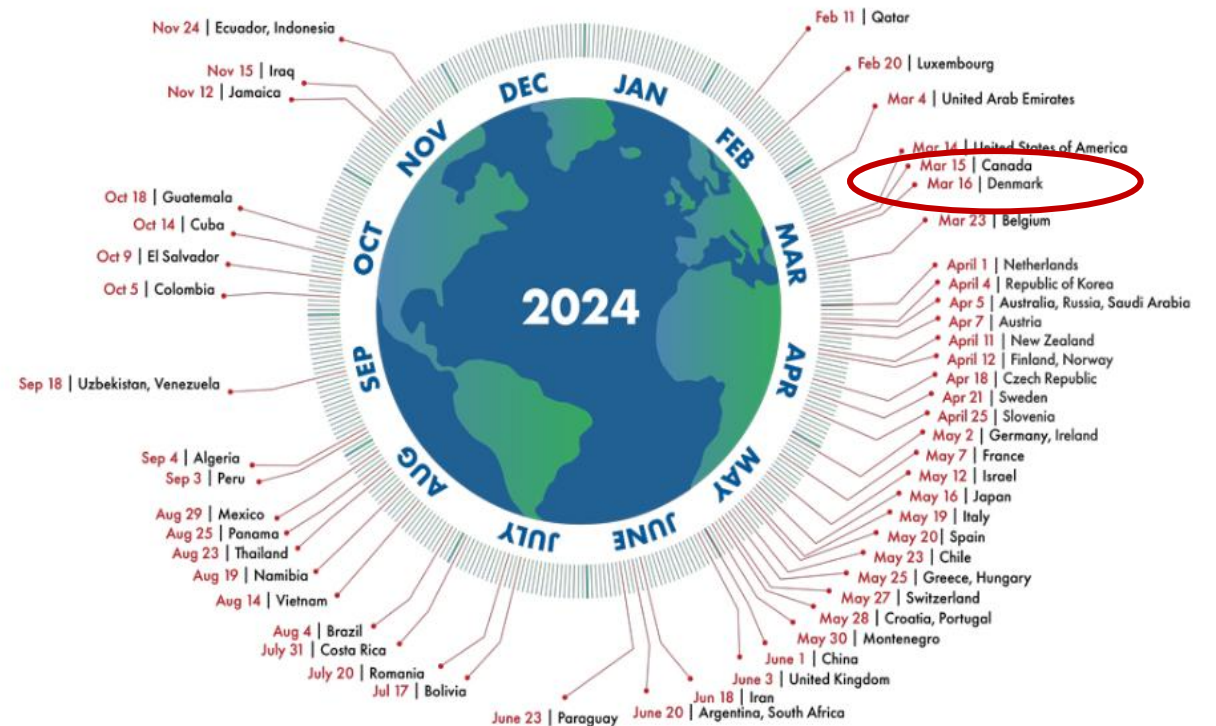
- Råderum:

- 8 ton ressourcer/år/borger
- 3 ton CO<sub>2</sub>/år/borger inden 2030
- 1 ton CO<sub>2</sub>/år/borger inden 2050

→ 75 % af nuværende forbrug er overforbrug

## Country Overshoot Days 2024

When would Earth Overshoot Day land if the world's population lived like...



For a full list of countries, visit [overshootday.org/country-overshoot-days](https://overshootday.org/country-overshoot-days).



EARTH  
OVERSHOOT  
DAY

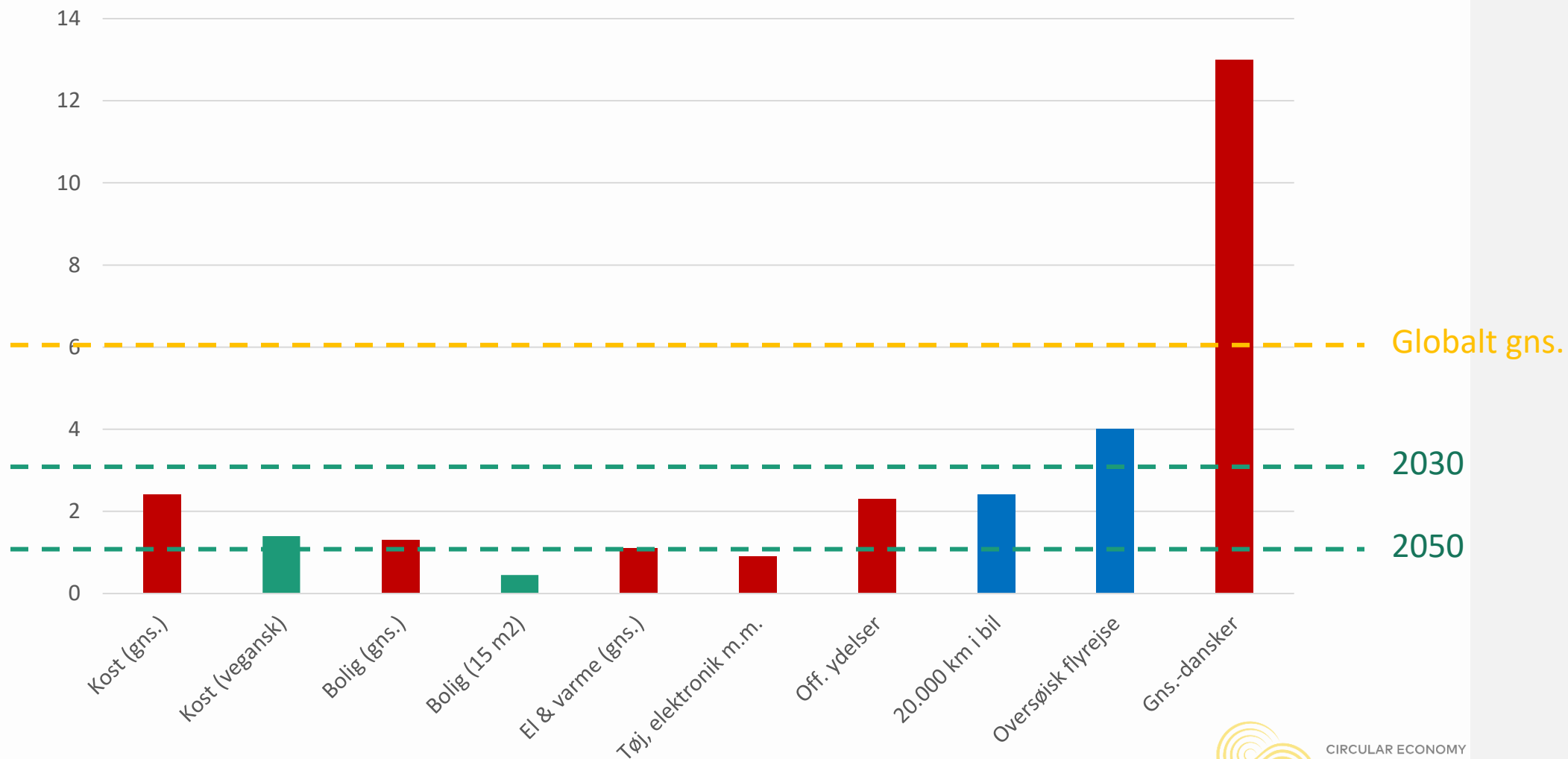
Source: National Footprint and Biocapacity Accounts, 2023 Edition  
[data.footprintnetwork.org](https://data.footprintnetwork.org)



