



Erhvervshus
MIDTJYLLAND

VORES BEDSTE RÅD
TIL VIRKSOMHEDER DER
SKAL I GANG ELLER VIDERE
MED GRØN OMSTILLING

VI HAR SAMLET VORES BEDSTE RÅD TIL DIG

Hos Erhvervshus Midtjylland møder vores virksomhedskonsulenter hver uge mange virksomheder, som har ambitioner om at gøre deres virksomhed grønnere. Både unge iværksættere med idéer og forretningsmodeller, der allerede er grønne fra starten, og etablerede virksomheder som enten skal i gang med grøn omstilling eller videre med version 2.0.

På den baggrund opnår vi et unikt indblik i, hvad der kendetegner de virksomheder, som lykkes rigtig godt med deres grønne omstilling og de virksomheder, hvor det går mindre godt.

De erfaringer vil vi rigtig gerne have ud at leve, så andre kan få gavn af dem, og derfor har vi samlet nogle af vores bedste råd til dig. Både til dig der skal i gang med grøn omstilling i din virksomhed, og til dig der allerede er godt i gang og skal videre med den grønne omstilling.

Vi håber, at vores råd og inspiration fra ligesindede kan inspirere dig til at træffe de bedste valg for din virksomhed.



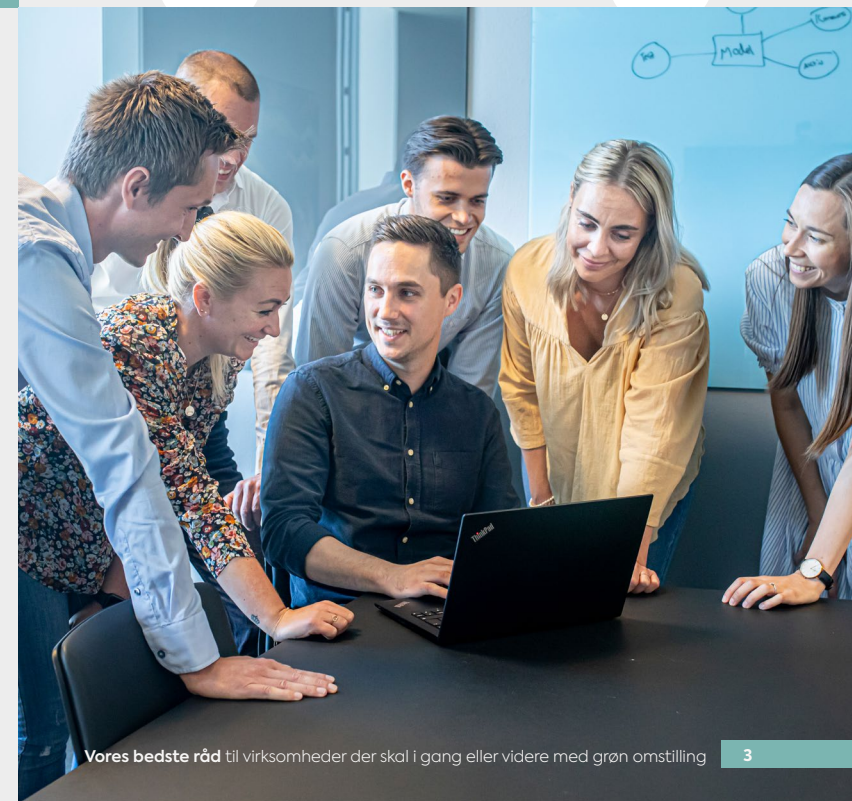
GODE RÅD TIL VIRKSOMHEDER DER SKAL I GANG MED GRØN OMSTILLING

Tænder du, at grøn omstilling og bæredygtighed er komplekst og tidskrævende? Så er du ikke den eneste. Vi oplever, at mange virksomheder skubber det at komme i gang, fordi der er for travlt eller det er uoverskueligt, hvor de skal starte.

Men det behøver slet ikke være så svært. Og du behøver ikke starte ud med at omlægge hele din virksomheds produktion. Eller lave helt om på hvordan I gør tingene i dag for at reducere din virksomheds klimaaftryk. Det vigtigste er bare at komme i gang. Alle skal starte et sted.

