



BÆREDYGTIGE FORRETNINGSMODELLER

LEDELSE, ORGANISATION OG
KOMMUNIKATION



KENNETH MØLBJERG JØRGENSEN

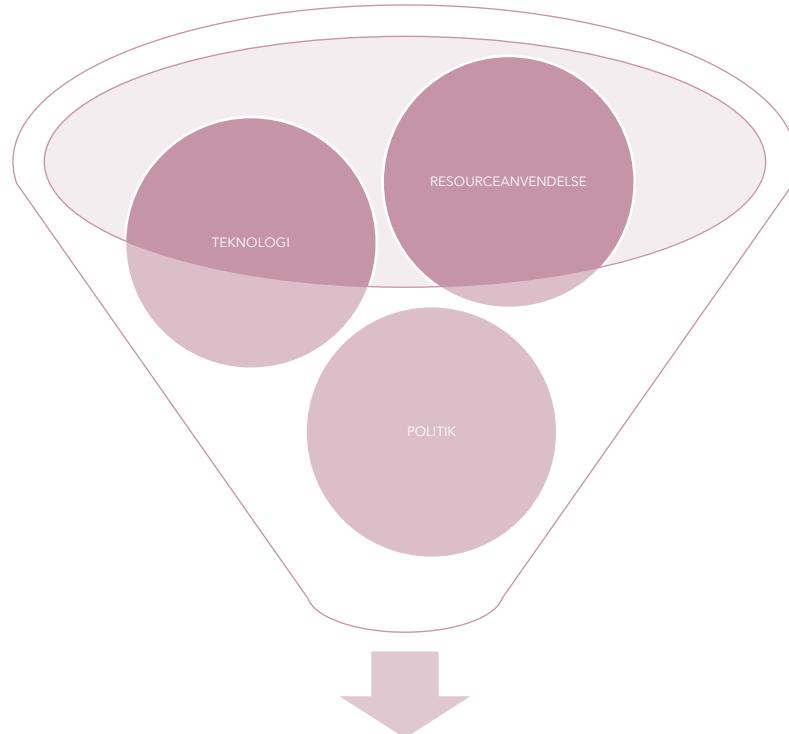
KENNETH MØLBJERG JØRGENSEN



Kommunikation og fortællinger

- Hvorfor er kommunikation vigtig i forhold til bæredygtighed?
- Er havne vigtige for byer?

FORRETNINGSMODELLER



BÆREDYGTIGHED

RESSOURCER: kapital (menneskelig, social, energi, råmaterialer).

TEKNOLOGI: Manipulation af ressourcer så det bliver til (mer)værdi (produkter, services)

POLITIK: ledelse som en relation. Det foregår mellem mennesker. Strategi er forhandlet mellem organisationen og dens stakeholders.

RESSOURCER	TEKNOLOGI	POLITIK
Menneskelig kapital Afgangen til human kapital - Viden (kvalitativ dimension) - Arbejdskraft (kvantitativ dimension) - Kultur og social kapital	Materielle praksisser. Viden om hvordan man gør ting med ting (som regel). Produktlivscyklusser Indkøb og logistik	Kommunikation og forhandling med ens interesser Ledelse internt og eksternt. Mobilisering af støtte og legitimitet
Fysisk og geografisk placering	Produktion	Tillid og ansvarlighed
Afgangen til råvarer eller input	Service	Hvilken historie fortæller jeg om min organisation. Hvordan opfatter andre den historie?
Globalisering og teknologi har flyttet rundt på deres indbyrdes betydning.	Økonomistyring Salg og marketing	Attraktionsværdi (fremtid + nutid). - Investorer - Kunder - Medarbejdere - Leverandører - Samfund
Klimaproblematikken er forårsaget af, at en organisation er mindre afhængig af tid og sted.	Affaldshåndtering Værdikæder: teknologier er mere spændt ud i tid og sted	