Global Footprint Network  
Advancing the Science of Sustainability

# Hvad er der plads til inden for råderummet?

CO2/år/borger



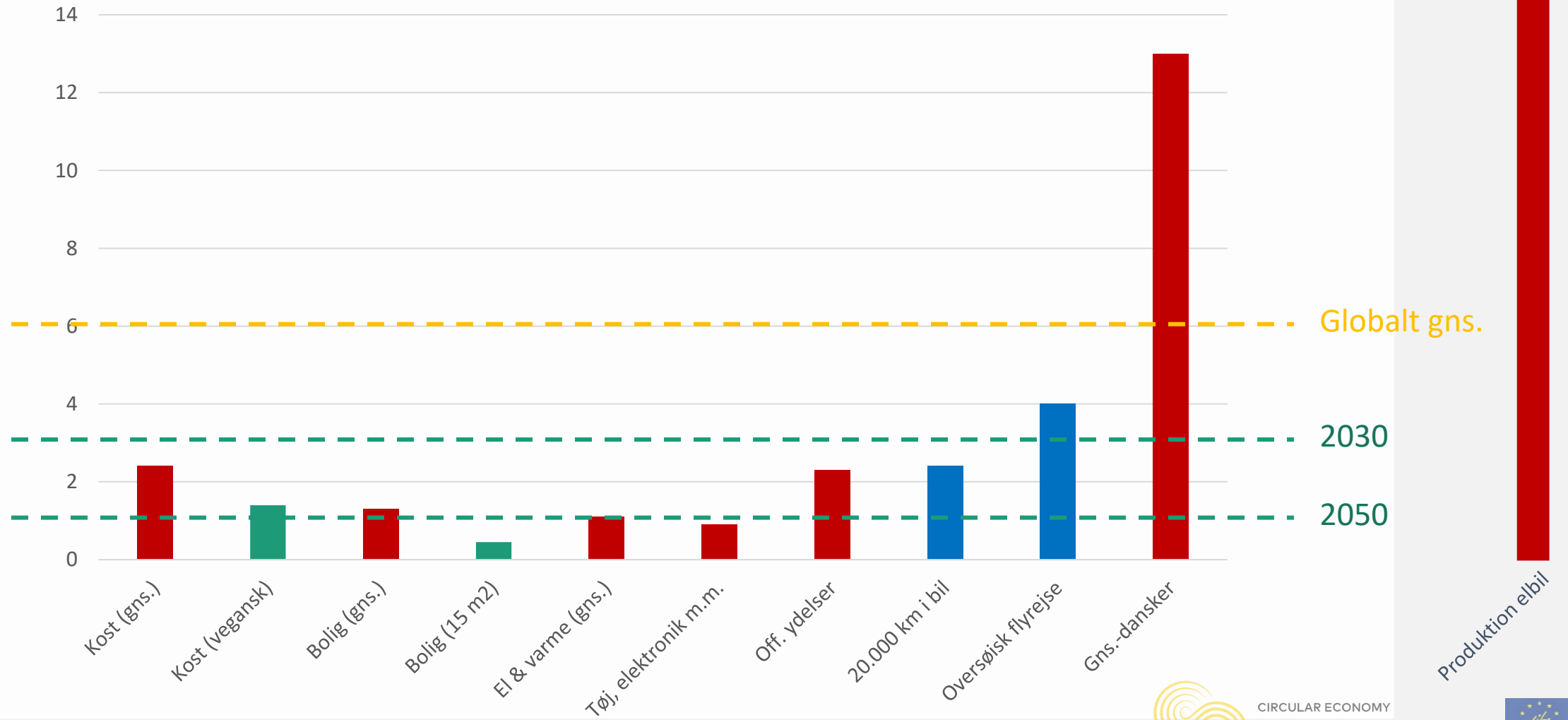
CIRCULAR ECONOMY  
**BEYOND WASTE**





# Hvad er der plads til inden for råderummet?

CO2/år/borger



CIRCULAR ECONOMY  
**BEYOND WASTE**



# Er vi blevet energiblinde?





It takes 1 Robert to toast a slice of bread  
180 Roberts to power a car  
43 000 Roberts to power an airplane

How many Roberts do you need?



# Hvilket forbrug er tilstrækkeligt for at trives?

- **Fødevarer**
  - 2000-2500 kcal/person/dag – og tilstrækkeligt nærende kost
- **Bolig**
  - 15 m<sup>2</sup>/person (en dansker i dag 54 m<sup>2</sup>/person)
  - Opvarmning af 15 m<sup>2</sup>/person
  - Belysning 6 timer/dag
  - 50-100 L vand/person/dag – heraf 15-20 L opvarmet
  - **Elforbrug: 255 kWh/person/år** (en dansker i dag 1600 kWh/år)
- **Transport**
  - 5.000 passagerkm/person/år
  - Primært aktiv og kollektiv transport + begrænset brug af bil og fly





# Hvilket forbrug er tilstrækkeligt for at trives?

- **Ejendele**

- 1 køle-/fryseskab pr. husstand
- 4 kg nyt tøj/person/år – og 80 kg tøjvask/år (delte vaskefaciliteter)
- 1 mobil per husstand/voksen/person over 10 år
- 1 bærbar computer pr. husstand

- **Offentlige ydelser**

- Sundhedsydelser
- Uddannelse (9 års uddannelse til alle)
- Ren luft
- ...

