SORØERHVERVS

NOVEMBER 2025
SORØ ERHVERVSMAGASIN
SORØ ERHVERV
№ 16

MAGASIN

10-11
HVAD ER DIN LIVRET?

12-13
BONJOUR, HELLO GUTENTAG

14-15
FRA SORØ TIL SYDEUROPA: GR-SK BYGGER BRO MELLEM DANMARK OG GRÆKENLAND

16-17
RØG, GLØDER OG BÅLMAD PÅ PARNAS PARK

18-19
UNGE I PRAKTIK I UDLANDET

04-05
FRA BAGHAVEN I SORØ TIL HATTEELSKERE I HELE VERDEN

Fra et lille værksted i Sorø sender Hornskov Hats håndlavede hatte til kunder i over 60 lande. Det hele begyndte med et par gamle hatte, en nysgerrig ung mand og en passion for håndværk. I dag er Hornskov Hats et internationalt brand med sjæl og kompromisløs kvalitet.

KOLOFON

Udgiver
Sorø Erhverv
Rådhusvej 8
4180 Sorø
16. udgivelse / November 2025
Oplag 2.500 stk.

Ansvarshavende redaktør
Laila Haunstrup Bregner Carlsen
Erhvervschef

Redaktion
Laila Haunstrup Bregner Carlsen
Karen Plesner
Aviaaja Johanne Ring Høyer

Layout
AD'er Tina Nisted Ekstrøm
nisted-bruun.dk

Fotos
Fotograf Jakob Vind

Disclaimer
Dette magasin indeholder alene generel oplysning og kan ikke anses at have karakter af rådgivning. Alle rettigheder forbeholdes.

Miljømærket tryksag 5041 0826

Dette magasin er en Svanemærket tryksag.

04-05
Fra baghaven i Sorø til hatteelskere i hele verden

06-07
Nisted Bruun er med på rejsen

08-09
Specialiseret industri i vores baghave

10-11
Hvad er din livret?

14-15
Fra Sorø til Sydeuropa: GR-SK bygger bro mellem Danmark og Grækenland

16-17
Røg, gløder og bålmad på Parnas Park

18-19
Unge i praktik i udlandet

20-21
Rejsende i affald

22-23
Når grøn omstilling skolevirksomheds-samarbejde går hånd i hånd

12-13
Bonjour, hello, gutentag

FORORD

AT REJSE ER AT LEVE

Sådan skrev H.C. Andersen for 170 år siden, og ordene rammer stadig plet. For mig personligt har rejser altid været en kilde til inspiration og udvikling. Både privat, gennem min uddannelse på Den Danske Eksportskole og gennem mange år som eksportsælger og importør har jeg oplevet, hvor spændende det er at begive sig ud og lære nyt, at møde nye kulturer, skabe relationer på tværs af grænser og finde fælles løsninger på tværs af sprog og tidszoner.

I dag er mit arbejdsliv forankret her i Sorø Kommune – men verden er stadig tæt på. For her i vores egen, hjemlige kommune finder vi virksomheder, der hver dag arbejder internationalt og skaber arbejdspladser, innovation og vækst med afsæt i lokale rødder og globalt udsyn.

Dette års erhvervsmagasin sætter fokus på netop dem: De virksomheder, der repræsenterer Sorø Kommune internationalt. De viser, at man godt kan være lokalt forankret og samtidig række ud mod verden.

Jeg håber, magasinet vil inspirere, overraske og måske give endnu flere lokale virksomheder lysten til at udforske, hvordan vi kan bringe Sorøs stærke erhvervsliv ud til verden – for vi har rigtig meget at byde på!

God læselyst!

Laila Haunstrup Carlsen
Erhvervschef

Fra baghaven i Sorø til hatteelskere i hele verden

Det begyndte med en nysgerrig ung mand, et par gamle hatte fra genbrug og en masse timer foran YouTube. I dag står Hornskov Hats som en international succeshistorie – et brand, der sender håndlavede hatte fra Sorø til kunder i over 60 lande.

For 10 år siden var Peter Hornskov i gang med en uddannelse som produktionsteknolog, da en ven viste ham en video af en hattemager. Fascineret kastede han sig ud i at skille vintagehatte ad for at lære teknikken selv. Halvdelen af hans tid gik hurtigt med at eksperimentere med materialer og metoder.

De første hatte røg på Instagram, og næsten øjeblikkeligt kom henvendelserne – ikke fra Danmark, men fra udlandet. – Der var faktisk ikke rigtig et marked i Danmark, fortæller han. Min allerførste hat solgte jeg til en kunde i udlandet.

Sammen med sin partner Cathrine byggede han brandet op på sociale medier, og Instagram blev porten til den internationale scene. En kickstarterkampagne skaffede 75.000 kroner, og senere gik en Facebook-video viralt med over 100 millioner visninger.

Et globalt brand med Sorø som base

I dag er Hornskov Hats et kendt navn blandt hatteelskere verden over. Kunder rejser helt fra USA og Australien til Sorø for at få lavet en hat. – Vi oplever, at folk kommer fra den anden side af kloden for at besøge os – mens andre kan synes, at turen fra København er lidt langt, siger Cathrine med et smil.

Selve produktionen foregår i værkstedet i baghaven i Sorø. Her arbejder parret uden ansatte – bevidst. – Vi vil ikke være en produktionsvirksomhed. Det handler om at lave specialdesignede hatte, hvor kunden er med i processen fra start til slut, forklarer Peter.

Internationale kunder og kulturer

Kundekredsen spænder bredt, men fælles for de internationale kunder er, at de søger kvalitet og autenticitet. Hornskov Hats tilbyder et "fitting kit", så kunder fra hele verden kan måle deres hoveder, vælge materialer og farver sammen med Cathrine via billeder og online dialog.

Smagspræferencer varierer dog: Amerikanere har ofte en forkærlighed for cowboyinspirerede hatte, mens europæere efterspørger mere klassiske modeller. Og så er der de uventede markeder. – Vi har solgt til kunder i Kuwait, Thailand og Afrika – nogle gange undrer vi os over, hvordan de overhovedet har fundet os, siger parret.

Branding på engelsk – og et stærkt univers

Fra start har Hornskov Hats markedsført sig internationalt med engelsk indhold. Brandfortællingen er enkel men stærk: en lille, familiedrevet virksomhed i Sorø, der mestrer et gammelt håndværk og leverer en luksusvare i særklasse.

> **“Folk rejser fra den anden side af kloden for at få en hat – det er stadig helt vildt for os.”**

eller værdier. Fra et værksted i baghaven har Peter og Cathrine skabt et brand, der er blevet synonym med noget af det bedste inden for håndlavede hatte globalt.

Eller som de selv siger: – Vi har det fantastisk her i Sorø. Vi kunne drømme om en butik i New York, men i virkeligheden vil vi helst bare være os to – med vores håndværk, vores kunder og vores værksted i baghaven.

