



POLI

De grønne forbrugere har magten

Hvor og hvordan handler man bæredygtigt? Pia Rathsach fra GoGreen Danmark viser vej i junglen af grønne muligheder, gode intentioner og forskellige mærkninger. Hendes passion for bæredygtighed har dannet grundlag for et netværk af virksomheder, som forbrugerne trykt kan vælge at handle hos.

Af: Thomas Warburg // GRAMMATICUS
Foto: Frida Gregersen

'Jeg vil gøre bæredygtighed tilgængeligt, synligt og nemt'. 56-årige Pia Rathsach kalder sig 'grøn passionist' og stråler af ambitioner og virkelyst fra kontoret på Nørrebro. Blikket er venligt og nysgjerrigt, og man kan næsten høre hendes grønne hjerte bunke. 'Bæredygtighed er meget mere end økologi, madspil og genbrug. Det handler også om de valg, du træffer, når du fx vælger bank, frugt, telefon, transportmiddel, vaskeri og smykker'.

Viden og overblik
Hun er stifter af GoGreen Danmark, som er sat i verden for at give overblik over de grønne muligheder.

Danmark har hun bygget bro mellem forbrugere, kommuner og virksomheder, fordi det er i fællesskabet, vi for alvor kan gøre en forskel. GoGreen Danmark er et netværk af virksomheder, som har bærerdigtigheden som en central del af DNA'et. For at komme med i netværket bliver virksomhederne vurderet ud fra deres forskellige certificeringer samt miljømæssige og sociale ansvar. De næsten 250 virksomheder samles på GoGreen Danmarks hjemmeside, som grønne virksomheder også kan søge ind på.

Faktisk er der mange ting, der er blevet meget nemmere. Der er SA-mærket, som betyder, at du kan handle selv om familien i store butikker og nu igen' er blevet en mulighed for at handle lokalt i GoGreen Danmark-netværket.

Pias egen hverdag er også blevet påvirket af arbejdet med bæredygtighed. 'Jeg er blevet smittet af min egen passion', griner Pia, der gladelig arver tøj fra venter, bruger cyklen som transportmiddel og får syet gammelt tøj om, så det igen er godt at gå i. Det er svært at slippe lysten til at 'smutte', og det har familie og venner for længst mærket. Gavepapir går igen fra år til år, og gaverne er hentet i GoGreen Danmark-netværket.

Når vores nye app for alvor får fat, er visionen, at du kan finde vej og handle bæredygtigt, uanset hvor du skal hen. Medlemmerne vokser i fællesskabet og bruger hinanden på kryds og tværs. Så har de helt overtaget branchen, så on om at være virksomhed i netværket.

så hurtigt, som jeg kunne ønske mig', næsten råber hun utålmodigt.

ACORN fik nyt liv i Pio VinBar på Bagerstrædet, Vesterbro



HVEM SKAL
HAVE MNE
PENGE?



FRÅKORTILNETVÆRKT I ÅR

Guldsmeden Hotels

Zenz Organic Hairdressing

Letz Sushi

Merkur Andelskasse

Lets Go delebiler

Mellemfolkeligt Samvirke

Copenhagen Visitor

Service

FSC Mærket

Miljømærkning Danmark

Aarhus Kommune

Københavns Kommune

Cph Business Academy

Nystartede detail

Webshops

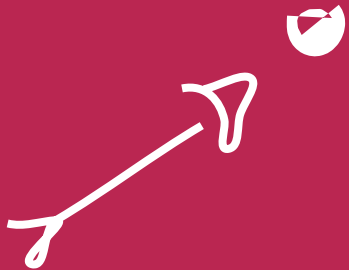
Små enmands

Bæredygtighed

Fup eller fakta?

Fra fødelser til forretning

Hvad er den
største udfordring ved
grøn omstilling for dig
og din virksomhed/
arbejdsplads?



