

FIRE VÆRKTØJER TIL BÆREDYGTIG FORRETNINGSUDVIKLING

04-06-2025

wonderful
copenhagen



Bæredygtighed er et centralt konkurrenceparameter inden for turisme. Der er derfor store potentialer i at understøtte turismeerhvervets grønne omstilling.

Gennem Sustainable Choice CPH har vi identificeret fire værktøjer, der er blevet brugt af de 20 virksomheder, vi har haft i forløb, til at målrette og identificere områder, hvor virksomhederne kan styrke deres konkurrenceevne inden for social-, miljømæssig og økonomisk bæredygtighed.

VÆRKTØJ 1

KONKRETISERING AF PROJEKTER

Identificér overordnede formål for jeres indsats

Som virksomhed kan det være svært at skabe sig et overblik over de mulige bæredygtighedsindsatser, I konkret vil kunne iværksætte. Derfor kan det være en god idé at starte med at overveje, hvad målet med jeres bæredygtighedsindsats skal være. Spørg derfor jer selv:

- Hvilket overordnet formål har jeres bæredygtighedsprojekt? Skal det reducere klimabelastning, motivere medarbejdere, tiltrække kunder, tilfredsstille myndigheder mv.?

Diskutér spørgsmålet med dine kollegaer og find frem til en række målsætninger, I alle kan blive enige om.

Identificér konkrete projektmål

Når I har identificeret en eller flere overordnede formål, kan I begynde at overveje, hvilke konkrete projektmål, der giver mening for at jer at arbejde med. Start med at brainstorme på en masse ideer med dine kollegaer, inden I sætter jer sammen og identificerer de bedste ideer og indsatser, der giver mest mening for jeres virksomhed. Spørg dine kollegaer:

- Hvilke konkrete projektmål/bæredygtighedsindsatser er oplagte for jeres virksomhed at arbejde på?

Til spørgsmålet ovenover kan I både identificere lavthængende frugter, der ligger lige til højrebenet og som I nemt og måske på relativt kort tid ville kunne implementere, men I kan også overveje nogle af de lidt mere krævende indsatser, der tager længere tid at opnå.

Læg en strategi for implementering af indsatsen

Når I har et overblik over konkrete indsatsområder, som I ønsker at gå videre med, kan det være en god idé at lægge en plan for de enkelte indsatser. Spørg jer selv:

- Hvem er hovedansvarlig for, at indsatsen bliver implementeret?
- Hvordan vil I sikre, at I når i mål?
- Kræver gennemførelsen af indsatsen, at I har en række delmål og deadlines på disse?
- Hvornår vil I gøre status og vurdere, om I er kommet i mål, og om det er tid til at identificere nye områder, I kan arbejde med?

På næste slide finder du en skabelon, du kan bruge til at udfylde det, I er kommet frem til.

Formål

Projektmål

Resultat 1	Resultat 2	Resultat 3

VÆRKTØJ 2

MÅLGRUPPEØVELSE

Målgruppeøvelse

Det kan være svært at sætte en klar retning for et projekt, hvis man ikke ved, hvem man udvikler det for.

Målgruppeøvelsen hjælper jer med at blive bevidste om, hvem der skal involveres direkte i projektet, og hvem der indirekte bliver påvirket af det. Når I får tydeligt defineret jeres primære og sekundære målgrupper, bliver det nemmere at træffe relevante valg – både i forhold til indhold, kommunikation og bæredygtige løsninger.



Hvem er målgruppen for jeres projekt?

