



Foto: bruunsbazaar.dk

Bruuns Bazaar værner om den skandinaviske arv

Den danske modevirksomhed Bruuns Bazaar ønsker at levere mode på en måde, som sikrer, at virksomhedens behov ikke sker på bekostning af fremtidige generations muligheder for at få opfyldt deres behov. Det var en del af Bruuns Bazaars motivation for at deltage i CØ SMV-projektet hos Lifestyle & Design Cluster, og samtidig ønsker det kendte brand at leve op til den skandinaviske arv om at gøre tingene på en ordentlig måde, som blandt andet rummer en forpligtelse i forhold til bæredygtighed.

- Tidligere havde vi ikke en strategi eller arbejdede struktureret med den cirkulære tankegang og bæredygtighed, og derfor skulle vi have alle med – både medarbejdere og leverandører, fortæller Thomas Bæch, ejer og CEO hos Bruuns Bazaar.

Ved Bruuns Bazaars entré i projektet var der ingen plan for bæredygtighed under armen, men til gengæld var der en ambitiøs og klar mission om at gøre en forskel.

- For eksempel at 100 procent af vores metervarer skulle sources bæredygtigt inden for fem år, fortæller Thomas

CØ SMV

"Øget Vækst gennem Cirkulære Forretningsmodeller i SMV'er" (CØ SMV) er et treårigt projekt, som har til formål at give den deltagende virksomhed:

- Mulighed for at fremtidssikre virksomheden ved at udnytte energi og ressourcer mere effektivt og gøre dens produkt grønnere
- Indsigt i Cirkulær økonomi og det forretningsmæssige potentiale, der ligger i at udvikle virksomheden i retning af en cirkulær forretningsmodel
- En STRATEGI for en mere effektiv anvendelse af energi og ressourcer og en PLAN for udvikling af et cirkulært forretningsspor, udarbejdet af en fagkyndig konsulent og betalt af projektet
- Mulighed for tilskud til INVESTERINGER, som er nødvendige for at realisere et skifte til en cirkulær forretningsmodel i virksomheden

Projektet er finansieret af EU's Regionalfondsmidler og er en del af regeringens strategi for cirkulær økonomi (CØ) i Danmark og skal tilskynde virksomheder til at se på deres ressourceanvendelse og give dem indsigt i cirkulær tænkning og de forretningsmæssige potentialer, der ligger i CØ. Det er målet, at de deltagende virksomheder i samarbejde med en fag- og branchekyndig konsulent udarbejder en grøn forretningsmodel og en plan for, hvordan den skal realiseres.

Bæch, som siden skruede markant på ambitionsknappen.

- Efter en justering hedder ambitionen nu tre år, inden vi står med 100 procent bæredygtige metervarer hos Bruuns Bazaar.

Han betragter bæredygtighed som en naturlig del af virksomhedens DNA, og et øget fokus på bæredygtighed og cirkulære forretningsmodeller sker ikke på bekostning af den kvalitet samt det tidløse og smukke design, som kendetegner Bruuns Bazaars produkter.

- Det er vigtigt for os, at hele vores forretning og forretningsmodel er bæredygtig. Vi stræber efter en sund forretning, hvor vi stadig tjener penge, og så må vi i praksis enten finde bæredygtige metervarer, der lever op til vores kvalitetskrav, eller igangsætte en udvikling af bæredygtige metervarer, som opfylder vores behov, siger Thomas Bæch.

Virksomhedens største fokus er på metervarerne, fordi det er der, Bruuns Bazaar har mulighed for at sætte det største aftryk, og dermed gøre en reel forskel.

- For os er bæredygtighed også kvalitet. Vores styles skal kunne bruges i mange år, hvad angår såvel kvalitet som design. Derfor var det naturligt for os at tænke bæredygtighed ind i mange flere parametre, og det betragter vi som en ekstra værdi for virksomheden, forklarer Thomas Bæch.

Lige fra begyndelsen af projektet har samtlige medarbejdere hos Bruuns Bazaar og i store dele af virksomhedens værdikæde brændt for sagen, og det betyder, at bæredygtighed og tanken om cirkulære forretningsmodeller er bredt forankret.

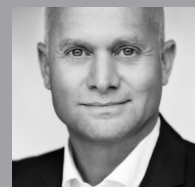
- Det overraskede os, hvor hurtigt vi kunne lave store ændringer, fordi vi var fast besluttede på at gøre det, og faktisk krævede det ikke så store ressourcer, som vi forventede på forhånd.



Foto: bruunsbazaar.dk

“

”Det har virket meget naturligt for os at gå ind i projektet, og det passede perfekt til ånden i vores virksomhed.”



Thomas Bæch, ejer og CEO hos Bruuns Bazaar

For Bruuns Bazaar er der ingen modsætninger imellem lækkert design og bæredygtige materialer, men der findes enkelte udfordringer hos leverandører.

- Alt, vi producerer selv, kan vi kontrollere, men vi mærker også, at der hos vores leverandører er en bevægelse i gang, hvor der kommer mere og mere fokus på bæredygtighed. Det gør det lettere for os at få metervarer i den kvalitet, vi ønsker, siger Thomas Bæch.

Et andet vigtigt fokuspunkt hos Bruuns Bazaar er og bliver fragt og emballage, hvor hele processen fra fabrik til butik løbende tjekkes, og en klar hensigt er at blive mere bæredygtig og spare ressourcer.

- Det gælder for eksempel ved at se på forbedrede muligheder i forhold til pakning af containere, så de rummer større volumener pr. gang, siger Thomas Bæch, som har en klar opfordring til andre:

- Kom i gang. Bevægelsen med bæredygtighed og cirkulær tankegang er allerede godt i gang, og enten går man ind i det, eller også mister man på lang sigt sin berettigelse som modebrand, mener Thomas Bæch, som står i spidsen for en virksomhed, som indledte i det små med bæredygtighed, men langsomt og med mere viden udviklede projektet til et endnu mere ambitiøst niveau.

Der er mange måder at begynde den bæredygtige rejse på – hvilket Bruuns Bazaar blandt andet er et godt eksempel på.

