

# Søg Strategiprisen

Vejledning



# Strategiprisen

Climate Cup Strategiprisen sætter fokus på, hvordan klima kommer til udtryk i forretningsstrategien for at imødekomme de risici og muligheder, klimaforandringerne medfører. Målgruppen for prisen er større og mindre danskregistrerede virksomheder, private samt offentlige (institutioner, kommuner, styrelser mv.).

Dette dokument er en ansøgningsvejledning, hvor I kan læse mere om Climate Cup Strategiprisen, hvordan I registrerer jer, og I kan se de spørgsmål, som I skal svare på, når I ansøger om at vinde Climate Cup Strategiprisen. I dokumentet her kan I også se, hvilke bedømmelseskriterier jeres ansøgning bliver bedømt efter, samt hvem der sidder i dommerpanelet.

Når I ansøger om at vinde Climate Cup Strategiprisen, er I også automatisk med i konkurrencen om at vinde Climate Cup Hovedprisen. Climate Cup Hovedprisen gives til en af vinderne inden for en af de fire Climate Cup-priskategorier. Prisen anerkender den ansøger, som gennem sin indsats formår at gavne både klimaet, sin egen organisation og skabe værdi i samfundet i mere bred forstand. H.K.H. Kronprins Frederik uddelte Hovedprisen i 2009 som led i samarbejdet mellem Climate Cup og Royal Awards for Sustainability. Der uddeles kun en Climate Cup Hovedpris.

Hvis I har spørgsmål vedrørende prisen, procedurerne mv., så kontakt:

Climate Cup-sekretariatet  
v/ PricewaterhouseCoopers  
Strandvejen 44  
2900 Hellerup

Telefon: 3945 3945  
E-mail: [climatecup@pwc.dk](mailto:climatecup@pwc.dk)  
Hjemmeside: [climatecup.dk](http://climatecup.dk)

Partnerne bag Climate Cup:



Nyhedernes Tænketaank



Associeret partner  
i Climate Cup:



# Om Climate Cup Strategiprisen

Vær med i konkurrencen om at vinde Climate Cup Strategiprisen 2010.

## Deltagelse

For at være med i Climate Cup 2010 skal I først registreres via Climate Cup-hjemmesiden. Det kan I med fordel gøre med det samme for at synliggøre jeres deltagelse i konkurrencen. Registrering kan ske indtil fredag den 18. juni 2010 kl. 15.00. Vær opmærksom på, at dette også er fristen for at indsende det ansøgningskema, I skal udfylde for at kunne blive nomineret til Climate Cup Strategiprisen.

Dernæst skal I ansøge ved at udfylde det ansøgningskema, som I modtager pr. e-mail, når I registrerer jer.

## Ansøgningsfrist

Der er ansøgningsfrist fredag den 18. juni 2010 kl. 15.00. I ansøger til Climate Cup ved at uploade det besvarede ansøgningskema på Climate Cup-hjemmesiden [climatecup.dk](http://climatecup.dk).

## Omtale

Når I registrerer jer til Climate Cup Strategiprisen, vil det fremgå af Climate Cup-hjemmesiden [climatecup.dk](http://climatecup.dk). Her vil man kunne se jeres logo og pressekontaktdetaljer samt læse en kort tekst om jeres motivation for at være med. I får også tilsendt et Climate Cup-logo, der signalerer, at I deltager i Climate Cup 2010, som vi opfordrer jer til at benytte i jeres interne og eksterne kommunikation.

Desuden annoncerer og skriver mediepartnerne Berlingske Tidende og Ugebrevet Mandag Morgen løbende om Climate Cup.

## Vinderne af Climate Cup 2010

Vi uddeler Climate Cup-priserne ved en festlig reception på World Climate Solutions-konferencen i Bella Center i København, som finder sted den 29.-30. september 2010.

Vinderne af Climate Cup-priserne vil få overrakt symbolske priser og et logo, der fortæller, at de har vundet en Climate Cup 2010-pris.

1-2 uger før prisuddelingen annoncerer Climate Cup-sekretariatet, hvem der er nomineret til at vinde de forskellige Climate Cup-priser. Som nomineret får man en gratis billet til World Climate Solutions-konferencen.

## Bedømmelseskriterier

Dommerpanelet vurderer jeres ansøgning ud fra tre kriterier:

### 1. Det er til at tro på

Beskrivelsen af jeres motivation og klimaindsats mv. virker troværdig og ikke mindst realistisk at gennemføre i praksis.