Vores gode råd til dig, der skal i gang med grøn omstilling, handler om at indføre gode energivaner internt i din virksomhed og hos dine medarbejdere. Ofte kan små ting faktisk gøre en forskel - både for klimaet og for økonomien. Når du har taget de første skridt, bliver det også nemmere at kigge bredere ud i virksomheden og finde de større 'syndere' og potentialer.

Men vigtigst er måske, at det kan være med til at kickstarte den forståelse og kulturændring, der skal til for at føre arbejdet videre og se på de større perspektiver. Så hvad venter du på? Her er nogle af de lettere tiltag, som du kan sætte i gang allerede nu.



#01

LÆR AT SPARE PÅ ENERGIEN OG SKAB GODE VANER I DET DAGLIGE

Lav en gennemgang af jeres interne vaner i virksomheden og vurder, om I ikke har nogle meget nemme måder at formindske jeres forbrug på. I kan f.eks. overveje:

Hvordan bruger I lys?

- Har I skiftet til LED-pærer? Er lyset tændt overalt hele dagen, også selvom I ikke bruger lokalerne/hallerne?
- Har I opsat sensorer?

Hvordan er energiforbruget i produktionen?

- Står produktionsapparatet tændt uafbrudt – også når produktionen står stille?
- Kan I mindske energiforbruget blot ved at ændre nogle vaner?
- Skal der mindre eller større investeringer til at lave ændringerne?

Hvordan er forbruget på el-apparater og produktionsudstyr?

- Står alle el-apparater/produktionsudstyr tændt både i og uden for arbejdstid/produktionstid?
- Findes der timere eller lignende løsninger, der kan hjælpe jer med bedre styring af apparaterne?

Tag en snak om hvordan I kan bruge mindre energi i det daglige – både i administrationslokalerne og i produktionen. Det er en god idé at involvere både medarbejdere og ledelse i den snak. Alle idéer er jo velkomne og en gave til ledelsen, og det kan være med til at skabe gode fælles vaner.

#02

SKAB BEDRE TRANSPORTVANER INTERNT

Vi ved alle sammen, at transport er en stor synder, når det kommer til klima. Alligevel kører mange ofte mange kilometer på arbejde og til og fra møder. Ligesom der stadig er en del flyrejser forbundet med det at sælge sine varer og ydelser.

Nogle større virksomheder er begyndt at sætte det som krav, at man ikke flyver til et kundemøde af hensyn til klimaaftrykket. Derfor er det måske endda et (kommende) krav fra dine kunder, at I er bevidste om jeres transportvaner. Så hvorfor ikke tage et kig på jeres transportvaner allerede nu?

Spørgsmål I kan overveje:

- Kan I planlægge møder, opgaver mv. bedre og derved køre færre kilometer?
- Kan I køre mere sammen?
- Skal I omlægge bilflåden til el-biler, når de skal skiftes ud?
- Kunne møder med forretningsforbindelser, som I kender godt, med fordel afvikles online? I sparer tid og penge, udgifter til transport og CO2 ved at veksle mellem fysiske og online møder.
- Kan I begrænse flyrejser eller lave en politik for det? Afsøg mulighederne og husk at spørge dine medarbejdere, hvor de kan se mulige energibesparelser.

#03

FÅ EJERSKAB VED AT TAGE DINE MEDARBEJDERE MED PÅ RÅD

Har du grønne ambitioner for din virksomhed, er det vigtigt, at dine medarbejdere er med for, at I lykkes med den grønne omstilling. Dine medarbejders adfærd i det daglige er nøglen til succes.

Vær tydelig i din kommunikation af, hvor du gerne vil hen med ændringerne, og inddrag medarbejderne så vidt muligt i arbejdet helt fra start. Ofte er det hos dine medarbejdere, at de gode løsninger findes.

Hvis du uddelegerer opgaver med at finde gode energibesparende løsninger til medarbejdere eller grupper, så husk at ledelsesopbakning også er alfa omega for, at aktiviteterne får det rette fokus, og at I skaber resultater.

