



Cirkulære initiativer fra den danske tekstilbranche

En casesamling udarbejdet for Miljøstyrelsen



**Miljø- og
Fødevareministeriet**
Miljøstyrelsen

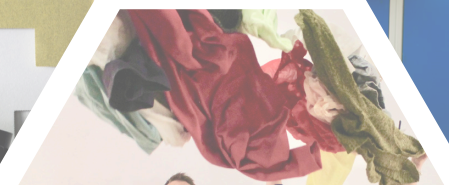
Udgivet af Miljøstyrelsen

Juni 2020

Udarbejdet af:
Nikola Kiørboe
David Watson & Steffen Trzepacz, PlanMiljø

Layout: Johanne Skibsted Holm, PlanMiljø

PlanMiljø



INDHOLD

Indledning	4
Case 1: Better World Fashion	6
Case 2: Continued	10
Case 3: Convert	14
Case 4: Ege Carpets	18
Case 5: I Tråd Med Verden	22
Case 6: Nordic Tailors	26
Case 7: Proem Parades	30
Case 8: Sandermann	34
Case 9: TOIL 'N' MOIL	38
Case 10: Veras	42
Case 11: WAIR	46
Bidragssydere	50

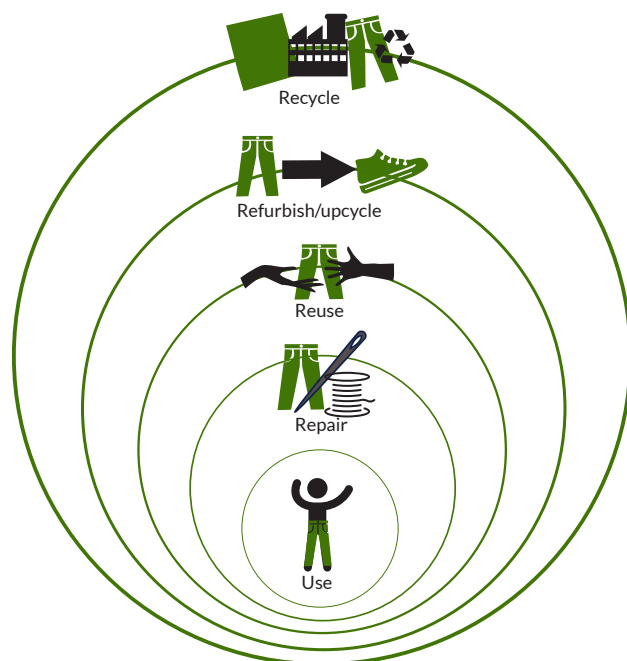


INDLEDNING

I 2016 blev der markedsført 85.460 tons nye tekstiler eller knap 15 kg tekstil per dansker¹. Samme år blev, hvad der svarer til knap to-tredjedele af denne mængde kasseret og herefter brændt eller deponeret enten her i Danmark eller i udlandet. Udgangspunktet for dette case-katalog har været at identificere en række danske virksomheder, der arbejder på at nedbringe disse mængder ved at prøve at reducere de mængder tekstil, der går ind i systemet og ved at give produkterne et længere eller et helt nyt liv.

Miljøstyrelsen præsenterer dermed i dette case-katalog et lille udpluk af de mange danske virksomheder, som er i gang med at bringe Danmark og danskerne tættere på en mere cirkulær økonomi inden for tekstilområdet. Kataloget består af 11 cases, der er præsenteret og kategoriseret med udgangspunkt i sommerfuglemodellen for cirkulær økonomi². Modellen er opdelt i fem kredsløb:

I kataloget vil hver enkelt virksomhed være præsenteret med nedenstående figur, så det bliver tydeligt, hvilke niveauer forretningsmodellen primært arbejder ud fra.



Use	Forlænge den aktive levetid af produktet gennem holdbart design og/eller øget involvering af kunden.
Repair	Forlænge levetiden af produktet gennem vedligeholdelse og reparation
Reuse	Sørge for at produktets aktive levetid forlænges ved hjælp af genbrug gennem eksempelvis tilbagetagning og gensalg, deleordninger, leasing el. lign.
Refurbish/upcycle	Forny et brugt produkt ved at re-designe eller opfriske produktet eller ved at anvende stoffet til at skabe et helt nyt produkt.
Recycle	Bruge genanvendt materiale i et nyt produkt og/eller sørge for, at produktets materialeindhold bliver genanvendt ved brug af eco-design, tilbagetagning el. lign.

¹<https://www2.mst.dk/Udgiv/publikationer/2018/06/978-87-93710-32-0.pdf>

²<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/concept/infographic>

De udvalgte cases

De 11 cases er blot nogle få gode eksempler på, hvad rigtig mange danske virksomheder kan tilbyde i forhold til en mere cirkulær fremtid inden for tekstilområdet. Der er primært tale om små danske virksomheder, som har etableret deres virksomhed med udgangspunkt i cirkulære principper, men også få større og veletablerede virksomheder er i gang med at transformere deres forretning til en mere cirkulær fremtid.

Med dette casekatalog håber Miljøstyrelsen på at kunne inspirere iværksættere og virksomhedsejere i både ind- og udland til at kaste sig ud i de cirkulære forretningsmodeller og samtidigt få forbrugere til at benytte sig af de mange nye muligheder.

Kataloget er udarbejdet af PlanMiljø og Nikola Kiørboe.

Lovgivning om benyttelse af kasserede tekstiler

Det er vigtigt, at virksomheder, der benytter brugte tekstiler i ny produktion, kender og lever op til lovgivning inden for dette felt. Hvis tekstilerne defineres som affald under Affaldsbekendtgørelsenⁱ⁾, kan der gælde særlige regler. I henhold til dansk lovgivning har private borgere som udgangspunkt pligt til at aflevere deres husholdningsaffald til en kommunal affaldsordning. Derfor skal der opsættes særlige systemer, for at virksomheder kan modtage tekstilaffald fra husholdninger. Det kan for eksempel være i form af en privat tilbagetagningsordning eller en konkret aftale med kommunen.

Virksomheder, der håndterer genanvendeligt erhvervsaffald, skal som udgangspunkt registreres i Affaldsregistret som genanvendelsesanlæg. Affaldsregistret er en oversigt over de virksomheder, som indsamler og behandler genanvendeligt erhvervsaffald samt forhandlere, mæglere og transportører af affald. En virksomhed skal ikke registreres som genanvendelsesanlæg i Affaldsregistretⁱⁱ⁾, hvis den hjemtager og genanvender egne produkter, eller hvis virksomheden ikke aftager affald fra en bredere kreds, men alene modtager specifikke affaldstyper til genanvendelse i virksomhedens produktion.

i) se Affaldsbekendtgørelsen, Kapitel 2 - <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2019/224>

ii) se Affaldsaktørbekendtgørelsen, Kapitel 7 - <https://www.retsinformation.dk/eli/lta/2018/1753>



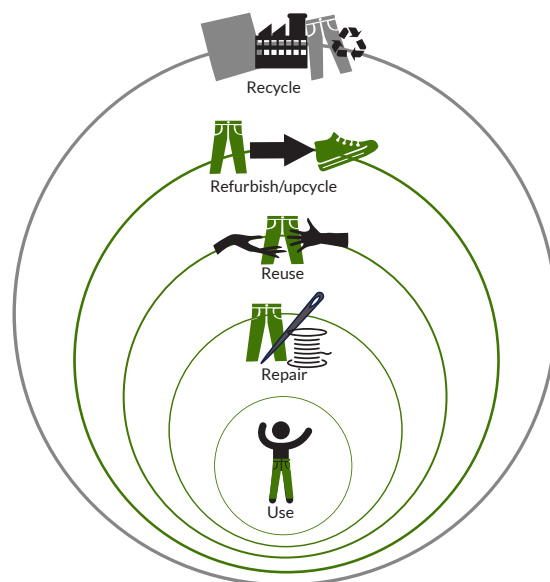
BETTER WORLD FASHION

Ifølge Better World Fashion er det først og fremmest virksomhederne, der skal tage ansvar for at tilbyde en forretningsmodel, der sikrer et bæredygtigt forbrug. Virksomheden forsøger selv at vise vejen ved at skabe produkter af genbrugte og genanvendte materialer.

Better World Fashion (BWF) er bygget på en vision om at skabe et cirkulært modebrand, der både er etisk og bæredygtigt og som kan inspirere modebranchen til at bevæge sig i en mere cirkulær retning. BWF producerer og sælger jakker og tasker, der udelukkende bliver syet af brugt læder. Jakkerne er foret med stof, der er produceret af genanvendt polyester, mens lynlåse og knapper er enten genbrugte eller genanvendte. Det efterlader sytråden som det eneste nyttilførte materiale i virksomhedens produkter. Produktionen foregår på en familiedrevet systue i Polen, hvor både lønninger og arbejdsforhold lever op til de standarder, som BWF sætter, og som matcher virksomhedens mål om at producere verdens mest bæredygtige jakker.

Både til reparation, eje, leje og tilbagekøb

I tillæg til en bæredygtig produktion ønsker BWF at skabe et lukket kredsløb for deres lædervarer. Parallelt med den traditionelle salgsmode tilbyder BWF derfor både reparationservice, udlejningsservice og en tilbagekøbsgaranti for alle deres produkter. Lejeaftalen betyder, at kunden, i stedet for at købe en jakke, kan leje den i minimum 4 måneder, hvorefter vedkommende enten kan vælge at beholde den eller skifte den ud med en ny. På den måde kan man jævnligt skifte look uden samtidigt at øge ressourceforbruget. Har man imidlertid været glad for sin jakke og beholdt den længe, bliver man efter to år automatisk ejer af jakken. Og med en BWF-jakke i hånden har man altid en garanti for, at man kan give den tilbage til virksomheden i bytte for 50% rabat på det næste jakkekøb.



"Mange er rigtig glade for vores tilbagekøbsgaranti, og vi oplever en betydelig stigning i antallet af kunder, der benytter sig af den", fortæller Reimer Ivang, der er én af iværksætterne bag Better World Fashion.

Uanset om man lejer eller ejer en jakke, tilbyder BWF en ubetinget reparationservice for at forlænge levetiden for deres produkter mest muligt. Hvis jakken skulle få huller, der ikke kan repareres, kan skindet klippes op og sys om til nye produkter, så læderet forbliver i cirkulation.

Det brugte læder, som jakkerne i første omgang bliver syet af, er indkøbt hos NGO'er, der har indsamlet det fra husholdningerne.

Produkterne sælges primært i Danmark, men BWF når også ud til resten af verden. Virksomheden tænkte stort fra begyndelsen, og med en global leveringsservice har de nået kunder i bl.a. resten af Skandinavien, Tyskland og USA.

Starten på Better World Fashion

BWF blev i første omgang etableret på baggrund af en crowdfundingkampagne, som sikrede dem salget af de første 123 jakker. Senere har virksomheden modtaget støtte fra Innovationsfondens Innobooster pulje.



”

Vores største udfordring er, at vi med en cirkulær forretningsmodel forsøger at konkurrere med virksomheder, der arbejder i en ikke-bæredygtig, lineær økonomi.

Reimer Ivang, medstifter af
Better World Fashion

Better World Fashion i tal

- I 2020 havde BWF solgt mere end 2.000 produkter i 60 lande
- BWF's forretningsmodel har – ifølge en LCA-beregning fra Aalborg Universitet - indtil nu sparet kloden for udledning af mere end 24.000 kg CO₂, 510.000 liter vand, 9.000 kg affald og 5.624 kg kemikalier (sammenlignet med, hvis de solgte jakker havde været produceret af nye materialer).

At drive cirkulær forretning i en lineær økonomi

"Vi oplever generelt, at vores kunder er rigtig glade for både vores produkter og den forretningsmodel, der ligger bag", fortæller Reimer Ivang og fortsætter: "Vores største udfordring er, at vi med en cirkulær forretningsmodel forsøger at konkurrere med virksomheder, der arbejder i en ikke-bæredygtig, lineær økonomi. I den verden, som vi opererer i, er det desværre bare stadig rigtig dyrt at agere bæredygtigt. Vi har jo en række udgifter til ordentlige arbejdsforhold, logistik, reparationer og andre services, som vores konkurrenter slet ikke skal forholde sig til".

Ifølge Reimer Ivang er BWF af samme årsag nødt til at arbejde med en avance, der er langt mindre, end man ser hos de etablerede producenter og forhandlere, for at de kan holde priserne på et niveau, der gør, at de på detailprisen kan

konkurrere. Det betyder imidlertid, at der ikke er meget til overs til PR og salgsarbejde, som ifølge iværksætteren er nødvendigt, hvis en virksomhed som BWF skal opskaleres. *"Så længe de strukturelle rammer er tilpasset den lineære tankegang, er det svært at drive cirkulær forretning. Det kunne være spændende at se, hvad der ville ske, hvis man skabte nogle overordnede rammer og økonomiske incitamenter, som fordrer den cirkulære økonomi. Det kunne være skattelettelse på reparationer, som man har set i Sverige",* forklarer han.

Fremtidsperspektiver inden for tekstiler?

Iværksætterne bag BWF valgte at bygge deres virksomhed op omkring læderprodukter, idet læder er et langtidsholdbart materiale, som kan genbruges og omsys igen og igen. Reimer Ivang ser dog helt sikkert et fremtidspotentiale i at udbyde tekstilprodukter under samme model: *"Vi har længe overvejet om det kunne være interessant at udvide forretningsmodellen til også at rumme basisvarer i tekstil som eksempelvis strømper, undertøj og t-shirts".*

På kortere sigt har BWF arbejdet med at udvide deres produktsortiment, og gennem den seneste tid har udviklingen af en computertaske været i fokus. Det har været lidt af en udfordring, idet det brugte tekstillæder er blødt, og en computertaske kræver et stift materiale. Der har derfor været en udfordring at finde den rette teknik til at oparbejde det bløde tekstillæder. *"Vi ønsker ikke at tilføje kemikalier eller nye materialer, så det har krævet en del arbejde at finde en passende metode. Men nu er vi endelig i mål med et rigtig godt produkt, som vi håber, at vores kunder bliver glade for",* forklarer han.



