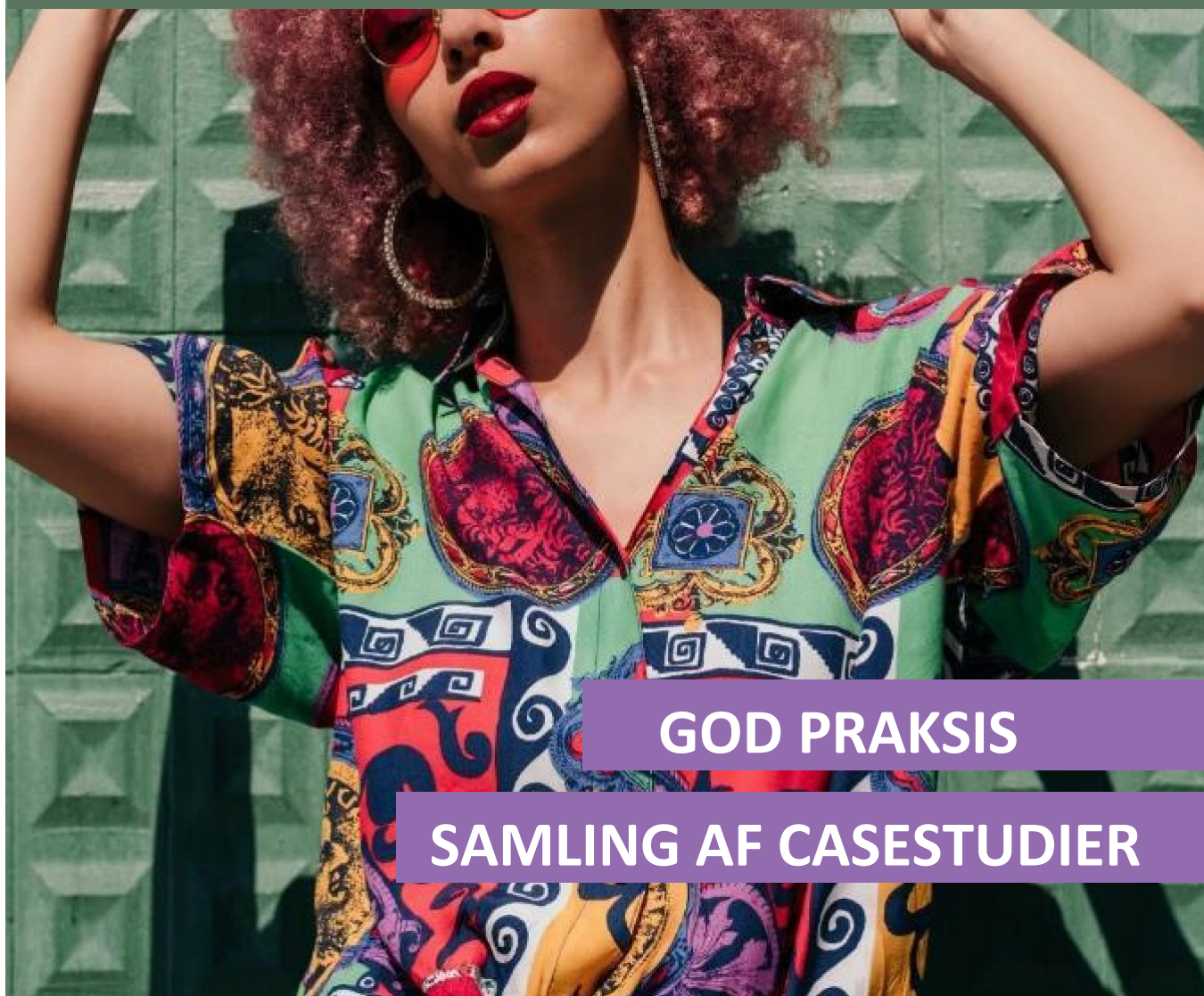


FAIR FASHION

Championing Digital, Diverse & Sustainable Futures



GOD PRAKSIS

SAMLING AF CASESTUDIER

August 2025
God praksis
Samling af casestudier

Af FAIR FASHION-projektteamet: Zeynep Erden Bayazit, Başak Tetiköz, Sue Rossano-Rivero, Joel Schuessler, Alexandro D. Dreyer Duarte, Saskia Stoker, Mike Russell, Yulia Brisson-Zelenina, Kathryn O'Brien, Catherine O'Neill, Paula Whyte.



Finansieret af Den Europæiske Union. De udtrykte synspunkter og meninger er dog udelukkende forfatterens og afspejler ikke nødvendigvis Den Europæiske Unions eller Det Europæiske Uddannelses- og Kulturagentur (EACEA) synspunkter og meninger. Hverken Den Europæiske Union eller EACEA kan holdes ansvarlig for disse.

INDHOLDSFORTEGNELSE

01	Indledning.....	3
02	Casestudier.....	7
	• Tyskland	9
	• Tyrkiet	26
	• Holland	53
	• Danmark	69



Finansieret af Den Europæiske Union. De udtrykte synspunkter og meninger er dog udelukkende forfatterens/forfatternes og afspejler ikke nødvendigvis Den Europæiske Unions eller Det Europæiske Uddannelses- og Kulturagentur (EACEA) synspunkter. Hverken Den Europæiske Union eller EACEA kan holdes ansvarlig for disse.



Denne licens giver genbrugere mulighed for at distribuere, remixe, tilpasse og bygge videre på materialet i ethvert medium eller format, så længe ophavsmanden krediteres. Licensen tillader kommerciel brug. CC BY indeholder følgende elementer: BY: ophavsmanden skal krediteres.



INTRO

01

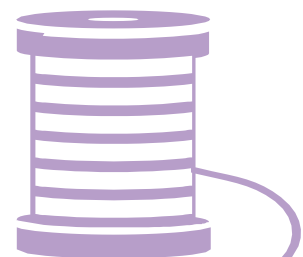


Om FAIR FASHION

FAIR FASHION anerkender, at **bæredygtighed, digitalisering og inkluderende iværksætteri** ikke længere er valgfrit, men afgørende for fremtiden for mode- og tekstilindustrien. Projektets mission er at bygge bro over uddannelseskløften ved at skabe synergi mellem bæredygtig og digital uddannelse, nemlig den dobbelte omstilling, og at fremme inkluderende iværksætteri i mode- og tekstilindustrien ved at udstyre undervisere med de færdigheder og tankegange, der skal til for at vejlede, inspirere og fremme industriens transformation mod en mere inkluderende, cirkulær og digitalt styrket fremtid.

Formålet med casestudiesamlingen:

FAIR FASHION-casestudiesamlingen viser eksempler fra virkeligheden fra flere europæiske lande på, hvordan den dobbelte omstilling (grøn og digital) transformerer mode- og tekstilsektoren. Disse cases viser bæredygtige designpraksisser og innovative digitale værktøjer og illustrerer, hvordan iværksættere skaber en grønnere, mere retfærdig og mere innovativ fremtid for tekstil- og modeindustrien.