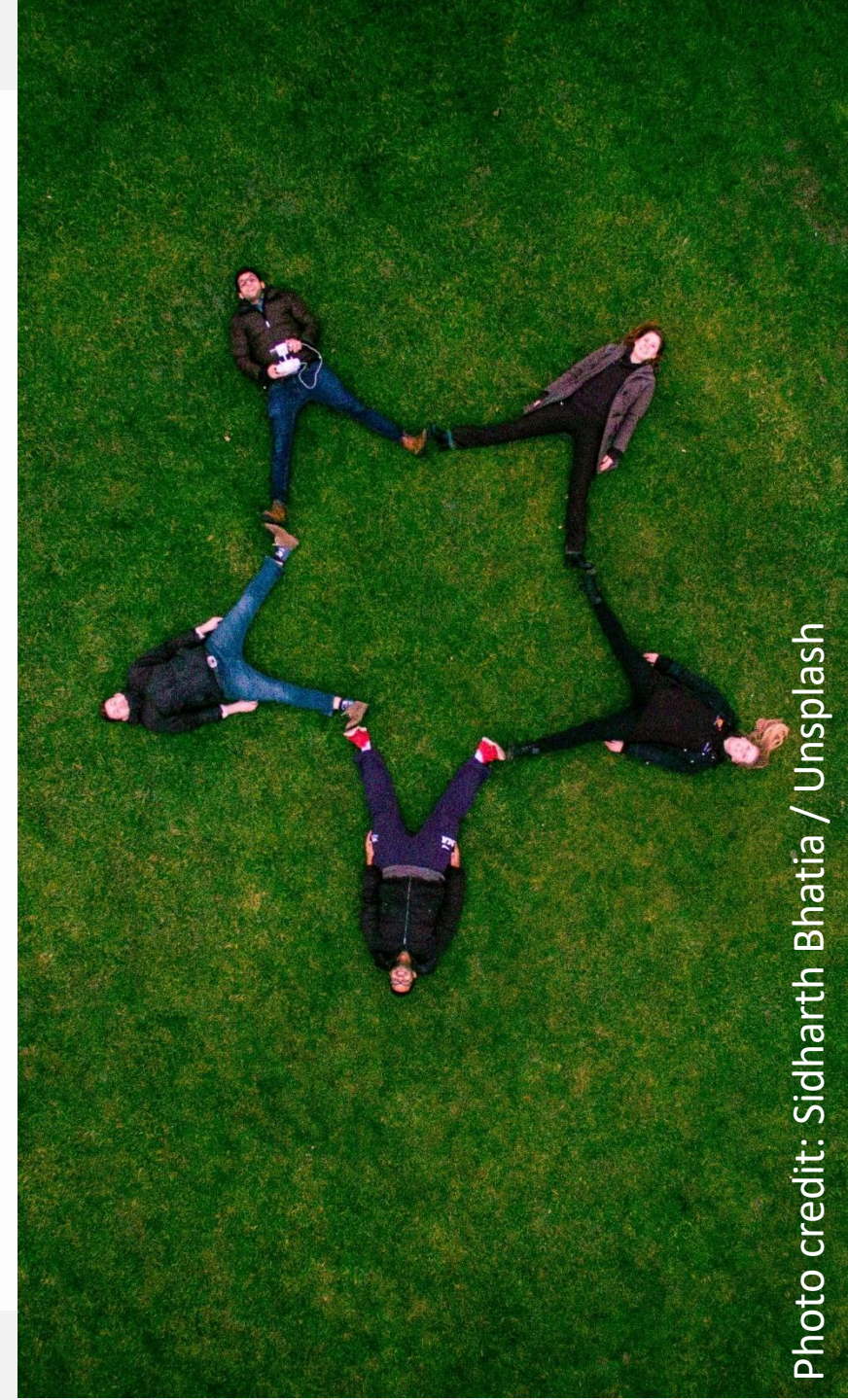


Photo credit: Markus Spiske / Unsplash



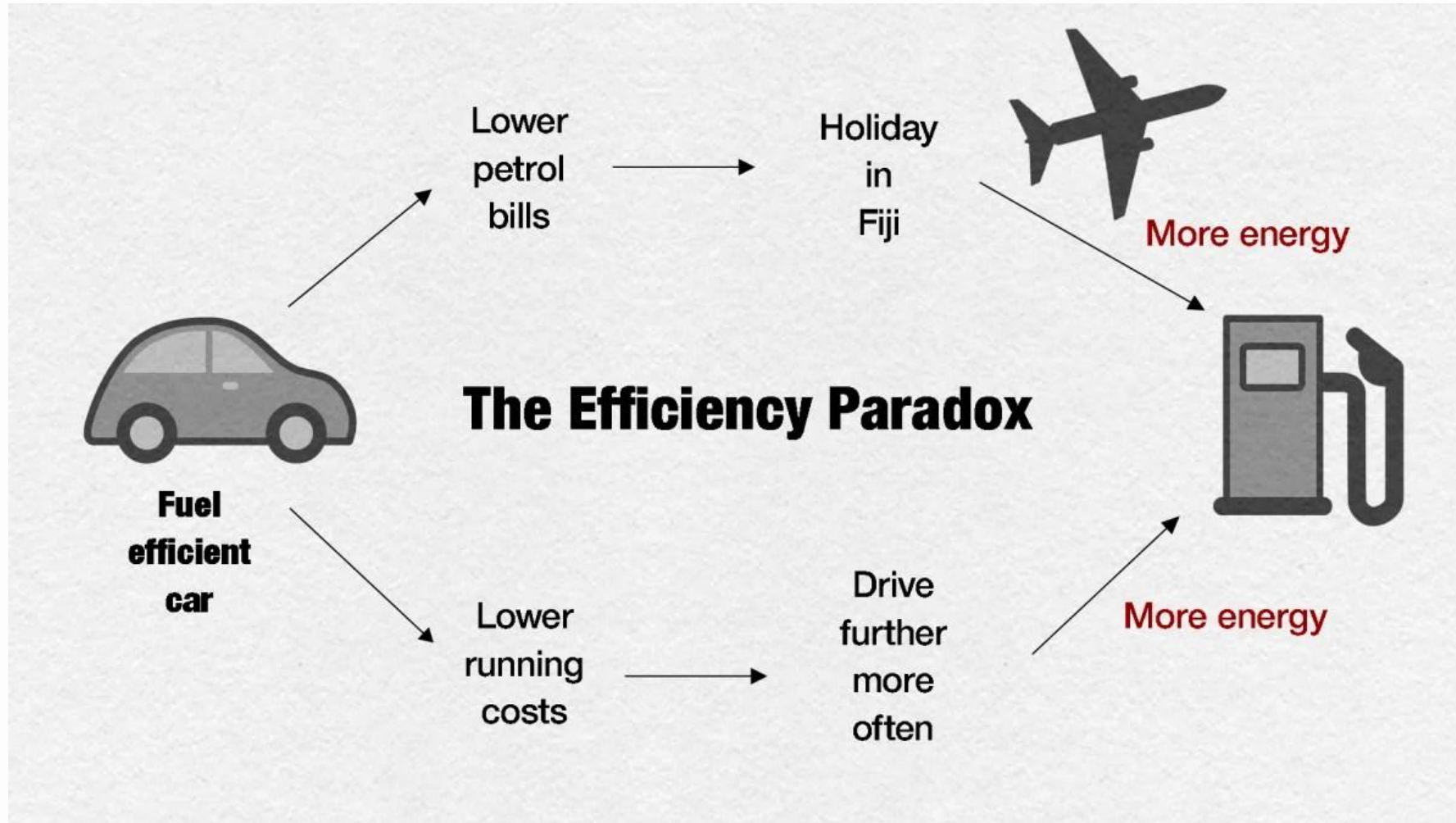
# Hvad er afgørende for menneskelig trivsel?

- Sundhed – fysisk og mental
- Relationer
- Fællesskaber
- Udvikling/læring
- Medbestemmelse
- ...



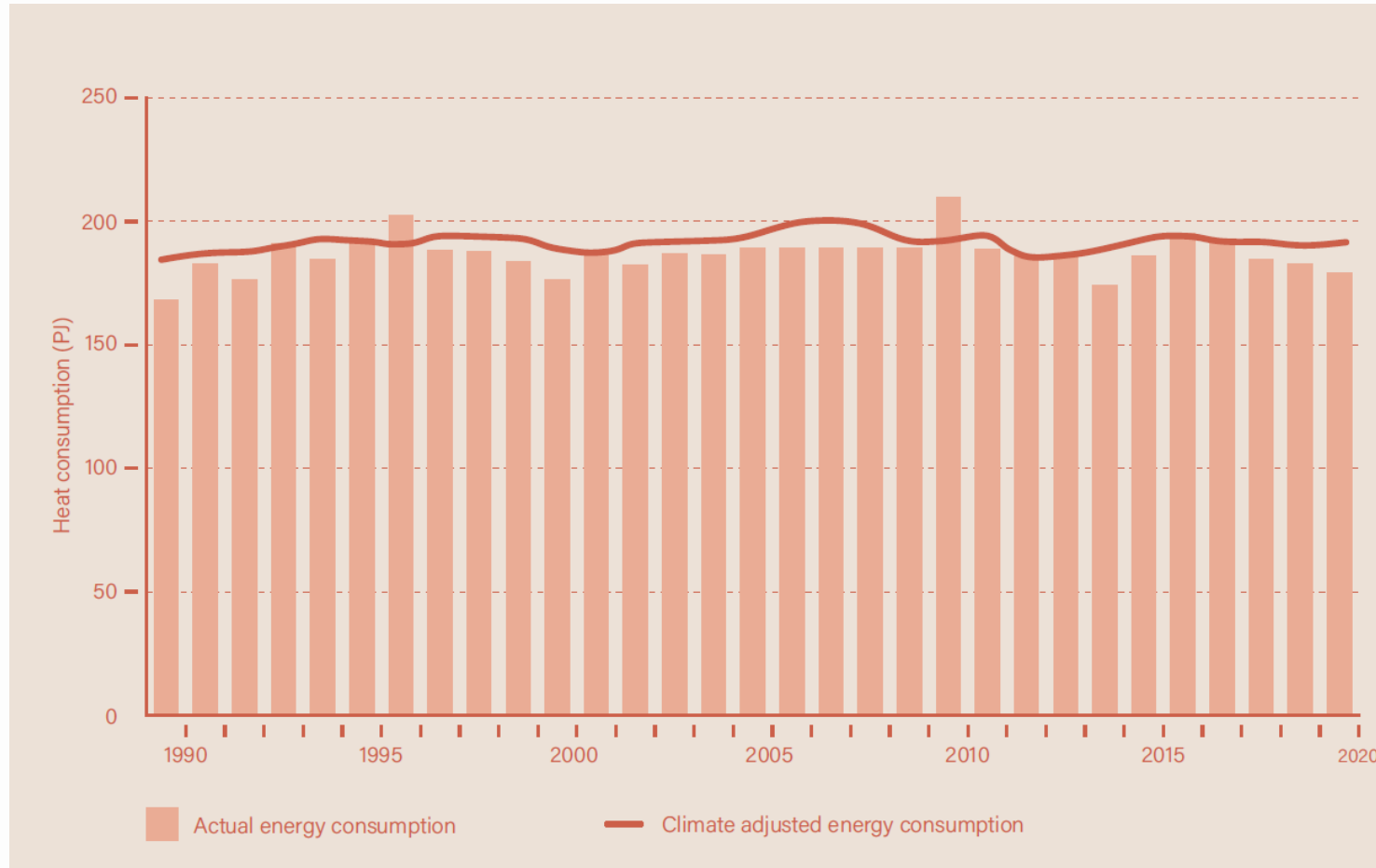
Hvilke ændringer i forbruget er effektive?

