



## PROCESRAPPORT

Kandidatspeciale

MSc.4 Entrepreneurial Engineering

Aalborg Universitet

Steffan Behrens

**BØBL**

Det hygiejniske alternativ

# TAK TIL

Frank Gertsen, hovedvejleder, for at yde vejledningen og åbne for nye ideer igennem projektet.

Venner og familie for at yde støtte igennem projektet og aktiv deltagelse i idegenereringen og forretningsudviklingen, samt komme med kritiske synspunkter.

Gammelhasseris Børnehave og Børnehave Pilehaven for at vise interesse i projektet og stillet timer af til analyse, samt komme med kritiske spørgsmål og rådgivning.

Kymi Rens og AMA for at have stillet timer af til analyse og givet viden inden for CO2 rens, UV-lys og klor-rens, det har givet indsigt over forskellige funktionsmuligheder og begrænsninger.

# TITELBLAD

Titel: BOBL  
Rapporttype: Procesrapport  
Universitet: Aalborg Universitet  
Uddannelse: MSc. 4 Entrepreneurial Engineering  
Tema: Kandidatspeciale  
Projektperiode: 1.februar 2017 - 2.juni 2017  
Vejleder: Frank Gertsen  
Sideantal: 103  
Antal rapporter: 2



---

Steffan Behrens

## Abstract

This master thesis project focuses on creating a venture that delivers value for the daycare keepers in the daycares of Denmark. This report illustrates all the steps taken to get from an initial stage of an idea to the establishment of the venture concept BOBL.

The municipalities and Sundhedsstyrelsen in Denmark recommend that the daycares clean the toys at least once a month to secure a hygienic environment in the daycare. If this recommendation has to be obtained, the daycare keepers have to choose between the primary tasks of being a daycare keeper and cleaning the toys. This is the reason why the toys aren't cleaned that often. In fact the toys are only cleaned once a year. The goal of this project is there to create a solution, that makes it possible for the daycare to get the toys cleaned while the daycare keepers still can focus on their primary task. This solution also has to be sustainable and bring profit to the venture created.

A wide range of tools and methods within entrepreneurship, design and innovation is used during the process. Most of these tools and methods are taught during the Master of Science in Entrepreneurial Engineering at Aalborg University. Relevant knowledge for this project is obtained through literature, desk-research, field research and tests of prototypes.

## Forord

Denne procesrapport og det tilhørende Forretningsdokument er et 30 ECTS afgangspjækt udarbejdet som afgangspjækt på Entrepreneurial Engineering på Aalborg Universitet. Projektgruppen er en enkeltmandsgruppe bestående af Steffan Behrens, bachelor i Industriel Design. Projektperioden spænder fra den 1. februar - 2. juni 2017.

Projektet startede ud med et primær fokus på at kunne nedsætte sygefraværet i landets børnehaver med en vaskemaskine til legetøj, men pivoterede i projektforløbet til en service, der udover at rengøre legetøjet, også muliggør det for pædagogerne at kunne udføre deres primære opgaver.



# Læsevejledning

Dette er procesrapporten for projektet af virksomhedskonceptet BOBL, der er skabt i forbindelse med kandidatspecialet på Entrepreneurial Engineering på Aalborg Universitet. Sammen med et tilhørende forretningsdokument udgør disse rapport den samlede afleveringen for semesteret. Det kan anbefales at læse forretningsdokumentet først, for at få et indblik i selve virksomheden, og dernæst læse denne procesrapport for at få et indblik i processen bag virksomheden.

Strukturen for denne procesrapport er lavet sådan, at starte ud med en observeret problem, som danner grundlag for en problemformulering. Denne problemformulering har skabt rammerne for projektet. Dernæst er et teoriafsnit opsat for at give en indsigt i at kunne starte en virksomhed med henblik på serviceydelser. Herefter der ledes læseren ud til en analysefase, der skaber en indsigt i de grundlæggende faktorer inden for smitte, og hvordan de kan forebygges. Afsnittet sluttet af med en opsamling, hvor der redegøres for de informationer, der er taget med til viderearbejde. Den anden analysefase dykker ned i de parametre, som kan have indflydelse på virksomheden. Den indsamlede indsigt, er blevet brugt til en løsning i form af en serviceydelse og en forretningsmodel. Sidst i rapporten er der undersøgt de finansielle aspekter. Rapporten slutter af med en opsummering, konklusion og refleksion. Kildelisten og illustrationslisten findes bagerst i rapporten.

Igennem rapporten er begreberne; børnehave, institution, daginstitution og dagtilbud blevet brugt. Der er stort set ikke den store forskel på begreberne. Dog dækker dagtilbud over en kommunes tilbud for at få passet en borgers barn og dækker derfor over; børnehaver, aldersintegrerede institutioner, dagplejere og vuggestuer.

Igennem rapporten er der blevet brugt forkortelser. For at gøre det nemmere for læseren, er disse blevet vist efter det fulde ord. Som eksempel; Business Model Canvas (BMC).

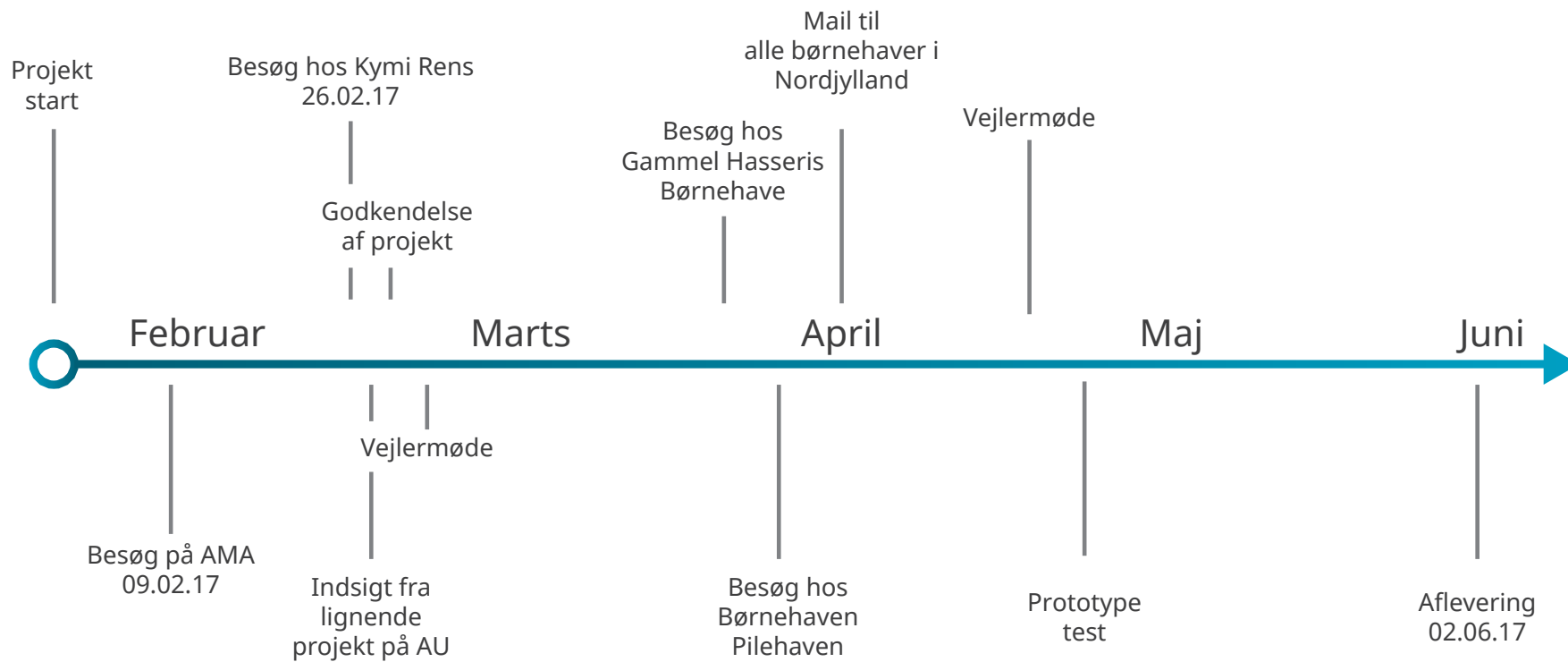
Nogle steder igennem rapporterne er de oprindelige engelske ord blevet brugt, for at få den eksakte forståelse og ikke skabe en forvirring. Som eksempel: Prototyping.

God læselyst

# Indhold

<b>Intro</b>		<b>Analyse 1</b>	22	<b>Løsning</b>	56	<b>Finans</b>	84
Titelblad	3	Sundhedsmagasinet	23	Løsning	57	Indtægter	85
Abstract	4	Om Smitte	23	Prototyping	58	Omkostninger	86
Forord	4	Smitteveje	24	Proces	61	Resultat	87
Læsevejledning	5	Grundlæggende regler	25	BOBL Forretningsmodel	62	Budget	88
Tidslinje	7	Forebyggelse af smitte	25	The Golden Circle	66	Fremtidige planer	90
Studieordningen	8	Definitioner	26	Markedsstørrelse	68		
Introduktion	9	Hygiejnehåndbog	27	Boston Matrix	70	<b>Epilog</b>	92
Problemfelt	10	Børnehavens tiltag	28	Blue Ocean Strategy	72	Opsummering	93
Problemformulering	11	Funktioner	29	Konkurrence strategi	74	Konklusion	93
		Feltundersøgelser	34	SWOT	76	Refleksioner	94
<b>Teori</b>	12	Opsamling	36	Hero's Journey	78	Illustrationsliste	96
Serviceydelse	13			Digital Løsning	80	Kildeliste	97
Serviceydelse B2B	13	<b>Analyse 2</b>	38	BOBL	82		
Hvorfor fokusere på service	14	PEST-analyse	39	Service Categorisation			
Servicestrategi	15	Pædagogers sygefravær	45				
Service Profit Chain	16	Konkurrence	47				
Service differentiering	17	Customer Journey Map	50				
Business Model Innovation	18	Interviews	52				
Business Model Navigator	20	Pædagogers Arbejdsuge	54				

# Tidslinje over projekt



Opstart

Analyse

Idegering

Udvikling

Dokumentation

ill.1

# Studieordningen

## Knowledge:

The student must be able to:

- Demonstrate overview and deep knowledge regarding the chosen subject of relevancy to innovation and/or entrepreneurship.

## Skills:

The student must be able to:

- Analyze a need or problem using various advanced theoretical perspectives related to the choice of specialization.
- The student must be able to critically identify possible conceptual solutions or development directions using theory and to contribute to the implementation of such solutions.
- Demonstrate good communication skills.

## Competences:

The student must be able to:

- Contribute to the development of a conceptual solution by synthesizing innovation and/or entrepreneurship theories with empirical insight.
- Critically evaluate her/his own analysis and solutions.
- Contribute to the continuous development or enrichment of theories of entrepreneurship and/or innovation.



# Introduktion

Fra sommeren 2015 til sommeren 2016 arbejdede jeg som vikar i børnehaverne Gammel Hasseris Børnehave og Børnehave Pilehaven. Som ny i en børnehave oplever man meget hurtigt at blive syg, da der er mange mennesker på et lille areal. Selvom børnene lærer om god håndhygiejne og børnehavens overflader (borde, gulve og skabe) dagligt bliver rengjort/tørret af, alt sammen for at have et sundere miljø, er det stadig muligt at blive smittet. I januar 2016 omhandlede en udsendelse i Sundhedsmagasinet på DR1 om, hvor hurtigt børn smitter hinanden med bakterier og virus.

I udsendelsen undersøgte DR1, hvor stor en påvirkning kontaktsmitten fra hånd-til-hånd eller hånd-til-legetøj har. Med denne indsigt dannet på oplevelserne og Sundhedsmagasinet analyse, fik jeg ideen om, at det egentligt var et reelt problem. Derfor undersøgte jeg, hvor ofte legetøjet egentligt bliver gjort rent, og hvordan denne proces foregår. Jeg fandt frem til to initierende problemformuleringer til problemet; "Hvordan kan smittefaren nedsættes" og "Hvordan kan rengøringsprocessen gøres mere intuitiv for pædagogerne, således det bliver en fast procedure i arbejdsgangen"?

Dog blev projektet lagt på hylden, imens jeg var i virksomhedspraktik på 9. semester. Efterfølgende er problemet og mulighederne blevet diskuteret med en række forskellige fagfolk, som havde positiv feedback, og derfor har jeg valgt at arbejde med problemstillingen igen som afgangprojektet på Entrepreneurial Engineering.

## Problemfelt

Der vil i dette afsnit redegøres for problemfeltet, der har været med til at danne rammerne for dette projekt.

Legetøjet er en af de mest almindelige smitteveje i daginstitutioner, da det bliver forurenet med urenheder som; snot, betændelse, afføring, urin, opkast og blod. Legetøjet spreder derfor mange smitstoffer, når det bruges af mange forskellige børn, og igennem leg, ofte bliver puttet i munden. Det viser sig at børn i daginstitutioner er 7-8 gange oftere er ramt af sygdom i forhold til børn, der passes i hjemmet .

Det største problem er dog, at grundet besparelser har pædagogerne ikke tid til denne hygiejneopgave, og derfor bliver den ofte nedprioriteret, og kun udført op til enkelte ferier, hvor der er færre børn i institutionen. På nuværende tidspunkt bliver daginstitutionerne anbefalet at skulle gøre legetøjet rent minimum én gang om måneden. Dette er med til at give pædagogerne et større arbejdspress, samt en dårlig samvittighed for ikke at nå alle opgaverne.

Disse problem er sammenlagt i en problemformulering.

## Problemformulering

*"Hvordan etableres en rentabel virksomhed, der letter arbejdsopgaverne for pædagogerne og derigennem øger hygiejneniveauet i daginstitutioner"?*

A close-up, slightly blurred photograph of a desk. In the foreground, a white notebook is open, showing some faint diagrams and text. Two pens, one blue and one black, are lying on the notebook. In the background, two yellow sticky notes are attached to the desk surface. The lighting is soft and focused on the notebook.

# Teori

Formålet med det følgende afsnit er at skabe en forståelse for teorien bag dette projekt. Da BOBL etableres som en servicevirksomhed, undersøges derfor de teoretiske grundlag, der er inden for service og Forretningsudvikling.



## Serviceydelse

Der findes en del forskellige definitioner på serviceydelser, og hvad de dækker over, men en af de overordnede og grundlæggende karakteristika for serviceydelser er, at de er uhåndgribelige. Ifølge Philip Kotler, defineres serviceydelser som værende immaterielle fordele, som ikke kan gemmes eller ejes af en forbruger, og kan være forbundet med et produkt (Bechmann, 2010). Yderligere skiller serviceydelser sig fra fysiske produkter.

Ved serviceydelser har kunderne ikke mulighed for at gribe en serviceydelse an på samme måde, som det er muligt ved fysiske produkter. Kunderne kan dermed ikke bruge sine sanser i forbindelse med en serviceydelse, hvilket spiller en rolle, når kunden skal vælge, samt købe et fysisk produkt. Virksomhederne der beskæftiger sig med serviceydelser må derfor appellere til kundens forestillingsevne igennem markedsføring. For at skabe en håndgribelighed eller forestilling for kunden, skal virksomheden derfor forsøge at kommunikere oplevelsen og resultatet, der skabes igennem serviceydelserne.

Serviceydelser dækker over mange forskellige ting, som fx supermarkeder, biludlejning, banker og ejendomsmæglere. Da begrebet serviceydelse dækker bredt, findes der også forskellige måder at kategorisere dem på. En af måderne er Service Categorisation som indeholder otte forskellige kategorier værende;

Skræddersyet vs. industrialiseret, kerneydelser vs. støtteydelse, produkt-relateret vs. selvstændig, projekt-relateret vs. tilbagevendende, teknologi vs. menneske, selvbetjening vs. opført, medlemskab vs. anonymitet.

Nogle af disse kategorier vil i løbet af rapporten blive koblet sammen med virksomhedskonceptet BOBL, og derigennem nærmere forklaret.

## Serviceydelse B2B

I business-to-business (B2B) er serviceydelser stort set det samme, dog har indkøberen og/eller beslutningstageren, som ofte udgør den professionelle kunde, flere ressourcer og flere muligheder end den private kunde, derfor vil den professionelle kunde ikke være særlig nervøs, når der handles i mellem virksomheder.

Indtræffer der alligevel en nervøsitæt/bekymring for at købet ikke dækker behovet, kan det medføre samarbejdsproblemer imellem serviceudbyderen og den professionelle kunde. Disse samarbejdsproblemer kan fx være i form af skepsis eller mistillid, der kan gøre det svært for serviceudbyderen at leve op til kundes forventninger.

Det er derfor vigtigt at disse bekymringer ikke opstår, og hvis de gør, at de så bliver håndteret. En af måderne, hvorpå det kan håndteres, er igennem markedsføring. Her er testimonials, hvor kendte og velrenommerede virksomheder eller personer anbefaler servicen. Yderligere kan testperioder af servicen være med til at give kunden et indblik i servicen, så den kan blive mere håndgribelig for kunden.

# Hvorfor fokusere på service

## Produktmarkedet er tilfredsstillet

Markedet for fysiske produkter har i lang tid været præget af, at det er svært for virksomheder at differentiere sig udelukkende på produkterne (Bechmann, 2010). Igennem masseproduktion bliver virksomhedernes produkter hurtigt ens, hvor ingen af dem er signifikant overlegne fra hinanden. Det kan derfor, igennem kundens perspektiv, være ligegyldigt, hvilket produkt der vælges til en given opgave. Som eksempel kan toiletpapir bruges. Kunden er klar over, at mulighederne for at finde forskellig slags toiletpapir er høj, men kunden er også klar over, at selvom der findes forskellige udbud, kan hvert et produktudbud i supermarkedet bruges.

Det serviceydelserne kan gøre, er at tilføje merværdi for de fysiske produkter, og derigennem understøtte konkurrencen imellem de forskellige produkter. Disse servicehybrider, kombinationen af produkt og serviceydelse, er med til at stille nye krav for virksomheden igennem nye strategier, organisation, marketing og lign.

Igennem serviceydelser er det derfor muligt at nå igennem til kunden på nye måder, samt skabe nye kunderelationer, som fysiske produkter alene ikke ville kunne klare.

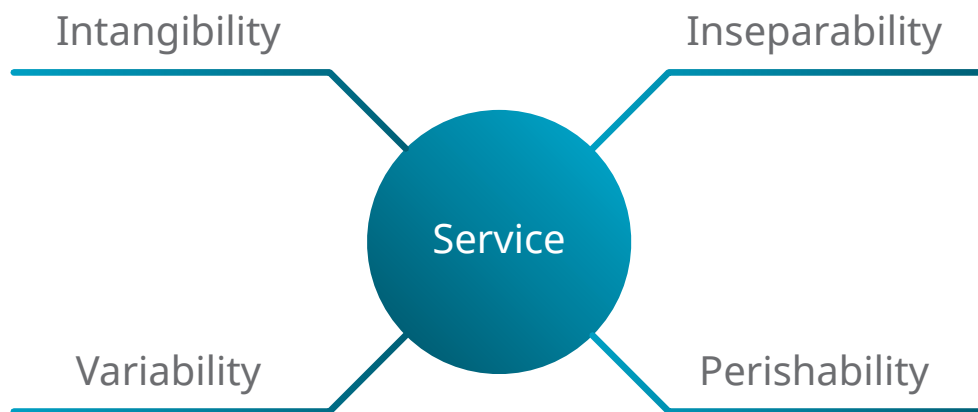
## Teknologi skaber nye muligheder

Serviceydelser har igennem den teknologiske revolution udviklet sig. Med internettet, computere, smartphones og virtual reality etc, har nye og anderledes serviceydelser fået muligheden for at blive forbedret, afprøvet og implementeret. Det er i dag lettere at distancesevice, forstået på den måde, at kunder har mulighed for at få adgang til serviceydelser, uanset hvor de bor, og behøver derfor ikke være i nærheden af serviceudbyderen. Et eksempel på en distancesevicevirk-somhed er Spotify.

Forbedringer i teknologien har også muliggjort at udbyde automatiserede løsninger. Disse løsninger kan i nogle sammenhæng, være bedre end personaleløsninger, da der er færre fejl og en mindre varians forbundet med de automatiserede løsninger. Udviklingen i teknologiske løsninger gør kunder mere erfarne og fortrolige med teknologi, hvilket skaber nye og uanede muligheder inden for udvikling og implementering af nye serviceydelser.

# Servicestrategi

Når virksomheden skal have udtænkt marketingstrategien inden for serviceydelser, er det vigtigt for virksomheden at overveje fire karakteristika; Intangibility, inseparability, variability og perishability (Philip Kotler, 2014).



ill.3

## Intangibility

Serviceydelser er, som nævnt tidligere, uhåndgribelige og kan derfor ikke ses, føles på eller lugtet til. Denne grad af uhåndgribelighed får kunderne til at søge efter faktorer, der signalerer kvalitet. For at imødekomme kundernes bekymringer, kan virksomheden gøre serviceydelserne mere håndgribelig igennem placeringen, prisen, menneskerne og måden at kommunikere på.

## Inseparability

Det betyder at servicen ikke kan adskilles fra udbyderne. Når virksomhedens ansatte udøver servicen, bliver de til en del af serviceydelserne. I denne sammenhæng har kunden også en rolle i serviceydelserne, da måden kunden modtager serviceydelserne på har en betydning for udfaldet af serviceydelserne.

## Variability

Serviceydelsens kvalitet afhænger af; hvem der udøver den, hvornår, hvor og hvordan den udføres. Selv hvis en virksomhed har et godt ry for at yde en god service, kan en enkel servicemedarbejder med et lavt energiniveau være med til at give en anden oplevelse.

## Perishability

Serviceydelserne kan ikke gemmes til senere salg eller brug. Hvis efterspørgslen svinger, kan det godt give servicevirksomheder problemer i forhold til, hvis efterspørgslen er stabil. Derfor er det vigtigt for virksomheden at designe en strategi, som matcher efterspørgslen med udbuddet.

# Service Profit Chain

Succesfulde servicevirksomheder fokuserer både på sine kunder og sine ansatte. Da kunden og den ansatte interagerer med hinanden, er det vigtigt for virksomheden, at den ansatte er kvalificeret og yder en effektiv service. For at opnå en tilfredshed hos både kunderne og de ansatte, som i sidste ende fører til profit i sidste ende, skal virksomheden forholde sig til Service Profit Chain;

## 1 Intern service kvalitet

Træning af ansatte, et godt kvalificeret arbejdsmiljø og en stærk støtte til de ansatte som møder kunderne, resulterer i tilfredse og effektive ansatte.

## 2 Tilfredse og effektive ansatte

Loyale -, tilfredsstillede – og effektive ansatte giver forøget serviceværdi.

## 3 Forøget serviceværdi

En effektiv og værdifuld serviceydelse giver tilfredse og loyale kunder.

## 4 Tilfredse og loyale kunder

Tilfredse kunder, som forbliver loyale, gentager sine køb og anbefaler servicen til sit netværk, og dermed får virksomheden nye kunder. Dette giver profit og vækst.

## 5 Profit og vækst

Profit og vækst leder til bedre service leveret af virksomheden.



# Service differentiering

Det kan være svært at differentiere sig i disse dage grundet den intense konkurrence om pris (Bechmann, 2010). Analyser har vist, at det kun er i få tilfælde, at virksomheder, produkter og brands for alvor skiller sig ud fra konkurrenterne. Det sker fra tid til anden, at et nyt produkt eller ny service lanceres grundet nye tendenser i samfundet og den teknologiske udvikling. Det er dog kun én ud af ti brands, som i særlig grad adskiller sig fra sine konkurrenter til at starte med. Konkurrenterne er hurtige til at efterligne og kopiere de produkter og services. Der er derfor et behov fra virksomheds side i at kunne tænke nye løsninger, som er med til at differentiere virksomheden fra konkurrenterne. Måden det er muligt at differentiere sig på er igennem; Servicetilbuddet, leveringen af servicen og virksomhedens branding.

Virksomhedens kan igennem sine servicetilbud differentiere sig fra sine konkurrenters servicetilbud ved at inkludere innovative funktioner. Det kan fx være ved at kunderne får lov til at prøve et par løbesko i en løbetest i butikken, før beslutningen om et køb af nye løbesko tages. En anden måde en servicevirksomhed kan differentiere sig på er igennem leveringen af serviceydelsen. Her kan der ses, hvor hurtigt servicen bliver leveret til kunden, eller måden hvorpå servicen bliver leveret til kunden. I nogle tilfælde er kunderne tilfredse med en lav interaktion med virksomheden, hvor de i andre tilfælde sætter pris på at få leveret en stor kundekontakt.

Sidst kan virksomheden differentiere sig igennem sit brand. Dette kan både være igennem de symboler og figurer, som fx Ronald McDonald, der skaber en værdi og reference til virksomheden, eller det virksomheden udøver. Hvis virksomhedens serviceudbud passer sammen med virksomhedens vision og mission, skaber det et stærkt brand.

*“Et stærkt brand skabes ikke af det en virksomhed siger, men det den gør”.*  
– Søren Bechmann, service design entusiast (Bechmann, 2012)

# Business Model Innovation

Der findes mange virksomheder, som har gode produkter eller serviceydelser. Alligevel sker det at nogle af disse mister sin konkurrencemæssige fordel, selvom de førhen i tiden har været store spillere på markedet. En af grundene til dette sker, skyldes at disse virksomheder ikke formår at innovere deres forretningsmodeller efter forandringerne i samfundet. Konkurrencen vil derfor i fremtiden også være inden for forretningsmodeller, og ikke kun på produkter og services.

## Hvad er en forretningsmodel?

Michael Lewis udtrykker i sin bog "The New, New Thing" forretningsmodeller som værende "the state of art". Grunden til at det kan referere til kunst, skyldes at forretningsmodeller kan fortolkes af mange mennesker, dog uden nogen klar definition. I Capstone Encyclopaedia of Business lyder definitionen på en forretningsmodel således: "En virksomheds forretningsmodel er måden, virksomheden agter at udøve sin virksomhed og opnå fortjeneste" (Capstone Press Staff Cohan, 2013).

Som det antydes, findes der mange forskellige definitioner på, hvad en forretningsmodel er, og de kan være besværlige at håndtere, da flere ting ofte påvirker hinanden samtidig. Dette kan fx være prissætningen på produktet/service påvirker måden, der tjenes penge på, der er afhængig af kunderne og lign. Dog giver Johnsons definition et godt billede af en forretningsmodel: "forretningsmodeller består af fire sammenlåste elementer, som tilsammen skaber og leverer værdi. Disse fire elementer er; customer, value proposition, profit formula, key resources og key processes".

Det giver god mening, ligesom Johnson har gjort, at dele forretningsmodellen op i flere elementer. Alexander Osterwalder har med sit Business Model Canvas formået at dele forretningsmodellen op i ni delelementer, hvor det er muligt at håndtere hver enkel delelement for sig, og samtidig få et overblik over, hvordan delelementerne er relateret til hinanden (Osterwalder, 2010). Business Model Canvas beskriver, hvilke værdier virksomheden tilbyder til virksomhedens kundesegmenter. Yderligere illustrerer modellen, hvilke partnere, for at skabe relation til sine kunder. Sidst men ikke mindst synliggør modellen også, hvordan virksomheden genererer værdi for sig selv via en rentabel indtægtskilde.

De ni delelementer i Business Model Canvas lyder:

#### Kunder og brugere

- Her findes de kunder og brugere, som er de segmenter, der skal have leveret produkter/services.

#### Value proposition

- Her stræbes der på at opfylde og løse kundernes, samt brugernes behov, og herigennem skabe værdi.

#### Salgskanaler

- Her leveres value propositionen til kunderne og brugerne igennem etablerede salgskanaler, distribution og markedsføring.

#### Kunderrelation

- Her oprettes og vedligeholdes relationen til kunderne og brugerne.

#### Indtjeningskanaler

- Her findes indtægtskilderne, som beskriver hvordan virksomheden tjener penge på den værdi, der leveres til kunderne.

#### Ressourcer

- Her undersøges hvilke ressourcer, der skal til for at levere den værdi kunderne og brugerne opnår igennem produkter og services.

#### Aktiviteter

- Her undersøges hvilke aktiviteter, der egner sig bedst til at kunne levere værdien til kunderne og brugerne.

#### Netværk og partnere

- Ofte er der brug for et netværk, således der er adgang til ressourcer, viden og kompetencer, der ligger uden for virksomhedens egne.

#### Omkostninger

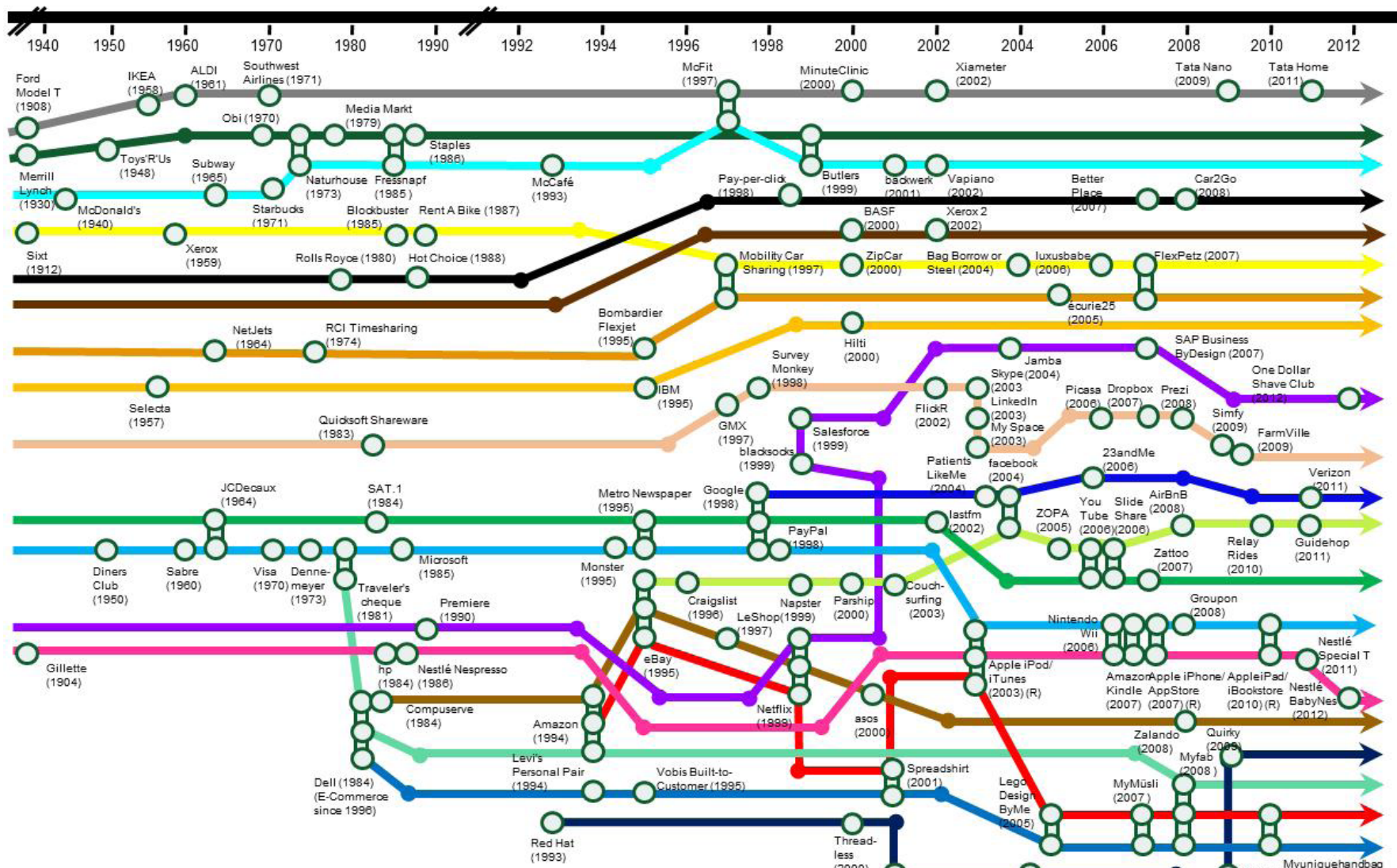
- Her beskrives, hvordan omkostningerne fordeles på de forskellige delelementer, og som i sidste ende afgør hvilke tal, der står på bundlinjen.

# Business Model Navigator

Inden for forretningsmodeller er der blevet udtænkt forskellige løsninger, så det passer den enkelte virksomhed. Men som det ser ud nu, er mange af modellerne imitationer af hinanden, så virksomheden ikke behøver at skulle "opfinde den dybe tallerken", men derimod finde inspiration i de eksisterende modeller.

