



# Ny forretningsmodel for fashionable kvinder med dårlig tøjsamvittighed...

## Another Closet modarbejder blodspor og tøjspild med lokalt forankrede garderobesaloner

Lars Lean, [lars@larslean.dk](mailto:lars@larslean.dk)

Skal vi tage vores verdensmål alvorligt og bekæmpe klima- og biodiversitetskrise, behandle indbyggere i tredje verdenslande på en anstændig måde -og samtidig give os selv en bedre samvittighed, så skal vi undgå spild -og vi skal forbruge mindre. Det problem imødegår Tina Werborg med en ny og mere bæredygtig forretningsmodel, inspireret af Airbnb og GoMore.

### Verdensmålene og vores dårlige tøjsamvittighed

Tøjindustrien har en kolossal indflydelse på vores planet og samfundet, og det er nok til at give enhver forbruger i vesten dårlig samvittighed, hvis vi ser på det i forhold til FN's verdensmål. Global Fashion Agenda rapporterer, at tøjindustrien årligt producerer mere end 92 millioner tons affald og bruger 1,5 billioner liter vand, hvilket er en kæmpe påvirkning af mål 6 og mål 12



Figur 2 Mål 13 (klimaindsats) og Mål 14 (livet i havene)

Nogle af de lande, der ofte er involveret i tøjproduktion, omfatter Kina, Bangladesh, Vietnam, Cambodja og Indonesien, og her er der en grim kendsgerning. Lønnen for tekstilarbejdere er meget lav. For eksempel kan arbejdere i Bangladesh tjene omkring \$2-3 om dagen, mens arbejderne i Kina typisk tjener omkring \$1-2 i timen. Det påvirker mål 1 og mål 8.



Figur 1 Mål 6 (rent vand og sanitet) og Mål 12 (ansvarligt forbrug og produktion)

Men det er bare toppen af isbjerget! FN's Klimapanel har rapporteret, at tøjproduktionen stod for ca. 2,1 milliarder tons CO<sub>2</sub>-ækvivalenter i 2018 - mere end de samlede CO<sub>2</sub>-udledninger fra alle internationale flyrejser og søtransporter tilsammen! Tøjindustrien har derfor en betydelig indflydelse på mål 13 og mål 14.



Figur 3 Mål 1 (ingen fattigdom) og Mål 8 (anstændige jobs og økonomisk vækst).

Ellen MacArthur Foundation har rapporteret, at en uhyrlig mængde af brugt tøj ender på lossepladser, hvilket påvirker mål 12 og mål 14, da kemikalier og mikroplastpartikler kan sive ud i vandløb og hav.



Figur 4 Mål 12 (ansvarligt forbrug og produktion) og Mål 14 (livet i havene),

Det er skræmmende at tænke på, at et lastbilfuld af tøj kasseres og ender på lossepladser eller brændes hvert sekund! Kun en lille del af tøjet bliver genanvendt eller oparbejdet til nyt tøj. Mindre end 1% af tøjet i cirkulation genanvendes faktisk til nye tekstiler. Det har en negativ indflydelse på mål 12 og mål 13.



Figur 5 Mål 12 (ansvarligt forbrug og produktion) og Mål 13 (klimaindsats)

Det donerede tøj, der eksporteres til lande i Afrika og Asien for at blive solgt eller givet gratis væk, ender desværre ofte på lossepladser i disse lande, hvilket påvirker mål 1 og mål 8, ifølge en artikel i The Guardian fra 2019.



Figur 6 Mål 1 (ingen fattigdom) og Mål 8 (anstændige jobs og økonomisk vækst)

Det er her, Tina Werborg kommer med en bog, der belyser tøjbranchens og forbrugernes problem. Ligesom hun lancerer en mere bæredygtig forretningsmodel, som går ud på, at tøjet bliver anvendt mere, mens det stadig er moderne. Og sidst - men ikke mindst - kommer Tina med en datamodel, der i sidste ende kan hjælpe tøjbranchen til at blive mere bæredygtig.





