



RETHINK BUSINESS 4 case for  
**1:16 Business Development: Hundeaccessories  
udviklet af udtjent fiskenet**

Et nyt brand for artikler til hunde og katte er på vej. Brandets grundlæggende DNA er bæredygtighed og nordisk design. Første kollektion bliver et "to-go-kit" til hunde bestående af halsbånd, snor og en smart drikkeflaske med integreret drikkeskål. I samarbejde med leverandører er det lykkedes at udvikle et design, så kollektionen kan fremstilles i 100% Oceanix fra recycled affaldstraw, altså fiskenet, der let kan ende som havplast. Det giver en betydelig bedre miljøprofil end de gængse produkter, som fås på markedet.

#### Forretningsmodel

Det globale marked for artikler til kæledyr er i stadig stigende udvikling i takt med, at flere og flere får kæledyr. Samtidig er det en trend, at ejere generelt forbruger mere på deres kæledyr.

#### Faktaboks om virksomheden

Virksomhedens navn:

1:16 Business Development

Grundlagt/oprettet: Januar 2015

Primært produkt i Rethink Business: Pet accessoires, bæredygtige alternativer til det eksisterende marked.

Formål med at deltage i projektet: At verificere en grøn profil og et økonomisk set up mht. produktion

Hvilken udfordring gik virksomheden ind i projektet med? At etablere en industriel produktion med bæredygtige materialer, så prisen på produktet bliver konkurrencedygtig.

Antal ansatte: 1 (2)

Konsulent: **Provice**, Tomas Sander Poulsen

Selv om markedet er stort, er der interessant nok meget få bæredygtige produkter, og de er ikke i en kvalitet eller har en designprofil, der tiltaler en ansvarsbevidst forbrugers forventninger. Udbuddet er derimod domineret af plastprodukter uden miljøkvaliteter. Da vi ser en generel øget interesse for bæredygtighed blandt forbrugere, og samtidig registrerer, at købestærke kæledyrsejere forbruger mere på deres kæledyr, har 1:16 en begrundet forventning om at der er et uopdyrket marked for bæredygtige artikler til hunde og katte (Kilde: Euromonitor International rapport 2020).

1:16 er en design- og brand virksomhed, og den overordnede forretningsmodel er baseret på udvikling og salg af bæredygtige kollektioner i Oceanix plast fra recycled affaldstrawl og net samt genbrugte metaller. 1:16 vil være et nyt brand for artikler til hunde og katte, som er baseret på et værdigrundlag om bæredygtig lokal produktion i nordisk design og kvalitet. Det første produkt i brand-porteføljen er et "to-go-kit" til hunde bestående af et hundehalsbånd, en hundesnor samt en drikkevandsflaske med integreret vandskål. I projektet er det afklaret, hvilke forudsætninger som gælder for at eksekvere

en bæredygtig produktion og der er fundet en konkret værdikæde af lokale danske producenter, som kan løfte denne opgave. Ved succesfuld udrulning af "to-go-kit" i det skandinaviske marked, vil nye designs og applikationer blive introduceret, bl.a. charms, puder, og kurve i bæredygtige materialer, med en nordisk designprofil af høj kvalitet.

## Klimatal

Der er foretaget en LCA-screening af produktet og sammenlignes hundesnore i Oceanix med tilsvarende produkter i virgin plast fra Kina, er carbon footprintet 1/4 af et tilsvarende produkt. LCA screeningen har bekræftet, at produktets miljøprofil er stærk og kan anvendes som et vægtigt argument i salg og markedsføring.

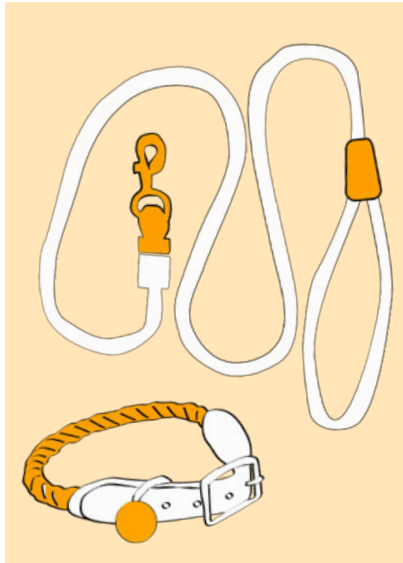
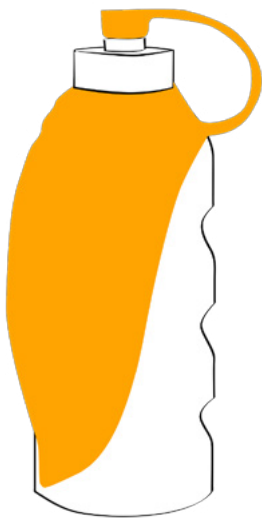
## Læring

1:16 har fået konkretiseret en business case, herunder investeringsbehov og økonomiske potentialer. Endvidere har 1:16 fået et værktøj til at vurdere produkters miljøeffekter og bæredygtighed, og har fået etableret relationer til strategiske leverandører.

Kollektionen understøtter **verdensmål nr. 12** om bæredygtig produktion og ansvarligt forbrug. Fokus i "to-go-kit" og fremtidige nye kollektioner vil være at bruge materialer, som enten er genbrug eller recyclede for at minimere forbruget af ressourcer samt lokal produktion for at begrænse transport og begrænse emballagen så affaldsmængden reduceres.



# "TO GO KIT" for dogs made of *Oceanix*



## Om projektet

"Rethink Business 4 – Cirkulær forretningsudvikling" har til formål at hjælpe de deltagende virksomheder med at udvikle en ressourceprofil, et roadmap og en ny grøn forretningsmodel samt give ny viden om cirkulær økonomi og nye forretningspotentialer gennem løbende sparring med en tilknyttet konsulent og gennem netværksaktiviteter med andre virksomheder. Projektet er et treårigt EU-projekt med første forløb gennemført i 2019-2020 og andet forløb i planlagt til 2020-2021. Projektet er finansieret af EU's Regionalfond.

Fokus er overordnet på ressourceeffektivisering, designgreb og på at øge den værdi, som produkt eller serviceordning i den nye grønne forretningsmodel skaber set i kontekst med FNs 17 Verdensmål for bæredygtighed, herunder mål om CO2-reduktion, minimering af affald og samarbejde på tværs af værdikæder.

Praktisk projektleder og operatør er **Lifestyle & Design Cluster** i tæt samarbejde med **Erhvervshus Midtjylland** som partner samt eksterne eksperter og rådgivere. Læs mere om projektet samt de øvrige cases [her](#).