CASESTUDIERNE

Casestudierne fungerer sammen med FAIR FASHION Toolkit som en direkte ressource for undervisere, der søger handlingsrettede strategier, opdaterede undervisningsmaterialer og afprøvede digitale pædagogiske værktøjer.

Denne ressource er designet til at:

- **Gøre** undervisere **i stand** til at integrere grønne og digitale omstillinger, inkluderende iværksætteri og bæredygtige forretningsmetoder i deres undervisning med tillid, hvilket forbedrer elevernes færdigheder og beskæftigelsesegnethed.
- **Give praktisk vejledning** til iværksættere om, hvordan de kan indarbejde den dobbelte omstilling i deres praksis gennem eksempler fra den virkelige verden.

I sidste ende har denne samling til formål at give undervisere mulighed for med tillid at indarbejde bæredygtighed, digital transformation og inkluderende værdier i deres undervisning, så fremtidens fagfolk er rustet til at føre mode- og tekstilindustrien mod en grønnere, mere retfærdig og mere innovativ fremtid.



INTRODUKTION TIL CASESTUDIER

Oversigt over casestudiesamlingen

FAIR FASHION-casestudiesamlingen er en vigtig ressource i projektet, der er designet til at fremskynde integrationen af de to overgange (grøn og digital) i mode- og tekstiluddannelsen. Den præsenterer en bred vifte af casestudier fra hele Europa og fremhæver innovative tilgange, der kombinerer bæredygtighed, digitalisering, inklusion og etisk iværksætteri.

Hver casestudie illustrerer, hvordan kvindelige iværksættere anvender bæredygtige og digitale løsninger til at tackle virkelige udfordringer i modebranchen. Sammen tilbyder de praktiske eksempler, inspiration og handlingsrettede strategier til at modernisere læseplaner, bygge bro mellem teori og praksis og forberede tekstil- og modeindustrien til at trives i en hurtigt udviklende branche.

Mål og omfang

Det primære mål med denne samling er at inspirere og udruste undervisere inden for mode og tekstiler ved at vise, hvordan de to overgange effektivt kan integreres i undervisningen og industriens praksis. Det sigter mod at motivere undervisere til at modernisere læseplaner, omfavne inkluderende og bæredygtige tilgange og forberede studerende til lederskab i en sektor i forandring.

Dette dokument tjener til at:

- **Vise innovative praksisser:** Præsentere virkelige eksempler på bæredygtighed, digital innovation og inkluderende iværksætteri i mode- og tekstilindustrien.
- **Fremme vidensudveksling:** Del gennemprøvede strategier og metoder, der bygger bro mellem teori og praksis og fremmer samarbejdet mellem uddannelsessektoren og industrien.
- **Støtte udvikling af læseplaner og politik:** Tilbyde indsigt til at informere udformningen af uddannelsesprogrammer, påvirke politiske diskussioner og styrke bæredygtige og inkluderende modepraksisser.

Samlingen omfatter bæredygtighedsstrategier, digital transformation og etisk iværksætteri. Hver casestudie er nøje udvalgt for at demonstrere praktiske anvendelser og målbare fordele, så undervisere kan anvende og tilpasse disse innovationer i deres egne undervisningssammenhænge.



CASESTUDIER



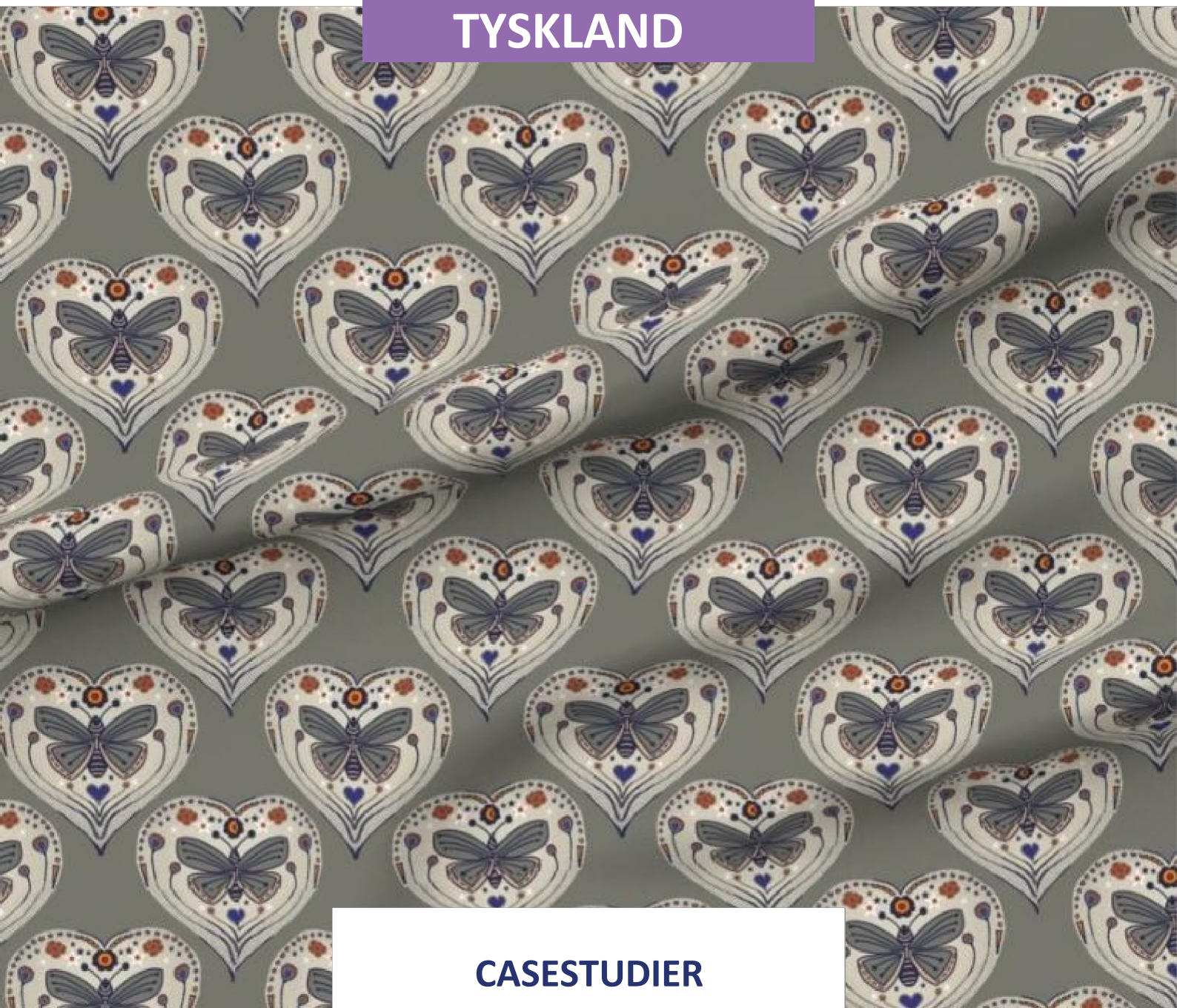
02



FORKÆMPER

**DIGITAL, MANGFOLDIG
OG
BÆREDYGTIG FREMTID**

TYSKLAND



CASESTUDIER



1. Kokolor
2. OCTO Tyskland
3. saendorn GmbH

The Kokolor logo is displayed in a bold, black, sans-serif font within a white rectangular box. The letters are closely spaced and have a modern, geometric feel.