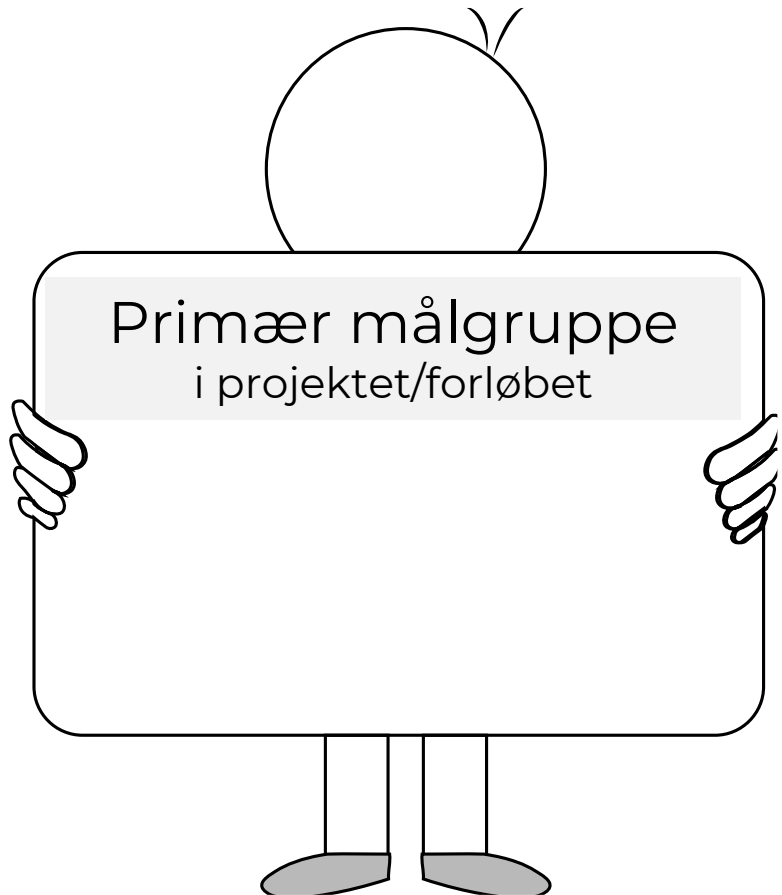
Start med at definere, hvem jeres projekt eller forløb egentlig retter sig mod.

Den **primære målgruppe** er de personer eller grupper, der er direkte involveret i projektet – det kan for eksempel være jeres medarbejdere, en ledelsesgruppe, en bestemt kundegruppe eller samarbejdspartnere som brugere og leverandører.

Den **sekundære målgruppe** er dem, I indirekte ønsker at skabe værdi for gennem projektet. Det er typisk jeres slutbrugere eller kunder.

Prøv at være så konkret som muligt, og overvej, om den sekundære målgruppe med fordel kan inddrages aktivt i projektet – fx gennem feedback, tests eller dialog.

Målgruppeøvelse



Udfordringer/behov:

Potentiel effekt af projektet:

Opgavebeskrivelse

Beskriv de forventede konsekvenser for jeres målgrupper

- Hvem er jeres primære målgruppe (interne eller eksterne), og hvem udgør den sekundære målgruppe?
- Hvilke udfordringer oplever målgruppen i øjeblikket? Hvad frustrerer dem, eller hvad bruger de unødigt meget tid og energi på?
- Hvilke gevinster eller forbedringer håber målgruppen at opnå – og hvordan kan jeres projekt imødekomme deres behov og skabe værdi for dem?

Jo bedre I forstår målgruppens situation og forventninger, desto stærkere og mere relevant bliver jeres løsning.