New strategy: Chickens have to be able to move around freely and grow with their natural speed and rhythm



Public governance: Malmö From industrial waste land to sustainable city



**Sustainable entrepreneurship:
Leather jackets made of
recycled leather and iron**



BETTER WORLD
FASHION

Identity and storytelling

**Politicians
Businesses
Industries
Citizens
Institutions
Authorities**

**Challenges
&
Affordances**

**Histories
Traditions
Landscapes**

Storytelling and space of appearance

- **Strategizing** = appearing on a stage
- **Stakeholders** – spectators and actors
- The **story** including the **performance** of the story has to mobilize support and/or avoid problems





Bæredygtige (grønne) forretningsmodeller

Større grad af bevågenhed:

- Politisk regulering og krav (2030 målene)
- Kunder og leverandører (hvordan er ens placering i værdikæden)
- Borgere og samfund (shit-storms)

Ledelse handler mere om **politik** og kommunikation i stedet for blot håndtering (management).

Ledelse handler om storytelling

Klimabenægtelse

Green-washing (story selling)

- Cirkulær økonomi
- Den tredobbelte-bundlinje. I den tredobbelte bundlinje taber klimaet altid
- Wish-telling eller wish-cycling

Substantielle og ærlige historier, som også er de mest bæredygtige både miljømæssigt og økonomisk.

Danske Bank

- Hvidvask-skandalen
- Danske Banks råddenskab
(Steen Hildebrandt)
- Forkerte opkrævninger i
inkasso-sager.
- Finanskrisen tilbage i 2008



Story-selling

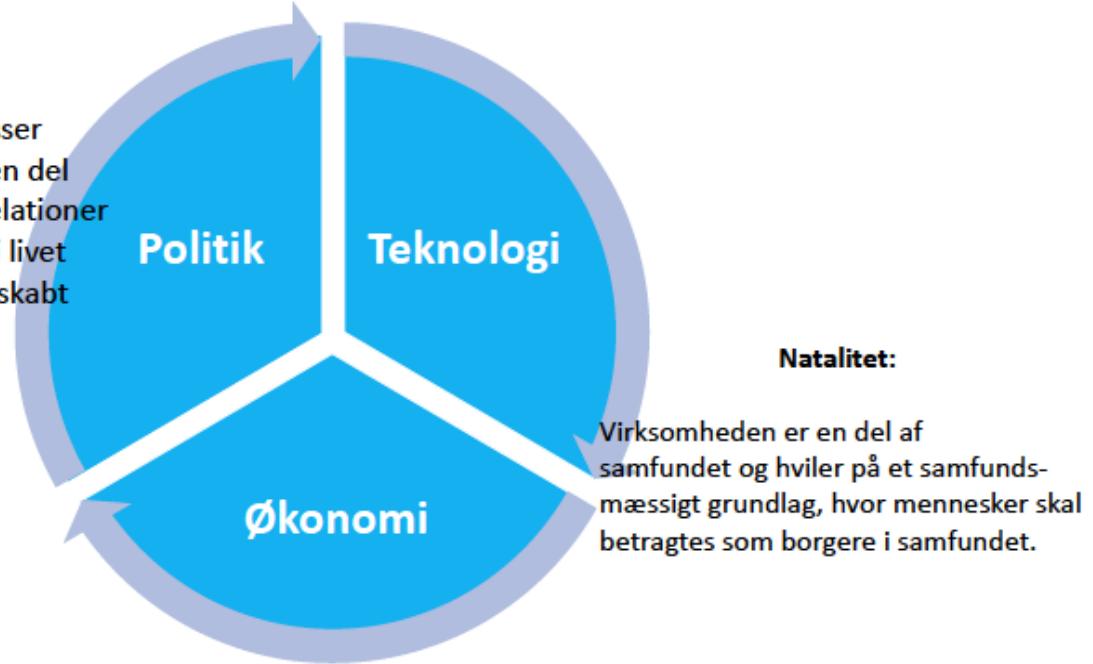
- <https://www.youtube.com/watch?v=Fiu9GSOmt8E>
- John Oliver
- Myter om plastik
 - Plastik er meget bæredygtigt
 - Reduktion af madspild
 - Vi kan ikke leve uden plastic er der nogle politikere, der siger.
- Der er ingen af de historier, der er rigtige.
- De er kun rigtige under bestemte forudsætninger
- Virksomheder har altid tilpasset sig de teknologier, som er til rådighed.