### Garderobemanifestet – data, kulturkritik og gode råd

Tina Werborg og jeg mødes i iværksætterhuset Greencubator på Nørrebrogade. Det er i dette kontorfællesskab, Tina indtil videre har holdt til med sin virksomhed Another Closet sammen med andre startups, som typisk har en kreativ og bæredygtig profil. Tina lægger straks ud med baggrunden for hendes bog Garderobemanifestet, som hun udgav i 2021: "Mit udgangspunkt er, at jeg elsker tøj. Tøj er sjovt. Tøj er en fest. Tøj er rigtig mange ting. Men jeg synes ikke, at det er sjovt med den bagside, som vores tøjindustri har. Det er en af de mest klimabelastende industrier. Den har et blodspor af udnyttelse af mennesker og forurening efter sig. Det mener jeg, at vi kan gøre bedre ved at sætte det menneskelige og det relationelle i spil på en overskudsagtig måde med en positiv tilgang. Vi fastholder det sjove, men undgår det værste. Vi skaber en generøs tøjkultur, hvor vi anvender de resurser, vi har, på en mere bæredygtig måde. Det er udgangspunktet for min bog.

Garderobemanifestet. Jeg skrev den for at skabe awareness om emnet. I bogen går jeg ned i data. Hvad er det fx forureningen består af. Jeg belyser, hvad der er galt med vores modeindustri, og jeg laver en kulturkritik, for der er jo ret beset ingen af os, der ønsker at stå op en morgen for at købe tøj, som vi ikke har brug for.

Så hvorfor er vi alligevel allesammen endt der? Og hvordan har jeg selv ændret tøjvaner? I bogen fortæller jeg om, hvordan jeg gennem styling og leg genfinder begejstringen for mit tøj i klædeskabet. Jeg giver også tips til at vaske klimavenligt og sy knapper fast – så de bliver siddende. Og så handler bogen selvfølgelig også om genbrug. Det er meningen, at folk skal blive inspireret og komme i gang, og så kan de selv skabe deres egen måde at gøre tingene på. En ting er at skabe awareness, hvor bogen har skabt stor impact. Men der er mange ting, vi skal. Der er mange ting, vi skal lave om. Der er mange ting, som vi burde gøre. Og samtidig har vi travlt med denne her omstilling. Men tænk lige, hvis vi siger til folk, at hvis de er med i det her koncept, så er løsningen der".

*Mit udgangspunkt er, at jeg elsker tøj. Tøj er sjovt. Tøj er en fest. Tøj er rigtig mange ting.*

### Another Closet skaber høj omsætningshastighed

Tina Werborg - den mest entusiastiske tøjaktivist, du overhovedet kan forestille dig - fortsætter med lys i øjnene: "Noget af det, jeg blev fanget af, var alt det tøj, som vi ikke bruger. Det er almindeligt kendt, at det moderne menneske i den vestlige verden har langt lettere ved at anskaffe sig ting end ved at skille sig af med det igen. Derfor ender vi med at have alt for meget af alting. Samtidig har vi skabt en modeindustri, der fokuserer på, at vi skal købe flere ting og helst så billigt og hurtigt som muligt, selv om det slet ikke passer med den tid, vi lever i nu. Det er en måde at operere på, som blev skabt dengang, vi havde et mangelsamfund, og det mønster har vi desværre holdt fast i. Samtidig er der mange penge at tjene i tøjbranchen, som har været dygtig til at rationalisere,

effektivisere og skubbe produktionen ud i lande, hvor arbejdskraften er billig. Men det har betydet, at vi er endt i en tøjkultur, hvor 70% af det tøj, som er i kvinders klædeskab, er passivt tøj, der ikke bliver brugt. Vi køber hele tiden nyt, men har samtidig

dårlig samvittighed over det. Det er her, deleøkonomi bliver interessant. Det er det, vi også kender fra Airbnb og GoMore. Vi har selv oplevet, at vores bil nærmest var pænere, når vi modtog den, end når vi lånte den ud via GoMore. Så hvis du har skabt et tillidssystem, så vil langt de fleste mennesker forholde sig til det. Der findes andre deleklædeskabe, og jeg er ikke den eneste på markedet, men jeg synes, at det, der bliver delt, er i for dårlig kvalitet, og deleøkonomi giver kun mening, hvis det er de gode ting, der bliver delt. Skal du leje en lejlighed via Airbnb, så er det dem med havudsigt eller dem midt inde i byen, der er interessante for folk. Derfor tænkte jeg: "Hvordan kan vi skabe et deleøkonomisk system med vores bedste tøj i klædeskabet?" Det skal være det tøj, som "du vil være stolt af at se en veninde gå til fest i". Det problem har jeg løst ved, at man ikke afgiver ejerskabet til tøjet. Man giver kun brugsretten til andre, akkurat som Airbnb og GoMore. Det er også mit system i mit dele klædeskab Another Closet. Du bliver medlem ved at tegne et