Billedkilde: kokolor

Kokolor

GRUNDLAGT

2022

MEDARBEJDERE

1

MARKEDSOMRÅDE

National

KUNDETYPE

B2C – Online webshop og pop-up-butikker i byen

SOCIALE MEDIER

HJEMMESIDE

 <https://kokolor.clothing.de/>

ROLLE I MODE- /TEKSTILINDUSTRIEN

Kokolor er et bæredygtigt unisex streetwear-modemærke, der har forpligtet sig til nul-affaldsproduktion. Baseret på en just-in-time-model, hvilket betyder, at alt kun produceres, efter at en ordre er afgivet. Kokolor skaber fuldt tilpassede beklædningsgenstande for at reducere overproduktion og ressourceaffald. Stofrester omdannes til tilbehør, mens ubrugelige rester genanvendes til nye materialer. Med en stærk vision for upcycling og cirkulær mode redefinerer Kokolor, hvordan tøj fremstilles.



Katerina Amprazi kommenterede, at gennemsigtighed er lig med bæredygtige certificeringer for start-ups:

"Certificeringer er dyre og uoverkommelige for nye iværksættere. Derfor forsøger jeg at opbygge tillid hos mine kunder ved at være så transparent som muligt. Det medfører nogle udfordringer, da jeg også er afhængig af, at mine forretningspartnere og leverandørkæden er transparente."



Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Integration af digitale værktøjer og teknologi i bæredygtige aktiviteter	☆☆☆ (Neutral)	Alt udføres manuelt (af kapacitetsmæssige årsager); i fremtiden vil der ske en integration af flere teknologier.
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆☆☆ (Neutral)	-
Digitale værktøjer i bæredygtig markedsføring og salg	☆☆☆☆ (Enig)	Flere (digitale) marketingtiltag i fremtiden.
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆☆☆ (Enig)	Digital konfigurator til produktdesign.
Medarbejderuddannelse i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆ (Neutral)	MA-udvikling skal implementeres i fremtiden.
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆ (Neutral)	-
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆ (Neutral)	Helt enig med hensyn til bæredygtige praksis (genanvendelse).

Bæredygtighed og digital innovation Højdepunkter



- **Nul-affaldsproduktionscyklus:** I det væsentlige på tre niveauer. For det første produktion just-in-time. For det andet upcycling af affald fra produktionen af nye beklædningsgenstande til nye produkter. Endelig genanvendelse af gamle beklædningsgenstande og restprodukter fra produktionen til nyt garn.



Katerina Amprazi kommenterer den største hjælp til at grundlægge Kokolor:

"Den største hjælp til at grundlægge min virksomhed var netværk ved arrangementer. At lære en masse mennesker at kende skabte det støttende netværk til at opbygge Kokolor, især i målrettede, mangfoldige grupper. Som kvinde deltog jeg i en workshop for kvinder, hvor jeg virkelig engagerede mig og følte mig støttet af alle medlemmerne. Der opstår altid positive muligheder efter at have deltaget i disse arrangementer."



Udvalgte gode praksis



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Reduceret CO2-aftryk	Anvender en just-in-time-produktionsproces. Genanvendelse og upcycling af alt affald fra produktionen til nyt garn eller scrunchies.
Materialer	Økologisk bomuld / genanvendt polyester og bomuld	Bruger GOTS-certificeret bomuld, genanvendt garn og polyester i samarbejde med Turns. Materialerester, gamle beklædningsgenstande og plastflasker genanvendes.
Miljøpåvirkning	Produktlevering	Levering af produkter til forbrugerne sker med DHL GoGreen for at sikre klimaneutral levering. Der anvendes bæredygtig emballage fra rhinopaq.
Miljøpåvirkning	Cirkulær produktcyklus / Genanvendelse	Forbrugerne kan returnere gamle beklædningsgenstande til Kokolor, som sender dem til Turns, hvor de genanvendes til nyt garn.
Arbejdsforhold	Sikre arbejdsforhold	I deres første butik har de planer om at have et åbent rum, hvor kunderne kan se, hvordan tøjet bliver produceret.

Digitale værktøjer i brug



- **AI:** Til markedsføring og sociale medier
- **Hoodie-konfiguration:** Tilpas stilen på din hoodie på hjemmesiden
- **Mønsterfremstilling:** Tilføj eventuelt flere for at gøre arbejdet mere effektivt

Udforsk mere



- [Introduktion til Kokolor](#)
- [Kokolor & Frau.Mina-samarbejde](#)

Katerina kommenterer vigtigheden af mangfoldige stemmer inden for innovation:

"Jeg erkender, at der på et tidspunkt vælges forskellige mennesker for at opfylde en kvote, men netop derfor bør man lytte til forskellige perspektiver og ideer. Det er særligt vigtigt at lytte til forskellige mennesker, fordi vi alle har forskellige motivationer, ideer og strategier for vores mål."



Foreslået klasseaktivitet: Investorpræsentation



Instruktioner:

For at uddybe din forståelse af Kokolor-sagen og styrke dine kompetencer inden for bæredygtighed, digitalisering, iværksætteri og inklusion skal du gennemføre følgende aktivitet. Denne opgave opfordrer dig til at analysere Kokolors forretningsmodel, specifikt dens "Just-in-Time"- og zero-waste-tilgang, foreslå en innovation, der understøtter den dobbelte omstilling, og udarbejde en passende præsentation til investorer med henblik på finansiering.

Aktivitetens mål:

Du vil bruge dele af **Triple Layer Business Model Canvas** (TLBMC) fra FAIR FASHION Digital Toolbox til at forstå Kokolors forretningsmodel, identificere en mulighed for Kokolor til at skalere sin tilpassede model bæredygtigt og præsentere den for en gruppe investorer (dine undervisere/klassekammerater).

Forventet Resultat



Ved at gennemføre denne aktivitet vil du have fået erfaring med hvordan man præsenterer en bæredygtig forretningsidé for en investorgruppe og udviklet færdigheder til at skabe bæredygtige løsninger for virksomheder.

Aktivitet 1 — Refleksion over casen (10–15 minutter)

Baseret på oplysningerne i Kokolor-casen skal du reflektere over følgende vejledende spørgsmål:

1. Bæredygtighedsstyrker:

Hvordan udfordrer Kokolors nuværende model (f.eks. affaldsfri produktion, upcycling af rester, reparationsservice) allerede branchestandarden?

2. Digitale muligheder:

Hvor ser du potentiale for Kokolor til at styrke sine digitale kapaciteter? (Overvej deres nuværende brug af AI til markedsføring og potentialet for en "digital konfigurator" til at forbedre tilpasningsoplevelsen).