En bæredygtig virksomhed

Gaia:

Naturens livscyklusser
En virksomhed er en del af en gaiagrafi af relationer
Og processer, hvori livet bliver skabt og genskabt



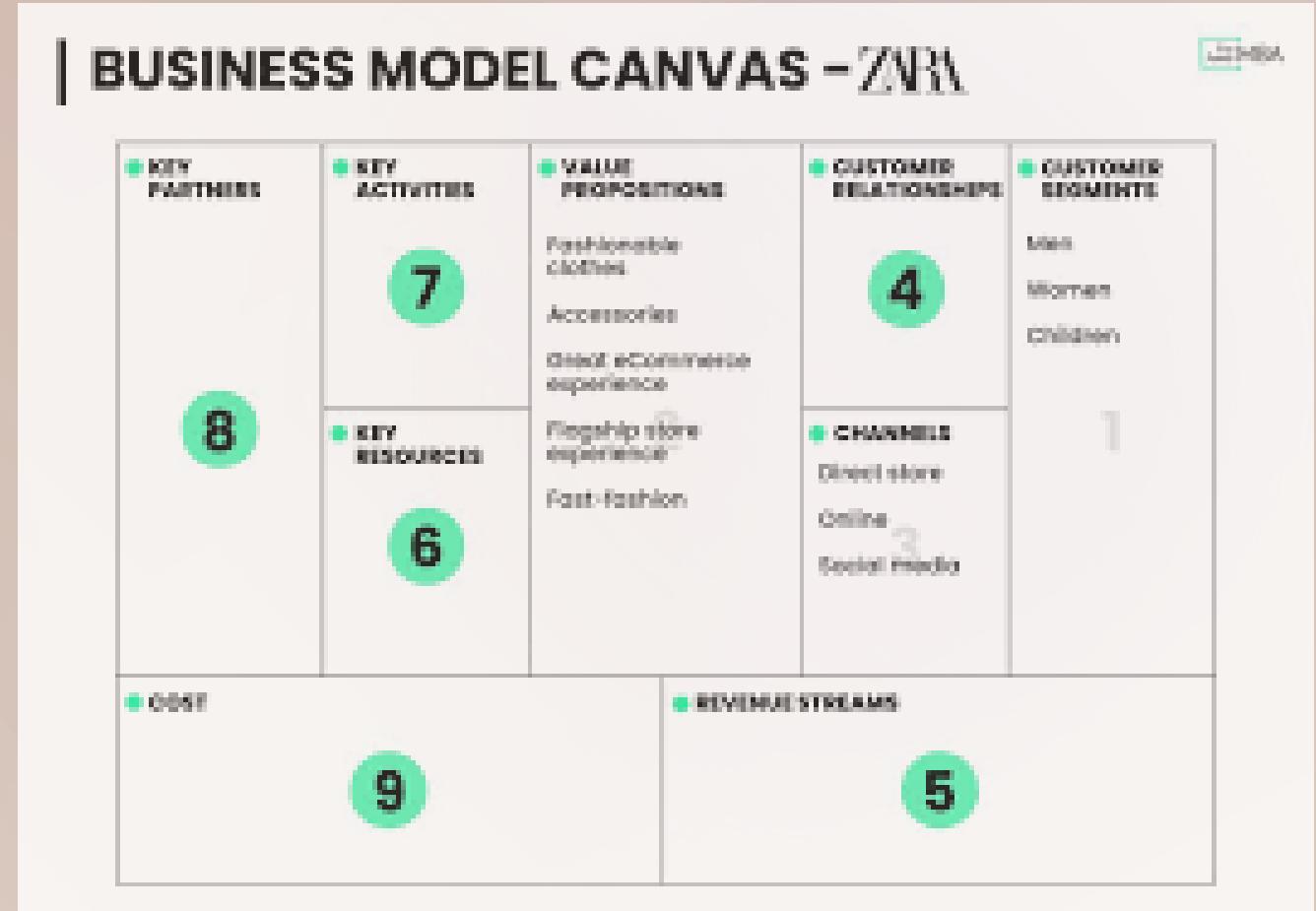