Overvej:

- Hvad er den bedste organisering til at komme i gang med den grønne omstilling?
- Hvem skal deltage i arbejdsgruppen? Hvordan får du alle arbejdsfunktioner og afdelinger repræsenteret i arbejdet?
- Skal du selv deltage i arbejdsgruppen?
- Hvor meget tid skal sættes af til det? Skal opgaver omfordeles for at skabe tid?



#04

FÅ OVERBLIK OVER DIN VIRKSOMHEDS ENERGIFORBRUG OG FØLG DET JÆVNLIGT

Har du overblik over, hvordan energiforbruget er i din virksomhed? Ellers kan det være en god idé at få kortlagt. Det skaber indsigt – og mange bliver forbavsede over, hvor meget der er at spare ved en gennemgang af forbruget og omlægning af vaner.

Når du har et overblik over, hvad I bruger energi på i din virksomhed og hvornår, kan du følge udviklingen, når I laver ændringer. Det er i øvrigt også en stor tilfredsstillelse for medarbejderne at følge resultaterne af de ændringer, de har været med til at lave.

Når I er kommet så langt, at I kan følge energiforbruget dagligt, er I klar til at lave CO₂-beregninger på det. Og her bliver det for alvor interessant – for så går jeres indsats fra at være intern optimering og ressourcebesparelser til at blive anvendelig som konkurrenceparameter. Det kan du læse om længere fremme i guiden i vores råd til virksomheder, som skal videre med grøn omstilling.

#05

SE PÅ JERES FORBRUG AF RESSOURCER

Du kan mindske din virksomheds klimaaftryk ved at reducere forbruget af materialer og produkter. Det gælder både det, I køber ind til generel drift og administration, og de ressourcer I forbruger i produktionen.

Hvis I selv har produktion, vil størstedelen af jeres klimaaftryk ligge der. Det er dog stadig nødvendigt at gå administration og indkøbsvaner igennem for at finde besparelser.

Har I en indkøbspolitik? Det er nemlig en god idé at samle retningslinjerne for, hvordan I køber ind, ét sted. Her kan I lægge retningslinjer ind for mere grønne indkøb. Der er nogle helt principielle overvejelser, som kan hjælpe jer til at blive mere grønne i administrationen.

Tag en snak om:

- at købe genbrugt IT, kontormøbler mv.
- bilerne skal udskiftes til el-biler?
- al papirindkøb skal være FSC-certificeret?
- så vidt muligt at vælge produkter med en grøn profil og spørg efter den type produkter hos dine leverandører.
- jeres leverandør af el, leverer grøn eller sort el.
- brug af andre varmekilder såsom varmepumpe eller opvarmning med spildprodukter (f.eks. træ eller savsmuld).

Dette var blot et lille udsnit af eksempler. Der er mange ting at overveje ved en indkøbspolitik – start med de ændringer, som kan laves fra dag ét og udvid jeres ambitioner i et tempo, der passer til din virksomhed og virkelighed. Kig gerne på andre indkøbspolitikker for at få idéer til, hvad I kan gøre og husk at spørge dine medarbejdere.

I produktionen vil grønne optimeringer afhænge af, hvilket produkt der er tale om. Men generelt kan man godt sige, at I kan kigge på:

Hvor I får materialerne fra

- Er der lang og tung transport? Kan I finde en leverandør, der er tættere på og dermed minimere den indgående transport?
- Jeres produktion og forarbejdning af råvarer til produkt.
- Udnytter I råvarerne optimalt, eller vil I med en anden produktionsmetode, et andet design eller produktionsmaskine kunne få mere ud af hvert kilo materiale?
- Har I reduceret spild til et minimum? Hvor afleverer I jeres spild – bliver det brugt i en anden produktion, eller bliver det bare til affald? Kan det udnyttes bedre?

Hvordan I transporterer varerne ud til kunderne

- Kan jeres udgående transport planlægges bedre, så I kører eller køber færre kilometer? Findes der en mere grøn leverandør af transport?
- Er jeres forbrug af emballage på et minimum? Hvis ikke – hvordan kan det så gøres anderledes? Bruger I emballage, der kan recirkuleres og bruges flere gange?