Kunderne får ikke bare en hat – de får en oplevelse. Hatteæskerne er designet så smukt, at flere kunder har dem stående fremme i deres hjem. – Det betyder meget for os, at folk kan mærke passionen, når de åbner pakken, siger Cathrine.

Fra workshop i Sorø til drømme om undervisning globalt

Ud over at producere hatte har Hornskov Hats afholdt workshops i Sorø – primært med deltagere fra udlandet. – Det overrasker mange, hvor hårdt det er at lave en hat, fortæller Peter. I fremtiden drømmer de om at udvide med et læringsunivers online, hvor håndværket kan føres ud til endnu flere.

Ingen jagt på vækst for enhver pris

Selvom de er blevet spurgt, om de vil deltage i Løvens Hule, og selvom forespørgsler om store ordrer fra blandt andet Texas er kommet, holder parret fast i deres vision. – Vi vil ikke være en virksomhed, hvor hatte produceres på samlebånd. For os handler det om kvalitet og håndværk – og det går de ikke på kompromis med, siger de.

Sorø går internationalt

Hornskov Hats viser, at en lille virksomhed fra Sorø kan nå hele verden – uden at gå på kompromis med hverken kvalitet

> **“Vi vil ikke være en virksomhed, hvor hatte produceres på samlebånd. For os handler det om kvalitet, håndværk og glæden ved at skabe noget unikt – helt fra værkstedet i baghaven i Sorø.”**

Nisted Bruun er med på rejsen

De fleste internationale kunder hos Nisted Bruun Reklamebureau har startet deres virksomhed på det danske marked og siden udvidet til nye markeder i Europa. Bag hver kunderelation ligger et tæt samarbejde, så det er naturligt, at Nisted Bruun følger med kunderne på deres vækstrejse.

Det er faktisk en stor ære, fortæller direktør og ejerleder Tina Nisted Ekstrøm.

– Vi har en del kunder, der er startet som mindre virksomheder, hvor Nisted Bruun har været med helt fra begyndelsen – og som i dag har mange ansatte og kunder i hele Europa. På den måde vokser vi med hinanden, og det skaber enorm værdi for alle parter, siger hun.

Nisted Bruun skaber visuel branding til virksomheder – fra logodesign til hjemmesider, markedsførings- og salgsmateriale samt digitale strategier, kampagner og tekstarbejde. Det kræver både et tæt samarbejde med kunden og et visionært udsyn for hele tiden at forblive relevant og tidssvarende.

Fotos: De Små Øjeblikke

Fra lokal til global
Gennem mange år har Nisted Bruun udviklet det danske, norske og svenske markedsføringsmateriale for en international kunde inden for medicinalindustrien. Nye idéer skal naturligvis godkendes af det globale hovedkontor – men Nisted Bruun har gennem årene fortsat med at udfordre rammerne.

– Ikke selve godkendelsen, naturligvis, smiler Tina Nisted. Men vi bliver ved med at lege med kreativiteten, udvikle nye grafiske greb i kommunikationen – og selvom vi indimellem får et nej, så er de faktisk for nylig vendt tilbage fra koncernkontoret i Tyskland og har bedt os om hjælp med at udvikle det globale visuelle udtryk, fortæller hun.

– Og ærligt, jeg kan næsten ikke få armene ned, siger direktøren. Det er netop et eksempel på, at vi starter som små og følger kunden ud i verden. Jeg er da pivstolt over, at lille Nisted Bruun i Sorø træder ind på et globalt marked med denne kunde, siger hun.

Inspiration
Nisted Bruun har eksisteret i 27 år – og det lyder helt vildt, synes Tina Nisted, som selv er 51. For virksomheden har på mange måder udviklet sig intuitivt frem for strategisk, og tiden er bare gået godt.

Bureauet, som ligger midt i Sorø, har i dag fem ansatte og en håndfuld faste freelancere – og hver og én af dem kan deres kram. Hun lægger ikke skjul på, at hun ikke kunne gøre det alene, og at hun i dag i højere grad end tidligere ansætter medarbejdere, der passer ind i det kreative samarbejdsmiljø, frem for at fokusere på eksamenspapirer.

Hun beskriver Nisted Bruun som en lille kreativ familie, hvor man følges ad, tænker i samme retning og samtidig bringer hver sine spidskompetencer i spil. Tina ser verden gennem kreative briller og bliver inspireret hver eneste dag. Hun ser design, former, farver og kommunikation overalt – og det er hendes drivkraft.

De seneste par år har hun også kastet sig over keramik i fritiden – endnu et udtryk for hendes sans for form, farver og æstetik.

Fakta og fortællinger
Med de udenlandske kunder følger et omfattende research- og analysearbejde. For hvordan aflæser tyskerne en reklame? Og hvordan rammer man bedst italienernes smag?

– Markedsføringsmateriale handler i høj grad om national stil. Tyskerne vil som regel have meget fakta, mens amerikanerne elsker gode historier, fortæller Tina Nisted. Danskerne værdsætter godt, gennemtænkt design – og derfor handler opgaven om at tilpasse materialet til det enkelte marked.

– Markedskendskab er nøglen til verden, siger hun. Vi bruger meget tid på at analysere slutbrugerens præferencer, og de indsigter deler vi gerne med andre danske kunder, der ønsker at gå internationalt. På den måde skaber vi merværdi, fortæller hun.

> "Det stærkeste fundament for vækst er de relationer, vi bygger undervejs. Når kunderne vokser, vokser vi med dem."

> "Kreativitet kender ingen landegrænser – men det kræver forståelse for kultur og marked at få et budskab til at lande rigtigt."

Fakta

Nisted Bruun Reklamebureau

Nisted Bruun blev etableret den 1. november for 27 år siden og ejes og ledes i dag af Tina Nisted Ekstrøm. Teamet består af fem faste medarbejdere samt et netværk af freelancere med specialiserede kompetencer.
De arbejder med både trykt og digital markedsføring og har kunder blandt lokale, nationale og nordiske virksomheder.

Specialiseret industri i vores baghave

Lidt udenfor Sorø ligger virksomheden Kongskilde Industries, og her har den faktisk ligget i tæt på 80 år. Selvom de har kontorer og kunder i lande som Bangkok, Sydafrika, USA og Europa har virksomheden en stærk lokal forankring, som går hånd i hånd med et globalt mindset.

Efter kun fire måneder i direktørstolen har Oscar William Gunner allerede deltaget i en lille håndfuld jubilæer blandt medarbejderne i Kongskilde Industries. Det er noget der gør indtryk, fortæller han.

– Fra min første arbejdsdag mærkede jeg medarbejdernes stærke tilknytning til Kongskilde Industries, og jeg er ydmyg over det solide sammenhold der er i virksomheden, fortæller Oscar, som blandt andet de mange jubilæer er et udtryk for.