Kenneth Mølbjerg Jørgensen

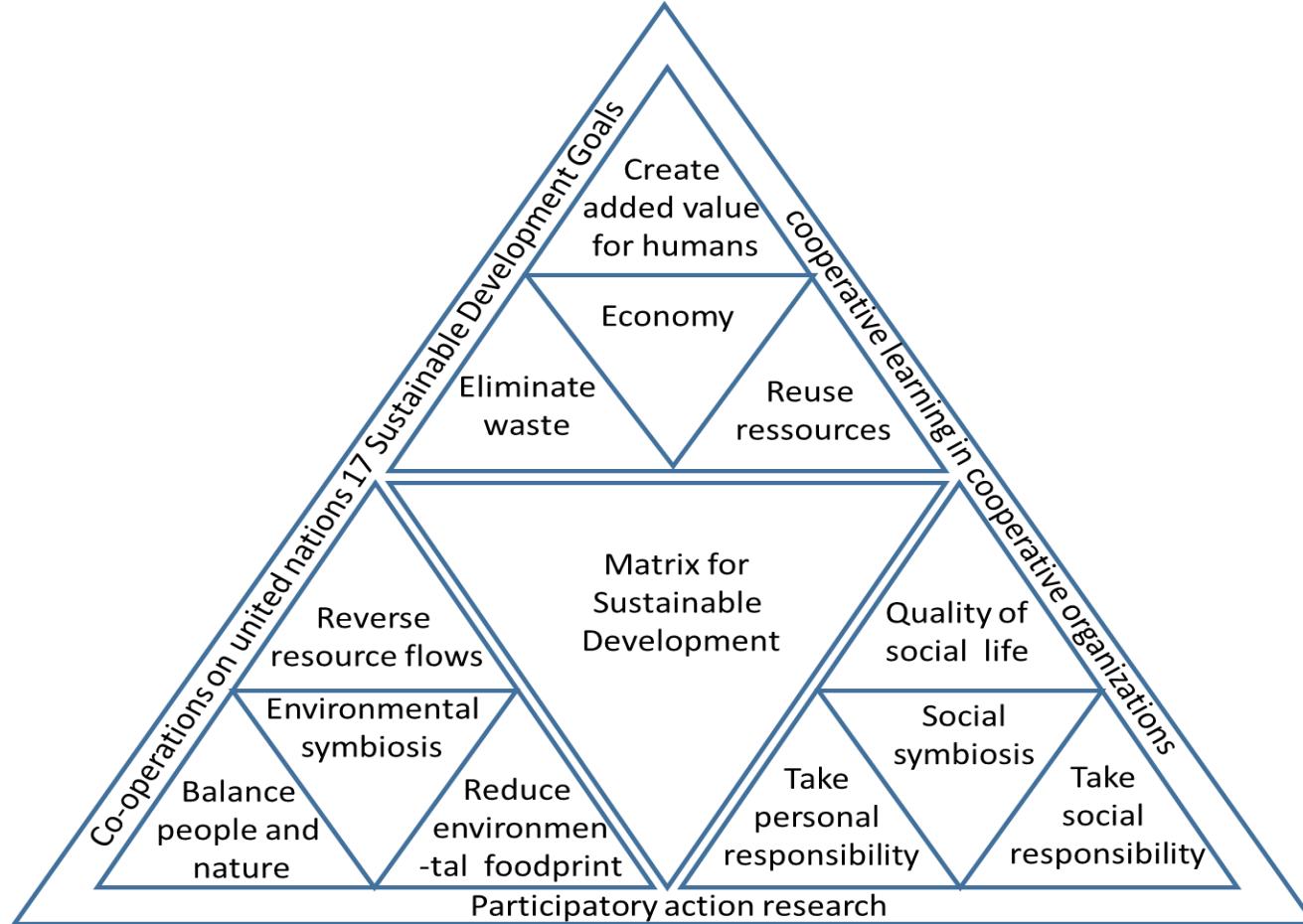
Økonomiske processer (ressourcer) refererer til virksomhedens basale processer, hvorigennem den opretholder sig selv.