3. Inklusivitetsmangler:

Når Kokolor vokser fra en lille startup, hvilke interne huller kan der opstå, hvis teamet forbliver for homogent? Hvordan kan virksomheden strukturelt sikre, at forskellige stemmer ikke bare "udfylder en kvote", men aktivt former forretningsstrategien og innovationen?

Din refleksion vil hjælpe dig med at identificere et område, hvor Kokolor kunne innovere.

Aktivitet 2 – Anvendelse af digitalt værktøj (45 minutter)

Brug **Triple Layer Business Model Canvas (TLBMC)** til at analysere og redesigne Kokolors forretningsmodel for at foreslå en bæredygtig, inkluderende og entreprenørsk innovation til virksomheden.

Udfyld de **tre lag** i modellen for din foreslåede idé:

1. Økonomisk lag

Beskriv, hvordan innovationen kan:

- Skabe værdi gennem forbedret tilpasning (f.eks. digitale tilpasningsværktøjer).
- Skalere "Just-in-Time"-indtægtsmodellen effektivt.
- Integrere digitale konfiguratorer for at reducere returprocenten og forbedre kundetilfredsheden.

2. Miljømæssigt lag

Forklar, hvordan dit forslag kan:

- Reducer miljøpåvirkningen gennem hele livscyklussen (og tag også højde for AI's indvirkning på miljøet)
- Luk kredsløbet for tekstilaffald yderligere (f.eks. digital sporing til tilbagetagingsordningen).
- Optimer logistikken for individuelle forsendelser (f.eks. batching af ordrer via AI).
- Brug digital simulering til at reducere fysisk prøveudtagning i designfasen.

3. Socialt lag

Overvej, hvordan innovationen kan:

- Forbedre inklusionen (f.eks. størrelsesudvalg, tilgængelighed, samfundsengagement)
- Styrke fair arbejdsforhold og ansvarlig sourcing (overvej effekten af automatisering)
- Forbedr gennemsigtigheden i forsyningskæden for at opbygge tillid uden dyre certificeringer.
- Støt etisk branding, der er i tråd med dine værdier

Studerende kan udfylde skabelonen digitalt (anbefales) ved hjælp af en hvilken som helst tilgængelig online TLBMC-skabelon eller genskabe den i et dokument.

Aktivitet 3 – Investorpræsentation (15 minutters forberedelse + 5 minutters præsentation)

Scenarie: Kokolor har med succes bevist sit koncept: et zero-waste, unisex, just-in-time modemærke. Manuel produktion begrænser dog deres indflydelse og indtægter. Grundlæggerne søger nu **150.000 euro i startkapital** til at implementere den innovation, du designede i aktivitet 2.

Dit mål: I rollen som Kokolors grundlæggerteam skal du forberede en 5 minutters præsentation for at overbevise et panel af investorer (dine klassekammerater/underviser) om, at din innovation er økonomisk bæredygtig. Overvej følgende spørgsmål:

- Forklar den flaskehals, Kokolor står over for (Hvorfor har du brug for disse penge?)
- Præsenter din innovation. Hvordan fungerer den? Hvordan holder den løftet om "nul affald", samtidig med at virksomheden kan vokse?
- Hvordan er denne innovation bæredygtig? Ville en opskalering af produktionen være i modstrid med grundlæggende principper om mindre forbrug i bæredygtighed?
- Hvordan vil denne investering generere et afkast? (f.eks. "Ved at reducere den manuelle konsultationstid med 50 % øges vores margin pr. hættetrøje med X euro")
- Forudsig, hvad du vil opnå med denne investering for virksomheden og miljøet. (f.eks. "Med denne investering vil vi omdirigere X tons tekstilaffald i løbet af de næste 3 år.")



Billedkilde: HSNR

OCTO Tyskland

GRUNDLAGT

2024

MEDARBEJDERE

7

MARKEDSOMRÅDE

Hensigt om at sælge internationalt

KUNDETYPE

B2B – som leverandører eller færdige produkter B2C – Outdoor- og campingprodukter

SOCIALE MEDIER



HJEMMESIDE

<https://www.octogermany.com/>

ROLLE I MODE-/TEKSTILINDUSTRIEN

Octo Germany er en producent af bæredygtige vandafvisende stoffer. Deres mission er at tilbyde et bæredygtigt alternativ til fluorpolymere, der indeholder kemikalier med lang levetid, inden for vandafvisende stoffer. Deres produkt, *Octogarn*, er et forureningsfrit, kuldeisolerende, åndbart og friktionsreducerende garn med en vandafvisende effekt, der minder om lotusblomsten.

Deres garn kan bruges til udendørsprodukter såsom camping, beskyttende medicinske tekstiler eller til tekstiler til bygningskonstruktioner og meget mere.



Alexandria Plewnia
kommenterede
Octogarns
genanvendelige
egenskaber:

"Den store fordel, vi har, er, at vi sigter mod at gøre Octogarn til et monomateriale. Det gør det muligt at nedbryde materialet efter brug og genanvende det i produktionscyklussen."



Co-funded by
the European Union

Financed by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Commission and the Executive Agency (EACE). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

CLICK TO
VIEW

Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Integration af digitale værktøjer og teknologi i bæredygtige aktiviteter	☆☆ (Uenig)	-
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆ (Helt uenig)	-
Digitale værktøjer i bæredygtig markedsføring og salg	☆ (Helt uenig)	-
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆☆☆ (Enig)	Brug af Vispi til at reducere forsøg, hvilket sparer materiale og energi.
Medarbejderuddannelse i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆ (Neutral)	-
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆ (Neutral)	-
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆ (Neutral)	-

Bæredygtighed og digital innovation Højdepunkter



- **Patenteret Octogarn:** Giver industrien en ny mulighed for at reducere produktionen af fluorpolymerer og ikke-bæredygtige vandafvisende tekstiler. Fordelen ligger også i, at det ikke behøver at blive imprægneret, da garnet i sig selv har vandafvisende egenskaber.
- **Simuleringssoftware:** Giver forskere mulighed for at visualisere og teste resultater digitalt uden at spille ressourcer og omkostninger.

Alexandria nævner apps som en lukrativ platform til at møde forretningspartnere:

"I begyndelsen havde jeg en innovativ idé og ønskede at skabe en virksomhed ud af den. Jeg ønskede at finde en partner at starte den med og besluttede at søge online på apps til matchning af iværksættere. Heldigvis var den første profil, jeg stødte på, den perfekte match til at starte Octogarn."



Udvalgte gode praksiseksempler



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Produktdesign: Cirkulær produktlivscyklus / Genanvendelse	Produktet er designet som et monomateriale, så det let kan genanvendes og genindføres i produktionen. OCTO har også til hensigt at bruge genanvendt PET til materialer.
Miljøpåvirkning	Reduceret CO2-aftryk: Kemisk reduktion	Octogarn produceres naturligt uden kemikalier som erstatning for fluorpolymerer i vandafvisende stoffer.
Miljøpåvirkning	Affaldsreduktion	Affaldsbesparende processer foretrækkes, og processen er designet, så hjælpematerialer kan genbruges.
Arbejdsforhold	Social beskæftigelse	Vi ansætter i øjeblikket medarbejdere og tilskynder til mangfoldige teams.
Arbejdsforhold	Fair lønninger / sikre arbejdsforhold forhold	Lønninger og arbejdsforhold er fastsat i henhold til overenskomsten for den offentlige sektor, da virksomheden drives under et universitet.