I den videnskabelige artikel The St.Gallen Business Model Navigator har forskerne fundet ud af at 90% af forretningsinnovationer er re-kombinationer fra tidligere koncepter (Oliver Gassmann, n.d.). Dette får man et indblik i ved at se Business Model Innovation Map (BMIM) (ill.4). BMIM viser de 20 mest brugte indtjeningskilder, der kan bruges i forretningsmodeller, imens punkterne viser, hvilke virksomheder, der har implementeret det i deres nye forretningsmodeller.





Business Model Innovation Map

No frills	Performance-based contracting	Subscription	Hidden Revenue	Cash Machine
Franchising	Rent instead of buy	Freemium	Multi-sided platform	Crowdsourcing
Supermarket	Fractionalization	Leverage Customer Data	Razor and Blade (R): Reverse	Customer designed
Pay per Use	Availability Leasing	Peer-to-peer	Online (E-Commerce)	Long Tail



# Analyse 1

I det følgende afsnit er formålet at informere læseren om smitte og sygdomme, anbefalingerne fra Sundhedsstyrelsen og kommunerne, hvilke funktioner der kan forebygge sygdom og smitte, og hvordan dette bruges i en initierende forretningsmodel. Afsnittet slutter af med en opsamling af information.

## Sundhedsmagasinet

I tv udsendelsen Sundhedsmagasinet på DR1 blev det i januar 2016 gjort opmærksomt på, hvad en af grundende til at børn i vuggestuer og børnehaver oftere er syge end vi andre (Helsborg, 2016). Sundhedsmagasinet og Niels Frimodt-Møller, der er professor på Klinisk Mikrobiologisk Afdeling på Rigshospitalet, viste med et forsøg, hvordan smittespredningen med bakterier og vira bl.a. foregår i en børnehave.

Måden, forsøget blev udført på, var ved at to af børnene fik smurt en fluorescerende creme på hænderne. Denne fluorescerende creme, der kun er mulig at se med UV-lys, symboliserede bakterier og vira.

Børnene fik til at lege med de 16 andre børn i det samme rum. Efter en times leg viste UV-lyset, hvor meget af den selvlysende creme var blevet spredt rundt imellem børnene, og hvor børnene var blevet "inficeret". Det viste sig at alle børnene, en stor del af legetøjet, puder og lignende var blevet inficeret.

Ifølge Niels Frimodt-Møller skyldes smittespredningen antallet af personer på et lille areal. Han udtaler: "Det er fordi, der er mange mennesker sammen på et ret lille sted, og de rører ved de samme ting hele tiden".

*"Det er fordi, der er mange mennesker sammen på et ret lille sted, og de rører ved de samme ting hele tiden".*

*– Niels Frimodt-Møller*

## Om Smitte

Størstedelen af sygdomme overføres imellem mennesker, og derfor er der en større risiko for smitte, når mange mennesker er samlet. I denne kategori kendes bl.a. infektioner i luftvejene, som forkølelssygdomme og influenza (Sundhedsstyrelsen, 2011). Yderligere kan vi blive smittet med zoonoser eller af miljøet. Zoonoser er de sygdomme, som overføres til mennesker fra dyr eller igennem fødevarer (Lægehåndbogen, 2016). Disse kendes som bl.a. salmonella og E. Coli. I miljøet er det bl.a. jord og forurenede drikke- og/eller badevand, der kan være smitekilderne.

Chancen for at blive smittet er, ved mange sygdomme, størst i de første par dage efter sygdomsudbruddet eller i sidste del af inkubationstiden. Selvom en person er rask, har personen sygdomsfremkaldende mikroorganismer i bl.a. næsen, i huden eller i afføringen, og kan derfor af og til bringe denne smitte videre.



# Smitteveje

Da smitstoffer udskilles, spredes og optages på forskellige måder, er de mest almindelige smitteveje her beskrevet

## Kontaktsmitte

Den mest almindelige smittevej er kontaktsmitte. Måden smitten typisk sker på, er via hænder og forurenede genstande. Væsken fra børnesår, øjenbetændelse, snot eller andet sekret fra luftveje, spyt, opkast og lign. eller kontakt med genstande så som; sutter, legetøj, dørhåndtag, toiletetsæder m.v. er med til at overføre smitten. Hænderne kan herigennem overføre smitte til andre eller en selv ved berøring af næse, mund eller hud med sår og/eller rifter.

## Dråbesmitte gennem luften

Denne smitte sker, når dråber fra hoste, nys, tale eller opkast går i kontakt med en andens slimhinder eller lander på en genstand, som hermed kan sprede smitten som kontaktsmitte. I sig selv er luftbåren smitte en sjældenhed, og sker i tilfælde af smitstof i små partikler som fx støv indåndes.

## Indtagelse af smitstof

Mange mave-tarminfektioner og hepatitis A sker typisk via indtagelse af smitstof, som stammer fra afføring, igennem munden. Via kontaktsmitte kan smitten overføres til munden, når personer indtager forurenede mad, vand eller inficerede hænder.

## Smitte fra kæledyr

En del dyr kan have mikroorganismer, som forårsager sygdom hos mennesker, og der kan derfor forekomme smitte. Har børnehaven krybdyr eller skildpadder, kan børnene og pædagogerne blive smittet via fodring og/eller pasningen af dyrene, da krybdyr og skildpadder ofte har salmonella. Det samme kan gælde for fjerkræ. Katte kan bære på parasitten Toxoplasma, samt svampesygdommen Ringorm. Yderligere kan dyrenes afføring være med til at sprede forskellige smitte. Sundhedsstyrelsen anbefaler derfor den enkelte kommune og daginstitutionerne heri, at udarbejde politik og retningslinjer for dyrehold (Sundhedsstyrelsen, 2010).

## Forurenede badevand

Sidst men ikke mindst er der smitte via forurenede badevand. Forurenede vand i alt fra soppebassiner, swimmingpools og lign. kan være årsag til mave-tarminfektioner, øjenbetændelse, infektioner i sår og infektioner i det ydre øre.

Da kontaktsmitten er den hyppigst forekommende smittevej, en smittevej de andre smitteveje kan kobles sammen med, og en smittevej hvor det er muligt at finde løsninger, er der derfor valgt at arbejde videre med dette problem.

## Grundlæggende regler

Et par grundlæggende regler er blevet fastlagt som lovgrundlag (Sundhedsstyrelsen, 2011). De smitsomme sygdomme inddeles i to overordnede grupper:

- Særligt alvorlige smitsomme sygdomme. Disse sygdomme er forholdsvis sjældne, som fx meningitis, og har særlige forholdsregler. Dette er ikke normalen i landets daginstitutioner, men kan forekomme hos børn, personaler og tilknyttede husstande. I forbindelse med disse sygdomme har Embedslægen ansvaret for at iværksætte forebyggende foranstaltninger.

- De øvrige smitsomme sygdomme. Disse sygdomme er de mest hyppige forekomne i daginstitutioner for børn i alderen 0-6år. En del af disse sygdomme kan ikke forhindres, dog kan smittespredningen nedsættes under de rigtige forudsætninger og en fælles indsats. Her har den kommunale sundhedstjeneste som regel ansvaret for rådgivning i at begrænse udbredelsen af disse sygdomme.

Det er "de øvrige sygdomme" BOBL-service fokuserer på til en start grundet manglende viden inden for håndtering af "de alvorlige smitsomme sygdomme".

## Forebyggelse af smittespredning

Selvom op til 80% af infektionerne skyldes virus (Ann-Berit Pedersen, 2015), der ikke kan behandles, kun lindres, er det vigtigt at kunne forebygge at sygdommene opstår. Hygiejneniveauet i daginstitutionerne har sin egen betydningen inden for måden hvorpå smittespredningen begrænses. Her gælder det om;

- At den korrekte håndhygiejne udføres af børn og voksne på de rigtige tidspunkter.
- At en god rengøringsstandard sikres med formålsmæssigt rengøring af legetøj og overflader.
- At der i institutionen er viden om desinfektion, og i hvilke tilfælde det skal benyttes.
- At de hygiejniske forholdsregler følges i forhold til bleskift.
- At der er viden inden for korrekt rensning af sår.
- At madvare bliver håndteret og opbevaret korrekt.

Den optimale forebyggelse af smittespredning er, at holde smitekilden væk, så i tilfælde af at et barn eller en pædagog er syg, bør personen ikke komme i børnehave imens sygdommen er i inkubationsfasen. Sundhedsstyrelsen giver dog nogle anbefalinger til rengøring af legetøj, som værende:

Legetøjet bør, kunne tåle at blive vasket i vand, og være nemt at rengøre. Er legetøjet synligt snavset bør det rengøres med en klud tilsat rengøringsmiddel. Måden småt plastiklegetøj kan rengøres på, er ved at pakke det ind i et lagen, en stofpose eller et pudebetræk og vaske det ved 40oC i en vaskemaskine. Større plastlegetøj kan vaskes i en opvaske-maskine, hvis det tåler en temperatur på 80oC. Dog råder Sundhedsstyrelsen altid at rengøre legetøjet efter fabrikantens vaskeanvisning, da små dele kan løsrive sig, der kan gøre legetøjet farligt at bruge for børnene. Dette bør blive en fast rutine mindst 1 gang om måneden.

## Definitioner:

### Rengøring:

I rengøringsprocessen fjernes ophobning af snavs, smuds og støv (OdenseKommune, 2017). Ved at gøre dette forhindres formeringer af mikroorganismer. Rengøring sikrer brugeren et visuelt udtryk af renlighed og flytter bakterierne anden steds hen. Ingen bakterier dør i rengøringsprocessen.

### Desinfektion:

Når der desinficeres mindskes risikoen for infektion (OdenseKommune, 2017). Formålet ved at desinficere er at inaktivere, dræbe eller fjerne de sygdomsfremkaldende mikroorganismer.

### Sterilisering:

Ved steriliserings sikres et kimfrit miljø, hvilket vil sige at alle bakterier og mikroorganismer fjernes, også de gode af slagsen (OdenseKommune, 2017). Dette bruges kun, når det er nødvendigt at sikre total kimfrihed.

# Hygiejnehåndbog Aalborg Kommune

Hygiejnehåndbogen (bilag 1) for børne- og familieområdet i Aalborg Kommune fra 1.januar 2017, der retter sig til personalet i dagpleje, børnehaver og skoler, er en vejledning med anbefalinger om forebyggelse og sundhedsopbyggelse for børn i kategorierne; hygiejne, miljø og sikkerhed (Region-Nordjylland, 2017).

Denne håndbog er blevet lavet med udgangspunkt i;

- Sundhed, miljø og hygiejne i pædagogisk arbejde af Per Vagn Hansen
- Vejledning om smitsomme sygdomme for børn og unge 2015, Sundhedsstyrelsen
- Hygiejne i daginstitutioner, anbefalinger om forebyggelse og sundhedsfremme for børn inden for hygiejne, miljø og sikkerhed, 5. udgave 1. oplæg 2013, Sundhedsstyrelsen.

og er blevet godkendt af Aalborg Kommune Hygiejnekoordinationsudvalget.

I Hygiejnehåndbogen fastsættes det, at legetøjet i institutionerne bør rengøres med vand og sæbe en gang om måneden. Grunden til denne henstilling er, at legetøjet dagligt kommer igennem mange hænder. Yderligere bliver det sovet med, proppet i munden og kastet rundt med, og det bliver derfor udsat for en forurening af mikroorganismer og smuds (jord, støv, insektdele mm.) Denne forurening kan være en smittevej blandt børnene og pædagogerne.

Yderligere fastsætter Hygiejnehåndbogen at legetøjet bør vaskes efter et udbrud af smitsom sygdom. Det foreslås at småt legetøj pakkes ind i lagner eller pudebetræk, så det kan vaskes i en vaskemaskine. Har legetøjet været udlånt til hjemmelån til et barn, bør dette legetøj også vaskes inden det tages i brug i institutionen igen.



## Børnehavens tiltag

Ifølge "Børnenes værdigrundlag og overordnede mål og pædagogiske principper" fra Gammel Hasseri Børnehave er sundhed en del af læringsmålene. Formålet med dokumentet er at informere nye forældre om, hvad børnehaven gør for at udvikle barnet samt, hvad børnehaven forventer af forældrene, så barnet får den bedst mulige start på livet. Tiltaget med sundhed og bevægelse fokuserer bl.a. på at styrke børns trivsel med henblik på færre sygdomstilfælde igennem hygiejne og indeklime.

Børnehaven kan igennem hyppig håndvask reducere antallet af sygdomstilfælde forårsaget af infektionssygdomme, og dermed højne børnenes trivsel. For at dette skal kunne lade sig gøre, skal pædagogerne i dagtilbuddet have kendskab til hygiejne, smittefarer og smitsomme sygdomme. Pædagogerne kan bruge denne viden til at undervise børnene i hygiejne, således børnene bliver rustet til kunne klare sig selv. Det ønskes også af børnehaven, at forældrene inddrages i samme emner, så de i fællesskab øger barnets trivsel og retter opmærksomheden på god hygiejne.

Yderligere fokuseres der også på rutiner med bleskiftning, spisning og udluftning. Disse tiltag har vist sig at mindske antallet af sygedage blandt børn i alderen 0-3år.

## Funktioner:

Der findes mange måder at fjerne fedtpletter, urenheder, smuds og lign., som alle har sine fordele og ulemper. Der vil i dette afsnit derfor redegøres for forskellige rengøringsmetoder. Da målgruppen for BOBL's services er børnehaver, kræves det at rengøringsløsningen bliver så allergi- og miljøvenlig som overhovedet muligt, så børnene ikke bliver allergisk påvirket. Der fokuseres derfor på metoderne; sæbevand, damp, UV-lys og CO<sub>2</sub> tørrens.

Disse fire metoder bliver hver især vurderet inden for fire kategorier:

- Miljøvenligt
- Let at bruge
- Fjerne urenheder
- Ødelægger ikke legetøjet

efter forklaringen af hver rengørings-/rensningstype.



Miljøvenligt



let at bruge



Fjerne urenheder



Ødelægger ikke legetøjet

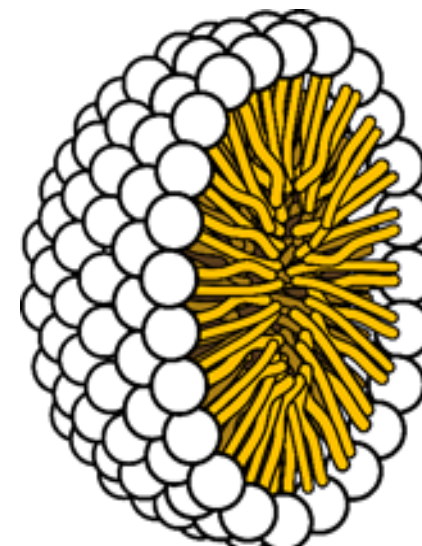
ill.6

## Sæbevand

Den kemiske forklaring på sæbe er, at det mest almindelige sæbe er et natriumsalt, som har den kemiske struktur:  $C_{17}H_{35}COONa$  (Henriksen, 2009). Når sæben bliver opløst i vand, deler sæben sig i to ioner, et negativt sæbeion  $C_{17}H_{35}COO^-$  og et positivt natriumion  $Na^+$ . Denne sæbeion kategoriseres ofte ind i et "hoved" og en "hale".

Hovedet er hydrofil, som betyder vandelskende, og udgør den negative ende af sæbeionen, imens halen, den lange carbonkæde, er hydrofob, som betyder vandskyende, udgør den positive ende af sæbeionen. Den hydrofobiske hale er yderligere lipofilisk (Chemistry Explained, 2017), som reelt betyder olieelskende, og tiltrækkes derfor af fedtstofferne på genstanden. De lipofiliske sæbeioner samler sig omkring fedtpletten, og danner tilsammen en micelle (se Ill. 7). Da alle sæbeionernes "hoveder" vender ud af i micellen, er det med til at fjerne fedtpletten fra genstanden.

Temperaturen på vandet påvirker overfladespændingen. Varmt sæbevand har en lavere overfladespænding, fordi hydrogenbindinger er svækket. Dette gør det lettere for sæbevandet at trænge ind på genstandens overflade og fjerne fedtpletter og snavs.



ill.7

Miljøvenligt:



Fjerne urenheder:



Let at bruge:



Ødelægger ikke legetøjet



## Damp

Til damprensning bruges en maskine, som varmer vandet op til en temperatur på et sted imellem 80°C – 100°C, som ved hjælp af et tryk bliver spulet over genstandes overflader (Unilever, 2017). Den varme vanddamp kan hurtigt opløse alle former for snavs, fedt og sæberester (Testmagasinet.dk, u.d.), samler tilbageværende støvpartikler, alt imens den høje temperatur er med til at dræbe 99,99% af bakterierne (Kärcher, 2017).

Damppartiklerne gør det nemmere for brugeren at kunne komme ind at rengøre steder, som ellers ville være vanskeligere med klud og børste (Høy, 2015). Bruges der demineraliseret vand til damprensningen, undgår brugeren kalkstriber og aflejringer på overfladerne, når vandet tørrer. Yderligere skal der ikke bruges hverken kemikalier eller rengøringsmidler, som kan danne allergifremkaldende aflejringer, til damprensning, hvilket gør damprensning til et miljøvenligt alternativ, samt en god metode at bruge over for personer med astma og allergi.

Ulemperne ved damprensning er at overfladerne i mange tilfælde kræver at blive tørret af efter dampen. Yderligere skal brugeren være opmærksom på, hvilke overflader, der skal rengøres med damp, da det ikke er alle overflader så som; pap, malede overflader og træ, der tåler damp.

### Miljøvenligt:



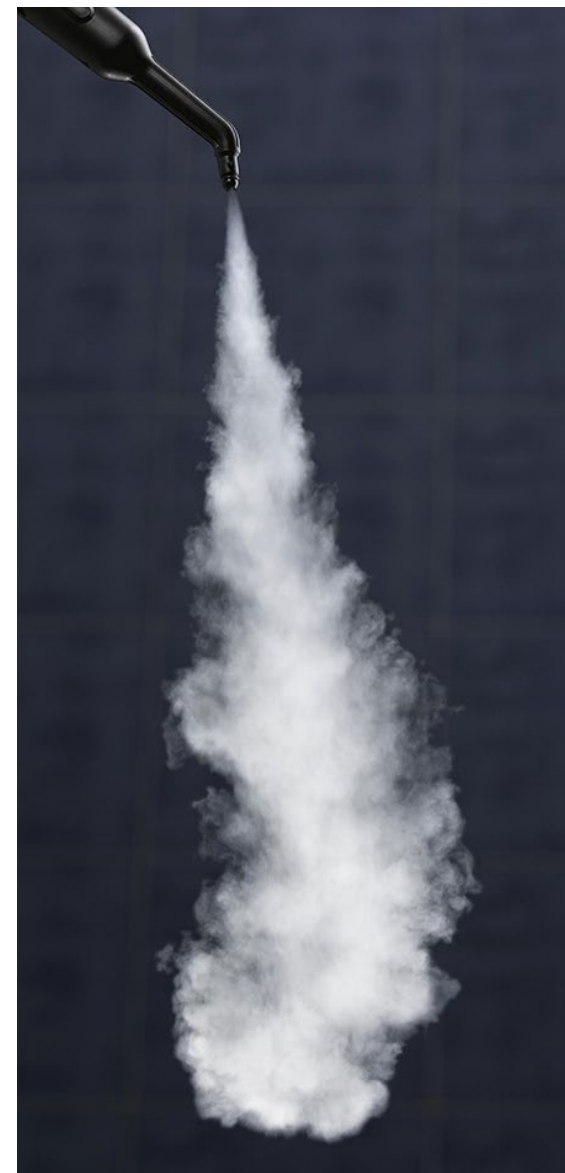
### Fjerne urenheder:



### Let at bruge:



### Ødelægger ikke legetøjet

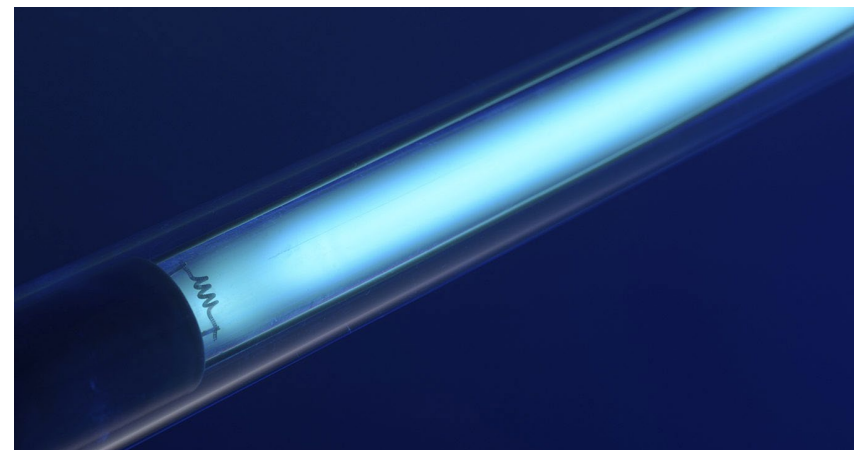


ill.8

## UV-lys

Der findes forskellige slags UV-lys, som kategoriseres efter lysets bølgelængde. De mest kendte UV-lys er; UV-A, UV-B og UV-C (Naturlig Desinfektion Aps, u.d.). UV-C har den korteste bølgelængde, og spænder sig fra 280nm – 200nm. For at kunne dræbe eller inaktivere bakterier skal lyset have en bølgelængde på 260nm – 270nm, så derfor anvendes UV-C i bl.a. laboratorier og akvarier (Wikipedia, 2017). Lyset går ind og ødelægger bakteriecellens nukleinsyre, der kendes som DNA og RNA (Wikipedia, 2015). Ved at ødelægge bakteriecellens DNA forhindres det, at cellen kan reproducere, og derved er det en død celle. Det er effektivt at bruge UV-C til at desinficere vand, luft og overflader, da det er en hurtig proces, der ikke kræver det store energiforbrug.

Ulempen ved at bruge UV-lys som desinficering er, at det kun fungerer på de synlige overflader, det vil sige at genstande, der ligger i skyggen for hinanden ikke bliver desinficeret. Yderligere er UV-lys hårdt for de plastmaterialer, der behandles. Sidst men ikke mindst, fungerer UV-lys rigtig godt til desinficering, men i tilfælde af fedtpletter, snot, jord, snavs og lign., kræver det en rengøring af materialerne før desinficeringen.



ill.9

Miljøvenligt:



Fjerne urenheder:



Let at bruge:



Ødelægger ikke legetøj



## CO<sub>2</sub> tørrens

CO<sub>2</sub> tørrens er en rensemetode, hvor CO<sub>2</sub> gas bliver gjort flydende ved en temperatur på ca. 5-10°C og et tryk på 55 bar, og bruges til rensning af tøj. I en CO<sub>2</sub> vaskemaskine bliver tøjet vasket i det flydende CO<sub>2</sub> ligesom en normal vaskemaskine, dog langsommere og mere skånsomt. Flydende CO<sub>2</sub> har den samme karakteristisk som butan eller terpentiner, der opløser fedt på tøjet. Et specielt vaskemiddel tilføjes vasken, således at snavs, som fx jord, fjernes fra tøjet. Når temperaturen sættes til stuetemperatur og trykket sættes ned til det normale, går det flydende CO<sub>2</sub> tilbage til gasart, og forsvinder ud af tøjet, således det bliver tørt igen. Denne metode er også relativt skånsom for miljøet, da store dele af CO<sub>2</sub> kan genbruges til en ny rensning.



ill.10

### Miljøvenligt:



### Fjerne urenheder:



### Let at bruge:



### Ødelægger ikke legetøjet



## Feltundersøgelser:

For at finde ud af, hvordan rengøring, desinficering og/eller sterilisering af redskaber og udstyr foregår i andre brancher, er både Akut Modtageafsnittet (AMA) på Aalborg Universitetshospital (AAUH) og Kymi Rens blevet besøgt.

### AMA:

AMA er en relativ ny afdeling på AAUH. AMA er sengeafsnittet på AAUH beregnet til indlæggelse af patienter med akut opståede sygdomme (Aalborg Universitetshospital, u.d.). Formålet med afdelingen er at sikre et hensigtsmæssigt patientforløb på hospitalet, samt sikre behandling og pleje af patienter på et højt fagligt niveau.

Efter et projektsamarbejde med AMA fandt jeg ud af, på daværende tidspunkt, at noget udstyr som fx sakse, bakker, akutpakker og lign. bliver genbrugt. For at det kan genbruges, skal det renses og desinficeres først. Så for at se, hvordan AMA klarer denne opgave, fik jeg lavet en aftale med den afsnitsledende sygeplejerske Hanne Skaarup Pedersen lavet.

### Besøg på AMA:

Ved besøget på AMA blev afdelingens opvaskemaskine demonstreret. Denne opvaskemaskine er en laboratorieopvaskemaskine, som desinficerer indholdet. Maskinen bruger høje temperaturer, op til 90°C, og har som standard tilslutning til to kemityper. Yderligere har opvaskemaskinen mulighed for åbning på begge sider, som egner sig godt til opdeling af sterilt og inficeret udstyr. På denne måde højnes hygiejne niveauet, og risikoen for smitte nedsættes.

Hanne fortalte dog, at det meste af udstyret på afdelingen i dag ikke bliver genbrugt og af sikkerhedsgrunde bliver smidt ud i stedet for.

”Selvom etikken med at børn også skal blive immune over for sygdomme, så lyder ideen med at nedsætte risikoen for smittefare som en god ide” – Hanne Skaarup Pedersen

## Kymi Rens:

Kymi Rens er et familiedrevet renseri i Aalborg, som startede med at rense kedeldragter for industrien i Aalborg som fx; Aalborg Værft, C.W. Obel og lign (Kymi Rens, u.d.). Med tiden og pga. markedsforholdene har Kymi Rens gjort det muligt for private personer, at få rensset sit tøj.

Kymi Rens bestræber sig på at passe på miljøet, og sørger derfor at bruge teknologi, som gavner miljøet. Derfor har Kymi Rens, sammen med EU, arbejdet med udvikling og tests af nye renses teknologier. I år 2000 installerede Kymi Rens en CO<sub>2</sub> rensesmaskine fra Electrolux, som en af de første i verden. Denne maskine bruger flydende CO<sub>2</sub> til at pleje tekstilerne frem for at bruge miljøbelastende rensesvæsker.

Da CO<sub>2</sub> rens er en mere miljøvenlig rensesmetode, og passer ind til tankegangen med cirkulær økonomi, blev denne metode overvejet som en mulighed til rensning af legetøj. For at finde ud af om det kunne lade sig gøre fik jeg lavet en aftale med direktøren Michael Porsmose.

## Besøg hos Kymi Rens:

Under besøget fortalte Michael, at CO<sub>2</sub> rens fungerer fint til tekstiler, men ikke ville kunne fungere med plastiklegetøj. Grunden hertil skyldes både det høje tryk på 55 bar maskinen skal bruge for at gøre CO<sub>2</sub> gasen flydende, kan gå hen og presse legetøjet, samt den flydende CO<sub>2</sub> vil fungere som terpentin, og derved nedbryde plastiklegetøjet.

Igennem samtale blev UV-desinficering også bragt på banen, som en mulig løsning til desinficering af legetøjet. Her fortalte Michael at UV-lys er med til at desinficere de overflader, som bliver ramt af UV-lyset. Dog har UV-lys en negativ side, som værende meget hårdt ved det miljø, det bruges i. Det vil sige at plastikken udsat for UV-lys med tiden vil have tildens til at smuldre eller miste farven. Hvis BOBL skal lave en maskine, der desinficere med UV-lys, skal denne maskine laves med syrefast rustfrit stål, for at kunne klare UV-lyset.

Som en mulighed, der kan lade sig gøre og er skånsom, foreslog Michael at anvende en Vådrens-maskine. Maskinen er tilegnet tekstiler, men den sikrer minimal beskadigelse af indholdet (Electrolux, u.d.). Med den rigtige mængde rensesmiddel, kan maskinen skånsomt fjerne urenhederne.



## Opsamling af Analyse del 1



Der arbejdes videre med kontaktsmitte, da denne smitte er den hyppigst forekommende. Denne smitte er også den nemmeste af finde forebyggende løsninger til.



Sæbevand har funktionen at kunne fjerne snavs, fedtpletter, snot og lign. fra overflader. Denne løsningsfunktion tages med til videre arbejde af konceptløsningen.



Da sæbevand ikke desinficere, vælges det også at bruge damprens. På denne måde sikres det at legetøjet er rent og desinficeret før det leveres tilbage til børnehaven.

ill.11







## Analyse 2

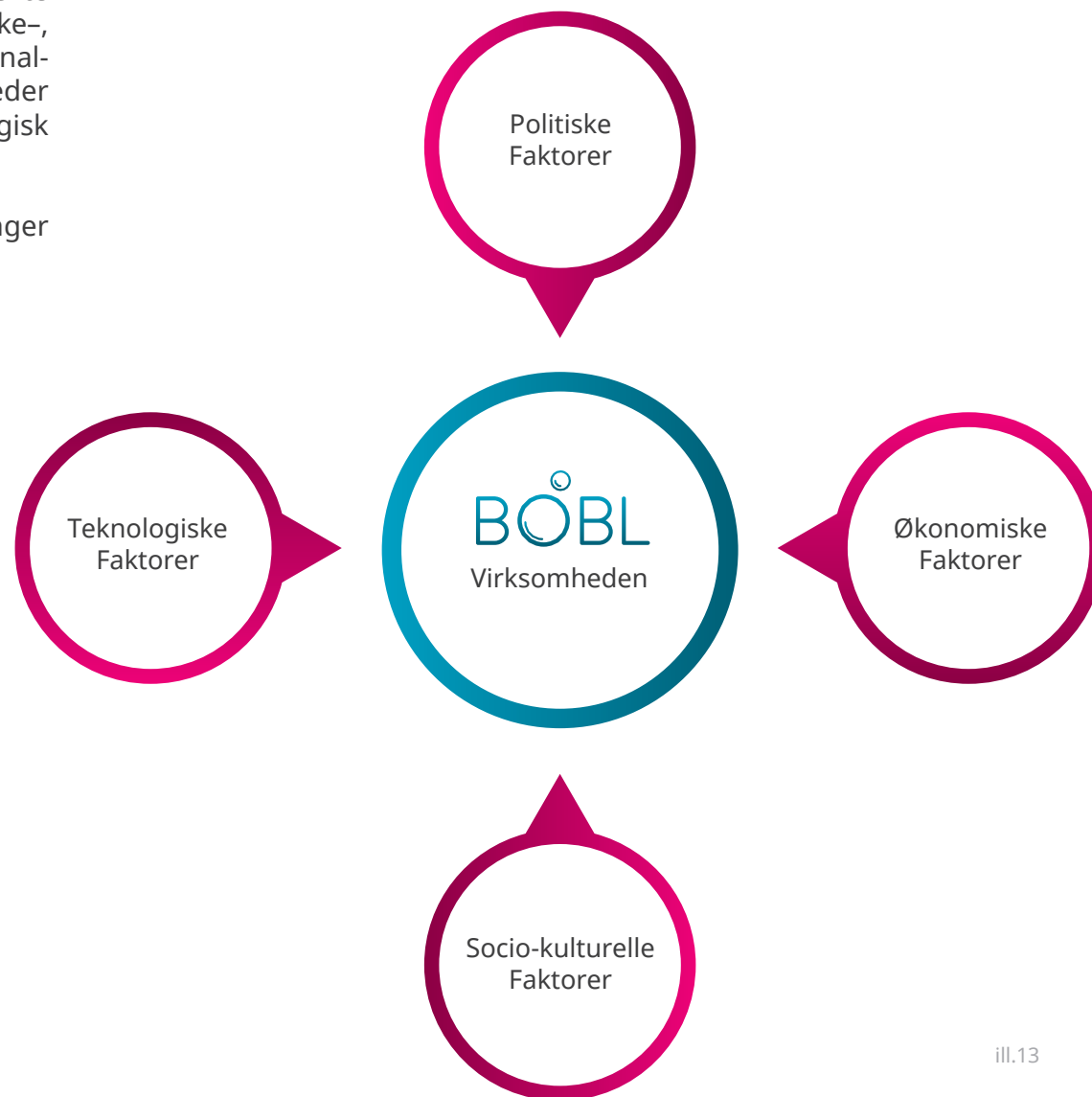
Analysefase 2 har til formål at skabe indsigt i de aspekter, som har en indflydelse på BOBL. Derfor dykker dette afsnit ned i en PEST-analyse, konkurrentanalyse samt en analyse af brugere.



