



RETHINK BUSINESS 4 case for grums: Kaffe-grums i kosmetik booster væksten qua roadmap og ny viden

Hudplejefirmaet grums er 'født grøn' idet virksomhedens 'DNA' og produkterne hovedingrediens omfatter genbrug af kaffe-grums. I Rethink Business-projektet har grums kortlagt deres interne processer, udviklet ny ledelseskonstruktion og etableret partnerskab med en fast kaffe-grums-leverandør, så det nu bliver muligt at kortlægge kaffens værdikæde. Gennem dialog om certificeringer og udfærdigelse af et roadmap har grums fået godt overblik over områder, der kan optimeres og hermed er virksomheden rustet til kommende vækst.

Forretningsmodel

Når kaffe-grums genbruges, forhindres denne ressource i at blive til affald og det letter samtidigt trækket på klodens ressourcer, og de steder i verden, hvor affald nedbrydes på lossepladser 'spares' miljøet for det metan, som udledes ved naturlig nedbrydning af kaffe-grums.

Faktaboks om virksomheden
Virksomhedens navn og hjemmeside:
[grums](#)

Grundlagt/oprettet: 2018

Primært produkt i Rethink Business: Serie af 3 hudplejeprodukter alle baseret på kaffe-grums.

Formål med at deltage i projektet: Ønsket om mere viden om grøn vækst.

Hvilken udfordring gik virksomheden ind i projektet med? Gennemgang af interne processer og strategisk udvikling.

Antal ansatte: 4

Konsulent: [Design Henriette Melchiorsen](#)



Fokus i Rethink Business 4 har været at forbedre og udvikle den eksisterende forretningsmodel og praksis, så virksomheden står stærkt og er parat til et forventet øget salg, særligt i forlængelse af indgået aftale med en ny investor. grums indleder desuden i løbet af sommeren et nyt partnerskab med en kaffeimportør, som de fremadrettet vil aftage kaffegrums fra. Hermed bliver det muligt at kortlægge kaffens værdikæde mere præcist og få valide data på energiforbrug og CO2 udledninger forbundet med den anvendte kaffegrums i deres hudplejeprodukter. grums' forretning er en del af en international trend, hvor kaffegrums indgår som ressource i en voksende række af produkter, som hermed lukker loop i den cirkulære økonomi ved at anvende 'affald' som en ressource.

Læring

Særligt omkring udformning af roadmappet har en konstruktiv og omfattende dialog tydeliggjort, hvilke områder grums skal forholde sig til i deres videre forretningsudvikling for fortsat at arbejde for at blive mere bæredygtig i alle kroge af virksomhedens virke og eliminere risici forud for vækst.

Ved den gennemførte Svanemærkeforundersøgelse af grums' bedst sælgende produkt 'facescrub' blev vi opmærksomme på to ingredienser, som grums fremadrettet ikke længere vil anvende i deres produkter.

13: Når salget stiger, vil det på et tidspunkt give økonomiske mening for dem at investere i et mere energieffektivt tørreanlæg til kaffegrumsen, hvorved deres energiforbrug vil reduceres og det vil blive muligt at anvende vedvarende energi i form af grøn strøm til tørring af kaffegrums. Herved reduceres CO2 udledningen for alvor med bidrag til verdensmål 13 om øget klimainsats.

12.5: grums arbejder primært med verdensmål 12 i og med de genanvender kaffegrums og helt specifikt delmål 12.5, der siger at inden 2030 skal affaldsmængden væsentligt reduceres gennem forebyggelse, reduktion, genvinding og genbrug. Hermed bidrager grums til en reduktion af affaldsmængden, der fremmer bæredygtigt forbrug i hudplejeindustrien. Et forsigtigt gæt ud fra de udregnede BBV-målinger lyder på, at virksomheden i 2021-2022 vil genbruge 2,7 tons kaffegrums.





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](#).