Hvad der sker med jeres produkter efter endt brug?

- Hvordan bortskaffes jeres produkter, og er det ressourcespild?
- Kan de genbruges/genanvendes/recirkuleres efter endt brug?
- Kan I tage produkterne tilbage og udnytte dem på anden vis? Direkte genbrug? Eller kan de neddeles og råmaterialerne bruges i produktionen igen? Er der andre, som kan bruge jeres 'affald' i produktionen af andre produkter?

UG METAL HAR STYR PÅ MILJØET



De har fuldstændig styr på at støbe metal hos UG metal – TH Udengaards Metalstøberi. Til gengæld var livscyklus og miljøhåndtering ikke på samme måde en spidskompetence. Indtil for nylig hvor Erhvervshus Midtjyllands gentagne pres for at få virksomheden til at blive lige så dygtig på dette felt, bar frugt.

”Kunderne stiller større og større krav til miljøhåndtering, men vi har jo altid travlt, så først da virksomhedskonsulentten fra erhvervshuset fik skubbet os ud af hamsterhjulet, gik vi i gang”, siger direktør og ejer Mikkel Udengaard.

Han er 3. generation i spidsen for virksomheden, der har 21 medarbejdere og producerer metalstøbegods i bronze og aluminium til danske og internationale kunder i bl.a. offshore- og bygningsindustrien.

Det var nødvendigt for UG metal at få eksterne konsulenter briller på miljøhåndteringen, mente både virksomheden og Erhvervshus Midtjylland, som har medfinansieret konsulenterne. Hele virksomhedens cyklus fra de første råvarer kommer ind,

til det færdige produkt forlader fabrikken, samt det, der kommer op af skorstenen, er nu kortlagt.

Resultatet er ændring af rutiner f.eks. affaldssortering og en ihærdig indsats for at mindske spild plus en miljøhåndbog med konkrete mål. Alle medarbejdere har været på interne kurser og er gået helhjertet ind i processen, og på ugentlige tavlemøder følges op på målene.

Indsatsen går rigtig godt i spænd med virksomhedens miljøcertificering og giver UG metal en fordel i konkurrencen med andre støberier.

”Kunderne efterspørger, at vi har fuldstændig styr på miljøhåndteringen, og vi stiller de samme krav til vores leverandører. For nylig sad vi med en kunde, som stillede skarpe spørgsmål til det, og vi remsede alt det, vi gør, op, og så var de tilfredse”, siger Mikkel Udengaard.

Han forventer, at den tid og de penge, UG metal har brugt på processen, er en god investering, som vil afspejle sig på bundlinjen de kommende år.

HAR DU GRØNNE AMBITIONER FOR DIN VIRKSOMHED?

Men er i tvivl om, hvordan du kommer i gang eller videre med grøn omstilling, så lad os hjælpe dig.

Det kan være, at du har brug for sparring i forhold til at investere i ny grøn teknologi, gerne vil have hjælp til omstilling af produktionen, udvikling af nye grønne produkter eller noget helt andet.

Erhvervshus Midtjylland er et gratis tilbud til alle midtjyske virksomheder, der gerne vil udvikle sig.

Vores virksomhedskonsulenter står klar til at hjælpe med sparring, netværk og i sidste ende endda også mulighed for medfinansiering af dine grønne projekter.

Giv os et kald på 70 22 00 76 eller book et møde på www.erhvervshusmidtjylland.dk



GODE RÅD TIL VIRKSOMHEDER DER SKAL VIDERE MED GRØN OMSTILLING

Er I godt i gang med grøn omstilling i din virksomhed? Måske har I allerede godt styr på de helt grundlæggende initiativer, som vi har beskrevet i starten af guiden, og er klar til at tage næste skridt.

I det videre arbejde er det en god idé at gribe det systematisk an, og der er nogle overvejelser og undersøgelser, som er vigtige at gå igennem, inden I lægger kursen.