abonnement. To gange om året afleverer medlemmerne så mellem 3 og 5 stykker tøj, som er i et dele klædeskab i et halvt år. Noget, der passer til vintersæsonen eller sommersæsonen. Efter et halvt år får medlemmerne tøjet tilbage, og så afleverer de noget nyt tøj. Så mødes vi ellers en gang om måneden til en lokal garderobesalon. Det foregår i København, Roskilde, Kolding, Ribe og Aarhus, hvor jeg samarbejder med nogle lokale partnere. Her kan du så tage tre stykker tøj med hjem og bruge, indtil vi mødes igen næste måned på samme lokation. Her afleverer du de tre stykker tøj og bytter til tre nye. Konceptet er lige som Tupperware med lokale klubber, der fungerer selvstændigt, men som bliver drevet på samme måde. Der er dermed en lokal tilknytning til hver enkelt gruppe. Efter et halvt år får du så altid dit eget tøj tilbage. Konceptet er, at der er så lidt tøj som muligt i de lokale Another Closets for at sikre, at det bliver brugt så meget som muligt, inden det går af mode. Det betyder fx, at de festkjoler, som i gennemsnit kun bliver brugt 3,1 gange, og ellers bare hænger i skabet, men som du ikke kan skille dig af med, fordi de måske har kostet 1.700 kr., vil blive brugt langt mere via Another Closet. Og det er jo sådan med tøj, at selv om det ikke har en udløbsdato, lige som mad, så mister tøjet værdi hver dag, det hænger hjemme i dit klædeskab, fordi det er så modepræget og trendy. Det er derfor, at tøjet helst skal bruges så meget som muligt og så hurtigt som muligt, så bliver ressourcerne udnyttet bedst. Jeg ønsker ikke at købe en jakke, jeg skal gå med de næste 10 år.

Jeg vil gerne have nyt tøj på, gerne hver 14. dag eller hver måned. Det har jeg mulighed for, ved at jeg bare låner det. Så bruger jeg det bare 5 gange, og så kan jeg få noget nyt på. Så jeg spiller med på denne hurtige omskiftelighed, som er i vores samfund, men jeg gør det ved at bruge ressourcerne på en bedre måde. Another Closet er ikke rettet imod dem, der køber ganske få stykker tøj, som de vil bruge i mange år. De har styr på deres garderobe. Vores medlemmer er alle sammen nogle tøjglade kvinder, som normalt godt kan lide at få nyt tøj, som synes, at det er sjovt. Det er kvinder, der er vilde med tøj, og som ligesom mig godt kan

lide den fornyelse og kreativitet, der ligger i at forny garderoben hyppigt, men som samtidig gerne vil gøre det på en måde, der ikke er så forurenende, og som dermed er mere bæredygtig."

#### Samarbejde med tøjbranchen

Er der data på, hvor meget tøjet bliver brugt i Another Closet?

"Jeg er ved at få lavet en platform, hvor tøjet er registreret, og hvor jeg kan se, hvor meget tøjet bliver brugt. Lige nu ved tøjbranchen rigtig meget om tøjet, indtil det bliver solgt, men de ved ingenting om brugsfasen. Ved hvilke lejligheder har kvinderne tøjet på? Hvor ofte bruger de det? Hvad er det, der giver mening i de cirkulære forretningsmodeller? Hvad er det for noget tøj, de tager med hjem, fordi det ligesom stråler, men som de ikke får brugt? Når vores medlemmer afleverer tøjet, så skal de registrere, hvor meget de har brugt det, og hvor glade de var for at bruge det. Så hvert stykke tøj får en unik strejkode. Jeg har indgået et samarbejde med tøjfirmaet H2O, som vil stille noget af deres tøj til rådighed for mine medlemmer, mod at jeg kommer med tilbagemeldinger om, hvor meget og hvordan medlemmerne har brugt tøjet.

Det bliver nogle udvalgte pieces fra H2O, og det er data, som de vil kunne bruge i hele designfasen. Var der noget forkert med det her tøj? Brugte folk det ikke, som vi havde tænkt? Fx har jeg to jakker fra H2O. Jeg ved, at begge de to, der har lånt dem, har hund. Jeg ved ikke, om de kommer til at bruge de jakker, når de lufter hund, men det er jo vigtig information til H2O, at de jakker bliver brugt af folk, der har hund. Det er det kunderne ser jakken kan blive brugt til. Det ved jeg ikke, om H2O har tænkt. Men det tror jeg ikke. Den ene har lånt en hvid jakke, den anden en gul. Måske kan hende, der har lånt den gule bruge den rigtig mange gange, inden jakken skal vaskes, mens den hvide måske ikke har været brugt ret meget, fordi den er for sart. Det er bare et lille eksempel på, hvad data vil kunne bruges til. Data fra brugsfasen kan på sigt hjælpe industrien med viden om, hvordan de skal designe tøj fremover. Hvilke egenskaber ved tøjet skaber værdi hos forbrugerne i brugsfasen? Min påstand er, at