# PEST-Analyse

Igennem en PEST-analyse, er det muligt for BOBL at få et indblik i de eksterne forhold på et makroniveau. Disse forhold kan fx være tidens tendenser, trends, lovforslag, krav og lignende, som alle på et indirekte plan kan påvirke BOBL. Analysen dykker ned i fire kategorier; politiske-, økonomiske-, sociale & kulturelle- og teknologiske faktorer. PEST-analysen bruges her til at give et indblik i eventuelle trusler og muligheder for BOBL i fremtiden, som kan anvendes til at kortlægge en strategisk position.

Selvom nogle af aspekterne er blevet inddelt i en af faktorerne, hænger nogle af dem sammen, samt overlapper hinanden.



## Politisk faktor: Flygtningebørn

Det blev i 2015 forventet at 12.000 flygtninge fik asyl i Danmark. Når familierne har fået asyl, bliver de sendt til en kommune, og kommer igennem et treårigt integrationsprogram. Antallet af flygtninge børn og familiesammenførte under 18 år, var i det første halvår af 2015 på 3.383. De børn som er i førskolealderen, bliver i løbet af få uger sat i kommunens daginstitutioner (Dansk Flygtningehjælp, 2015).

Det er forskellige oplevelser, flygtningene kommer til Danmark med. Nogle har fx oplevet krigen i Syrien på nært hold, organiseret vold eller et totalitært styre. Disse oplevelser har i nogle tilfælde traumatiseret børnene, og det er med til at sætte nye krav i forhold til den pædagogiske praksis. Hvis der ikke handles målrettet, kan det have konsekvenser for børnenes vilkår. Selvom pædagogerne er uddannet til at se, hvordan børn trives, kræver det ny viden i forhold til særligt gældende flygtningebørn. Derfor har Dansk Flygtninge Hjælp (DFH) udarbejdet en guide til daginstitutioner og pædagoger, om hvilke tiltag der kan gøre for at sikre en bedre hverdag for flygtningebørnene.

Selvom det ikke er alle af flygtningebørnene, der er traumatiseret, har de ligesom andre børn forskellige forhold til temperament og personlighed. Dog skal pædagogerne have øje for at børnene lever en tilværelse i eksil, hvor de bliver påvirket af nye omgivelser, et nyt sprog og nye kulturelle forandringer. Disse nye forhold kan være med til at stresser barnet, og derfor anbefales det af DFH at rette opmærksomhed mod disse børn i daginstitutionerne.

Børn, der er blevet traumatiseret, lider ofte af disse symptomer:

- Mareridt
- Angst for at være alene
- Let at blive ophidset og vred
- Uro og hyperaktivitet
- Besvær med koncentrationen
- Indlæringsvanskeligheder
- Indesluttethed
- Svært ved at social kontakt
- Kropsspændinger

Ifølge Hanne Clausen, der er pædagogisk leder i Børnehaven Lilleskov i Korsør, er kommunikationen med flygtningebørn en udfordring for pædagogerne (Skaaning, 2015). Den sproglige barriere gør det vanskeligt at kommunikere med flygtningebørnene, og derigennem dulme den angst børnene fx får, når deres forældre afleverer dem i børnehaven.

”Det betyder faktisk, at vi er nødt til at have en voksen på sådan et nyttilkommen flygtningebarn hele tiden.” – Hanne Clausen, pædagogisk leder i Børnehaven Lilleskov.

Næstformand i BUPL Birgitte Conradsen, mener at det er vigtigt at daginstitutionen har kvalificerede pædagoger til begge grupper børn, så der ikke skal prioriteres imellem grupperne. Ofte er pædagogernes fokus på flygtningebørnene, når de kommer ind på stuen. Råder daginstitutionen ikke pædagogisk personale nok, vil de børn, som allerede var i institutionen, lide under nedprioriteringen til dem. Denne situation er hverken god for daginstitutionen eller pædagogerne, da den kan lede til diskussioner med forældrene, samt børnene ikke får fyldestgørende kompetenceudvikling.

Hvilke betydninger har det for BOBL?

I forhold til virksomheden BOBL, har flygtningebørn en indirekte påvirkning igennem pædagogerne. Da pædagogerne har fået nye og udfordrende opgaver, der kræver deres opmærksomhed og flere ressourcer, leder det til at andre opgaver nedprioriteres. Lykkes det pædagogerne at klare alle opgaverne, er der stor sandsynlighed for at de lider af et forøget arbejdspress.

Det kan derfor godt forestilles, at opgaver som rengøring af legetøj er en nedprioriteret opgave. Yderligere har analysen givet et indblik i at børn fra andre lande, kræver flere ressourcer i daginstitution grundet sprogbarrieren og de nye kulturelle forhold. Derfor kan det være gavnligt for BOBL at starte ud i uddannelsesbyer, hvor der kommer studerende med børn fra alle lande.

## Økonomisk faktor: besparelser

I den økonomiske faktor undersøges det, hvordan børneområdet klarer sig i de forskellige kommuner.

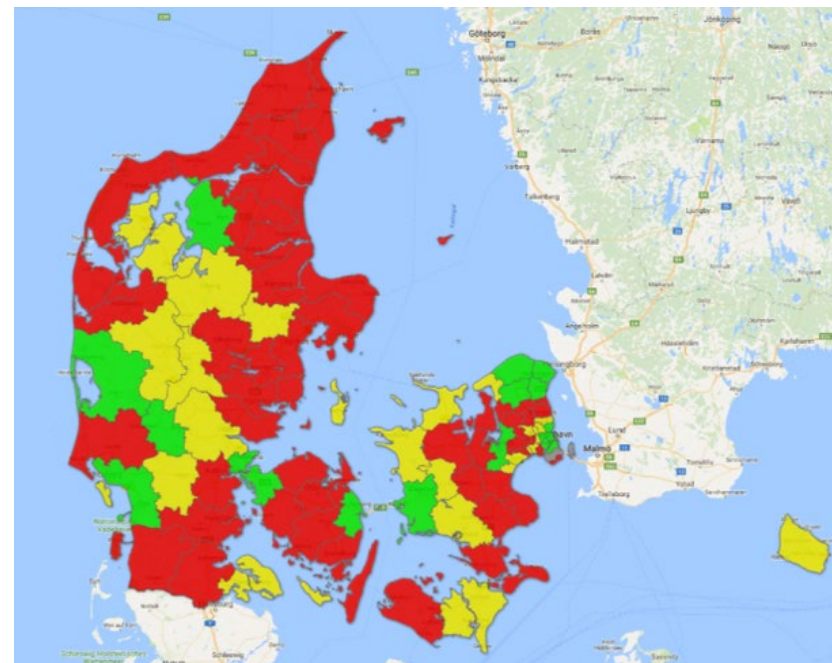
Landets kommuner har siden 2013 fået 500 millioner til at forbedre kvaliteten på dagtilbudsområdet hvert år. Dog blev halvdelen af disse penge brugt i 2013 og 2014, hvilket har medført en aftale imellem kommunerne og regeringen om, at kommunerne fremadrettet skal prioritere kvalitet og normeringer i dagtilbuddene.

I 2015 lagde 43 af landets kommuner op til at skulle skære ned på børneområdet. Denne tendens med besparelser på børneområdet har også fundet sted de efterfølgende år. I 2017 vil 54 af landets kommuner tilsammen spare 200 millioner på området (Faber, 2016), imens kommunerne i Nordjylland planlægger at skulle spare omkring 25 millioner på børneområdet. (JENSEN, 2016)

Besparelserne betyder at, der i forhold til 2009, er 10% flere børn pr pædagogisk personale (TV2, 2015). Det vil sige, at hvis normeringerne i daginstitutionerne måles i forhold til 2009, mangler der på landsplan 4400 ekstra pædagoger og medhjælpere. En anbefalet normering fra BUPL ligger på 2,5 barn pr. pædagog på 0-2års området, samt 5,0 barn pr pædagog på 3-5 års området. Disse normeringer er i dag 3,5 barn pr pædagog på 0-2års området, og 6,7 barn pr pædagog på 3-5 års området (Andersen, 2015).

De færre pædagoger betyder at børnene tidligere går fra vuggestue til børnehave, samt flere lukkedage i institutionerne. Yderligere bliver der længere imellem pædagogerne i vuggestuer og børnehaver, hvilket er en kvalitetsmæssig forringelse.

*“Normeringerne i vuggestuer og børnehaver er nærmest historisk ringe, og forældrene spejder tit forgæves efter pædagogerne, når de skal aflevere og hente deres børn. Og i sidste ende går det ud over børnene” - Henning Pedersen, formand for BUPL.*



Besparelser i 2017  
Rød = besparelser.  
Gul = uændet.  
Grøn = forbedringer.

ill.14

Hvilke betydninger har det for BOBL?

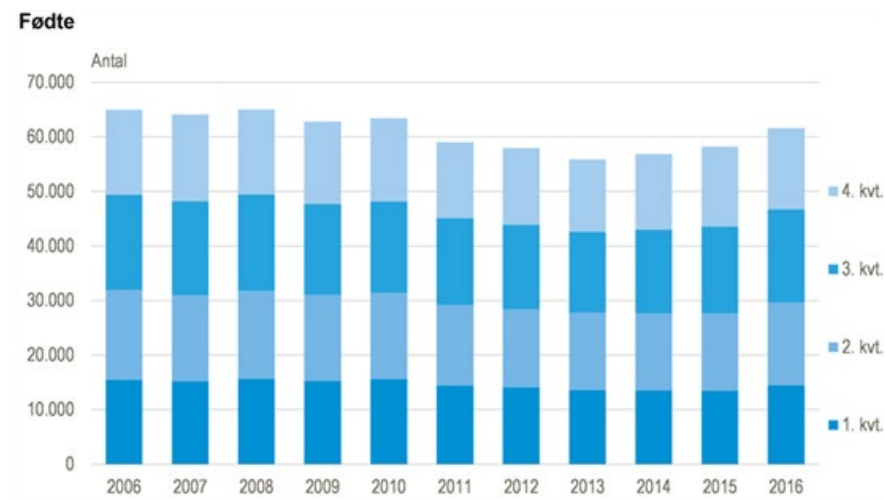
At der bliver besparet på pædagogerne, har både en positiv og negativ indflydelse på BOBL. Da der skal ske besparelser kan det godt tænkes at en udliciteret service vil få det svært at få ressourcer bevilliget. På den anden side spares der på pædagogerne, hvilket medfører et større pres på de tilbageværende pædagoger, hvilket vil nedprioritere rengøringsopgaven endnu mere, da de hver især får flere børn at holde øje med.

## Sociokulturel faktor: Nye børn i DK

En demografisk analyse fra Dansk Statistik, belyser hvilke forhold, der har betydning for udviklingen af befolkningen i Danmark. Herunder findes bl.a. antallet af fødsler. Siden 2015 er antallet af nyfødte børn steget med næsten 6%, og er oppe på 61.614 børn (Danmarks Statistik, 2017). Dette tal er det højeste siden 2010. Ifølge statistikken er tallet af nyfødte børn steget hvert år fra 2013 og frem.

Årsagen til at undersøge, hvor mange børn, der fødes hvert år, skyldes at størstedelen af disse børn efter et par år skal passes i en daginstitution, og med fødselstallene kan der dermed skabes et indblik i om tallet på børnehavebørn stiger eller falder.

En anden måde, der kommer nye børn til Danmark på er, som det også blev fortalt under de politiske faktorer, igennem indvandring. Ifølge Dansk Statisk forventes det at flere vil få asyl og familiesammenføres over de kommende år. I 2060 anses der at være 507.000 ikke-vestlige indvandrere og 342.000 efterkommere i Danmark (Danmarks Statistik, 2016), disse indvandrere vil udgøre 13% af befolkningen. De vestlige indvandrere og efterkommere forventes at udgøre 7% med et tal på 465.000 indvandrere. Disse tal er estimeret baseret på tendenserne i samfundet, som det ser ud nu, så mange ting kan være med til at ændre disse tal i fremtiden.



ill.15



## Teknologisk faktor: digitalisering

Den teknologiske revolution er også nået til daginstitutioner, og Undervisningsministeriet mener, at der er et behov for at voksne, i form af forældre og pædagoger, engagerer sig for børnenes digitale liv (Undervisnings Ministeriet, 2016). Der er derfor blevet udarbejdet en digitaliseringsstrategi med materiale, der er målrettet den kommunale forvaltning, personalet i daginstitutionerne og forældre til børnene. Dette materiale skal være med til at inspirere personalet i daginstitutioner, til at arbejde med børnenes digitale dannelse, så de udvikler en reflekteret og kritisk, men motiveret tilgang til digitale redskaber.

I Hjørring Kommune skal alle kommunens skoler og dagtilbud opleve, hvilke muligheder it og medier har, ved at integrere det som en del af deres læring, således at it og medier yder en faglig, personlig og social udvikling for børnene (Undervisnings Ministeriet, u.d.). Der er mange meninger om, hvordan brugen af digitale medier skal bruges i dagtilbud. Medieforskeren Stine Liv Johansen fortæller at det er den voksnes rolle at vise barnet de muligheder, der er med de digitale værktøjer, samt sætte rammerne for brugen, imens det er lige så vigtigt at barnet får lov til at lege og eksperimentere inden for de satte rammer (Berg, 2017).

”Det vi har, er en pædagogik, som skal passe ind til den tid, vi lever i. Derfor skal der være et element af digital dannelse.” – Stine Liv Johansen, medieforsker.  
Måden hvorpå børn bliver dannet på, er først og fremmest igennem leg. Legen er barnets primære praksis, primære udtryksform og den primære aktivitet, og det er her igennem at barnet lærer, hvordan det bl.a. skal agere overfor og sammen med andre mennesker, samt en selvrealisering. Igennem de digitale teknologier kan børnene igennem leg med spil eller arbejde med billeder også bygge på de grundlæggende dannelsesprocesser.

Steen Søndergaard, forsker i IT og Pædagogik på professionshøjskolen UCC, påpeger at det for børnene, som er vant til teknologi og den digitale verden hjemmefra, kan være en udfordring i børnehaven, hvis det er en digital frizone (Quass, 2014). For børnene er teknologien en del af deres virkelighedsforståelse. Yderligere mener Søndergaard, at den digitale kunnen er en nødvendighed for børnene til at socialisere sig, og at børnehaven har en del af denne opgave.

Hvilke betydninger har det for BOBL?

Den digitale dannelse kan for BOBL betyde at legetøj på sigt bliver reduceret i takt med at IT og medier, bliver mere og mere anvendt i daginstitutioner. Dog vil legetøjet nok ikke umiddelbart forsvinde, da leg er en del af børnenes dannelsesproces. Hvis legetøjet reduceres, kan det tilbageværende legetøj have større behov for hygiejnisk behandling.

Men den vigtigste del der tages med videre er at digitale muligheder implementeres i daginstitutioner, derfor kan det på sigt give BOBL muligheder for at indgå i disse muligheder. Det kan være igennem digitale løsninger, som omhandler hygiejne, og der igennem bidrager til børns dannelse.  
At pædagogerne også for en indsigt i digitale løsninger giver BOBL muligheder for, på sigt at bruge de digitale medier som informations- og salgskanal.

## Pædagogers sygefravær

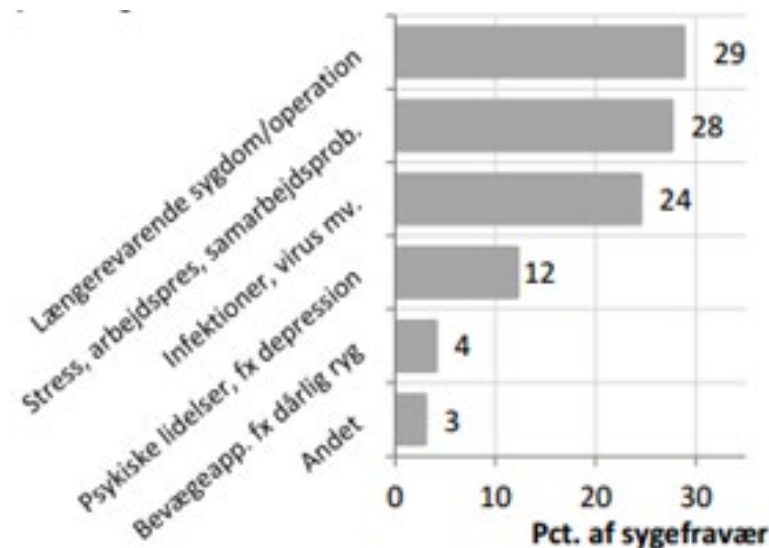
I den kommunale sektor viser det sig, at pædagoger er en af de grupper, der har det højeste sygefravær. Sygefraværstatistikken viser at pædagogerne i gennemsnit har et fravær på 14 sygedage pr. medarbejder pr. år. I forhold til de kommunale ansatte generelt viser tallene fra 2014 (BUPL, Andreas Enghoff, 2015), at 14 sygedage er to sygedage over gennemsnittet. Pædagogerne ligger i felt sammen med fagfælderne; pædagogmedhjælpere, pædagogiske assistenter og pædagogstuderende.

Hvad årsagerne til det høje sygefravær er, skyldes flere forskellige parametre som; det fysiske og psykiske arbejdsmiljø, normeringer og besparelser, og lav grad af social kapacitet.

Den naturlige årsag til sygefraværet er, at pædagoger befinder sig i et miljø, hvor der arbejdes tæt sammen med børn, som oftere bliver syge og nemt spreder bakterier og vira. I februar 2015 adspurgte BUPL sine medlemmer, hvad hovedårsagen til sygefraværet var. Ud af 622 respondenter viste det sig, at den naturlige årsag i form af sygdom med virus, influenza og infektioner og lign. ligger på en tredjeplads med 24%. De 24% svarer til 3,4 sygedage. De naturlige årsager bliver overgået af kategorierne; "Stress, arbejdspress, samarbejdsproblemer" på 28% og "Længerevarende sygdom/operation" på 29%.

Det får den faglige sekretær hos BUPL, Mette Aagaard Larsen, til at mene, at årsagen til sygefraværet ligger i arbejdsmiljøet (Trine Vinther Larsen, BUPL, 2014).

Lars Søgaard, der er forretningsudvalgsmedlem i BUPL med ansvar for arbejdsmiljø (Trine Vinther Larsen, BUPL, 2016), mener at god hygiejne er vigtigt og kan have en virkning på sygefraværet. Dog fortæller han at god hygiejne ikke er nok, da den kun udgør de 24% af fraværet. Søgaard ser gerne, at indsatsen på den del af sygefraværet, som skyldes stress, arbejdspress og nedslidning, prioriteres højere fra kommunernes side.



iii.16

*"Det betyder, at mange pædagoger oplever ikke at kunne gennemføre aktiviteter eller går hjem med dårlig samvittighed over ikke gøre det for børnene, som de ved de med deres faglighed kunne, hvis bare der var tid og hænder nok"*  
- Mette Aagaard, faglig sekretær hos BUPL.

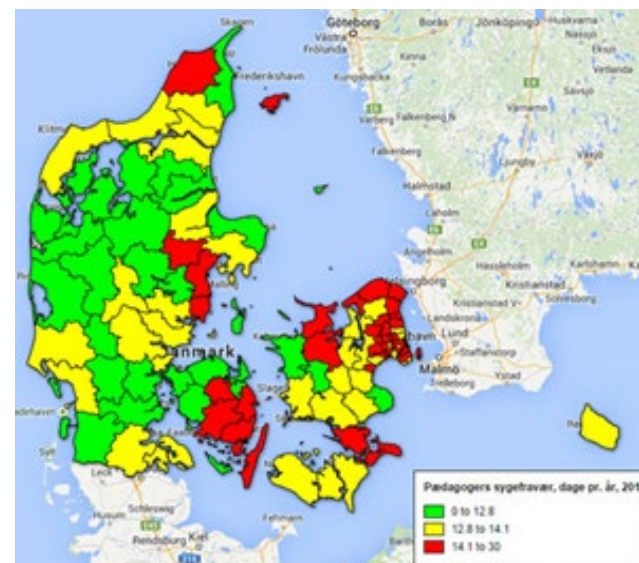
## BOBL's synspunkt på sygefraværet

Baseret på egne erfaringer fra tiden som pædagogmedhjælper, vil jeg have troet at infektioner, vira, influenza, forkølelse og lign. var skyld i det høje sygefravær. Der er selvfølgelig fejkilder i undersøgelsen som fx; hvem der er blevet spurgt, hvornår de er blevet spurgt, og hvordan de er blevet spurgt. Der er dog et reelt problem at arbejde med, når en kombination af "Infektioner, vira, forkølelse og lign." og "stress og arbejdspress" er skyld i 52% af sygefraværet.

Ender det med at en af pædagogerne lægger sig syge, vil det automatisk øge presset af arbejdsopgaver på de andre pædagoger, også selvom der indsættes en vikar. Det øgede arbejdspress leder ofte til impulsive løsninger, hvor der nedprioriteres på nogle af opgaverne, for at dagligdagen i institutionen kan løbe rundt. Selvom det er en situation, der er ikke beregnelig kalkule, har det en indvirkning på pædagogerne, da opgaver der ikke nås skaber et pres.

*"Det er jo alt det man ikke når, man bliver presset over"*

*– Mette, pædagogisk leder i Børnehaven Pilehaven.*



ill.17

På kortet (ill. 17) ses variationen på pædagogernes sygefraværet i 2013, som værende nyeste tal, i landets kommuner.

# Konkurrence

For at finde ud af hvor stor konkurrencen er på markedet, er der i projektet blevet undersøgt, om der findes virksomheder, der udbyder samme eller lignende service. Der er yderligere analyseret om kommunerne har lavet nogle tiltag i daginstitutionerne, der kan skabe en konkurrence.

## Dullerfiks

Dullerfiks er et hygiejneprojekt, som i 2015 vandt årets Hygiejnepris (Kolding Kommune, 2015). Projektet var et samarbejde imellem Kolding Kommune, University College Syddanmark, Erhvervsakademi Kolding og private virksomheder, og havde til formål at fremme kommunikationen om god hygiejne for børn, fagfolk og forældre i Kolding Kommune. Igennem en klarere kommunikation er projektet tiltænkt at hygiejneniveauet skabe en hygiejneadfærd, så sygefraværet hos børn, pædagoger og forældre kunne sænkes (Kolding Kommune, 2015).

Dullerfiks er en løsning med fire områder; Eventyr og rollemodeller, Hygiejneviden for personale og forældre, Rengøring af legetøj, og teknologiske løsninger (Kolding Kommune, 2015). Inden for området "Rengøring af legetøj" er løsningen blevet inspireret af en vaskehal. Her er det tiltænkt at børnene, trin-for-trin, kan hjælpe med at vaske legetøjet som en pædagogisk aktivitet. Igennem gamification bliver børnene inddraget til en at få en bedre hygiejneforståelse, da de kan opnå Dullerfiks diplomer ved fx rigtig håndvask. Her er det hensigten, at børnene på en ny og sjov måde kan få en forståelse for vigtigheden af hygiejne. I et samarbejde med Kärcher, har daginstitutionerne fået lavet en løsning der kan dampe legetøjet.



ill.18



ill.19

Resultatet, som foreløbigt er opnået, er ifølge projektlederen Mona Lisa Willads Petersen, at Dullerfiks projektet er blevet en del af hverdagen i daginstitutionerne i forhold til håndhygiejne .

## UviCube

UviCube er en amerikansk virksomhed, der igennem Kickstarter har startet med et produkt af samme navn (UviCube, n.d.). UviCube er en maskine, der via UV-lys desinficere babyudstyr som fx sutteflasker og sutter, men kan også bruges til andre genstande som fx mobiler og legetøj.

Med reflekterende overflader inde i maskinen er det muligt for UV-lyset at ramme flere af genstandenes overflader. For at brugeren får mest ud af brugen af UviCube, skal sutteflaskerne vaskes først, og derefter kan UV-lyset desinficere genstanden. Med infrarød lys og luft bliver genstandene efterfølgende tørret ved lav varme.

UviCube kan med UV-lyset dræbe op til 99,9% af bakterierne, hvilket er med til at beskytte babyer imod bakterier, da deres immunforsvar stadig ikke er fuldt udviklet. Brugen kan vælge i mellem 3 cykler, hvor den primære cyklus består af en tørringsproces på 35 minutter samt en desinficeringsproces på 10 minutter. Derudover kan brugeren vælge kun at få desinficeret genstande, der ikke tåler vand før (fx mobiltelefoner) og/eller en ekstra tørringsproces på 5 min.



ill.20

## Washa

Washa er et startup fra 2014 bestående af tre iværksættere, som leverer en "on-demand" vaske- og renseservice til private forbrugere (Washa, u.d.). Virksomheden er startet op på grundlaget, at gøre hverdagen lettere for kunderne og give dem mere tid til det de holder af. Servicen fungerer således at en ny kunde opretter en profil, som efterfølgende tager stilling til hvor og hvornår sit vasketøj skal afhentes og leveres.

En Washamedarbejder (Vaskehelt) henter vasketøjet på den aftalte adresse og leverer det tilbage inden for 48 timer. Yderligere leverer Washa også vaske- og renseløsninger for erhvervsdrivende.

Washa har fået investeringer af vaskerigiganten Berendsen, samt været med i Løvens Hule på Dr1, og fik investeringer af Christian Stadil, Tommy Ahlers og Jesper Buch (Anders Tang, Iværksætteren, 2015).

## Danske vaskerier

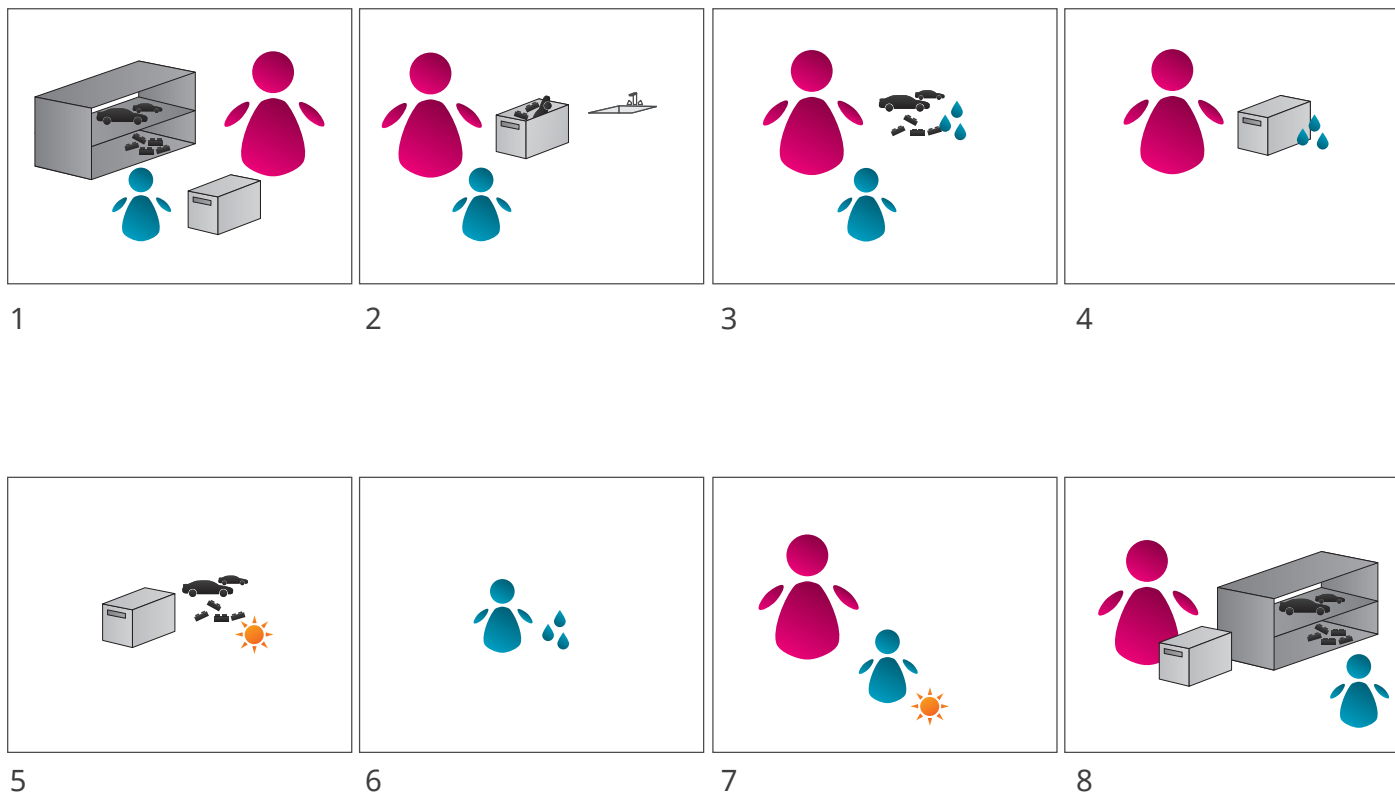
På markedet findes der et par større spillere som fx Berendsen Textil Service A/S og De Forenede Dampvaskerier (DFD). Disse vaskerigiganter leverer vaskeriservice for både virksomheder, kommuner og private (Berendsen, u.d.).

Begge af disse renserivirksomheder fokuserer på en totalløsning, hvor de afdækker de tekstiler deres kunder har behov for. Hermed kan deres kundevirksomheder outsource alt fra arbejdstøj til linned og måtter. Efterfølgende sørger Berendsen og DFD for vask, vedligeholdelse og levering efter kundens behov (De Forenede Dampvaskerier, 2015).

# Customer Journey Map (CJM)

Ved at mappe brugerens købs-/eller brugsrejse, skabes en indsigt i brugerens oplevelse af eksisterende serviceydelser og de omgivelser serviceydelserne afvikles i (Bechmann, 2010). På denne måde kan et overblik dannes og bruges til at forbedre serviceydelserne. Det er muligt at observere brugeren eksternt, eller få brugeren til selv at notificere "rejsen" og de oplevelser han/hun oplever.

Formålet med CJM er at registrere huller og svage led, som har en central betydning for den værdi, der bliver leveret til brugeren, således de kan forbedres. Customer Journey Mapping kan derfor bruges på forskellige tidspunkter i designprocessen; observation, ideudvikling og test.



iii.21



Der er derfor i projektet blevet lavet en CJM for rengøringsprocessen baseret på indsigt skabt i Gammel Hasseris Børnehave.

1. Pædagogen samler en kasse med det legetøj, der skal rengøres. Ofte hjælper børnene med.

2. Kassen med legetøj bliver enten taget med ud til køkkenvasken, toiletterne eller udenfor.

3. Legetøjet vaskes. Børnene hjælper til/leger med.

4. Den tomme kasse bliver også gjort rent.

5. Legetøjet og kassen lægges til tørre (se ill 22).

6. - 7. De børn, som har hjulpet til, er blevet våde ved at have leget med vandet, og skal derfor skiftes til noget tørt tøj.

8. Når legetøjet er blevet tørt, lægges det tilbage på hylden.



ill.22

# Interviews

For at få en større indsigt i, hvordan pædagogerne selv oplever vask af legetøj, hvor tit det gøres, og hvilke følelser det medbringer, er pædagogerne i henholdsvis Gammel Hasseris Børnehave og Børnehaven Pilehaven blevet interviewet.