Teknologi og er de materielle praksisser inklusive viden, færdigheder og holdninger, som virksomheder anvender til at manipulere med og skabe en verden af produkter og serviceydelser.

politik er de kollektive aktiviteter, igennem hvilke mennesker deltager i organisationers liv og organiserer sig for kollektiv handling.

Bæredygtige forretningsmodeller





Symbiose: økonomisk, social og miljømæssig symbiose

Energi. Erhverv, natur og sociale relationer.

The true revolutionary is guided by great feelings of love



Mobilisering af energi og passion

Historie
Kultur
Mennesker
Steder
Natur
Landskaber

Historier får deres energi fra mennesker og steder

Hvad skal vores fortælling være, når vi står frem foran andre?

- Foran samfundet
- Foran vores kollegaer
- Foran vores venner og familie
- Foran vores kunder og leverandører
- Hvad er det særlige ved vores historie? Hvad forstyrrer, hvad gør os specielle.



Storytelling for Gaia

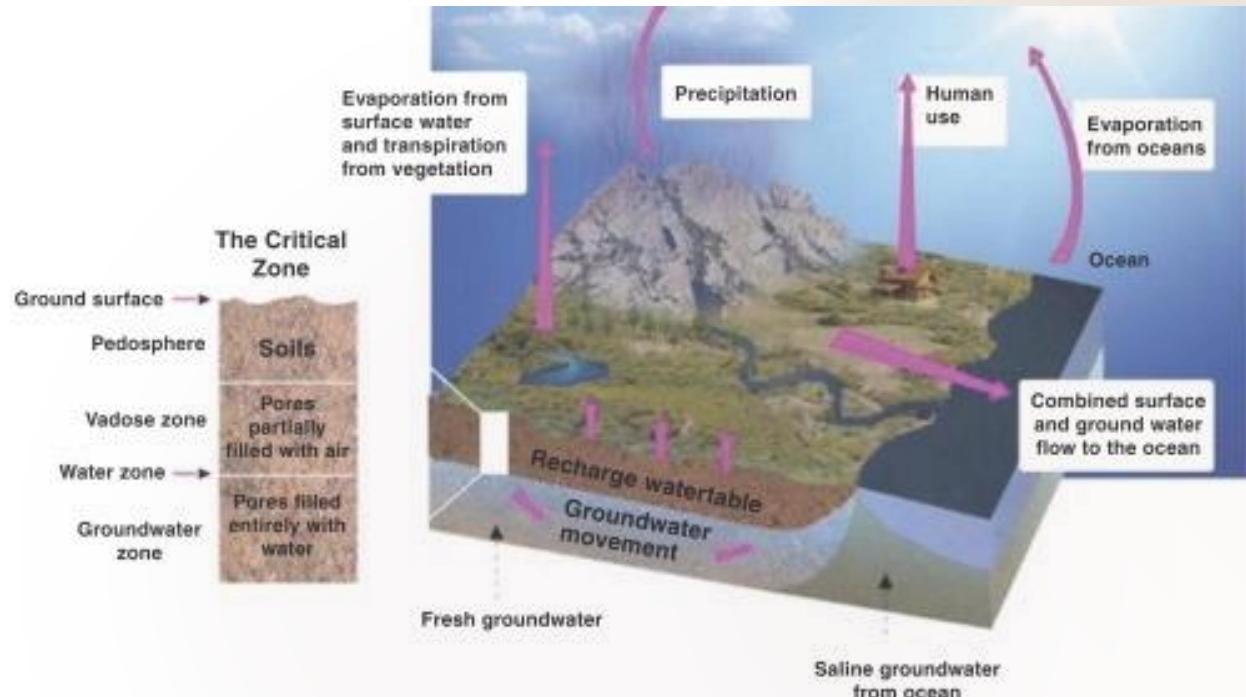
- Storytelling sætter Gaia – Moder Jord i centrum.
- Virksomhedens strategiske og kommunikative arbejde.
- Hvem er Gaia?