Grøn omstilling Geuse Omtanke

Cirkulær Økonomi CSR

Certificeringer

Økologi Klima
Verdensmål
upcycling

Social ansvarlighed zero waste

Miljøvenligt Ressourceøkonomi

Co2 neutral Bæredygtighe

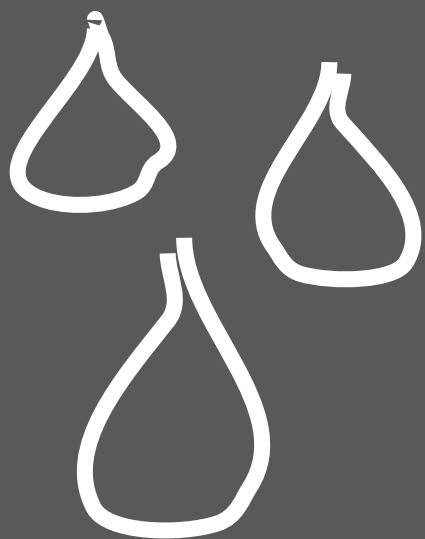
Dyrevelfærd recycling

BÆREDYGTIGHED E

VDT BEGEB

FAKTA FØLSER FØREINING





77% af

alle danske

vandboringe

indeholder rester af

pesticider

Vi lever,
forbruger og
forurener som havde vi

1,7 jordskloder
til rådighed

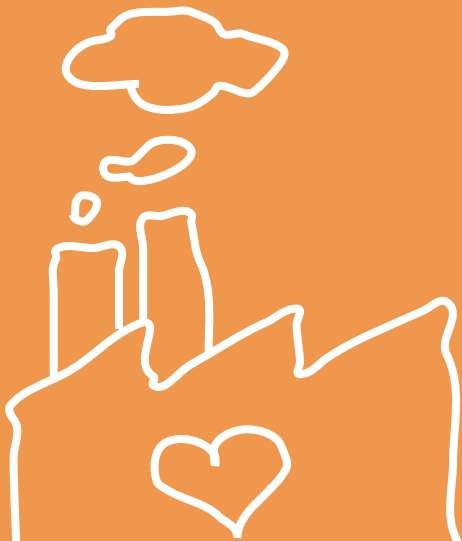


Verden er i vanskelig
kontinenter er i brand, gletsjere
smelter, koralrev ligger for døden,
fisk forsvinder. Men vi ved
hvad vi kan gøre



Samfundsansvarlig kapital

Brug af virksomhedens
midler til at løse samfunds-
problemer som klima,
arbejdsløshed og
diskrimination



EN VIRKSOMHED KAN

GO GREEN
DAN
MARK

ALDIG BLIVE 100 %

BÆREDYGTIG





DU FÅR ALDRIG PLADEN P

17 verdensmål

169 delmål

Hvordan kommer vi

igang?



PRODUKT/
SERVICE

LEDELSE
MEDARBEJDERE

DRIFT

AFTRYKKET

GLOBALE
RESSOURCER

LOKAL
SAMFUND

EN DEL AF KERNE FORENINGEN



TILSTANDSRA

Kend dit positive og negative aftryk
på miljø og samfund - din baseline



Klimaregnskab

Find de lavthængende frugter

Definér fokus

KLIMA & MILJØMÆSSIG P

Energi

Vand

Varme

Affald

Emballage

Ressourcer/cirkulær økonomi

Spildevand

Biodiversitet

Transport

Produkter (fx rengøring)

Kantine & kontor

Telefoni og IT

Bank og investering

Papir & trykkeri



SOCIAL ANSVARLIGHED

Børnearbejde

Arbejdsforhold (hele værdikæden)

Fysisk eller psykisk udsatte

Ligeløn

Dyrevelfærd

Leverandørforhold

Elever & praktikanter - uddannelse

Lokalsamfund

Engagement nationalt, globalt

Antikorruption



Hvilken værdi skaber
virksomheden for
samfundet?



DEN LANGSIGTEDE PLAN



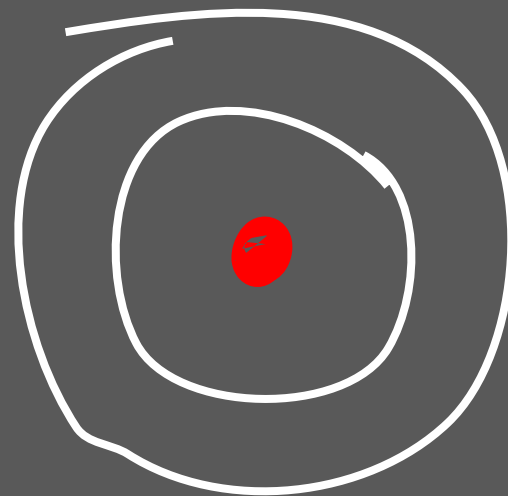
Hvor er det naturligt at sætte ind?

Tag afsæt i DNA og kerneforretning

Hvor skabes der mest værdi i forhold til
samfund og forretning?

Kræver det et nyt mindset??