Avanceret teknologi

Kongskilde Industries producerer avancerede systemer til håndtering af en lang række produkter. Systemerne eksporteres til hele verden. Det er maskiner der løser opgaver inden for transport, opbevaring og genanvendelse, og de gør det ved hjælp af pneumatik, det vil sige ved hjælp af trykluft. Materialerne der skal

> "Jeg er ydmyg over det solide sammenhold der er i virksomheden"

“Vores produkter indgår oftest i sammenhænge der har med fødevarespild, genanvendelse og rensning af produkter at gøre.”

flyttes eller sorteres, spænder vidt; fra korn, plastik og affald.

Man skulle måske tro, at sådan en produktion ville ligge ude i verden, hvor arbejdskraften er billigere, men for Kongskilde Industries giver det værdi, at produktion og udvikling foregår samme sted.

– Vi kan hurtigere tilpasse produkterne og dermed også levere den service, vores kunder er afhængige af, og som er vores DNA, siger han.

Samfundsansvar

– Vi løser ”rigtige problemer”, plejer vi at sige, fortæller direktør Oscar William Gunner. Vores produkter indgår oftest i sammenhænge der har med fødevarespild, genanvendelse og rensning af produkter at gøre, forklarer han.

– Det vil sige, at vi for eksempel bidrager til en lettere transport fordi noget er blevet sorteret eller det kan være en rensning eller komprimering af et produkt, som understøtter genanvendelse eller mindsker spild. Deraf formuleringen om at løse ”de rigtige problemer” – fordi spild, genanvendelse og transport er nogle af de helt store globale dagsordener, fortæller direktøren.

Verden i forandring

Kongskilde Industries er konstant på udkig efter nye markeder, hvilket næppe er nogen overraskelse, men der er et paradoks, fortæller Oscar William Gunner.

– I Europa, og især i Nordeuropa, er vi blevet dygtige til at genanvende plast og det er indarbejdet i både forbrugere og industriens hverdag. Men i f.eks. Asien ser det anderledes ud, hvor infrastruktur ikke er udviklet i samme niveau. Kongskilde Industries er meget eksponeret for forandringer i global handel, og naturligvis er forårets og sommerens toldsatser også noget der bruges en del tid på i virksomheden.

– Med næsten 80 år på bagen har Kongskilde Industries forandret sig på godt og ondt gennem samfundets op- og nedture, men i dag står vi rigtig solidt med en international forretning vi kan drive på de vilkår, vi står overfor.

HVAD ER DIN LIVRET?

Når man som Raasdal Trading sælger køkkenredskaber til hele verden, er det vigtigt at kende kundernes livretter og præferencer. Når man ved det, ved man nemlig også hvilke køkkenredskaber de har særligt brug for i netop dén region. Og så kender man sit marked og er klar til at sælge.

Alle ved, at de spiser pasta i Italien og kartofler i Finland, og mon ikke franskmændene spiser en del baguetter – eller er det frølår?

Det er afgørende viden, når man ønsker at indtage eller udvide et marked, og det er præcis dét, Raasdal Trading arbejder målrettet med. At lære kunderne at rigtig godt at kende.

Alt til køkkenet

Raasdal Trading, der også går under navnet Onyx Cookware, sælger stegepander, kaffemaskiner, airfryere, knive – gode gedigne køkkenmaskiner og redskaber, som de fleste af os har derhjemme. Det er såkaldte innovative non-stick produkter uden pfas, hvor teflon er udfaset og hvor der ingen eller keramisk belægning er på fx stegepanderne. Virksomheden hører hjemme i Sorø, men kunne i princippet ligger hvor som helst i verden, for alt salg foregår online.

Mere køkkenhygge under Covid-19

Virksomheden har ekspanderet voldsomt de seneste år, og har siden 2019, hvor en dansk investerings fond skød kapital i virksomheden, haft en professionel bestyrelse, som sammen med

“Vi besluttede os i 2024 for at være et one-brand (...) Det vil sige, at vi i dag udelukkende sælger varer, der hører til i køkkenet, i stedet for som tidligere at sprede os over mange forskellige produkter.”

ledelsen har lagt ny produktstrategi, salgsstrategier og udviklet virksomheden organisatorisk.

Når en virksomhed vokser, øges behovet for økonomisystemer og digitale løsninger, men også lønsystemer, HR, sikkerhed og udvikling af medarbejderstaben bliver vigtigt, når kollegerne fylder mere og mere i kantinen.

“Vi vil hellere gå dybere ind i kendskabet til vores kunder på de markeder, hvor vi allerede er til stede.”

Kun én ting på hylderne

– Vi besluttede os i 2024 for at være et one-brand, fortæller direktør Rasmus Andersen. Det vil sige, at vi i dag udelukkende sælger varer, der hører til i køkkenet, i stedet for som tidligere at sprede os over mange forskellige produkter. Den beslutning faldt sammen med Covid-19 som jo gjorde, at der virkelig var tid til at røre i gryderne i de små hjem, og det fik vores salg til at tage et kæmpespring, siger han.

Derfor er der i dag 50 fastansatte i Raasdal Trading i Sorø og omkring 100 timelønnede tilknyttet lager og kundeservice, og Rasmus, som var virksomhedens allerførste ansatte for 18 år siden, er i dag direktør for en international virksomhed med ambitioner. Største fokus lige nu er at lære kunderne endnu bedre at kende – altså finde ud af, hvilke råvarer de foretrækker og hvordan de bedst kan lide at tilberede deres mad.

– Vi ønsker at penetrere vores største markeder dybere, forklarer Rasmus. Det vil sige, at i stedet for at kaste os over et nyt land og måske få et udmærket salg, vil vi hellere gå dybere ind i kendskabet til vores kunder på de markeder, hvor vi allerede er til stede, siger han.

En kundeanalyse er et værdifuldt værktøj, som kræver en omstændig indsats, men det er pengene værd, når man gør det rigtigt. Det har de god erfaring for i Raasdal Trading.

– De fleste kunder shopper rundt på mange websites, før de beslutter sig for at gøre et køb. Så det gælder naturligvis om at være synlig på præcis det tidspunkt, hvor kunden er klar til at købe, fortæller han. Og når man for eksempel kender kundernes madkultur, familiestruktur og tilknytning til arbejdsmarkedet – så kan man målrette salget ret præcist, fortæller Rasmus.

Fakta!

Raasdal Trading ApS blev grundlagt i 2013 og specialiserer sig i salg af non-stick produkter uden eller med keramisk belægning.

Virksomheden har kontor og et 4.000 kvadratmeter stort lager i Sorø, hvor 50 medarbejdere er ansat. Raasdal Trading sælger sine produkter til alle EU-lande samt enkelte markeder uden for EU, mens produktionen foregår i Vietnam, Kina og Korea.