Lessons learnt

- Det kan være en udfordring at drive cirkulær forretning i en lineær økonomi, og der kan være brug for et ændret regelsæt, hvis konkurrencen skal blive lige for alle
- Der ses en stigning i kunder, der gør brug af de såkaldte tilbagekøbsgarantier, hvor man kan aflevere produkterne tilbage til virksomheden og derved opnå en rabat på sit næste køb.



”

Det kunne være spændende
at se, hvad der ville ske, hvis
man skabte nogle overordnede
rammer og økonomiske
incitament, som fordrer den
cirkulære økonomi.

Reimer Ivang, medstifter af
Better World Fashion

CONTINUED

Continued giver brands en kosteffektiv mulighed for at lancere abonnement-baseret leasing og andre cirkulære forretningsmodeller gennem en onlineplatform, der nemt kan integreres på virksomhedernes eksisterende salgskanaler. Continued håndterer de services, som er en forudsætning for en cirkulær forretningsmodel.

En genvej til cirkularitet

"Modebrands er rigtig gode til at producere og sælge tøj ud fra den model, som de kender; den ikke bæredygtige 'køb-brug-og-smid-væk' model. Så selvom det også er gået op for mange, at der er brug for at gentænke den lineære forretningsmodel, så er det ekstremt svært for den enkelte medarbejder og organisation at overskue, hvor de skal starte. Vi er jo helt nede på, at alt fra medarbejderfunktioner og logistikløsninger til prissætning og kommunikation skal gentænkes, hvis de cirkulære modeller skal lykkes, og derfor kan det være svært at komme i gang, når man samtidig også har en forretning, der bare skal køre", fortæller Peter Svensson om modevirksomhedernes udfordringer i forhold til at agere mere cirkulært.

Netop denne udfordring har været udgangspunktet for Peter og hans med-stifter Vigga Svenssons tanker bag at starte Continued.

En cirkulær one-stop-shop

Continued tilbyder en software- og logistikløsning, som modebrands kan købe sig ind på og herigennem arbejde med forskellige cirkulære forretningsmodeller sideløbende med deres eksisterende modeller. Det inkluderer bl.a. leje, tilbagetagning og gensalg af egne varer. På den måde kan det enkelte brand tilbyde deres kunder nye måder, hvorpå de kan forny deres garderobe uden at købe nyt, men uden brandet selv skal opbygge en ny forretningsmodel fra bunden.

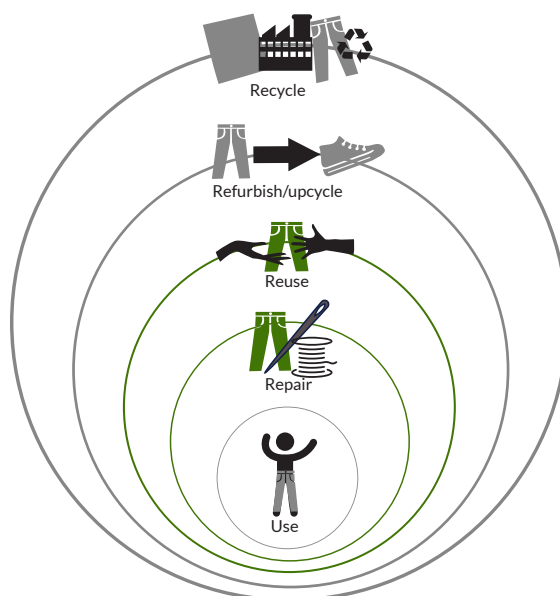
Continued leverer dermed en platform og en infrastruktur, som nemt kan integreres på virksomhedernes eksisterende salgskanaler. Continued sørger for hele setuppet, inklusive de

nødvendige IT-løsninger, der skal facilitere selve udlejningen samt de bagvedliggende logistiske løsninger. Disse inkluderer lagerføring, fragt, rens og løbende kvalitetstjek af tøjet. Leasingmodeller betyder, at det enkelte brand beholder ejerskabet over tøjet, hvilket kan give en tættere tilknytning til kunden. Det kan også bringe ny viden til brandet om, hvordan dets produkter klarer sig i brugsfasen.

De to grundlæggere oplever, at det er nemt at sælge Continued-løsningen til modevirksomhederne. Platformen har eksisteret siden 2019, og to modebrands har indtil videre købt sig ind på platformen, mens adskillige flere er på vej.

Er forbrugerne klar?

Det kan imidlertid synes svært at formidle konceptet til forbrugerne. Continueds koncept er stadig nyt, men grundlæggerne bag idéen forudser, at kendskab til og forståelse for de nye forretningsmodeller vil blive en af de største udfordringer for, at brands kan føre de nye modeller ud



Starten på Continued

I forbindelse med opstart af virksomheden har Continued modtaget støtte fra det europæiske Horizon2020 forsknings- og innovationsprogram for SMV'er.

”

Målet med Continued er at skabe en
løsning, hvor kunderne kan møde
produkterne på den måde, som de har lyst
til. Vi skal gøre det enkelt og intuitivt.

Peter Svensson,
medstifter af Continued

A black rectangular fabric tag is attached to a white garment. The tag features the word "CONTINUED" in white, uppercase, sans-serif letters, arranged in a circular pattern.

CONTINUED

Ganni Repeat

GANNI er et af de danske brands, der har taget Continued-modellen til sig. Via GANNI Repeat kan kunderne leje et eller flere stykker tøj i én, to eller tre uger, hvorefter de gratis kan sende tøjet retur. Continued etablerer og driver softwaren bag udlejningsplatformen såvel som logistikken, der sørger for, at tøjet bliver fragtet, vasket eller renset og klargjort til den næste bruger. I tilfælde af, at en kunde ønsker at beholde det lejede tøj, kan kunden i stedet for at returnere tøjet, købe tøjet til en reduceret pris.

i livet. "Lige nu ser vi jo heldigvis en fantastisk opblomstring af genbrugsmarkedet, som bliver virkelig interessant at følge. Vi oplever, at forbrugerne skifter forbrugsmønstre og umiddelbart bliver sværere at nå med bare et enkelt koncept. Så vi ser jo nogle virkelig store markeder, som brands lige nu er helt afskåret fra at deltage i".

"Målet med Continued er at skabe en løsning, hvor kunderne kan møde produkterne på den måde, som de har lyst til. Vi skal gøre det enkelt og intuitivt", siger Peter Svensson og uddyber, at bl.a. prissætning er en kompliceret størrelse at arbejde med: "Generelt er de fleste tøj køb jo slet ikke baseret på rationelle beslutninger, så det er virkelig en udfordring at blive klog på prissætningen i vores udlejningsmodel. Mange forbrugere ved ikke, hvor mange penge de bruger på tøj og heller ikke, hvor meget de reelt bruger det tøj, som de køber. Det kan derfor være svært for både os og forbrugerne at gennemskue, hvornår det giver mening at leje tøj frem for at eje det".

Systematisk dataindsamling skal sikre fremtidens modeller

Som en del af Continueds set-up bliver alle varer mærket med en chip, der sikrer, at man kan indhente en lang række data om hvert enkelt stykke tøj. Det betyder, at man eksempelvis kan læse, hvor mange gange et stykke tøj har været udlejet, hvilken

type kunde, der har efterspurgt varen, hvor lang holdbarhed varen har osv. "Ved hjælp af chippen indsamler vi en lang række data, som både vi og vores kunder fremover vil kunne anvende til at forbedre forretningsmodellerne" fortæller Peter Svensson og fortsætter: "Dataene vil samtidig give os mulighed for at gå fra bare at have en god mavefornemmelse for det vi gør, til at få noget faktabaseret viden omkring effekterne ved de forskellige modeller".

Erfaringerne kan bruges til at føre en løbende dialog med de enkelte brands om hvordan bl.a. design, materialevalg og muligheder for vedligeholdelse kan gøre mere tøj egnet til en lang levetid: "På sigt vil vi rigtig gerne hjælpe vores kunder med at gøre deres produkter mere egnet til lang levetid. Vi vil f.eks. gerne udvikle en designguide, hvor igennem de bl.a. kan lære, hvad der skal til for, at tøjet kan repareres" fortæller Peter Svensson om perspektiverne for Continued. Helt generelt er det vigtigt for dem at arbejde for, at videndeling bliver en naturlig del af dét at købe sig ind i Continueds forretningskoncept således, at rejsen mod en cirkulær økonomi kan accelereres.

Lessons learnt

- Modevirksomheder kan have svært ved at overskue, hvordan de skal etablere cirkulære forretningsmodeller. En pakkeløsning, hvor de blot skal levere tøjet, ser ud til at være en velfungerende genvej
- Det er en kunst at få formidlet nye løsninger på en enkel måde, så den bliver lige så appellerende som den velkendte købsmodel
- Systematisk dataindsamling kan bidrage til at forbedre forretningsmodellerne i praksis samt give faktabaseret viden om effekterne af de forskellige forretningsmodeller.

RENT NOW



Patch Organza Dress
From 785,00 DKK



Silk Stretch Satin Dress
From 1.440,00 DKK



Heavy Satin Coat Dress
From 964,00 DKK



Sequins Sleeveless Top
From 893,00 DKK



VIEW ALL



EDCO ONLY
2-in-1 Reuseable Shopping and Shipping Bag

CONVERT

Genanvendelse af tekstiler er en realitet hos virksomheden Convert. Ensartede og relativt rene inputmængder er en forudsætning for, at de kan skabe slutprodukter af en god kvalitet.

Convert er en nordjysk virksomhed, der ved hjælp af en patenteret teknologisk løsning kan omdanne tekstiler og andre fiberbaserede materialer til et non-woven¹ materiale, der kan anvendes i en lang række forskellige applikationer. Convert tilbyder en mekanisk-termisk proces, der først neddelser inputtet til fibre eller granulat, hvorefter det tilføres en termisk bindefiber, som samler det neddelte materiale til en non-woven filt. Til slut presses filten til et fast materiale i den ønskede tykkelse og hårdhed i både 2D- og 3D-applikationer, alt afhængig af kundens ønsker. Convert hverken producerer eller markedsfører selv færdige produkter, men leverer udelukkende den teknologi, som deres kunder ønsker at gøre brug af i forbindelse med produktudvikling og produktion. Kunderne skal dermed både levere input og aftage output.

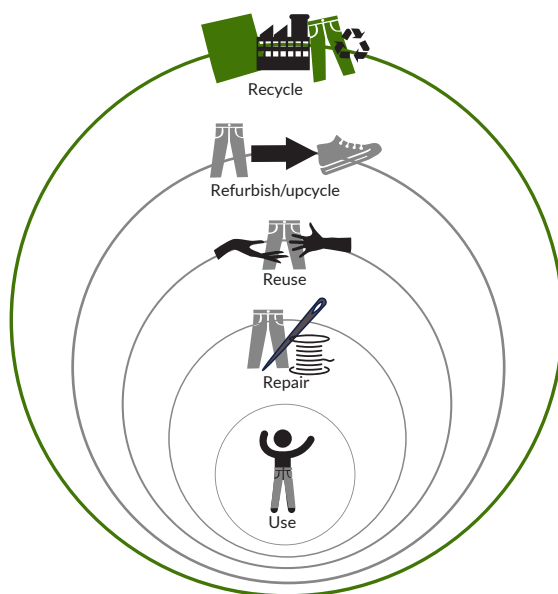
Starten på Convert

Convert blev etableret i slutningen af 2017 og er en udspringer af virksomheden Advance Nonwoven, der udvikler en lang række teknologiske løsninger, herunder genanvendelsesteknologier. Med udgangspunkt i genanvendelsesteknologien blev Convert etableret som en selvstændig produktionsvirksomhed og et joint venture mellem den danske tekstilvirksomhed Kvadrat og Møllerup Gods. Advance Nonwoven er fortsat en selvstændig virksomhed, der arbejder med teknologiudvikling. Convert betjener kunder i både ind- og udland, men størstedelen ligger uden for de danske grænser.

Gennem tiden har Convert og Advance Nonwoven arbejdet med forskellige partnere i større projektsamarbejder omkring teknologiudvikling, der har været finansieret af offentlige støttepuljer som eksempelvis MUDP². I den forbindelse har de bl.a. modtaget støtte til at udvikle en såkaldt individualiseringsenhed, der er en automatisk forproces for sortering af brugte tekstiler. De har ligeledes modtaget støtte til udviklingen af bedre bindefibre.

Kvaliteten bliver bestemt af inputtet

Convert kan modtage mange forskellige former for fiberbaserede materialer til genanvendelse, herunder eksempelvis træ, papir, hamp, tang og fjer, men også rest-tekstiler, hvilket lige nu er den fraktion, som virksomheden arbejder mest med. Valg af både in- og output afhænger udelukkende af kundens ønsker og behov, og slutprodukterne kan derfor også være meget forskellige: *"Vi kan i princippet modtage alle former for fibre og blandingsprodukter. Slutresultatet og kvaliteten af det færdige produkt afhænger imidlertid af, hvilket input vi arbejder med. Vores kunder har meget forskellige ønsker og behov og vi oplever, at anvendelsesmulighederne er mangfoldige. Vores proces vil kunne være med til at ændre vores syn på cirkulær økonomi"*, fortæller Flemming Hynkemejer, der er direktør i Convert. Med brugte tekstiler producerer Convert bl.a. isoleringsmateriale, akustikplader, møbel- og indretningsplader og fyld til madrasser og møbler.