Gaia as mud Gaia as ants vs. Gaia as blue marble

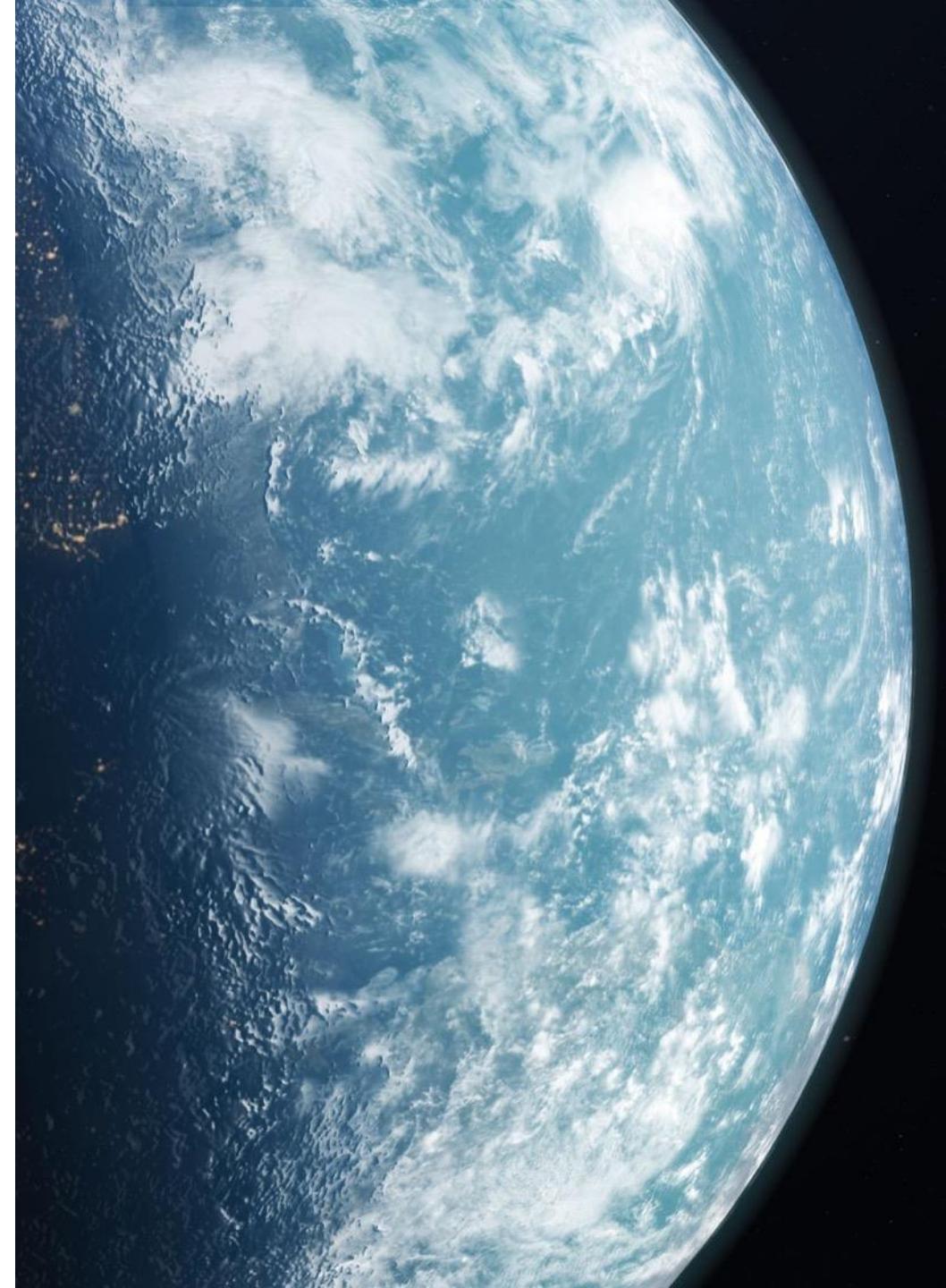
- Kritiske zoner
- Steder og lokale økosystemer
- Myriade af liv som udgør grundstammen for vores eget liv.
- Jord, mudder, insekter, dyreliv, planteliv og vand, luft, sand.





