

KLIMAVIRKSOMHEDSCASE IKEA

Sådan kan klimavirksomhedscasen IKEA anvendes som læringselement, der kan understøtte erhvervsfaglighed og bæredygtig dannelse i undervisningen

TEMA OG VERDENSMÅL	1. Hvilket fagligt tema kan virksomhedscasen indgå i? Den bæredygtige værdikæde i en verdensomspændende møbelproducent	2. Verdens- og delmål , der passer til temaet. NR. 11 Bæredygtige byer og lokalsamfund NR. 12 Ansvarligt forbrug og produktion NR. 13 Klimaindsats
MÅL	3. Hvilken uddannelse bliver casen anvendt i? HHX og EUX. 4. Hvad er formålet med lektionen/forløbet? At eleverne får indblik i hvordan der arbejdes med bæredygtighed i en værdikæde – for en af verdens største møbelproducenter. 5. Hvilket fag indgår klimavirksomhedscasen i? Afsætning B/A. 6. Hvilke faglige mål kan klimavirksomhedscasen og lektionen/forløbet bidrage til? Der er særligt fokus på følgende faglige mål: – afgøre, hvilke forhold der har betydning for en virksomheds afsætning – identificere, formulere og løse udfordringer vedrørende afsætning, der knytter sig til en virksomheds fortsatte vækst – fortolke og formidle informationer om afsætning inden for flere af fagets genrer	
INDHOLD OG LÆRINGSPROCES	7. Hvilket indhold skal dine elever arbejde med i lektionen/forløbet, hvor casen indgår? Følgende teori kan avendes: <u>Værdikæde</u> : fokus på primæraktiviteterne, som alle spiller en vigtig rolle for bæredygtighed i IKEA. En del af video-indholdet refererer også til supportaktiviteterne (HR og Indkøb særligt, men også teknologiske udfordringer ved eksempelvis solceller på tagene) <u>BMC</u> : (som alternativ til en værdikædeanalyse) - fokus på VT, KS og aktivitetsperspektiverne i forhold til bæredygtighed, særligt hvordan forsyningskæden spiller en rolle i NA). <u>OMV</u> – udpeg tre faktorer, der er særligt vigtige for IKEAs bæredygtigheds principper og hvorfor de har fået et øget fokus i de seneste år. Argumenter og brug fagbegreber. <u>Branding</u> : spiller bæredygtighed en rolle for IKEAs brand? <u>Segmentering og målgruppevalg</u> : Er det en ny målgruppe ift bæredygtighed? 8. Hvilke metoder, værktøjer og teknologier anvender du og hvorfor?	

Der bliver mest brugt sekundær data i form af videomaterialet, som suppleres med avisartikler. Måske databaser såsom Euromonitor kan inddrages. Det er også en mulighed at bringe primær data ind i form af et spørgeskema, hvor eleverne kan spørge en specifik målgruppe om deres holdning til bæredygtighed ift. møbler. Teorivalg fremgår ovenfor. Værktøjerne er primært Word og PP, dertil databaser til informationssøgning.

9. Hvad er **tidsrammen** for forløbet (antal lektioner)?

5 lektioner a 60 minutter

Lektion 1 og 2: Udarbejdelse af værdikæde eller BMC (det bestemmer læreren, materialet her tager udgangspunkt i værdikæden). Video-materialet inddrages direkte.

Lektion 3: OMV og vurdering af fremtid (her ræsonneres i højere grad og video-materialet bruges ikke nødvendigvis direkte)

Lektion 4: Den kreative del. Hvordan skal det kommunikeres til målgruppen?

Lektion 5: Fremlæggelser

10. Hvilket **produktkrav** er der til eleverne (hvad skal de producere)?

Gruppe-præsentation i PowerPoint eller andet fremlæggelsesværktøj.

Præsentationen skal vare 12 minutter. Man kan lave det peer-to-peer hvis der ikke er tid til at alle grupper fremlægger for klassen.

