

## Bæredygtighed

**Udgiver**  
Morgenavisen  
Jyllands-Posten

**Ansvarshavende  
chefredaktør**  
Jacob Nybroe

**Magasinredaktør**  
Jakob Vestergaard

**Redaktør**  
Lars Dalsgaard  
og Mathias Gram/  
Media Movers

**Layouter**  
Jenan Issa/  
Media Movers

**Forsidefoto**  
Linus Meyer

**Kontakt**  
temasektion@jp.dk



Et dansk eksempel på cirkulær økonomi er virksomheden Beyond Coffee, der ved hjælp af østershatte har fundet en vej til at lave kaffegrums om til et proteinrigt pulver, som kan bruges i alt fra dyrefoder til muskelopbyggende proteinbarer. Arkivfoto: Mads Nissen

# Cirkulær økonomi sætter fut i væksten. Og mulighederne er enorme

**Danske SMV'er mangler viden om cirkulær økonomi. Hvis de ikke opper sig, risikerer de at blive kørt af sporet i den internationale konkurrence.**



## FORRETNINGSUDVIKLING ANNABETH AAGAARD

Flere små og mellemstore virksomheder skal i gang med grøn og cirkulær omstilling, hvis de skal fremtidssikre deres forretning og konkurrenceevne. Derfor har Danmarks Erhvervsfremmestyrelse nu afsat 96 mio. kr. til styrkelse af området, som er finansieret af EU's Regionalfond og decentrale erhvervsfremmemidler.

Initiativet tager udgangspunkt i den nye statslige "Strategi for decentral erhvervsfremme" og har til formål at styrke den bæredygtige omstilling i danske SMV'er. Idéen er at skabe bedre ressourceeffektivitet til gavn for både konkurrencekraft, eksport og miljø.

Fokus for indsatserne er højere værdiudnyttelse af materialer, potentialer ved cirkulær pro-

duktudvikling og cirkulære forretningsmodeller samt øget plastgenanvendelse. Målgruppen er SMV'er, selv om store virksomheder også gerne må deltage. Men hvorfor denne satsning?

**Svaret er**, at Danmarks økonomi er domineret af SMV'er i højere grad end landene omkring os. Det betyder, at SMV'erne skal mobiliseres for at få fut i Danmarks cirkulære vækst. Samtidig taler den globale udvikling og de nyeste markedstendenser deres tydelige sprog. Stadig flere nationer, virksomheder og kommuner indgår aftaler om, at deres produkter og indkøb skal indeholde genanvendte materialer.

Eksempelvis lover Adidas fra 2024 kun at anvende 100 pct. genbrugsplastik i deres skoproduktion. Og Amsterdams byråd har vedtaget, at halvdelen af alle indkøb inden 2025 skal bestå af varer og ydelser, som er produceret cirkulært, mens samtlige indkøb inden 2050 skal være cirkulære. Amsterdam repræsenterer et marked på 2,8 mio. mennesker – potentielle kunder.

**I Danmark køber kommunerne** ind for over 1 mia. kr. om året. Tænk, hvis kommunerne i stedet for at købe nyt kunne genanvende disse ressourcer? Hvis danske kommuner går samme vej som Amsterdam, vil det betyde markant ændrede krav til alle de virksomheder, der leverer til dem.

Det vil kræve leverandører, som både kan garantere minimale miljømæssige footprints og dokumentere cirkulær og miljømæssigt forsvarlig anvendelse af ressourcer på tværs af hele værdikæden.

En undersøgelse lavet af Epinion for Miljøstyrelsen i 2017 viste dog, at danske SMV'er mangler viden om cirkulær økonomi. Undersøgelsen byggede på besvarelser fra 610 små og mellemstore virksomheder og viste, at kun 29 pct. havde hørt om begrebet. Undersøgelsen er nogle år gammel, og selv om kendskabet til cirkulær økonomi sandsynligvis er steget markant, er der langt igen til nye bæredygtige forretningsmodeller, når man kommer fra så lav en kendskabsgrad.

**Det er en udfordring**, som den danske regering er opmærksom på. I "Strategi for cirkulær økonomi" er udgangspunktet i høj grad, at især SMV'er bør være drivkraft for den cirkulære omstilling. Og der er hjælp at hente, for der findes en lang række værktøjer, websites og vejledninger, som virksomheder og institutioner kan benytte, hvis de gerne vil arbejde med cirkulære indkøb og cirkulær forretningsudvikling.

Eksempler på dette er "Den Ansvarlige Indkøber" og "Miljømærkning Danmark", der kan bruges af offentlige indkøbere. Derudover giver Miljøstyrelsens egen portal CirkulærVirksomhed.dk danske virksomheder adgang til værktøjer, eksempler og link til andre hjemmesider, der kan inspirere og udfordre os alle til at blive mere cirkulære. Det er fremtiden. Også for danske SMV'er.

Annabeth Aagaard (ph.d., cand.merc.) er lektor og forskningsleder for Interdisciplinary Centre for Digital Business Development på Aarhus Universitet samt direktør i konsulenthuset KnowledgeHouse, knowledgehouse.dk.