# Undgå Rebound-effekt





# Eksempel: Byggeriet



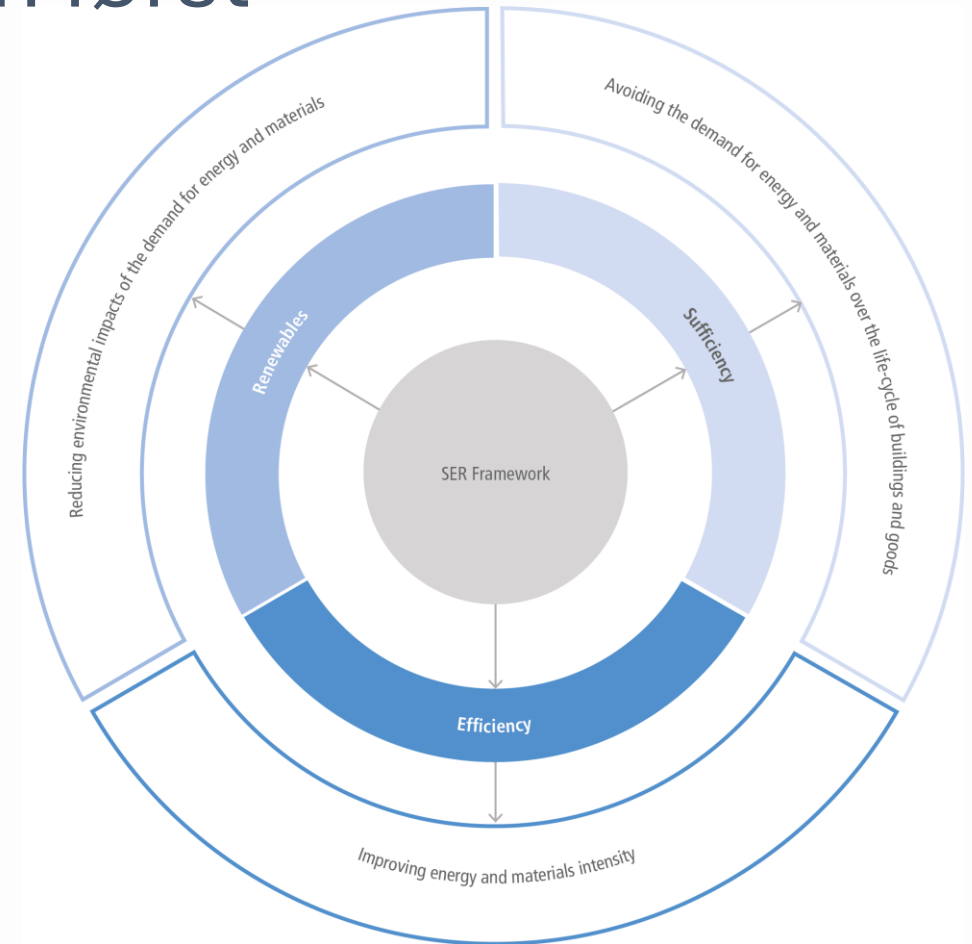
- Siden 1990: Energiforbrug/m<sup>2</sup> i danske boliger faldet med ca. 25 %
- Samtidig:
- Opvarmet areal vokset med knap 29 %
- Mere elektronik i hjemmene
- Adfærdsændring pga. energieffektivisering