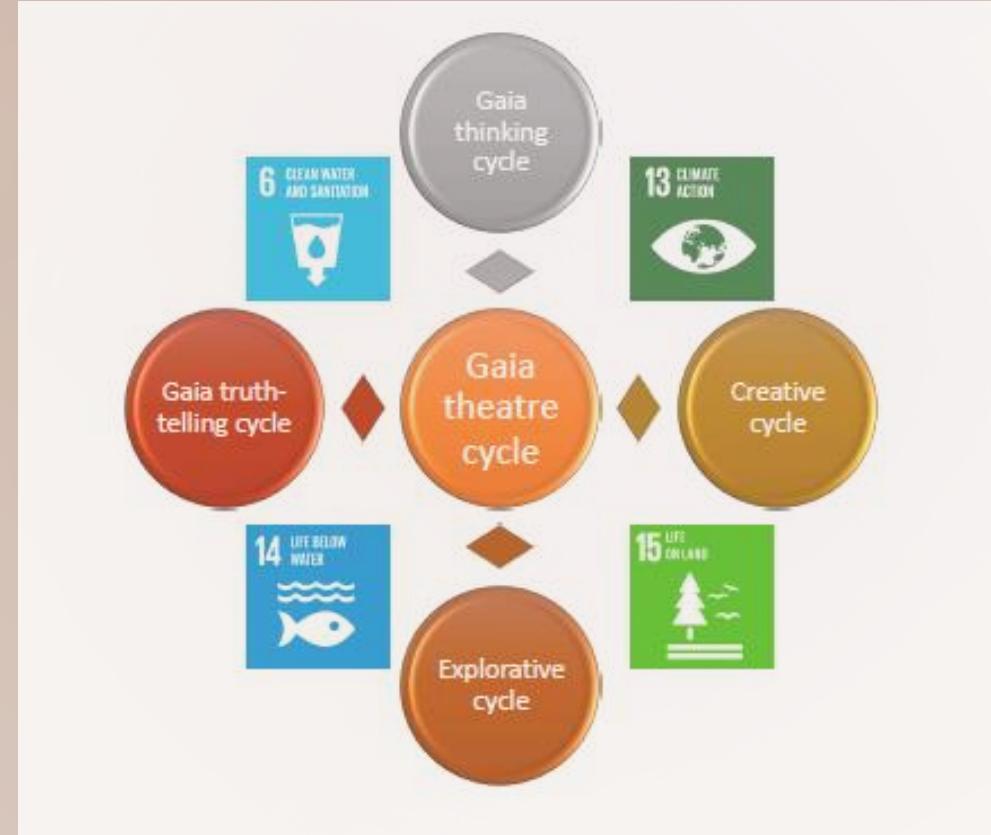
Hvorfor er fortællinger vigtige?