Vi har samlet en række gode råd, som tilsammen kan føre dig til en handlingsplan for den grønne omstilling.

De første tre råd er designet til at give en bred forståelse af, hvad grøn omstilling er for netop din virksomhed. Det er grundlaget for at kunne træffe kvalificerede strategiske valg. I kan gennemføre trinene i lige præcis det tempo og den detaljeringsgrad, som I ønsker.



#01

HVOR ER DIN VIRKSOMHED I DAG PÅ DET GRØNNE OMRÅDE?

Første råd er at få et overblik over, hvor din virksomhed er i dag på det grønne område.

Kortlægningen af de nuværende aktiviteter giver en god forståelse af, hvor langt I er, og det kan hjælpe til at se fremtidige muligheder.

Din virksomheds største miljømæssige indvirkninger ligger måske uden for det, I selv ejer eller kontrollerer, og de største forretningsmuligheder og grønne besparelser kan ligge længere oppe eller nede i værdikæden. Derfor foreslår vi, at I ser på hele værdikæden; fra leverandør og transport af råvarer til bortskaffelse af din virksomheds produkter efter endt brug.

Lav en skitsering af din virksomheds værdikæde og noter, hvor i værdikæden...

- I har negative påvirkninger på miljøet.
- der er mulige forretningskritiske risici som følge af din virksomheds negative indflydelse.
- I allerede er godt i gang og har opnået resultater.
- der er uudnyttet potentiale.
- din virksomheds forretningsmæssige aktiviteter har den største klimapåvirkning.





#02

HVAD ER VIGTIGST FOR KUNDER OG ANDRE INTERESSENER

Andet råd er at få overblik over, hvad der sker udenfor virksomheden.

Det er vigtigt at finde ud af, hvordan udviklingen i den grønne dagsorden og ændringerne i omverdenen kommer til at påvirke virksomhedens eksistens og muligheder fremadrettet.

Sæt dig godt ind i, hvad den grønne omstilling egentlig betyder for at forstå, hvad den kommer til at indebære for din virksomhed.

Hvem er de vigtigste interessenter for din virksomhed, og hvad forventer de af virksomheden og jeres produkter eller ydelser?

Første skridt er at beslutte, hvilke interessenter der er vigtige at hente input fra for at blive klogere på specifikke krav og forventninger til din virksomhed på det grønne område.

Næste skridt er at indhente informationer gennem interviews, spørgeskema eller lignende:

- Hvad siger ejer/bestyrelse, kunder og leverandører? Hvad er deres krav og forventninger til jeres grønne profil om 2, 3, 5 eller 10 år? Skal I levere de samme produkter men gøre dem grønnere? Forventer de helt nye forretningsmodeller, som er mere cirkulære, produkter produceret af et helt andet materiale eller noget helt andet?
- Overvej hvordan din virksomheds klimaindsats kan være med til at hjælpe jeres kunder med at nå deres klimamål eller endnu bedre – spørg dem!
- Det er også vigtigt at være helt klar over de officielle krav i form af kommende lovgivning mv., som direkte eller indirekte kommer til at påvirke jeres vilkår. Hvis I er leverandør til en stor virksomhed, som ny lovgivning bliver gældende for, vil det på et tidspunkt også komme som krav til jer.

Der er mange andre interessenter, som kan være relevante for din virksomhed – det er op til jer at udvælge de vigtigste.

#03

HVOR ER BRANCHEN PÅ VEJ HEN, OG HVAD GØR KONKURRENTERNE?

Formålet med et kig ud i branchen og blandt konkurrenterne er at få et overblik over det generelle niveau for grøn omstilling i branchen. Det giver mulighed for at spotte, hvor I kan komme foran konkurrenterne.

Find ud af, hvor branchen er på vej hen. Hold øje med anbefalinger fra brancheorganisationer og andre relevante netværk. Har de tilbud i form af guides, vejledninger osv.? Overvej hvor I ligger i forhold til det generelle niveau i branchen.

