



Linser for livet

Ditte Tranberg og Mette Jørgensen tog prisen for den gode idé, da grønne iværksættere dystede på Vegetarisk Festival 2018

TEKST: KARIN ELRØD. FOTO: MORTEN FALBORG NORDSTRÖM

I teltets uformelle atmosfære lagde DVF op til en konkurrence på gode, grønne idéer. Foran publikum og et dommerpanel med iværksættererfaring præsenterede tre teams potentialet i deres drømmevirksomheder. Undervejs blev der spurgt ind og kommenteret af dommerne – Jesper Pøhler, partner i Fairdig, Henrik Lund, direktør i Naturlil, og Jacob Jønck, medstifter af Simple Feast.

BABYSHOP

Sune Lodahl lagde ud med sine idéer til Plantebaby.dk – en webshop med plantebaseret udstyr til de små og, som bærende element, vegansk modermælkserstatning. Et produkt, som er efterspurgt blandt veganere og vegetarer, men endnu ikke repræsenteret på det danske marked, oplyste han. Lovkrav og bureaukrati samt nødvendigheden af at sikre tilstrækkelig startkapital til at importere en hel container for at komme i gang, var nogle af de hindringer, en mindre virksomhed skulle overvinde for at komme i gang.

BÆREDYGTIG KOPHOLDER

Katrine Jensen og Nessie Beik redegjorde professionelt for deres projekt, en enkel og handy kopholder, der allerede står sin prøve hos virksomheden Chocolat. *Nifty* – ordet betyder anvendelig og chic – er ideel til at bære to-go-drikken på en finger, uden at man brænder sig. Idéen fik Nessie i Thailand, da hun så,

hvordan drikkekrus blev anbragt i en plastikpose med sløjfe foroven. Hjemme videreudviklede hun produktet i genbrugsplast, et materiale der i forhold til de eksisterende to-go-emballager af plast og pap kan produceres med lavere vandforbrug og CO₂-udledning. Dermed gives forbrugeren indirekte et incitament til en mere bæredygtig adfærd. "*Nifty* sparer penge og lagerplads for virksomheden, er let at have i lommen eller tasken for forbrugeren og kan genbruges mange gange", fortalte de to iværksættere.

LYSERØD MEL

Ditte Tranberg og Mette Jørgensen fra "Linser for livet" løb af med titlen Årets grønne iværksætter 2018. Deres koncept – økologisk linsemel, nydeligt præsenteret i sin naturlige, lysrøde farve, hjemmemalet på stenkværn og påfyldt glas med indbydende etiketter – vandt dommernes hjerter. Indtryk gjorde ikke mindst de medfølgende opskrifter, der afspejlede iværksætternes dedikation til at få forbrugerne til at lave sund og nærende mad derhjemme.

"I har en god mission og et flot brand", opsummerede Jesper Pøhler på vegne af dommerne. De opfordrede samtidig vinderne til at tænke mere kommercielt, at *go all in* på linserne og udvide universet med flere produkter samt videoer, blog og en hjemmeside, der leder videre til Facebook og Instagram. ■