- Igennem at andre lytter til vores fortællinger at vi bekræfter at vi er aktører. Derfor er de vigtige for følelsen af medbestemmelse
- Igennem historier rodfæster vi vores erfaringer i tid og sted.
- Igennem historier så udstrækkes vi os selv i tid og sted og kan forestille os og skabe ny virkeligheder og andre fremtider.
- Igennem at dele fortællinger at vi kan sammenvæve vores forståelser og skabe en fælles forståelse.



Gaia storytelling for change agency

- The Gaia theatre: a space where you can show **WHO** you are as opposed to **WHAT** you are.
- **Staging a play**, character, roles, actors, artefacts, places and spaces.
- **Performances assembled** across time and space.
- **Training and learning**
- **Appearance on stage**



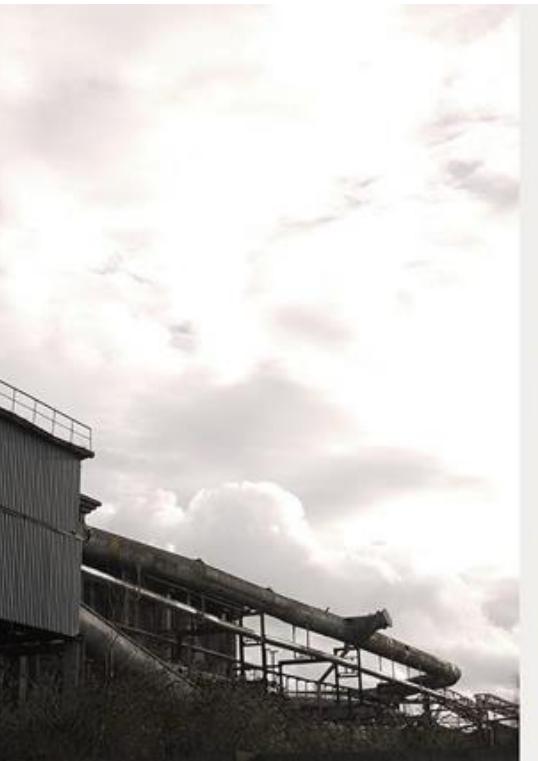


Seraing is a town near Liege, Belgium. After a glorious industrial past, now Seraing faces the closure of all the factories, a stellar unemployment and the lack of public spaces. Invited by the local municipality, our group of designers had the objective to study, listen and observe the neighborhood. **We had to try to understand the problems and difficulties, build opportunities for interaction and dialogue between citizens, associations, local administrators.** In a place often perceived as hopeless, we had to imagine possible futures (Tassinari et al., 2017).

We soon discovered that the house of the local associations, where we prepared meetings and dinners, was also the place of a small but very **active puppet theater**. Every Sunday the theater attracted around forty children and adults, in lively and noisy representations, where Tchanchè, a puppet dressed in blue and red as a factory worker, was fighting monsters and devils with his incredible strength (Figure 2).



rreg
Øst-
Jæt-Skagerrak
Development Fund





Storytelling: Organized dialogues

Puppet theatre and plug tv

Revitalize. We are building from the knowledge, skills and competencies, the values and identities and the traditions that we already have.

We love the areas where we live. We love the nature, we love the people we love the companies, we love the ways we talk, laugh and do things around here. When we work with entrepreneurship, job creation, with sustainability and all other kinds of regional development it is this **love** and this **passion** that we have to build from.

En bæredygtig identitet

Hvordan kan vi bygge og forbedre fra det som allerede er der.

Vi skal svømme i et blåt ocean.

- The red ocean is toxic
- Overcrowded
- There is no fresh oxygen
- And it is polluted with old institutionalized ideas and concepts
- There is no new under the sun.
- It all becomes repetition