Kilde: Energistyrelsen

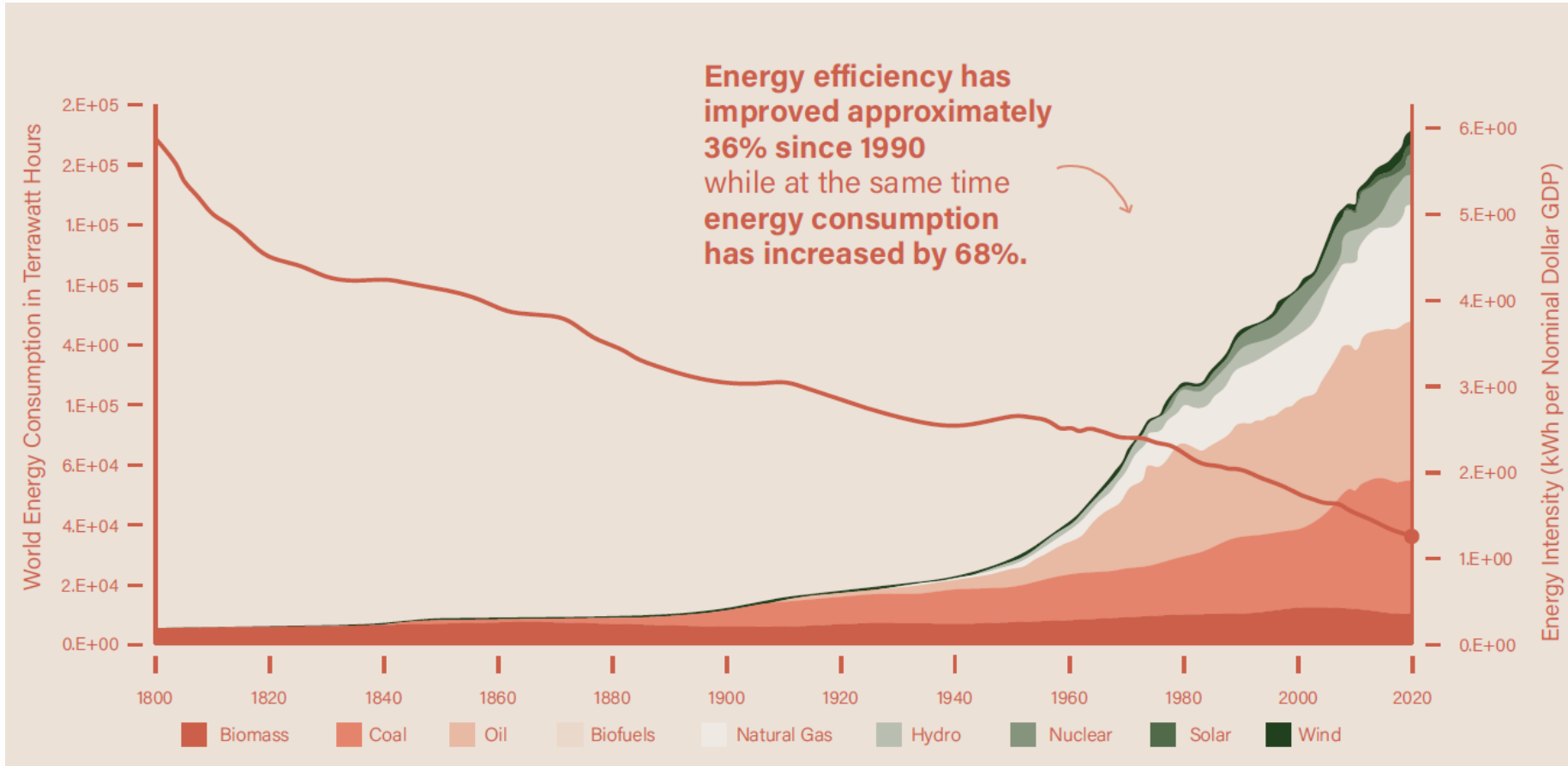
# Derfor: Reducere efterspørgslen først

## Prioriteret rækkefølge:

1. **Sufficiency** tackles the causes of the environmental impacts of human activities by **avoiding the demand** for energy and materials over the lifecycle of buildings and goods
2. **Efficiency** tackles the symptoms of the environmental impacts of human activities by **improving energy and material intensities**
3. **Renewables** tackles the consequences of the environmental impacts of human activities by **reducing the carbon intensity of energy supply**