Interview med Lotte, Pædagog,  
15.11.2016

**Hvor tit bliver der gjort rent i børnehaven?**

**- Hvad dækker dette over?**

*Der bliver gjort rent hver dag. Vi har nu fået noget der hedder synligt-rengøring. Det vil sige at en rengøringsdame kommer og gør rent fra 6-9. Hun følger en plan over, hvilke rum der skal gøres rent på bestemte dage. Denne rengøring dækker bl.a. over; aftørring af gulv, rengøring af overflader (hvor pædagogerne skal gøre overfladerne tilgængelige på forhånd) og fjerne pletter. Vi rengør selv møbler, reoler, skuffer, servitricer og køkkener.*

**Bliver legetøjet gjort rent lige så tit?**

**- Hvis ja, hvordan?**

**- Hvis nej, hvorfor ikke?**

*Nej, legetøjet bliver ikke gjort rent lige så tit. Hen imod juleferie eller sommerferie, bliver det legetøj, der er blevet brugt meget, rengjort. Det plejer kun at være 1-2 gange om året. Enten er det en aktivitet, hvor børnene skal inddrages, ellers skal man kunne gå fra børnene, da der er meget legetøj. Det på depotet bliver ikke rengjort.*

**Hvordan rengøres jeres legetøj?**

*Hvis det er børnene, der hjælper til, skrubbes den ene siden mens den anden bliver glemt. Nogle plastikting kan godt vaskes i opvaskemaskinen. Mange af dukketingene (fx dyr) er det ikke hensigtsmæssigt at lade det ligge i vandet for længe, da vandet har svært ved at løbe ud igen. Men måden det foregår på er at; vasken bliver fyldt op med sæbe, legetøjet bliver smidt i, og derefter vasket. Efter vask lægges legetøjet til aftørring. Vi står ikke og tørrer hver enkel del af.*

**Bliver legetøjet skiftet ud med andet legetøj?**

**- Hvorfor?**

**- Hvor tit?**

*Ja vi skifter legetøjet ud med andet legetøj, da noget legetøj bliver leget ud og kedeligt. Derfor skal de have nye input med enten nyt legetøj eller legetøj der har været gemt væk. Dette bliver ikke vasket af inden det tages frem eller når det stilles tilbage på depotet. Dog kan noget godt blive støvet af hvis det er støvet, men som regel er det blevet lagt i nogle tætsluttende bokse. Det bliver nok skiftet ud halvårligt. tørrer hver enkel del af.*

**Er I påtvunget at skulle rengøre legetøjet?**

**- Af hvem?**

*Ja vi skal, så vidt jeg ved, gøre hovedrent i legetøjet en gang om året. Jeg mener at det er kommunen, som pålægger os det.*

### Giver det mening for jer at rengøre legetøjet?

*Ja det giver mening at gøre legetøjet rent, for børnene godt kan finde på at proppe tingene i munden eller næsen. Det er en nedprioriteret opgave, da den menneskelige kontakt er vigtigere.*

### Hvordan føles denne opgave?

*Det er jo rengøring, så det bliver aldrig en leg. Det er da en skal-opgave. Det er da sådan noget man får dårlig samvittighed over, hvis der ikke er blevet gjort rent i lang tid. Vi ved jo at det efter en rengøring er blevet beskidt efter 14-dages tid.*

### Hvordan har du det med at skulle rengøre legetøjet?

*Jeg tager det stille og roligt med at vaske legetøjet med børnene, dog skal man lige være opmærksom på at børnene skal skifte tøj efter, da de ofte bliver våde af at lege med vandet. Det tager lang tid, da meget af legetøjet skal bruge lang tid på at tørre.*

## Facebook undersøgelse:

Yderligere blev spørgsmålet "Hvor tit legetøjet bliver vasket, og hvis det ikke er mere end de 1-2 gange, hvorfor så ikke oftere?" stillet på pædagogernes Facebook gruppe, som har 29.423 medlemmer. Dog svarede ikke flere end 4 respondenter, men svarerne lignede stort set svarene fra interviewene. Disse svar ses her:

*- "Det tager tid fra børnene, hvis pædagogerne og medhjælpere skal vaske legetøjet mere end de der 1-2 gange årligt".*

*- "Pga tid".*

*- "I min datters institution tager de børnene med ud på badeværelset og vasker det. Så går der leg i den, og de råhygger sig med det. Har indtryk af, at det er meget oftere end et par gange om året".*

*- "Jep, det handler vel om prioritering. En idé kunne selvfølgelig være, at man gjorde det til et projekt med børnene, så legetøjet kunne blive vasket lidt oftere".*

# Pædagogers Arbejdsuge

For at illustrere hvordan en typisk arbejdsuge ser ud for pædagoger, er der her blevet lavet et skema (bilag 2), baseret på egne erfaringer og indsamlet data fra interviews (bilag 3).

I deres hverdag har pædagogerne yderligere en masse ad hoc opgaver som;

Sikre at børnene bliver modtaget godt om morgenen, holde status på fremmødte børn, opfordre børnene til leg, skabe nye lege, klare konflikter, tage sig af uheld og skader, tømme/fylde opvaskemaskine, lave kaffe, bage brød til børnenes eftermiddagsnack, holde status på hvilke børn, der er hentet, samt rydde legetøj op sammen med børnene, gøre klar til at institutionen kan blive rengjort.

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag
	Børnehaven åbnes Pædagogen tænder MinInstitution systemet, Når de første børn kommer, startes små aktiviteter.	Børnehaven åbnes Pædagogen tænder MinInstitution systemet, Når de første børn kommer, startes små aktiviteter.	Børnehaven åbnes Pædagogen tænder MinInstitution systemet, Når de første børn kommer, startes små aktiviteter.	Børnehaven åbnes Pædagogen tænder MinInstitution systemet, Når de første børn kommer, startes små aktiviteter.	Børnehaven åbnes Pædagogen tænder MinInstitution systemet, Når de første børn kommer, startes små aktiviteter.
6.30	Fri leg	Fri leg	Fri leg	Fri leg	Fri leg
	Pædagog møder ind. - sætter sig ind på anden stue og laver aktiviteter med børnene.	Pædagog møder ind. - sætter sig ind på anden stue og laver aktiviteter med børnene.	Pædagog møder ind. - sætter sig ind på anden stue og laver aktiviteter med børnene.	Pædagog møder ind. - sætter sig ind på anden stue og laver aktiviteter med børnene.	Pædagog møder ind. - sætter sig ind på anden stue og laver aktiviteter med børnene.
8.00	Fri leg for børnene	Fri leg for børnene	Fri leg for børnene	Fri leg for børnene	Fri leg for børnene
	To pædagoger møder ind Børnene får en formiddagsmad.	To pædagoger møder ind Børnene får en formiddagsmad.	To pædagoger møder ind Børnene får en formiddagsmad.	To pædagoger møder ind Børnene får en formiddagsmad.	To pædagoger møder ind Fredagsmøde Børnene får en formiddagsmad.
9.00		Børnehaven skal ud på gatur. En pædagog skifter ble på de børn med ble.		Tematorsdag. Her skal hver stue med pædagog udføre tematiske opgaver	
10.00	Hver stue laver aktivitet med pædagog.	En pædagog hjælper børnene i udetøjet	Hver stue laver aktivitet med pædagog.		Hver stue laver aktivitet med pædagog.
	Der stilles frem til frokost. inden frokost laver pædagogerne en aktivitet med børnene. Frokost. En Pædagog går på legepladsen. En pædagog hjælper børnene i udetøjet En pædagog rydder af og sørger for opvaskemaskinen.	Frokost. En Pædagog går på legepladsen. En pædagog sørger for opvaskemaskinen.	Der stilles frem til frokost. inden frokost laver pædagogerne en aktivitet med børnene. Frokost. En Pædagog går på legepladsen. En pædagog hjælper børnene i udetøjet En pædagog rydder af og sørger for opvaskemaskinen.	Der stilles frem til frokost. inden frokost laver pædagogerne en aktivitet med børnene. Frokost. En Pædagog går på legepladsen. En pædagog hjælper børnene i udetøjet En pædagog rydder af og sørger for opvaskemaskinen.	Der stilles frem til frokost. inden frokost laver pædagogerne en aktivitet med børnene. Frokost. En Pædagog går på legepladsen. En pædagog hjælper børnene i udetøjet En pædagog rydder af og sørger for opvaskemaskinen.
11.00	En pædagog går til pause.	En pædagog går til pause.	En pædagog går til pause.	En pædagog går til pause.	En pædagog går til pause.
	På skift går pædagogerne til pause. En pædagog har kontortid, og klarer administrativt arbejde	På skift går pædagogerne til pause. En pædagog har kontortid, og klarer administrativt arbejde	På skift går pædagogerne til pause. En pædagog har kontortid, og klarer administrativt arbejde	På skift går pædagogerne til pause. En pædagog har kontortid, og klarer administrativt arbejde	På skift går pædagogerne til pause.
12.00	En pædagog har fri kl 13	En pædagog har fri kl 13	En pædagog har fri kl 13	En pædagog har fri kl 13	En pædagog har fri kl 13
	En pædagog skifter ble på de børn med ble. Børnene får frugt og brød. En pædagog går hjem kl 14. Fri leg på legepladsen. Børnene hentes fra 14- 16.45. Tredje pædagog går hjem kl 16.	En pædagog skifter ble på de børn med ble. Børnene får frugt og brød. En pædagog går hjem kl 14. Fri leg på legepladsen. Børnene hentes fra 14- 16.45. Tredje pædagog går hjem kl 16.	En pædagog skifter ble på de børn med ble. Børnene får frugt og brød. En pædagog går hjem kl 14. Fri leg på legepladsen. Børnene hentes fra 14- 16.45. Tredje pædagog går hjem kl 16.	En pædagog skifter ble på de børn med ble. Børnene får frugt og brød. En pædagog går hjem kl 14. Fri leg på legepladsen. Børnene hentes fra 14- 16.45. Tredje pædagog går hjem kl 16.	En pædagog skifter ble på de børn med ble. Børnene får frugt og brød. En pædagog går hjem kl 14. Fri leg på legepladsen. Børnene hentes fra 14- 16.30. Tredje pædagog går hjem kl 16.
14.00					
	Børnehaven lukker for i dag Den sidste pædagog gør børnehaven klar til rengøring.	Børnehaven lukker for i dag Den sidste pædagog gør børnehaven klar til rengøring.	Børnehaven lukker for i dag Den sidste pædagog gør børnehaven klar til rengøring.	Børnehaven lukker for i dag Den sidste pædagog gør børnehaven klar til rengøring.	Børnehaven lukker 16.30 Den sidste pædagog gør børnehaven klar til rengøring.
16.45					







# Løsning

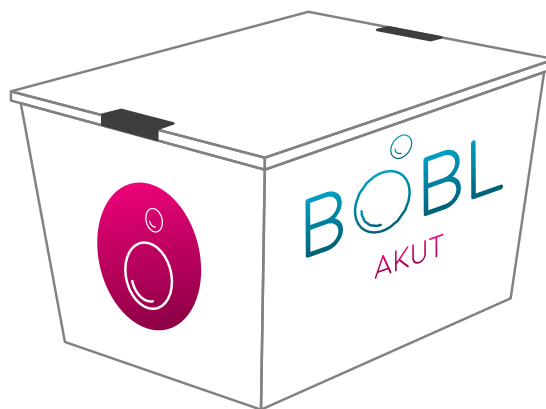
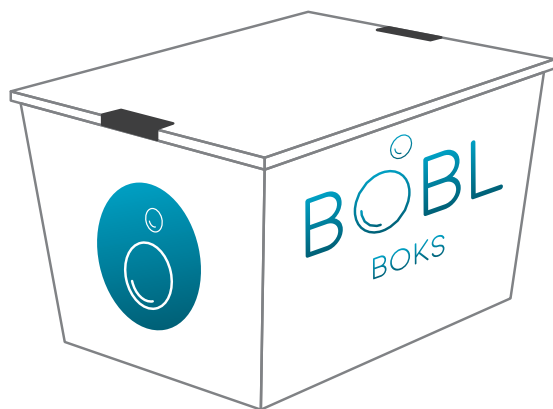
Efter analysefaserne er den indsamlede indsigt blevet brugt til at skabe en konceptløsning. Denne løsning er blevet til virksomheden BOBL. Dette afsnit tager derfor læseren med igennem løsningen ligefra; serviceydelsen til forretningsmodellen og de strategiske fordele.



## Løsning

For at kunne hjælpe pædagogerne i daginstitutionerne, vil løsningen være at udlicitere opgaven med rengøring af legetøjet til en virksomhed, nemlig BOBL. På denne måde opretholder daginstitutionen anbefalingen fra kommunens side med at legetøjet minimum bør rengøres 12 gange om året, samtidig med at pædagogerne stadig kan udføre sine kerneydelser.

BOBL er en servicevirksomhed, der tilbyder daginstitutioner at hente, rengøre og aflevere institutionens legetøj. Servicen består af en primær løsning i form af en BOBL-boks, samt en tilvalgsløsning; BOBL-akut.



ill.25

### BOBL-boks:

32L

Bliver hentet på destinationen en gang om måneden på aftalt tidspunkt, legetøjet bliver afleveret tilbage, rengjort, efter senest 48 timer. Koster 500kr. pr. måned – abonnementsløsning.

### BOBL-akut:

32L.

I tilfælde af akutte smitsomme sygdomme, kan daginstitutionen bestille en akut-kasse, der bliver hentet ASAP, rengjort og afleveret tilbage inden for 24t.

Koster 100kr. pr. gang.

# Prototyping

Prototyper repræsenterer designet før den endelige produkt eller service er færdiglavet. Formålet med prototyper er at supplere information til design processen samt design beslutninger, og kan derfor være alt fra sketches til modeller der; ligner eller fungerer som det endelige design (Jane Fulton Suri, 2000). Prototyper giver designerne mulighed for at;

- Forstå de eksisterende oplevelser brugerne har i en given kontekst
- Undersøge og vurdere design ideer
- Kommunikere designideerne til medarbejderne, brugerne eller andre aktører.

Igennem prototyping bliver problemer og løsninger mere håndgribelige, og det er derfor nemmere for både designerne og brugerne at sammenligne prototyperne med personlige erfaringer. Derfor kan designere med fordel inddrage sine brugere i designprocessen.

Det er dog vigtigt at aktørerne har samme mindset, for at kunne kommunikere på samme niveau, samt mindsettet er rigtigt i forhold til processen. Det vil sige at de prototyper, der skal bruges til at undersøge problemet, helst skal være lavteknologiske i form af modeller i pap, sketches, eller lign. Det er derimod muligt med højteknologiske prototyper er lettere at udvikle på løsningen igennem andre værktøjer og teknikker.

Med dette fortalt er prototyper et vigtigt element, når der arbejdes med innovation, som kræver få ressourcer, og gør det muligt for designere at få en forståelse af problemets og løsningernes omfang, samt videreudvikle på løsninger.

*"What I hear I forget. What I see, I remember. What I do, I understand!"*

*– Lao Tse, kinesisk filosof*

# BOBL's Prototyping

I udviklingen af BOBL er prototyping blevet brugt for at finde ud af, hvordan servicen vil fungere i praksis. Der er derfor blevet testet følgende;

- Vaske- og tørreopgavens omfang
- Om det har en effekt at vaske legetøjet

Vaske- og tørreopgavens omfang:

For at gøre testen så virkelighedstro som muligt, blev både småt og stort blandet legetøj fyldt i en kasse på ca. 20L. Dette blev lagt i en større kasse med sæbevand i og vasket manuelt med børste, for at fjerne smuds, snavs og fedt fra legetøjet. Herefter blev det lagt på et håndklæde og dampet. Dampen er med sin varme med til at desinficere legetøjet. En antagelse var også at med dampens varme og små partikeldråber gjorde tørringsprocessen hurtigere. Det viste sig at dampen ikke gjorde tørringsprocessen hurtigere, dog var lufttørring meget effektivt.

Tiden for vask: 16 min 20 sek.

Tiden for tørring: 37 min 40 sek.





ill.26



ill.27



ill.28



ill.29



## Effekten af legetøjsvask

Effekten ved legetøjvask:

Legetøjet har stået på lager i lukkede og lufttætte kasser, og har derfor ikke kunne samle støv. Før vask blev sæbevandet fotograferet for at bruge det som referencepunkt. Det viste sig at legetøjet efter almindelig leg, er blevet beskidt og trængte til en vask.



Før

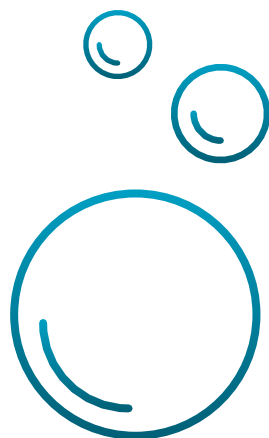


Efter

Først og fremmest bekræftede testen at tørringsprocessen tog længere tid end vaskeprocessen. At miljøet udenfor var en gavnlig hjælp på tørringsprocessen i form af vind og sol, gav en indsigt i at BOBL skal investere i et tørreskab. Dette sikrer også at eventuelle huller eller semilukkede rum i legetøjet også bliver tørt.

Til det manuelle vaskearbejde, som tiltænkes at være startproceduren i BOBL, er det igennem testen også fundet ud af, at hårene på vaskebørsten har betydning. Til testen blev en børste med hårde hår brugt, hvilket medførte at enkelte klistermærker blev skrubbet af i vaskeprocessen, derfor er det blevet gjort klart at til fremtidige vask skal bruges bløde hår. Yderligere har det givet indsigt til et punkt til en tiltænkt sikkerhedsgaranti.

# Proces



SÆBE

Sæbe:  
Legetøjet bliver vasket i sæbevand med en temperatur på 30°C - 45°C. Sæben fjerner fedtstoffer, snavs og bakterier på legetøjet.



DAMP

Damp:  
Legetøjet dampes med en dampmaskine. Her bliver det desinficeret, og de sidste bakterier bliver fjernet.



Tørring

Varme:  
Legetøjet sættes i et varmeskab, hvor det via varme og luft kommer igennem en tørringsproces.

ill.32

## BOBL Forretningsmodel

BOBL har igennem projektet brugt Business Model Canvas (BMC) til at skabe et overblik over forretningsmodellen, samt prøve nye alternativer af.

BOBL's BMC kan ses på side 64-65

### Customer segment:

De primære brugere af servicen er de pædagogiske personale i institutionerne. Disse kan deles ind i to grupper; de pædagogiske ledere og de pædagogiske medarbejdere.

Den pædagogiske leder fungerer som leder af børnehaven og som pædagog. Lederen er personen, som sidder med det administrative opgaver i børnehaven, og derfor også vælger hvilke produkter og services, der gavner børnehaven inden for rådighedsbeløbet.

De pædagogiske medarbejdere er dem, der står for den pædagogiske læring og pasning af børnene – dvs. alt fra bleskift til leg, samt almen dannelse.

Yderligere er den enkelte kommunes forvaltning på børneområdet kunde for servicen, da det er dem, der i sidste ende betaler for servicen.

Sidst er børn og deres forældre også en del af servicen, da da den har en påvirkning på dem.

### Value Proposition:

Pædagogerne har mulighed for at udføre sine primære opgaver som fx at skabe oprette god trivsel for børnene, og sikre dem almen dannelse. På denne måde højnes institutionens kvalitet også.

Den pædagogiske leder kan sikre eller øge det hygiejniske niveau i institutionen, og derigennem sikre/øge det kvalitetsmæssige niveau. Yderligere spares der penge igennem færre sygedage hos medarbejderne, og det administrative arbejde med at finde vikarer til sygedagene.

Børnene og deres forældre kan via den højnede hygiejne få færre sygedage. Dette sparer i sidste ende samfundet for penge, da forældrene ikke skal have så mange "barnets 1. sygedag".

Kommunen sikrer et højnet hygiejne niveau i sine daginstitutioner, samtidig med at de sparer penge i forhold til at pædagogerne selv skulle vaske legetøjet.

### Channels:

For at nå ud til de daglige ledere i institutionerne, er det først tiltænkt at bruge cold canvas. Derefter skal en hjemmeside informere potentielle kunder om servicen og lede til et køb.

Målet er at skabe en service, der medbringer positive oplevelser, så BOBL kan opnå en word-of-mouth effekt.

Det er yderligere tiltænkt at få skabt en værdi igennem PR, ved fx at bruge BUPL-fagbladet.



## Customer Relation:

En prøveperiode kan give pædagogerne et indblik i servicen, og på denne måde få en forståelse for, hvordan servicen virker, samt hvordan det letter arbejdsopgaven med rengøringen af legetøj.

Til akutte situationer kan pædagogerne ringe til BOBL, for at bestille en akutkasse service.

## Revenue Streams:

BOBL-boksen er en abonnement løsning på 6000kr./årligt.  
BOBL-akutkasse koster 100kr. pr. gang

## Key Ressources:

For at BOBL servicen kan fungere, kræver det at virksomheden har en bil, der kan hente legetøjet i børnehaverne. Yderligere bør BOBL have et lille lager af BOBL-bokse og BOBL-akutkasser til institutionerne i tilfælde af nye kunder eller en forøgelse af kasser hos de eksisterende kunder. For at kunne rengøre legetøjet, skal BOBL have et sted at kunne vaske legetøjet, muligheden for at få og komme af med rengøringsvandet, samt rengøringsartiklerne.

Alt efter hvor stort markedet bliver, kræves der på et tidspunkt flere ansatte og eventuelle afdelinger rundt omkring i Danmark.

## Key Activities:

Kerneydelsen er at rengøre børnehavernes legetøj, derfor bliver key-aktiviteterne for BOBL at vaske, pudse og/eller desinficere legetøjet. Yderligere skal BOBL sørge for at hente legetøjet, holde logistik over legetøjet, så det passer til den rigtige børnehave, og bringe det tilbage efter rengøring.

## Key Partners:

BOBL's keypartner vil blive et marketingsbureau, som kan hjælpe til med at lave kampagner.  
Det kan dog også på sigt godt tiltænkes at enten distributionen sker i samarbejde med et fragtfirma, eller at rengøringen sker i samarbejde et med et renseri.

## Costs:

Da BOBL er en ny virksomhed, er der nogle etableringsomkostninger, men med tiden er omkostningerne; leje af lokaler, forsikringer, benzin/diesel, løn, vand og el.



## Key Partners

Marketingsbureau.



## Key Activities

Rengøring af legetøj.  
Desinficering af legetøj.  
Transport.  
Logistik.  
Marketing.



## Key Resources

Bil. Tørreskab.  
BOBL-bokse. Marketing.  
Vand.



## Cost Structure

Etableringsomkostninger.  
Leje af lokaler.  
Forsikringer.  
Løn.  
Leasing af bil.  
Transport.

Materialer.  
Vand.  
El.  
Tørreskab.  
Dampmaskine.

ill.33



## Value Proposition

Sygdom og smitte bliver forebygget.

Pædagogerne kan udføre sine primære pædagogiske opgaver.

Pædagogerne, børnene og forældrene kan få færre sygedage.



## Customer Relationships

En prøveperiode gør servicen mere håndgribelig.

Support



## Customer Segments

Primær bruger:  
Det pædagogiske personale.

Primær kunde:  
Den pædagogiske leder.

Sekundære brugere:  
Børnene i børnehaven  
Børnenes forældre

Sekundære kunder:  
Kommunens forvaltning



## Channels

Cold canvas.  
Hjemmeside.  
Annoncer i BUPL og anden PR.  
Word-of-mouth  
Testimonials



## Revenue Streams

Abonnement (BOBL-boks)

Pay pr. unit (BOBL-akutkasse)

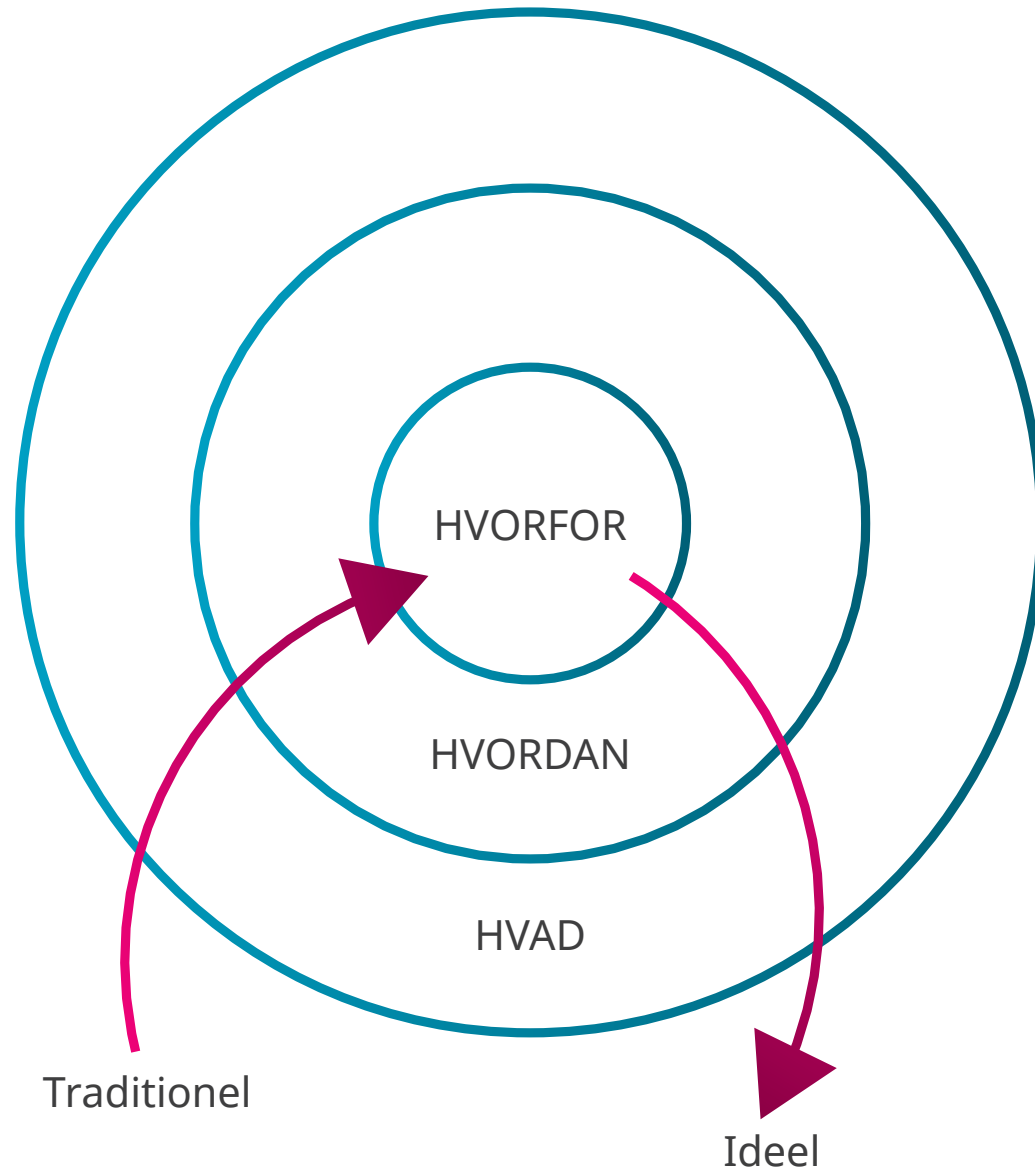
# The Golden Circle

The Golden Cirkel er blevet brugt som vejledning til at skabe BOBL's eksistensgrundlag. The Golden Cirkel er en model udtænkt og lavet af Simon Sinek, og består af tre dele; Hvad, Hvordan og Hvorfor. (Simon Sinek, TEDx Talks, 2009) Disse tre spørgsmål er med til at repræsentere en given virksomhed, hvor (Hvad) definerer, hvilke ydelser eller produkter virksomheden leverer. (Hvordan) fortæller kunderne om, hvordan virksomhedens laver det den gør, hvordan sine produkter og service virker og bliver leveret, imens (Hvorfor) udgør kernen af virksomhedens eksistensgrundlag, og er med til at fastlægge, hvorfor virksomheden gør som den gør.

Med denne fremgangsmåde; hvad, hvordan og hvorfor, kan mange virksomheder have let ved at fortælle hvad de laver og levere, og hvordan de gør det, men har svært ved at fortælle hvorfor de egentligt eksisterer. Yderligere bliver virksomheden hurtigt uinspirerende for kunderne, da virksomheden har sværere ved at skille sig ud fra sine konkurrenter, der også bruger samme måde. Ifølge Simon Sinek er indtjeningen af penge er ikke et eksistensgrundlag, men derimod et resultat af det virksomheden gør.

Simon Sinek fortæller at ved at bytte rundt på modellen således at; hvorfor, hvordan, og hvad bliver kommunikeret, har virksomheden lettere ved at fastlægge sin filosofi. Bliver filosofien kommunikeret ud til kunderne først, og hvordan den har tænkt sig at leve op til sin filosofi, er det lettere for virksomheden at matche virksomhedens adfærd med kundernes adfærd, og derigennem skabe en kunderelation. Herefter kan virksomheden fortælle sine kunder at de med sine produkter, har mulighed for at få rationaliseret sin adfærd.

På et mere kritisk plan er en manglende parameter i The Golden Circle, ifølge Lex Sisney, der er CEO coach og har skrevet bogen *Organizational Physics*, punktet (Hvem). Hvis en virksomhed kun fokuserer på sine grundlag, kan den hurtigt gå hen at miste kontrol over hvilke segmenter de hjælper og hvad de egentligt hjælper med. Så ved at vide hvem din målgruppe er og hvilke behov de har, har virksomheden en grund til at starte op (Sisney, 2013).



ill.34

# Markedsstørrelse

## Totale marked

For at finde ud af det totale marked, er det blev undersøgt hvor mange børnehaver, der findes i Danmark. Ifølge Dansk Statistik var der i 2013 1285 børnehaver og 2379 aldersintegrerede institutioner (en kombination af børnehaver og dagpleje), som sammenlagt ligger på 3664 institutioner.

## Penetrabel marked

Da markedet er for stort for BOBL til at kunne dække alle børnehaverne i Danmark i starten, er det tiltænkt at starte BOBL servicen ud med at dække Aalborg Kommune, som har 155 institutioner. For at finde ud af om BOBL kan servicere institutionerne i Aalborg Kommune, er regnestykket stillet op på følgende vis;  $155 \text{ børnehaver} / 22 \text{ arbejdsdage} = \text{ca. } 7$  institutioner om dagen. Som det blev fundet ud af i testen, tager en rengøring af fyldt BOBL-boks, et sted imellem 15min. – 30min., hvilket betyder at BOBL servicen kan rumme Aalborg Kommunes institutioner med transport inkluderet, samtidig med at der er plads til at udvide kundekredsen til andre kommuner.

Det er dog tiltænkt at starte ud fra scratch med en kreds af børnehaver på 14 børnehaver, for at kunne tilpasse og teste BOBL servicen. Det kan lade sig gøre, da der i mit netværk er to børnehavedere fra samme kreds, der er villige til at tage det med videre til kredsmøderne.

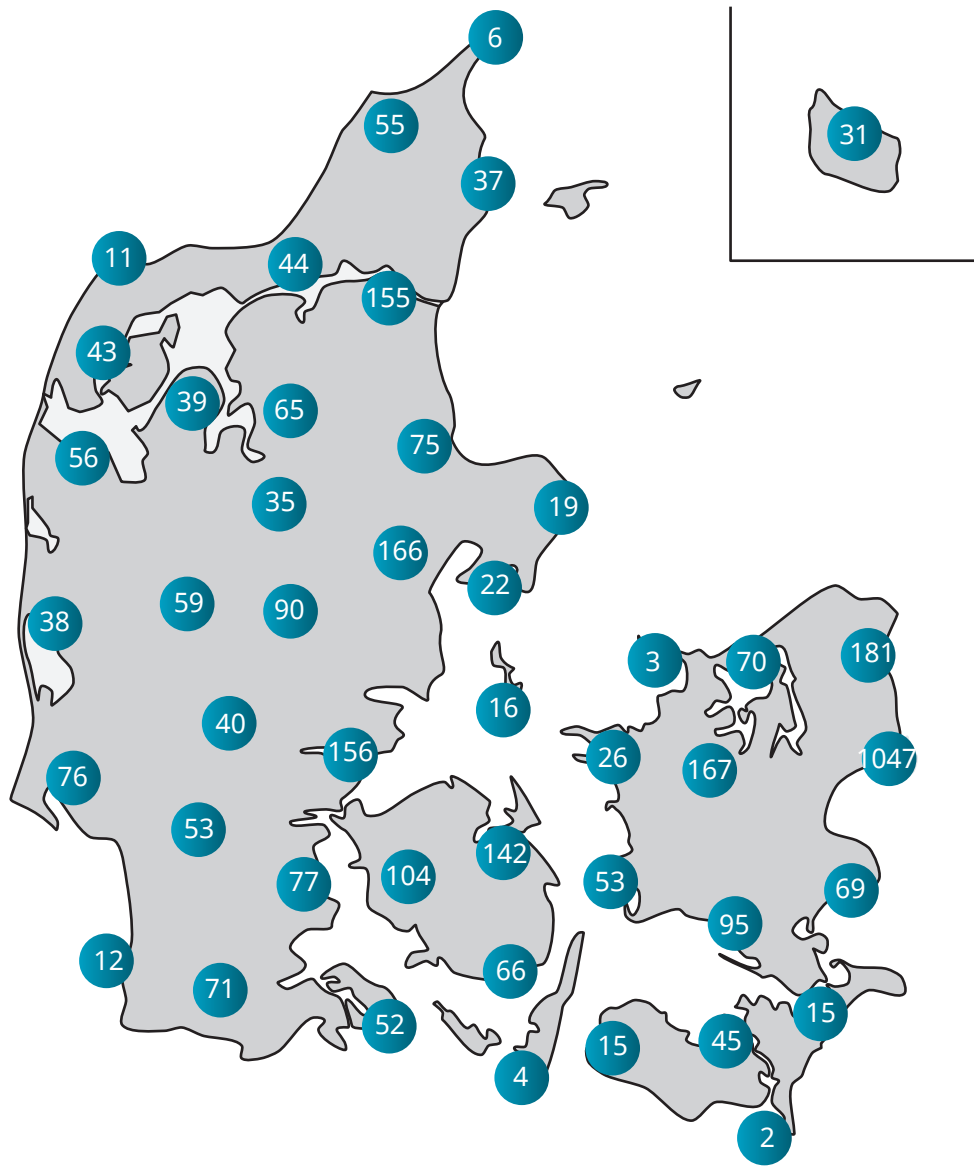
## Udvidet marked

Planen for BOBL er at udvide sin service til resten af Region Nordjylland og senere hen til resten af Jylland. I Region Nordjylland er der ca. 491 institutioner, imens der i hele Jylland er ca. 1500 institutioner. Når markedet bliver udvidet til at dække hele Jylland, bliver BOBL også nødt til at udvide sin organisation. Med samme regnestykke som før;  $1500 / 22 = \text{ca. } 68$  institutioner om dagen. Med en arbejdsdag på 7 timer, ekskl. pause, vil de 68 institutioner svare til at ca. 10 institutioner i timer, derfor skal BOBL organisationen udvides til minimum 5 vaskere, samt transportører.