branchen på nuværende tidspunkt overhovedet ingenting ved om brugsfasen, og der skal vi jo gerne samarbejde med branchen. Det er særlig relevant i forhold til den nye EU tekstilstrategi, der træder i kraft den 30. marts i år, hvor branchen får producent ansvar, og hvor man også bliver ansvarlig for producentens overproduktion. Branchen skal tage ansvar for tøjet i hele livsfasen. Man siger, at EU tekstilstrategien kommer til at ændre hele den måde, branchen fungerer på. Lige nu ved jeg ikke helt præcist, hvordan data vil kunne bruges, men det vil jeg gerne samarbejde med tøjbranchen om. Mit mål er at få et samarbejde op at stå med to andre brands, som vil låne tøj ud til mine medlemmer, og så skal de komme med input til, hvilke data de ønsker fra mine medlemmer. Hvad giver mening for dem, når de vil skabe en bæredygtig forretning, og hvor de - og tøjbranchen generelt - også fortsat kan tjene penge " - afslutter Tina Werborg



Tina Werborg

Tina er cand.comm, forfatter, iværksætter og tøjaktivist. Dele-tøjskoncept Anoter Closet er optaget i Innovationsfondens Innofounder-forløb. Tina har tidligere været med til at starte bevægelsen Fucking Flink.

## EU tekstilstrategi

### Mål

Strategien sigter mod at skabe en grønnere, mere konkurrencedygtig sektor, som bedre kan modstå globale chok. Kommissionens vision for tekstiler for 2030 er at:

- alle tekstilprodukter, der markedsføres i EU, er holdbare, reparer-bare og genanvendelige, i vid udstrækning fremstillet af genanvendte fibre, uden indhold af farlige stoffer og fremstillet under hensyntagen til sociale rettigheder og miljøet
- "fast fashion er gået af mode", og forbrugerne har i længere tid glæde af tekstiler af høj kvalitet
- rentabel genbrug og reparation er bredt tilgængelig
- tekstilsektoren er konkurrencedygtig, modstandsdygtig og innovativ med producenter, der tager ansvar for deres produkter i hele værdikæden, hvor der er tilstrækkelig kapacitet til genanvendelse, og forbrænding og deponering begrænses til et minimum.

### Tiltag

Strategien indeholder en række fremsynede foranstaltninger. Kommissionen vil

- fastsætte designkrav til tekstiler, så de kan holde længere og bliver nemmere at reparere og genbruge
- indføre tydeligere information på tekstiler og et digitalt produktpas
- styrke forbrugernes stilling og imødegå grønvaskning ved at sikre nøjagtigheden af virksomhedernes grønne anprisninger
- bringe overproduktion og overforbrug til ophør og søge at forhindre destruktion af usolgte eller returnerede tekstiler
- harmonisere EU-regler om udvidet producentansvar for tekstiler og økonomiske incitamenter til at gøre produkter mere bæredygtige
- tage fat på problemet med utilsigtet afgivelse af mikroplast fra syntetiske tekstiler
- håndtere udfordringerne i forbindelse med eksport af tekstilaffald og vedtage en EU-værktøjskasse til bekæmpelse af forfalskning senest i 2023
- offentliggøre et såkaldt omstillingsforløb senest i 2022 – en handlingsplan for, hvordan aktørerne i tekstiløkosystemet kan realisere den grønne og den digitale omstilling og gøre økosystemet mere modstandsdygtigt



## Forfatter: Lars Lean

Lars er Lean konsulent hos ZILLION Consulting Group og hos larslean.dk. Han er ingeniør og har HD i Supply Chain Management. Han er uddannet i LEAN af Toyota Engineering Cooperation. Lars har mange års erfaring fra erhvervslivet med automatisering, projektledelse, procesoptimering, produktionsstyring, kundeservice, logistik, LEAN og ledelse. Han har tidligere arbejdet for bl.a. Esab, Shell, Ruko, DBK Logistik Service, Superfos, Novo Nordisk, HOFOR og PostNord. For Lars handler det om bæredygtighed, konkurrencekraft og om gode arbejdspladser i Danmark.