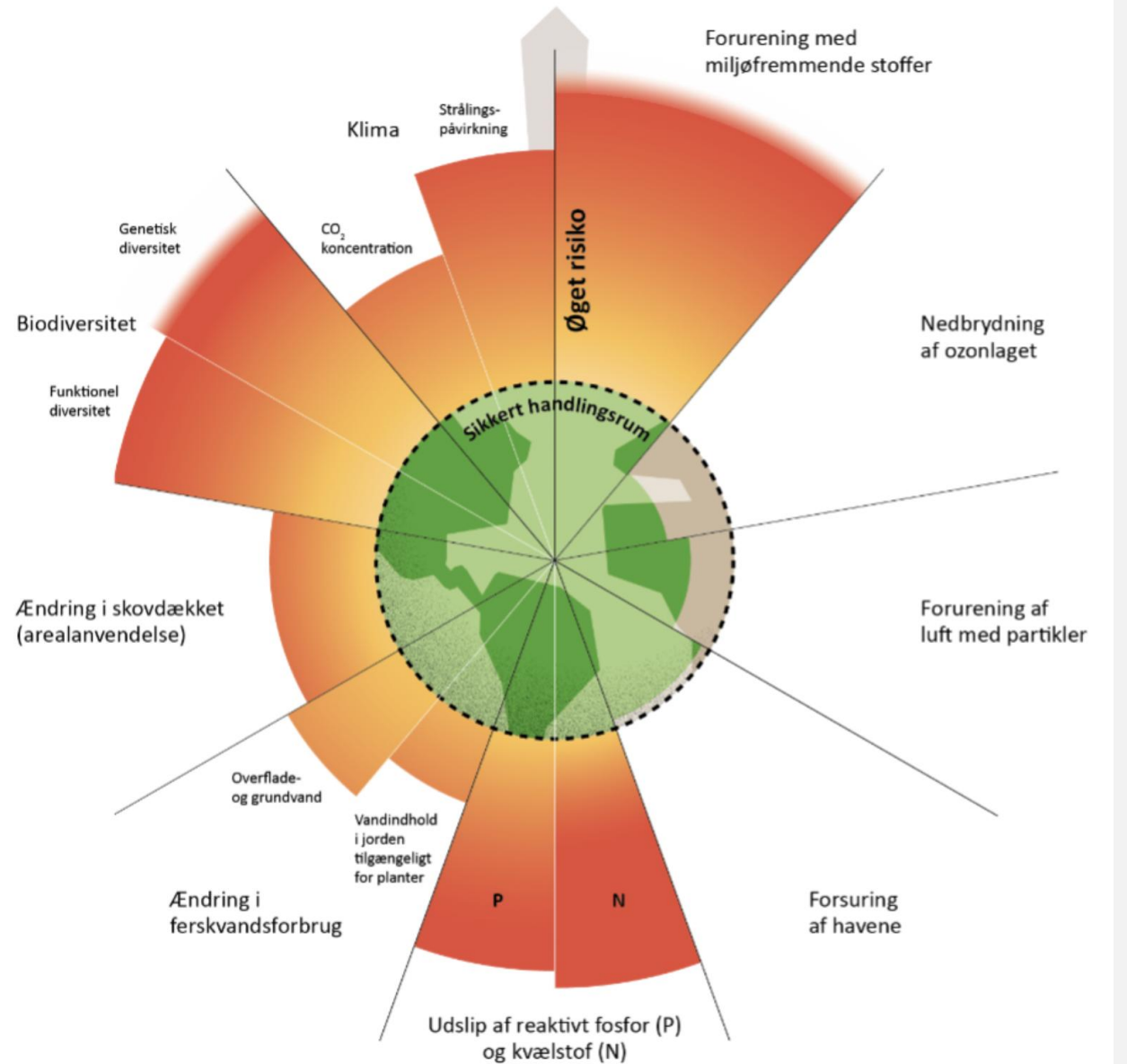


# Samme problemstilling i det store billede





# Undgå *problem shifting*



CIRCULAR ECONOMY

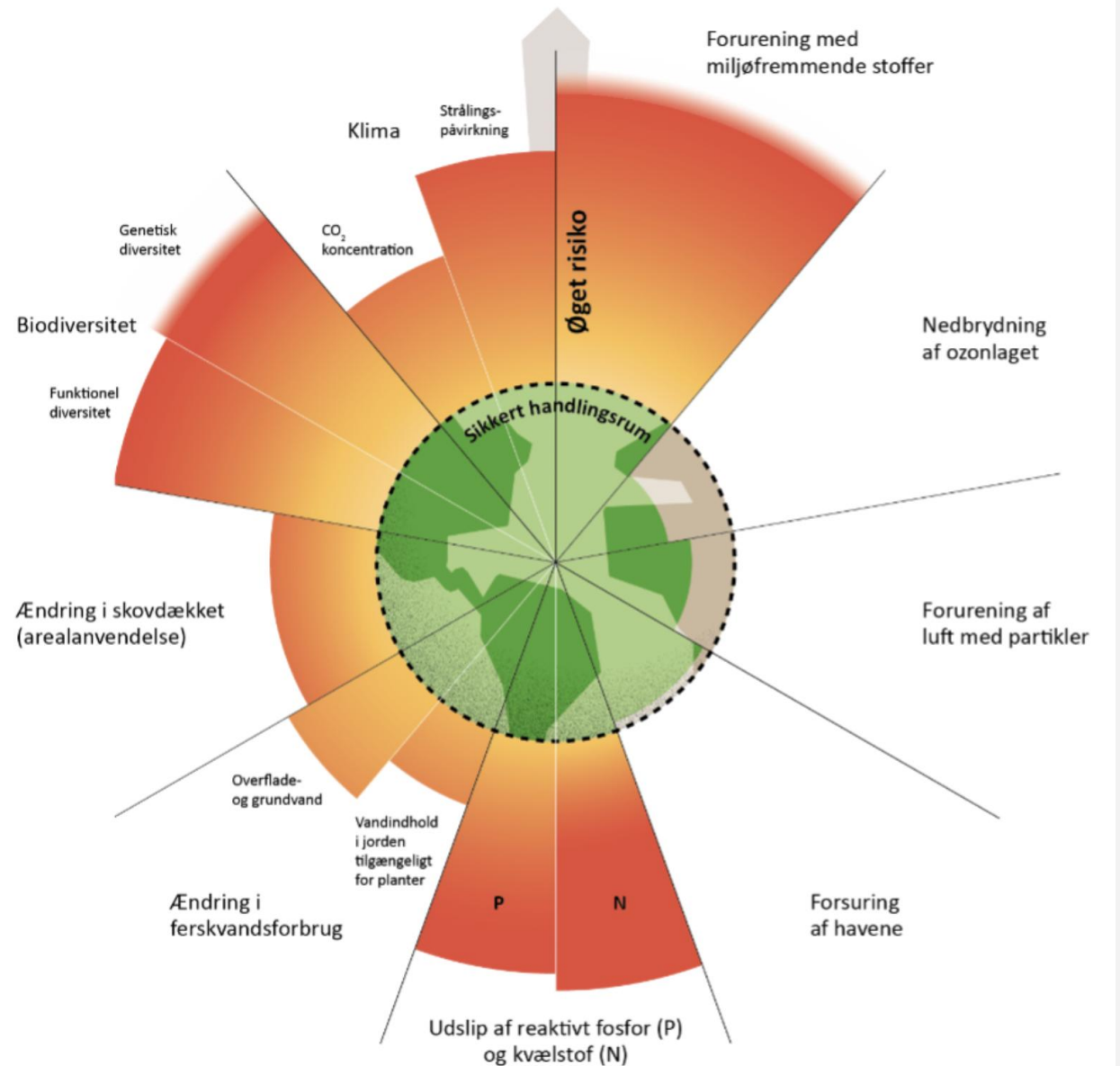
**BEYOND WASTE**



# Undgå *problem shifting*

Benzin → El

Beton → Træ



CIRCULAR ECONOMY  
**BEYOND WASTE**



# Hvilke ændringer i forbruget batter?



Undgå

Minimer transportbehovet

Undgå kød og mejeriprodukter (og madspild)

Bo mindre (minimer behovet for egne m<sup>2</sup>)

Minimer behovet for (egne) ting

Skift

Cykel/kollektiv frem for bil  
Tog/bus frem for fly

Spis fx kylling i stedet for okse

Renover i stedet for at bygge nyt

Del, genbrug og reparer i stedet for at købe nyt

Forbedre

Elektrificer busser, tog og biler

Regenerativt landbrug, økologi, permakultur m.v.

Brug bæredygtige byggematerialer

Holdbarhed, reparerbarhed, opgraderingsmuligheder



Hvordan kan virksomheder bidrage?

Et spørgsmål til jer...

*Hvad kendetegner et bæredygtigt produkt?  
(1 min. refleksion + 1 min. drøft med sidemanden)*



CIRCULAR ECONOMY  
**BEYOND WASTE**



# Et produkt er aldrig bæredygtigt...

Bæredygtighed =  
produktets aftryk  
x  
antal produkter





# Et produkt er aldrig bæredygtigt...

Bæredygtighed =  
produktets aftryk  
x  
antal produkter



Primært plantebaseret



15 m<sup>2</sup>/person



5000 pkm/person/år



4 kg tøj/år, 1 mobil,  
1 køle/fryseskab +  
1 bærbar pr. husstand



Sundhedsydelse,  
uddannelse, retsvæsen...



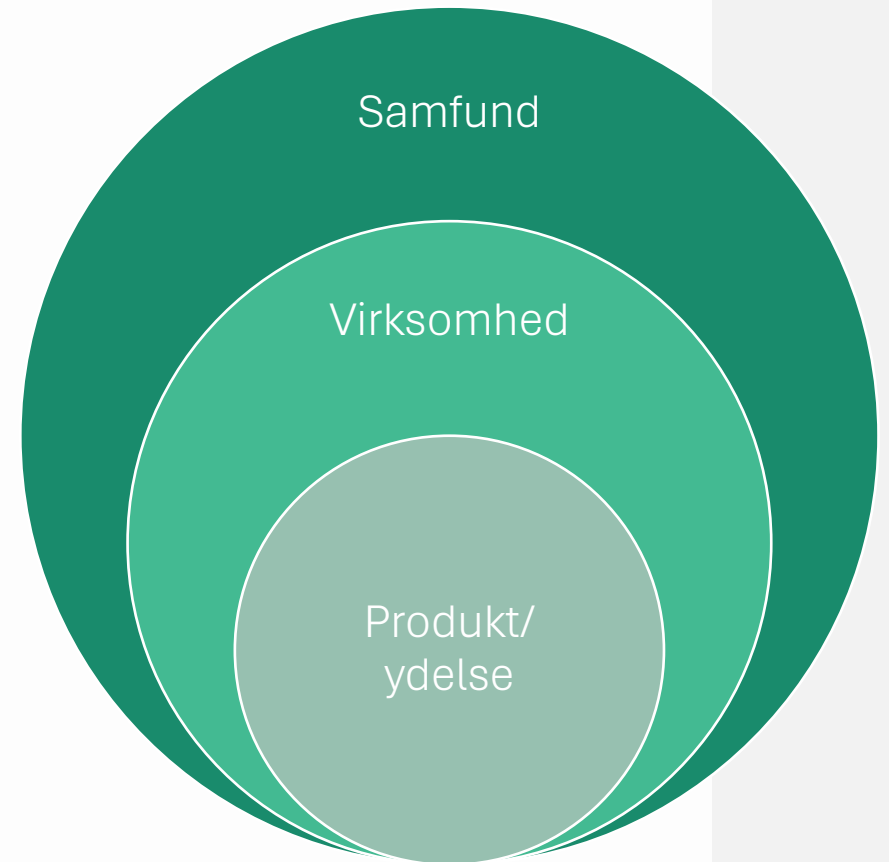
CIRCULAR ECONOMY

BEYOND WASTE



# Hvilke greb har virksomheder?

- Kan vi **alliere os med andre** for at hjælpe forandringen på vej?
- Kan vi fremme **nye normer og værdier**?
  - Reklamer, oplysning, fællesskaber...
  - Egne medarbejdere (!)
- Kan vi reformere **virksomhedens** ejerform, organisering, lønstruktur, KPI'er etc., så den tjener langsigtede fælles mål?
- Har vores **produkt/ydelse** en berettigelse i en bæredygtig livsstil? Og i hvilket omfang? (fra 11 til 4 kg/år)



## Case:



- Virksomhed:
  - Mission fra 2018: "We're in business to save our home planet"
  - Forretningsmodel: Langsigtet kundeloyalitet frem for kortsigtet profit
  - 2022: Ejerskab overdraget til progressiv miljøfond
  - KPI'er: Klimaaftryk, affald, produktlevetid, kundeengagement i miljøkampagner, workshops etc.
- Alliancer:
  - Common Threads Initiative med eBay og kunder
    - *"The clothing industry won't change without you"*
  - Bæredygtige fødevarer til proviant

### THE PLEDGE

#### REDUCE

WE make useful gear that lasts a long time.

YOU don't buy what you don't need.

#### REPAIR

WE help you repair your Patagonia gear.