## Potentielle marked

Det potentielle marked vil for BOBL i fremtiden være at kunne servicere alle daginstitutioner i Danmark. Disse udgør 5771 (Danmarks Statistik, 2014), og udgør både dagplejere, børnehaver, aldersintegrerede institutioner og SFO'er. Dog antages det ikke at børn i SFO'er har behov for samme hygiejneniveau som børnehaver, da SFO-børn ikke putter legetøjet i munden.





ill.35

# Boston Matrix

Boston matricens (Hans Jørgen Skriver, 2012) egenskab er at reducere de strategiske faktorer ned til to faktorer som værende;

- Markedets attraktivitet, som måles markedets vækst, hvilket fortæller noget om mulighederne for udvikling i volumen, cash-flow og indtjening.
- Virksomhedens konkurrencemæssige styrke, der måles i virksomhedens procentvise andel af markedet i forhold til konkurrenternes, altså en virksomheds relative markedsandel.

Formålet med Boston matricen er at virksomheden bliver i stand til at vurdere, hvordan ressourcerne skal anvendes på hver af virksomhedens analyseret SBU (Kousholt, 2014). En SBU (Strategic Business Unit) er virksomhedens produkter/forretningsområder (kilde organisation og mennesker). Hypotesen med Boston Matrix er at virksomheder med en stor markedsandel i hurtig voksende industrier er mere rentable.

Boston matricen består af fire kategorier; Stjerne, Spørgsmålstegn, Malkeko og Hund.

## Stjerne

SBU'er i denne kategori er meget attraktive. Her forventes det at virksomheden er betydningsfuld udbyder, og at der er stor vækst på markedet. Dermed har SBU'erne her potentiale for at sikre fremtidig vækst i omsætning og positiv indtjening. Dog er investeringsbehovet også højt, fordi det kræver mange likvider at være på vækstmarkedet.

## Spørgsmålstegn

Spørgsmålstegnet er et symbol på at virksomheden er usikker på om SBU'erne her kan få fat i markedet. Vækstmarkedet er stort, men markedsandelen er lille, og derfor bidrager forretningsområdet kun i begrænset omfang til indtjeningen, imens likviditeten belaster.

## Malkeko

SBU'er der ligger i denne kategori klarer sig godt. Her er markedsandelen stor imens væksten er stagnerende. Derfor bør likviditeten og indtjeningen være god, så længe at der er en tilstrækkelig volumen på markedet. Ofte bruges denne kategori til at finansiere nye produkter/forretningsområder.

## Hund

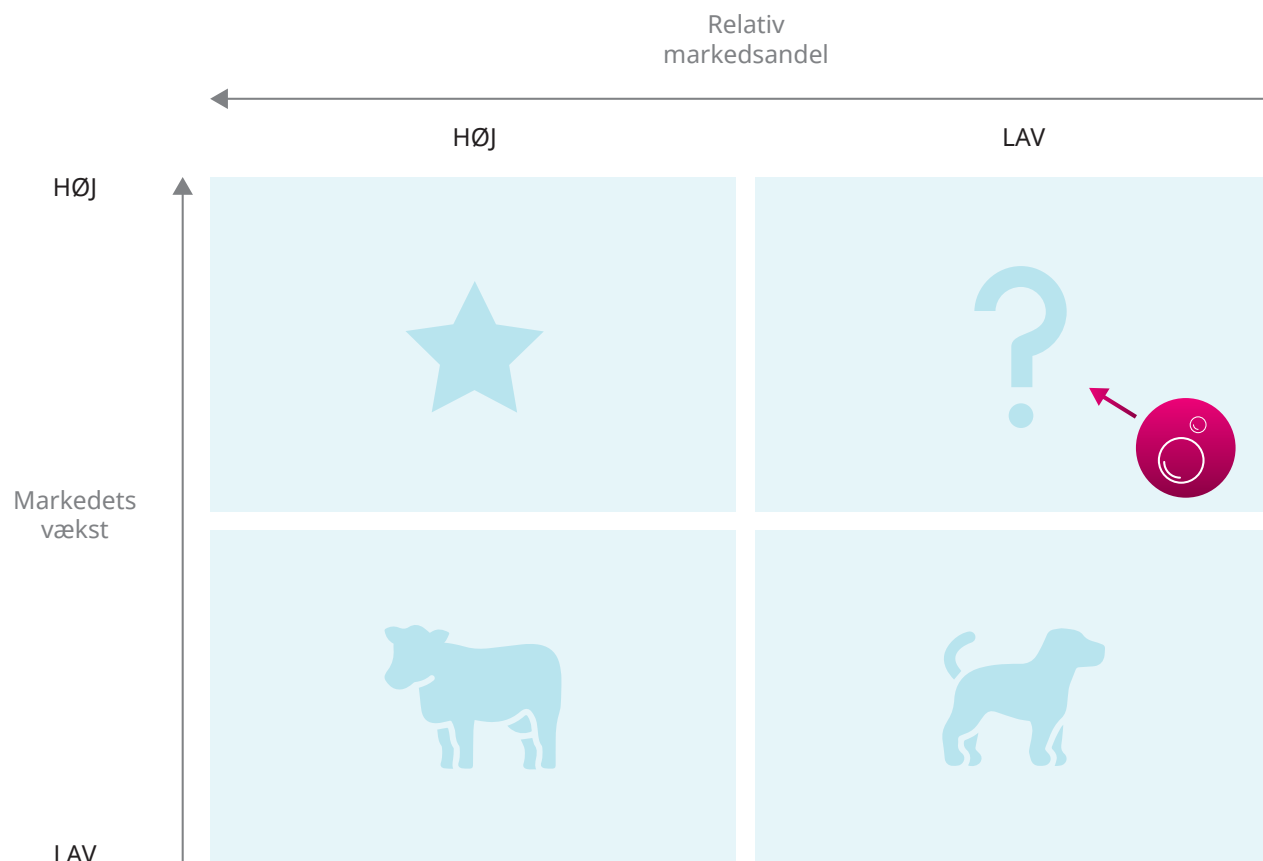
I denne kategori er hård, da virksomheden har en relativ lav markedsandel og markedsvækst. Virksomheden bør derfor finde alternativer eller udvikle på de SBU'er, der ligger i Hund.

## Boston Matrix BOBL

Selvom BOBL på nuværende tidspunkt kun har et forretningsområde, er Boston matrixen blevet brugt som en del af den strategiske planlægning. Da BOBL er en startup-virksomhed i konceptfasen uden det store omdømme, er den relative markedsandel lav.

Igennem analyser har det vist sig, at et reelt problem findes i målgruppen, og dermed antages det er markedet er attraktivt. Dermed placerer BOBL sig et sted imellem Spørgsmålstegn og Hund. Pilen angiver den forventede og ønskede udviklingsretning, dog kræver det tiltag som fx en testperiode med daginstitutionskredse for at justere servicen til forventningerne, og dermed bidrager med en højere værdi.

I denne testperiode, skal BOBL yderligere fokusere på marketing, således at BOBL for skabt et renommé, og derigennem have lettere ved at øge markedsandelen. Størrelsen på cirklen illustrerer betydningen forretningsområdet har for at BOBL har en indtjening og omsætning.



ill.36

## Blue Ocean Strategy

Teorien bag Blue Ocean Strategy blev i 2005 formuleret på skrift af professor W. Chan Kim og Renee Mauborgne (Mauborgne & Kim, 2005). For en virksomhed kan det være en strategi at bestræbe sig på at være i det blå ocean. Det blå ocean betegner et marked, hvor der endnu ingen konkurrenter er. Her skal virksomheden ikke til at tage markedsandele fra konkurrenterne på eksisterende markeder, men derimod kan leve godt af en efterspørgsel der er hel eller delvis skabt. Det røde ocean, der står i kontrast til det blå ocean, er forretningsområder, hvor der opleves hård konkurrence.

Måden en virksomhed skaber et blå ocean, er igennem et kendskab til kundernes nuværende og fremtidige behov samt købsadfærd (Hans Jørgen Skriver, 2012). Yderligere skal virksomheden kunne skabe innovative løsninger og have en effektiv omkostningsstyring, således at der skabes værdi for kunderne, men også for virksomheden selv. Med tiden vil konkurrenter dukke op på markedet, og dermed ændre det blå ocean til et mere rødt ocean. Selvom at virksomheden kan have en first-mover fordel, er det vigtigt at den stadig opretholder sin innovationsevne og effektivisere sine processer.

For at kunne navigere i innovationsprocesserne og forholde sig på det blå ocean, kan værktøjet; Blue Ocean Strategy Canvas (BOSC) bruges.

## Blue Ocean Strategy Canvas

BOSC er et strategisk værktøj, som synliggør tre ting for virksomheden ;

1.Værktøjet kan bruges til at afbilde de faktorer der påvirker konkurrence i en industri.

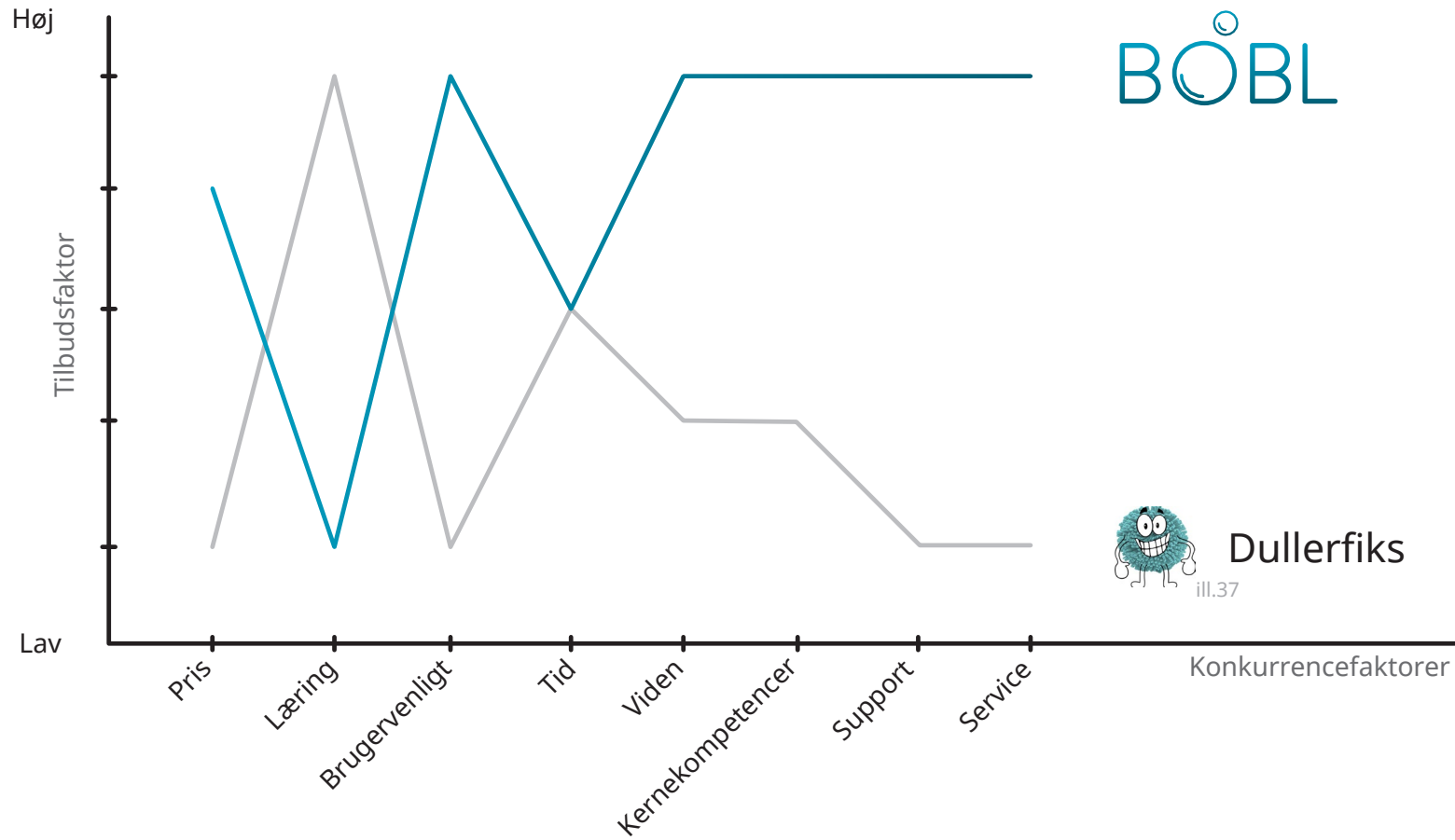
2.Yderligere afbilder værktøjet, hvordan konkurrenter investere i sine konkurrence parametre i forhold til hinanden.

3.Sidst, men ikke mindst, kan virksomheden bruge BOSC til at finde sine egne værdifaktorer, som vil have en konkurrencemæssig fordel i forhold til konkurrenterne.

På denne måde er det muligt for virksomheden at få et overblik over konkurrenterne og deres plads på markedet, samtidig med at virksomheden har mulighed for at skabe nye alternativer og dermed komme ud på det blå ocean.

# Blue Ocean Strategy Canvas BOBL

Som det blev beskrevet i konkurrentanalysen har BOBL ikke som sådan nogle rigtige konkurrenter.



ill.38

Op ad den vertikale akse bliver graden af tilbudsfaktorer indikeret. Denne akse viser, hvor stor en grad konkurrenten investerer i faktorerne. Den horisontale akse viser hvilke værdifaktorer, der fokuseres på.

# Konkurrence strategi

For at kunne skabe værdi og konkurrencemæssig fordel, er Porters Konkurrencestrategier blevet brugt til inspiration. Porter har opdelt konkurrencestrategierne i fire kategorier; Omkostningsleder, Omkostningsfokus, Differentiering og Fokuseret differentiering, samt i to dimensioner værende; Konkurrencefordel og Markedsandel. (Hans Jørgen Skriver, 2012)

For at få en bedre forståelse for de forskellige strategier, er de her kort forklaret:

## Omkostningsleder

Virksomheden stræber efter at servicere så mange kunder som muligt til lave priser. Hermed kan der skabes en konkurrencefordel ved fx mængderabatter, effektiv distribution og lign.

## Omkostningsfokus

Her er omkostningerne omdrejningspunktet for virksomheden. Forskellen fra omkostningsleder er her, at virksomheden beskæftiger sig med en mindre kundegruppe fx fra lokalområdet, og dermed kan fokusere på at minimere omkostningerne.

## Differentiering

Virksomheden tilbyder et produkt/service, der bl.a. differentierer sig fra virksomhedens konkurrenter, samtidig med en bred kundegruppe tilstræbes. Det er her vigtigt at virksomheden har et stærkt brand, for at kunne give markedet en opfattelse af at et unikt produkt/service tilbydes.

## Fokuseret differentiering

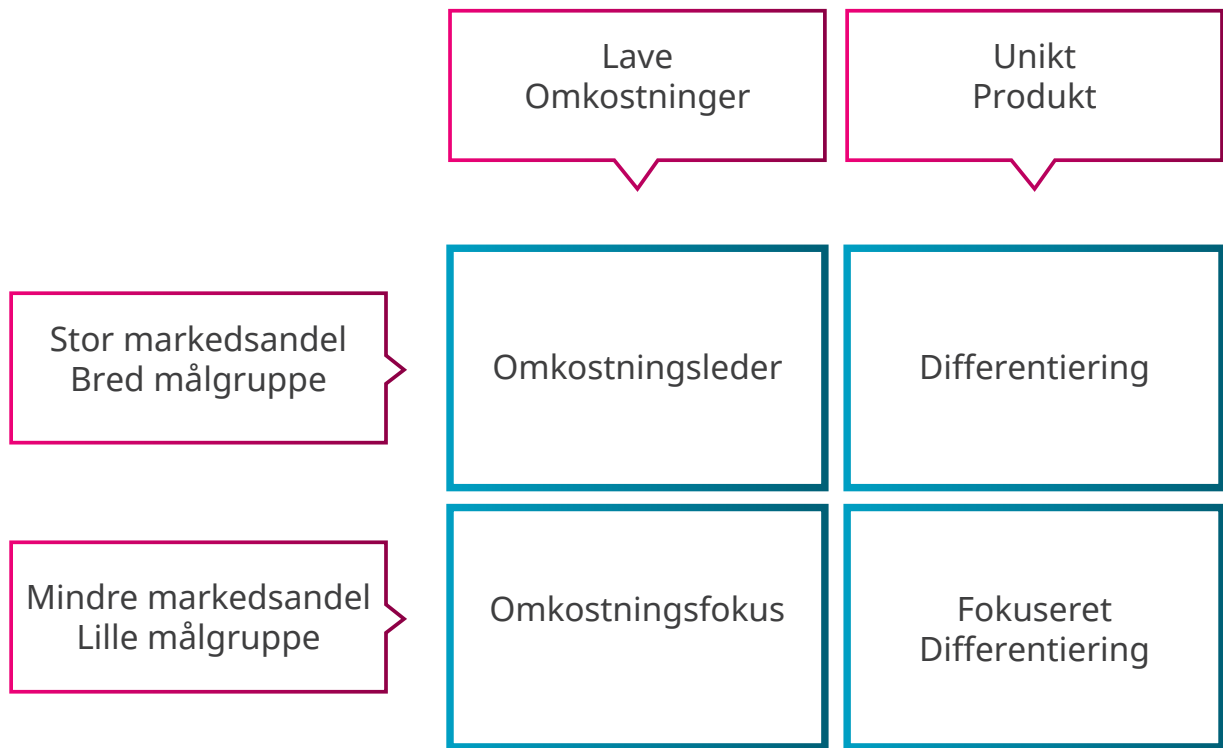
I denne strategi udvælger virksomheden en smal målgruppe, der har nogle specielle behov. Hermed kan virksomheden netop dække disse behov gennem unikke produkter eller services.



# Konkurrence strategi BOBL

Konkurrencestrategien for BOBL vil, som en start, være "Fokuseret differentiering". Først og fremmest er BOBL med til at løse et problem, der finder sted i landets børnehaver, igennem en løsning der skiller sig ud fra konkurrenterne.

Når BOBL er blevet etableret, og en eventuel direkte konkurrence er skabt, vil konkurrencestrategien bevæge sig over i at fokusere på at minimere omkostningerne i "Omkostningsfokus". Dette kan ske igennem distributions-, reklame-, eller produktionsomkostningerne.



ill.39

# SWOT

SWOT analysen fungerer som en sammenfatning af andre analyser, der beskriver en virksomheds interne og eksterne forhold, så det er muligt at kunne lave et overordnet billede af organisationens position i forhold til organisationens styrker, svagheder, muligheder og trusler. (Kousholt, 2014)

## Styrker

- Bred forretningsforståelse
- Motivation
- Stort marked
- First mover fordel
- Kernekompetencer

## Svagheder

- Lille/ingen organisation
- Ukendte på markedet
- Markedet er for stort

## Muligheder

- Flere børn fødes
- Nye teknologier kan udvide serviceydelse, eller effektivisere vaskeprocessen
- Stor differentiering fra konkurrenterne

## Trusler

- Besparelser
- Undersøgelser der modbeviser effekten af rengøring
- En konkurrent udvider til samme marked.

## Styrker

Bred forretningsforståelse – I forhold til pædagoger, som til dagligt oplever problemet og har mulighed for at skabe en løsning til problemet, anses ikke for at være en trussel i form af at blive en potentiel indtrænger. Selvom de har muligheden for at vælge innovation som et valgfag under uddannelse, er de i forhold til BOBL's organisation lavere kvalificeret inden for opstart af virksomhed.

Motivation – Ved at have arbejdet med en konceptidé, der viser sig at kunne dække et behov, samt en del positive kommentarer, medfører en stor motivation. Denne motivation er en stor drivkraft i at få startet BOBL. Selvom BOBL ligger i Spørgsmålstegnet i Boston matricen, er det spændende at finde ud af om det relative marked er stort nok til at flytte BOBL over til en Stjerne og senere hen ned i Malkeko.

First mover – For BOBL er det en fordel at være first mover, da BOBL kan få oprette en loyal kundekreds inden konkurrenter melder sig på banen.

Stort marked – Skulle det ske at en konkurrent melder sig på banen er markedet stort nok til to konkurrenter.

Kernekompetencer – Da BOBL leverer få ydelser, er det lettere for kunden at forholde sig til servicen, samtidig med at BOBL bliver eksperter på det serviceområde.

ill.40

## Svagheder

Lille/ingen organisation – På nuværende tidspunkt består BOBL kun af mig, hvilket ikke er en optimal løsning set på markedsstørrelse og den logistisk faktor, samtidig med at virksomheden skal opstartes og markedsføres.

Ukendt virksomhed – Selvom BOBL har first-mover fordel, og er på det blå ocean, er virksomheden også ukendt for kunderne. Derfor kan kunderne godt kende til sine problemer, men hvis de ikke kender en løsning, søger de ikke efter en.

Markedet er for stort – Dette punkt hænger sammen med størrelsen på organisationen, for som det ser ud nu, vil arbejdskapaciteten kun kunne dække lidt mere end daginstitutionerne i Aalborg kommune. Med de 155 institutioner er markedsandelen på 4,2% af alle 3.664 institutioner i Danmark.

## Muligheder

Flere børn – Som det blev belyst i PEST-analysen bliver flere børn født. Dette skaber en mulighed for at nye institutioner opstår, eller at pædagogerne får flere børn at se efter, og derfor har endnu mere brug for BOBL servicen.

Ny teknologi – Med den teknologiske udvikling, kan det være at der i fremtiden er blevet udviklet alternative rengøringsløsninger, der enten effektivisere processen tidsmæssigt eller automatisere den, så der er muligt at kunne håndtere flere BOBL-bokse ad gangen.

Differentiering – Hvis der ikke er den store fortjeneste for de helt store renserivirksomheder, er det muligvis ikke et marked de vil bevæge sig ind på.

## Trusler

Besparelser – PEST-analysen viste af kommunerne sparer på området med "varme hænder" også inden for daginstitutionerne. Her kan det tænkes at disse besparelser vil have en indflydelse på valget af at acceptere BOBL's service.

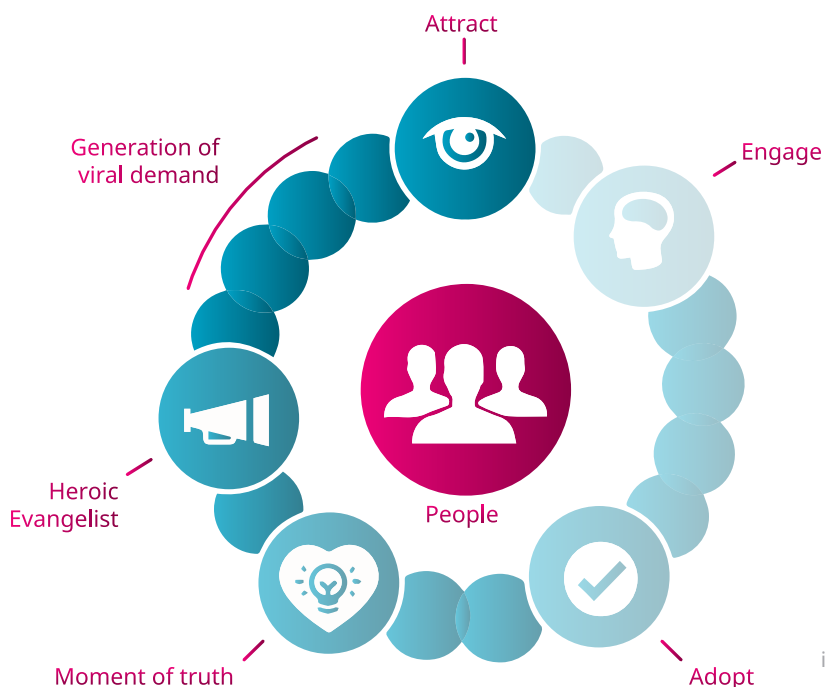
Tests – Tests der beviser at effekten ved rengøring af legetøjet har en lav indflydelse på hygiejneniveauet, kan få nogle af kunderne til at genoverveje servicen, også selvom hygiejneniveauet er et sekundært løsningsfelt.

Konkurrenter – Her tænkes der hovedsageligt på store konkurrenter som fx Berendsen. Disse har allerede et stort brand og kan skaffe ressourcerne til at skaffe kompetencer til at starte på samme marked.

# Hero's Journey

Hero's Journey er værktøj udviklet af det amerikanske designfirma RKS Design til at forstå kundefærd (Ravi Sawhney, 2011). RKS Design er blevet inspireret af Joseph Campbell's Hero's Journey, som bruges til klassisk historiefortælling, og har lavet et værktøj, der viser processen en bruger/kunde skal igennem for at få et tilhørsforhold til et produkt eller service.

Modellen består af fem stadier, som brugere/kunder går igennem;



ill.41

## 1 Attract

I dette stadie gælder det for virksomheden at tiltrække kunden. Dette kan fx ske igennem et flot design af enten et produkt, interface eller lign.

## 2 Engage

Når brugeren er blevet tiltrukket, vil personen interagere med produktet eller interfacet for at få mere information, og se om det lever op til det der har tiltrukket.

## 3 Adopt

Er der en sammenhæng mellem de forventninger kunden har fået skabt og det produktet, servicen eller lign. har kunden svært ved at afslå det.

## 4 Moment of truth

Kunden får bekræftelse i sit investering af kollegaer og/eller venner.

## 5 Heroic evangelist

Virksomheden har fået skabt sig en Hero, der er villig til at anbefale og snakke om produktet. Dette kan lede til en viral efterspørgsel.

Værktøjet er tiltænkt at skulle bruges som en marketingsværktøj. Når først BOBL er kommet igennem til sine kunder, gælder det om at spille på nogle faktorer, de kan engagere sig med og forholde sig til. Denne påvirkning skal være god, så de vil adoptere servicen.

Når BOBL har overbevist kunderne om sine værditilbud, er det vigtigt at kunne leve op til dem. Får kunden det der er lovet og opfyldt sine behov, er BOBL nået til et punkt, hvor kunderne har fået tillid til servicen og BOBL, og kan dermed give anbefalinger og sprede brandet igennem blogindlæg, snak eller lign. til kollegaer og venner, der kan være potentielle kunder.

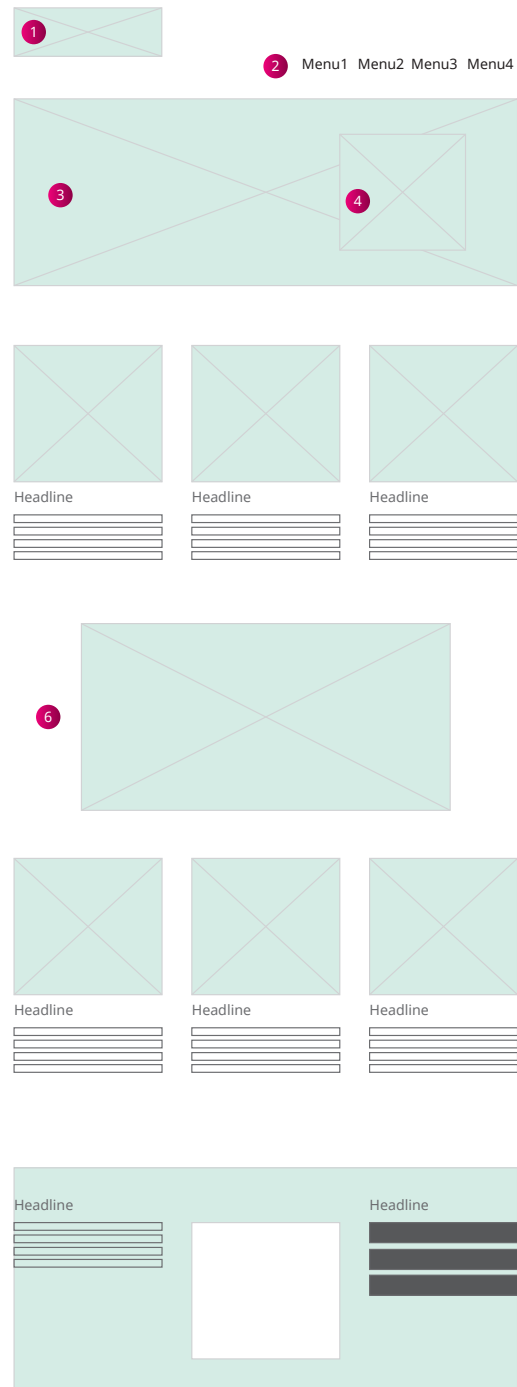
BOBL har tænkt sig at bruge effekten af word-of-mouth, til at få spredt awareness ud til andre børnehaver. Dette er også muligt, da de kommunale børnehaver er inddelt i kredse af flere institutioner samlet. Yderligere er det tiltænkt at BOBL giver mulighed for en gratis prøvegang, så kunderne har en håndgribelig service at kunne forholde sig til.

# Digital løsning

For at levere værdi for målgruppen igennem en intuitiv service, samt skabe en digital tilstedeværelse, er det tiltænkt at BOBL får oprettet en hjemmeside, hvor potentielle kunder kan få en forståelse af servicen og derigennem får lyst til at købe servicen.

Hjemmesiden, med det tiltænkte domæne BOBL.dk, vil blive brugt som den primære platform til at kommunikere information til kundesegmentet. Når kunder eller potentielle kunder kommer ind på hjemmesiden, er det hensigten, at hjemmesiden gør det nemt at forstå servicen for at skabe troværdighed, samt lede kunderne til en Call-to-action (CTA).

- 1 - Logo, som linker tilbage til hovedsiden
- 2 - Menu består af; Start, Servicen, Om, Kontakt
- 3 - En billedebjælke, som skifter imellem forskellige billeder, der viser hvilket fagområde BOBL operere indenfor.
- 4 - En CTA funktion, der linker til bestillingen.
- 5 - En kort beskrivelse af servicen i form af ikoner og forklarende tekst.
- 6 - En youtube-video, er forklarer servicen nærmere.
- 7 - Billeder af BOBL's værdier med forklarende tekst.
- 8 - Kontaktoplysninger med kort og kontaktformular.





Back-end skal hjemmesiden bygges op med henblik på Search Engine Optimization (SEO), således at det igennem de rette keywords, metatekster, billedetekster og linksopbygning gør det nemmere for potentielle kunder at finde BOBL i en søgning på fx Google.

Målet med SEO, som på dansk kaldes søgemaskineoptimering (Bureau, 2016), er at skabe en organisk trafik til sin hjemmeside igennem søgemaskiner, og derigennem spare penge på løsningen som fx Google Adwords (Linkedin Learning, 2016), dog kræves det at BOBL skal være opmærksom på SEO-opdateringerne hele tiden, for ikke at blive fjernet på søgemaskinen (MOZ, 2016)

Sproget på hjemmesiden er tiltænkt at skulle henvende sig til målgruppen og markedet, og derfor skrevet på dansk og letforståeligt.

# BOBL Service Categorisation

Som det blev fortalt i teorien, kan serviceydelser inddeles i forskellige kategorier. I dette afsnit sættes teorien sammen med BOBL's service.