KIG INDAD

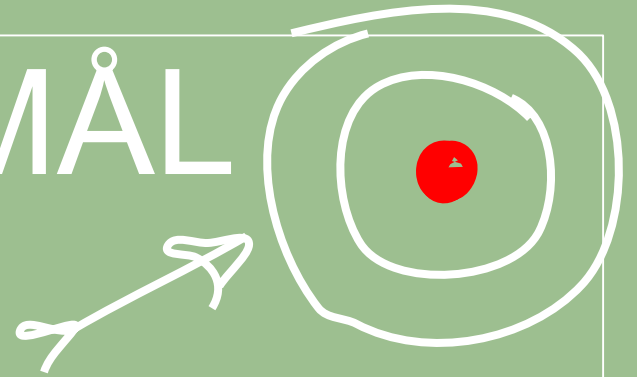


Adressér 'bæredygtighed' bredt
- ikke kun miljø og klima

Find 3 - 5 udvalgte mål og delmål

Læg en langsigtet handlingsplan og vær tålmodig

SINATUR 2030 MÅL



Vi køber kun danske fødevarer

Alle produkter er certificerede og fra bæredygtige virksomheder

Alle hoteller har egen produktion af madvarer

Vi er affaldsfrie, vi genbruger og genanvender alt

Vi er CO2-positive

Vi er vand-neutrale

VÆR TRANSPARENT OG INVOLVER



Engager hele organisationen
- vision, mål og proces

Forklar og kommuniker
Vær vedholdende

Involvér leverandører og
samarbejdspartnerer

Fortæl om processen, mens
den foregår

Erkend det, der ikke lykkes



GREENWASH
ER FORSKELLEN
PÅ MARKETSØRING
OG EN KLAR STRATEGI



BÆREDYGTIG

Krav vil øge presset

Bidrage til en bedre verden – også lokalt

Handling åbner nye døre

Styrker egen forretning - økonomi i optimering

Dialog og forretning med ligesindede

Differentiere sig. Endnu

Nye afsætningskanaler

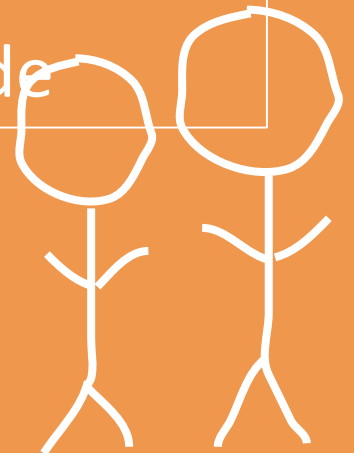
DEN POSITIVE BIVIRKNING

For to ud af tre (67%) lønmodtagere er det essentielt at arbejde for en virksomhed, der tager ansvar for mennesker og samfund

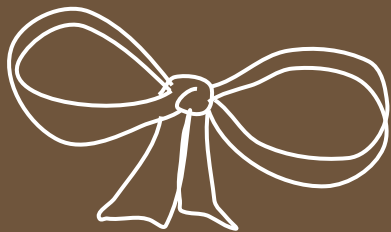
Jo mere klart det er kommunikeret, desto lettere er det at tiltrække medarbejdere

Tiltrække og fastholde talent - arbejdsglæde

Tiltrække investorer



At tage ansvar
for samfundet bliver
en betingelse for at tiltrække
og fastholde de bedste
nødarbejdere og at opbygge sin
forretning på