Dertil er det også en god idé at se på, hvad jeres konkurrenter gør. Det kan være nyttigt for at skabe et overblik over, hvor 'modent' arbejdet med grønne forretningsmodeller er blandt jeres konkurrenter. Det kan også give en god indikation af, hvilke grønne tiltag og emner som er mest fremherskende i branchen. Sidst men ikke mindst kan det give en fornemmelse af, hvad der kan være helt særlige muligheder for at blive førende i branchen.

Se på, om der er nogle områder,

- hvor konkurrenterne er længere fremme end jer? Overvej om det er områder, I bør arbejde med.
- I arbejder med, som giver jer en konkurrencemæssig fordel?
- som ingen endnu arbejder med, og hvor I har mulighed for at tage førertrøjen.



#04

LAV EN OPSAMLING AF RESULTATER, VURDER KONSEKVENSER OG PRIORITER AKTIVITETER

Næste skridt er at lave en opsamling på alle resultaterne og samtidig vurdere konsekvenserne af resultatet og prioritere aktiviteterne. Det lyder som et stort punkt, men ofte er det så tæt forbundet, at aktiviteterne kommer helt af sig selv, når man taler om resultaterne.

Opsamling

Tag en dialog om, hvad I har fundet ud af gennem arbejdet indtil videre.

Den kan bl.a. svare på:

- Hvor i værdikæden, I har de største grønne risici og muligheder.
- Hvad er de vigtigste interessenters fremtidige prioriteringer, forventninger og krav.
- Hvor der er overensstemmelse mellem virksomhedens nuværende retning og interessenternes forventninger.
- Om din virksomhed er godt med eller bagud på det grønne område ift. branche og konkurrenter.
- Hvilke emner jeres interessentanalyse, konkurrentanalyse og værdikædeanalyse peger på som de væsentligste? Er der sammenfald, eller peger det i mange retninger? Fremhæves områder, som I ikke har tænkt ind i arbejdet med grøn omstilling?

Konsekvenser og prioritering

Ingen kan arbejde med alt på én gang – så det er en god idé at vurdere konsekvenserne for at finde ud af, hvad I skal gå i gang med først.

Det kan være en 'brandslukning', men det kan også være et nyt forretningsområde, hvor I kan komme foran konkurrenterne.

Det er helt op til dig og din virksomheds situation at vurdere, hvilke områder der skal have størst bevågenhed.

I kan med fordel starte med at finde frem til de områder, der er strategisk vigtige både for forretningen og for de vigtigste interessenter. Ud fra resultaterne af jeres analyser, laver I nu en prioritering af indsatsområder.



#05

FASTLÆG AMBITIONSNIVEAU OG AFKLAR ORGANISERING

Det er en helt central øvelse at lægge sig fast på, hvor lang en tidshorizont man arbejder med. Ledelsen fastlægger ambitionsniveau – herunder skal I have en plan for det næste år og 3, 5 eller 10 år frem i tiden?

Det er vigtigt at diskutere mål og ambitioner inden for hvert indsatsområde. Drøft hvor din virksomhed befinder sig i dag og brug det til at vurdere, hvilke ressourcer – både økonomiske og medarbejderressourcer – der skal afsættes.

De overordnede linjer er trukket, og det er nu tid til at sætte det rigtige hold til opgaven. Dedikerede medarbejdere med interesse for grøn omstilling spiller en vigtig rolle. Men det er også vigtigt at inddrage medarbejdere fra alle afdelinger – ikke blot for at integrere de grønne indsatser i forretningsstrategien og drift men også i kulturen.

Tag en dialog om:

- Hvem der er nøglepersoner i den ansvarlige arbejdsgruppe?
- Hvordan I sammensætter ad hoc arbejdsgrupper, så I får de rette kompetencer i spil på rette tidspunkt.
- Hvordan I sikrer, at der er fremskridt, og at resultaterne opnås som ønsket?
- Hvordan I giver den bedste ledelsesopbakning og stiller de nødvendige ressourcer til rådighed.

Der er forskellige typer organisering alt efter virksomhedens kultur, måder at arbejde på og ambitionsniveau. Involvering af medarbejdere kan ske helt fra starten af processen. Har du ikke gjort det på dette tidspunkt, er det en god idé at overdrage ansvaret for udarbejdelse af handlingsplan og styringen til en arbejdsgruppe.