## Skræddersyet vs. Industrialiseret

I denne kategori er der stor forskel på graden af kontakt imellem kunderne og virksomheden. De skræddersyede serviceydelser indretter sig efter kunden, imens de industrialiserede serviceydelser er faste. BOBL's serviceydelse tager afsæt i en standardiseret "pakkeløsning", hvor børnehaverne igennem abonnement kan få hentet sit legetøj, der skal vaskes, i kasser.

Ved at industrialisere serviceydelserne, kan BOBL på denne måde på sigt, få skabt sig en arbejdsprocedure, der kan sænke omkostningerne, og derved være med til at udbyde en konkurrencedygtig pris.

## Kerneydelse vs. Støtteydelse

Serviceydelser kan baseres på en konkret infrastruktur, som udgør kerneydelsen for en virksomhed. Dette kan fx være strømforsyningen leveret af et forsyningselskab. Nogle virksomheder kan få en ekstra konkurrencefordel ved at have støtteydelser. Dette kan fx være DSB 1', som giver kunderne ekstra fordele på rejsen.

For BOBL vil kerneydelsen være at rengøre legetøjet for børnehaverne. At hente og levere legetøjet hos børnehaven vil udgøre en del af kerneydelsen, da det logistisk udgør en rolle for BOBL's servicesystem.

## Projektrelateret vs. Tilbagevendende

Serviceydelser har i nogle sammenhænge det udgangspunkt, at den enkelte ydelse betales én gang i forhold til et afgrænset projekt. Dette kan fx være konsulentytelser. I andre sammenhænge er ydelserne tilbagevendende og baseret på aftaler og/eller abonnementer.

Det er i denne servicekategori et spørgsmål om hvordan BOBL, som servicevirksomhed, organiserer sig, da det har en betydning for, hvordan prissætningen skal være, og hvordan indtjeningen kalkuleres.

Ved at vælge en projektrelateret tilgang, antages det at blive en ressourcemæssig dyr omkostning at skulle finde nye kunder samt holde relationen til nuværende kunder, samtidig med at tilgangen kræver en stor mulig kundegruppe.

Denne tilgang fungerer fint indenfor bl.a. transportbranchen. Men da BOBL's målgruppe dækker et niche-marked, er derfor valgt en tilbagevendende tilgang. På denne måde er det lettere at skabe en kunderelation.

Denne relation er vigtig for BOBL, da en af salgskanalerne er igennem word-of-mouth. Yderligere antages det, at den projektrelaterede tilgang vil være en nemmere løsning på et administrativt plan for børnehavernes side.







# Finans

Formålet med dette afsnit er at tage læseren igennem de finansielle aspekter for BOBL. Derfor dykkes der ned i indtægterne og omkostningerne, for at se hvornår det kan lykkes BOBL at skabe et break-even. Sidst vises et 2-årigt budget for BOBL.



## Indtægter

Forretningsmodellen er baseret på at kunden igennem et abonnement betaler 500kr om måneden for BOBL servicen. Da BOBL er servicevirksomhed, er det vigtigt at have en stor kundekreds for at sikre en rentabel virksomhed. Med abonnementsløsningen vil det kræve mindst 140 kunder, for at opnå et break-even inden for det første år.

Akuttassen vil være en variable omkostning, hvor det er muligt for daginstitutionerne at kunne få rengjort legetøj i akuttifælde som fx grundet akut sygdom i daginstitutionen. Denne Akutkasse-service vil for kunden koste 100kr pr gang, og det tænkes at Akutkasse-servicen er ideel til vinterperioden, hvor der er større chance for sygdom og epidemier. Denne del af servicen er ikke regnet med i budgettet.

Det er tiltænkt at BOBL bliver et selskab, og ikke en enkeltmandsvirksomhed. Dette giver en fordel i form af 22% i selskabsskat

# Omkostninger

Omkostningerne er blevet fordelt i tre kategorier; opstartsomkostninger, variable omkostninger og faste omkostninger.

## Opstartsomkostninger

Som det ses i budgettet vil opstartsomkostningerne ligge på 190.832kr. Den største omkostning ligger i at få en funktionel internet platform op at køre. Denne er en stor del af servicen, da det er her kunderne møder BOBL for første gang, hvis de vil bestille servicen via internettet. Derfor skal hjemmesiden være intuitiv at bruge og give et godt indtryk. Hjemmesiden skal også leve op til de forventninger som potentielle kunder har fået skabt sig, hvis de på forhånd har hørt om/mødt BOBL. Derudover er der materielle opstartsomkostninger, som tilsammen ligger på 18.495 kr.

## Variable omkostninger

Under de "variable omkostninger" ligger de omkostninger, der følger udvidelsen af BOBL service. Dette inkluderer flere materialer, så det dækker opgaverne, der medføres af nye kunder. For at få fat i disse nye kunder, skal et marketingsalternativ finde sted, dette vil give BOBL flere omkostninger.

## Faste omkostninger

De faste omkostninger dækker over de omkostninger, som er løbende, uanset antallet af kunder, som bliver serviceret. Disse omkostninger dækker bl.a. over løn og lokalefaciliteter til medarbejderne. Det blevet regnet i Markedsstørrelsen (s. 68) at de 155 institutioner, der findes i Aalborg Kommune, godt kan dækkes af en enkel person. For at lette arbejdspresset vil der dog det første år blive ansat to studiemedarbejdere. Yderligere dækker de faste omkostninger også leasing af bil, transportomkostninger og vandforsyning.

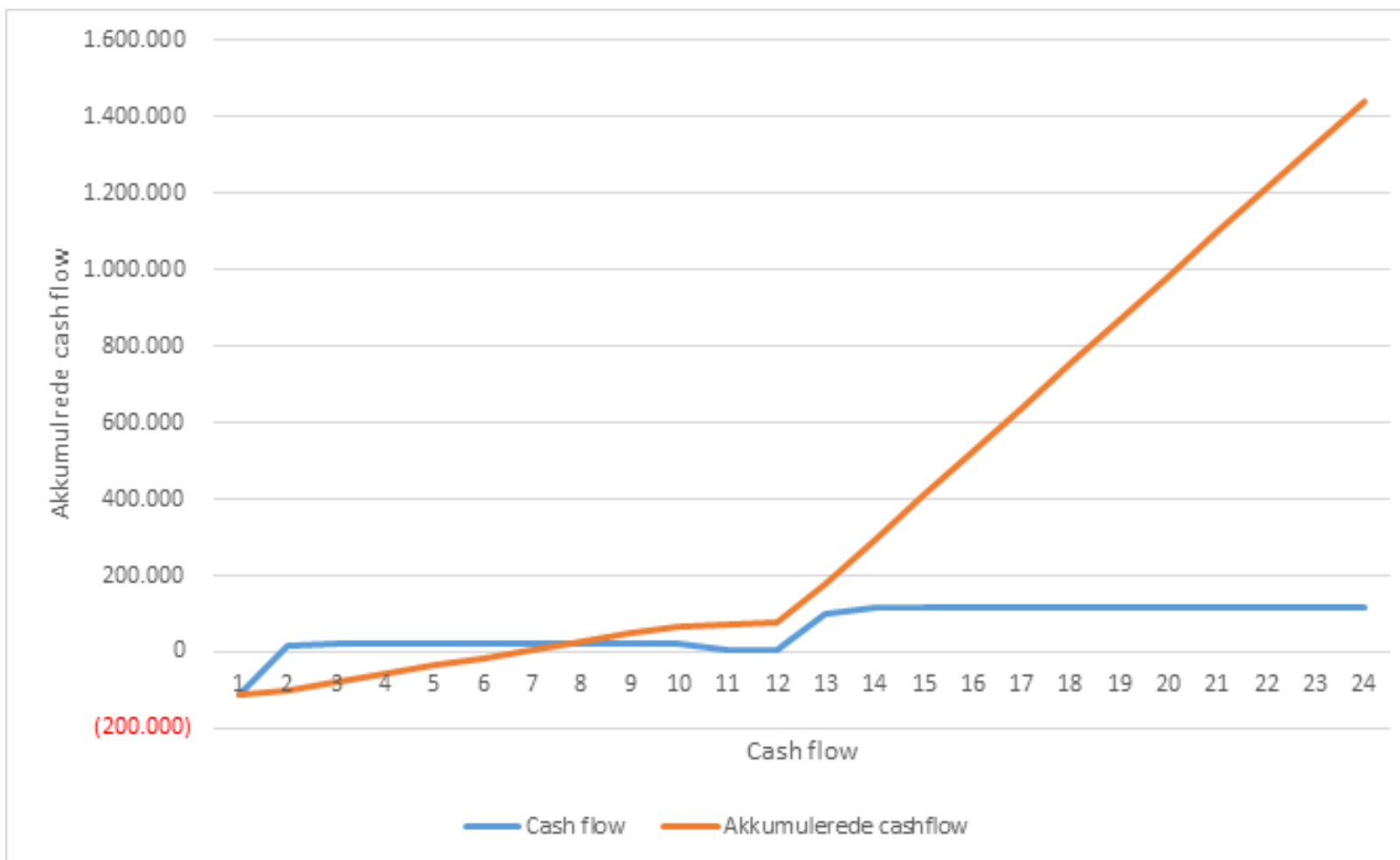
Efter konsultation med en bilforhandler, blev BOBL rådet til at skulle lease firmabilen, som skal hente og bringe legetøjet i daginstitutionerne. Dette skyldes hovedsageligt kilometertallet, samt BOBL ikke har kapital til at binde kapital i en bil. På denne måde kan bilen nemmere udskiftes, hvis det går godt eller skidt for BOBL, hvilket gør BOBL mere fleksibel.

I Aalborg Kommune koster for tilførsel og afledning vand 4,12 øre pr 1L vand (Aalborg Forsyning, 2017). Selvom det ikke er den store omkostning at spare på, antages det at være muligt at effektivisere denne omkostning med årene igennem effektive rengøringsløsninger, og dermed gøre BOBL mere bæredygtig. .



# Resultat

Det kan på grafen ses at BOBL allerede i 2. måned vil have et positivt cash flow, og et break-even i 7. måned. Det første år vil dækningen af servicen kun være for Aalborg Kommune, hvor det i 2. år antages at BOBL dækker Region Nordjylland.



ill.44

# Budget

måned	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Antal betalende kunder	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	491	491	491	491	491	491	491	491	491	491	491	491
operational indkomst	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500
<b>Opstartsomkostninger</b>																								
Plastikbokse	4.495																							
sæbe og vaskemidler	2.000																							
IT redskaber	15.000																							
Tørreskab	4.000																							
Dampmaskine	8.000																							
Domæne	100																							
Trademark (dansk)	4.850																							
Hosting	1.000																							
Juridisk rådgivning																								
Opstarts rådgivning																								
Marketing	30.000																							
1. operative internet platform	50.000																							
Andet	15.000																							
<b>Totale opstartsomkostninger</b>	<b>134.445</b>																							
<b>Variable omkostninger</b>																								
Materialer		250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Marketing		5.000										15.000	15.000	15.000										
<b>Totale variable omkostninger</b>	<b>0</b>	<b>5.250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>15.250</b>	<b>15.250</b>	<b>16.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>
<b>Faste omkostninger</b>																								
Internet	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199
Domæne		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Bil	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
Transport	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500
Løn CEO	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000
Løn studiejob	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488
Vand	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
Kontor leje	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500
<b>Totale faste omkostninger</b>	<b>56.387</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>
<b>Totale indtægter</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>
<b>Totale udgifter:</b>	<b>190.832</b>	<b>61.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>71.737</b>	<b>71.737</b>	<b>145.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>
Driftresultat (EBIT)	-113.332	15.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	5.763	5.763	99.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751
Selskabsskat 22 %	0	0	0	0	0	0	1374	4568	4568	4568	1268	1268	21945	25245	25245	25245	25245	25245	25245	25245	25245	25245	25245	25245
Cash flow	-113.332	15.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	5.763	5.763	99.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751
Akkumulerede cashflow	-113.332	-97.569	-76.806	-56.043	-35.280	-14.517	6.246	27.009	47.772	68.535	74.298	80.061	179.812	294.563	409.314	524.065	638.816	753.567	868.318	983.069	1.097.820	1.212.571	1.327.322	1.442.073



## Fremtidige planer

### Test-år

Da der kun er arbejdet med dette projekt i 4 måneder, kræver det videre udvikling, derfor antages det, at BOBL skal bruge et år til at starte på, her skal virksomheden op at stå med cvr-nummer, og have oprettet samarbejdsaftaler med forskellige børnehaver og institutioner. Det er tiltænkt at teståret skal bruges på at teste servicen og tilpasse den, så den dækker behovet fra pædagogernes side bedst muligt.

Det er også i dette år BOBL skal ud at finde tilbud på erhvervslokaler, samt løsninger med leasing af bil, skabt sig en plan for indkøb af materialer og have tilpasse juridiske aspekter i form af at ansætte studentermedhjælpere.

Yderligere skal hjemmesiden i dette år gøres klar til test, og derefter tilpasses efter parametre som; informationsgivende, tydelig call-to-action, intuitiv og er opdateret efter SEO 2017.

### 1. år

Have opnået et markedet på minimum 137 institutioner, men ideelt set hele Aalborg Kommune. På denne måde er det muligt for BOBL, at skabe et break-even allerede inden for det første operationelle år.

Yderligere skal hjemmesiden være klar til at blive brugt af kunderne, således at der ikke opstår nogle fejl under bestillingen. Erhvervslokalet skal være klar til brug med et tørreskab installeret, så BOBL er klar til at yde sin service.



3. år

Det ønskes at BOBL-servicen er blevet skaleret til at dække de større byer i både Region Nordjylland, Region Midtjylland og Region Syddanmark. For at dette kan lade sig gøre, skal organisationen forøges til at dække omkring 10 ansatte, samt have minimum et ekstra lokale til rengøring.

5. år

Viser det sig, at der ikke er opstået konkurrence på markedet, antages det at BOBL kan dække hele Danmark, set bort fra de mindre øer som fx; Læsø, Fanø og lign. Er der opstået konkurrence på markedet, skal det findes ud af om markedet er tilstrækkeligt, eller om BOBL skal finde andre værditilbud for at stå stærkt konkurrencemæssigt. Dog antages det at BOBL skal have udtænkt nye SBU'er for at kunne levere højere værdi for kunderne eller anskaffe sig nye markedsandele.

Organisationsmæssigt er der allerede efter 4 år sket et skift, da mennesker har brug for en roklade på arbejdspladsen, eller forøge sine kompetencer. Her antages det at BOBL vil tilbyde enten ekstra uddannelse/kurser for nogle af de ansatte, så organisationen kan stå stærkere, og arbejdsmoralen højnes.

BOBL har udvidet med flere 1-2 servicelokaler mere, for at kunne opfylde værdierne med at levere legetøjet tilbage efter maksimum 48 timer, og har en organisation på 20-30 ansatte.





# Epilog

Dette afsnit af det sidste i rapporten. Her vil læseren kunne læse konklusionen af projektet, samt en refleksion af forskellige aspekter, der har påvirket projektets gang. Sidst i afsnittet findes illustrationslisten og kildelisten.



## Opsummering

For at opsummere er der i dette semesterprojekt, blevet arbejdet med virksomhedskonceptet BOBL, som en del af kandidatspecialet på Entrepreneurial Engineering på Aalborg Universitet.

Efter at have arbejdet i to børnehaver og har oplevet, at pædagogerne har en travl arbejdsdag med en væld af opgaver, der sikre at børnene trives og får en almen dannelse. Dog gør det brede spektrum af opgaver også at nogle opgaver, som fx rengøring af legetøj, nedprioriteres pga. manglende tid, og dette kan lede til en forringelse af de hygiejniske forhold, som i sidste ende leder til en forringelse af kvaliteten i børnehaven. Denne problemstilling har ledt til problemformuleringen:

*"Hvordan etableres en rentabel virksomhed, der letter arbejdsopgaverne for pædagogerne og derigennem øger hygiejneniveauet i daginstitutioner"?*

Denne problemformulering har ledt til analyser for både at få dannet en grundlæggende forståelse af faktorer, der er i spil og har en påvirkning på projektet, samt at kunne få skabt et indblik i nuværende situationer og derigennem tilpasse løsningen, således det bringer størst værdi for brugerne og BOBL.

Løsningen blev en servicevirksomhed, BOBL, som en gang om måneden kører ud til institutionen og henter en BOBL-boks fyldt med det legetøj, der skal rengøres. Dette legetøj kommer igennem en vaskeproces med sæbevand for at fjerne snavs, fedtpletter, snot og lign. Herefter bliver det dampet for at desinficere det, og sidst bliver det tørret. Efter senest 48timer, bliver legetøjet leveret tilbage til institutionen.

Betalingsmæssigt skal institutionen betale 6000kr./årligt igennem et abonnement. Dette svarer til 500kr./måned. Lykkes det at dække en hel kommune som fx Aalborg Kommune med 155 institutioner, er det muligt for BOBL at skabe et break-even efter 7 måneder med to studentemedarbejdere ansat. For at kunne opnå et break-even inden for det første år, skal der 137 kunder til.

## Konklusion

Igennem analyserne, både på et overordnet plan og et mere dybdegående plan, kan det konkluderes, at der er en kedelig tendens i samfundet, med at personalet inden for "de varme hænder"-branchen skal arbejde hurtigere og afdække flere funktioner. Dette gælder også for landets pædagoger. Grundet besparelser mangler der på landsplan 4400 pædagoger og pædagogmedhjælpere. Dette medfører at nogle af pædagogernes opgaver nedprioriteres, hvilket i sidste ende påvirker kvaliteten i institutionerne. Der kan dermed konkluderes, at der er et reelt behov i institutionerne for at finde en løsning.

Det BOBL vil gøre, er at påtage sig den rengøringsopgave, som pædagogerne er blevet anbefalet at skulle gøre minimum 12 gange årligt. Ved at gøre dette, sikres det at rengøringsopgaven bliver gjort, samtidig med at pædagogerne kan fokusere på at udføre sine primære opgaver med børnenes trivsel og almen dannelse. På denne måde sikres en trivsel og kvalitet i institutionen, samtidig med at hygiejnen i mange tilfælde øges, hvilket kan være med til at forebygge sygdomme. Løsningen vil ikke fjerne sygdom eller smitte, og det skal den heller ikke, fordi mennesker og børn specielt, bliver nødt til at udsættes for bakterier og virus, for at kunne få opbygget et immunforsvar.

BOBL-konceptet kan sammenlignes med den løsning institutionerne har med kommunerne om at få slået græs.

Finansielt er markedet for stort til en virksomhed med en organisation bestående af en medarbejder. Det kan lige løbe rundt med ca. 150 betalende kunder, men er der tale om en million-forretning skal BOBL have ca. 500 betalende kunder. Dermed skal organisationen opbygges for at kunne dække kundebehovene, samt drive virksomheden.

Da projektet er startet fra bunden med blot at være en idé dannet på observationer, og på blot 4 måneder blevet til et koncept, kræver det en række tests, for at kunne finde ud af om det er en stabil virksomhed praktisk set, og ikke kun teoretisk set.

# Refleksion

## Innovationsprisen Gentænk

Som det også kan ses på tidsplanen, blev en masse analyse lavet i starten af projektet, også før godkendelsen af emnet. Det skyldtes, at jeg havde en ide om at deltage i Innovationsprisen Gentænk. Her var deadline den 9. april, så det krævede en masse research om det valgte emne. Min første idé var at lave et produkt, der kunne højne hygiejnen i børnehaverne fx en slags vaskemaskine som passede inden for kategorien D.

Derfor brugte jeg også tid på at finde løsninger, der var bæredygtige. Under analyserne blev det gjort klar for mig at en maskine ville blive en dyr løsning, og ikke ville have den store effekt på hygiejnen. Dette sænkede motivationsniveauet for projektet, og jeg deltog ikke i konkurrencen.

Det viste sig dog, at jeg måtte træde et skridt tilbage for at få et bedre overblik, så jeg kunne finde ud af, hvad det virkelige problem var. På denne måde fandt jeg motivationen frem igen, og itererede konceptideen fra et produkt til en service.

## Arbejde alene

Der er fordele og ulemper ved at arbejde alene. Grunden til at jeg har valgt at arbejde alene dette semester, var fordi jeg ville se hvor langt, jeg kunne komme med problemstillingen, og få afprøvet mine egne evner. Denne motivation har båret mig langt igennem projektet, dog kan man som enkelmandsgruppe tit mangle gruppemedlemmer at sparre med. For at få opfyldt dette behovet, valgte jeg at sætte mig sammen med et par medkollegianer en stor del af projektperioden. Her igennem har helt andre faggrupper givet sparring og kommet med ideer til analyse og konceptudvikling.

For at få dækket behovet med sparring fra folk i samme faggruppe, har jeg igennem projektperioden deltaget i arrangementer lavet af Business Aalborg og Kickstart Aalborg, samt besøgt brugerne af servicen for at få deres holdninger med.

## Projektstyring

Ved at arbejde selv kræver det en stram projektstyring. Jeg som person kan godt lide at kaste boldene op i luften og derefter gribe den en efter en.

Igennem tidligere projekter har jeg indset at en analyse hurtigt kan gribe om sig og blive dybere end først antaget. Det kræver derfor at en stram projektstyring for ikke at miste overblikket. I dette projekt har jeg brugt Scrum til at finde ud af, hvilke opgaver der skal laves, er igangværende og færdiggjorte.

## Forretningsudvikling

Det med at sørge for, at en opgave ikke griber om sig og bliver for tid-skrævende, gør sig også gældende inden for forretningsudvikling. Jeg kan godt lide at finde nye løsninger eller alternative måder at skabe værdi for både brugerne og virksomheden, på men jeg har igennem dette projekt haft den tilgang til forretningsudviklingen, at jeg skulle have en konceptløsning som et ståsted, samt kunne have noget at præsentere til eksamen.

Den entreprenante tilgang ville være at følge Lean Startup, hvor virksomheden igennem tests finder fejlene i sin forretningsmodel og derigennem retter op på dem. Det er denne testfase, jeg anser BOBL til at være nået til nu.

## Entrepreneur vs Wantrepreneur

Igennem universitetstiden er projekterne ofte blevet anset for "bare" at være projekter. Det kan godt kategoriseres som en wantrepreneur, der godt kan lidt at finde/udtænke løsningskoncepter, men ikke fører dem ud i livet.

Dette projekt har været anderledes. Jeg synes at have fundet et behov hos målgruppen, som jeg finder interessant, samt have udtænkt en forretningsmodel, der kan bringe værdi til virksomheden.

Det er projekt, som jeg vil finde interessant at arbejde på i fremtiden.

## Brug af modeller

Lige fra start af projektførløbet har jeg brugt modeller som fx Scrum og Business Model Canvas. Dette har givet mig muligheden for at holde et overblik over processen, men også de forskellige faktorer, der spiller ind i BOBL-konceptet.

Ved at få printet disse model-værktøjer ud og sat op på væggene, blev det mere overskueligt, frem for at have det hele på computeren. BMC blev mere intuitiv at bruge, da det var lettere at skifte rundt på de forskellige Post-it noter.

# Illustrationsliste

- ill. 2 <https://stocksnap.io/>
- ill. 4 The St. Gallen Business Model Navigator
- ill. 5 [http://www.bulkpowders.dk/the-core-dk/wp-content/uploads/sites/3/2017/02/virus-1812092\\_960\\_720.jpg](http://www.bulkpowders.dk/the-core-dk/wp-content/uploads/sites/3/2017/02/virus-1812092_960_720.jpg)
- ill. 7 <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/0/01/Micelle.svg/2000px-Micelle.svg.png>
- ill. 8 [https://s3.kaercher-media.com/asset/2008/1407153692/clean\\_with\\_steam\\_header.jpg](https://s3.kaercher-media.com/asset/2008/1407153692/clean_with_steam_header.jpg)
- ill. 9 <https://www.wired.com/wp-content/uploads/2016/03/ultraviolet-light-492025765-660x466.jpg>
- ill. 10 <http://www.sioxmachines.com/uploads/filbank/machinesmall.jpg>
- ill. 12 <https://stocksnap.io/>
- ill. 14 <http://politiken.dk/indland/art5635985/S%C3%A5dan-rammer-besparelserne-p%C3%A5-vug-gestuer-og-b%C3%B8rnehaver>
- ill. 15 <http://www.dst.dk/da/Statistik/nyt/NytHtml?cid=22748>
- ill. 16 [http://www.bupl.dk/iwfile/BALG-9XDC2S/\\$file/Faktaark\\_Paedagogernes\\_sygefravaer.pdf](http://www.bupl.dk/iwfile/BALG-9XDC2S/$file/Faktaark_Paedagogernes_sygefravaer.pdf)
- ill. 17 [https://fusiontables.googleusercontent.com/embedviz?q=select+col6%3E%3E0+from+1N-2hUYiVI7wqiQKgcJceCPQzuHQT0aAdwnEdE\\_4Ix&viz=MAP&h=false&lat=56.33797582696123&lng=11.727036525263315&t=1&z=7&l=col6%3E%3E0&y=4&tmplt=5&hml=KML](https://fusiontables.googleusercontent.com/embedviz?q=select+col6%3E%3E0+from+1N-2hUYiVI7wqiQKgcJceCPQzuHQT0aAdwnEdE_4Ix&viz=MAP&h=false&lat=56.33797582696123&lng=11.727036525263315&t=1&z=7&l=col6%3E%3E0&y=4&tmplt=5&hml=KML)
- ill. 18 <https://www.youtube.com/watch?v=ZI-VPMt3qiQ>
- ill. 19 <https://www.youtube.com/watch?v=ZI-VPMt3qiQ>
- ill. 20 <https://www.uvicube.com/pages/how-uv-light-works>
- ill. 24 <https://www.pexels.com/>
- ill. 35 <http://www.institutioner.dk/?v=boernehaver>
- ill. 37 <https://i1.sndcdn.com/artworks-000136420482-lofn7o-t500x500.jpg>
- ill. 43 <https://stocksnap.io/>
- ill. 46 <https://pixabay.com/>

Illustrationer, tabeller og modeller som ikke er listet her, er selv blevet lavet.

# Kildeliste

Anders Tang, Iværksætteren, 2015. Iværksættere får kapital i Løvens Hule. [Online]

Available at: <http://www.ivaerksaetteren.dk/flx/topnyhed/ivaerksaettere-faar-kapital-i-loevens-hule-1/>  
[Senest hentet eller vist den 2017].

Andersen, M., 2015. Pressemeddelelse: Udsigt til massive besparelser på børneområdet. [Online]

Available at: [http://www.bupl.dk/presse/pressemeddelelser/udsigt\\_til\\_massive\\_besparelser\\_paa\\_boerneomraadet?opendocument](http://www.bupl.dk/presse/pressemeddelelser/udsigt_til_massive_besparelser_paa_boerneomraadet?opendocument)  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Ann-Berit Pedersen, L. O. C. K. B. A. B., 2015. Hygiejne og forebyggelse. [Online]

Available at: <http://subsites.odense.dk/subsites6/sundeboern/topmenu/nyhedsbreve/~media/BUF/Sundhedsplejerskens%20Nyhedsbreve%20PDF/Nyhedsbrev%20-%20Hygiejne%20og%20forebyggelse%20-%20Opdateret%20april%202015.ashx>  
[Senest hentet eller vist den April 2017].

Bechmann, S., 2010. Servicedesign. 1. udgave 2. oplag red. Aarhus: Hans Reitzels Forlag.

Bechmann, S., 2012. Service er Marketing. 1. udgave 2. oplag red. s.l.: Gyldendal Business 2012.

Berendsen, u.d. Berendsen Serviceløsning. [Online]

Available at: <http://www.berendsen.dk/berendsens-serviceloesning>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Berg, C., 2017. Sammen om digital dannelse i dagtilbud. [Online]

Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=Tn1Y7zRUJHs&feature=youtu.be>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

BUPL, Andreas Enghoff, 2015. Faktaark: Pædagogers sygefravær 2014. [Online]

Available at: [http://www.bupl.dk/iwfile/BALG-9XDC2S/\\$file/Faktaark\\_Paedagogernes\\_sygefravaer.pdf](http://www.bupl.dk/iwfile/BALG-9XDC2S/$file/Faktaark_Paedagogernes_sygefravaer.pdf)  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Bureau, 2016. SEO for begyndere. [Online]

Available at: [https://gallery.mailchimp.com/4f65e3de32c33bf51ad4458b0/files/seo\\_for\\_begyndere\\_V3.pdf?utm\\_source=Main&utm\\_campaign=b0f41c-baf4-Velkommen\\_AUTOMATION\\_1&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_a6027229f4-b0f41cbaf4-172579497](https://gallery.mailchimp.com/4f65e3de32c33bf51ad4458b0/files/seo_for_begyndere_V3.pdf?utm_source=Main&utm_campaign=b0f41c-baf4-Velkommen_AUTOMATION_1&utm_medium=email&utm_term=0_a6027229f4-b0f41cbaf4-172579497)  
[Senest hentet eller vist den 07 12 2016].



Capstone Press Staff Cohan, P. S., 2013. Capstone Encyclopaedia of Business. 1 ed. s.l.:John Wiley & Sons. Chemistry Explained, 2017. Soap. [Online]  
Available at: <http://www.chemistryexplained.com/Ru-Sp/Soap.html>  
[Accessed April 2017].

Danmarks Statistik, 2014. Flere børn bliver passet ude. [Online]  
Available at: <http://www.dst.dk/pukora/epub/Nyt/2014/NR146.pdf>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Danmarks Statistik, 2016. 82.000 FLERE AF IKKE-VESTLIG HERKOMST I DANMARK. [Online]  
Available at: <http://www.dst.dk/da/Statistik/nyt/NytHtml?cid=21575>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Danmarks Statistik, 2017. NÆSTEN 6 PCT. FLERE FØDTE I 2016. [Online]  
Available at: <http://www.dst.dk/da/Statistik/nyt/NytHtml?cid=22748>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Dansk Flygtningehjælp, 2015. FLYGTNINGEBØRN I DAGINSTITUTIONER. 1 red. København: Frederiksberg Bogtrykkeri A/S. De Forenede Dampvaskerier, 2015. DFD - VASKERI MED SPECIALISERET VASKERISERVICE. [Online]  
Available at: <http://www.dfd.dk/>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Electrolux, u.d. Hvorfor vådrensning?. [Online]  
Available at: <http://professional.electrolux.dk/Forretningslosninger/Commercial-Laundry/Dry-Cleaners/Wet-Cleaning/Hvorfor-vadrensning/>  
[Senest hentet eller vist den Marts 2017].

Faber, K., 2016. Sådan rammer besparelserne på vuggestuer og børnehaver. [Online]  
Available at: <http://politiken.dk/indland/art5635985/S%C3%A5dan-rammer-besparelserne-p%C3%A5-vuggestuer-og-b%C3%B8rnehaver>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Hans Jørgen Skriver, E. S. P. S.-H., 2012. Organisation. 5th red. København K: Trojka.

Hansen, M., 2015. Flygtningebørn: Det kan pædagogerne gøre. [Online]  
Available at: [http://www.bupl.dk/fagbladet\\_boern\\_og\\_unge/nyheder/flygtningeboern\\_det\\_kan\\_paedagogerne\\_goere?opendocument](http://www.bupl.dk/fagbladet_boern_og_unge/nyheder/flygtningeboern_det_kan_paedagogerne_goere?opendocument)  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Helsborg, T., 2016. VIDEO så hurtigt smitter børn hinanden med bakterier og virus. [Online]  
Available at: <http://www.dr.dk/levnu/boern/video-saa-hurtigt-smitter-boern-hinanden-med-bakterier-og-virus>  
[Senest hentet eller vist den Februar 2017].

Henriksen, H., 2009. Naturvidenskab for alle. København N: Zeuner Grafisk as.

Høy, C. B. o. L. M., 2015. Damprenser til fliser, tekstiler og vinduer. [Online]  
Available at: <http://www.idenyt.dk/huset/damprenser-til-fliser-tekstiler-og-vinduer/>  
[Senest hentet eller vist den April 2017].

Jane Fulton Suri, M. B., 2000. Experience Prototyping, New York: s.n.