### 2. Det gør en forskel

Beskrivelsen af jeres indsats mv. lægger op til, at den gør en forskel for klimaet, for jeres organisationer og for værdiskabelse i samfundet.

### 3. Der er en rød tråd

Der er en tydelig sammenhæng i jeres besvarelse imellem det, I vil, det, I gør, og det, I får ud af/ påregner at få ud af jeres klimaindsats.

## Dommerpanelet

Dommerpanelet, som udnævner vinderne af Climate Cup-priserne 2010, består af:

- Christian Motzfeldt, direktør i Vækstfonden. Formand for dommerpanelet
- Peter Damgaard Jensen, administrerende direktør i PKA
- Mette Kynne Frandsen, administrerende direktør og partner i Henning Larsen Architects
- Domingo Jiménez Beltrán, bestyrelsesformand og initiativtager for Royal Awards for Sustainability samt tidligere direktør for EEA (Det Europæiske Miljøagentur).

## Gebyr

Gebyret for at deltage i konkurrencen om Climate Cup Strategiprisen er:

- DKK 5.000 for danskregistrerede virksomheder/organisationer med 500 medarbejdere eller derover
- DKK 1.500 for dansk registrerede virksomheder/organisationer med under 500 medarbejdere
- DKK 500 for studerende fra en dansk uddannelsesinstitution eller privatperson bosiddende i Danmark eller danskregistreret iværksættervirksomhed med op til fem medarbejdere.

Gebyret vil blive opkrævet i forbindelse med registreringen og forfalder til betaling, når tilmeldingen er offentliggjort på Climate Cup-hjemmesiden. Gebyret bidrager til at dække Climate Cup-sekretariatets omkostninger.

# Registrering til Climate Cup Strategiprisen

For at deltage i Climate Cup skal I først registreres. Det sker via Climate Cup-hjemmesiden [climatecup.dk](http://climatecup.dk).

Her kan I se, hvad I skal oplyse og svare på, når I registrerer jer.

## Registrering

Angiv, hvilken pris I vil søge:

- Climate Cup Reduktionsprisen
- Climate Cup Strategiprisen
- Climate Cup Innovationsprisen
- Climate Cup Partnerskabsprisen

---

Organisation

---

Adresse

---

Postnummer

---

By

---

CVR-nr.

---

Hjemmeside

---

Kontaktperson

---

Titel

---

Telefon

---

E-mail

**Vedhæft jeres logo i gif-format:**

*Bemærk, at jeres logo vil blive vist på Climate Cup-hjemmesiden.*

Hvis en journalist fra Berlingske Tidende og/eller Ugebrevet Mandag Morgen ønsker at høre mere om jeres klimaindsats, hvem skal de så kontakte?:

Kontaktperson \_\_\_\_\_

Titel \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_

E-mail \_\_\_\_\_

*Vi kan ikke garantere redaktionel omtale i de to medier. Bemærk, at jeres pressekontaktinformationer vil blive vist på Climate Cup-hjemmesiden.*

**Vi ansøger om at vinde Climate Cup Strategiprisen, fordi:**

*Bemærk, at denne tekst vil blive lagt på Climate Cup-hjemmesiden. Skriv maks. 650 anslag inkl. mellemrum.*

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Angiv jeres virksomheds/organisations størrelse:

Danskregistreret virksomhed/organisation med 500 medarbejdere eller derover.

*Gebyr for deltagelse DKK 5.000.*

Danskregistreret virksomhed/organisation med under 500 medarbejdere.

*Gebyr for deltagelse DKK 1.500.*

Studerende fra dansk uddannelsesinstitution/privatperson bosiddende i Danmark/danskregistreret iværksættervirksomhed med op til fem medarbejdere.

*Gebyr for deltagelse DKK 500.*



# Ansøg om Climate Cup Strategiprisen

For at kunne blive nomineret til Climate Cup Strategiprisen skal I ansøge via et elektronisk skema, som I modtager pr. e-mail, når I har registreret jer på Climate Cup-hjemmesiden [climatecup.dk](http://climatecup.dk) senest den 18. juni 2010 kl. 15.00.