Digitale værktøjer i brug



- **Green Web Foundation-websted:** Er i øjeblikket i gang med at opbygge deres websted på en bæredygtig hostudbyder
- **Supply Blockchain:** OCTO har til hensigt at implementere blockchain for at skabe gennemsigtighed i forsyningskæden
- **VISPI:** Simulator af polymerstrømme under spinding til forskningsformål
- **AI:** Anvendes til marketing og sociale medier
- **DeepL:** Til oversættelse af officielle dokumenter til engelsk

Udforsk mere



- [Grundlæggelse af Octogarn](#)
- [Videopræsentation af OCTO \(GER\)](#)
- [Chemstar-interview med medstifter Alexandra Plewnia](#)



Alexandria fremhæver vigtigheden af at lære af andre erfarne iværksættere:

"Når man starter en virksomhed, skal man gøre mange ting for første gang uden at vide noget om det. En stor udfordring var at finde ud af, hvor man skulle starte. Det, der hjalp os, var at deltage i flere start-up-programmer. Workshops og netværk med kommende iværksættere og brancheeksperter hjalp os med at skabe vores vision."

Foreslået klasseaktivitet:



Instruktioner:

For at uddybe din forståelse af ansvarligt iværksætteri vil vi diskutere OCTO Tysklands forretningsmodel. Casen fremhæver et almindeligt "Deep Tech"-paradoks: OCTO har bæredygtig teknologi i verdensklasse (grøn), men vurderer selv sin digitale modenhed inden for salg/markedsføring som "lav". I denne aktivitet skal du identificere og reflektere over den digitale kløft mellem at levere bæredygtige produkter og at kuratere digitale forretningspraksisser. Derefter skal du gennem et simulationsspil agere som interessenter, der forhandler om forretningsmuligheder.

Aktivitetens mål:

Gennemgå detaljerne i OCTO-casestudiet og brug nedenstående vejledende spørgsmål til at diagnosticere deres nuværende forretningsmodel ved hjælp af **Triple Layer Business Model Canvas** (TLBMC)-rammen.

Forventet Resultat



Når du har gennemført denne aktivitet, vil du have opnået kritisk tænkning erfaring med at identificere forskelle mellem bæredygtige forretningsmetoder og digitalisering.

Aktivitet 1 – Klassediskussion (15-20 minutter)

Overvej følgende spørgsmål og diskuter dem i klassen:

Tema 1: Dobbelt overgang

- OCTO bruger kun "Vispi"-softwaren til intern forskning og udvikling. Burde de skifte til at sælge denne software som en service (SaaS) til mærker i stedet for kun at sælge garn?
- OCTO innoverer digitalt i laboratoriet, men bruger traditionelle salgsmetoder. Kan de hævde at være førende inden for "Twin Transition", hvis deres digitalisering ikke når ud til kunderne?

Tema 2: Bæredygtighed

- Store mærker (North Face osv.) er afhængige af etablerede, og formentlig ikke særlig bæredygtige, forsyningskæder. Undervurderer OCTO de enorme omkostninger og risici, der er forbundet med, at kunderne skal omlægge deres egen forsyningskæde og skifte til deres "grønne" garn?
- Kan OCTO skalere fra et universitetslaboratorium til masseproduktion uden at gå på kompromis med sine værdier om "social beskæftigelse" og "nul affald"? Hvordan kan det opnås?

Tema 3: Forretningsmodel

- I betragtning af at OCTO's kernekompetence er intellektuel ejendomsret (patentet og softwaren), bør de overhovedet være en garnproducent? Ville det være mere bæredygtigt og rentabelt at skifte til en licensmodel, hvor de blot sælger "opskriften" og "softwaren" til eksisterende fabrikker, i stedet for at forsøge at opbygge deres egne produktionslinjer?
- Hvis OCTO sælger deres 'opskrift' til en fast fashion-gigant, kan denne gigant bruge Octogarn-navnet til at grønvaske hele sit brand uden at ændre ret meget andet. Er det ansvarligt entreprenørskab at tjene penge på en branche, der måske bruger din innovation som et marketingredskab frem for en ægte systemisk forandring?

Aktivitet 2 – Netværksudfordringen "Økosystem-puslespillet" (45 minutter)

Tema: Opbygning af en forsyningskæde og et værdinetværk

I den virkelige verden kan et deep tech-firma som OCTO ikke lykkes alene. Deep tech-succes kræver et netværk af brands, investorer og forskere. I denne aktivitet opdeles klassen i fire interessentgrupper, der hver kun har en del af puslespillet. I skal netværke og udveksle information for at løse jeres specifikke forretningsmæssige udfordringer

Del 1: Forberedelse (15 minutter)

Opdel klassen i 4 grupper. Hver gruppe har kun sine egne data. De vil udveksle med andre grupper. Inden for hver gruppe er der jobkarakterer, som hver elev skal spille.

Grupperne starter med kontanter, grønne stjerner (bæredygtighed) og blå stjerner (digitalisering) til handel. Hvis en gruppe har brug for flere grønne stjerner, kan de købe dem af underviseren. Prisen forhandles på baggrund af gruppens specifikke forpligtelser eller incitamenter. Gruppe A: Innovatorerne (OCTO Tyskland)

- Jeres aktiv (hvad I HAR): Et patenteret, giftfrit, vandafvisende garn (Octogarn), der eliminerer "evighedskemikalier". I har **3 grønne stjerner** til enhver finansiering eller samarbejde, I kan tilbyde jeres partner.
- Dit problem (hvad du har brug for): Du har ingen kunder og ingen mulighed for masseproduktion. Du har brug for et brand til at teste produktet og kapital til at skalere. Du har kun **10.000 euro i kapital** og kan selv producere for 60.000 euro og har brug for at få 1 blå stjerne (digitaliseringsvurdering).

Gruppe B: Outdoor-mærkerne (f.eks. Patagonia)

- Din aktiv: Adgang til forbrugermarkedet for "camping og outdoor" og etablerede distributionskanaler, der anses for at være transparente og bæredygtige. Du har **60.000 euro** og 1 blå stjerne.
- Dit problem: Nye EU-regler forbyder fluorpolymere. Du har desperat brug for et bæredygtigt alternativt materiale for at kunne fortsætte med at sælge vandtætte jakker, men du ved ikke, hvordan du skal fremstille det. Du har brug for et alternativt materiale til dine produkter og skal opnå +2 grønne stjerner.