Nu har I fastlagt, hvor I kommer fra, hvor I gerne vil hen, hvad I gerne vil opnå og hvem der skal have ansvaret for 'det grønne område'. Nu mangler I at afklare, hvordan I kommer derhen – og her kommer handlingsplanen ind i billedet.





#06

UDARBEJD EN HANDLINGSPLAN OG FØLG OP

Nu er I klar til at udarbejde en handlingsplan og fastlægge mål. Det har I sandsynligvis gjort mange gange før – og så er I jo bare klar nu.

Opfølgning på de grønne aktiviteter bør indgå i de sædvanlige processer for opfølgning på mål/KPI'er. Det er en god idé at sætte det på dagsordenen til ledermøder, afdelingsmøder mv. for at sikre fokus. En god erfaring fra mange andre virksomheder er at gøre det til en del af de nuværende arbejds gange.



REFURBISHBIKE REDDER CYKLER FRA AT ENDE SOM AFFALD



Cykel-lig optager plads i cykelstativerne i danske byer, før de ender som storskrald. Det er ikke godt for miljøet, ligesom kommunerne må betale for at komme af med dem.

Det problem vil Niels Nyhus og hans kompagnon Anders Schriver, der som 3. generation driver cykelforretningen Schriver Cykler på Langelandsgade i Aarhus, løse.

De har startet virksomheden RefurbishBike for at redde brugte cykler og give dem to års ekstra levetid ved at reparere dem.

”Mange, som har købt en billig cykel på Den blå Avis, efterlader den bare i et af kommunens affaldsstativer, hvis den punkterer. Men kommer cyklen forbi en fagmand, kan den få et nyt liv, når alle vitale dele bliver sat i stand”, siger Niels Nyhus.

Han har foreløbig været i dialog med Aarhus og seks andre kommuner, som er interesseret i et samarbejde. Og evt. i at have brugte bycykler, som er mere miljørigtige end nye.

De første 60 cykler er forvandlet, og 30 af dem ruller allerede rundt i Aarhus. Kunderne er fortrinsvis unge. Men også familier som f.eks. har brug for cykler en måned. Kunderne har RefurbishBike fundet på Instagram og via deres hjemmeside.

På anbefaling tog han kontakt til Erhvervshus Midtjylland for at få hjælp til at komme godt i gang med RefurbishBike.

”De tænker kommercielt og pakker ikke noget ind. Vi har haft en åben dialog med fortrolighed. Pt. får vi rådgivning af en kapitalcoach, som kortlægger de muligheder, vi har for at skaffe kapital til at skalere forretningen op”, siger Niels Nyhus.

Det er vigtigt for ham, at Erhvervshus Midtjylland kan se potentialet i RefurbishBike.

”Det gør, at vi bevarer troen på, at vi har en super plan. Oveni har vi fået en rigtig god sparringspartner. Som startup er den største udfordring at overleve, og vores erhvervshuse er ekstremt vigtige i forhold til at fremme gode erhvervsinitiativer”, mener han.

SKAL HENRIK, LOTTE ELLER JESPER GØRE DIN VIRKSOMHEDS **GRØNNE** **DRØMME TIL VIRKELIGHED?**



HENRIK SKOU PEDERSEN
Chefkonsulent

T: 40 30 05 90
M: hsp@erhvervshusmidtjylland.dk

[BOOK ET MØDE MED HENRIK](#)



LOTTE FRANK KIRKEGAARD
Virksomhedskonsulent

T: 61 67 02 12
M: lfk@erhvervshusmidtjylland.dk

[BOOK ET MØDE MED LOTTE](#)



JESPER JUUL SØRENSEN
Virksomhedskonsulent

T: 30 99 66 80
M: jjjs@erhvervshusmidtjylland.dk

[BOOK ET MØDE MED JESPER](#)

AARHUS
Åbogade 15
8200 Aarhus N

HERNING
Birk Centerpark 40
7400 Herning

HORSENS
Banegårdsgade 2
8700 Horsens