

Kort casebeskrivelse

Virksomhedens navn, branche og antal ansatte	MatKon, ApS, elektronik & IT, 14 ansatte
Motivation for deltagelse i CØ SMV	<p><i>Kort om jeres oprindelige grund til at deltage i projektet:</i></p> <p>Vores motivation for at deltage var, at vi vil være med til at udvikle koncepter, løsninger og forretningsmodeller, der hjælper med at accelerere omstillingen til bæredygtighed til gavn for miljøet. Specifikt vil vi som virksomhed gerne bidrage til, at E-waste strømmen mindskes og at dét der skal smides ud, ikke ender de steder som det meste gør i dag, hvor det har store menneskelige og miljømæssige konsekvenser. I første omgang var vores motivation for at deltage, at vi ville udvikle en cirkulær forretningsmodel for vores udskudsplastik fra det elektronikudstyr vi modtager fra Telecom branchen.</p>
Hovedresultater af ressourceanalyse	<p><i>Hvad kendetegner forbruget / udledningen af ressourcer fra jeres virksomhed og den værdikæde, som I indgår i?:</i></p> <p>Vi har identificeret flere oplagte steder, hvor vi i MatKon kan opnå en større fordel både ressource- og forretningsmæssigt. Den største fordel ligger i at udvikle en komplet cirkulær servicemodel til vores kunder i elektronikbranchen, der både kan tilbyde refurb, reparation, genanvendelse og genbrug af alle materialer involveret i elektronikprodukterne. Herunder udgør en bedre udnyttelse af overskudsplastik et nyt og oplagt forretningsområde. Gennem bearbejdning af de ca. 30 tons restplastik kan der produceres nye upcycledede produkter, der kan indgå i en ny cyklus. Dermed kan der undgås CO2 udslip, der spares gennem forbrænding og ved ressourcebesparelse ved nyproduktion. Samtidig kan der opnås en øget indtjening på de genanvendte plastikprodukter.</p> <p>Andre potentialer ligger i at arbejde med en række andre bæredygtighedsinitiativer i virksomheden som f.eks.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Emballageforbrug:</i> Vi har i dag et stort forbrug af emballage, særligt pap og bobleplast, der bruges til at indpakke elektronikudstyr ved forsendelser. Fremadrettet er der et økonomiske og ressourcemæssigt potentiale i at både reducere emballageforbrug samt finde mere bæredygtige alternativer til nuværende emballage.



- *Energioptimering:* MatKon benytter en del lagerplads og lokaler til bearbejdning af over 150.000 elektroniske enheder og opmagasinering af over 30 tons om året. Det betyder også et energiforbrug i strøm og varme. Derfor ser vi også økonomiske og miljømæssige gevinster i at arbejde med og investere i energibesparende og -optimerende løsninger.
- *Arbejde med materialesundhed:* Særligt gammelt elektronikudstyr er lavet med plastik, som der indeholder en række problematiske og skadelige stoffer. For at få den maksimale økonomiske og miljømæssige værdi ud af restplastikken, så skal vi arbejde med at analysere og identificere plastik med problematisk kemi i.
- *Stille krav til leverandører:* Vi benytter en del transportører til fragt og transport af de mange tusinde elektroniske enheder vi behandler om året. For at blive 100 % bæredygtige på sigt, så vil vi fremadrettet også se på, hvordan vi kan stille krav til vores leverandøres bæredygtighed. Herunder eksempelvis stille krav til brug af f.eks. el-køretøjer.
- *Social-økonomisk virke og ansvarlighed:* MatKon er baseret på socialøkonomiske principper og vi ønsker at fortsætte vores bæredygtige udvikling med et fortsat stort fokus på det sociale også.

Hovedpunkter i jeres plan for udvikling af en cirkulær forretningsmodel / et cirkulært forretningsspor

Beskriv

a) de mål I har sat jer i forhold til ændringer i jeres (interne) produktion, jeres værdikæde og / eller jeres forretningsmodel:

Det primære mål er udviklingen af et fuldt cirkulært koncept for elektronisk udstyr, kaldet Full Circle til MatKons nuværende og potentielle kunder. Med konceptet er kunden forsikret om, at elektronikprodukter varetages ansvarligt og bæredygtigt gennem hele værdikæden ved at bero på cirkulære principper, hvor alle materialerne udnyttes til fulde og på forsvarligt vis. Den nye forretningsmodel er bygget op omkring en række nye partnerskaber, og det første mål vil være, at få etableringen af de nye partnerskaber i værdikæden på plads i 2020. Herefter vil fokus være på test, hvor vi hurtigt kan finde interesserede kunder og markedsindsigter, der kan omsættes til at designe og producere upcycledede plastikprodukter til afsætning. Herefter er den næste

