

# Upcycling Scandinavia: At bringe et nyt bæredygtigt produkt til markedet kræver fokus

**”Isoler dit hus med papir”. Det giver billeder på nethinden af cykelryttere, der inden nedkørslen fra Mont Ventoux hurtigt sætter en avis under cykeltrøjen for ikke at komme til at fryse på vejen ned, og forer tankerne med en vis skepsis. Uanset et produkts fantastiske isolerende, lyddæmpende, bæredygtige og brandsikrende egenskaber, kan det være en hård vej til markedet. For Upcycling Scandinavia blev deltagelsen i projektet *Rethink Business* vejen til at forstå, og have skarpt fokus på, hvad der gør kundegruppen tryk.**

## Fra cradle til cradle til cradle til...

Isoleringsmaterialerne fra Everuse, som Upcycling Scandinavia har forhandlerret på i Skandinavien, er et celluloseprodukt lavet af rent skæreaffald fra papir- og kartonindustrien. Skæreaffaldet bliver på fabrikken i Holland omdannet til let håndterbare isoleringsmåtter, der kan anvendes til både termisk og akustisk isolering. På begge isoleringer performer materialet mindst lige så godt, som konventionelle isoleringsmaterialer.

For de håndværkere, der skal arbejde med materialet, er der også godt nyt – materialet afgiver nemlig ikke sundhedsskadelige fibre ved installation.



Foto fra everuse.com

Selvom isoleringsmaterialet allerede er lavet af 100 % affald, så kan affald fra selve produktionen også bruges igen. Det suges blot op, og føres tilbage på produktionsbåndet igen. På samme måde vil man kunne tilbagekøbe materialet fra huse, der skal nedbrydes, sende det til produktionsanlægget og tilbage i ”kværnen”, hvorefter det vil kunne anvendes i nye isoleringsmåtter.

*Jeg tror at vi begge altid har tænkt, at det affald der, det måtte man kunne bruge til noget. Vi er nok lidt idealister. Men vi går ikke på kompromis med kvalitet og design. Det skal være i orden, affald eller ikke affald.*

*Minik, Upcycling Scandinavia*

### **Indsnævring af kundegruppen**

Men trods materialets mange gode egenskaber, så er der alligevel et stykke vej til markedet. I projektet Rethink Business har Upcycling Scandinavia sammen med konsulentteamet arbejdet målrettet med at snævre kundemålgruppen ind, for derved også at kunne målrette sine aktiviteter og ressourcer.

*Vi kunne godt se, at vi var nødt til at gå mere målrettet efter en bestemt kundegruppe, og så afhjælpe de usikkerheder den har. Vi er meget håndholdt til stede hos vores kunder. De kan altid få fat på os og få hjælp.  
Erik, Upcycling Scandinavia*

Fra at sælge til "alle", har virksomheden i stedet valgt at målrette sine aktiviteter mod arkitekter, byggemarkeder og større håndværksvirksomheder, hvor den private husbygger søger sin viden, rådgivning og udførelse af byggeri. At arbejde med og anvende bæredygtigt byggemateriale er samtidig stadig en niche på markedet, og det kræver derfor kernekunder som tør gå forrest som trendsættere inden for bæredygtigt byggeri.

### **En vigtig håndholdt indsats**

At indsnævre kundegruppen har frigivet vigtige ressourcer hos Upcycling Scandinavia, der i stedet

er blevet rettet mod at skabe tryghed for kunderne gennem viden og tæt kontakt. Virksomheden har oplevet, at der er megen usikkerhed forbundet med det nye isoleringsmateriale ift. egenskaber, funktionalitet, levering mv.

Det kræver en stor indsats at "uddanne" eksempelvis lokale håndværkere til at bruge nye typer materialer, men det er nødvendigt. Alle kunder skal kunne have en personlig kontakt til virksomheden, så hjælpen aldrig er langt væk! Ellers vil kundegruppen foretrække kendte metoder, hvor de har større sikkerhed ift. deres tilbudsgivning. Den håndholdte hjælp er for Upcycling Scandinavia derfor en nødvendig prioritet, for at kunne etablere produktet på det skandinaviske marked.

### **Sikring af videnflow**

I den nærmeste tid vil Upcycling Scandinavia, sideløbende med at etablere isoleringsmaterialet på markedet, arbejde med henblik på at blive en platform for videndeling.

Det er helt afgørende, siger Upcycling Scandinavia, at virksomheden kan levere viden til kunderne. Produktet er unikt på markedet, så det er vigtigt at virksomhedens viden om produkt, anvendelse og marked til stadighed er fuldt opdateret, så det kan formidles til kunderne.