Gruppe C: Teknologipartnerne (F&U/producent)

- Din fordel: "Vispi" simuleringssoftware, der kan teste stoffer digitalt, hvilket sparer penge og affald. Samt producere ethvert stof. Dine produktionsomkostninger ligger mellem **20.000 og 40.000 euro**, og du har 2 blå stjerner at tilbyde.
- Dit problem: Du har en fantastisk software, men den er fanget i laboratoriet. Du har brug for en startup til at anvende den i den virkelige verden for at bevise, at den virker.

Gruppe D: Impact-investorerne

- Din aktiv: Finansiering og forretningsmentor. Du leder efter en startup med stort potentiale, som du kan investere op til **150.000 € i 0 grønne stjerner**.
- Dit problem: Du skal investere i et produkt, der understøtter den cirkulære økonomi for at opfylde din fonds grønne mål. Din fonds grønne mål er at have 5 grønne stjerner.

Regeringen: (Spillet af forelæseren)

- Dine aktiver: Du har 5 grønne stjerner at sælge. Du ønsker så mange bæredygtige samarbejder med samfundet som muligt. Hvis ansøgere viser, at de har en blå stjerne, kan du tilbyde dem en grøn stjerne til en billigere pris.
- Dit problem: Nye EU-regler forbyder fluorpolymere, og du har brug for partnere, der er så bæredygtige som muligt.

Del 2: Netværksmarkedet (15–20 minutter)

Instruktioner: Studerende skal forlade deres grupper og gå rundt i lokalet alene eller i par.

Målet: De skal finde personer fra andre grupper, der kan løse deres specifikke "problem".

Udvekslingen: Når de finder et match, skal de udveksle "visitkort" (eller blot skrive partnerens oplysninger ned). Jo flere forbindelser du opbygger, jo flere felter kan du udfylde i din Canvas i næste trin.

Del 3: Canvas-integration (15 minutter)

Eleverne vender tilbage til deres oprindelige grupper og udfylder deres Business Canvas med de forbindelser, de har opbygget, og sørger for at skrive de personer ned, de har talt med for hver aftale.

Del 4: Præsentation og debriefing (20 minutter)

Hver gruppe præsenterer hurtigt deres aftaler for klassen og diskuterer de netværksfærdigheder, de har lært.

Aktivitet 2 – Netværksudfordringen "Økosystem-puslespillet" (45 minutter)

Mekanisk oversigt:

Gruppe A: OCTO Tyskland (den nødlidende startup)

- Aktiver: (3 grønne stjerner – patentet) og 10.000 euro i kapital (næsten konkurs)
- Behov (for at vinde): 1 blå stjerne (for at validere teknologien)
- Skal slutte med > 0 € i kapital (kan ikke gå konkurs)
- Din strategi: Du har brug for Tech Partners tjenester (som koster 20.000-40.000 euro), men du har kun 10.000 euro. Du SKAL forhandle med partnere for at skaffe finansiering.

Gruppe B: Outdoor Brands (kunden)

- Aktiver: (1 blå stjerne – eksisterende it-systemer) og 60.000 euro i kapital
- Behov (for at vinde): (2 grønne stjerner – for at overholde EU-reglerne)
- Din strategi: Du har kontanter, og gennem samarbejde med virksomheder, der fremmer bæredygtige produkter og tjenester, kan du erhverve grønne stjerner. Men vær forsigtig, andre parter kan også være interesserede i grønne stjerner, hvilket kan drive prisen op.

Gruppe C: Tech Partners (tjenesteudbyderen)

- Aktiver: (2 Blue Stars - "Vispi" softwarelicenser)
- Tjenester: Du tilbyder digital validering.
- Pris: Du kan opkræve mellem 20.000 og 40.000 euro.
- Behov (for at vinde): 1 startup-kunde (du har brug for, at OCTO betaler dig).
- Indtægter: Maksimer din fortjeneste.
- Din strategi: Mød startups og se, hvilke samarbejder I kan indgå. Kan du forhandle med dem om finansiering?

Gruppe D: Investorerne

- Aktiver: 150.000 € i kapital
- Behov (for at vinde): (5 grønne stjerner – for at lukke din fond)
- Din strategi: Der er et begrænset antal grønne stjerner, og du skal bruge 5 af dem.

Gruppe E: Regeringen (tilsynsmyndigheden)

- Aktiver: (5 grønne stjerner – subsidier/certifikater)
- Reglen om "dobbelt omstilling": Hvis en gruppe har en blå stjerne, er den grønne stjerne billigere (administrationsgebyr).
- Din strategi: Tving industrien til at digitalisere ved at give grupper med blå stjerner incitamenter.



saendorn

Billedkilde: saendorn

saendorn GmbH

GRUNDLAGT

2024

MEDARBEJDERE

2

MARKEDSOMRÅDE

National

KUNDETYPE

B2B og B2C – Tilbyder direkte tjenester til forbrugere og virksomheder

SOCIALE MEDIER



<https://saendorn.de/en>

ROLLE I MODE-/TEKSTILINDUSTRIEN

saendorn udvikler bæredygtigt herretøj, der kombinerer funktionalitet, kvalitet, æstetik og komfort. Inspireret af en selvbestemt livsstil fokuserer mærket på materialer fra kontrolleret dyrkning og den højeste produktionskvalitet, alt sammen fremstillet i Tyskland.



Viktoria Vossebrecher forklarer, hvordan de skabte deres forretningskoncept:

"Alle i modeindustrien bør beslutte, hvordan de vil tilføre værdi til branchen. Ingen har brug for en nyprintet hættetrøje, og derfor besluttede vi at skabe tidløse styles, der kan bruges året rundt. Vi omfavner minimalistisk design for at sikre lang levetid og følger ikke aktuelle eller sæsonbestemte trends. Vi designer snarere bevidst tøj og udgiver det i begrænsede mængder efter en just-in-time-produktionsmodel."



Financed by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Innovation and Executive Agency (EIEA). Neither the European Union nor EIEA can be held responsible for them.

Champion Digital, mangfoldig og bæredygtig fremtid

CLICK TO VIEW

Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Integration af digitale værktøjer og teknologi i bæredygtige aktiviteter	☆☆☆☆ (Enig)	Vil arbejde med teknologier som Notion
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆☆☆☆ (Enig)	Anvendes til fremtidig performance marketing.
Digitale værktøjer i bæredygtig marketing og salg	☆☆☆☆ (Enig)	Anvendes til fremtidig performance marketing.
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆ (Uenig)	Hovedsageligt manuelt arbejde.
Medarbejderuddannelse i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆ (Neutral)	Flere medarbejdere skal uddannes.
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆ (Uenig)	Åben for nye digitale værktøjer og teknologier i fremtiden.
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆☆ (Enig)	-

Bæredygtighed og digital innovation Højdepunkter



- **Gennemsigtighed i forsyningskæden:** Angiver eksplicit placeringen af producenter, væverier, knap- og lynlåsfabrikanter.
- **Reducering af affald:** Virksomheden udnytter restlager til nye beklædningsgenstande og undgår at skabe mere affald ved at reducere antallet af prøveomgange
- **Fokus på holdbarhed:** Blanding af genanvendte og økologiske materialer med blandede fibre for at sikre en længere produktcyklus

Viktoria Vossebrecher kommenterer kontroversen om monomaterialer:

"Ved at kombinere fordelene ved naturlige og syntetiske fibre tager man også højde for stilfaktoren. Efter ti vaske har en bomuldschino allerede et 'brugt' look. Ved at omfavne holdbarhed anerkender man, at produktet skal holde sig i topform i længere tid, hvilket man ikke let kan opnå med monomaterialer."