	<p>store milepæl, at "Full Circle"- konceptet implementeres blandt eksisterende og nye kunderne for siden at kunne skaleres i 2021 og fremefter.</p> <p><i>b) de ændringer / reduktioner i CO2-udledning, energiforbrug og materialeforbrug, som I forventer, at jeres plan fører med sig:</i></p> <p>Den primære ændring i det nye cirkulære forretningsspor er upcycling af restplastik fra adskilt elektronik til nye plastikprodukter, der kan afsættes gennem forskellige samarbejdspartnere og salgskanaler. MatKon har pt. ca. 30 tons restplastik om året i overskud. Vores beregninger peger på, at ved at upcycle og holde plastikken i et højere kredsløb kan der opnås en årlig besparelse på op til ca. 174 tons CO2. For de andre ændringer i vores virksomhed ift. emballage, energi, transport og forbrug forventes det, at der spares yderligere CO2.</p>
<p>Jeres vigtigste næste step</p>	<p><i>Reflekter og beskriv</i></p> <p><i>a) hvad jeres næste skridt skal være for at blive en (mere) cirkulær økonomisk virksomhed:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. At etablere nye partnerskaber igennem værdikæden, der kan hjælpe med at drive og udvikle en cirkulær forretningsmodel for overskudsplastikken. Sideløbende skal markedet for upcycledede plastikprodukter samt kanaler for salg kortlægges. Der skal også afsøges muligheder for afsætning gennem partnerskaber samt via både B2B og B2C salg. Med denne indsigt kan vi påbegynde design, støbning og salg via de kortlagte kanaler og partnerskaber. 2. I anden fase skal vi fortsætte med at produktudvikle samt afsøges nye partnere og større partnere, som der, ideelt set, kan aftage større partier af samme type upcycledede plastikprodukter. Derudover vil denne fase fokusere på viden og analyse af plastik med fokus på problemstoffer i plastikken, og hvad der kan gøres ved dem. Dette gøres med universiteter, der kan hjælpe med bl.a. LCA-analyser. 3. I tredje fase videreudvikles forretningsmodellen med produktudvikling, salg, kanalvalg og efterspørgsel fra kunder. Samtidig påbegyndes test af et cirkulært take-back system for de upcycledede plastikprodukter. Herefter forventer vi at kunne fuldt ud implementere "Full Circle"-modellen og skalere til nye kunder.



	<p><i>b) jeres forventninger til udviklingen i jeres salg, kundegrundlag og rentabilitet, som følge af at I bliver mere cirkulære:</i></p> <p>Vores forventninger er, at den nye cirkulære forretningsmodel vil øge indtjeningen – særligt når det Full Circle konceptet er helt oppe og køre. Forretningsmodellen er i høj grad en overbygning til den eksisterende forretning. Grundet dette er det svært at sige, om øget vækst kommer fra den "nye" eller "gamle" forretningsmodel, da de vil være blandet sammen. Men vi forventer, at arbejdet med at blive mere cirkulær både vil styrke den eksisterende forretning samt skabe ny indtjening gennem salg af upcyclede plastikprodukter.</p> <p>Elektronikbranchen og behandlingen af elektronisk udstyr ift. reparation, upcycling, videresalg er pt. reguleret af en række lovgivning på EU-plan. Det tyder på, at der i de kommende år vil blive ændret/reguleret og stillet yderligere krav til virksomheder, producenter og behandlere. Dette forventer vi vil medføre et endnu større potentiale og øget vækst på området.</p>
<p>Det vigtigste budskab</p>	<p><i>Skriv kort og markant om</i></p> <p><i>a) de vigtigste indsigter / den vigtigste nye viden I har fået gennem arbejdet i projektet:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Arbejdet med cirkulær økonomi tager tid og man skal derfor starte i god tid - Omstillingen og arbejdet med cirkulær økonomi handler i sidste ende om mennesker: Medarbejdere og ledelse der skal tænke nyt og gøre noget anderledes, kunder og leverandører der skal forstås og påvirkes i nye retninger og dialog og samarbejde med nye samarbejdspartnere - Cirkulær økonomi er komplekst og det kan være svært at kommunikere tydeligt internt og eksternt - Lovgivning, regulering og gråzoner er der mange af på dette område. De kan være en barriere som man skal blive opmærksom på tidligt - Partnerskaber og samarbejde er nøglen til en stor del af arbejdet i cirkulære forretningsudvikling <p><i>b) jeres bedste råd til andre SMV'er, som overvejer at begynde deres grønne / cirkulære omstilling:</i></p>



1. Det vigtigste er, at man bare går i gang. Man kan planlægge og overveje en masse og blive helt paralyseret af de mange muligheder eller barrierer på området. Vælg et område at starte med, og så gå i gang.
2. Det er svært at vide, hvor man skal starte og hvordan man går i gang. Her er det vigtigt, at man får lagt en god og ambitiøs plan/strategi og at man får skabt en tydelig struktur med konkrete mål og handlinger, som kan sætte skub i processen.
3. I skal se bæredygtighed og cirkulær økonomi som en langsigtet udvikling og en løbende proces. Det skal ses som en central del i at løbende udvikle virksomheden og derfor ikke et "mål" i sig selv. Netop derfor er det vigtigt løbende at sætte konkrete mål og milepæle, så man løbende har en god retning på sin bæredygtige og cirkulær forretningsudvikling.