Derudover vil virksomheden etablere sig som ikke bare en central partner på området, men også som en platform for værdiskabelse. Derfor er der allerede taget de første spadestik til en erfa-gruppe for kunder, ligesom der brygges på en invitation til en fælles aktørdag, med fokus på tilførsel af ny viden og erfaringsudveksling.

Formålet med begge initiativer er at skabe en værdi for kunder og relationer, som ligger uden for den egentlige brug af isoleringsmaterialet.

## Drømmen om at sætte et positivt aftryk

Selvom gennembruddet på det danske og skandinaviske marked endnu ikke har fået virksomheden til at affyre konfettikanoner, så drømmer Upcycling Scandinavia alligevel stort.



For materialet, isoleringsmåtterne laves af, forefindes også som affald i Danmark. I dag destrueres det blot. Men med et dansk produktionsanlæg kunne industriaffaldet skabe værdi som et nyt produkt, samtidig med at der kunne spares CO<sub>2</sub>-udledning ift. transport.

Samme mulighed gør sig gældende ift. virksomhedens andre kerneprodukter: en skolestol lavet af affald fra plastindustrien, samt bordplader lavet af papir- og papaffald og tekstiler.

Upcycling Scandinavia ville på den måde også kunne styrke den bæredygtige værdikæde omkring produktionen ved at tilknytte borgere på kanten af arbejdsmarkedet, stille krav til hvordan transporten udføres, sikre at produktionsanlægget anvender bæredygtige energikilder, og fremme tilbagekøbs- og genanvendelsesgraden.

Det danske produktionsanlæg er en del af en langsigtet strategi, men det har været hensigtsmæssigt at åbne dialogen herom tidligt i processen, så der kunne indbygges centrale bæredygtighedsprincipper for den strategiske retning.

## Om konsulentteamets vejledning undervejs

Det er helt klart en stor hjælp vi har modtaget fra vores konsulentteam, der har hjulpet os til at fokusere på at navigere i retninger, vi ellers ikke var kommet i nærheden af. Samtidig er vi blevet præsenteret for gode værktøjer, som vi har kunnet arbejde med, og som har været af betydelig styrke.

Udover casen med Everuse har vi samtidig og i flere omgange også drøftet virksomhedens overordnede forretningsmodel, og det har så afgjort været godt.

Det er vores vurdering, at samarbejdet samlet set har været værdifuldt - både ift. projektet her, men også for virksomhedens fortsatte færd.

Om virksomheden	<p><b>VIRKSOMHEDSNAVN</b> Upcycling Scandinavia</p> <p><b>VIRKSOMHEDSLEDER INTERVIEWET</b> Erik Serritslev Jørgensen og Minik Helborg</p> <p><b>PRIMÆRE PRODUKT</b> Produkter lavet af affald (stole, bordplader og isoleringsmateriale)</p> <p><b>ANTAL ANSATTE</b> 2 (som del af ejerkredsen)</p> <p><b>FOKUS OMRÅDE(R) IFT. PROJEKTET</b> Strategi og planlægning, kvalificering af forretningsgrundlaget, skabt tempo i udviklingen</p> <p><b>KONSULENT(ER) I PROJEKTET</b> Delendorff &amp; Walde</p>
-----------------	--

Om projektet Rethink Business	<p><b>PROJEKT RETHINK BUSINESS – FOKUSERET VÆRDIKÆDESAMARBEJDE</b></p> <p>Region Midtjyllands projekt, "Fokuseret Værdikædesamarbejde – design for optimal ressourceanvendelse", er et 3-årigt projekt begyndende med første forløb over cirka 12 måneder i 2016-2017 og andet forløb i 2017-2018.</p> <p>Praktisk projektleder og operatør er Lifestyle &amp; Design Cluster, <a href="http://www.ldcluster.com">www.ldcluster.com</a>.</p> <p>Projektet er finansieret af EU's Regionalfond samt Vækstforum i Region Midtjylland.</p> <p>Projektet giver de deltagende virksomheder viden om Cirkulær Økonomi og nye samarbejdsmodeller via fokus på ressourceeffektivisering og på at øge den værdi, produkt eller serviceordning skaber. På denne baggrund udvikles løsninger med fokus på at forlænge produkters levetid, mindske skadelige miljøpåvirkninger, minimere affald og samarbejde på tværs af værdikæder samt jobskabelse.</p> <p>Hver virksomhed i projektet har fået hjælp til at udvikle en ny grøn forretningsmodel og optimere værdikæden. Resultaterne opnås i samarbejde med partneren Væksthus Midtjylland samt eksterne eksperter og rådgivere.</p> <p>  </p>
-------------------------------	--