

## Data og teknologi er et værktøj som kan hjælpe kunden til et ansvarligt forbrug

Mandag, 16. december 2019 - 09:45 - af Heidi Svane og Nathalie Mühlendorph

*Når en forbruger har handlet varen, er det et mysterium for mange brands hvad der så sker. Har kunden forstået virksomhedens budskaber? Køber kunden varen? Bruger kunden varen, bliver den smidt ud, bliver den gensolgt, holder den i mange år? I en tid hvor bæredygtighed, cirkulær økonomi og nu FN's 17 verdensmål er fremherskende, dominerende og på alles læber, ville det være interessant for virksomheden at få en mere bæredygtig indsigt, så de bedre kan hjælpe kunden til at købe rigtigt i første omgang. Det kan teknologien hjælpe din virksomhed med! Blockchain Business er et projekt, som skal hjælpe små og mellemstore virksomheder med at se muligheder i ny teknologi og understøtte ibrugtagningen af det.*

Alle verdens lande har med de 17 verdensmål, besluttet sig for at arbejde mod en bæredygtig fremtid. Når det kommer til handel, så er det 12. verdensmål særligt interessant, da det omhandler ansvarligt forbrug og produktion. Der er nemlig et stort behov for at sikre bæredygtigt forbrug og produktionsformer i vores samfund. Økonomisk vækst og bæredygtig udvikling kræver dog, at vi hurtigst muligt reducerer vores fodaftryk på naturen og ændrer måden, vi producerer og forbruger vores varer og ressourcer på. I denne artikel kan du læse om hvordan modedesigneren Martine Jarlsgaard, tøjgiganten Filippa K, tøjmærket Asket og platformen MonoChain har eksperimenteret med blockchain-teknologien.

En del af FN's 17 verdensmål knytter sig til cirkulær økonomi, som for alvor er kommet på agendaen i livsstils- og designbranchen, som ellers er relativt bagud på denne front. Takket være ny teknologi har virksomheder nu mulighed for at komme hurtigere og nemmere i gang med en cirkulær forretningsmodel og herved imødekomme FN's Verdensmål om bæredygtigt forbrug og bæredygtige produktionsformer. Ny teknologi kan derfor være en løftestang for livsstils- og designbranchen, og specielt teknologien blockchain har vist sig at være til stor gavn for virksomheder og særligt for virksomheder indenfor denne industri.

Blockchain-teknologien kan flere ting, end vi kan forestille os. Og i fremtiden vil den kunne endnu mere. Her slår vi ned på to forskellige brugsscenarier; enten i selve operationen, altså i forsyningskæden eller værdikæden, eller ud mod selve forbrugeren. Blockchain giver bedst mening, hvis der er **mange aktører** involveret i et netværk og hvis der er en **lav transparens** og **lav tillid** blandt aktørerne. Ofte er det derfor en hel branche, et fællesskab eller en forsyningskæde, der kan drage nytte af den. Enkelte virksomheder skal have en anseelige størrelse, for at det giver mening at udforske alene. Livsstils- og designbranchen er virksomheder så småt begyndt at anvende blockchain-teknologi, og forhåbentligt kan deres nye og cirkulære forretningsmodeller lede flere virksomheder i denne industri til at gå samme vej.

Modedesigneren Martine Jarlsgaard er en af firstmoverne på området og sporer bl.a. råmaterialelets rejse gennem forsyningskæden. Hun er blandt de første virksomheder i modebranchen, der fremhæver blockchain-teknologiens rolle i at øge gennemsigtighed og underbygge krav i modebranchen. I samarbejde med Provenance anvender Martine blockchain-teknologiens potentiale til at skabe større tillid mellem forbrugeren og virksomheden ved at åbne op for forsyningskæden. Herved giver de verificeret information om materialerne, processerne og menneskene bag produkterne til forbrugeren via blockchain. Det første tøj, der nogensinde er sporet med blockchainteknologi, blev præsenteret på Copenhagen Fashion Summits 'Solutions Lab i Danmark, maj 2017. [Læs mere her](#)