FRA IDE TIL
VIRKSOMHED
GRØNT IVERKSÆTTERI
I PRAKSIS





NATUR, MILJØ OG KLIMA
HÆNGER SAMMEN

GO
GREEN DAN
MARK

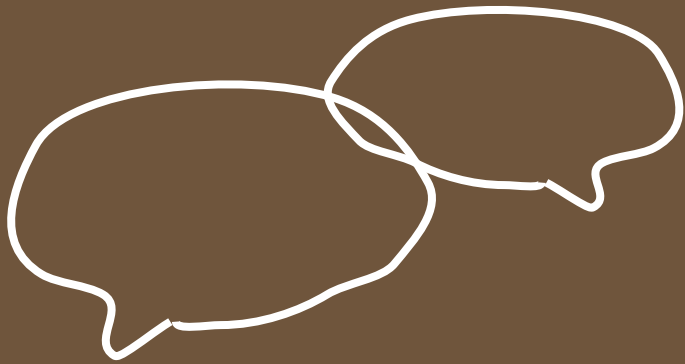
HER HANDLER DU BÆREDYGTIGT

Bæredygtigheds begrebet

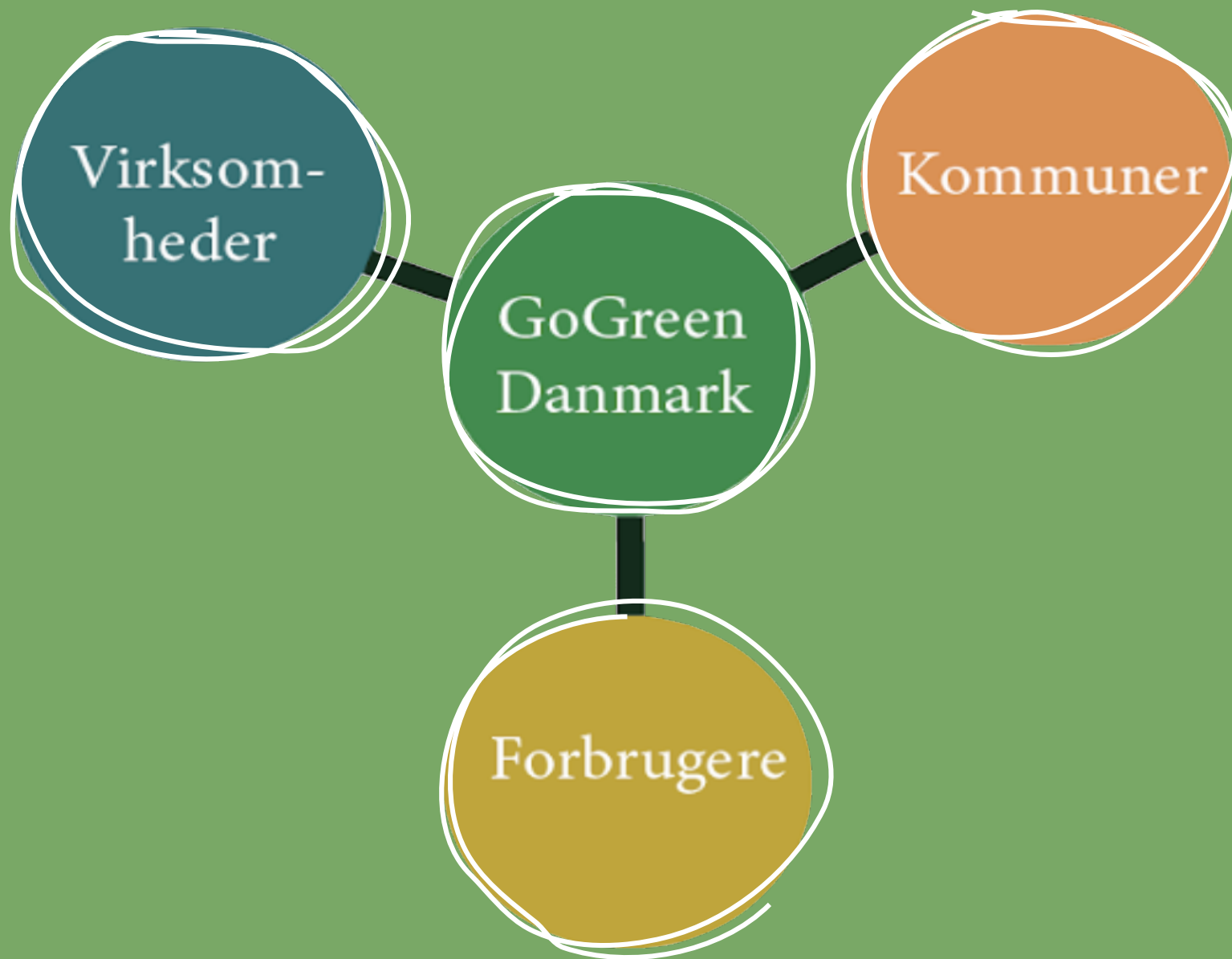
“En bæredygtig udvikling opfylder de nuværende behov, uden at bringe fremtidige generationers muligheder for at opfylde deres behov i fare”