VÆRKTØJ 3

PRIORITERINGSØVELSE

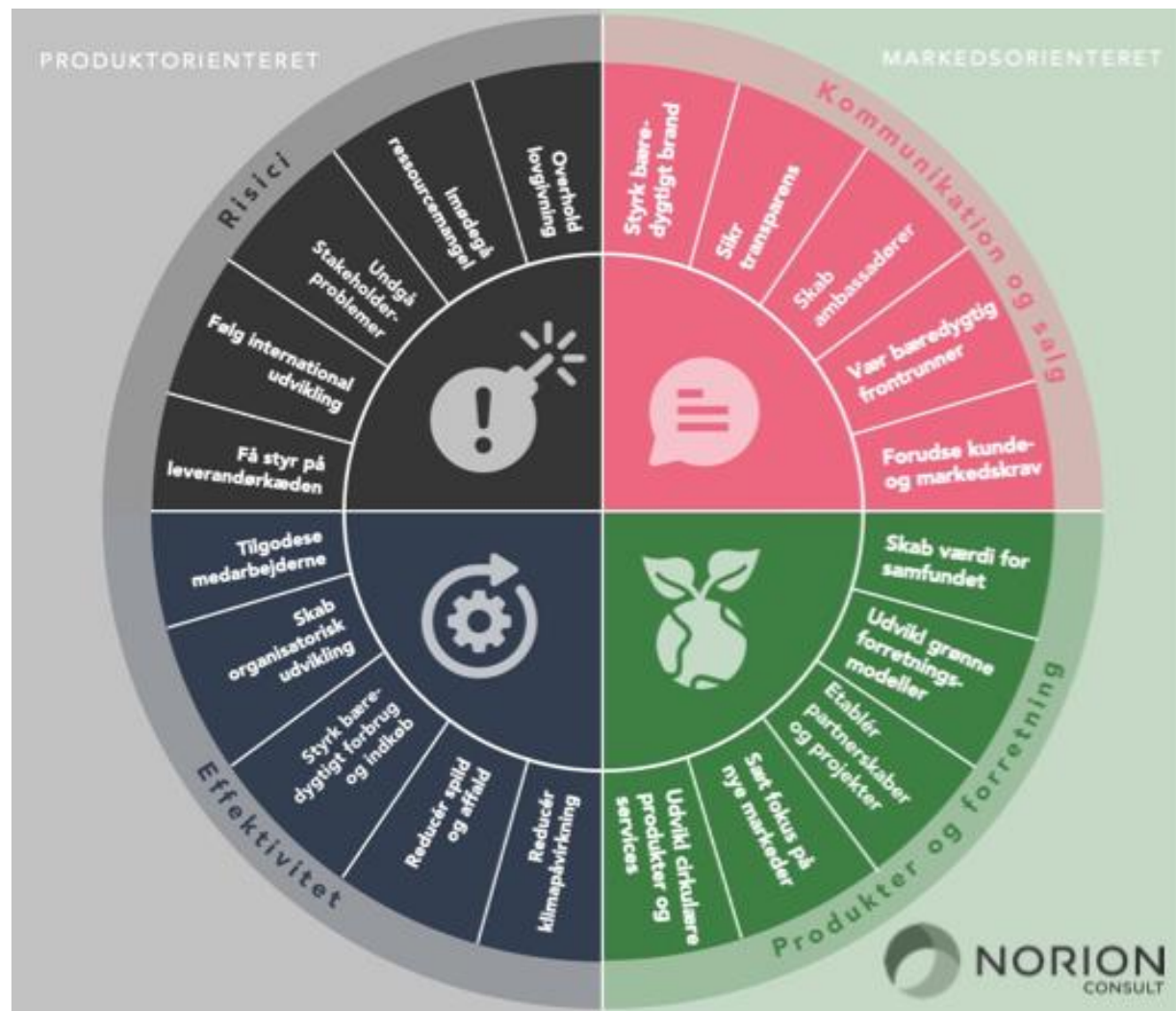
Sådan bruger du bæredygtighedshjulet i din virksomhed

wonderful
copenhagen

Formål med hjulet

- Skab overblik over virksomhedens arbejde med bæredygtighed og konkurrenceevne.
- Identificér styrker og udviklingsområder inden for fire centrale temaer:
 - 1) Risici
 - 2) Effektivitet
 - 3) Kommunikation og salg
 - 4) Produkter og forretning

Find synergier mellem bæredygtighed og forretningsstrategi.



Guide til brug af hjulet

1. Gør formålet klart

Afstem internt: Hvad vil I opnå med bæredygtighedsarbejdet – internt og eksternt?

Definér, hvordan konkurrenceevne hænger sammen med bæredygtighed i jeres branche.