Det elektroniske ansøgningsskema er delt op i fire afsnit:

1. Motivation
2. Det vil vi
3. Det gør vi
4. Det får vi ud af det.

Besvarelsen af de fire afsnit vægter ligeligt i bedømmelsen af jeres ansøgning til Strategiprisen. Dog vil der i bedømmelsen af Climate Cup Hovedprisen, blive lagt særlig vægt på afsnit 4. "Det får vi ud af det". Climate Cup Hovedprisen gives til en af vinderne inden for en af de fire Climate Cup-priskategorier<sup>1</sup>. Prisen anerkender den ansøger, som gennem sin indsats formår at gavne både klimaet, sin egen organisation og skabe værdi i samfundet i mere bred forstand. Der uddeles kun en Climate Cup Hovedpris.

Sammen med det elektroniske ansøgningsskema kan I inkludere relevant materiale. Dog skal I være opmærksomme på, at I bliver bedømt med udgangspunkt i besvarelsen af det elektroniske skema. Øvrigt materiale indgår sekundært i bedømmelsen. Det er ikke muligt at indsende mere end 20MB i alt.

PricewaterhouseCoopers er sekretariat for Climate Cup. Jeres ansøgning bliver behandlet fortroligt.

De følgende sider er en vejledning til det ansøgningsskema, I skal besvare, når I ansøger. Når I udfylder det elektroniske skema, er der ikke begrænsning på antal ord i besvarelsen af de enkelte spørgsmål. Vi anmoder om fyldestgørende, men korte svar.

---

1 Der er i alt fire Climate Cup-priskategorier: Reduktionsprisen, Strategiprisen, Innovationsprisen og Partnerskabsprisen. Alle fire priskategorier kvalificerer til Climate Cup Hovedprisen.

# Ansøgningsskema til Climate Cup Strategiprisen

## Information om ansøger

---

Organisation

---

Adresse

---

Postnummer

---

By

---

CVR-nr.

---

Antal medarbejdere pr. 1. juni 2010

---

Hjemmeside

---

Kontaktperson

---

Titel

---

Telefon

---

E-mail

## Kort beskrivende tekst om ansøger

---

---

---

---

---

# 1. Motivation

## 1.1. Hvad er jeres motivation for at tænke klima ind i jeres forretningsstrategi?

*Guide: Sæt kryds i mindst et og højst tre felter nedenfor og uddyb, hvorfor netop dette/disse forhold er en faktor, der motiverer og driver jeres klimaindsats.*

### Klimaforandringer medfører fysiske ændringer i miljøet

*Eksempelvis: Vil fysiske ændringer i form af ændret temperatur, øget nedbør eller hyppige og ekstreme vejrforhold og lignende påvirke jeres organisations fysiske aktivers sårbarhed, skabe forstyrrelser i forsyningskæden, påvirke arbejdsstyrken, forårsage driftstab eller øge omkostninger relateret til risikohåndtering, forsikring og tilpasning?*

*Uddybning*

---

---

---

### Klimaforandringer påvirker regulering og lovgivning

*Eksempelvis: Vil reguleringer af CO<sub>2</sub>-udledninger, produktstandarder, skatter, tilskud, fradrag, CO<sub>2</sub>-markeder og kapacitetsomkostninger, driftsomkostninger og omkostninger relateret til overholdelse af lovgivning påvirke jeres organisation?*

*Uddybning*

---

---

---

### Klimaforandringer påvirker markedsførhold og -udvikling

*Eksempelvis: Vil stigende og svingende energipriser, ændringer i forbrugerholdninger og efterspørgsels- og forbrugsmønstre samt nye teknologier og produkter påvirke jeres organisation?*

*Uddybning*

---

---

---

### Klimaforandringer påvirker profilering og omdømme

*Eksempelvis: Vil jeres organisations profil og brand blive påvirket af ændringer i holdninger, krav og forventninger blandt kunder, medarbejdere, investorer og samfundet generelt?*

*Uddybning*

---

---

---

## Klimaforandringer kræver samfundsansvar og omsorg for natur og mennesker

*Eksempelvis: Påtager jeres organisation sig et særligt frivilligt ansvar for at forebygge klimaforandringer og/eller tilpasse samfundet et forandret klima?*

*Uddybning*

---

---

---

---

## Andet

*Uddybning*

---

---

---

---

## 1.2. Er jeres motivation drevet af risici og/eller muligheder?

*Guide: Sæt kryds i et eller begge felter nedenfor og uddyb, hvorvidt jeres motivation er drevet af at reducere risici og/eller udnytte muligheder på henholdsvis kort og/eller langt sigt? Husk at nævne, hvad kort og langt sigt er for jeres organisation i denne sammenhæng.*

### Risici – kort og/eller langt sigt

*Uddybning*

---

---

---

---

### Muligheder – kort og/eller langt sigt

*Uddybning*

---

---

---

---

## 2. Det vil vi

### 2.1. Hvordan kommer klima til udtryk i jeres forretningsstrategi?

*Guide: Beskriv, hvordan klima kommer til udtryk og er en integreret del af jeres forretningsstrategi.*

- Sådan kommer klima til udtryk i vores forretningsstrategi ...