Den svenske tøjgigant Filippa K forsøger også at skabe en større gennemsigtighed i deres forretning. I marts 2019 lancerede Filippa K en ny e-butik, hvor man nu kan få informationer på hvert enkelt vare. Hvert produkt på hjemmesiden indeholder oplysninger om, hvem der har lavet tøjet. Det viser, i hvilket land tøjet er syet, leverandørens navn, adressen på fabrikken, antallet af kvinder og mænd, der arbejder på fabrikken, og om virksomhedens team har været på stedet og besøgt producenten. Filippa K mener nemlig, at gennemsigtighed og gennemsigtighed i hele produktionskæden spiller en vigtig rolle i en moderne og bæredygtig produktion af varer. [Læs mere her](#)

Det svenske tøjmærke Asket gør op med "Made in "-labels, fordi de mener, at der mangler væsentlige oplysninger om varens rejse gennem produktionskæden. Derfor arbejder Asket på at sætte en ny dagsorden og standard i modebranchen. Asket bestræber sig på, at alle deres varer skal være 100% sporbare inden udgangen af 2019. Ved brug af blockchain-teknologi kan hele deres forsyningskæde gøres fuldt ud gennemsigtig. Asket ønsker at ændre forbrugernes tankegang ift. tøjproduktion og at inspirere flere mærker til at følge i deres fodspor om at gøre forsyningskæden gennemsigtig. For ifølge Asket så vil en højere standard for gennemsigtighed tvinge vores samfund til at overveje de omkostninger og konsekvenser, der er ved det tøj, der produceres, og ved at forbrugere har adgang til information om varens produktion, har forbrugere nu også en mulighed for at træffe et aktivt valg om deres tøj køb. [Læs mere her](#)

Det er dog ikke kun de veletableret brands, som prøver kræfter med en teknologi, som for mange stadig er svær at forstå. Men startup-scenen blomster op med nye tiltag, som forsøger at skabe mening med teknologien. Den engelske platform MonoChain har udviklet en let integrerbar blockchain platform, der har til formål at samle markedet for direkte salg og videresalg af varer for at skabe en cirkulær økonomi og for at bekæmpe kopivarer i branchen. MonoChain faciliterer genbrug af modeartikler og giver brands mulighed for at udvikle nye indtægtsstrømme ved at forbinde dem til markedet af videresalg. [Læs mere her](#)

### **Danske virksomheder skal turde prøve kræfter med ny Tech**

Lifestyle & Design Cluster er sat i verden for at være katalysator for den danske mode- og møbelindustri for at sikre, at de forbliver blandt de mest innovative i verden. Derfor er det med stor begejstring, at virksomheder kan komme til os og få hjælp til at afprøve og eksperimentere med, hvad blockchain er for industrien. Industriens Fond har bevilget et konsortium af CBS, DI-handel og LDC godt 7,9 millioner til at demonstrere og teste blockchain-teknologi i danske design- og handelsvirksomheder.

"Blockchain-teknologien er alt andet end en døgnflue, der kan negligeres. Det skyldes, at teknologien kan implementeres i stort set alle aspekter af forretningen, hvor der er plads til forbedringer. Den sikre data vil gøre det nemmere og mere tillidsfuldt at samarbejde med andre virksomheder samt ikke mindst at højne gennemsigtigheden i virksomheden. En ting, der i høj grad optager forbrugerne i disse år, siger Betina Simonsen, direktør hos Innovationsnetværket Lifestyle & Design Cluster."

Er du nysgerrig på hvordan blockchain-teknologien virker? Så hør mere her:

<https://ldcluster.com/portfolio-item/blockchain-i-handel-og-designvirksomheder/>

<https://soundcloud.com/user-782393407-177451182>

[https://www.youtube.com/watch?v=JYuhUt7NTzk&list=PLCzzl6Ykz\\_Pfc1apphD83Srndi9P7NUOc](https://www.youtube.com/watch?v=JYuhUt7NTzk&list=PLCzzl6Ykz_Pfc1apphD83Srndi9P7NUOc)