”

Vores kunder har meget forskellige ønsker og behov og vi oplever, at anvendelsesmulighederne er mangfoldige. Vores proces vil kunne være med til at ændre vores syn på cirkulær økonomi”

Flemming Hynkemejer,
direktør i Convert



Som et led i arbejdet med at udvikle teknologien, har det også været et mål i sig selv at bevare de genanvendte materialer i kredsløb så længe som muligt. Med henblik på at kunne tilbagetage og genanvende deres egne produkter arbejder Convert derfor med en bindefiber af et termoplastisk materiale, hvilket betyder, at virksomheden i teorien vil kunne tage sine produkter tilbage efter endt brug og genanvende dem igen. Om det i praksis kan lade sig gøre afhænger dog især af, hvordan det genanvendte materiale er blevet behandlet, og hvilke stoffer, der eventuelt er blevet tilført efterfølgende.

Convert har indtil for nyligt drevet et pilotanlæg, men da de gennem den senere tid har oplevet en stigende efterspørgsel på deres ydelse, er de nu i gang med at udbygge produktionen, så de i løbet af 2020 forventer at have kapacitet til at behandle et ton materiale i timen.

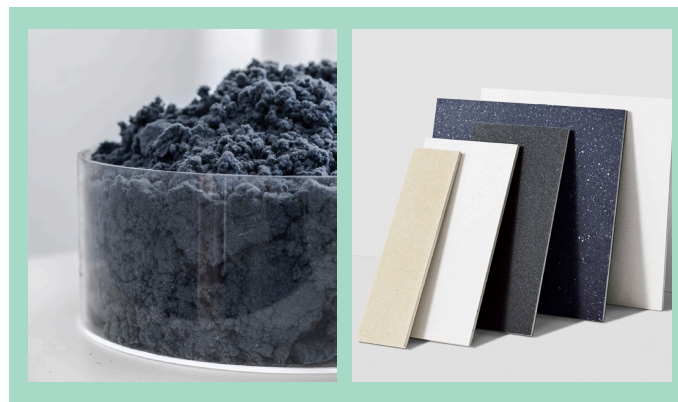
Genanvendelse af resttekstiler i bygninger

Som en del af et større europæisk Interreg-projekt³ er arkitektgruppen Lendager, affaldsselskabet AffaldPlus og rådgivningsvirksomheden Rambøll gået sammen for at undersøge, hvordan man i et udvalgt geografisk område kan øge genanvendelsen af den mængde brugt tekstil, som ikke er egnet til direkte genbrug. I samarbejde med Convert har parterne udviklet og testet forskellige materialer i forhold til deres egnethed som anvendelse i byggerier, og resultatet er blevet et akustikpanel, der forventes lanceret i løbet af 2020.

Really

Af danske virksomheder har Convert primært arbejdet med virksomheden Really, som har specialiseret sig i at levere plader i både hårdt og blødt materiale, der er baseret på den enkelte kundes restmaterialer. I samarbejde med bl.a. modevirksomheder, designere og arkitekter kan Reallys plader anvendes til en vifte af formål som eksempelvis borde, stole, rumdelere og akustikplader.

Really producerer dels et standard-materiale, hvori inputmængderne primært består af affald af bomuld eller uld, men de udvikler også specialløsninger til kunderne, som er baseret på, hvilke materialer de kan levere. *"Når vi produktudvikler, er der tale om en rejse for kunden. De kontakter os tit i håb om, at vi kan håndtere alle deres affaldsmængder, men så enkelt er det ikke"*, fortæller Wickie Meier Engström, der er direktør og partner i Really. *"Vi udvikler produkterne i samarbejde med kunden baseret på, hvilke materialer de har, men allerede når vi beder dem vurdere, hvilke restmaterialer de ligger inde med samt i hvilke mængder, bliver de ofte overraskede over, hvor lidt viden de faktisk har om deres eget*



affald", fortæller hun og fortsætter: *"Mange producerer i fjernøsten, hvorfra de ikke som udgangspunkt henter affald hjem, så der er ofte tale om reklamationer, stock-varer eller måske post-forbrugeraffald, som er mængder, virksomhederne sjældent har overblik over"*.

I løbet af udviklingsprocessen bruger Really meget tid på dialog med kunden for at udvikle løsninger, der giver mening i forhold til både økonomi og miljø: *"Vi arbejder rigtig meget med at gøre vores kunder klogere på, hvordan de kan tage ansvar for deres eget affald. Det er både i forhold til, hvordan de designer produkter til et lukket kredsløb, men også i forhold til, at der skal et helt nyt tankesæt ind i branchen"*, fortæller Wickie Meier Engström. Really tilbyder en tilbagetagningsordning for de plader, som de sælger til andre forretninger, men vil først tage dem tilbage efter minimum tre år, idet de ifølge direktørens vision bør forblive i brug længe. *"Vi tilbyder ikke en mirakelkur, og bag hver eneste kunde er en ny proces. Men vi har allerede en rigtig god kundeportefølje, og jeg tror på, at vi på længere sigt kan tilbyde en løsning, der kan blive en betydelig faktor for den cirkulære tekstiløkonomi"*, afslutter Wickie Meier Engström.

Really startede oprindeligt som et projekt med støtte fra Grøn Omstillingsfond, men blev sidenhen etableret som en privat virksomhed, der nu delvist er ejet af tekstilproducenten Kvadrat.

Lessons learnt

- Det er vigtigt at etablere gode partnerskaber på tværs af værdikæden. Både for at skaffe ensartede mængder af en passende størrelse og for at finde de rette aftagere, som kan se mulighederne i materialet.
- Det er en god idé at tænke flere loops ind i teknologien helt fra start. Også selvom markedet for tilbagetagning måske ikke helt er der endnu.

¹'Non-woven' er materialer, der består af sammenpressede fibre, som hverken er strikket eller vævet

²Miljøteknologisk Udviklings- og Demonstrationsprogram (MUDP). Se <https://ecoinnovation.dk/om-mudp/baggrund/>

³<https://www.affaldplus.dk/tekstilaffald-future>



”

Jeg tror på, at vi på længere sigt
kan tilbyde en løsning, der kan
blive en betydelig faktor for den
cirkulære tekstiløkonomi

Wickie Meier Engström,
direktør og partner i Really

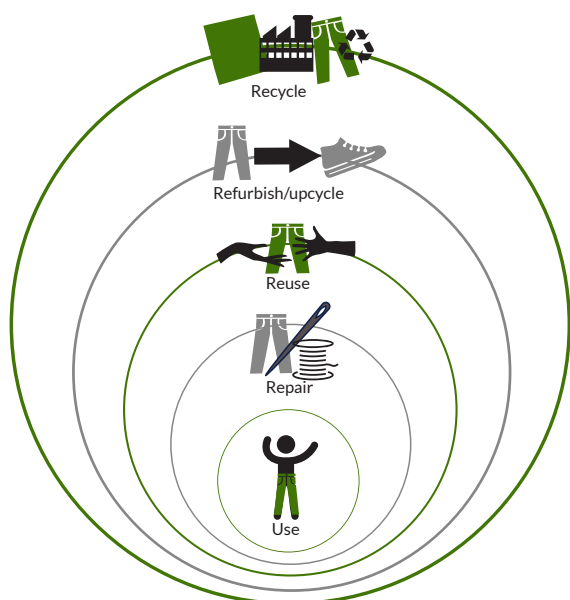
EGE CARPETS

Ege Carpets har gennem mere end ti år arbejdet målrettet med at gøre miljø og bæredygtighed til en del af virksomhedens kerneforretning på såvel strategisk som produktspecifikt niveau. Målet for 2030 er bl.a., at minimum 75% af råvarerne i tæpperne skal stamme fra genanvendte materialer.

At skabe et marked for genanvendte materialer

Som en del af denne strategi arbejder Ege Carpets med flere forskellige led i den cirkulære økonomi. Virksomheden har først og fremmest haft succes med at efterspørge genanvendte materialer og er dermed også en aktiv part i at skabe et marked for de sekundære råstoffer. Knap en tredjedel af Ege Carpets kontraktprodukter består derfor nu af ECONYL-garn, som er et nylongarn, der er produceret af udtjente fiskenet eller andet industrielt affald. Bagsiden af alle virksomhedens tæppefliser er produceret af Ecotrust-materiale, der består af genanvendt plast fra plastflasker, og to af Ege Carpets typer bærevæv er også produceret med 90% genanvendt industriaffald. Tilsammen udgør forside, bagside og bærevæv imidlertid kun omkring halvdelen af tæppeflisens vægt. Den anden halvdel består af fyldstoffer, som virksomheden endnu ikke har kunnet finde et genanvendt alternativ til. Det testes i øjeblikket, hvorvidt det er muligt at anvende lim fra kasserede bilruder.

Ege Carpets stiller høje krav til både kvalitet og bæredygtighed i deres produkter, og i jagten på at nå deres mål er det hele



Vigtige partnerskaber

Ege Carpets er en stor privat virksomhed, der finansierer størstedelen af deres udviklingsprojekter inden for egne budgetter. Når der gennemføres udviklingsprojekter, etablerer de dog gerne samarbejder og henter hjælp udefra, hvor det giver mening. I forbindelse med opstarten af tilbagetagningsprojektet modtog virksomheden støtte fra Markedsmodningsfondens pilotprogram Innovative Grønne Forretningsmodeller. I tillæg har virksomheden i forbindelse med arbejdet omkring neddeling af flisebagsiden med henblik på genanvendelse haft et løbende samarbejde med Teknologisk Institut.

tiden en forudsætning, at virksomheden ikke vil gå på kompromis med hverken funktionalitet eller kvalitet. Derfor er Ege Carpets hele tiden med til at skubbe på for at skabe et marked for de genanvendte materialer, der er af en kvalitet, der svarer til de virgine. Ege Carpets arbejder samtidig med at udfase uhensigtsmæssige stoffer, hvor det er muligt, men da et tæppe indeholder 200 forskellige stoffer, er det en kompleks opgave, som virksomheden står overfor. Det kræver ifølge Dorthe Kallestrup, som er CSR-manager i Ege Carpets, et tæt samarbejde med leverandørerne og en villighed til at teste og udvikle fra begge parter side.

Første skridt mod et lukket kredsløb

Ege Carpets har længe haft et mål om at få etableret en tilbagetagningsordning for de tæppefliser og tæpper, som de sælger til forretninger og offentlige organisationer, inden 2020. Det mål nåede de dog ikke. "Vi har fået nogle erfaringer med tilbagetagning her i Danmark, som har gjort os klogere på konceptet, men lige nu er det ikke dér, vi lægger størstedelen af vores kræfter", siger Dorthe Kallestrup og fortsætter: "En af de helt store udfordringer i forhold til at lukke tæppekredsløbet er, at der mangler logistiske løsninger og konkrete teknologier, der kan sørge for hhv. indsamlingen og genanvendelsen af tæpperne".



”

Vi har fået nogle erfaringer med tilbagetagning her i Danmark, som har gjort os klogere på konceptet, [...] der mangler logistiske løsninger og konkrete teknologier, der kan sørge for hhv. indsamlingen og genanvendelsen af tæpperne

Dorthe Kallestrup,
CSR-manager i Ege Carpets

Cirkulær økonomi i stort og småt 2018/2019

- 344.636 kg genanvendt materiale i tæppernes bærevæv
- 41 tons genanvendte garnrester
- 761 tons bagside skabt af brugte plastikflasker
- 89% af salget til kontraktkunder er C2C-certificeret
- 1.442 tons genanvendt fortykker
- 1.588 tons garn skabt af brugte fiskenet
- 2,1 mio. liter restfarve samt 7,3 tons kemikalier genanvendt
- 100% genbrugsplast i tæpperør svarende til 468 km rør
- 62,5 ton papspoler genbrugt
- 81% genbrugspap i flisekasser

Kilde: Ege CSR-rapport 2018/2019, p. 11

Ifølge Dorthe Kallestrup er der overordnet set tale om en "hønen-og-ægget" situation: Kommuner og indsamlere vil kun indsamle tæpper separat, hvis der er en reel mulighed for, at de kan afleveres til genanvendelse, mens genanvendelsesteknologierne ikke ser ud til at komme op at stå, fordi der mangler sikkerhed for mængderne. Selv hvis en tilbagetagningsordning skulle komme godt op at stå i Danmark, er det stadig en kæmpe opgave for en global virksomhed som Ege Carpets at få logistikken til at hænge sammen i alle de lande, hvor de er til stede. *"Vi er derfor glade for EU's øgede fokus på tekstilområdet, hvilket vi bl.a. forventer kan blive startskuddet til opskalering af nogle gode genanvendelsesløsninger. Mens vi venter på det, arbejder vi selv på at sikre, at vores produkter er egnet til både indsamling, adskillelse og genanvendelse"*, pointerer Dorthe Kallestrup.

Recover by Ege

Med den nuværende indsats er det dog lykkedes virksomheden at etablere et lille marked for direkte genbrug af deres

tæppefliser, men det har bl.a. vist sig at være svært at få adgang til de brugte fliser. Enten når Ege Carpets aldrig at blive kontaktet i forbindelse med, at tæppefliserne skal fjernes, eller også har de måttet konstatere, at fliserne simpelthen har været slidt op og dermed ikke har været egnet til direkte genbrug. Ege Carpets ser dog, at der kan være et marked for genbrug og kigger bl.a. mod England for at lade sig inspirere til nye modeller.

I forhold til at genanvende Ege Carpets' egne tæppefliser mangler virksomheden stadig adgang til de helt rigtige løsninger. Bl.a. er manglende kendskab til, hvad tæppet er blevet udsat for i brugsfasen også en udfordring, når et tæppe skal cirkuleres videre i et nyt produkt: *"Selv når vi kender det præcise indhold i den nyproducerede tæppeflise, så aner vi ikke, hvad tæpperne er blevet rensat med eller i hvilket miljø, de har befundet sig i løbet af brugsfasen"*, siger Dorthe Kallestrup og fortsætter: *"Vi og omverdenen stiller store krav til vores tæpper, så vi skal være helt sikre på, at det vi sætter på markedet, er i orden"*.