*Uddybning*

---

---

---

---

### 2.2. Hvad er jeres forretningsstrategi for at imødekomme de risici og/eller muligheder, som klimaforandringerne medfører for jer?

*Guide: Sæt kryds i et eller begge felter nedenfor og uddyb, hvad jeres forretningsstrategi er for at reducere klima-relaterede risici og/eller udnytte klimarelaterede muligheder på henholdsvis kort og/eller langt sigt. Husk at nævne, hvad kort og langt sigt er for jeres organisation i denne sammenhæng.*

- Forretningsstrategi for at reducere risici relateret til klimaforandringer på kort og/eller langt sigt

*Uddybning*

---

---

---

---

- Forretningsstrategi for at udnytte muligheder relateret til klimaforandringer på kort og/eller langt sigt

*Uddybning*

---

---

---

---

## 3. Det gør vi

### 3.1. Hvilke virkemidler gør og vil I gøre brug af i jeres organisation for at imødekomme klimarelaterede risici og/eller muligheder?

*Guide: Sæt kryds i et eller begge felter nedenfor og uddyb, hvilke virkemidler og aktiviteter I gør og vil gøre brug af i jeres organisation for at reducere risici og/eller udnytte muligheder på henholdsvis kort og/eller på langt sigt. Måske er der tale om reduktioner i udledningen af drivhusgasser i værdikæden eller tilpasning af organisationen i forhold til et forandret klima og de ændringer, det kan påvirke. Beskriv gerne, hvorfor netop disse virkemidler er de bedste løsninger for jer. Husk at nævne, hvad kort og langt sigt er for jeres organisation i denne sammenhæng.*

#### Virkemidler målrettet klimarelaterede risici på kort og/eller langt sigt

*Uddybning*

---

---

---

---

#### Virkemidler målrettet klimarelaterede muligheder på kort og/eller langt sigt

*Uddybning*

---

---

---

---

### 3.2. Hvilke andre virkemidler gør og vil I gøre brug af i jeres organisation for at omsætte jeres forretningsstrategi og imødekomme klimaforandringer?

*Guide: Beskriv, hvis det er relevant, hvilke andre virkemidler I gør brug af i jeres organisation på kort og/eller på langt sigt og uddyb, hvorfor netop disse virkemidler er de bedste løsninger for jer. Husk at nævne, hvad kort og langt sigt er for jeres organisation i denne sammenhæng.*

#### Andre virkemidler målrettet klimaproblematikken på kort og/eller langt sigt

*Uddybning*

---

---

---

---

## 4. Det får vi ud af det

### 4.1. Hvilke gevinster er der for klimaet, for jeres organisation, og for det danske og/eller internationale samfund ved jeres klimaindsats?

*Guide: Sæt kryds i felterne nedenfor og uddyb, hvad gevinsterne er for henholdsvis klimaet, for jeres organisation og for det danske og/eller internationale samfund på kort og/eller langt sigt ved jeres klimaindsats. Hvis det er væsentligt, så skriv gerne om henholdsvis lokale og globale gevinster. Husk at nævne, hvad kort og langt sigt er for jeres organisation i denne sammenhæng. Vær opmærksom på, at besvarelsen af dette spørgsmål er afgørende for, hvem der vinder Climate Cup Hovedprisen.*

#### Gevinster for klimaet på kort og/eller langt sigt

*Uddybning*

---

---

---

#### Gevinster for organisationen på kort og/eller langt sigt

*Uddybning*

---

---

---

#### Gevinster for det danske og/eller internationale samfund på kort og/eller langt sigt

*Uddybning*

---

---

---

#### Andre fordele på kort og/eller langt sigt

*Uddybning*

---

---

---

Vi glæder os til  
at modtage jeres  
ansøgning til  
Strategiprisen