JENSEN, S. S., 2016. Nordjyske kommuner planlægger massive besparelser på børnene. [Online]  
Available at: <https://www.tv2nord.dk/artikel/nordjyske-kommuner-planlaegger-massive-besparelser-paa-boernene>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Kolding Kommune, 2015. Dullerfiks. [Online]  
Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=38xNpCzN9WM&feature=youtu.be>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Kolding Kommune, 2015. Dullerfiks - et hygiejne projekt. [Online]  
Available at: <https://www.kolding.dk/om-kommunen/vi-designer-livet/vision-kolding-vi-designer-livet/design-cases/dullerfiks-et-hygiejne-projekt>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Kolding Kommune, 2015. Kolding får hygiejnepris. [Online]  
Available at: <https://www.kolding.dk/aktuelt-nyheder/nyhedsarkiv-2015/kolding-faar-hygiejnepris>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Kolding Kommune, 2016. Dullerfiks. [Online]  
Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=ZI-VPMt3qiQ>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Kousholt, B., 2014. Organisation og mennesker. 1. udgave, 1. oplag red. København K: Praxis- Nyt Teknisk Forlag.

Kymi Rens, u.d. Om Kymi Rens. [Online]  
Available at: <http://www.kymi.dk/dk/om-kymi-rens/>  
[Senest hentet eller vist den marts 2017].

Kärcher, 2017. Steam cleaners. [Online]  
Available at: <https://www.kaercher.com/uk/home-garden/steam-cleaners.html#Wxv7ZGHkA5DKh1Rd.97>  
[Senest hentet eller vist den April 2017].

Linkedin Learning, 2016. Seo fundamentals. [Online]  
Available at: <https://www.linkedin.com/learning/seo-fundamentals/overview-of-long-term-content-strategies>  
[Senest hentet eller vist den 24 10 2016].

Lægehåndbogen, 2016. Zoonoser. [Online]  
Available at: <https://www.sundhed.dk/sundhedsfaglig/laegehaandbogen/infektioner/tilstande-og-sygdomme/generelt/zoonoser/>  
[Senest hentet eller vist den marts 2017].

Mauborgne, R. & Kim, W. C., 2005. Blue Ocean Strategy, From theory to practise. s.l.:Berkeley 2005.

MOZ, 2016. Google Algorithm Change History. [Online]  
Available at: <https://moz.com/google-algorithm-change>  
[Senest hentet eller vist den 10 12 2016].

Naturlig Desinfektion Aps, u.d. Hvordan virker UV lyset?. [Online]  
Available at: <http://naturligdesinfektion.dk/uv-lys-virkemaade/>  
[Senest hentet eller vist den April 2017].

OdenseKommune, 2017. Rengøring og Desinfektion. [Online]  
Available at: <http://www.odense.dk/borger/sundhed-og-sygdom/vidensbank/hygiejnehaandbog/rengoering-og-desinfektion>  
[Senest hentet eller vist den April 2017].

Oliver Gassmann, K. F. M. C., n.d. The St. Gallen Business Model Navigator. St. Gallen: University of St. Gallen.

Osterwalder, A., 2010. Business Model Generation. New Jersey: John Wiley & Sons.

Philip Kotler, G. A., 2014. Principles of Marketing. 15th red. London: Pearson Education Limited.

Quass, L., 2014. Digitale børn ændrer børnehaver og vuggestuer. [Online]  
Available at: <https://www.b.dk/nationalt/digitale-boern-aendrer-boernehaver-og-vuggestuer>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Ravi Sawhney, D. P., 2011. Predictable Magic. 1 red. New Jersey: Pearson Education.

RegionNordjylland, I., 2017. Hygiejnehåndbog. 1 red. Aalborg: s.n.  
Simon Sinek, TEDx Talks, 2009. Start with why -- how great leaders inspire action | Simon Sinek | TEDxPugetSound. [Online]  
Available at: [https://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJkF\\_VuA&t=345s](https://www.youtube.com/watch?v=u4ZoJkF_VuA&t=345s)  
[Accessed April 2017].

Sisney, L., 2013. What's Wrong with the Golden Circle?. [Online]  
Available at: <http://organizationalphysics.com/2013/04/01/whats-wrong-with-the-golden-circle/>  
[Accessed April 2017].

Skaaning, J., 2015. Mange daginstitutioner tager imod flygtningebørn for første gang i år. [Online]  
Available at: <https://www.dr.dk/nyheder/indland/mange-daginstitutioner-tager-imod-flygtningeboern-foerste-gang-i-aar>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Sundhedsstyrelsen, 2010. Dyrehold i Dagtilbud. [Online]  
Available at: <https://www.sst.dk/da/sundhed-og-livsstil/miljoe/hygiejne/~media/892C05F3C783432985B8789AFB8AC364.ashx>  
[Senest hentet eller vist den Marts 2017].

Sundhedsstyrelsen, 2011. Smitsomme sygdomme hos børn og unge, Vejledning om forebyggelse i daginstitutioner, skoler m.v.. 5. udgave, 1. oplag. 2011 red. 2100 København Ø: Komiteen for Sundhedsoplysning.

Testmagasinet.dk, u.d. Damprensere test - 3 effektive damprensere. [Online]  
Available at: <http://testmagasinet.dk/diverse/damprensere-test.html>  
[Senest hentet eller vist den April 2017].

Trine Vinther Larsen, BUPL, 2014. Dårligt arbejdsmiljø gør pædagoger syge. [Online]  
Available at: [http://www.bupl.dk/fagbladet\\_boern\\_og\\_unge/nyheder/daarligt\\_arbejdsmiljoe\\_goer\\_paedagoger\\_syge?opendocument](http://www.bupl.dk/fagbladet_boern_og_unge/nyheder/daarligt_arbejdsmiljoe_goer_paedagoger_syge?opendocument)  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Trine Vinther Larsen, BUPL, 2014. Kommunekort: Store forskelle i pædagogers sygefravær. [Online]  
Available at: [http://www.bupl.dk/fagbladet\\_boern\\_og\\_unge/nyheder/kommunekort\\_store\\_forskelle\\_i\\_paedagogers\\_sygefravaer?opendocument](http://www.bupl.dk/fagbladet_boern_og_unge/nyheder/kommunekort_store_forskelle_i_paedagogers_sygefravaer?opendocument)  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Trine Vinther Larsen, BUPL, 2016. I smittezonen: Vi bombarderes med virus og bakterier. [Online]  
Available at: [http://www.bupl.dk/fagbladet\\_boern\\_og\\_unge/nyheder/i\\_smittezonen\\_vi\\_bombarderes\\_med\\_virus\\_og\\_bakterier?opendocument](http://www.bupl.dk/fagbladet_boern_og_unge/nyheder/i_smittezonen_vi_bombarderes_med_virus_og_bakterier?opendocument)  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

TV2, 2015. Der skal spares på børneområdet - se om det rammer dig. [Online]  
Available at: <http://nyheder.tv2.dk/samfund/2015-09-17-der-skal-spares-paa-boerneomraadet-se-om-det-rammer-dig>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Undervisnings Ministeriet, 2016. Sammen om digital dannelse. [Online]  
Available at: <http://www.emu.dk/modul/sammen-om-digital-dannelse>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Undervisnings Ministeriet, u.d. Digitale medier som katalysator i det pædagogiske arbejde. [Online]  
Available at: <http://www.emu.dk/modul/digitale-medier-som-katalysator-i-det-p%C3%A6dagogiske-arbejde>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Unilever, 2017. Fakta om damp-rengøring. [Online]  
Available at: <https://www.cleanipedia.com/dk/gulv-taeppe/rengoring-med-damp-en-nem-hurtig-og-sikker-metode>  
[Senest hentet eller vist den April 2017].

UviCube, n.d. About UviCube. [Online]  
Available at: <https://www.uvicube.com/pages/about-uvicube>  
[Accessed April 2017].

Washa, u.d. Spørgsmål og svar. [Online]  
Available at: <https://dk.washa.com/#!/faq>  
[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Wikipedia, 2015. Nukleinsyre. [Online]  
Available at: <https://da.wikipedia.org/wiki/Nukleinsyre>  
[Senest hentet eller vist den April 2017].

Wikipedia, 2017. Ultraviolet germicidal irradiation. [Online]  
Available at: [https://en.wikipedia.org/wiki/Ultraviolet\\_germicidal\\_irradiation](https://en.wikipedia.org/wiki/Ultraviolet_germicidal_irradiation)  
[Senest hentet eller vist den April 2017].



Aalborg Forsyning, 2017. Det koster vand. [Online]

Available at: <https://www.aalborgforsyning.dk/vand/forbruger-hos-vand-as/det-koster-vand.aspx>

[Senest hentet eller vist den Maj 2017].

Aalborg Universitetshospital, u.d. Akut Modtageafsnit (AMA). [Online]

Available at: [http://www.aalborguh.rn.dk/Afsnit-og-ambulatorier/Akut-og-Traumecenter/Afsnit/Akut-Modtageafsnit-\(AMA\)](http://www.aalborguh.rn.dk/Afsnit-og-ambulatorier/Akut-og-Traumecenter/Afsnit/Akut-Modtageafsnit-(AMA))

[Senest hentet eller vist den Marts 2017].



# Bilag

Bilag 1: Hygiejnehåndbog (uddrag)  
Bilag 2: Arbejdsuge  
Bilag 3: Interviews

## Rengøring af legetøj

### Generelt

Legetøj passerer dagligt i gennem mange hænder, Det bliver sovet med, bidt i, suttet på, revet i stykker og smidt med, derfor bliver det hele tiden forurenet med både mikroorganismer og smuds (jord, insektdele tøjfibre mm). Både mikroorganismer og smuds kan medvirke til smittespredning blandt børnene.

### Rengøring af legetøj

- Legetøj bør rengøres med vand og sæbe en gang om måneden
- Legetøjet bør altid rengøres efter et udbrud med smitsom sygdom
- Ved længer varende udbrud bør rengøring af legetøj være en del af den skærpede hygiejne.

Småt legetøj f.eks. legoklodser kan kommes i et pudebetræk og vaskes i vaskemaskinen. Tøjdyr bør kunne tåle vask i vaskemaskine på minimum 40°C.

Bamsedage, hvor børnene deler privat legetøj bør begrænses til perioden mellem april og september, hvor der ikke er så stor risiko for udbrud med smitsom sygdom.

Ved udbrud med smitsom sygdom bør børnenes private legetøj begrænses til brug af det enkelte barn.

Hvis institutionens legetøj har været lånt ud til et barn, som har taget det med hjem, bør det rengøres, før det igen indgår som en del af det fælles legetøj.

### Reference

- <http://www.sik.dk/Virksomhed/Produktsikkerhed-for-fagfolk/-fokus-paa-produktsikkerhed/10-gode-raad-til-indkoeb-og-haandtering-af-legetoej>
- Hygiejne i daginstitutioner. Anbefalinger om forebyggelse og sundhedsfremme for børn inden for hygiejne, miljø og sikkerhed, Sundhedsstyrelsen 2013
- Nationale infektionshygiejniske retningslinjer om generelle infektionshygiejniske retningslinjer Central Enhed for Infektionshygiejne 1. udgave 2017 (udkast 2016), Statens Serum Institut.

Udarbejdet/revideret den  
01.01.2017

Af hygiejnespørgsmålsskærpe  
infektionshygiejnen, Region Nordjylland

Godkendt af  
Aalborg kommune  
Hygiejnekoordinationsudvalget

# Bilag 2

	Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag
6.30	Børnehaven åbnes Pædagogen tænder MinInstitution systemet, Når de første børn kommer, startes små aktiviteter. Fri leg	Børnehaven åbnes Pædagogen tænder MinInstitution systemet, Når de første børn kommer, startes små aktiviteter. Fri leg	Børnehaven åbnes Pædagogen tænder MinInstitution systemet, Når de første børn kommer, startes små aktiviteter. Fri leg	Børnehaven åbnes Pædagogen tænder MinInstitution systemet, Når de første børn kommer, startes små aktiviteter. Fri leg	Børnehaven åbnes Pædagogen tænder MinInstitution systemet, Når de første børn kommer, startes små aktiviteter. Fri leg
8.00	Pædagog møder ind. - sætter sig ind på anden stue og laver aktiviteter med børnene. Fri leg for børnene	Pædagog møder ind. - sætter sig ind på anden stue og laver aktiviteter med børnene. Fri leg for børnene	Pædagog møder ind. - sætter sig ind på anden stue og laver aktiviteter med børnene. Fri leg for børnene	Pædagog møder ind. - sætter sig ind på anden stue og laver aktiviteter med børnene. Fri leg for børnene	Pædagog møder ind. - sætter sig ind på anden stue og laver aktiviteter med børnene. Fri leg for børnene
9.00	To pædagoger møder ind Børnene får en formiddagsmad.	To pædagoger møder ind Børnene får en formiddagsmad.	To pædagoger møder ind Børnene får en formiddagsmad.	To pædagoger møder ind Børnene får en formiddagsmad.	To pædagoger møder ind Fredagsmøde Børnene får en formiddagsmad.
10.00	Hver stue laver aktivitet med pædagog.	Børnehaven skal ud på gåtur. En pædagog skifter ble på de børn med ble. En pædagog hjælper børnene i udetøjet	Hver stue laver aktivitet med pædagog.	Tematordsdag. Her skal hver stue med pædagog udføre tematiske opgaver med pædagog.	Hver stue laver aktivitet med pædagog.
11.00	Der stilles frem til frokost. inden frokost laver pædagogerne en aktivitet med børnene. Frokost. En Pædagog går på legepladsen. En pædagog hjælper børnene i udetøjet En pædagog rydder af og sørger for opvaskemaskinen. En pædagog går til pause.	Der stilles frem til frokost. inden frokost laver pædagogerne en aktivitet med børnene. Frokost. En Pædagog går på legepladsen. En pædagog hjælper børnene i udetøjet En pædagog rydder af og sørger for opvaskemaskinen. En pædagog går til pause.	Der stilles frem til frokost. inden frokost laver pædagogerne en aktivitet med børnene. Frokost. En Pædagog går på legepladsen. En pædagog hjælper børnene i udetøjet En pædagog rydder af og sørger for opvaskemaskinen. En pædagog går til pause.	Der stilles frem til frokost. inden frokost laver pædagogerne en aktivitet med børnene. Frokost. En Pædagog går på legepladsen. En pædagog hjælper børnene i udetøjet En pædagog rydder af og sørger for opvaskemaskinen. En pædagog går til pause.	Der stilles frem til frokost. inden frokost laver pædagogerne en aktivitet med børnene. Frokost. En Pædagog går på legepladsen. En pædagog hjælper børnene i udetøjet En pædagog rydder af og sørger for opvaskemaskinen. En pædagog går til pause.
12.00	På skift går pædagogerne til pause. En pædagog har kontortid, og klarer administrativt arbejde En pædagog har fri kl 13	På skift går pædagogerne til pause. En pædagog har kontortid, og klarer administrativt arbejde En pædagog har fri kl 13	På skift går pædagogerne til pause. En pædagog har kontortid, og klarer administrativt arbejde En pædagog har fri kl 13	På skift går pædagogerne til pause. En pædagog har kontortid, og klarer administrativt arbejde En pædagog har fri kl 13	På skift går pædagogerne til pause. En pædagog har fri kl 13
14.00	En pædagog skifter ble på de børn med ble. Børnene får frugt og brød. En pædagog går hjem kl 14. Fri leg på legepladsen. Børnene hentes fra 14- 16.45. Tredje pædagog går hjem kl 16.	En pædagog skifter ble på de børn med ble. Børnene får frugt og brød. En pædagog går hjem kl 14. Fri leg på legepladsen. Børnene hentes fra 14- 16.45. Tredje pædagog går hjem kl 16.	En pædagog skifter ble på de børn med ble. Børnene får frugt og brød. En pædagog går hjem kl 14. Fri leg på legepladsen. Børnene hentes fra 14- 16.45. Tredje pædagog går hjem kl 16.	En pædagog skifter ble på de børn med ble. Børnene får frugt og brød. En pædagog går hjem kl 14. Fri leg på legepladsen. Børnene hentes fra 14- 16.45. Tredje pædagog går hjem kl 16.	En pædagog skifter ble på de børn med ble. Børnene får frugt og brød. En pædagog går hjem kl 14. Fri leg på legepladsen. Børnene hentes fra 14- 16.30. Tredje pædagog går hjem kl 16.
16.45	Børnehaven lukker for i dag Den sidste pædagog gør børnehaven klar til rengøring.	Børnehaven lukker for i dag Den sidste pædagog gør børnehaven klar til rengøring.	Børnehaven lukker for i dag Den sidste pædagog gør børnehaven klar til rengøring.	Børnehaven lukker for i dag Den sidste pædagog gør børnehaven klar til rengøring.	Børnehaven lukker 16.30 Den sidste pædagog gør børnehaven klar til rengøring.

# Bilag 3

Merethe

**Hvordan ser en typisk arbejdsdag ud for jer?**

**Hvor tit bliver der gjort rent i børnehaven?**

**Hvad dækker dette over?**

Jeg mener at der afsat tre timer til rengøring hver dag.

**Bliver legetøjet gjort rent lige så tit?**

**Hvis ja, hvordan?**

**Hvis nej, hvorfor ikke?**

Nej, legetøjet bliver ikke gjort rent lige så tit. Vi ville gerne, men det er tidskrævende. Det vi har i dukkekrogen kommer engang imellem i opvasken. Men ellers er det hovedsageligt når vi har hovedrengøring om sommeren, at vi har tid til det. Det er her vi har tid til at vaske sådan noget som lego i opvaskemaskinen. Det er faktisk ikke alt legetøj der bliver gjort rent, sådan noget som perler, som genbruges, kan vi ikke rigtig gøre noget. Det er for småt. Lego skal vaskes på det rigtige program i vaskemaskinen, ellers vrider det og går i stykker.

**Hvordan rengøres jeres legetøj?**

Det er hovedsageligt vaskemaskinen og opvaskemaskinen vi bruger til at gøre legetøjet rent. Det der ikke kan gå i de maskinen vasker vi nogle gange op i hånden. Puslespil, perler, blyanter, tuscher og lignende gør vi ikke rent, selvom det er legetøj og redskaber, der bliver brugt hyppigt. Vi kan ikke gå rundt og spritte dem af.

**Bliver legetøjet skiftet ud med andet legetøj?**

**Hvorfor?**

**Hvor tit?**

**Er I påtvunget at skulle rengøre legetøjet?**

**Af hvem?**

Det er jeg ikke klar over.

**Giver det mening for jer at rengøre legetøjet?**

Ja i allerhøjeste grad. Vi er godt klar over smitekilden og mærker den også på børnene og os selv

**Hvordan føles denne opgave?**

Det er meningsfuldt at gøre rent, men vi har ikke tid til det i det daglige, så det bliver ikke gjort. Det er det, der bliver nedprioriteret, og det er ikke en af vores kerneopgaver.

**Hvordan har I det med at skulle rengøre legetøjet?**

**I forhold til konceptideen, hvordan vil I have det med at rengøringsopgaven udliciteres til en dis-tributørn som så klarer rengøringsopgaven for jer?**

Det vil være fint, hvis den kunne udliciteres. Det vil være lækkert, især hvis det kan være med til at mindske infektioner.



Lotte

### **Hvordan ser en typisk arbejdsdag ud for jer?**

Arbejdsdagen starter forskelligt. Hvis det er en åbnevagt, starter den fra kl. 6.30. Indtil formiddag er der fri leg. Enten sætter jeg noget i gang ved bordet, ellers sidder de selv og hygger, tegner eller går hen og leger. De andre pædagoger kommer ind henholdsvis kl. 8 og kl. 9. Vi appellerer til at børnene får en formiddagsmad kl. 8.30. Herefter leger børnene igen, enten inde eller ude. Inden frokost samles grupperne, hvor der er lidt fællesaktivitet. To af børnene hjælper med at dække bord. Efter madpakkerne, skal børnene ud på legepladsen at lege. Kl. 14 er der frugt. Herefter afhentes børnene. Jeg som pædagog skal være den der; holder opsyn, går med i lege, finder på lege, understøtter de børn der har brug for det og hjælper til med læring i bl.a. konf-likter. I min gruppe er der 12 børn.

### **Hvor tit bliver der gjort rent i børnehaven?**

#### **Hvad dækker dette over?**

Der bliver gjort rent hver dag. Vi har nu fået noget der hedder synligt-rengøring. Det vil sige at en rengøringsdame kommer og gør rent fra 6-9. Hun følger en plan over, hvilke rum der skal gøres rent på bestemte dage. Denne rengøring dækker bl.a. over; aftørring af gulv, rengøring af overflader (hvor pædagogerne skal gøre overfladerne tilgængelige på forhånd) og fjerne pletter. Vi rengør selv møbler, reoler, skuffer, servitricer og køkkener.

### **Bliver legetøjet gjort rent lige så tit?**

#### **Hvis ja, hvordan?**

#### **Hvis nej, hvorfor ikke?**

Nej, legetøjet bliver ikke gjort rent lige så tit. Hen imod juleferie eller sommerferie, bliver det legetøj, der er blevet brugt meget, rengjort. Det plejer kun at være 1-2 gange om året. Enten er det en aktivitet, hvor børnene skal inddrages, ellers skal man kunne gå fra børnene, da der er meget legetøj. Det på depotet bliver ikke rengjort.

### **Hvordan rengøres jeres legetøj?**

Hvis det er børnene, der hjælper til, skrubbes den ene siden mens den anden bliver glemt. Nogle plastikting kan godt vaskes i opvaskemaskinen. Mange af dukketingene (fx dyr) er det ikke hensigtsmæssigt at lade det ligge i vandet for længe, da vandet har svært ved at løbe ud igen. Men måden det foregår på er at; vasken bliver fyldt op med sæbe, legetøjet bliver smidt i, og derefter vasket. Efter vask lægges legetøjet til aftørring. Vi står ikke og tørrer hver enkel del af.

### **Bliver legetøjet skiftet ud med andet legetøj?**

#### **Hvorfor?**

#### **Hvor tit?**

Ja vi skifter legetøjet ud med andet legetøj, da noget legetøj bliver leget ud og kedeligt. Derfor skal de have nye input med enten nyt legetøj eller legetøj der har været gemt væk. Dette bliver ikke vasket af inden det tages frem eller når det stilles tilbage på depotet. Dog kan noget godt blive støvet af hvis det er støvet, men som regel er det blevet lagt i nogle tætsluttende bokse. Det bliver nok skiftet ud halvårligt.

### **Er I påtvunget at skulle rengøre legetøjet?**

#### **Af hvem?**

Ja vi skal, så vidt jeg ved, gøre hovedrent i legetøjet en gang om året. Jeg mener at det er kommunen, som pålægger os det.

#### **Giver det mening for jer at rengøre legetøjet?**

Ja det giver mening at gøre legetøjet rent, for børnene godt kan finde på at proppe tingene i munden eller næsen. Det er en nedprioriteret opgave, da den menneskelige kontakt er vigtigere.

#### **Hvordan føles denne opgave?**

Det er jo rengøring, så det bliver aldrig en leg. Det er da en skal-opgave. Det er da sådan noget man får dårlig samvittighed over, hvis der ikke er blevet gjort rent i lang tid. Vi ved jo at det efter en rengøring er blevet beskidt efter 14-dages tid.

#### **Hvordan har I det med at skulle rengøre legetøjet?**

Jeg tager det stille og roligt med at vaske legetøjet med børnene, dog skal man lige være opmærksom på at børnene skal skifte tøj efter, da de ofte bliver våde af at lege med vandet. Det tager lang tid, da meget af legetøjet skal bruge lang tid på at tørre.

#### **I forhold til konceptideen, hvordan vil I have det med at rengøringsopgaven gives til en distributør som så klarer rengøringsopgaven for jer, mens I substitueres med indsamling af legetøjet?**

Det var da en fremragende idé. Man kan jo diskutere om det er en opgave for børnehaven, hvor børnene inddrages i rengøringen, så de lærer det. Men så igen, børnene inddrages også i rengøring derhjemme. Rent tidsmæssigt, ville det være skønt, hvis det kunne gøres af andre.

Jette

### **Hvordan ser en typisk arbejdsdag ud for jer?**

På en vagt, hvor jeg møde kl. 8, går jeg ned i et af de andre rum med nogle af børnene, og sætter en aktivitet i gang. Det kan være klippe/klistre, modellervoks, perler og lign. Kl. 9 mødes de voksne, for at høre, hvem der gør hvad og derigennem planlægger dagen. Om tirsdagen går vi på tur, mens vi om torsdagen har tema.

### **Hvor tit bliver der gjort rent i børnehaven?**

#### **Hvad dækker dette over?**

Der bliver gjort rent hver dag i børnehaven. Men kvaliteten af rengøringen svinger, da rengøringen er fokuseret på overflader. Vi skal hele tiden sørge for at flytte fx planter fra vindueskarmene, så de kan blive tørret af. De vasker jo heller ikke gulvet, de tørrer det over. Vi skal gøre servicen og legetøjet rent.

### **Bliver legetøjet gjort rent lige så tit?**

#### **Hvis ja, hvordan?**

#### **Hvis nej, hvorfor ikke?**

Det sker ikke så tit, og jeg indrømmer gerne at det godt kunne gøres noget oftere. Men på en eller anden vis er det en besværlig opgave oven i alt det andet vi jo også skal. Det vil være mere hensigtsmæssigt, hvis det bliver gjort rent oftere, fordi vi bliver flere og flere på de samme antal kvadratmeter.

### **Hvordan rengøres jeres legetøj?**

Vi har børnene med, og gør det til en aktivitet for dem. De ting der tåler opvaskemaskinen, kommer i opvaskemaskinen. Det kan godt være besværligt at skulle sortere i det plast, der kan tåle opvask og det der ikke kan. Det sker at vi kommer til at ødelægge legetøjet, fordi det er kommet i opvaskemaskinen.

### **Bliver legetøjet skiftet ud med andet legetøj?**

#### **Hvorfor?**

#### **Hvor tit?**

Vi skifter det ud, fordi noget af legetøjet bliver uinteressant i børnenes leg. Vi har også noget som sjældent bliver skiftet ud, og der kunne det godt tænkes at kunne indeholde mange bakterier.

### **Er I påtvunget at skulle rengøre legetøjet?**

#### **Af hvem?**

Ja vi er påtvunget det fra kommunen. Det er vores ansvar, at det er rent.

### **Giver det mening for jer at rengøre legetøjet?**

Ja det giver mening for os.

### **Hvordan føles denne opgave?**

Det er en rigtig irriterende opgave. Jeg vil meget hellere lave andre aktiviteter med børnene end at gøre rent.

### **Hvordan har I det med at skulle rengøre legetøjet?**

**I forhold til konceptideen, hvordan vil I have det med at rengøringsopgaven gives til en distributør som så klarer rengøringsopgaven for jer, mens I substitueres med indsamling af legetøjet?**

Det ville være fint. Det er en god ide at inddrage børnene i sorteringsarbejdet, og dejligt at det så bliver hentet og rengjort. Jeg er sikker på at det også kan spare kommunen for nogle sygedage, da vi voksne jo også rammes af sygdom.

Mette

**Hvor tit bliver der gjort rent i børnehaven?**

**Hvad dækker rengøringen over?**

Der bliver gjort rent hver dag. Det er et godt spørgsmål, hvad rengøringen dækker over. Vi grovfejer, ved hver lukning, og så kommer rengøringsfolkene, der vasker gulv og støvsuger. Dette er ikke grundigt, men overfladisk. Jeg tror at rumme, fordelt til et ad gangen, bliver gjort særligere rent, og her er det fladerne, der gøres rent. En ny detalje er at rengøringen i fremtiden går fra aftensrengøring til dagrengøring, hvilket betyder at vi kan se at hun er i huset. Dette er spørgsmål om at spare penge. Det er vi ret spændte på at se om det gør noget ved rengøringsniveauet.

**Bliver legetøjet gjort rent ligeså tit?**

**Hvorfor ikke?**

Nej det bliver det ikke.

**Hvor tit rengøres legetøjet så?**

Til sommer har vi en hovedrengøring, her tager vi vægge og lofter rent. I den forbindelse gør vi også legetøjet rent. Ellers gøres det også i tilfælde af sygdom.

**Hvordan rengøres legetøjet?**

Vi vasker det der kan vaskes i vaskemaskine med vaskemaskinen, ellers vasker vi det i hånden med sæbevand. Hvis vi flytter lidt rundt på legetøjet, tørrer vi også hyldeerne af, så det er lidt ad hoc. Når vi gør det rent plejer vi at tage det hele, for så ved vi at det hele bliver gjort rent. Når vi tager legetøjet op fra depotet bliver det gjort rent.

**Er der lovkrav om eller bliver I på anden måde påtvinget at skulle rengøre legetøjet? Hvis ja**

**Hvordan lyder lovkravet?**

**Hvis intet lovkrav, hvem pålægger jer rengøring af legetøj?**

Der er faktisk lige kommet en hygiejne håndbog, hvor der er retningslinjer med hygiejne, og hvordan vi kan gøre legetøjet rent. Den har vi ikke lige nået af arbejde med endnu.

**Er der tid til det?**

Nej det er der ikke, men det skal der så være. Men hver gang vi skal gøre opgaver som disse går der jo tid fra børnene, også selvom vi godt kan have børnene med til at rengøre, dog er det i få tilfælde.

**I forhold til konceptideen, hvordan vil I have det med at rengøringsopgaven omkring legetøjet udliciteres til en distributør som så klarer denne for jer?**

Er effekten blevet målt? Har det betydningen for personalets sygdom? Det er sandelig væsentligt at tage højde for pædagogernes arbejdsopgaver. For det er jo alt det man ikke når, man bliver presset over, og rengøringen er en vigtig opgave. Jeg synes ideen er spændende, og i sidste ende handler det jo om penge. Vi skal til at arbejde med mere rengøring af legetøjet, og det er desværre en opgave der nedprioriteres. Det er en god ide, rigtig aktuelt.



Pia

**Hvor tit bliver der gjort rent i børnehaven?**

**Hvad dækker rengøringen over?**

Der kommer en rengøringsdame hver dag, som vasker gulvene og gør toiletterne rene. Jeg ved ikke hvor meget hun ellers gør. Vi grovfejer selv.

**Bliver legetøjet gjort rent ligeså tit?**

**Hvorfor ikke?**

Nej det gøres kun rent en gang om året når vi har hovedrengøring. Hvis der er noget legetøj vi kan se, der er blevet udsat for noget, bliver det lige vasket i vaskemaskinen eller under noget varmt vand. Det kan fx være noget legetøj der er blevet suttet – eller kastet op på.

**Hvorfor bliver det andet legetøj så ikke gjort rent på samme tid?**

Det er måske noget kulturelt, for sådan har jeg oplevet at man altid har gjort det. Yderligere dør nogle bakterier også efter noget tid på legetøjet, så på den måde tager weekenderne noget af det værste.

**Hvordan rengøres legetøjet?**

Vi rengør sådan noget som klodser i vaskemaskinen, og ellers laver vi et stort kar med sæbevand, og skyller tingene igennem. Sådan noget som bamser og dukketøj ryger også i vaskemaskinen. Alt efter hvordan det lige passer ind, gør vi det nogle gange til noget leg og læring for børnene, det sker bl.a. når udelegetøjet skal rengøres.

**Er der lovkrav om eller bliver I på anden måde påtvinget at skulle rengøre legetøjet? Hvis ja**

**Hvordan lyder lovkravet?**

**Hvis intet lovkrav, hvem pålægger jer rengøring af legetøj?**

Jeg er ikke lige klar over reglerne er, men der bliver nok lavet nogle skærpede tiltag til sådan noget som sundhed og hygiejne. Det er lederen der sørger for at koordinere med rengøringspersonalet, og så er der noget licitation i forhold til rengøring, der har vi ikke så meget indflydelse.

**I forhold til konceptideen, hvordan vil I have det med at rengøringsopgaven omkring legetøjet udliciteres til en distributør som så klarer denne for jer?**

Som pædagog kan jeg ikke tage stillingen til det, men det lyder som en god ide, som er nichespecifikt.

Marianne

**Hvor tit bliver der gjort rent i børnehaven?**

**Hvad dækker rengøringen over?**

Det bliver der gjort hver dag. Det vi gør er at feje gulvet, og så vasker rengøringsfolkene gulvet. Jeg tænker også at de støvsuger. Derudover tager de også et rum om dagen, hvor der gøres ekstra rent, samt at toiletterne bliver gjort rent hver dag.

**Bliver legetøjet gjort rent ligeså tit?**

**Hvorfor ikke?**

Nej det gør det ikke. Tiden er ikke rigtig til det. Dog gøres det rent, når der er sygdom, men ellers er det nok en 1-2 gange om året. Finder man noget legetøj ude ved toiletterne, så bliver det selvfølgelig gjort rent. Det legetøj der er småt, som fx plusplus eller perler, bliver ikke gjort rent.

**Hvordan rengøres legetøjet?**

Alt LEGO bliver samlet i et dynebetræk, og derefter vasket i vaskemaskinen. Sådan noget som dyrene er blevet gjort rent i håndvasken – I disse tilfælde inddrages børnene nogen gange.