Ifølge virksomhedens nye bæredygtighedsstrategi skal der i de kommende ti år fuld fart på udviklingen af den cirkulære økonomi. Det kræver ifølge virksomheden gode samarbejder og partnerskaber på tværs af hele værdikæden.

Lessons learnt

- Tætte samarbejder på tværs af værdikæden er afgørende for at få både tilbagetagning, genbrug og genanvendelse til at fungere i praksis
- Som stor virksomhed kan man være med til at skabe et marked for genanvendte materialer af en høj kvalitet
- Manglende kendskab til indholdsstoffer i brugte produkter, som potentielt kan blive cirkuleret videre i et nyt produkt, er én af de helt store udfordringer i forbindelse med genanvendelse af tekstiler.

”

Vi er glade for EU's øgede fokus på tekstilområdet, hvilket vi bl.a. forventer kan blive startskuddet til opskalering af nogle gode genanvendelsesløsninger.

Dorthe Kallestrup,
CSR-manager i Ege Carpets

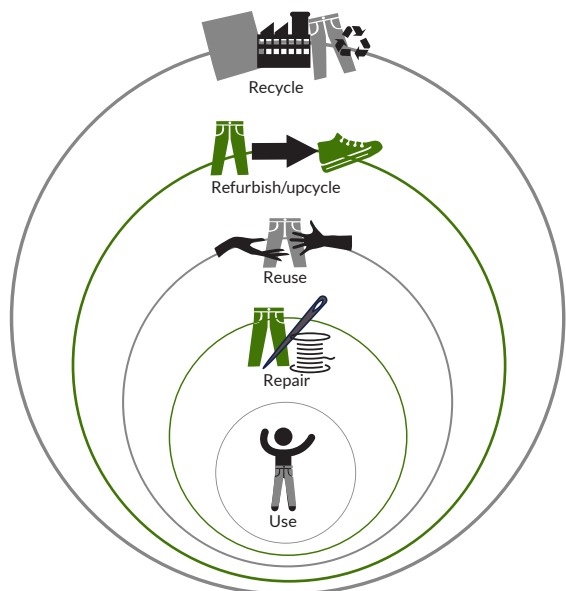


I TRÅD MED VERDEN

I Tråd med Verden upcycler brugte tekstiler og skaber samtidig et arbejdsfællesskab for kvinder, der står på kanten af arbejdsmarkedet.

Den socialøkonomiske virksomhed I Tråd med Verden (ITMV) har specialiseret sig i at upcycle tekstiler, der enten ikke længere kan bruges eller som af forskellige årsager ikke kan sælges. Pt. har ITMV to værksteder på hhv. Nørrebro og Amager i København, hvor de giver brugte tekstiler nyt liv ved bl.a. at klippe op og sy om til eksempelvis muleposer og tasker eller ved at dekorere pletter og huller, så tekstilerne kan bruges igen frem for at blive smidt ud. ITMV arbejder også med teknikker som broderi, strik, hækling og vævning. Tekstilerne stammer primært fra virksomheder som eksempelvis vaskerier, tekstilproducenter eller andre, der ligger inde med større mængder brugt tekstil, der ikke længere kan bruges.

De upcycledede produkter bliver typisk anvendt igen internt i kundens organisation eller givet væk som gave til virksomhedens medarbejdere eller samarbejdspartnere: *"Vi oplever en stigende efterspørgsel fra virksomheder, der har lyst til at give en speciel og mere bæredygtig gave til enten medarbejdere eller samarbejdspartnere, hvilket de kan få gennem os."*



Partnerskab med Berendsen

ITMV har siden 2018 samarbejdet med Berendsen, der tilbyder leje, vask og levering af tekstiler til bl.a. kommuner, regioner og virksomheder, som anvender tekstilprodukter i større skala. Som regel bevarer Berendsen ejerskabet over de tekstiler, som de leverer til deres kunder, og de har derfor også ansvaret for at bortskaffe de store mængder relativt ensartede tekstiler, når de ikke længere kan bruges. I løbet af 2019 donerede Berendsen 21.500 stykker tekstil til forskellige projekter, der upcycler tekstiler, herunder bl.a. ITMV.

Vi får rigtig god respons på vores produkter, og vi hører ofte, at kunderne bliver begejstrede, fordi vi leverer unika-design med en god historie bag", fortæller Martha Ozmec, der er daglig leder i virksomheden. ITMV har efterhånden en lang portefølje af spændende cases og har bl.a. lavet iPad holdere til medarbejdere i Tønder Kommune, der blev syet af kommunens udtjente kitler og bukser samt syet muleposer af udtjente arbejdsbukser til et advokatfirma, som primært arbejder for byggeentrepenører.

Alt andet end standard

Liv Heckmann, som er designer og projektleder i ITMV, prøver dagligt kræfter med de håndværksmæssige udfordringer, der er i forhold til at arbejde med rest-tekstiler: *"Vi arbejder med funktionaliteten i de materialer, vi modtager, og vi gør os hele tiden umage med at få det bedste ud af hvert enkelt stykke tekstil samtidig med, at kunden får et produkt, de kan bruge til noget",* fortæller Liv Heckmann og fortsætter: *"Designmæssigt er det en spændende og udfordrende proces, men den er jo også langt mere tidskrævende, end hvis vi blot arbejdede med en standard-metervare. Og så kan det nogle gange være svært for kunderne at forstå, at vi ikke altid kan levere det, de vil have. Vi kan eksempelvis få en ordre på 100 ens tasker, men hvis vi nu kun har gamle bukser, der svarer til, at vi kan producere 70, hvad gør man så?",* spørger hun retorisk og tilføjer: *"Så må man*



”

Vi oplever en stigende efterspørgsel fra virksomheder, der har lyst til at give en speciel og mere bæredygtig gave til enten medarbejdere eller samarbejdspartnere, hvilket de kan få gennem os.

Martha Ozmec,
daglig leder hos I Tråd Med Verden



være kreativ og komme med nye idéer til kunden. Jeg kalder det 'design med benspænd', men det er jo lige præcis dét, der gør, at dagene i værkstederne aldrig bliver kedelige".

En anden udfordring er, at resttekstiler som regel er blevet til overs af en årsag. Når virksomheden modtager tekstiler, som ikke kan sælges eller bruges, er det eksempelvis ofte i ukurante størrelser som XXS eller XXXL. Det betyder, at ITMV bliver udfordrede på at kunne levere en standardiseret vare, selvom de har modtaget et ensartet produkt. "Men nu kan vi efterhånden også mærke, at vi er ved at have en del års erfaring, hvilket har gjort os rigtig dygtige til at afkode det materiale, vi modtager", fortæller designeren.

Job med mening

På ITMV's to værksteder arbejder kvinder, der af forskellige årsager er på kanten af arbejdsmarkedet og derfor har brug for hjælp til at komme i beskæftigelse. Virksomheden har løbende kvinder i praktik- og afklaringsforløb gennem kommunens jobcenter, og de er lykkedes med at ansætte en del af dem i fleks- og småjobs efter endt praktik. Antallet af ansættelser varierer alt efter mængden af produktion.

Oprindelig blev ITMV etableret som et afgrænset integrationsprojekt, men med tiden har det udviklet sig til en

egentlig socialøkonomisk virksomhed. Martha Ozmec er rigtig glad for den udvikling: "Det er virkelig godt for os, at vi nu er blevet en rigtig virksomhed, for det giver os en helt anden følelse, når vi træder ind på værkstedet. Vi er ikke bare et beskæftigelsestiltag, men en rigtig arbejdsplads med krævende kunder, som stiller krav til produkter og leveringstider. Det føles godt og skaber en god energi i hverdagen for de kvinder, som har deres gang i værkstederne", fortæller Martha Ozmec i forhold til den rejse, som ITMV har været på siden 2010 og fortsætter: "Men vi er stadig udfordrede i forhold til, hvordan vi skal skrue vores forretningsmodel sammen, så vi kan gøre endnu flere kunder glade samtidig med, at vi hjælper flere kvinder i beskæftigelse. Produktionen er hele tiden omdrejningspunkt for arbejdet med mennesker, og de mennesker, som arbejder hos os, er meget forskellige. Så selvom vi gennem den seneste tid har oplevet en øget interesse for vores produkter, er der jo stadig store udsving i forhold til, hvor meget vi kan levere, da det jo er afhængigt af, hvilke kvinder, der er i værkstedet samt hvorhenne i deres forløb de er. Vi er og bliver aldrig en standardiseret arbejdsplads, og det kan være lidt af en udfordring, når vi samtidig gerne vil servicere flere og større kunder." For at komme denne udfordring til livs forsøger ITMV sig bl.a. med en model, hvor virksomheder køber en værkstedsplads i en periode frem for "bare" et produkt. Det sikrer mere stabile ansættelsesforhold og er dermed også med til at sikre den enkelte kvindes situation bedre.

Lessons learnt

- At arbejde med resttekstiler er en designmæssig udfordring, som kræver ekstra tid, ressourcer og kreativitet. Til gengæld kan det give unika-produkter, der kan generere en høj efterspørgsel.
- Det socialøkonomiske aspekt er også en god drivkraft for at tiltrække opmærksomhed og kunder, men det kan være en udfordring at få kommunikeret til kunderne, at man ikke kan konkurrere på alle de samme parametre, som en konventionel produktionsvirksomhed.

”

Vi er ikke bare et beskæftigelsestiltag,
men en rigtig arbejdsplads med
krævende kunder, som stiller krav til
produkter og leveringstider.

Martha Ozmec,
daglig leder hos I Tråd Med Verden

NORDIC TAILORS

Ud fra devisen om, at danskerne skal lære at værdsætte hvert enkelt stykke tøj i garderoben, tilbyder Nordic Tailors et opdateret bud på en professionel og kvalitetsbevidst skrædderservice. Kundeskaren tæller både private og erhverv.

Virksomheden blev startet med et ønske om at skabe en løsning, der kunne agere modsvar til den "brug-og-smid-væk-kultur", der ifølge de to grundlæggere Alexander Stricker og Ebru Topal Singh præger store dele af tøj- og modeindustrien i dag. Ingen af de to iværksættere har rødder i skrædderfaget, men som almindelige forbrugere kunne de se et behov for at gøre noget ved de stigende mængder tekstil, som ryger ud af klædeskabet næsten lige så hurtigt, som de er røget ind. Med en vision om at bringe glæden for hvert enkelt stykke tøj tilbage, ønsker Nordic Tailors at vise forbrugerne, hvordan man gennem en professionel skrædderservice, der bl.a. tilbyder reparationer, tilpasninger og omsyninger, kan forlænge levetiden af enhver garderobe betydeligt.

"I løbet af vores research gik det op for os, hvor kort en levetid mange tekstilprodukter får. Vi blev overraskede over at se, hvor omfattende brug-og-smid-væk-kulturen er", fortæller Ebru og fortsætter: "Vi ønskede at tilrettelægge en løsning, som kunne

forlænge tekstilernes levetid og da vi samtidig begge nærer en dyb respekt for det ældgamle håndværk, var det oplagt for os at nytænke skrædderservicen som et forsøg på at komme de store mængder tøjspild til livs."