YOU pledge to fix what's broken.

#### REUSE

WE help find a home for Patagonia gear you no longer need.

YOU sell or pass it on.

#### RECYCLE

WE will take back your Patagonia gear that is worn out.

YOU pledge to keep your stuff out of the landfill and incinerator.

#### REIMAGINE

TOGETHER we reimagine a world where we take only what nature can replace.



# Case: GreenSpeak



- Produkter og ydelser
  - Mobilabonnementer
- Virksomhed:
  - 100 % selvejet - ingen investorer der skal have afkast
  - **Lige løn til alle ansatte** (og lønloft = medianen)
  - **Giver hele overskuddet til klima- og miljøprojekter – abonnenterne bestemmer hvilke**
- Alliancer:
  - Samarbejder med **Refurbed** om at tilbyde brugte mobiltelefoner
  - Samarbejder med Evercall om erhvervstelefonti



# Case: Home.Earth

- Produkter & ydelser:
  - Bygger og driver **boliger med delte faciliteter** – fx gæsteværelser, vaskeri og kontor
  - **Ombygger gamle industribygninger** til bl.a. kontorfællesskaber og boliger
- Virksomhed:
  - **Livslangt ejerskab** til deres byggerier
  - **En fond som medejer** (vogter over det langsigtede formål) – 35 % ejerskab, veto-ret, godkender bestyrelsesmedlemmer.
- Værdier og sociale normer:
  - **Lejerne får medindflydelse** – mod at forpligte sig på at opbygge inkluderende og bæredygtige fællesskaber
  - Stiler mod at dele overskud med lejerne (= lighed)
  - **Intern boligbytte**, når livssituationen ændrer sig (lejligheder fra 44 til 130 m<sup>2</sup>)





# Case:

## ANDELSGAARDE

- Produkter & ydelser:
  - **Producerer frugt og grønt** efter bæredygtige principper
  - **Opkøber landbrug** og samarbejder med andre for at dyrke jorden regenerativt
  - Siger mod **50/50 fordeling** mellem natur og produktion
- Værdier og sociale normer:
  - **Folkeoplysning** om bæredygtigt landbrug: Arbejdsdage, høstmarkeder, højskoleforløb, filmklub, åben gård, fællesspisninger m.m.
  - **Engagement**: Mulighed for at engagere sig i frivilligrupper
- Virksomhed
  - **Andelsbevægelse** – alle har mulighed for at være med (150 kr./md.)
  - **Forpagter jorden** – behøver ikke stor start-kapital, muliggør grønt generationsskifte i landbruget
  - Ethvert **overskud investeres i opkøb** eller nye forpagtningsaftaler
- Alliancer:
  - Forskningsprojektet 'Jordforbindelser' - treårigt forskningssamarbejde med AAU om jord, sanser og regenerativt landbrug
  - Virksomhedspartnerskaber med fx foredrag, kurser, høstfester m.m.



<https://thenatureoffarming.com/#screenings>



<https://www.dr.dk/drtv/program/den-stoerste-lille-gaard-393794>



CIRCULAR ECONOMY  
**BEYOND WASTE**

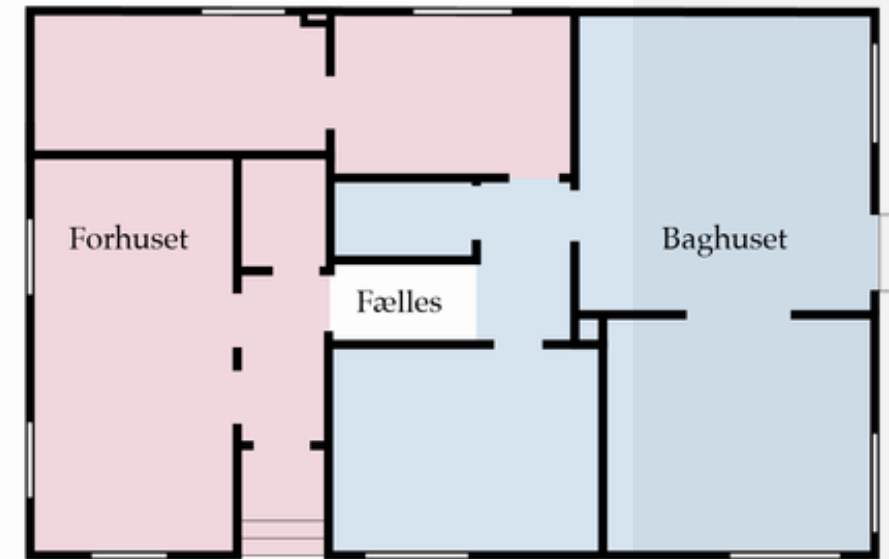




# Case: Arkitekter og rådgivere

Effekt / V!GØR / Ark Oie / Almenr / Anna Mette Exner  
Arkitektur m.fl.

- Produkter & ydelser:
  - **Rådgivning** i at transformere eksisterende bygninger, **opdele enfamilie- til flerfamiliehuse**, etablere nye boliger på tørrelofter eller i tomme kontorbygninger, **etablere bofællesskaber** etc.
- Værdier og sociale normer:
  - Medvirker til at **opbygge vidensgrundlag og skabe debat** om potentialer og konkrete koncepter – fx delhus.dk, bevar-mere.dk, *Doughnut for Urban Development*
  - Undervisning og foredrag på fx arkitektskoler, konferencer, i podcasts etc.
- Alliancer:
  - **Reduction Roadmap** – Samler over 600 virksomheder, kommuner m.v. om at hæve ambitionsniveauet for bæredygtighed i byggeriet



CIRCULAR ECONOMY  
**BEYOND WASTE**



# Case: **nemlig.com**

DAGLIGVARER NÅR DET PASSER DIG

- Produkter & ydelser:
  - **Stort udvalg** af plantebaserede varer og økologiske varer
  - **Nemt at finde:** Samlet på én side – men præsenteres også ved siden af ikke-plantebaserede produkter
  - **Ingen moms** på udvalgt økologisk frugt og grønt i januar
- Værdier og sociale normer:
  - **Opskriftunivers** med mange vegetariske opskrifter – og vegetarisk madplan
  - **Vanerejsen podcast:** Afsnit om plantebaseret mad, grønt til børnene, madspild m.v.
- Alliancer:
  - **Kampagne** (mindre kød, flere bælgfrugter) sammen med Kvickly, SuperBrugsen, Lidl, Rema 1000, Bilka og Føtex, Meny og Netto – og Forbrugerrådet Tænk



## **Afsnit 2: Mere grønt på menuen**

Hvordan får vi børnene til at spise mere grønt? Isabella er på sagen!



CIRCULAR ECONOMY  
**BEYOND WASTE**



# Case: nabogo

- Produkter & ydelser:
  - **Samkørsel** via NaboGo-app eller rejseplanen
  - Særligt fokus på landdistrikter
  - Kunder: Kommuner, virksomheder, uddannelsesinstitutioner etc.
  - Brugere betaler ikke noget
- Værdier og sociale normer:
  - Foredrag, debatter etc.
- Alliancer:
  - Lokale partnerskaber = kommuner, landsbyer, arbejdspladser, uddannelsesinstitutioner





# Egne medarbejdere

- Erhvervskort til off. transport som bruttolønsordning
- Bæredygtig pendlertid = arbejdstid
- Hjemmearbejde
- Ekstra feriedage for ikke-flyferier
- Begrænse arbejds-flyrejser (antal/afstand)

- Brugt it, møbler/interiør, arbejdstøj
- Opmuntre privat brug af telefon og pc
- Reparationsværksteder, evt. bemandede

- Plantebaseret mad som standard i kantinen (start med 1 dag/uge)
- Kurser, fællesspisninger etc.

