

Hvem har ansvaret for ansvarlig produktion?

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

Tidligere på året så vi, hvordan Blockchain-teknologi fulgte dansk svinekød hele vejen til Kina, og hvordan Danish Crown gennem et [digitalt projekt](#) gjorde det muligt for den kinesiske forbruger at se oprindelsessted og den ansvarlige produktion af dansk svinekød. På samme måde vil vi øge konkurrencefordelene for danske mode- og møbelvirksomheder gennem blockchain. Hvordan øger vi egentlig transparens hos mode og møbelvirksomheder? Hvordan styrker vi samarbejde i værdikæden? Og hvordan løfter vi tilliden til forbrugeren i forhold til ansvarlig produktion? Vi vil undersøge mulighederne sammen med danske mode- og møbelvirksomheder og måske bygge verdens første Danish Design Blockchain.

Blockchain Business er et projekt, som skal hjælpe små og mellemstore virksomheder i livsstils- og designbranchen med at se muligheder i den nye teknologi. Projektet er støttet af Industriens Fond med 7,9 millioner kroner.

Vi ser allerede brands i udlandet eksperimentere med nye samarbejdsformer for at løfte en øget konkurrence og særligt fastholde et brand i markedet ved at løfte transparens. Denne transparens matcher godt det danske værdisæt, og mange virksomheder er allerede i fuld gang med certificering og compliance for at bevise, at de producerer under ordentlige forhold. Blockchain kan her være en teknologi, som for alvor kan løfte branchen. Ved at give tøj eller møbler en puls via en sensor, en særlig slags tråd eller et spray-on materiale kan teknologi i dag genkende produktet og derved skabe en digital tvilling af produktet som via denne puls kan registrere, hver gang et produkt skifter hænder. Derved kan vi kortlægge produktets rejse fra start til slut og øge gennemsigtigheden, understøtte compliance, men også være med ude i brugs situationen og styrke produktets storytelling om hvor produktet har været.

Blockchain-teknologien er stadig meget ny og den vokser hurtigst i finans og gaming industrien med virtuel valuta, blandt andet pga. Bit Coin. Dog er brands i livsstils- og designbranchen begyndt at eksperimentere med teknologien, for at undersøge om det kan være en løftestang for branchen. I denne artikel kan du læse om hvordan brandet Hugo boss, det franske luksusvarekonglomerat LVMH group og blockchainplatformen VeChain har dokumenteret deres produktion gennem blockchain.

Hugo Boss er et anerkendt internationalt brand og har mange interessenter i deres værdikæde. Samarbejdet mellem de forskellige parter kan være vanskeligt pga. manglende adgang eller tilgængelighed af information. Derfor har Hugo Boss indgået et samarbejde med virksomheden ASTRATUM og har udarbejdet en open-

sourceløsning ved hjælp af blockchain-teknologien. Løsningen hedder Tracy og er et bæredygtigt B2B2C økosystem til tekstilbranchen. Ved hjælp af Tracy, kan alle interessenter i deres værdikæde dele cases og informationer internt via konferencer, workshops og webinars. Herved bliver informationsdelingen nemmere og mere valid, fordi så mange parter kan angive deres data. [Læs mere her](#)

Blockchain-teknologien kan også anvendes til at bekæmpe kopivarer. Luksusgiganten LVMH Group som blandt andet Louis Vuitton hører under, anses for at være de første på markedet til at anvende blockchain-teknologi. LVMH har i samarbejde med ConsenSys og Microsoft lanceret AURA, som er en platform, der tilbyder sporing af produkter baseret på blockchain-teknologi. AURA gør det muligt for forbrugere at få adgang til produktets historie og bevis for ægtheden af luksusvarer. Det er ikke kun forbrugere der kan drage fordel af LVMH's platform, brands kan spore deres salg og distributionskanaler på et hidtil uset detaljeringsniveau. Dette betyder at brands kan se hvilke produkter der sælger godt (og hvor), de kan forudsige efterspørgslen på deres produkter og identificere en potentiel overforsyning i et tidligt stadium. [Læs mere her](#)

Blockchain-teknologi kan også bruges til produktadministration. Blockchainplatformen Vechain sørger for at sikre produkt data så retailers og producenter nemt kan indsamle, administrere og dele data om produkter både på tværs af forsyningskæden og hele vejen til forbrugeren. Taggingssystemer kan blive brugt til at forbinde fysiske produkter med den digitale verden, som medfører transparens i hele forsyningskæden og produktets levetid. [Læs mere her](#)

Danske virksomheder skal turde at 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 af 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-teknologien 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=PLCztl6Ykz_Pfc1apphD83Srndi9P7NUOc