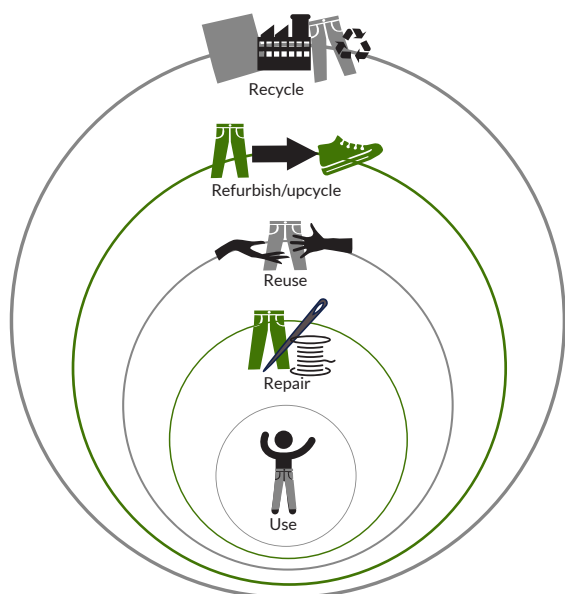
En skrædder anno 2020

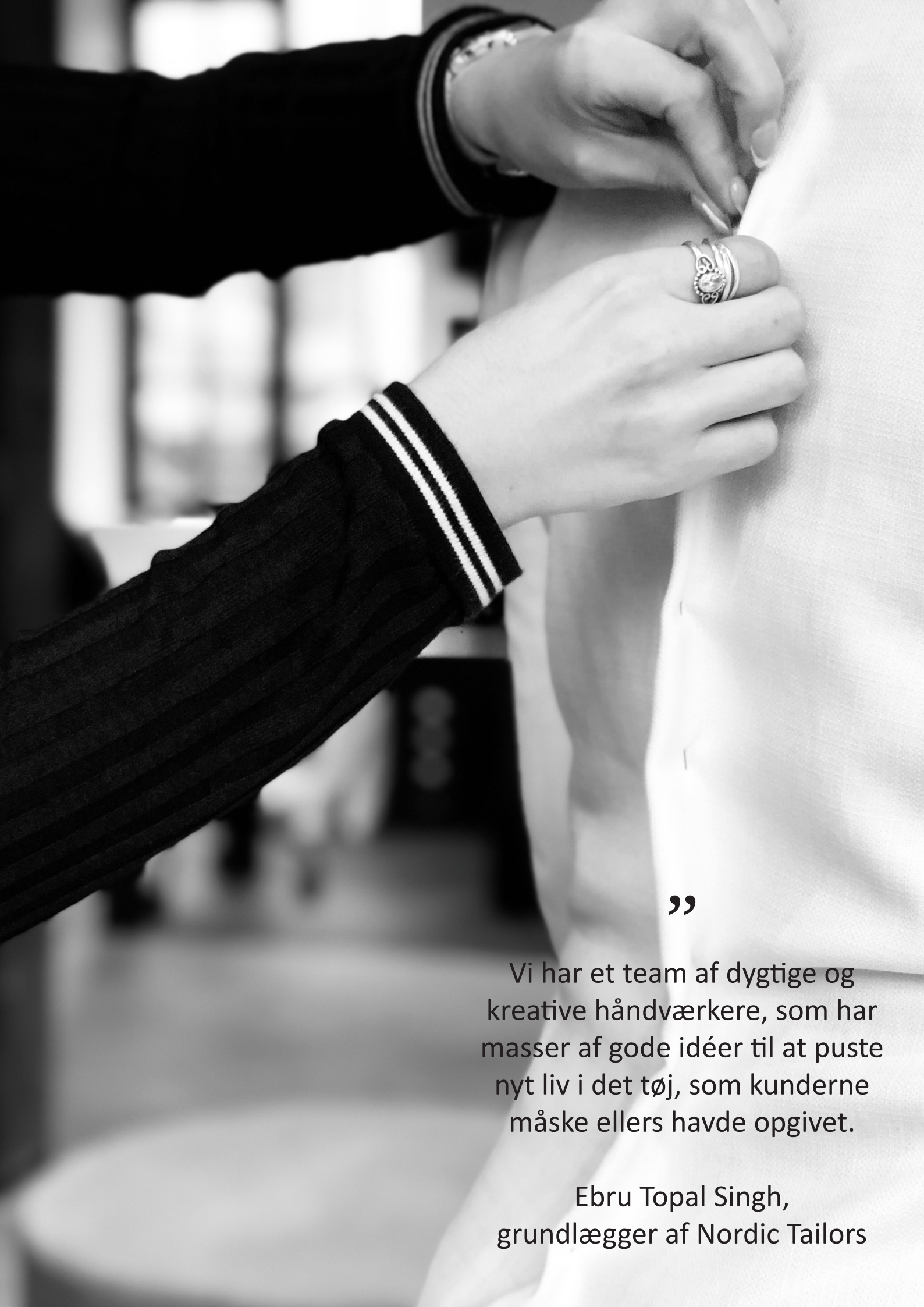
Konceptet bag Nordic Tailors har fra start været tænkt således, at det skal være så nemt og bekvemt som muligt at få fornyet sit tøj. Kunden kan derfor hjemmefra, via en formular på hjemmesiden, bestille reparationer og andre opgaver, hvorefter Nordic Tailors både afhenter og leverer tøjet på hjemmadressen. Virksomheden ligger i København, men servicerer privatkunder over hele landet ved hjælp af et fragtfirma. De to iværksættere arbejder imidlertid på at etablere samarbejder med kvalificerede skræddere rundt omkring i landet, så servicen kan blive hurtigere og mere lokal og så de samtidig kan reducere mængden af transport.

Nordic Tailors tilbyder tillige en erhvervsservice, som både er relevant for producenter og detailhandlere i og med, at de kan tilbyde kundespecifikke tilpasninger i forbindelse med nykøb eller eventuelle reparationer i løbet af tøjets levetid. I den forbindelse har Nordic Tailors etableret samarbejder med større danske kæder og brands som bl.a. Tøjeksperten, Jack & Jones, Vila og Boozt. I tillæg tilbyder de også erhvervsservice for virksomheder, der ønsker at tilbyde deres medarbejdere en skrædderservice som en del af en personaleordning, på samme måde som det eksempelvis ses med vaskeri- og renseriservices.

Moderne tøj er ofte ikke egnet til reparation og genbrug

Nordic Tailors arbejder med alle former for tøj og tekstil, men skrædderteamet bliver jævnligt udfordret, da en del moderne tøj ikke er egnet til reparation og fornyelse. De oplever eksempelvis, at syningerne er sjuskede, at sømrummene bliver mindre eller er ikke-eksisterende, og at tøjet kan være af en kvalitet, der simpelthen bliver slidt for hurtigt, og som derfor er svært at reparere eller forny. Når tøj kommer ind til reparation, oplever de også, at det ikke er til at skaffe de rette reservedele.





”

Vi har et team af dygtige og kreative håndværkere, som har masser af gode idéer til at puste nyt liv i det tøj, som kunderne måske ellers havde opgivet.

Ebru Topal Singh,
grundlægger af Nordic Tailors

Ofte sker det, at de lynlåse, der skal skiftes, ikke findes i mål, som er til at skaffe andre steder, end ikke hos producenterne.

I det hele taget oplever de to iværksættere, at producenterne og forhandlerne kan være splittede i forhold til at støtte op om at forlænge levetiden af deres tøj: *"Vi er i dialog med mange producenter, der gerne vil have en mere grøn profil, men som samtidigt har svært ved at tage skridtet videre og tilbyde vores service til deres kunder. Vi fornemmer at nogle stadig er nervøse for, om de i bund og grund undergraver deres egen forretning, hvis de begynder at tilbyde længere levetid for deres produkter"*, siger Alexander og fortsætter: *"Men heldigvis har vi også fået etableret nogle gode erhvervssamarbejder, hvor både virksomhed og kunde med tiden opdager, at dét at levetidsforlænge eller tilpasse et stykke tøj blot øger glæden ved produktet og dermed skaber en tættere tilknytning til brandet"*, afslutter han.

Kun fantasien sætter grænser

Ifølge de to iværksættere er virksomhedens største udfordring imidlertid manglende kendskab og forståelse for, hvad de har at byde på: *"Gennem de mere end 3 år, vi har drevet Nordic Tailors, har vi erfaret, at mange ikke tænker på de muligheder, der ligger i vores service. Men når først kunderne lærer os at kende, har vi god erfaring med, at de kommer igen, da de opdager, at vi kan meget mere end bare at reparere et hul eller lægge et par bukser ud. Vi har et team af dygtige og kreative håndværkere, som har masser af gode idéer til at puste nyt liv i det tøj, som kunderne måske ellers havde opgivet"*, fortæller Ebru.

Nogle privatkunder kommer eksempelvis ned med en pels, de har arvet, eller en gammel gallakjole, som måske ikke længere har den rette pasform eller størrelse. Tøj, som indeholder et minde og en historie for den enkelte, men som alligevel bare hænger i skabet og samler støv. *"Ofte er det tøj, som kunden egentlig har opgivet, fordi de ved, at de ikke kommer til at gå med det igen, men samtidig kan de ikke nænne at skille sig af med det. Når de kommer til os, finder de sammen med vores*

team en løsning, som sikrer et nyt liv til tøjet og en fornyet glæde for kunden"., fortæller de to iværksættere.

På erhvervssiden har de også succes med at puste nyt liv i tekstiler, som andre har givet op over for. Nordic Tailors modtog eksempelvis en sending nederdele, som ikke kunne blive solgt. Nederdelene var egentlig en del af et sæt med tilhørende top, og da Nordic Tailors erfarede, at toppene havde solgt godt, blev alle nederdelene syet om til toppe, som herefter kunne sendes tilbage til butikken for at blive solgt. I det hele taget arbejder Nordic Tailors på at sikre, at intet går til spilde, og teamet gemmer alle rester, så de kan bruges til reparationer, omsyninger og tilpasninger i fremtidige opgaver. *"At værne om hver enkelt stykke tekstil er en helt naturlig del af den måde, vi arbejder på"*, afslutter de.

Lessons learnt

- Meget moderne tøj er ikke egnet til lang levetid og kan derfor være svært at tilpasse eller reparere. Det kræver derfor kreativitet og virkelig gode håndværksmæssige evner for at komme i mål med alle opgaver
- Der ligger en stor formidlingsmæssig opgave i at gøre kunderne opmærksomme på muligheden for at forlænge tekstilernes levetid. Skrædderen starter, hvor andre giver op.
- Nogle producenter og forhandlere er nervøse for at undergrave deres egen forretning ved at levetidsforlænge deres produkter, men andre oplever, at dét at levetidsforlænge øger glæden ved produktet og skaber en tættere tilknytning mellem kunden og brandet.



A man and a woman are standing against a plain white background, holding up a large, colorful pile of fabric scraps. The man, on the left, is wearing a light blue button-down shirt and dark trousers, with his arms outstretched in a joyful gesture. The woman, on the right, is wearing a blue button-down shirt and dark trousers, also with her arms raised. The fabric scraps are in various colors including red, green, yellow, and blue, and are piled high above their heads. The overall mood is one of happiness and pride in their work.

”

At værne om hver enkelt stykke tekstil er en helt naturlig del af den måde, vi arbejder på.

Alexander Stricker og Ebru Topal Singh,
grundlæggere af Nordic Tailors

PROEM PARADES

De to designere bag navnet Proem Parades vil skabe tøj, der er værd at vente på. Med deres brand demonstrerer de, hvordan man kan medvirke til, at design, produktion, salg og brug kan give produkterne lang levetid.

Proem Parades er stiftet af de to designere, Stine Pedersen og Lærke Nikolajsen, som begge har en fortid inden for den etablerede modebranche. Tidligere sad de begge i positioner, hvor de kunne konstatere alt for meget spild i både produktions-, detail- og forbrugerleddene. Den nystartede virksomhed gentænker derfor forretningsmodellen for både design, produktion og salg af kvalitetstøj, i håb om at skabe en model, der mindsker, eller helt eliminerer, spild i alle led af værdikæden.

Design, der holder

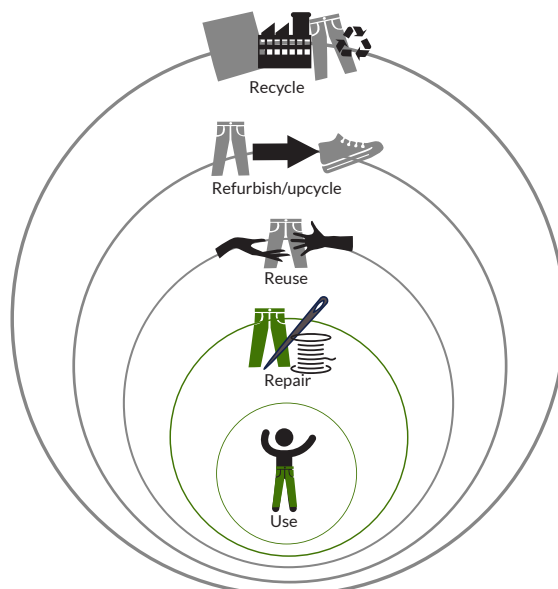
Med det nye brand ønsker de to designere, at kunderne skal (gen)opdage glæden ved smukt tøj af en god kvalitet, og designerduoen arbejder derfor målrettet med at skabe udtryk, der holder over tid. Udgangspunktet for deres arbejde er at skabe smukt tøj som den enkelte værner og kærer om og har lyst til at beholde længe. For at nedbringe mængden af tøj, arbejder de også på at kreere multifunktionelle garderobe-essentials, der kan anvendes til både hverdag og fest – sæson efter sæson, hvilket sætter store krav til både design og materialevalg: "Vi arbejder eksempelvis med silke, der både fungerer på en festlig vinteraften, men lige så fint på en lun sommerdag," fortæller Stine Pedersen og fortsætter: "Men det er lige så vigtigt, at vi designer tøj, der kan anvendes til flere forskellige formål. Derfor bruger vi også meget tid på at guide vores kunder og vise dem, hvordan de kan style de enkelte produkter, så de kan fungere i forskellige sammenhænge, sådan at vi undgår, at tøj hænger ubrugt hen i skabet".

Slow fashion – i bogstaveligste forstand

Den tætte kontakt med kunden får de to designere gennem deres salgskoncept, som virksomheden er bygget op omkring, nemlig paraderne. Paraderne er en serie af events, hvor kunderne inviteres indenfor til at se, røre og prøve tøjet, inden de beslutter sig for at købe noget. Paraderne indledes altid med, at de to designere fortæller om virksomheden og tankerne bag deres design og materialevalg, men aftenerne giver også plads til en mere generel dialog med kunderne omkring, hvordan

produkterne bliver modtaget og brugt: "Vi opnår en helt særlig kontakt med vores kunder, når vi afholder vores parader. Det er hér vi bl.a. får mulighed for at fortælle om vores idéer og tanker bag brandet som helhed, men også om de enkelte produkter. Mindst lige så vigtigt er det også, at vi på paraderne får mulighed for at blive klogere på, hvad vores kunder tænker om de enkelte styles og om, hvad der fungerer godt eller mindre godt" fortæller Stine Pedersen. "Vi har opbygget en god skare af loyale kunder og kontakten med dem er uvurderlig for os. Det er nemlig med udgangspunkt i samtalen med dem, at vi kan blive endnu bedre til at skabe tøj med lang levetid", forklarer hun.

På paraderne kan kunderne vælge at købe tøj fra to forskellige produktionslinjer: Den ene linje er produceret af restmetervarer og består derfor af produkter, som kunden kan tage med hjem med det samme. Den anden linje består af produkter, der kun sys på bestilling. Som made-to-order kunde hos Proem





”

Vi har opbygget en god skare af loyale kunder og kontakten med dem er uvurderlig for os. Det er nemlig med udgangspunkt i samtalen med dem, at vi kan blive endnu bedre til at skabe tøj med lang levetid.

Stine Pedersen,
medstifter af Proem Parades

Parades må man forvente at skulle vente mellem fem og otte uger, inden tøjet bliver leveret. *"Med vores bestillingskoncept tvinger vi vores kunder til at tænke lidt mere langsigtet, og vores forretningsmodel fjerner helt muligheden for at agere impulsivt. Vi viser kunden, hvor lang en produktionsproces egentlig er, og med det håber vi, at vi kan give kunden en følelse af at have erhvervet sig noget, de kan glæde sig over og som er varigt"*, fortæller Lærke Nikolajsen om tankerne bag konceptet. Samtidig er bestillingskonceptet en effektiv metode til at minimere overproduktion, idet der kun produceres det antal stykker tøj, som allerede er blevet solgt.