Samfundsansvar: People Pla

70 % af
forretningens DNA
skal være funderet i et
bæredygtigt fokus



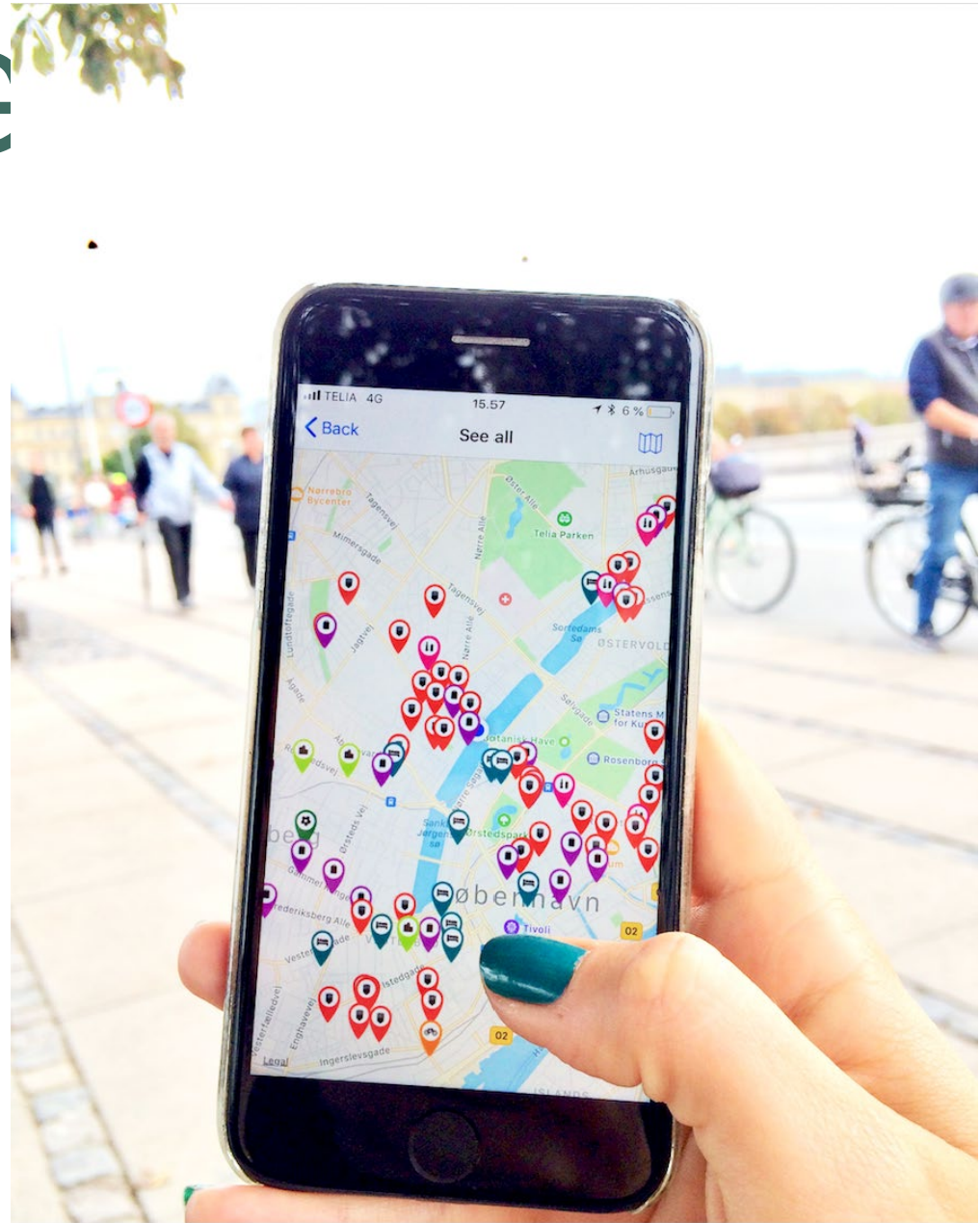
Vi validerer virksomheds
og deler viden om deres
samfundsansvar på et oplyst og
dokumenteret grundlag



HER HANDLER DU BÆREDYGTIGT



BÆREDYGT TO GØ I HJE LANDET



ET FÆLLESSKAB PÅ

TVÆRS

Tak for snakken!

Simpelthen så fedt
at tale med nogen, der
kæmper den store sag!

Tak for det.



GO
GREEN DAN
MARK





FORBRUGERE MØDER PASSION

EN VERDEN STYRET
AF VIRKSOMHEDER MED
ET BÆREDYGTIGT DNA





BÆREDYGTIGT LEDERSKAB 2.0

SEJRE OG UDFORDRINGER

Aarhus Universitet
Roskilde Festival
Kbh og Aarhus Kommune
Copenhagen Visitor Service
Klummer
Skrevet ind i ansøgninger

Greenwash
Wonderful Copenhagen
CO2 Heroes
Den klassiske kurve



OPSUMMERING



Bæredygtighed er 1000 veje - også en til dig

Det starter hos beslutningstager - walk the talk

Lav dit reality-tjek og være realistisk med mål

Verdensmål er noget man ér. Ikke en nål til skjorten

Transparens og ærlighed



”INGEN ER PERFECT
DET VIGIGSTE ER, AT
VI BEVÆGER OS”

GO
GREENDAN
MARK



Pia Rathsach,
40 52 81 81, pia@gogreend danmark.dk