




## Kort casebeskrivelse

Virksomhedens navn, branche og antal ansatte	KEN Storkøkken A/S, Storkøkkener, ca. 60 ansatte,
Motivation for deltagelse i CØ SMV	<p>KEN Storkøkken ønsker at udfordre den traditionelle, lineære produktionstankegang inden for madbranchen. Ét af de produkter, der skal bidrage til denne mission kaldes en FlexiChef, der både er ressource- og energibesparende i forhold til de traditionelle produktionsmetoder. FlexiChef vil kunne erstatte processerne, der normalt udføres i en ovn, en kipgryde og en kipseger. Samtidig er det muligt at tilberede ved et højere tryk, og uden fald i temperatur i karet, når ingredienser tilføjes.</p> <p>Vores motivation er stærkt forankret i FNs Verdensmål, hvor vi med projektet vil adressere følgende primære Verdensmål:</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 10px;"> <div data-bbox="699 887 847 1032">  <p><b>7</b> BÆREDYGTIG ENERGI</p> </div> <div data-bbox="874 887 1439 958"> <p>Vi vil bidrage til forbedret energieffektivitet i madproduktionen</p> </div> <div data-bbox="699 1037 847 1182">  <p><b>8</b> ANSTÆNDIGE JOBS OG ØKONOMISK VÆKST</p> </div> <div data-bbox="874 1037 1439 1211"> <p>Vi vil opgradere infrastrukturen i storkøkkener for at udnytte ressourcer mere effektivt og bidrage til at storkøkkenerens økonomisk vækst bliver afkoblet fra miljøforringelse</p> </div> <div data-bbox="699 1216 847 1361">  <p><b>12</b> ANSVARLIGT FORBRUG OG PRODUKTION</p> </div> <div data-bbox="874 1216 1439 1361"> <p>Vi vil mindske madspildet ved at have fokus på anvendelse af restaffald til nye madproduktioner samt reducere svind i processerne</p> </div> </div>
Hovedresultater af ressourceanalyse	KEN Storkøkken producerer ikke selv FlexChef, men forhandler produktet i Danmark. I casen er der taget udgangspunkt i en typisk ugemenu fra et større dansk produktionskøkken. Resultaterne af ressourceanalysen viser en væsentligt CO <sub>2</sub> -reduktion i driftsfasen ligesom der er en mindre CO <sub>2</sub> -reduktion i produktionsfasen.
Hovedpunkter i jeres plan for udvikling af en cirkulær forretningsmodel / et cirkulært forretningsspor	<p>Vi er ved at udvikle to forskellige forretningsmodeller der skal understøtte en cirkulær forretningsmodel:</p> <p><b>1. Scenarie – abonnement med købsoption:</b> FlexiChef udlejes til storkøkkenerne som en slags product-as-a-service, hvor KEN Storkøkken genererer en indtægt på en månedlig leje af produktet over en periode på 4-5 år, hvorefter kunden kan købe produktet uden yderligere bindinger.</p>



	<p><b>2. Scenarie – abonnement med "take-back": FlexiChef</b></p> <p>Vi investerer i din fremtid</p> <p>udlejes til storkøkkenerne som en slags product-as-a-service, hvor KEN Storkøkken generer en indtægt på en månedlig leje af produktet over en periode på 4-5 år, hvorefter KEN Storkøkken vil kunne tage produktet retur, istandsætte det ved at udskifte vitale dele (computer, varmelegemer mm.) på eget værksted, og herefter sælge det videre.</p> <p>b) de ændringer / reduktioner i CO2-udledning, energiforbrug og materialeforbrug, som I forventer, at jeres plan fører med sig:</p> <p>En innovativ tilgang til madproduktionen gennem har potentialet til at bidrage med en samlet CO2-reduktion på op til 7.000 tons pr. år i de danske storkøkkener.</p>
<p>Jeres vigtigste næste step</p>	<p>a) <i>hvad jeres næste skridt skal være for at blive en (mere) cirkulær økonomisk virksomhed</i></p> <p>Vi har nedsat en arbejdsgruppe til at implementere den nye forretningsmodel for Flexichef. Gruppen skal primært arbejde med at konkretisere og kvalificeres den cirkulære forretningsmodel yderligere gennem blandt andet en dialog med nuværende brugere af FlexiChef.</p> <p>b) <i>jeres forventninger til udviklingen i jeres salg, kundegrundlag og rentabilitet, som følge af at I bliver mere cirkulære:</i></p> <p>Vi forventer desuden at arbejde med intern oplæring af salgskonsulenter med øget fokus på, hvordan salget i endnu højere grad kan understøtte en helhedsorienteret kundeoplevelse indeholdende blandt andet oplæring i en bæredygtig brug af produktet og de nye forretningsmodeller.</p>
<p>Det vigtigste budskab</p>	<p>Skriv kort og markant om</p> <p>a) de vigtigste indsigter / den vigtigste nye viden I har fået gennem arbejdet i projektet:</p> <p>Gennem projektet har vi fået en væsentlig indsigt i begrebet "product-as-a-service". Et begreb vi ikke tidligere har beskæftiget os med hos KEN STORKØKKEN. Vi har endvidere fået arbejdet os betydeligt dybere ned i FNs verdensmål.</p> <p>b) jeres bedste råd til andre SMV'er, som overvejer at begynde deres grønne / cirkulære omstilling:</p> <p>Vi vil klart anbefale andre SMV'er at arbejde med den grønne omstilling via tilsvarende projekter. Det giver mulighed for en grundigere fordybelse i en specifik projekt, og synergien ved</p>



at samarbejde med andre firmaer med samme "dagsorden"  
er særdeles givende.

Vi investerer i din fremtid