"Vi er imidlertid udfordret i forhold til at finde leverandører, der kan levere den høje kvalitet, som vi efterspørger i de relativt små mængder, som vi ønsker", fortæller Lærke Nikolajsen om en af de største udfordringer ved den alternative forretningsmodel. *"Vi har heldigvis bragt et godt netværk med ind i vores forretning, men det kræver velvillighed fra både producenter og systuer, hvis en forretningsmodel som vores skal lykkes. Hele systemet er jo gearet til at masseproducere, så det er svært at stille krav, når vi samtidig ikke kan garantere for mængderne"*, forklarer hun.

Proudly made

Navnet proem er en kreativ sammentrækning af "proudly made", hvilket de to indehavere forsøger at stå inde for ned til mindste detalje. De er ifølge deres egne ord materialenørder, og hvert enkelt item er skabt med udgangspunkt i de bedst tænkelige materialer: *"Vi arbejder kun med materialer, som vi kan stå inde for i forhold til både holdbarhed, funktionalitet og miljøeffekter samtidig med, at vi er nødt til at forholde os til, hvad der er tilgængeligt på markedet"*, fortæller Stine Pedersen omkring deres arbejde med materialer og fortsætter: *"Vi har også brugt lang tid på at finde den helt rigtige systue, da vi sætter barren højt for, hvordan tingene bliver lavet"*. Brandet dækker også over et antal strikvarer, der bliver produceret med garn, som er spundet i Hillerød og herefter håndstrikket

i København eller maskinstrikket i Midtjylland. I det hele taget arbejder de to kvinder på at gøre værdikæden så kort og gennemsigtig som muligt for på den måde at kunne bevare overblikket og kontrollen over hele produktionsfasen.

I fremtiden drømmer de to iværksættere om at dykke ned i den del af værdikæden, der starter efter produktets første levetid, og de to iværksættere håber på en dag at kunne tilbyde reparationer, men også på at opbygge en model for tilbagetagning og gensalg, så den lange levetid sikres helt ud i sidste led. Drømmen er ligeledes at indtage udlandet med konceptet, men det er ikke helt ligetil, idet det først og fremmest vil kræve, at de kan finde samarbejdspartnere, der forstår konceptet, og som kan formidle budskabet. *"Vi vil gerne vækste, idet det jo også er en måde, hvorpå vores virksomhed kan blive mere økonomisk bæredygtig, men væksten må aldrig betyde, at vi skal gå på kompromis med vores grundlæggende værdier"*, afslutter de to designere.

Lessons learnt

- Færre led i produktions- og salgsleddene og en tæt dialog med kunderne er vigtig, hvis spild skal nedbringes i alle led af værdikæden
- Det kan være en udfordring at få etableret gode samarbejder med råvareleverandører og systuer, når man efterspørger relativt små eller usikre mængder
- Med slow-fashion konceptet tvinges kunden til at tænke langsigtet, og muligheden for at handle impulsivt elimineres.





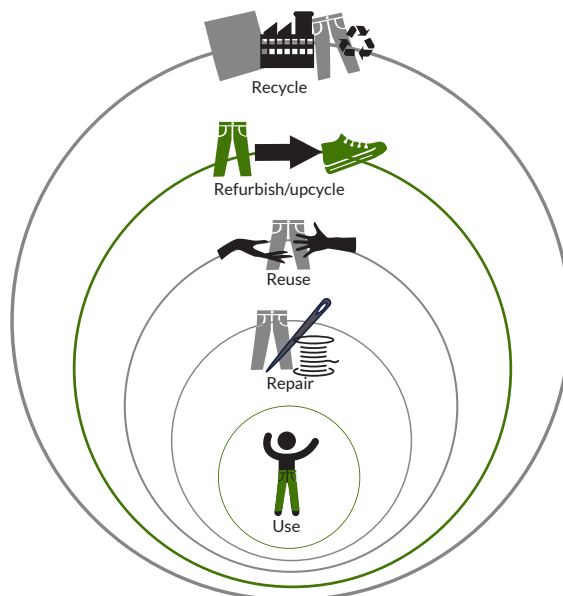
SANDERMANN

Siden Stine Sandermann blev uddannet i bæredygtigt tekstildesign i London, har hun arbejdet med lokale affaldsmaterialer og zero waste principper under sit eget brand "Sandermann". Hvor andre ser affald, ser Stine Sandermann en ressource.

Stine Sandermann anvender lokale restmaterialer til design af ny beklædning. Grundstenene til forretningsmodellen blev lagt, da hun erfarede, at langt størstedelen af den danske fåreuld bliver betragtet som et spildprodukt og derfor bliver sendt til forbrænding. Danske fåreavlere holder primært får for at producere kød og mælk, for at lave naturpleje eller som ren hobby. I takt med, at Stine Sandermann undersøgte situationen nærmere, gik det op for hende, at stort set ingen udnytter ulden som ressource til eksempelvis garn og beklædning. "De danske får bliver klippet 1-2 gange om året og den uld, som avlerne klipper af dyrene, bliver bare brændt", fortæller Stine Sandermann og fortsætter: "Fåreavlerne ser ulden som et spildprodukt og ikke som den ressource, som uld jo er i mine øjne. Da jeg dykkede mere ned i det, gik det op for mig, at det samme er tilfældet i bl.a. Sverige, UK og på Færøerne. Det er helt tosset, at vi henter uld på den anden side af kloden, når vi kan hente det lige uden for døren". Stine Sandermann besluttede sig derfor for at lancere sin egen tøjkollektion, der i første omgang var produceret udelukkende med uld fra danske får og primært med uld, som ellers skulle have været brændt.

Uldprodukter kan holde livet ud

Det er dog en omstændelig og tidskrævende proces at arbejde med den danske uld. For at sikre, at hun kan stå inde for hele produktionsleddet, tager Stine Sandermann jævnligt ud til gårdene for at være med under fåreklipningen. På den måde kan hun med egne øjne se, at dyrene bliver behandlet godt i processen – og det gør de: "Mange af de danske avlere har



et meget personligt forhold til deres dyr. De nusser om dem, og nogle giver dem navne. Det er meget langt fra den yderst industrialiserede produktion, som man ser i andre dele af verden" fortæller Stine Sandermann. Når ulden er blevet hentet hos avleren, skal den herefter håndsorteres, så de værste urenheder er frasorteret. Dernæst sender hun det til lønspinding ved Hjelholt's Uldspinderi på Fyn, som er et af de sidste spindier i Danmark, der kan spinde mindre partier uld. Først når hun får garnerne retur fra spinderiet, kan hun gå i gang med at få strikket og vævet sine kollektioner. Ifølge designeren er det det hele værd.

Grunden til, at der ikke er andre, der har set potentialet i den danske uld, er formentlig, at den danske restuld er noget grovere end den uld, som man ellers anvender til beklædning. Stine Sandermann skal derfor også arbejde en del med garnet for, at det opnår en kvalitet, som man har lyst til at bære på kroppen. For at opnå et godt resultat blander hun bl.a. restulden op med andre typer uld som eksempelvis alpaca eller

Sandermann kort fortalt

I 2018 vandt Sandermann publikumsprisen ved Fashion Makes Sense Award i Holland. Fashion Makes Sense Award'en er skabt for at bakke op om unge designere, der arbejder med bæredygtigt design. Hun har tidligere fået et mindre legat fra Den Danske Eksportskole samt støtte fra Statens Kunstfond. Stine Sandermann sælger primært sine produkter over webshop og har kunder i hele verden.

”

Man skal betragte uldprodukter
som en investering. De kan jo i
princippet holde livet ud.

Stine Sandermann,
stifter af Sandermann



merino – og altid fra danske besætninger. Hun ser det også som en mission i sig selv at opdrage lidt på forbrugerne i forhold til, hvad de efterspørger, og hvordan de forbruger: *"Jeg oplever, at mange mennesker er blevet lidt uldforskrækkede og ikke ser værdien i materialet. Mange synes, at det er for dyrt og tænker måske også, at det ikke er rart at have på. Men jeg tror på, at vi er på vej mod en tid, hvor forbrugerne igen er klar til at investere i produkter af uld – for det er jo i høj grad sådan, at man skal betragte uldprodukter; som en investering. De kan jo i princippet holde livet ud. Det er lidt som før i tiden, hvor man var villig til at give relativt mange penge for en islandsk eller norsk sweater, som man så beholdt sæson efter sæson"*, fortæller Stine Sandermann.

Restuld ved man hvad er

Tidligere arbejdede Sandermann også med dead-stock materiale fra lokale tekstilproducenter, hvorfra hun producerede kjoler, toppe og bukser af det tekstil, som var tilovers efter andre tekstilproducenters produktioner. I sin nyeste kollektion er hun imidlertid vendt tilbage til kun at arbejde med ulden, idet der var flere udfordringer forbundet med arbejdet med dead-stock materialer. *"Tekstiler var svært af flere årsager. Først og fremmest er det rigtig svært at garantere for, hvad dead-stock tekstilerne indeholder. Jeg havde mine metervarer til laboratorieundersøgelser og tests på VIA University College, men selv med grundige undersøgelser er det svært helt at kunne garantere for produkterne"*, forklarer designeren og fortsætter: *"Og så fik jeg også en hel del tilbagemeldinger fra kunder, der var bekymrede for, om en produktion af dead-stock materialer indirekte kunne være med til at øge overproduktion hos andre producenter. Det var jo slet ikke hensigten med idéen, så nu har jeg altså besluttet udelukkende at holde mig til uld. Den er jeg nemlig 110% sikker på, hvad indeholder"*, fortæller designeren.

Den kommende kollektion vil til gengæld ikke kun bestå af beklædning, men et helt uld-univers, som også indeholder

accessories og tasker. På længere sigt overvejer designeren også at producere herretøj.

Stort uudnyttet potentiale

Stine Sandermanns vision er, at de danske uldressourcer i fremtiden udnyttes fuldt ud. Det kræver dels, at danske producenter og designere får øjnene op for, at den grove uld sagtens kan bruges, men også at der bliver bygget et logistisk system op omkring restulden. Stine Sandermann drømmer derfor om en slags uldcentral, hvorfra alle kan kapitalisere på den uudnyttede ressource. *"Avlerne er stadig relativt pessimistiske, da det er en omfattende proces, der skal til, førend ulden kan udnyttes. Men jeg tror på, at tiden er inde"*, påpeger designeren og fortsætter: *"I Sverige har svenske Filippa K også fået øjnene op for den lokale ressource, og jeg har set, at de har produceret en trøje af lokal svensk uld. Og så ved jeg, at et andet svensk brand er i gang, men de bruger stadig kun ulden til vattering og indlægsplader, idet de mener, at ulden er for grov til at bruge til beklædning. Men jeg synes, at jeg nu har et proof of concept, så jeg håber virkelig, at det kan blive mere gængs at anvende"*, afslutter Stine Sandermann.

Lessons learnt

- Det kan være udfordrende at arbejde med dead-stock materiale, hvis man ikke kan indhente oplysninger om materialerne.
- Det betaler sig at holde fast i sine gode ideer, også selvom ikke alle ser potentialerne
- Selvom noget betragtes som et spildprodukt, kan det være muligt at genanvende det som en værdifuld ressource.





TOIL 'N' MOIL

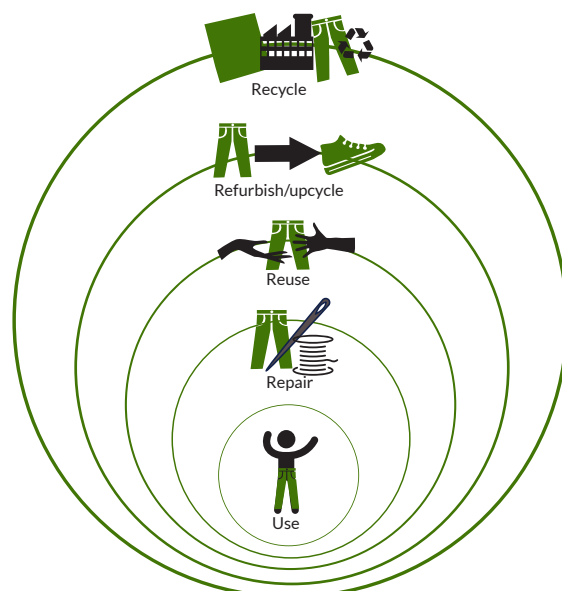
Den nordjyske virksomhed TOIL'N'MOIL tilbyder en cirkulær forretningsmodel for arbejdstøj. Færre produkter, høj kvalitet samt indsamling efter endt brug er vigtige mantraer for virksomheden.

Med en ambition om at bidrage til overgangen til den cirkulære økonomi har TOIL'N'MOIL siden 2019 produceret, distribueret og tilbagetaget arbejdstøj. Virksomheden blev etableret af folkene bag den danske virksomhed Skagensmaleren, der er en produktionsvirksomhed, som er specialiseret i maling og overfladebehandling, men som også anvender store mængder arbejdstøj til deres medarbejdere. Da Skagensmaleren havde svært ved at finde et bæredygtigt alternativ til deres arbejdstøj, etablerede de i samarbejde med en lokal designer og producent af tekstilprodukter brandet TOIL'N'MOIL. TOIL'N'MOIL producerer nu arbejdstøj til Skagensmalerens knap 250 produktionsmedarbejdere, og producerer, leverer og tilbagetager desuden arbejdstøj til både danske og udenlandske virksomheder.