Udvalgte gode praksis



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Reduceret CO2-aftryk	Materialerne indkøbes og produceres udelukkende i Tyskland og Italien for at minimere det økologiske fodaftryk.
Miljøpåvirkning	Produktdesign	Produkterne fokuserer på funktionalitet, kvalitet og holdbarhed ved hjælp af blandede materialer og er designet til at kunne bruges i flere sæsoner.
Arbejdsforhold	Fair løn	Produktionen foregår bevidst tæt på hovedkontoret for at sikre fair lønninger.
Gennemsigtighed	Gennemsigtighed i forsyningskæden	Produktkataloget på hjemmesiden angiver nøjagtigt materialernes sammensætning, hvor de er indkøbt og produceret.
Materialer	Økologisk bomuld / genanvendt polyamid	Tøjet er fremstillet af økologiske og genanvendte materialer. Der anvendes blandede fibre for at opnå en naturlig fornemmelse.

Digitale værktøjer i brug



- Brug af kunstig intelligens til marketing og sociale medier

Udforsk mere



- [Grundlæggere af saendorn](#) (GER)
- [Grundlæggerne af saendorn](#) (ENG)

Viktoria kommenterede også de største udfordringer, de stod over for, da de startede deres virksomhed.

”Under finansieringsfasen var jeg ikke klar over, hvor svært det var at forklare, hvad bæredygtig eller innovativ mode egentlig er, til folk, der ikke er eksperter inden for tekstil eller mode.”



Foreslået klasseaktivitet: Præsentation af bæredygtigt koncept



Instruktioner

For at få en dybere forståelse af Saendorn-sagen og styrke dine kompetencer inden for bæredygtighed, digitalisering, iværksætteri og inklusion skal du gennemføre følgende aktivitet. Denne opgave opfordrer dig til at analysere Saendorns forretningsmodel og foreslå en innovation, der understøtter den dobbelte omstilling og inkluderende iværksættertænkning.

Aktivitetsens mål:

Du skal bruge **Triple Layer Business Model Canvas (TLBMC)** fra *FAIR FASHION Digital Toolbox* til at identificere en mulighed for Saendorn til at vokse bæredygtigt, styrke sin digitale modenhed og ekspandere inkluderende.

Forventet resultat



Ved at gennemføre denne aktivitet vil du anvende virkelighedsnær tankegang om bæredygtighed, digital ræsonnement og entreprenørsk analyse til at forestille dig, hvordan Saendorn kan udvikle sig som et ansvarligt, inkluderende og fremtidsorienteret modemærke.

Aktivitet 1 – Refleksion over casen (10–15 minutter)

Baseret på oplysningerne i Saendorn-casen skal du reflektere over følgende vejledende spørgsmål:

- 1. Bæredygtighedsstyrker:**
Hvilke aspekter af Saendorns nuværende model understøtter bæredygtighed (f.eks. gennemsigtighed, holdbarhed, just-in-time-produktion, brug af restlager)?
- 2. Digitale muligheder:**
Hvor ser du potentiale for Saendorn til at styrke sine digitale kapaciteter (f.eks. kundekommunikation, sporbarhed af materialer, designprocesser, performance marketing)?
- 3. Mangler i inklusion:**
Hvilke behov er der i øjeblikket ikke tilstrækkeligt dækket (f.eks. kropsdiversitet, tilgængelighed, bredere kønsidentiteter, overkommelige priser, materialefølsomhed)?

Din refleksion vil hjælpe dig med at identificere et område, hvor Saendorn kunne innovere.

Aktivitet 2 – Anvendelse af digitalt værktøj (45 minutter)

Brug **Triple Layer Business Model Canvas (TLBMC)** til at analysere og redesigne Saendorns forretningsmodel for at foreslå en bæredygtig, inkluderende og entreprenørsk innovation for virksomheden.

Udfyld de **tre lag** i canvasen for din foreslåede idé:

1. Økonomisk lag

Beskriv, hvordan innovationen kan:

- Skabe ny værdi for kunderne
- Generer indtægter på en bæredygtig måde
- Styrk Saendorns konkurrenceevne og modstandsdygtighed
- Integrer digitale værktøjer eller processer for at forbedre ydeevnen

2. Miljølag

Forklar, hvordan dit forslag kan:

- Reducere miljøpåvirkningen gennem hele livscyklussen
- Forbedre gennemsigtigheden og sporbarheden
- Forbedre holdbarhed, cirkularitet eller materialeeffektivitet
- Bruge digitalisering (f.eks. sporing af påvirkning, kortlægning af forsyningskæden) til at understøtte bæredygtigheds mål

3. Socialt lag

Overvej, hvordan innovationen kan:

- Forbedre inklusion (f.eks. størrelsesudvalg, tilgængelighed, samfundsengagement)
- Styrke fair arbejdsforhold og ansvarlig sourcing
- Forbedre kommunikationen om bæredygtighed til forskellige målgrupper
- Støt etisk branding, der er i tråd med dine værdier

Studerende kan udfylde canvasen digitalt (anbefales) ved hjælp af en hvilken som helst tilgængelig online TLBMC-skabelon eller genskabe den i et dokument.

Aktivitet 3 – Konceptpræsentation (5 minutter pr. præsentation)

Forbered en kort præsentation, der indeholder:

- Den mulighed, du har identificeret
- Vigtige indsigter fra din TLBMC
- Hvordan din foreslåede innovation styrker:
 - bæredygtighed
 - digitalisering
 - inklusivitet
 - iværksætterevnen

TYRKIET

CASESTUDIER



1. A.I.T.
2. Ereks Blue Matters
3. Myth AI
4. Orhun AI Labs - Optimimax
5. WearTechClub
6. Yugen Company



A.I.T. Bilgisayar Sistemleri Makine San. ve Tic. Ltd. Şti.

GRUNDLAGT

1996

MEDARBEJDER E

6 - 38

MARKEDSOMRÅDE

Lokalt, nationalt og internationalt

KUNDETYPE

B2B og B2C – Tilbyder direkte tjenester til forbrugere og virksomheder

SOCIALE MEDIER



HJEMMESIDE

www.ait.com.tr

ROLLE I MODE- /TEKSTILINDUSTRIEN

A.I.T. er Tyrkiets første og eneste virksomhed, der siden 1996 har leveret software, hardware, forbrugsvarer og teknisk support til tekstilindustrien. A.I.T. er en pioner inden for digital tekstilteknologi og tilbyder løsninger, der dækker hele spektret fra design til produktion. Virksomheden styrker modebrands med industrielle digitale trykmaskiner, AI-understøttede softwareværktøjer og designautomatisering, hvilket muliggør fleksibel og personlig produktion.