**Hvordan føles rengøringsprocessen?**

Den kan godt tage sin tid. Men det skal jo gøres.

**Er der lovkrav om eller bliver I på anden måde påtvunget at skulle rengøre legetøjet? Hvis ja**

**Hvordan lyder lovkravet?**

**Hvis intet lovkrav, hvem pålægger jer rengøring af legetøj?**

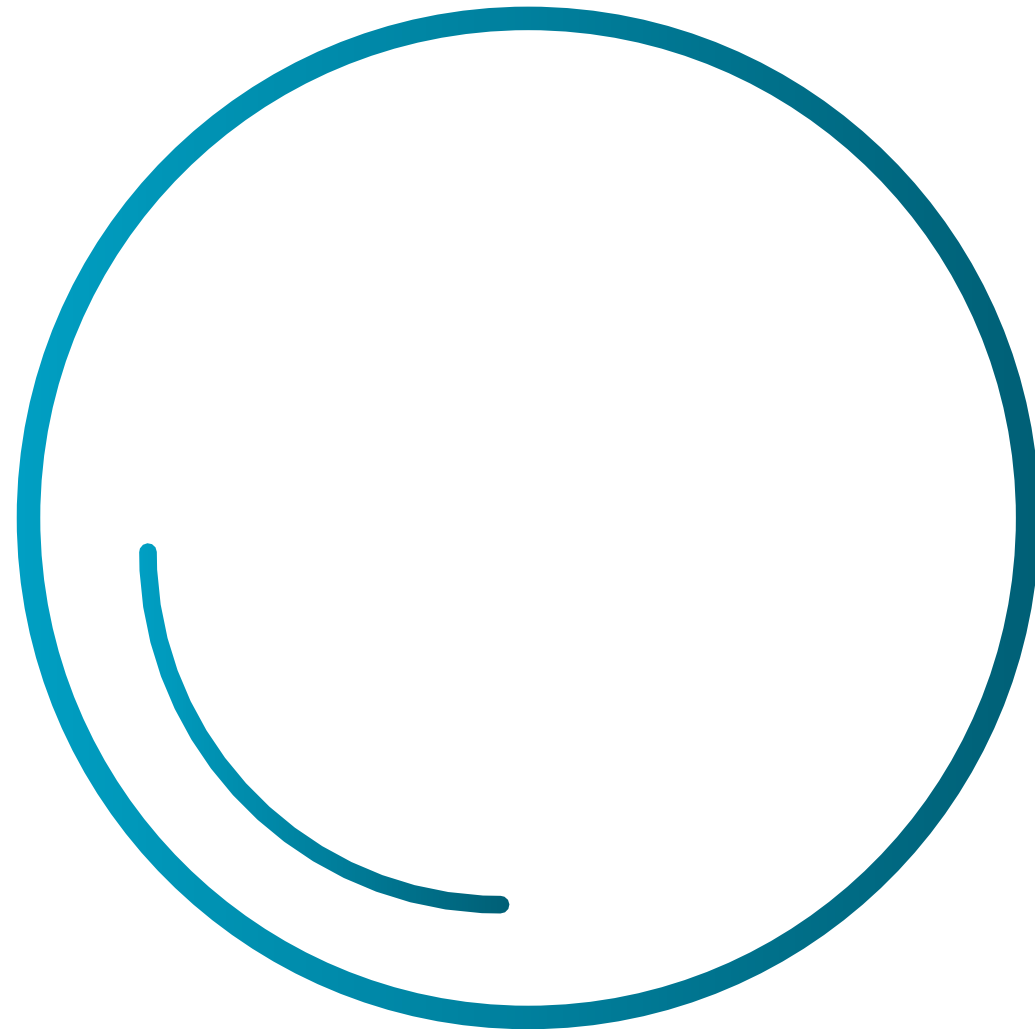
Jeg kan godt forestille mig at det liver stillet som et krav højere oppe i hierarkiet. Men vi bestemmer selv hvornår, men det afhænger virkelig af, hvornår vi har tid til det. Op til ferie, er der ikke så mange børn, så der større mulighed for at rengøre det.

**I forhold til konceptideen, hvordan vil I have det med at rengøringsopgaven omkring legetøjet udliciteres til en distributør som så klarer denne for jer?**

Det lyder da som en hammer god ide. For det er jo en opgave, der skal gøres, og når der er fuldt hus med børn, så er det bare en opgave, der slet ikke er tid til.









# Titelblad

Titel:	BOBL
Rapporttype:	Forretningsdokument
Universitet:	Aalborg Universitet
Uddannelse:	MSc. 4 Entrepreneurial Engineering
Tema:	Kandidatspeciale
Projektperiode:	1.februar 2017 - 2.juni 2017
Vejleder:	Frank Gertsen
Sideantal:	18
Antal rapporter:	2

# Introduktion

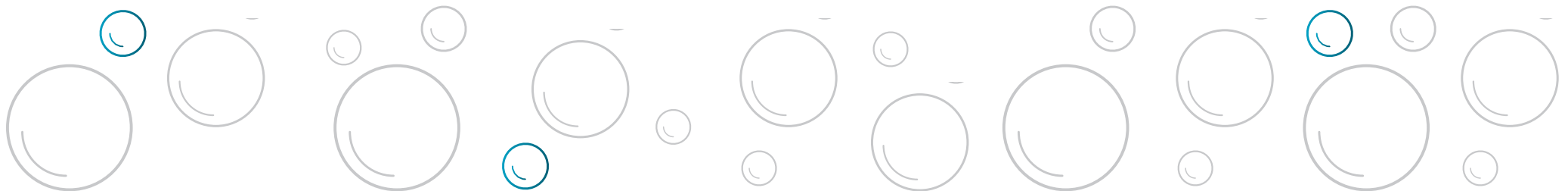
BOBL er et virksomhedskoncept, som har til for mål at yde en service for pædagogerne i landets daginstitutioner. Projektet om BOBL er lavet i forbindelse med kandidatspecialet på MSc.04 Entrepreneurial Engineering på Aalborg Universitet. Denne rapport er forretningsdokumentet for projektet og fungerer som en management-orienteret rapport/ et salgsdokument, hvor de primære resultater bliver præsenteret.

Strukturen for denne rapport vil være en pain-cure-profit struktur, som leder læseren igennem problemområdet, derefter løsningskonceptet, og sidst detaljer om forretningsmodellen og tiltag, der skal bringe projektet på markedet.



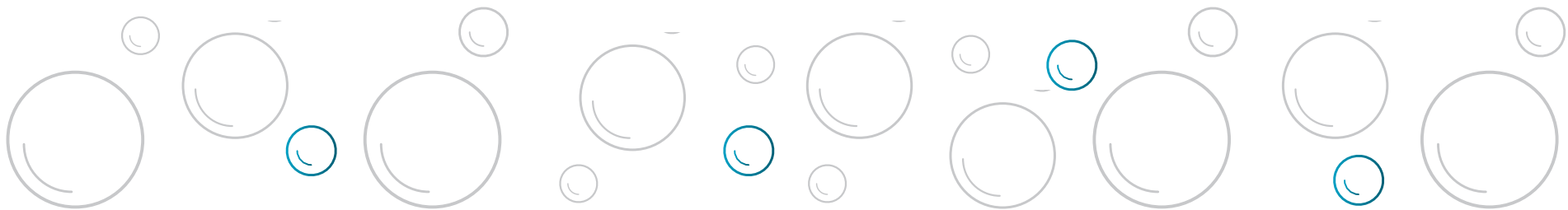
---

Steffan Behrens



# Indhold

Titelblad	2
Introduktion	2
Executive summary	4
Problem	5
Løsning	7
Proces	8
Forretningsmodel	9
Størrelsen af markedet	11
Tilstedeværelse	12
Profit	14
Budget	15
Illustrationsliste	16
Noter	17



## Executive summary

På landsplan mangler der i landets daginstitutioner ca. 4400 pædagoger. Dette skyldes at kommunerne har sat besparelser ind på børneområdet. Der er derfor et stort arbejdspress på pædagogerne, da de har fået 10% flere børn siden 2009 at holde øje, samtidig med at skulle sikre børnenes trivsel og almen dannelse.

Daginstitutionerne bliver målt på den kvalitet, der leveres. Heriblandt er det hygiejniske miljø en af kravene for at sikre en god kvalitet, og det er fra kommunens og Sundhedsstyrelsens side anbefalet at pædagogerne rengør legetøjet minimum 1 gang om måneden. Men på grund af det høje arbejdspress med at sikre børnenes trivsel og almen dannelse, er rengøringen af legetøjet en nedprioriteret opgave, og finder derfor kun sted 1-2 gange årligt.

For at daginstitutionen kan sikre sig på at opgaven med rengøring af legetøj overholder anbefalingerne fra kommunerne og Sundhedsstyrelsen, er virksomhedskonceptet BOBL blevet udarbejdet. BOBL er en servicevirksomhed, der via en abonnement løsning henter en kasse (BOBL-boks) fyldt med institutionens legetøj en gang om måneden. Dette legetøj bliver vasket, desinficeret og tørret af BOBL, og leveret tilbage til børnehaven inden for 48timer.

Med en abonnement løsning, der koster 6000kr./år, vil det for BOBL kræve minimum 137 kunder for at skabe et break-even inden for det første år. Dette resultat er med to studentermedhjælpere ansat. Da der er 155 daginstitutioner i Aalborg Kommune alene, og et ønske om at kunne servicere dem alle, kan BOBL nå et break-even i den 7. måned.

Da BOBL bevæger sig ud på et nyt marked med en ny serviceydelse, uden nogen form for konkurrence fra konkurrerende virksomheder, kan det give BOBL en first-mover fordel. Ved at være first-mover gør så også at kunderne ikke kender til løsningen eller virksomheden, hvilket betyder at BOBL bliver nødt til at sikre en markedsføring, der skaber indsigt, nysgerrighed, og vilje til at få løst behovet.



# Problem

En pædagog er uddannet til at varetage udviklings- og omsorgsopgaver, der skaber trivsel og almen dannelse for børn i 3-5 års alderen. På landsplan mangler der ca. 4400 pædagoger sammenlignet med forholdene 2009. Dette gør at normeringen lyder på gennemsnitligt 6,7 børn pr. pædagog. Anbefalet bør normeringen være 5 børn pr. pædagog.

De færre pædagoger er derfor en kvalitetsmæssig forringelse, som går ud over børnene i sidste ende.

Ender det med at en af pædagogerne lægger sig syg, grundet almindelig feber, influenza og lign. eller på grund af stress igennem et øget arbejdspress, skaber det også en ændring for de tilbageværende pædagoger i daginstitutionen. Selvfølgelig kan der ofte tilkaldes en vikar, men de tiltænkte udviklingsopgaverne bliver sat i bero og/eller udskydes til senere hen. Men den syge pædagog medfører et arbejdspress for de tilbageværende pædagoger, da de pludselig har flere børn at holde øje med, samtidig med at de også bliver nødt til at udskyde de udviklingsmæssige opgaver for deres gruppe/stue. Pædagoger ligger blandt de fagfolk i Danmark, som har flest sygedage. Faktisk ligger tallet i gennemsnit på 14 sygedage om året, og derfor hænder det ret ofte, at pædagogerne må ændres deres arbejdsdag, hvilket betyder at nogle rengøringsopgaver bliver tilsidesat.

For at øge hygiejneniveauet anbefales det fra kommunerne og Sundhedsstyrelsen bl.a. at legetøjet bliver gjort rent minimum en gang om måneden. Men dette er en ekstra opgave, og da pædagogerne allerede har nok opgaver i at varetage børnenes trivsel og almen dannelse, bliver rengøring af legetøjet nedprioriteret og kun udført på tidspunkter, hvor der ikke er så mange børn i daginstitutionen. Det vil sige op til de store ferier, som i tal er 1-2 gange årligt.

Ifølge pædagogerne selv er rengøringen af legetøjet en skal-opgave, som aldrig er sjov at udføre, og den menneskelige opgave er vigtigere. De er klar over at legetøjet bliver beskidt hurtigt efter en rengøring, da børnene har det med at proppe legetøjet i munden og/eller næsen. Selvom det er en skal-opgave, kan den godt medføre dårlig samvittighed, at den ikke udføres.



# BÖBL

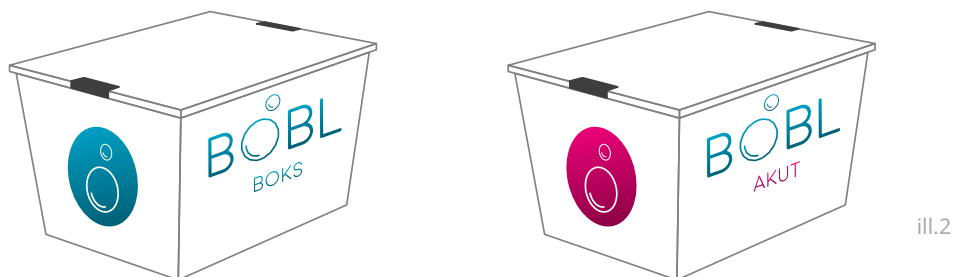
Det hygiejniske alternativ





## Løsning

For at være sikker på at opgaven med rengøring af legetøj overholder anbefalingerne fra kommunerne og Sundhedsstyrelsen, er virksomhedskonceptet BOBL udviklet. BOBL er en service virksomhed, der via en abonnement løsning henter en kasse (BOBL-boks) fyldt med institutionens legetøj en gang om måneden. Dette legetøj bliver vasket, desinficeret og tørret af BOBL, og leveret tilbage til institutionen igen inden for 48timer.



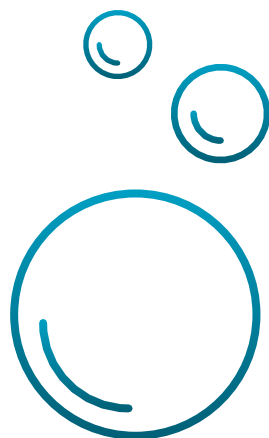
Med BOBL-servicen kan pædagogerne udføre deres primære opgaver uden at skulle tænke på at legetøjet bliver rengjort. Daginstitutionen sikrer og/eller øger med servicen det hygiejniske niveau, som i sidste ende sikrer/øger kvaliteten af daginstitutionen. Det øgede hygiejniske niveau forebygger også sygdomme og smitte, hvilket giver færre sygedage.

BOBL-boksen er 32L og udgør den primære service for BOBL. Det er denne kasse, som bliver hentet én gang om måneden. Denne service er baseret på et abonnement, der koster 6000kr./årligt.

Udover BOBL-boksen tilbyder BOBL også en akutservice. Denne service er tiltænkt til situationer, hvor der er udbrudt en smitsom sygdom i daginstitutionen, og det derfor kræver en akut rengøring af legetøjet, så smittespredningen mindskes.

Denne service koster 100 kr. pr. gang.

# Proces



SÆBE

Legetøjet bliver vasket i sæbevand med en temperatur på 30°C - 45°C. Sæben fjerner fedtstoffer, snavs og bakterier på legetøjet.



DAMP

Legetøjet dampes med en dampmaskine. Her bliver det desinficeret, og de sidste bakterier bliver fjernet.



Tørring

Legetøjet sættes i et varmeskab, hvor det via varme og luft kommer igennem en tørringsproces.

ill.3

# Forretningsmodel

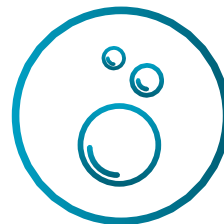
Den forretningsudvikling, der er foretaget i dette projekt, er lavet med udgangspunkt i at skabe en værdi for brugerne ved at løse deres behov, samt skabe en rentabel forretning. Igennem iterationer i projektet, er forretningsmodellen nu nået til et punkt, der kræver en testperiode, inden BOBL går på markedet. På denne måde kan konceptet valideres og tilpasses for at skabe den bedst mulige værdi for alle parter i forretningsmodellen.

Selvom BOBL beskæftiger sig med et lille serviceområde, kan servicen stadig sammenlignes med lignende services daginstitutioner allerede benytter sig af som fx at få slået græs, en frugtordning eller rengøring af lokaler. De daginstitutioner som vælger at benytte sig af BOBL servicen kan få sikret/øget et hygiejnisk niveau i institutionen, som vil skabe bedre trivsel og højne kvaliteten af indemiljøet. I sidste ende kan BOBL servicen lede til færre sygedage, som vil have en positiv indvirkning på samfundet, da forældrene til børnene kan holde færre "barnets 1. sygedag".

Et Business Model Canvas (ill. 4) giver et visuelt overblik af BOBL's forretningsmodel, som er et af resultaterne af fire måneders projektarbejde og tilpasninger.

Det kræver på nuværende ikke nogle partnerskaber i samme branche, men på sigt kan det vise sig at være fordelagtigt at indgå et samarbejde med enten et fragtfirma eller et renseri. Dog skal BOBL have skabt sig en marketingsplatform, da det er en ny service på et nyt marked, og derfor kender kunderne ikke til BOBL.

## Værdier



BOBL vil fungere som kundens hygiejniske alternativ.



BOBL stræber efter at værne om miljøet, og forsøger at finde bæredygtige løsninger.



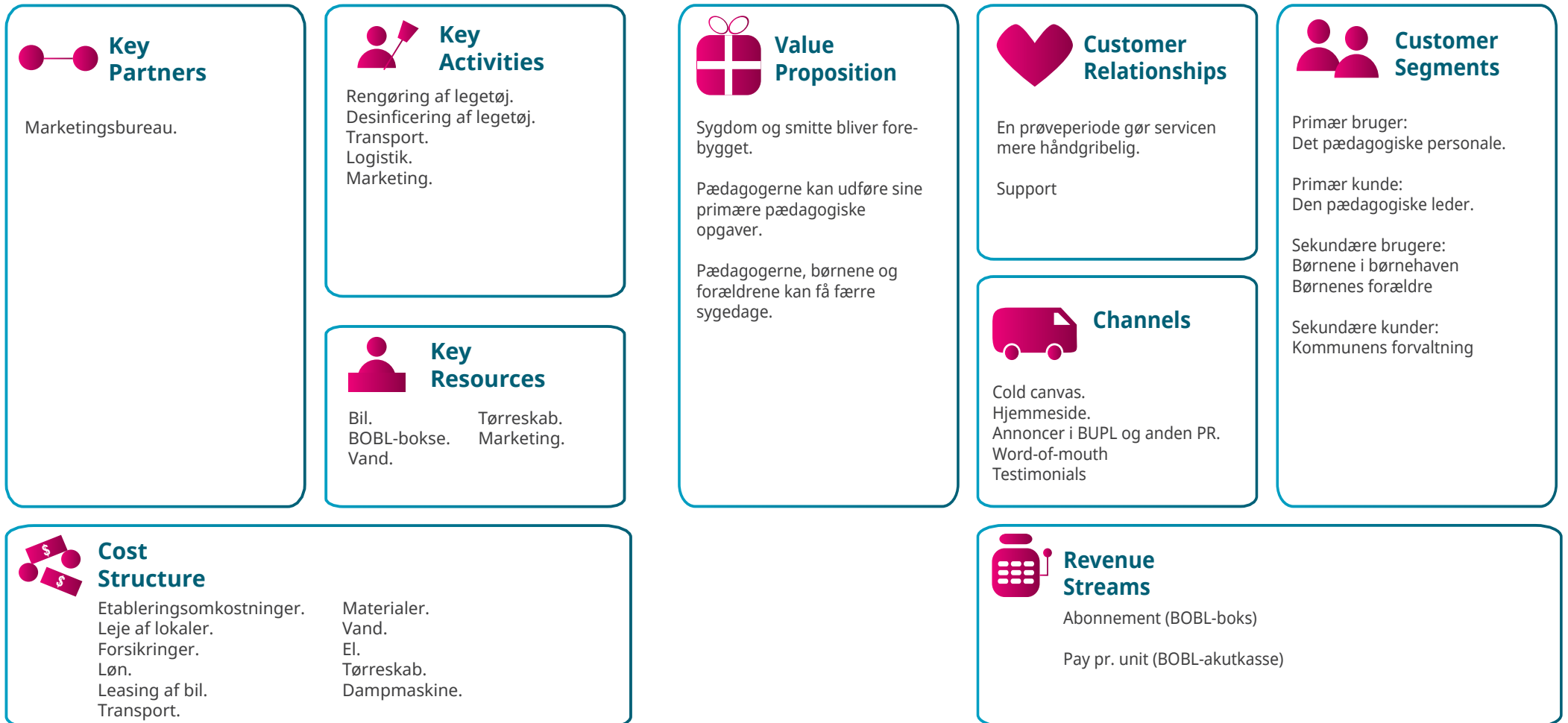
Tilfredse kunder og medarbejdere er for BOBL en vigtighed.



Servicen må maksimum tage 48 timer fra hentning til levering.

ill.4

## Business Model Canvas BOBL



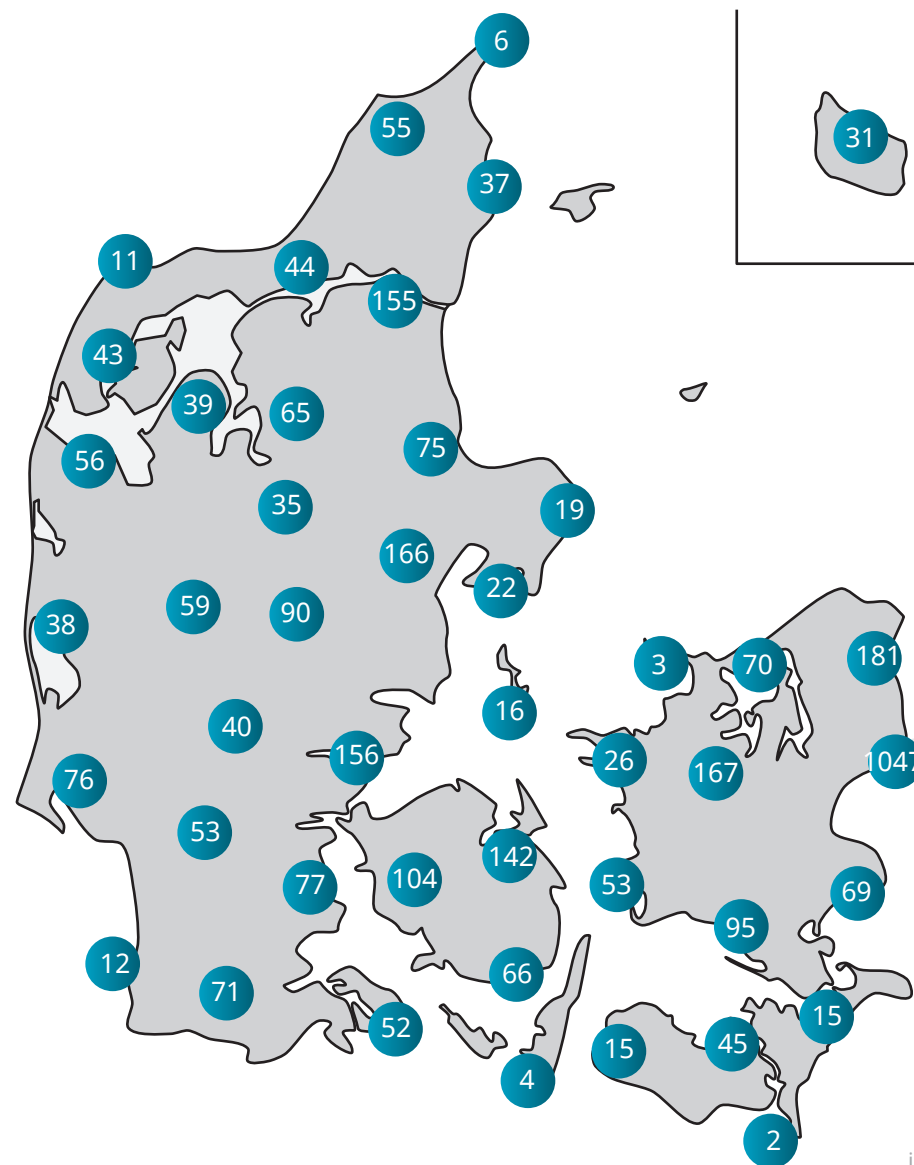
## Størrelsen af markedet

I Danmark udgør en kombination af børnehaver og aldersintegrerede institutioner et total marked af potentielle kunder på 3664 daginstitutioner. Det er for BOBL et mål at kunne dække stort set alle disse institutioner, set bort fra øerne som fx Bornholm, Læsø, Samsø og lign.

Det er som en start tiltænkt at BOBL skal servicere alle daginstitutionerne i Aalborg Kommune med 155 institutioner. Da virksomheden på nuværende tidspunkt ikke er større, er kapaciteten regnet ud for at se, om det er muligt at kunne afdække Aalborg Kommune.

De 155 institutioner skal serviceres inden for 22 dage, dermed bliver det til ca. 7 institutioner om dagen. Igennem en test med rengøring af legetøj, blev det gjort klart at en rengøring tager et sted imellem 15min. - 30min. Med de 7 institutioner om dagen bliver det en arbejdsdag kun til rengøring på 1t 45min - 3t 30. min. Oven i det ligger der kørsel.

Kortet viser antal institutioner fordelt rundt omkring i landet.



ill.6



# Tilstedeværelse

## Fysisk

Da en stor del af servicen går med at hente og levere legetøjet til daginstitutionen, bruges meget af tiden rundt på Danmarks veje. BOBL's servicevogne kan derfor bruges til at skabe opmærksomhed om BOBL.

Yderligere er det tiltænkt at BOBL servicemedarbejderne får en uniform. Når de så er ude ved kunderne i daginstitutioner, får kunderne et indtryk af at BOBL er en professionel virksomhed, som vil levere en værdi for dem

Det ønskes at kunne reklamere og skabe PR i lokalaviserne og BUPL, som er pædagogernes fagforening, for at få skabt en awareness omkring BOBL.



ill.7

## Digitalt

Det er for BOBL vigtigt at have en tilstedeværelse på internettet, så potentielle kunder kan gå ind at skaffe sig information om BOBL. Her er det specielt tiltænkt, at de potentielle kunder, som har hørt om BOBL igennem Word-of-mouth effekten, eller set BOBL's tilstedeværelse på landevejene, kan få en forståelse og et indblik i BOBL servicen, og enten få lyst til at købe servicen eller anbefale den til sit netværk.



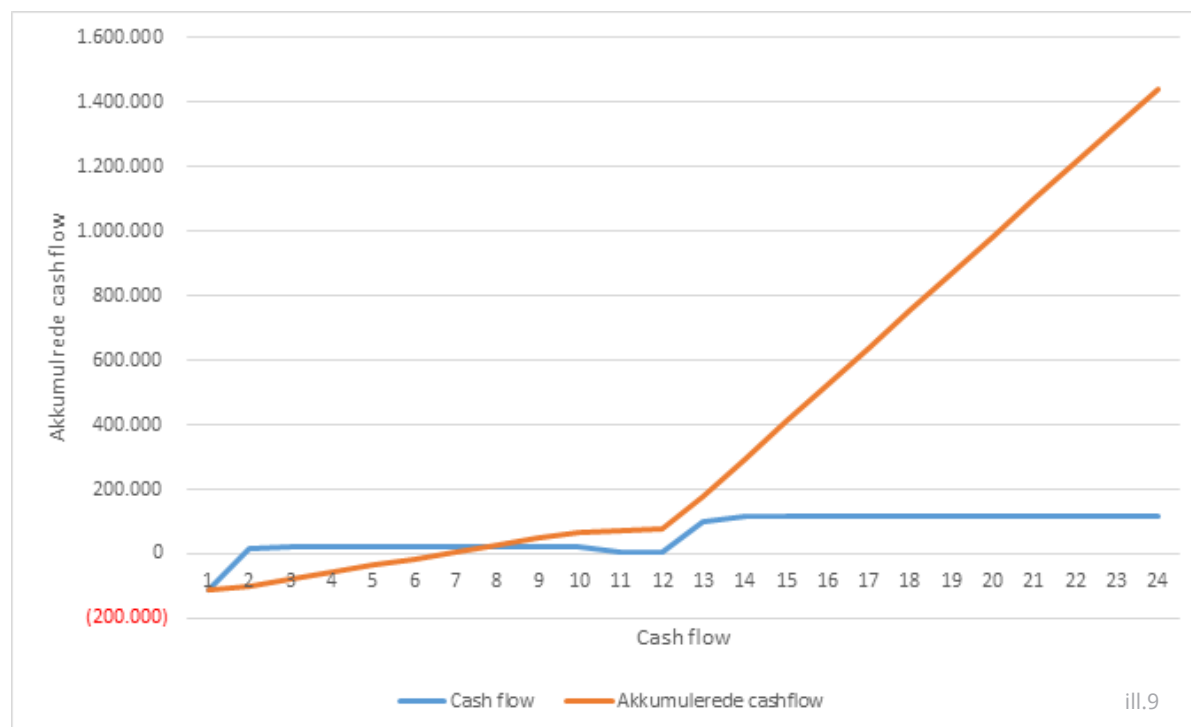
ill.8

# Profit

For at illustrere det økonomiske potentiale, er et budget blevet udarbejdet. Budgettet er struktureret på den måde, at det første år dækker alle 155 daginstitutionerne i Aalborg Kommune. Efter et år udvides markedet til at dække de større byer i Region Nordjylland og ligger på 491 institutioner.

Investeringen for opstarten af BOBL er blevet estimeret til at være ca. 200.000 kr., og det vil derfor være muligt med de 155 daginstitutioner at skabe en positivt cashflow efter en måned, og opnå et break-even efter 7 måneder.

Det skyldes at de største omkostninger for BOBL vil være; løn, leje af erhvervslokale og materialer til rengøring. Indtjeningen der imod ligger på 77.500 kr hver måned det første år, og vil stige til 245.000kr året efter.



ill.9

# Budget

## BOBL Budget

måned	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Antal betalende kunder	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	155	491	491	491	491	491	491	491	491	491	491	491	491
operationel indkomst	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	77.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500	245.500
<b>Opstartsomkostninger</b>																								
Plastikbokse	4.495																							
sæbe og vaskemidler	2.000																							
IT redskaber	15.000																							
Tørrskab	4.000																							
Dampmaskine	8.000																							
Domæne	100																							
Trademark (dansk)	4.850																							
Hosting	1.000																							
Juridisk rådgivning																								
Opstarts rådgivning																								
Marketing	30.000																							
1. operative internet platform	50.000																							
Andet	15.000																							
<b>Totale opstartsomkostninger</b>	<b>134.445</b>																							
<b>Variable omkostninger</b>																								
Materialer		250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Marketing		5.000										15.000	15.000	15.000										
<b>Totale variable omkostninger</b>	<b>0</b>	<b>5.250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>250</b>	<b>15.250</b>	<b>15.250</b>	<b>16.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>	<b>1.500</b>
<b>Faste omkostninger</b>																								
Internet	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199	199
Domæne		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Bil	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
Transport	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500	7.500
Løn CEO	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000	31.000
Løn studiejob	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	13.488	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000	75.000
Vand	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Kontor leje	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
<b>Totale faste omkostninger</b>	<b>56.387</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>56.487</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>	<b>129.249</b>
<b>Totale indtægter</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>77.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>	<b>245.500</b>
<b>Totale udgifter:</b>	<b>190.832</b>	<b>61.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>56.737</b>	<b>71.737</b>	<b>71.737</b>	<b>145.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>	<b>130.749</b>
Driftresultat (EBIT)	-113.332	15.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	5.763	5.763	99.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751
Selskabsskat 22 %	0	0	0	0	0	0	1374	4568	4568	4568	1268	1268	21945	25245	25245	25245	25245	25245	25245	25245	25245	25245	25245	25245
Cash flow	-113.332	15.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	20.763	5.763	5.763	99.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751	114.751
Akkumulerede cashflow	-113.332	-97.569	-76.806	-56.043	-35.280	-14.517	6.246	27.009	47.772	68.535	74.298	80.061	179.812	294.563	409.314	524.065	638.816	753.567	868.318	983.069	1.097.820	1.212.571	1.327.322	1.442.073

# Illustrationsliste

- ill. 1 Situationsbillede
- ill. 2 BOBL-bokse
- ill. 3 Proces
- ill. 4 Værdier
- ill. 5 Business model canvas
- ill. 6 Markedstørrelse
- ill. 7 BOBL-bil
- ill. 8 Hjemmeside
- ill. 9 Resultat
- ill. 10 Budget



# Noter

Der kan her skrives noter til projektet:

