



## Kort casebeskrivelse

Virksomhedens navn, branche og antal ansatte	Fischer Lighting, belysningsbranchen, 10 ansatte
Motivation for deltagelse i CØ SMV	<p>Fischer Lighting arbejder i dag efter en cirkulær forretningsmodel, hvor vi løser mindre fagentreprise-opgaver. Vores koncept går ud på, at man ved renovering udskifter sine lyskilder til LED, men beholder eksisterende lamper/armaturer, hvilket giver både energimæssige, miljømæssige og økonomiske besparelser. For at vækste er vi dog nødt til også at komme i betragtning til større projekter indenfor nybyggeri. En af barriererne er, at vi ikke har dokumentation for de miljømæssige besparelser ved at vælge vores løsninger og derfor ikke kommer i betragtning til miljøcertificerede byggerier og renoveringer. Vi har fulgt den store stigning i antallet af DGNB-certificerede byggerier (30% af alt større nybyggeri i 2019) og ønsker at være en del af denne udvikling.</p>
Hovedresultater af ressourceanalyse	<p>Fischer Lighting er langt i forhold til bæredygtighed og den cirkulære økonomi. Vi er langt i arbejdet med verdensmål, genbrugte ressourcer (fx. fiskenet), energieffektiv teknologi og vores forretningsmodel er allerede cirkulær og kommunikerer effektivt.</p> <p>Emballagemængder, transportomkostninger og energiforbrug er ret begrænset.</p> <p>De primære muligheder ligger indenfor at få bredt vores cirkulære belysningsløsninger ud i flere byggeprojekter – herunder både renovering og nybyggeri. Byggeri certificeret indenfor bæredygtighed vurderes at være et yderst relevant marked for Fischer Lighting. Her vil vores fordele virkelig kunne udnyttes, men det kræver investeringer og viden at blive "DGNB-ready".</p>
Hovedpunkter i jeres plan for udvikling af en cirkulær forretningsmodel / et cirkulært forretningsspor	<p>Cirkulære belysningsløsninger til DGNB-certificeret nybyggeri</p> <p>Markedet for DGNB-certificeret nybyggeri er i kraftig stigning. Endnu har ingen danske belysningsfirmaer udarbejdet EPD'er eller markedsført sig med bæredygtige eller cirkulære løsninger til dette marked. Fischer Lightings unikke cirkulære forretningsmodel passer godt ind i denne mulighed, men en række opgaver skal først løses. Idet vi har udviklet en forretningsplan for denne satsning parallelt med</p>



	<p>dette projekt, har der været tid i projektet til at opkvalificere flere elementer i planen.</p> <p>Fischer Lighting vil som den første leverandør af belysning i Danmark markedsføre sig målrettet mod DGNB-byggeri. Vi vil have den relevante tekniske dokumentation klar til DGNB-auditoren og derved gøres processen væsentligt nemmere. Desuden har vi fået udviklet en kommunikationspakke, der forklarer potentielle kunder, hvorledes cirkulær belysning passer ind i bæredygtigheds certificeret byggeri.</p> <p>Fischer Lighting vil tage et skridt videre endnu og få udarbejdet en LCA og derefter en EPD af de vigtigste produkter. Dette vil muliggøre en dokumentation af miljøvenligheden af at vælge vores cirkulære løsning fremfor konkurrenterne, som pt. hverken har den cirkulære forretningsmodel eller en dybdegående miljømæssig dokumentation.</p> <p>Udbredelsen af Fischer Lightings koncept medfører en besparelse på udledning af CO2 på ca. 75 tons pr år. Der anvendes materialer til at producere LED boards og drivere, men udledningen forbundet med dette overstiges klart af den undgåede CO2 udledning fra produktion af nye lamper og armaturer. Beregningen kan ses i bilag.</p>
<p>Jeres vigtigste næste step</p>	<p>Vores vigtigste næste skridt bliver at færdiggøre alt den nødvendige dokumentation herunder EPD. Derudover bliver det at implementere ny forretningsmodel for indsamling af gamle lysarmaturer. Den nye forretningsplan forventes at øge omsætningen markant. Det skal dog understreges, at den nye forretningsmodel rummer mange indsatser for at udbrede cirkulær belysning indenfor nybyggeri, herunder kan nævnes udvikling af web-baseret screeningsværktøj til brugte armaturer, salgsplatform, afvikling af pilotserier, udvikling af design katalog mm. Derfor udgør DGNB-dokumentation og kommunikationspakkerne, samt EPD'en kun en del af den samlede forretningsplan.</p>
<p>Det vigtigste budskab</p>	<p>Via projektet har vi fået en unik indsigt i hele vores ressourceforbrug, men mest af alt i forhold til, hvad der skal til for at vi kan komme videre herfra. Helt konkret har projektet muliggjort, at vi nu står godt rustet til at kunne påbegynde levering af projekter til DGNB-certificeret byggeri.</p>



Vores vigtigste budskab til andre er, at hvis man som virksomhed virkelig vil gøre en forskel og udnytte det til en konkurrencemæssig fordel, så skal det cirkulære integreres som en del af virksomhedens strategi, og udleveres i dagligdagen – hver dag.