minus

"ØGET VÆKST GENNEM CIRKULÆR ØKONOMI"

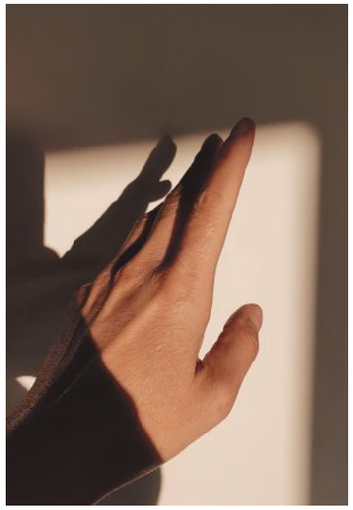
Minus A/S, modevirksomhed – 19 ansatte

MOTIVATION

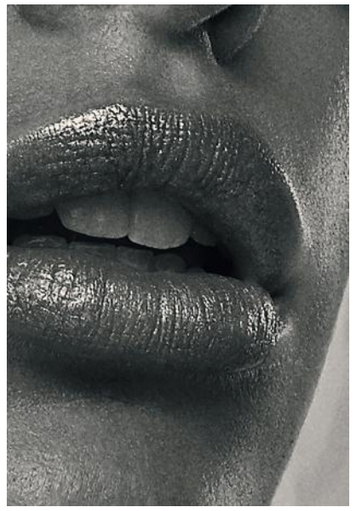
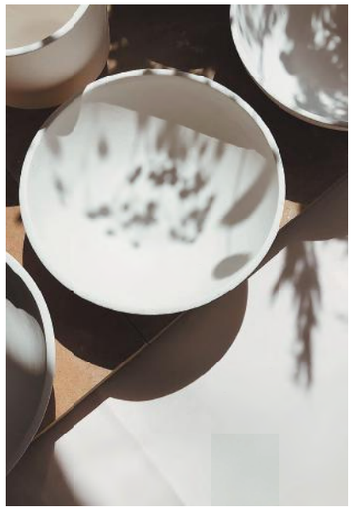
Vi havde et stort ønske om en mere bæredygtig/social bevidsthed, og en gennemarbejdet, holdbar og langsigtet strategi samt forretningsplan for Minus. Vi vil tage vores del af ansvaret og arbejde henimod en mere grøn omstilling med en reduceret CO2-udledning. Det har været vigtigt for os at få kvalificeret hjælp og sparring til at gøre en forskel!

HOVEDRESULTATER

Der er opnået en besparelse i Co2-udledning, som er baseret på reduktion af emballage og mere miljøvenlige råmaterialer. Hertil er der en række andre områder, hvor der er opnået besparelse, som dog ikke har været muligt at beregne i projektet.



REDEFINED FASHION

MÅL FOR FREMTIDEN

Vi har gennemgået hele virksomheden for at indkredse de i ndsatsområder, hvor vi kan nedbringe og reducere vores forbrug. Forskellige indsatsområder:

- Skift til grøn el, indkøb af genbrugt it-udstyr.

- Reduktion af papir, pap og plastik internt og eksternt.

- Genanvendt plastik/pap til pakning og forsendelse.

- Ny pakkemetode af tøjet, som reducerer mængden af emballage, særligt plastik.

- Udfasning af miljøbelastende råmaterialer, som erstattes af bedre alternativer produceret med reduceret vand- og kemiforbrug.

- Reviderede forretningsgange omkring godkendelsesprocedure, som nedbringer antallet af fysiske prøver og fragt med op til 50%.

NÆSTE SKRIDT

Vi fortsætter med at øge andelen af bæredygtige materialer i vores kollektioner, og samtidig samarbejder vi med vores leverandører i forhold til deres produktion og værdikæde. F.eks. med henblik på uønsket kemi, mindre vandforbrug, strøm mv.

Vi prøver at tænke ud af boksen for at undgå overproduktion, skabe holdbare produkter, støtte vores slutkunder og kunder i en cirkulær tankegang (udleje, videresælge eller på anden vis forlænge levetiden på tøjet).

Vores forventninger er en synlig og klar kommunikation til vores kunder omkring bæredygtighed og ansvar foruden de høje krav, vi stiller til os selv. Vi forventer positiv respons, som formentlig ikke øger omsætningen nu og her, men som vil være med til at sikre vores relevans som modebrand på længere sigt og dermed også fortsat vækst.

DE VIGTIGSTE INDSIGTER

Vi har opnået en meget større bevidsthed om, hvor man kan sætte ind i hverdagen. Arbejdet med leverandører omkring nye metervarer er lidt tungt, men skaber som en ekstra gevinst langt mere transparens i hele værdikæden. Vi mærker også en stigende efterspørgsel fra vores kunder i forhold til mere bæredygtige materialer som f.eks. Seawool, der er lavet af østersskaller.

Vores bedste råd er bare kom i gang - det er den eneste vej. Man skal turde at udfordre alt ift. hvad man "plejer" at gøre! Man skal også turde at udfordre sin organisation og kollegaer. Projektet og forløbet har sikret kontinuerligt fokus og struktur på omstillingen, som har været en stor hjælp i en travl hverdag, der kan være præget af drift.

Man skal huske, at en cirkulær tankegang også kræver forenkling og justering af forretningsgange, som på sigt giver besparelser både økonomisk og ressourcemæssigt internt, da der samtidigt også er brug for investeringer i eksempelvis it og indkøb af dyrere materialer.

Desuden giver det en stor stolthed i huset, når man får en bæredygtig tilgang til de beslutninger, som bliver taget.

WE’RE IN THIS TOGETHER....

minus