

# GRAN LIVING: Emballage er mere end bare affald

**Virksomheden GRAN LIVING har med deltagelse i Region Midtjyllands projekt 'Rethink Business – Fokuseret Værdikædesamarbejde' taget et væsentligt skridt mod realisering af en grøn idé, som kan danne grundlag for en videre udvikling af miljøprofilen.**

Med deltagelsen i projektet har GRAN LIVING fået mulighed for at afprøve et ønske om at forbedre miljøprofilen for deres emballager.

Som virksomhed kan det være svært at komme fra idéen om mere bæredygtig emballage til at stille de rigtige og helt konkrete miljøspørgsmål. Desuden kan idéen være svær at omsætte i en travl hverdag, og hvor de rette kompetencer måske ikke er til stede.

- For os har det været en stor hjælp, at projektet har stillet miljørådgivning til rådighed, så vi har fået dialogen i gang med emballageleverandørerne om de specifikke miljøforhold for emballagerne, siger Stinna Kristensen, der er CSR-ansvarlig hos GRAN LIVING.

Det kræver en specialiseret viden på miljøområdet at få en kvalificeret dialog med leverandørerne. Stinna Kristensen fortæller, at der nemt kan opstå misforståelser, når man skal kommunikere på kanten af sine kompetencer.

- Det har været rigtig godt med specialistviden for fx at få afklaring på, om den farve som bruges til emballagen kan vaskes af, når den har udtjent sit formål som indpakning og skal sendes til genanvendelse.

## **Karton – uden andre materialer**

GRAN LIVING har et ønske om at gøre emballagerne mere miljøvenlige og særligt oplever de, at brugen af flamingo er generende. Det fylder, fnugger og klæber sig fast alle vegne. På varelageret ses bunker med det hvide skumplast og affaldsbeholderen bugner af det.

Som del af projektet har vi arbejdet med at folde idéen ud og se, hvad der skal til for at forbedre emballagernes miljøprofil ud fra en cirkulær tankegang, fortæller Stinna Kristensen.

Resultatet er, at GRAN LIVING nu er i dialog med forskellige leverandører om at gøre emballagen mere bæredygtig ved at bruge materialer fra en bæredygtig produktion, der ikke indeholder sundhedsskadelige stoffer, og hvor genanvendelsen er sikret i designet af emballagen fx ved ikke at blande plast og pap.

Ofte får pap smeltet eller limet et lag plastic på, så overfladen bliver blank med den konsekvens, at materialerne ikke kan skilles efterfølgende og dermed ikke kan genanvendes. Det er også vigtigt, at farven kan vaskes ud ved genanvendelse af kartonen, så det ikke bliver til sorte pletter i næste produktionsled. Hvis hele emballagen er lavet af samme materiale, så stiller det ikke så store krav til affaldssortering senere, og alene det er med til at skubbe på til en bedre genanvendelse.



### Hele cirklen skal tænkes igennem

Det cirkulære tager fat i både sociale og miljømæssige forhold i alle procestrin – lige fra valget af råvarer og de hjælpestoffer, der tilsættes i produktionen, og videre til selve produktionsprocessen. Herefter kigges på brugen af produkterne og endelig mulighederne for genbrug og genanvendelse efter endt brug. Desuden skal der også kigges på mulighederne for optimering af transporten mellem de forskellige led i kæden.

For at gøre det håndgribeligt, er det naturligvis nødvendigt at prioritere sine indsatser i et projektforsløb på mindre end et år.

GRAN LIVING har allerede en Code of Conduct, som stiller krav til miljømæssige og sociale forhold hos deres leverandører. Virksomheden har også stor erfaring med optimering af logistikken. Indsatsen i projektet har derfor været fokuseret på to elementer: oprindelsen af materialer og mulighed for genanvendelse. Der stilles krav om, at emballagen enten baseres på en FSC-certificeret produktion, som blandt andet stiller krav til bæredygtige produktionsformer eller er fremstillet af genanvendt materiale. Hermed sikres, at råvarerne er fremstillet med mindre miljøbelastning end ellers. For at sikre genanvendelsen stilles krav til lim og farve i produkterne, så de blandt andet er uden

tungmetaller og desuden egnet til genanvendelse.

### Balance mellem design og miljø

Projektet rulles i første omgang ud for GRAN LIVING's eget mærke AYTM, der lever af eksklusivt design. Derfor er emballagens evne til at signalere Derfor er emballagens evne til at signalere produkternes æstetiske kvaliteter afgørende, og det er baggrunden for valget af en sort karton med glat overflade.

- Første skridt i vores rejse er at få feedback fra leverandørerne. Når resultatet af vores arbejde så foreligger, ser vi frem til at kunne tilbyde vores kunder en forbedret miljøprofil på deres emballager," siger Stinna Kristensen, "Med afsæt i projektet har vi fået mulighed for at søsætte disse forbedringer. Derfor vil vi fortsat gøre brug af ekspertviden, indtil vi måske på et tidspunkt selv ansætter kompetencer på miljøområdet, siger Stinna Kristensen.

