



Coster Copenhagen kan nu synliggøre CO2-aftrykket

Foto: Coster Copenhagen

Det danske modebrand var en del af Lifestyle & Design Clusters Spin-In projekt, og det tværfaglige team af studerende/dimittender løste den stillede opgave flot ifølge CSR-chef Ditte Maria Olsen

Over tid havde Coster Copenhagen gået med tanken om at skabe en platform, der kunne vise virksomhedens CO2-aftryk.

Et generelt billede, med mulighed for at måle på enkelte styles og kollektioner, men i en travl hverdag med drift er det sin sag at sætte projekter af den størrelse i gang. For hvordan gør man lige? Og hvor begynder man?

- Via vores medlemskab af Dansk Mode & Tekstil kom vi i kontakt med Lifestyle & Design Cluster, som fortalte os om Spin-In projektet, hvilket umiddelbart lød spændende, siger Ditte Maria Olsen.

Hun er CSR-chef hos Coster Copenhagen, og efter et møde øjnede hun hurtigt muligheden for at føre de bæredygtige tanker, der rumsterede internt i virksomheden, ud i livet med hjælp fra innovative og nysgerrige studerende/dimittender, som ydermere bragte varieret faglighed ind i projektet.

Virksomhed: Coster Copenhagen

Produkter: Modetøj til kvinder

Udfordring: En model til at måle virksomhedens CO2-aftryk – og efterfølgende formidle det til slutbrugerne

Løsning: En datamodel udarbejdet i excel, som viser CO2-aftrykket ud fra data fra virksomhedens værdikæde

Studerende: Müge Lübic, Reka Jenei, Constance Gautier, Belinda Rasmussen

Mentor: Helene Jensen (Designskolen Kolding/Det Kongelige Akademi)

Se mere på [Coster Copenhagen](#) og [Lifestyle & Design Cluster](#)

Stor interesse for opgaven

- Vi fokuserer på bæredygtighed, og har gjort det længe, men vi havde ikke den her store platform for vores CSR-arbejde. Med Spin-In fik vi en mulighed for at sætte processen i gang, siger Ditte Maria Olsen. På vegne af Coster Copenhagen fik hun fornøjelsen af at arbejde sammen med en kvindelig kvartet, der stod over for en både stor og spændende opgave.

- Vores ejer, Chris Coster, var med til det første møde og afleveringen af projektet, og ellers kørte jeg møderne samt den løbende dialog med teamet. Et tværfagligt team som med det samme viste, at deres interesse for opgaven var lige så stor, som vores ønske om at få den løst, siger Ditte Maria Olsen. Det var altså en stor opgave, slår Ditte Maria Olsen fast, som også selv kom på ekstra arbejde ud over den daglige drift.

- Der var enkelte tilfælde, hvor det tog lang tid at finde de ønskede informationer til teamet, men for det første var det informationer, som skulle findes under alle omstændigheder, og for det andet var det teamet, som tog det langt største slid, slår CSR-chefen fast.

Tabel skaber den ønskede transparens

Forløbet var på grund af opgavens størrelse og omfang seks uger, og det var passende ifølge Ditte Maria Olsen, som ved afslutningen blev præsenteret for en løsning, som til fulde levede op til forventningerne hos Coster Copenhagen.

- Teamet præsenterede et Excel-ark, en slags tabel, hvor vi med data fra hele vores værdikæde kan få et bud på CO2-aftrykket. Det kan ikke blive 100 procent, men det er meget tæt på, og løsningen er med til at skabe den transparens, vi ønskede.

Når Coster Copenhagen udfylder tabellen med de ønskede data, kan de efterfølgende trække CO2-aftryk ud pr. style, pr. kollektion, eller hvad der er behov for eller ønskes – til gavn for virksomheden, samarbejdspartnere og ikke mindst slutbrugerne.

Gentager gerne en succes

- Vi har endnu ikke nået at integrere løsningen, men det skal vi have gjort. Vi ønsker en CSR-platform på vores hjemmeside, hvor vi på sigt viser vores CO2-aftryk på årsbasis, mens vi i begyndelsen måske gør det pr. måned eller pr. kollektion, fortæller Ditte Maria Olsen, som understreger, at Coster Copenhagen har planer om at tage flere lignende skridt i fremtiden.

- Vi hører meget gerne om lignende projekter, for vi deltager gerne igen. De unge gjorde det godt og flot, og vi arbejder videre med at skabe transparens for vores kunder.

Coster Copenhagen mærker endnu ikke den store efterspørgsel på bæredygtighed fra slutbrugerne, men det danske modebrand er bevidst om, at det kommer.

- Til gengæld mærker vi det fra for eksempel Boozt, Zalando, Copenhagen Fashion Week og selvfølgelig regeringen. Vi ved, hvor stor betydning bæredygtighed får i de kommende år, og vi agter at følge med udviklingen, selv om slutbrugerne måske endnu ikke er helt klar til at betale ekstra for bæredygtige løsninger, siger Ditte Maria Olsen.

"Hele forløbet med teamet gik rigtig fint, og de gik virkelig op i den stillede opgave. Det var en fornøjelse at samarbejde med fire så dygtige, unge kvinder"



Ditte Maria Olsen, CSR-chef
Coster Copenhagen

Spændende perspektiver fra teamet

Hun ser, midt i en travl tid hos Coster Copenhagen, tilbage på et vellykket forløb, som hun gerne ser gentaget.

- Det var også et plus, at de unge kom fra forskellige uddannelsesinstitutioner, og på samme måde gav det spændende perspektiver, at de kom fra forskellige lande. På den måde fik vi blandt andet et indblik i, hvordan andre lande arbejder med bæredygtighed – som heldigvis interesserer mange på tværs af landegrænser, siger Ditte Maria Olsen.

For hende og resten af holdet hos Coster Copenhagen handler det lige nu om at komme igennem december, som er en af årets travleste perioder, og derefter rettes fokus på at integrere den fine løsning, det unge, tværfaglige team lancerede efter seks ugers intenst arbejde. Derefter kan Coster Copenhagen synliggøre virksomhedens CO2-aftryk.



Foto: Coster Copenhagen

Spin-IN: En aktivitet i Lifestyle & Design Cluster

Partnere: Aarhus Universitet, SDU Institut for Entreprenørskab, Designskolen Kolding, Det Kongelige Akademi

Projektledelse: Marianne Huang, Aarhus Universitet

Projektbeskrivelse: Formålet er at løse konkrete udfordringer med bæredygtighed i bolig- og livstilsbranchen med afsæt i FN's Verdensmål og den enkelte virksomheds specifikke udfordringer. Tværfaglige talentteams fra forskellige uddannelsesinstitutioner bestående af kandidater og dimittender løser bæredygtighedsudfordringer stillet af virksomhederne, og det sker i både korte (fire dage) og lange (seks uger) forløb.

De tværfaglige teams bidrager blandt andet med kunstneriske/æstetiske designkompetencer, tekniske kompetencer, storytelling, interkulturelle og digitale kompetencer til kommunikation samt businesskompetencer. Det tværfaglige team afslutter med at præsentere et løsningskoncept for virksomhederne.

Deltagende virksomheder: Coster Copenhagen, Minimum, Pilgrim A/S, Liiteguard, Horn Bordplader A/S, Gardin Lis, Planet Bee, By Green Cotton, Wehlers og PP Møbler

Se mere [her](#)