BONJOUR. HELLO. GUTENTAG

Anja Holm arbejder med kunder fra det meste af Europa, men i stedet for som tidligere at rejse rundt fra nord til syd, foregår stort set alt i dag fra computeren hjemme i Sorø.

Anja Holm er ejerleder i Central VetPharma, et konsulentfirma hvor virksomheder kan få hjælp til hele processen fra idé til produkt, når det gælder godkendelse af lægemidler til dyr. Anja Holm er solo-selvstændig og træder ind på flere forskellige niveauer i det årelange forløb det er, at udvikle, teste, fremstille, få godkendt og sælge medicin til dyr i EU. Hun er oprindeligt uddannet dyrlæge, men har primært arbejdet med EU-lovgivning.

Central VetPharma har eksisteret siden 2016 hvor Anja forlod Lægemiddelstyrelsens veterinære afdeling efter 18 år i mange forskellige funktioner. Undervejs var hun Danmarks delegerede i komiteen for veterinære lægemidler i Europa, CVMP/EMA, hvorfra hun trådte tilbage som formand efter seks år, som er det maksimale antal år i den stilling.

Slut med ventetid i lufthavnen

– Jeg har rejst rigtig mange dage hvert år i mange år, fortæller Anja Holm. Men med Covid-19 fik vi alle sammen øjnene op for, hvor godt online møder fungerer; de er effektive, tids- og ressourcebesparende og så er det jo også rigtig godt for klimaet, siger hun.

Anjas kunder kontakter hende på forskellige tidspunkter i processen. Nogen har brug for rådgivning allerede i idéfasen, andre søger vejledning til ansøgningsprocessen til EU – det er helt individuelt, og projekterne er vidt forskellige.

– Jeg kan være på sidelinjen i et par år, og så pludselig blive trukket ind i opgaven igen, fortæller Anja, og for at være effektiv fra første dag, siger hun, kræver det et godt kendskab til kunderne.

Det personlige møde lægger fundamentet

– Når jeg indleder et samarbejde med en ny kunde, vil jeg derfor rigtig gerne mødes, fortæller Anja. Det fysiske møde har jo nogle kvaliteter som vi mister, når vi sidder bag skærmen. Humor for eksempel, siger hun. Eller bare at kende til hinandens måde at respondere på gør, at vi oplever en personlig kontakt, der fremmer det gode samarbejde. Det er vigtigt at have den viden i baghovedet, når vi sidder til onlinemøde nummer 117 og processen føles lang, fortæller hun.

Fleksibilitet og selvbestemmelse

At arbejde fra kontoret i privaten giver Anja en frihed, som hun værdsætter hver eneste dag.

– Jeg kan arbejde fra hvor som helst, og jeg sparer uendelig mange timer på transport, fortæller hun. Og ind i mellem, når jeg savner en kollega og en kantineordning, så bruger jeg mit netværk, fortæller Anja. Hun har været aktiv i Sorø Erhvervsnetværk for soloselvstændige, hvor gode råd og inspiration deles, men lige så ofte tager hun fat i en tidligere kollega eller andre samarbejdspartnere og kalder til fysisk eller telefonisk møde med hyggesnak.

> **"Kaffe i koppen og et møde menneske til menneske – det vil aldrig miste sin særlige kvalitet."**

Selvom arbejdet foregår fra lille Sorø, stopper det ikke Anja Holm fra at have kunder og samarbejder over hele Europa. Med de digitale muligheder kan man drive international forretning uden at rejse konstant, og Sorø viser sig dermed at være et helt fint udgangspunkt for globale relationer.

Fra Sorø til Sydeuropa: GR-SK bygger bro mellem Danmark og Grækenland

Når Josefine Vedel Andersen og Dimos Kadoglou står bag deres stand på et lokalt marked i Sorø, er det mere end bare smagsprøver på olivenolie, de deler ud. Det er historier, kultur og passion. Sammen driver de virksomheden GR-SK, der bringer autentiske græske råvarer til danske forbrugere – og deres rejse viser, hvordan globalt udsyn kan gro lokalt.

Fra ferieidé til forretning
Idéen til GR-SK opstod under en ferie i Grækenland, men også gennem en samtale om en særlig tradition: Når man besøger en græsk familie, får man altid kufferterne fyldt med lokale råvarer, inden man rejser hjem. For grækerne er det en helt naturlig måde at dele deres madkultur og gæstfrihed på.

– Vi snakkede om, hvor fantastisk det er, at man tager lidt af Grækenland med hjem – og hvorfor ikke give danskerne samme mulighed? fortæller parret.

Med den tanke begyndte de at udforske mulighederne for at importere olivenolie af høj kvalitet til Danmark. Med Dimos' netværk i hjemlandet, logistikbaggrund og Josefines danske rødder og blik for design og branding blev idéen til en virksomhed.

> **"Vi vil gerne give danskerne mulighed for at opleve hvad en god olivenolie er"**

Flaskerne fik deres eget enkle og moderne udtryk, og i dag sælger GR-SK olier fra udvalgte, mindre producenter i forskellige græske regioner.

– Olivenolie er som vin – hver sort og hvert område har sin egen smag og historie. Vi vil gerne give danskerne mulighed for at opleve hvad en god olivenolie er, fortæller parret.

Kultur som nøgle til forretning
At Dimos er græsk har vist sig at være en afgørende styrke. Han taler sproget, forstår kulturen og kender de uskrevne spilleregler i samarbejdet med producenterne.

– I Grækenland er man lidt mere løs omkring aftaler end i Danmark. Det kræver, at man følger tingene tættere – og at man kender folk, forklarer de.

Netop fordi Dimos er græker, mødes parret med større imødekommenhed fra producenterne, og han har adgang til et bredt netværk af olivenolieproducenter. Det har åbnet døre, som ellers ville være svære at træde ind ad for en udenforstående.

En græsk-lokal virksomhed
GR-SK beskriver sig selv som en "græsk-lokal virksomhed", der kombinerer to verdener: Grækenlands råvarer og madtraditioner med Danmarks kvalitetsbevidsthed og fællesskabsfølelse. For Josefine og Dimos handler virksomheden ikke kun om produkter, men også om at bygge bro mellem kulturer – og give danskerne en bedre forståelse af, hvordan olivenolie og krydderier kan bruges i køkkenet.