2. Gennemgå de fire hovedtemaer

Gennemgå hvert tema i hjulet og stil jer selv spørgsmål som:

Risici: Hvilke bæredygtighedsrelaterede risici (f.eks. lovgivning, leverandører, omdømme) er relevante for os?

Effektivitet: Hvor kan vi mindske ressourceforbrug og forbedre processer?

Kommunikation og salg: Hvordan kan vi bruge vores bæredygtighedsarbejde i vores markedsføring og branding?

Produkter og forretning: Hvor bæredygtige er vores produkter og forretningsmodeller – og hvad efterspørger markedet?

Guide til brug af hjulet

3. Identificér de væsentligste indsatsområder

Vælg 1-2 konkrete områder under hvert tema, der er særligt relevante for jeres virksomhed. Prioritér ud fra, hvad der både har høj forretningsværdi og stor bæredygtighedseffekt.

4. Find synergier

Kortlæg, hvor bæredygtighedsindsatser kan skabe forretningsværdi (fx reducerede omkostninger, styrket brand, adgang til nye markeder).

Find forbindelser mellem de valgte områder og jeres strategiske mål.

Guide til brug af hjulet

5. Udarbejd en projektidé

Brug indsigterne fra hjulet til at formulere en konkret projektidé eller indsats.

Projektet bør:

- Adressere et væsentligt tema fra hjulet.
- Have tydelige mål for både bæredygtighed og forretning.
- Kunne kommunikeres klart internt og eksternt.

6. Involver de rette personer

Involvér relevante medarbejdere fra fx produktion, salg, kommunikation og ledelse.

Gør bæredygtighed til et fælles ansvar og en del af virksomhedens strategi.

Guide til brug af hjulet

7. Udfyld skabelonen

Brug den tilhørende skabelon til at samle jeres overvejelser og beslutninger ét sted.

Effektivitet	Risici	Kommunikation og salg	Produkter og forretning
-	-	-	-
-	-	-	-

Prioriterede indsatser i 2025-26	Begrundelse for valg og evt. fravalg
•	
•	

VÆRKTØJ 4

BUSINESS MODEL CANVAS

04-06-2025

wonderful
copenhagen

BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

Business Model Canvas er et enkelt og visuelt værktøj til at udvikle og gentænke forretningsmodeller.

I vores bæredygtige version bygger vi videre på den oprindelige model med ni elementer og tilføjer to ekstra: bæredygtige omkostninger og bæredygtige gevinster. Det giver mulighed for at tænke både økonomisk og bæredygtig værdi ind i forretningen – fx gennem social inklusion eller ressourceeffektivitet.

04-06-2025

wonderful
copenhagen

BMC – de 11 elementer

1. **Værditilbud** - hvilken værdi skaber vi for kunderne?
2. **Kunderrelationer** - hvordan møder og betjener vi vores kunder?
3. **Kanaler** - hvordan når vi kunderne og hvordan finder de os?
4. **Aktiviteter** - hvad laver vores virksomhed - hvilke primære opgaver skal vi kunne varetage?
5. **Ressourcer** - hvilke ressourcer kræver det at drive vores forretning?
6. **Kunder** - hvem er vores typiske kunder?
7. **Partnere** - hvilke partnere er vores forretning afhængig af?

04-06-2025

wonderful
copenhagen

BMC – de 11 elementer

- 8. **Værditilbud** - hvilken værdi skaber vi for kunderne?
- 9. **Omkostninger** - hvad er de centrale omkostninger ved at drive vores forretning?
- 10. **Indtægter** - hvad er de centrale indtægtskilder?
- 11. **Sociale og miljømæssige udfordringer** – Hvilke negative konsekvenser skaber vores forretning? Fx CO₂-udledning, affald, ressourcespild eller sociale risici i værdikæden.
- 12. **Sociale og miljømæssige fordele** – Hvilken positiv indvirkning har vores forretning på mennesker og miljø? Fx jobskabelse, klimareduktion, cirkulær økonomi eller social inklusion.

Bæredygtigheds-BMC