Gennemtænkte materialer af høj kvalitet

TOIL'N'MOILs forretningsmodel bygger på den cirkulære tankegang. For at kunne designe produkter til lang levetid har TOIL'N'MOIL lanceret en produktlinje, der tager udgangspunkt i konkrete ønsker og behov fra de produktionsmedarbejdere, der skal bruge produkterne. *"For at sikre et godt og anvendeligt produkt spurgte vi produktionsmedarbejderne om, hvilke krav de stiller til deres arbejdstøj i forhold til både funktion, komfort og levetid"*, fortæller Rikke Bergman Johansen, der er produktchef for TOIL'N'MOIL. En del af konceptet har været at producere en kollektion med et mindre antal produkter, som kan nedbringe mængderne af blandet tekstil, men som samtidigt lever op til alle de krav og behov, som man kan forestille sig i forhold til både funktionalitet og miljø. *"Vi arbejder bevidst med få, men gennemtænkte produkter, idet vi mener, at der i bund og grund ikke er brug for den store variation, som vi i dag ser inden for arbejdstøj. Med denne designstrategi mener vi, at vi kan opfylde langt de flestes behov for komfortabelt og langtidsholdbart arbejdstøj. Men skulle der komme en stor kunde med nogle meget specifikke ønsker, kan vi selvfølgelig også honorere dét"*, understreger Rikke Bergman Johansen.

Arbejdstøjet bliver produceret med udgangspunkt i en fabrik



i Tyrkiet, hvor hele processen fra bomuldsdyrkning til syning gennemføres. Alle produkter fra TOIL'N'MOIL er GOTS-certificerede (se boks), og målet er at producere arbejdstøj i langtidsholdbare materialer af en god kvalitet. *"Vi forsøger hele tiden at sikre, at alle de materialer, som vi anvender, er gennemtænkte i forhold til at kunne leve op til vores tårnhøje krav til holdbarhed, funktionalitet og komfort, samtidig med, at det også skal være egnet til den cirkulære økonomi"*, fortæller Rikke Bergman Johansen, *"men vi er stadig udfordrede i forhold til eksempelvis lynlåse og knapper, idet man endnu ikke kan rekvirere dem i genanvendte materialer, der samtidig lever*

Global Organic Textile Standard (GOTS)

Global Organic Textile Standard (GOTS) er internationalt anerkendt som den ledende certificeringsstandard for økologiske tekstilfibre og definerer et sæt kriterier for økologisk og socialt ansvarlig tekstilproduktion gennem hele produktionsprocessen.

Læs mere på www.global-standard.org

A photograph showing three women in a field, bent over and harvesting cotton. They are wearing headscarves and patterned clothing. In the background, two large white wind turbines stand against a clear blue sky. The field is filled with green cotton plants and white cotton bolls.

”

Vi arbejder bevidst med få,
men gennemtænkte produkter,
idet vi mener, at der i bund
og grund ikke er brug for den
store variation, som vi i dag ser
inden for arbejdstøj

Rikke Bergman Johansen,
produktchef for TOIL’N’MOIL

op til de kvalitetsstandarder, som vi sætter. I den slags tilfælde vægter vi holdbarhed højest. Men vi holder hele tiden øje med, hvad der rører sig på markedet og forsøger at presse på, hvor vi kan i forhold til at skabe et marked for nogle endnu bedre og mere bæredygtige løsninger”.

Cirkulær forretningsmodel under opbygning

TOIL’N’MOIL har fra start bygget deres forretning op omkring en model, hvor de vil tage deres eget, men også andre virksomheders, brugte arbejdstøj tilbage. Modellen indbefatter et pointsystem, hvor man, når man afleverer det brugte arbejdstøj, kan optjene point til at købe nyt for. Målet er dels at gensælge de mængder der, efter eventuelle reparationer, er egnede til direkte gensalg og dels at finde en løsning, der kan genanvende de brugte tekstiler, når de ikke længere er egnede til genbrug. I forhold til sidstnævnte er virksomheden, ligesom mange andre, stadig udfordret i forhold til at finde de rette samarbejdspartnere. *”Som udgangspunkt producerer vi alle vores produkter i rene og ensartede materialer, så de er velegnede til de genanvendelsesteknologier, som vi ser i dag. Så vidt det er muligt, anvender vi dermed kun ét materiale i hvert enkelt stykke tøj, men nogle gange er vi også nødt til at tilføje lidt elastan for at opnå de rette egenskaber. Vi prøver dog at holde det på et minimum”,* påpeger Rikke Bergman Johansen og fortsætter: *”Næste led i at tage ansvar for produkterne efter deres første levetid er at indsamle nogle store ensartede mængder, som vi kan begynde at arbejde med. I de brancher, hvor Skagensmalerens medarbejdere arbejder, kalkulerer man med tre par bukser om året, så dér går det relativt stærkt med at få mængderne ind”.* Virksomheden er således begyndt at få de første sendinger brugt arbejdstøj hjem fra deres egne medarbejdere, men de afventer stadig nogle større mængder, før de kan sætte egentlige forsøg med genanvendelse i gang. TOIL’N’MOIL har endnu ikke etableret et officielt samarbejde med genanvendere, men kigger bl.a. til Sverige for at finde nogle partnere.

”Mens vi venter, er vi begyndt at få nogle erfaringer med det materiale, som vi har fået tilbage. Vi vil jo gerne gensælge det brugte tøj, men må bare konstatere, at det simpelthen er for slidt. Så selvom det sætter en kæp i hjulet for gensalg af brugt arbejdstøj, er det i vores øjne en succes, da vores øverste mål jo er, at tekstilerne bliver brugt, indtil de ikke kan mere”, konstaterer Rikke Bergman Johansen. I stedet har virksomheden fået syet

indsamlingsposer af det brugte arbejdstøj, som skal følge med den første sending ud til kunderne og herefter anvendes til at indsamle og returnere de brugte tekstiler i. Poserne er blevet syet i Danmark, og TOIL’N’MOIL påtænker at etablere en permanent systue, som kan stå for reparationer og upcycling af de produkter, som de tager tilbage. *”Vi kunne rigtig godt tænke os et samarbejde med kommunen, så vi kan etablere nogle arbejdspladser for mennesker, der befinder sig på kanten af arbejdsmarkedet”,* fortæller produktchefen.

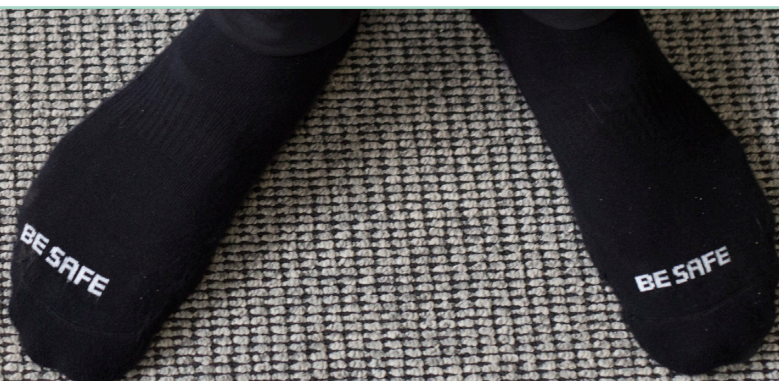
Logoer må ikke være en show-stopper

Det har længe været kendt, at én af de største showstopperer for både genbrug og genanvendelse af brugt arbejdstøj er logoer. Særligt trykte logoer kan være en udfordring, da de ikke kan fjernes, men også broderede logoer kan være svære at fjerne. Derfor kommunikerer TOIL’N’MOIL aktivt til deres kunder, hvor de bl.a. forsøger at inspirere dem til at gentænke deres brug af logoer. Det er bl.a. ved at opfordre virksomhederne til at påsætte logoet i bunden af buksebenet, så de senere kan klippes af og anvendes som shorts eller alternativt på en lomme, så den let kan fjernes. I tillæg er deres retursystem bundet op på brugen af logoer, så tøj uden logo frigiver flere point end tøj med logo. Og hvis tøjet bærer logo, giver det flere point at aflevere tøj med logo, der kan fjernes end med eksempelvis påtrykte logoer.

Målet for den nordjyske virksomhed er nu at få distribueret deres produkter ud over de danske grænser, hvor det i første omgang er nærmærkedet som Skandinavien og Tyskland, der er i fokus.

Lessons learnt

- For at kunne designe produkter til lang levetid kan man med fordel inddrage slutbrugerne omkring ønsker til funktion, komfort og levetid
- Holdbarhed er et fornuftigt bæredygtighedsparameter i de tilfælde, hvor man ikke kan rekvirere genbrugte eller genanvendte materialer med de rette kvaliteter og egenskaber
- Logoer på arbejdstøj behøver ikke være en show-stopper i forhold til genbrug, da disse kan påføres på en smart måde, så de let kan fjernes efterfølgende.





VERAS

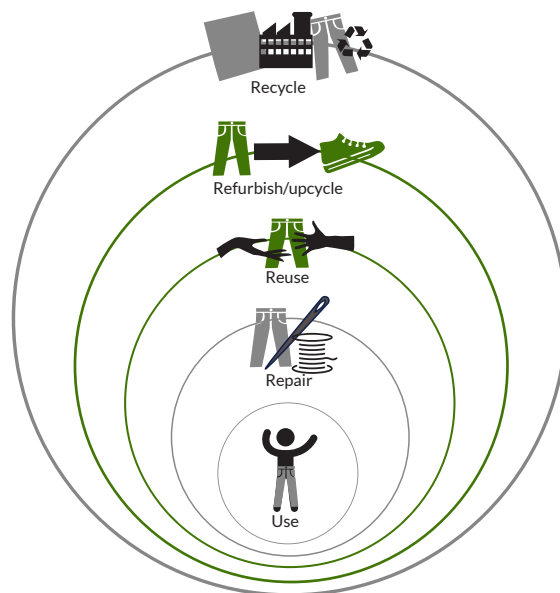
Veras er et genbrugsunivers, der bygger på en cirkulær forretningsmodel og revolutionerer danskernes forbrugsmønstre igennem et deleøkonomisk koncept. Visionen er at være i top tre blandt danskernes fortrukne bæredygtige tøjbrands og at være det primære sted for bytte, salg, køb og upcycling af genbrugstøj.

Veras genbrugsunivers bygger på en cirkulær forretningsmodel, som blev startet af iværksætteren Rebecca Vera Stahnke. Idéen udsprang af et behov for at komme af med sit brugte tøj på en let og tidsbesparende måde, men samtidig med en garanti for, at tøjet kunne udløse en værdi med det samme – uanset stil, stand og mærke.

Veras konceptet

Veras forretningsmodel er bygget op omkring fire services, som kunderne kan bruge enkeltvis eller i kombination:

1. Veras Market er et koncept, hvor Veras faciliterer fysiske markedspladser i København og Odense – og fra 2020 også i Århus. Det tøj, som ikke bliver solgt på markedet, bliver taget videre ind i Veras butikker og webshop, hvor det kan få et nyt liv.
2. Veras tøjbytte er en mulighed for at veksle egne brugte varer til point, som man herefter kan købe "nyt" genbrugstøj for i butikken, på markedet eller i webshopp. Pointsystemet er baseret på en standardiseret og samlet vurdering af hhv. kategori, stand og kvalitet.
3. Veras genbrugsshop er et alternativ til tøjbyttekonceptet, hvor man med "almindelig" valuta kan købe genbrugs- og vintagetøj i butikken eller over webshopp.
4. Veras workshop er et nyt koncept, hvor Veras forsøger at tage hånd om det tøj, der er for slidt til at bytte/sælge. Konceptet rummer en reparationservice med repair-stationer på udvalgte markeder, en upcycling service hvor Veras laver kasserede tekstiler om til nye varer og en online forbruger service med guides og tips til at pleje og passe tøj.



Veras er bygget op om fire forskellige services, som kunderne kan benytte sig af; enten enkeltvis eller i kombination. I både København og Odense afholder Veras fysiske markeder for køb og salg af genbrugstøj, mens de i de samme byer også driver de to genbrugs- og tøjbyttebutikker. Disse er suppleret med en webshop, hvorfra brugere i resten af landet kan tilgå konceptet.

Vil skubbe til forbrugeren

Fælles for de fire services er, at de tilsammen skal være med til at ændre den måde, som kvinder forbruger og genbruger tøj på – både ved at minimere overforbrug og ved at mindske spild. *"Heldigvis har vi gennem de senere år oplevet en øget interesse og bevidsthed hos kunderne, men også dem, der er blevet glade for at købe genbrug, kan stadig finde på at købe en quick-fix kjole i dårlig kvalitet og til en billig pris, som aldrig vil kunne genbruges"* siger Rebecca Vera Stahnke, *"Selv visse genbrugsshoppere har et overforbrug af tøj! Jeg håber, at vi en dag kan nå til et sted, hvor kvinder kun køber tøj, som de bliver virkelig glade for, og som de har lyst til at beholde længe. Og*

”

Selv visse genbrugsshoppere har et overforbrug af tøj! Jeg håber, at vi en dag kan nå til et sted, hvor kvinder kun køber tøj, som de bliver virkelig glade for, og som de har lyst til at beholde længe.

Rebecca Vera Stahnke, Stifter af Veras



Veras i tal

- Siden opstarten har Veras hjulpet over 50.000 danskere med at forny deres garderobe bæredygtigt ved at bytte, sælge eller shoppe nyt, brugt.
- Igennem Veras tøjbytte og på Veras Market har Veras reddet over 500.000 stykker tøj og givet det nyt liv.
- Veras har fået støtte fra EU's Regionalfondsmidler gennem CØ for SMV-puljen til at optimere processer, ressourcer og forretningsgange.

det skal naturligvis helst være et genbrugskøb,” pointerer hun. I tillæg til de fire services udgiver Veras derfor bl.a. også et webmagasin, som bringer artikler om aktuelle emner inden for bl.a. bæredygtighed, genbrug, mode og livsstil ligesom de også er yderst aktive på sociale medier, hvor de bl.a. med hashtagget #veravolution ønsker at inspirere og motivere frem for at belære.