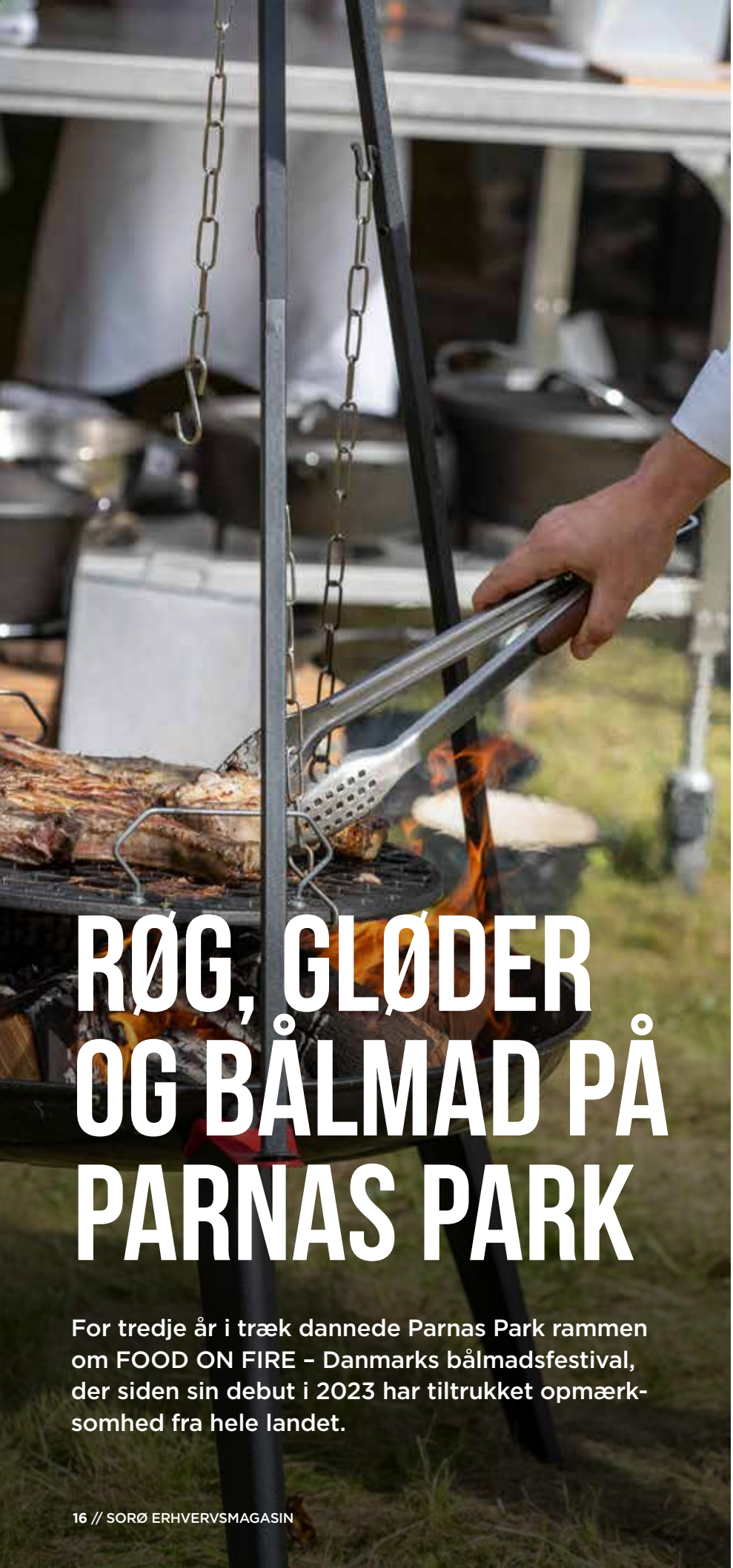
Markederne giver nærhed til kunderne
Selvom GR-SK har en webshop, er det især de lokale markeder, der har været springbrættet. Her kan kunderne smage, stille spørgsmål og høre historien bag olierne. Den direkte kontakt giver en troværdighed, som online kan være svær at skabe.

Udfordringer og muligheder
Som alle mindre virksomheder møder GR-SK sine udfordringer – fra importregler til emballageindberetning. Men den største udfordring er tid. Begge har stadig fuldtidsjob ved siden af, hvilket betyder, at arbejdet med virksomheden svinger fra 4-5 timer i rolige uger til 30-40 timer under markedsdeltagelse. Fremtiden rummer dog mange muligheder: økologiske produkter, græske krydderier som oregano og på længere sigt måske en udvidelse til andre nordiske markeder.

> **"Vi håber, at folk kan mærke passionen bag vores produkter – og få lyst til at tage en bid af Grækenland med hjem til køkkenet"**

Sorø som afsæt til verden
Med rødder i både Sorø og Grækenland er GR-SK et levende eksempel på, hvordan international erfaring kan skabe værdi lokalt. Kombinationen af Josefines danske blik og Dimos' græske netværk giver virksomheden en unik styrke – og kunderne en smagsoplevelse, der rækker langt ud over det sædvanlige.

– Vi håber, at folk kan mærke passionen bag vores produkter – og få lyst til at tage en bid af Grækenland med hjem til køkkenet, siger de.



RØG, GLØDER OG BÅLMAD PÅ PARNAS PARK

For tredje år i træk dannede Parnas Park rammen om FOOD ON FIRE – Danmarks bålmadsfestival, der siden sin debut i 2023 har tiltrukket opmærksomhed fra hele landet.

Vejret viste sig fra sin bedste side, og hele parken summede af liv med gløder, flammer og kulinariske oplevelser over bål. For andet år i træk blev Danmarksmesterskabet i Bålmad afholdt som en central del af festivalen, og sammen med bålaktiviteter, madboder og et øl- og vintelt, tiltrak FOOD ON FIRE et stort antal besøgende.

– FOOD ON FIRE er ikke blot en kulinarisk festival, men en strategisk satsning, der skaber national opmærksomhed om Sorø og Vestsjælland" siger Direktør Morten Jensen. "Med festivalen som afsæt arbejdes der målrettet på at styrke områdets position som en attraktiv destination og dermed bidrage til udvikling og vækst i turismen.

Lokal forankring og madmarked
Festivalen samlede over 50 lokale aktører og bød på aktiviteter fra snobrød og bålmad til sanketure og bålhistorier. Samtidig fremhævede et rekordstort madmarked områdets egnsunikke produkter, fra tang og æbler til gin, kartofler og græskar, samt lokal øl og vin – et klart billede af lokalsamfundets engagement.

For andet år i træk – DM i Bålmad
For andet år i træk dystede fire kokke om det bedste måltid over bål. Kokkene havde 110 minutter til at tilberede en hovedret, vurderet af dommerpanelet Judith Kyst, Thomas Castberg, Kasper Schou og Nikolaj Kirk og med Michael Museth som moderator.

Bjarke Benné Graversen fra Haraldskjær løb med sejren og titlen som Danmarksmester i Bålmad, en check på 15.000 kr. og et trofæ skabt af den lokale kunstner Finn Møller. Dommer Nikolaj Kirk fremhævede Bjarkes mod til at lægge maden direkte i bålet og udnytte flammerne. Også de øvrige deltagere – Christian Glasdam (2.), Tenna Corvinius (3.) og Hans Ole Rasksen (4.) – fik ros fra dommerpanelet. Fra start til slut var området fyldt med begejstrede tilskuere, der skabte en livlig og engageret stemning omkring konkurrencen.