Grupperne skal se videoerne, selv søge information og løse følgende opgaver:

- a. Udarbejd en værdikædeanalyse af hvordan IKEA arbejder med bæredygtighed i hvert led af primæraktiviteterne: produktudvikling, produktion, markedsføring og salg&service. I skal inddrage minimum 2 konkrete eksempler til hvert af leddene fra de seks videoer. Under hvert led skal I også angive hvordan tiltagene skaber værdi for målgruppen.
- b. Gå videre til supportaktiviteterne og arbejd grundigt med de to I mener er vigtigst for at skabe bæredygtighed i virksomheden. Argumenter hvorfor. Krav: Inddrag Climate Reporten ved at angive 3 eksempler derfra (hint: spring direkte til kapitlet om Value Chain).
- c. Saml op på værdikædeanalysen ved at angive hvor I mener IKEAs kernekompetence er i forhold til bæredygtighed.
- d. Læs IKEAs seneste Sustainability report (hint: brug de første sider, særligt "Highlights") og angiv hvilke 2-3 faktorer der er mest væsentlige for IKEAs omverden. Brug fagbegreber og argumenter for netop disse spiller en særlig rolle. Lav en opsamling ved at angive om hver af faktorerne er en mulighed eller en trussel for IKEA.
- e. Vurder hvordan IKEA kan bruge jeres analyse. Hvad er de tre vigtigste ting I er kommet frem?
- f. Diskuter hvilke tiltag IKEA bør fokusere særligt på i fremtiden, for at skabe en bæredygtig værdikæde. Hvad skal der prioriteres?
- g. Udvælg et af de bæredygtige tiltag fra jeres besvarelse. Udarbejd en segmentering og udvælg én særlig målgruppe IKEA bør fokusere på. Argumenter for om denne er en ny målgruppe og hvorfor I netop vil

henvende jer til denne målgruppe.

- h. Vurder til sidst hvordan Kommunikations- og bæredygtighedschef Christian Mouroux kan bruge bæredygtighed i IKEAs branding, kommunikation og markedsføring fremover. Gense evt videoen med ham og udarbejd konkrete kreative kommunikationstiltag, som IKEA kan bruge i sin markedsføring. Det kunne være i selve butikken, et socialt medie eller et traditionelt medie. Du skal kunne argumentere for hvilken målgruppe du henvender dig til.
- i. Individuel refleksionsopgave: Aflever til din lærer 10 sætninger hvor du reflekterer over hvorfor virksomheder generelt er optaget af bæredygtighed. Er der nogle etiske dilemmaer de skal forholde sig til?

11. Indsæt **links til andre ressourcer** du bruger ud over casen? Fx materiale fra et videnscenter, litteraturliste mv.
Euromonitor, Avisartikler fra Infomedia, Danmarks Statistik, IKEAs Sustainability Report og Climate Report.

FAGLIGE OG ALMENE GRØNNE KOMPETENCER

12. Hvilke "**fagspecifikke og almene grønne kompetencer**" kan casen og lektionen/forløbet bidrage til?

Fagspecifikke kompetencer: Særligt fokus på Salg&Service-leddet i værdikæden, som mange af eleverne allerede selv har stiftet bekendtskab eller som de fleste vil skulle arbejde med på et tidspunkt i nær fremtid (butikker typisk),

Almene kompetencer: kommer til udtryk i form af overskriften "Etik", hvor eleverne skal reflektere over de etiske dilemmaer ved at drive virksomhed. Eksempelvis produktionsleddet, som alt andet lige kan være svært at holde helt bæredygtigt. Der kan lægges særskilte spørgsmål ind om emnet hvis det skal bruges i et sådan forløb.

Definition af grønne kompetencer, som fagspecifikke og almene:

"Kompetencer til grøn omstilling defineres som fagspecifikke kompetencer, der ved anvendelse i et job bidrager til samfundets grønne omstilling gennem miljøbeskyttelse, ressourcebesparelse og klimaindsats. Samt elevernes almene kompetencer til at kunne reflektere, identificere og handle på bæredygtige problemstillinger, dilemmaer og udviklingsmuligheder"

**PERSPEKTIVERING,
DILEMMAER OG NYE
INDSIGTER**

13. Hvilke **bæredygtighedsdilemmaer** har I arbejdet med i forbindelse med klimavirksomhedscasen? (fx dilemmaer fra videointerviews)

Hvordan skabes der reelt værdi for forbrugeren?

Er IKEAs hidtidige målgruppe overhovedet optaget af bæredygtighed?

Omverdenens betydning for en virksomhed

Afsætning versus samfundsansvar som stor international virksomhed

Greenwashing og etik.

14. Hvilke **nye indsigter** har du eller dine elever opnået omkring uddannelsens rolle i grøn omstilling? fx fagets, mesteren og elevens egen rolle ift. grøn omstilling nu og i fremtiden (Dette spørgsmål bliver sendt til jer i et evalueringsskema i efteråret 2023)