Et nyt dansk modebrand anno 2020

Iværksætteren, der har en fortid fra modebranchen, har ikke blot startet et koncept for brugt tøj, men også et nyt brand, nemlig Veras. *”Man kan egentlig bare se det som en alternativ måde at source tøj på: i stedet for at få produceret nyt, så indsamler vi det, der allerede eksisterer, så det kan få et nyt liv. Når det har været gennem vores kvalitets- og style-tjek, er det tanken, at det ikke længere er ’en brugt brand A- kjole’ men i stedet ’en ny Veras-kjole’”,* forklarer Rebecca Vera Stahnke. På den måde skal Veras også gerne gøre op med idéen om, at man hele tiden skal købe nyt: *”Følelsen af at ikklæde sig et nyt stykke tøj handler ikke nødvendigvis om, at det er ny-produceret, men mere om, at det er nyt for én selv.”*

I det hele taget handler en stor del af arbejdet bag Veras om at vise kunderne nye muligheder, men med metoder, som man kender fra modeverdenen. Veras lancerer eksempelvis fire årlige kollektioner med genbrugstøj, der er sat sammen og præsenteret på en måde, som man ser det fra det øvrige modebillede. Og på hjemmesiden er der masser af guides til, hvordan man kan style vintage- og genbrugstøj på en ny måde, som passer ind i nutidens trends.

Det værdiløse tekstil er stadig en udfordring

Veras er baseret på et grundlæggende ønske om, at alt tøj har en værdi, og forretningen tager derfor imod alt tøj uanset kvalitet og stand. Der er imidlertid stadig store mængder, som Veras på nuværende tidspunkt ikke kan skabe værdi ud af. Veras har i øjeblikket et samarbejde med en tekstilindsamler, som eksporterer de brugte tekstiler, der ikke kan finde værdi herhjemme, til sortering i udlandet. Men ifølge Rebecca Vera er det ikke godt nok: *”Visionen har hele tiden været, at der skal være en værdi i alle tekstiler. Men det er desværre bare ikke tilfældet. Vi modtager rigtig mange varer fra store high-street brands, der hverken er egnede til genbrug eller genanvendelse. Mange af de varer, vi får ind, er skabt til kun at skulle leve under en ganske kort mode-trend. Kvaliteten er dårlig, og kunderne er allerede i gang med at jage den næste trend, så vi kan ikke få det solgt”.*

Veras arbejder derfor på at motivere til ”bedre” forbrug, men i mellemtiden også på at finde alternative løsninger for det brugte tekstil, som de ikke kan sælge. Gennem forskellige partnerskaber og samarbejdsaftaler kigger de derfor bl.a. ind i mulighederne for upcycling-løsninger. I januar 2020 lancerede Veras sin første upcycling-kollektion af jakker under navnet The V-cycle Collection. Kollektionen er udelukkende produceret af kasserede dyner fra De Forenede Dampvaskerier, der sys på bestilling her i Danmark. Kollektionen består i tillæg af en mulepose, der er syet af vaskeriets kasserede vaskeposer.

Lessons learnt

- Til trods for, at ønsket hele tiden har været at give alle tekstiler en værdi, er der stadig store mængder, som reelt er værdiløse pga. af slid
- En forretningsmodel for brugt tøj, der benytter sig af de etablerede modevirksomheders greb og metoder, kan være en ny vej ind i genbrugsmarkedet
- Det er en vanskelig opgave at skubbe til forbrugerne, da selv de bedste genbrugshoppere kan have et overforbrug af tøj eller finde på at købe en kjole af dårlig kvalitet.





”

Følelsen af at iklæde sig et nyt stykke tøj handler ikke nødvendigvis om, at det er ny-produceret, men mere om, at det er nyt for én selv.

Rebecca Vera Stahnke, Stifter af Veras

WAIR

WAIR er navnet bag en ny startupvirksomhed, der producerer sko af brugte tekstiler. For at få enderne til at mødes, arbejder virksomheden både med brugerdrevet unika-fremstilling og storskalaproduktion i udlandet.

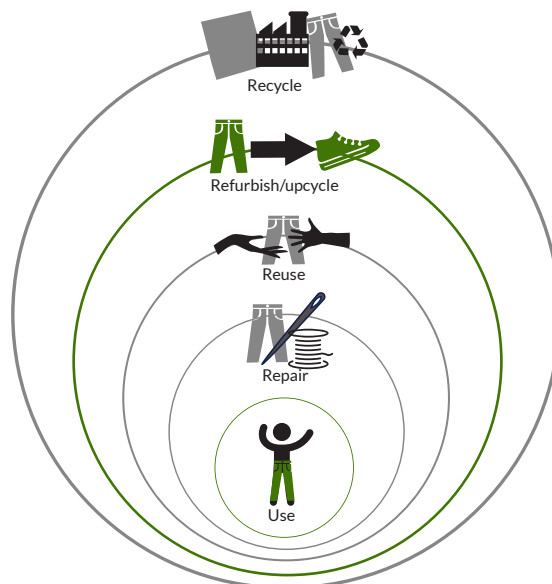
WAIR blev sat i verden med en drøm om at producere sko af brugte tekstiler. Virksomhedens forretningsmodel er bygget op omkring to forskellige spor, hvor en del af skoene skal produceres i stor skala ved en producent i Portugal, mens en væsentligt mindre del af produktionen skal gennemføres i Danmark med udgangspunkt i et såkaldt social manufacturing koncept.

Glæden ved at skabe noget fra bunden

Social manufacturing er en ny forretningsmodel, hvor producenten involverer forbrugeren i både design- og produktionsprocessen. Modellen, der udspringer af en generel tendens til øget personalisering og socialisering i andre dele af samfundet, giver mulighed for at tilbyde kunderne mere individuelt tilpassede produkter, men også en konkret oplevelse i forbindelse med selve produktionen. WAIR tilgår konceptet ved at arrangere workshops i det lokale kulturhus Kvarterhuset, hvor kunderne inviteres helt ind i værkstedet for at producere deres egne sko af brugte tekstiler.

Iværksættervejen

Vejen fra idé til virkelighed gik bl.a. gennem et start-up program hos A-Kassen, der hjalp WAIR med at sætte handling bag ordene: "Når man som jeg gennem flere år havde arbejdet med at dykke ned i emnet fra en akademisk vinkel, var det lidt svært at komme videre fra livet bag skærmen. Men gennem start-up programmet blev jeg tvunget til at komme op af stolen og ud for at møde den virkelige verden", fortæller Lili Dreyer. Derudover har hun udnyttet en række kommunale og private tilbud samt konkurrencer for iværksættere. Senest vandt WAIR 25.000 kr. i forbindelse med "Den Cirkulære Tekstil Challenge" lanceret af Københavns Kommune og Region Hovedstaden. Virksomhedens næste skridt er at igangsætte en crowd-fundingkampagne, der skal blive startskuddet på lanceringen af den professionelt producerede sko.



På disse workshops får kunderne ikke bare et personligt produkt med hjem, men får også muligheden for at få et indblik i de udfordringer, man står overfor i forhold til både tekstilproduktion og kasserede tekstiler: "Mange bruger vores workshops som en mulighed for at have en hyggelig aften med veninderne, men vi hører ofte, at deltagerne går hjem med meget mere end bare en god oplevelse. Mange får eksempelvis en helt ny bevidsthed omkring, hvor mange steps der er i forbindelse med at lave et par sko og samtidig også et indblik i omfanget af, hvor meget kasserede tekstiler der er derude. Mange bliver også overraskede over, hvor stor en glæde der er forbundet med selv at være med til at skabe noget fra bunden – nogle oplever det næsten som en meditativ oplevelse, hvilket er en sideeffekt, som vi ikke havde forudset", fortæller Lili Dreyer, der er co-founder af virksomheden. Det er ønsket, at kunden skal få en tæt tilknytning til produktet, og derigennem sikre en længere levetid end hvad der ellers ofte er tilfældet.

Lili Dreyer arbejder nu med sine medstiftere Amrei Perez og Felicia Kristiansen på at forfine konceptet, så det kan opskaleres:

”

Mange bruger vores workshops som en mulighed for at have en hyggelig aften med veninderne, men vi hører ofte, at deltagerne går hjem med meget mere end bare en god oplevelse. Mange får eksempelvis en helt ny bevidsthed omkring [...] kasserede tekstiler.

Lili Dreyer, co-founder af WAIR



"Vi kunne rigtig godt tænke os at lave mange flere workshops og også meget gerne flere steder i landet", fortæller hun.

Velvillighed og dialog er nøgleord, når cirkulær økonomi skal opskaleres

Hvis forretningen skal være økonomisk bæredygtig, er det imidlertid også blevet tydeligt for de to iværksættere, at de sideløbende med deres workshops er nødt til at bringe en større skala ind i produktionen. WAIR har derfor været vidt omkring for at finde den helt rette samarbejdspartner til at etablere en egentlig produktion af sko. De er lige nu i dialog med to forskellige producenter i Portugal, der skal levere den første prototype samt specifikationerne på, hvad der skal til for, at en stor-skala produktion kan blive en realitet. I det indledende prototypearbejde har WAIR testet brugte tekstiler fra både husholdninger og erhverv. I den forbindelse viste brugt arbejdstøj sig at være et godt materiale til sneakersproduktionen. For at spare på transporten har WAIR nu indgået en aftale med Berendsen Textil Service A/S' portugisiske kollegaer i Elis-koncernen om, at de skal levere inputtet til producenten i Porto.

WAIR har erfaret, at storskalaproduktion med restmaterialer er en udfordring. Det kræver masser af velvillighed fra begge parter side samt en god og løbende dialog med producenten, hvis man skal komme i mål med idéen: *"Fordi vi leverer rest-materialer som input til produktionen, er vores producent nødt til at etablere en forproces til deres egentlige produktion, hvor de kan sortere, samle og klargøre rest-tekstilerne til en slags metervare, som de kan anvende i deres produktionsudstyr. Og selv når det er gjort, skal de stadig tilpasse produktionen til de dimensioner, som rest-tekstilerne ender med at kunne leveres i. Der er altså en hel del forandringer i forhold til både*

personale og arbejdsrutiner, der skal indtænkes. Det er derfor helt afgørende, at producenten er villig til at lægge ekstra tid og energi, som der skal til, for at det kan lykkes", fortæller Lili.

Fremtiden

WAIR er bygget op omkring de to parallelle produktionsspor, men på sigt drømmer iværksætteren også om, at de to kan smelte mere sammen: *"Jeg har et hav af idéer til, hvordan man kan tilbyde et delvist unikt produkt, som kunden selv er med til at designe, men som så udfærdiges hos producenten i Portugal", fortæller hun, "Der er så mange muligheder, når der er tale om rest-tekstiler, og vi håber at kunne vise brugerne, hvor spændende de kan være".* Samtidig er hun meget bevidst om perspektiverne for virksomheden: *"Jeg ved godt, at vi aldrig kommer til at kunne aftage mængder i den størrelsesorden, som der er brug for, for at komme tekstilproblemet til livs. Til gengæld håber vi, at vores forretningsmodel kan være med til at gøre den enkelte bruger mere bevidst om de problemer, som vi står over for. Derigennem kan vi være med til at skubbe til forbrugernes adfærd i forhold til deres eget forbrug af tekstiler".*

Lessons learnt

- Involvering af forbrugeren i både design- og produktionsfasen kan skabe en bedre forståelse for udfordringerne ved tekstiler samt give forbrugeren et tættere forhold til produktet, så de passer bedre på det.
- Opskalering og samarbejde er nøgleord, hvis en god idé skal blive til et holdbart koncept.



”

Jeg har et hav af idéer til, hvordan man kan tilbyde et delvist unikt produkt, som kunden selv er med til at designe

Lili Dreyer, co-founder af WAIR



BIDRAGSYDERE

Interview og fotocredits

Alexander Stricker, Co-Founder
Nordic Tailors
www.nordictailors.com

Interview og fotocredits

Anna-Sofie Plougmand, Head of Marketing and Business Development
Berendsen
www.berendsen.dk

Interview og fotocredits

Dorthe Aaboe Kallestrup, CSR Manager
ege Group
www.egecarpets.dk

Interview og fotocredits

Ebru Topal Singh, Co-Founder
Nordic Tailors
www.nordictailors.com

Interview og fotocredits

Flemming Hynkemejer, CEO
Convert
www.convert.as

Interview og fotocredits

Lili Dreyer, Co-Founder
WAIR
www.sustainablewair.com

Interview og fotocredits

Liv Bejer Heckmann, Designer og projektleder
I Tråd Med Verden
www.itmv.dk

Interview og fotocredit

Lærke Nikolajsen, Co-Founder & Creative Director
Proem Parades
www.proem-parades.com

Interview og fotocredits

Martha Nina Ozmec, Daglig Leder
I Tråd Med Verden
www.itmv.dk

Interview

Morten Risom, Konsulent
Lendager TWC
www.lendager.com

Interview og fotocredits

Peter Svensson, Co-Founder
Continued
www.continued.fashion

Interview og fotocredits

Rebecca Vera Stahnke, CEO & Founder
Veras
www.verasvintage.dk

Interview og fotocredits

Reimer Ivang, CEO & Founder
Better World Fashion
www.betterworldfashion.dk

Interview og fotocredits

Rikke Bergmann Johansen, Produktdirektør
TOIL 'N' MOIL
www.toilnmoil.com

Interview og fotocredits

Stine Brynjolf Pedersen, Co-Founder & Creative Director
Proem Parades
www.proem-parades.com

Interview og fotocredits

Stine Sandermann, Founder
Sandermann
www.sandermann.net

Interview og fotocredits

Wickie Meier Engström, Director and Partner
Really
www.reallycph.dk

Foto credits

Gitte Post
Sandermann
www.sandermann.net

Fortocredits

Torben Andersson
Hjelholts Uldspinderi
www.hjelholt.dk

Forside- og bagsidefoto

af Priscilla du Preez fra Unsplash

Slutfoto side 51

af Rocknwool fra Unsplash