Samarbejdet med Kokke- og tjenerskolen ZBC gør DM i Bålmad unik. Kort før konkurrencen blev der trukket lod blandt 4 kokkeelever om, hvilken kok de skulle assistere med bålmaden, og alle fik dermed mulighed for at vise deres færdigheder – en oplevelse, der blev værdsat af både elever og kokke.

Stor medieopmærksomhed

FOOD ON FIRE tiltrak ikke kun flere tusinde besøgende, men også betydelig mediedækning, som gav ekstra synlighed til Sorø og Vestsjælland. Allerede fra morgenstunden var TV2 News på plads med sendevogn og rapporterede flere gange fra DM-teltet, mens TV2 Øst og DR Nyheder producerede indslag til deres nyhedsudsendelser. En særlig publikumsmagnet var kok og forfatter Nikolaj Kirk, som med sin tilstedeværelse tiltrak både journalister og gæster. Den omfattende mediedækning understøtter områdets profil som en spændende destination og bidrager aktivt til at styrke turismen og kendskabet til lokalområdet. Samtidig giver arrangementet en oplagt anledning til at vise Sorø frem som et attraktivt sted at bosætte sig – omgivet af smuk natur og et levende lokalsamfund, der gør området interessant ikke kun for besøgende, men også for tilflyttere.

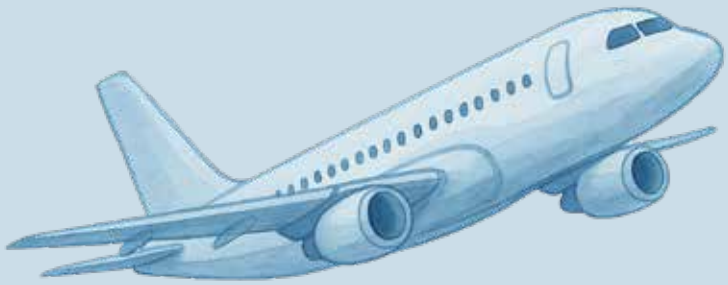
> “ FOOD ON FIRE er ikke blot en kulinarisk festival, men en strategisk satsning, der skaber national opmærksomhed om Sorø og Vestsjælland ”

Vi ses i 2026

– Vi ses til FOOD ON FIRE i 2026, siger direktør Morten Jensen fra Destination Sjælland og fortsætter:

– Det lokale engagement fra både Sorø Kommune og områdets aktører er afgørende for festivalens succes. FOOD ON FIRE tiltrækker gæster fra hele Sjælland, og vi har fortsat ambitioner om at udvikle festivalen med fokus på både aktiviteter og bæredygtighed. Vi ser frem til endnu en festival på Parnas Park.

Fotos: TapeMedia



Unge i praktik i udlandet

Fra Sorø til Brasilien – og hjem med verden i rygsækken

Da 16-årige Alvin Johansen fra Sorø rejste til Brasilien som udvekslingsstudent gennem Rotary, var målet at opleve noget helt andet end hverdagen i Danmark. Ét år senere vendte han hjem – med et nyt sprog, nye venner og en langt større forståelse for verden omkring sig.

Et valg drevet af nysgerrighed

– Jeg ville prøve noget, der ikke var så forudsigeligt. Derfor ønskede jeg Brasilien frem for et engelsktalende land, fortæller Alvin, der i dag går i 3.g på Sorø Akademi og arbejder på Sorø Kunstmuseum.

Han kendte til Rotary gennem sin familie og blev hurtigt grebet af tanken om et år i en helt anden kultur. – Jeg ville opleve noget, der lå langt fra det, jeg kendte – både sproget, maden og måden at leve på.

En ny hverdag på portugisisk

I Brasilien boede Alvin hos tre værtsfamilier og blev hurtigt en del af hverdagen. – Folk var enormt imødekommende. Man blev mødt med kram og kindkys, og alle ville snakke. Alt foregik på portugisisk og det var svært i starten, men efter et halvt år kunne jeg følge undervisningen og føre samtaler. Jeg lærte sproget ved bare at turde sige en masse forkert, siger han.

Han oplevede også en anderledes rytme og arbejdskultur. I Brasilien holder man siesta midt på dagen og arbejder til sent om aftenen. – Der var mere fleksibilitet i løbet af dagen, og familien blev prioriteret højt i siestaen. Det var dér, man spiste sit hovedmåltid modsat derhjemme, hvor det jo er aftensmaden, som vi plejer at spise sammen. Det mindede lidt om vores danske fællesskab, bare mere uformelt, fortæller Alvin.

Vidste du at

Rotary Danmarks Ungdomsudveksling (RDU) er et udvekslingsprogram drevet af frivillige igennem Rotary. Programmet er et 1-årigt udvekslingsprogram for unge mellem 15 og 18år. Hvert år sender organisationen danske elever ud i verden og tager tilsvarende imod unge fraandre lande.

Udover dette 1-årige udvekslingsprogram, organiseres også kortere programmer hvor unge i forskellige aldersgrupper kan deltage i camps med andre unge rundt omkring i verden

Målet er at give unge mod på verden, styrke deres sproglige og sociale kompetencer og skabe åbne verdensborgere.

Tidligere deltagere samles i Rotex-netværket, som støtter nye udvekslingsstudenter – som Alvin fra Sorø, der nu hjælper andre godt i gang.

At bringe verden tættere på

For RDU (Rotary Danmark Ungdomsudveksling) handler ungdomsudvekslingen om meget mere end et skoleår i udlandet. Den er en investering i forståelse på tværs af kulturer. – Når unge som Alvin rejser ud, lærer de at bygge bro mellem mennesker. De vender hjem med en forståelse, som både deres skole, arbejdsplads og lokalsamfund får glæde af, fortæller Gertrud Koefoed Rasmussen, som er Assistant District Counsellor i Rotary. RDU understreger netop, at udvekslingsprogrammerne giver unge mulighed for at få interkulturel erfaring, lære et nyt sprog og fungere som ambassadører for deres hjemland.

Organisationen arbejder globalt, men har stærke lokale rødder – også i Sorø. Klubben tager imod unge fra hele verden og støtter dem, der rejser ud.

– Det er vigtigt, at internationale oplevelser også spirer i mindre byer. Det skaber åbne, nysgerrige unge, der kan navigere i en global verden, siger Gertrud.

Erfaringer, der rækker ud over Sorø

Udvekslingsåret har givet Alvin mod på at læse i udlandet. – Jeg har lært, at ting bliver lettere, hvis man selv gør en indsats for at møde mennesker. Det har jeg taget med mig, siger han.