Foruden udvidet dialog med eksisterende leverandører har virksomheden via projektet fået kontakt til nye, mulige emballageleverandører – både via brancheorganisationen for emballage i Danmark og via det danske Handelskontor i Shanghai.

### Projektets metode passer ind

GRAN LIVING har oplevet, at tilgangen i projektet falder godt sammen med den måde, virksomheden normalt arbejder med produktudvikling. Dialog og sparring med potentielle leverandører er en væsentlig del af hverdagen, og miljøområdet er så bare et ekstra element.

- Vi har gode erfaringer med at sende følere ud for at se, hvad leverandørerne kommer tilbage med. Vi håber på samme måde, at et strategisk samarbejde med leverandører på miljøområdet kan være med til at udvikle miljømæssigt bedre

løsninger, siger Stinna Kristensen, og fortæller videre:

- Vores konsulent i projektet, Birgitte Ettrup fra Circle Development, har været god til at udvikle leverandørdialogen med aspekter af cirkulær økonomi. Det er også noget, vi kan bruge fremover, når dette projekt er afsluttet.

#### **Mere end at feje for egen dør**

Når man arbejder med cirkulær økonomi, vil væsentlige dele af miljøforbedringerne være indirekte – det vil sige, at en renere produktion og bedre genanvendelsesmuligheder i forbrugsleddet ikke direkte kan måles på virksomheden – fx gennem Klimakompasset, som opgør virksomhedens CO2-udledning på egen adresse.

- Vi er glade for at kunne gøre noget, der har virkning samlet set – og ikke kun hos os selv. For os giver det mening at stille nogle krav til vores leverandører, der både forbedrer miljøprofilen i produktionen og hos forbrugeren af produktet. Det er med til at understøtte vores brand, hvor det er centralt at vise ansvarlighed for vores fælles jord, fortæller Stinna Kristensen.

Den systematiske tilgang i projektet har dog også sat skub i andre ting. Introduktionen til at arbejde med Klimakompasset har motiveret på en ny måde til at hente besparelser på energiforbruget og blandt andet skubbet til den endelige beslutning om at købe grøn strøm.

- Vi har netop modtaget Klimabeviset, som vi er rigtig stolte af, slutter Stinna Kristensen smilende.



AYTM



|       |  |
|-------|--|
| Fakta | <b>VIRKSOMHEDSNAVN</b><br>GRAN LIVING  |
|       | <b>VIRKSOMHEDSKONSULENT</b><br>Birgitte Ettrup, Circle Development                       |
|       | <b>VIRKSOMHEDSREPRÆSENTANT INTERVIEWET</b><br>Stinna Kjærsgård Kristensen, CSR-ansvarlig |
|       | <b>PRIMÆRE PRODUKT</b><br>Design og import af boliginteriør                              |
|       | <b>ANTAL ANSATTE</b><br>24   |
|       | <b>OMSÆTNING</b><br>48 mio.  |
|       | <b>FOKUS OMRÅDE(R) IFT. PROJEKTET</b><br>Miljøprofil af emballager                       |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| Om projektet Rethink Business | <b>PROJEKT RETHINK BUSINESS – FOKUSERET VÆRDIKÆDESAMARBEJDE</b><br>Region Midtjyllands projekt, "Fokuseret Værdikædesamarbejde – design for optimal ressourceanvendelse", er et 3-årigt projekt begyndende med første forløb over cirka 12 måneder i 2016-2017.   |
|                               | Praktisk projektleder og operatør er Lifestyle & Design Cluster, <a href="http://www.ldcluster.com">www.ldcluster.com</a> . Projektet er finansieret af EU's Regionalfond samt Vækstforum i Region Midtjylland.   |
|                               | Projektet giver de deltagende virksomheder viden om Cirkulær Økonomi og nye samarbejdsmodeller via fokus på ressourceeffektivisering og på at øge den værdi, produkt eller serviceordning skaber. På denne baggrund udvikles løsninger med fokus på at forlænge produkters levetid, mindske skadelige miljøpåvirkninger, minimere affald og samarbejde på tværs af værdikæder samt jobskabelse. |
|                               | Hver virksomhed i projektet har fået hjælp til at udvikle en ny grøn forretningsmodel og optimere værdikæden.   |
|                               | Resultaterne opnås i samarbejde med partneren Væksthus Midtjylland samt eksterne eksperter og rådgivere.  |

DEN EUROPÆISKE UNION  
Den Europæiske Fond  
for Regionaludvikling



rethink  
business

VÆKSTHUS  
Midtjylland



Lifestyle & Design Cluster.

midt  
regionmidtjylland