- Løn-loft / lige løn (kan finansiere det andet)
- Kortere arbejdstid
- KPI'er (MUS, lønforhandling, projektideer...)
- Efteruddannelse til bæredygtighed
- Hyld medarbejderes bæredygtige livsstile



# Hvad kan du gøre som medarbejder?

- **Kigge efter muligheder** alle vegne: for bæredygtige produkter/ydelser, sociale normer, virksomhedsdrift og alliancer
- **Samle kolleger** i studiegrupper, handlenetværk etc.
- **Alliere dig med ligesindede eksterne** – skabe fælles projekter
- **Forandring spredt sig typisk fra periferien**
  - Damon Centola: *Change – How to make big things happen*
- **Opbyg tilstrækkelig kritisk masse!**



# Forslag til yderligere inspiration

## Flere virksomhedscases:

- [Doughnut Economy for businesses](#)
- [Post Growth Guide](#)

## Mere viden om forandring og omstilling til et bæredygtigt samfund:

- [Damon Centola: Change – How to make big things happen](#) (samtale om bogen på YouTube)
- [The Great Simplification](#) (Nate Hagens)



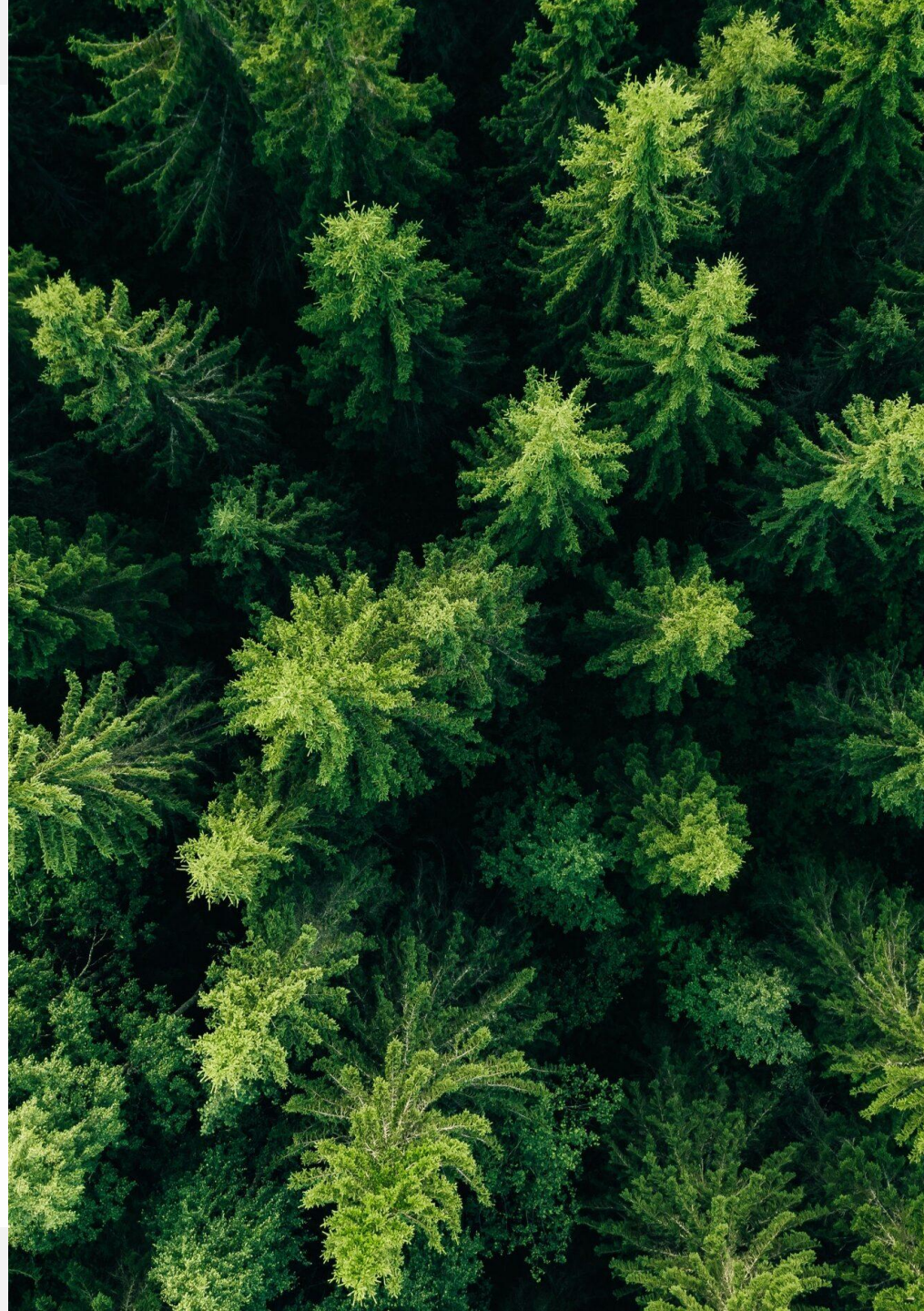


# Tak for opmærksomheden

Ditte Vesterager Christensen

29 99 79 43

[dvc@regionh.dk](mailto:dvc@regionh.dk)







# LIFESTYLE AND DESIGN CLUSTER

Ved Frank Engelbrecht, Lone Haumann og Birgitte Iversen



# Hvordan bliver man en del af projektet?

## Closing Loops

- sammen om cirkulære løsninger





# Hvad er Closing Loops

Skab forretningsmæssige resultater sammen med din værdikæde

Closing Loops støtter små og mellemstore virksomheder i at udvikle, implementere og skalere cirkulære tiltag, modeller og metoder i værdikæden.

Sammen med eksperter arbejder I med at udvikle nye innovative løsninger, der kan reducere jeres ressourceforbrug og affaldsmængder. Fx via genanvendelse og upcycling af ressourcer, så I opnår betydelige CO2-besparelser.

Værdikædesamarbejderne adresserer de vigtigste ressourcestrømme inden for væsentligste sektorer som byggeri & anlæg, fødevarer & bioressourcer, møbler & tekstil og vand- & miljøteknologi.

## Cirkulært samarbejde øger konkurrenceevnen

En virksomhed kan ikke omstille sig alene. Værdikæder går på tværs af brancher, og studier viser, at samarbejde fremmer en cirkulær implementering og øger konkurrenceevnen.

# Værdikædesamarbejde



Værdikædesamarbejde har til formål at udvikle, implementere og skalere cirkulære tiltag, modeller og metoder.

Fokus er at nedbringe anvendelsen af ressourcer via recycling og upcycling af ressourcer med stor volumen (tonnage) og besparelser i CO2.

Ansøgningsmateriale er tilgængeligt på [www.closingloops.dk](http://www.closingloops.dk)

## Fakta:

- Max 3.000.000 kr. i samlet budget
- Heraf kan der gives op til 50% i støtte.
- Værdikædesamarbejdet kan forløbe til 30.06.26.
- Minimum 2 partnere, heraf 1 SMV som skal være hovedansøger

## Ansøgningsdeadline, inden kl. 12.00:

- 14.februar 2025
- 11.april 2025

A golden, twisted metal ring, resembling a Möbius strip, is the central focus. It is positioned on a pile of autumn leaves in shades of orange, yellow, and brown. The background is a soft-focus forest scene with trees and sunlight filtering through, creating a bokeh effect of light spots. The overall mood is warm and contemplative.

TAK FOR I DAG!

*Bliv hængende til netværk og økobobler*