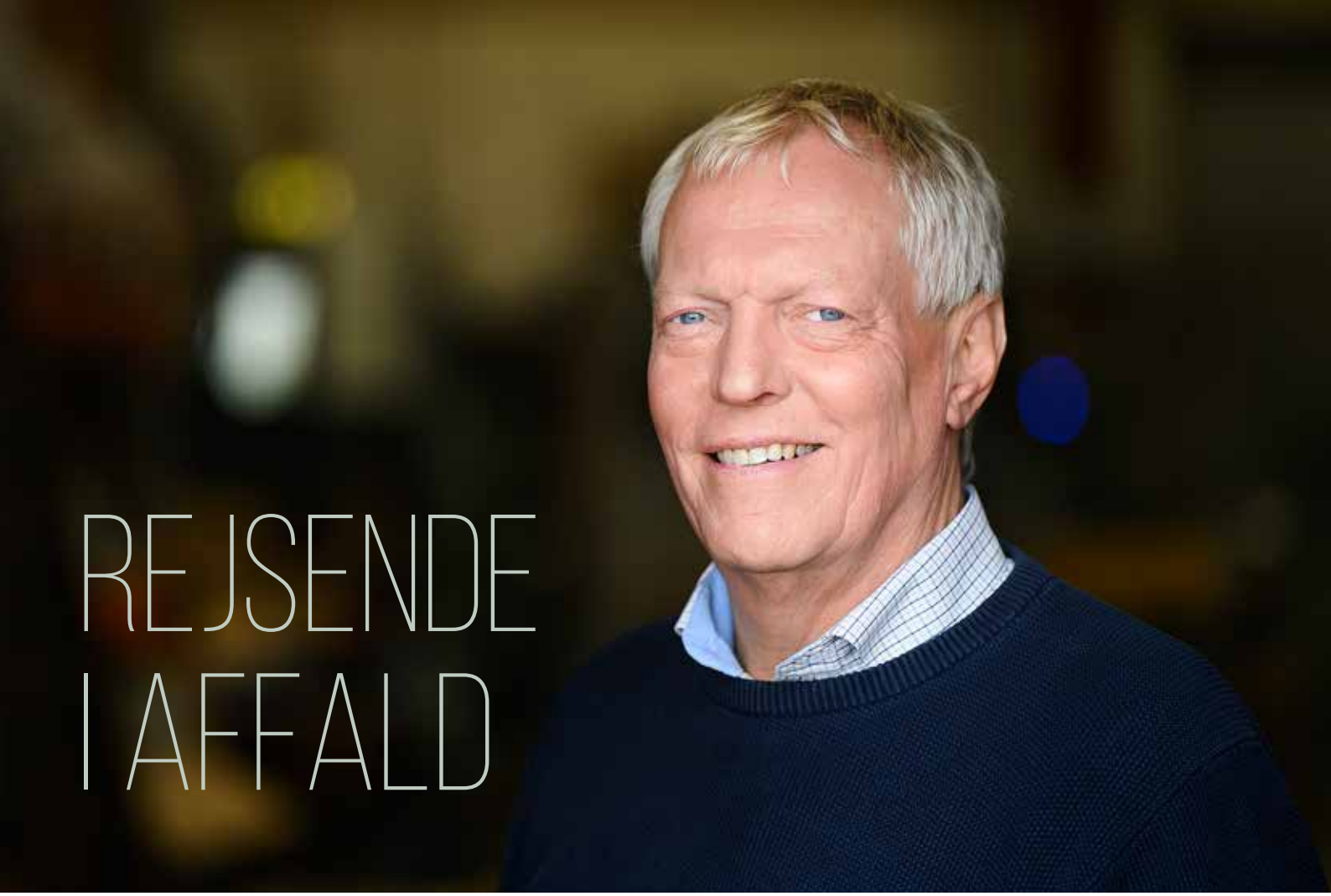
I dag er han aktiv i Rotarys Rotex-gruppe, der hjælper nye udvekslingsstudenter, og til sommer skal han være med til at tage imod unge, der kommer til Sorø og Ringsted.

– Jeg synes, flere burde vide, at det er en mulighed. Mange af dem, der har været afsted, kommer hjem som mere åbne og engagerede mennesker. Jeg har fået et netværk over hele verden – og det er noget, jeg ved, jeg vil få stor glæde af fremover, siger Alvin.

For ham blev året i Brasilien en oplevelse for livet – og en dør ud til resten af verden.

“ Jeg ville prøve noget, der ikke var så forudsigeligt. Derfor ønskede jeg Brasilien frem for et engelsktalende land ”

“ Jeg har lært, at ting bliver lettere, hvis man selv gør en indsats for at møde mennesker. Det har jeg taget med mig ”



REJSENDE I AFFALD

Varig Teknik og Miljø skaber løsninger for sortering og optimering af de rejser, vores affald har. Systemerne sælges til hele Europa, og så langt væk som i Singapore, har man fået øjnene op for de særlige danske svar på mulighederne for pantsystemer og værdiskabelse på affald.

Hvor bliver vores affald egentlig af, og endnu mere vigtigt, kan det genanvendes? Det er nogle af de spørgsmål som Varig Teknik & Miljø har svar på. Direktør Preben F. Hansen fortæller om sin virksomhed i vækst med udsigt til nye markeder.

Her forklarer han, hvad det vil sige, at virksomheden har specialiseret sig i "komplekse løsninger der optimerer rejsen for affaldsprodukter."

– Vi udvikler for eksempel maskiner der kan komprimere affaldet, så det fylder mindre under transport. Og vi skiller fraktioner ad, for lettere at kunne skabe værdi på de enkelte dele, det kan for eksempel være jern eller plastik, fortæller han.

> " Vi har samarbejdet med en kunde i Singapore i 2-3 år om at skabe et sorteringsanlæg for pant, og det har givet os blod på tanden i forhold til at eksportere endnu mere "

Nogle gange er det programmering af en robot der skal til, andre gange kan sorteringen foregå ved hjælp af magnetisme eller vægtfylde, det kommer an på hvilke principper man anlægger for produktet, og hvad man ønsker at opnå med sorteringen.

Pant bliver globalt

Norge var det første land i verden til at indføre pant på flasker og dåser, stærkt efterfulgt af Danmark, og derfor har danske virksomheder nok et forspring på løsninger til at håndtere pant, efterhånden som resten af verden går samme vej.
Men fordi det fungerer i Skandinavien at betale for panten og senere indlevere den i supermarkedet, er det ikke ensbetydende med, at den løsning også er den bedste i andre lande, fortæller Preben F. Hansen.

– Det handler om forskellig købekraft, siger han. Nogle steder kan det godt være en løsning at skabe jobs der håndterer flasker og dåser, mens vi i Europa foretrækker de automatiserede løsninger, siger han. Og der er mange flere ting omkring pant, end de fleste af os tror.

Der kan være mange fraktioner i et produkt, fx plastik, metal og papiretiket, og så meget som muligt af det skal sorteres, fragtes og genanvendes.

