



Virksomhedens navn, branche og antal ansatte	Bruuns Bazaar, modebranchen, 10-20 ansatte
Motivation for deltagelse i CØ SMV	<p>Vi vil som virksomhed gerne levere mode på en måde, hvor vi sikrer, at opfyldelsen af vores behov ikke sker på bekostning af fremtidige generationers mulighed for at få opfyldt deres behov.</p> <p>Som dansk modevirksomhed mener vi også, at vi har en skandinavisk arv om at gøre tingene på en ordentlig måde, som forpligter os til at have styr på bæredygtigheden.</p>
Hovedresultater af ressourceanalyse	<p>Modebranchen er en af de mest forurenende brancher i verden. Bruuns Bazaar har ikke tidligere haft en strategi eller arbejdet struktureret med den cirkulære tankegang og bæredygtighed, og derfor har vi skullet have alle med ombord, inkl. leverandører og medarbejdere.</p>
Hovedpunkter i jeres plan for udvikling af en cirkulær forretningsmodel / et cirkulært forretningsspor	<p>Da vi startede projektet op i januar, gik vi fra ikke at have en plan for bæredygtighed i virksomheden til at have en mission om, at 100 % af alle vores metervarer skal sources bæredygtigt inden for 5 år. Nu har vi justeret planen, så det hedder, at 100 % skal være bæredygtigt inden for 3 år.</p> <p>Det er vigtigt for os, at hele vores forretning og forretningsmodel er bæredygtig. Derfor skal vi have en sund forretning, hvor vi stadig tjener penge. I realiteten betyder det, at vores styles stadig skal have samme lækre kvalitet og design, som er vores kendetegn, og i praksis må vi enten finde bæredygtige metervarer, der lever op til vores kvalitetskrav, eller igangsætte en udvikling af bæredygtige metervarer, der opfylder vores behov.</p> <p>Vores hovedfokus er på metervarerne, fordi det er der, hvor vi kan sætte det suverænt største aftryk og gøre en reel forskel. For os er kvalitet også lig med bæredygtighed, og vores styles skal kunne bruges i mange år, både i forhold til kvalitet og design. Det var derfor en naturlig udvikling for brandet at tænke bæredygtighed ind i mange flere parametre. Det er en ekstra værdi, vi tilføjer Bruuns Bazaar.</p> <p>Det har overrasket os, hvor hurtigt vi har kunnet lave store ændringer, fordi vi var fast besluttet på at gøre det, og det har ikke krævet så store ressourcer, som vi forventede.</p> <p>Vi har alle fra starten brændt for sagen og sørget for at få alle med, både medarbejdere og leverandører, og vi har et tæt samarbejde med vores key accounts, så vi får det forankret hele vejen rundt.</p>



<p>Jeres vigtigste næste step</p>	<p>Vores mål er at være 100 % bæredygtige indenfor 3 år. Vi startede med en målsætning, der hed 5 år, men det går så godt, at vi har justeret den.</p> <p>Vores tiltag i forhold til bæredygtighed må ikke ske på bekostning af vores brand-DNA, kvaliteten af vores design eller prisen. Vi vil stadig have en sund forretning med samme brand-identitet, og vi ser ikke nogen modsætning imellem lækkert design og bæredygtige materialer.</p> <p>Alt, hvad vi selv producerer fra bunden, kan vi kontrollere, men der er udfordringer hos nogle leverandører. Vi mærker dog også, at der er en bevægelse i gang, hvor der kommer mere og mere fokus på bæredygtighed, hvilket gør det lettere for os at få metervarer i den kvalitet, vi ønsker.</p> <p>Et andet fokuspunkt for os er og bliver fragt og emballage. Vi kigger hele processen fra fabrik til butik igennem og ser, hvor og hvordan vi kan blive mere bæredygtige og spare ressourcer inden for dette område.</p> <p>Vi arbejder mod en reduktion af brug af emballage, blandt andet ved at se på forbrug af pap og plastik til indpakning og forsendelse.</p> <p>Derudover arbejder vi hen mod en reduktion af fragtvolumener. Det kan eksempelvis indebære bedre pakning af containere, så de kan fragte større volumener.</p>
<p>Det vigtigste budskab</p>	<p>Jeg er blevet overrasket over, hvor meget vi kan gøre, og hvor let det har været at gøre noget. Det har været en naturlig selvfølge for os, og noget der har passet perfekt til ånden i vores virksomhed.</p> <p>Derfor har det været en let proces og ikke, som man kunne frygte, noget som hurtigt gik i sig selv igen. Man kan mærke, at det ligger naturligt til vores brand og medarbejderne at arbejde seriøst med området. Det giver værdi hele vejen rundt.</p> <p>Et godt råd til andre der overvejer at starte en proces mod CØ: Kom i gang! Det er en bevægelse, der er gået i gang, og enten går man ombord i det her, eller også mister man sin berettigelse som modebrand.</p>