Sorteringsanlæg
Nordic Recycling Systems (tidligere en del af Varig Teknik & Miljø indtil 2022) og Varig Teknik & Miljø har bygget adskillige sorteringsanlæg for danske kommuner, og i Norge har de bygget deres hidtil største anlæg. Da det stod færdigt for nogle år siden, blev det et værdifuldt udstillingsvindue for virksomheden og skabte kontakt til nye markeder – og her kommer Singapore ind i billedet.

– Vi har samarbejdet med en kunde i Singapore i 2-3 år om at skabe et sorteringsanlæg for pant, og det har givet os blod på tanden i forhold til at eksportere endnu mere, fortæller Preben F. Hansen. Han er sikker på, at pant på flasker og dåser på et tidspunkt vil være udbredt globalt.

– Og dermed når vi nærmere vores mål, siger han, som er at gøre cyklus kortere, altså minimere transport, og øge mulighederne for genanvendelse af al slags affald.

FAKTA!

Varig Teknik & Miljø og Nordic Recycling Systems har tilsammen 45 ansatte og har siden 2006 ligget tæt ved motorvejen i Sorø. Virksomheden startede som lastbilsproducent i Ringsted i 1954.

Preben F. Hansen købte sig ind i firmaet i 2000, hvor produktion af lastbiler og produktion af affaldssorteringsmaskiner deler virksomheden i to.

Når grøn omstilling og skole-virksomhedssamarbejde går hånd i hånd

Lørdag den 27. september summede Torvet i Sorø af liv under den klare efterårssol, da Klima- og bæredygtighedstorvet blev afholdt. Torvet var fyldt med besøgende, der kiggede på udstillinger og talte med virksomheder, og børn, der stolt viste deres kunstværker frem. Luften var fyldt med latter, snak og rytmer fra Danish Drum Company, som på kreativ vis spillede på skraldespande og fik både store og små til at gynge med.

Grønne løsninger tæt på hverdagen

Formålet med Klima- og bæredygtighedstorvet var at inspirere til grøn handling og give energi til at tage skridt mod en mere bæredygtig hverdag. Besøgende oplevede konkrete løsninger som varmepumper, regnvandsanlæg og elektriske køretøjer, hørte om, hvordan teknologierne fungerede, og talte direkte med eksperter og virksomheder, der arbejdede med grøn omstilling.

Når børnene viser vej

Klima- og bæredygtighedstorvet havde også et stærkt kreativt element. Elever fra Sorø Borgerskole og Pedersborg Skole havde i samarbejde med virksomhederne på torvet skabt kunstværker, der fortolkede de grønne løsninger

GrønBusiness | Interreg Deutschland – Danmark | Kofinanziert von der Europäischen Union / Medfinansieret af Den Europæiske Union | SORØERHVERV BÆREDYGTIGHEDSPANEL

Klima- og Bæredygtighedstorvet trak lørdag mange interesserede besøgende til torvet i Sorø. Sorø Erhverv og Sorø Erhvervs Bæredygtighedspanel stod bag arrangementet, hvor inspiration, dialog og løsninger til den grønne omstilling var i centrum.

på børnenes helt egen måde. Stolthed strålede ud af børnenes ansigter, da deres værker blev udstillet midt på torvet – og reaktionerne fra virksomhederne viste, hvor meningsfuldt mødet mellem skole og virksomhed er. Samtidig kunne de besøgende selv lege sig til ny viden.

Det store klimapuslespil og afstemningen om bedste klimabudskab trak både voksne og børn til, og mange gik derfra med et smil og en ny tanke i baghovedet.

Dialog der gør en forskel

Klima- og bæredygtighedstorvet viste, hvor meget der kan ske, når borgere, virksomheder og kommune mødes om en fælles sag. Med efterårssolen som ramme og en strøm af engagerede besøgende blev dagen et levende bevis på, at bæredygtighed ikke kun handler om teknologi – men om mennesker, dialog og samarbejde.

Samarbejde på tværs

Klima- og Bæredygtighedstorvet blev gennemført af Sorø Erhverv og Sorø Bæredygtighedspanel, og støttet af GrønBusiness, et Interreg Tyskland–Danmark-projekt, der giver små og mellemstore virksomheder værktøjer, netværk og viden til at tage konkrete skridt mod grøn omstilling.

Interreg-støtten gjorde det muligt at løfte Klimatorvet fra et lokalt initiativ til en del af en større international indsats, hvor erfaringer og løsninger deles på tværs af grænser – til gavn for både borgere, virksomheder og klima.

> "En strøm af engagerede besøgende blev dagen et levende bevis på, at bæredygtighed ikke kun handler om teknologi – men om mennesker, dialog og samarbejde"

Fakta!

På Klima- og bæredygtighedstorvet kunne du møde:

- Hørkram Foodservice A/S
- Stenlille Grusgrav ApS
- Blaffernationen
- Nordea
- VKST Landbrugsrådgivning f.m.b.a
- Mrain.dk
- Sorø Erhverv Bæredygtighedspanel
- Nyrup Installation A/S
- www.brolagt.dk
- AffaldPlus og Sorø Fjernvarme
- Varig Teknik & Miljø
- Nabogo
- Sorø Kommune
- Kragerup Gods
- Sorø VVS ApS
- ESG4business.co
- Sorø Erhverv

Sorø Erhverv er din lokale sparringspartner

Sorø Erhverv er kommunens erhvervsenhed og lokale erhvervsservice. Vi er ikke en medlemsfinansieret erhvervsforening, hvilket betyder, at vores sparring, vejledning, netværk og arrangementer er gratis for alle virksomheder, selvstændige og iværksættere i kommunen.

Følg med i vores arrangementer på soroe-erhverv.dk, og bliv klogere på, hvordan vi – i samarbejde med blandt andet Sorø Erhvervs Bæredygtighedspanel – arbejder for at sikre, at virksomheder kan få sparring og vejledning til en mere bæredygtig drift på esgsoroe.dk.

Vidste du, at vi i Sorø Erhverv faciliterer en række erhvervsfaglige netværk? Det er – som alt andet hos Sorø Erhverv – helt gratis at være en del af vores netværk. Vil du vide mere om de enkelte netværk eller gerne deltage, er du meget velkommen til at kontakte os.

SORØERHVERV SOLO-SELVSTÆNDIG

SORØERHVERV OPLEVELSESØKONOMI

SORØERHVERV AMBASSADØRKORPS

SORØERHVERV UDVIKLINGSRÅD

SORØERHVERV LÆRLINGENETVÆRK

SORØERHVERV ESGNETVÆRK

SORØERHVERV INDUSTRINETVÆRK

Kontakt os for mere information

Laila B. Carlsen
Erhvervschef
E: lbc@soroe.dk
M: 20 26 50 81

Niklas Pandell
Erhvervskonsulent
E: nipa@soroe.dk
M: 21 82 13 47

Karen Plesner
Erhvervskonsulent
(Barselsvikar)
E: kvehp@soroe.dk
M: 23 45 44 02