Umut Çeliker forklarer, hvordan de integrerer AI i deres tjenester:

"Hvad gør vores kunstige intelligensværktøjer? Sammen med webbaseret datasoftware giver de dig mulighed for at generere nye tekstilmønstre meget nemmere og hurtigere ved hjælp af generativ AI – direkte i designproduktionsprocessen og inden for de begrænsninger, du sætter."



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for the content.

Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Integration af digitale værktøjer og teknologi i bæredygtige aktiviteter	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Bruger kun webbaserede værktøjer for at eliminere papirrapportering.
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Der lægges vægt på personalisering ved hjælp af digitale værktøjer.
Digitale værktøjer inden for bæredygtig markedsføring og salg	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Fokus på at promovere miljøvenlige produkter via digitale midler.
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Digitaltryk reducerer vandforbruget betydeligt.
Medarbejderuddannelse i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Medarbejdere, der er uddannet i at bruge digitale værktøjer og anvende bæredygtige praksis.
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Beslutninger er stærkt påvirket af digitale indsigter.
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Proaktiv i forhold til at indføre digitale og grønne innovationer.

Bæredygtighed og digital innovation – højdepunkter



- **Vandbesparelse:** Bruger maskiner, der er designet til at minimere vandforbruget ved tekstiltryk.
- **Digitalt produktdesign:** Anvender digitale værktøjer til at strømline farvestyring og mønsterudvikling.
- **Papirløs strategi:** Internt udviklet CRM eliminerer papiraffald gennem webbaserede operationer.
- **AI og automatisering:** Tilbyder proprietære AI-værktøjer til mønsterdesign, hvilket forbedrer hastigheden og kreativiteten.
- **Certificeringer og leverandørstandarder:** Samarbejder kun med certificerede materialeleverandører (f.eks. farvestofleverandører).



Çeliker kommenterede vandforbruget som et vigtigt spørgsmål for bæredygtighed i tekstilindustrien:

"Vand forbruges og forurenes desværre. Ud over forbruget forringer vi også de eksisterende vandressourcer gennem tekstiler. Der arbejdes løbende med dette problem. Vi er faktisk en af de førende virksomheder i Tyrkiet, der arbejder på dette område."



Fremhævede gode praksis



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Lavt vandforbrug	Bruger trykmaskiner, der reducerer vandforbruget betydeligt
Miljøpåvirkning	Produktdesign	Fremmer digital trykning for at reducere miljøbelastningen
Digitale praksis	Digitale designværktøjer	Leverer avanceret software til farve- og mønsterdesign

Digitale værktøjer i brug



- **Miracle Textile Software (Colorway, ColorSEP):** Avanceret farveseparation og mønsterdesign for optimal output.
- **Wear Design:** Simulerer færdige tekstildesign på produkter og modeller.
- **Power RIP4:** Behandler digitale billeder til storformatprintere.
- **AIT AI Tools:** Intern AI-pakke, der understøtter kommercielt tekstildesign.
- **AIT CRM:** Et tilpasset CRM-system til papirløs styring af driften og sporing af salg/tjenester.

Udforsk mere



- [AI-mønsterdesign-demo](#)
- [Digital udskrivning i praksis – kort](#)
- [Mønstervisualiseringsværktøj](#)
- [Miljøvenlige trykløsninger](#)



Çeliker kommenterede også, hvordan mode er en drivkraft i branchen, der påvirker bæredygtigheden.

"Som du sikkert kan forstå, ændrer modens dynamik også processen med at gøre verden grønnere hvert år, når mode kommer ind i billedet. Det ene år er trykte designs på mode. Det næste år bliver utrykte varer trendy. Og så går alting i stå – fabrikkerne står stille."

Foreslået aktivitet: Forståelse af, hvordan digitalisering fremmer bæredygtighed hos A.I.T.



Instruktioner:

Baseret på A.I.T.-casestudiet skal du matche hver digital praksis eller teknologi, som virksomheden bruger, med den miljømæssige påvirkning, den skaber.

Gennemgå listen over digitale aspekter og miljøpåvirkninger nedenfor. Tegn streger (eller tildel matchende bogstaver/tal) for at forbinde hvert digitalt aspekt med dets mest relevante miljøpåvirkning. Nogle digitale værktøjer kan bidrage til mere end ét miljøresultat – vælg den primære påvirkning.

Aktivitetens mål:

Du vil forstå sammenhængen mellem digitale teknologier og miljøpåvirkningen i mode- og tekstilindustrien. Ved at analysere A.I.T.-casen vil du undersøge, hvordan specifikke digitale værktøjer og systemer bidrager til målbare bæredygtighedsresultater, især inden for ressourceeffektivitet og affaldsreduktion, hvilket gør den dobbelte omstilling uadskillelig.

Forventet Resultat



Når du har gennemført denne aktivitet, vil du være i stand til at:

- Identificere klare årsag-virkningsforhold mellem digitalisering og bæredygtighed
- Anerkend, hvordan digitale beslutningsværktøjer reducerer miljøpåvirkningen i modeproduktionen
- Anvende dobbelt omstillingstænkning (digital + grøn) på et virkeligt tekstilteknologifirma

Del A — Digitale aspekter hos A.I.T.

- A. Digitale tekstiltryk-teknologier
- B. AI-understøttet mønster- og designsoftware
- C. Webbaseret CRM og papirløs workflow
- D. Digitale farvestyrings- og simuleringsværktøjer
- E. Designautomatisering og virtuelle visualiseringsværktøjer

Del B — Miljøpåvirkninger

- A. Reduceret vandforbrug i tekstil trykprocesser
- B. Mindre brug af kemikalier og reduceret spild af farvestoffer
- C. Eliminering af papiraffald og reduceret administrativt fodaftryk
- D. Reduceret materialespild gennem færre fysiske prøver
- E. Forbedret produktionseffektivitet, der fører til lavere energi- og ressourceforbrug

Refleksionsspørgsmål

- Hvilket digitalt værktøj hos A.I.T. tror du har den største miljømæssige indvirkning, og hvorfor?
- Hvordan hjælper digitalisering med at fremme bæredygtighedsindsatsen, inden den fysiske produktion går i gang?
- Kan du tænke på en anden miljøpåvirkning, der kunne opstå, hvis A.I.T. yderligere udvider sine digitale værktøjer?

EREKS-ERA

Ereks Konfeksiyon Sanayi ve Ticaret A.Ş. Blue Matters

GRUNDLAGT

1985

MEDARBEJDER E

600

MARKEDSOMRÅDE

Lokalt, nationalt og internationalt

KUNDETYPE

B2B

SOCIALE MEDIER



HJEMMESIDE

www.ereksgarment.com

ROLLE I MODE- /TEKSTILINDUSTRIEN

Ereks Blue Matters er en førende denimproducent, der er dybt engageret i bæredygtighed, digital integration og procesinnovation og producerer højtydende, miljøvenlig denim gennem avancerede digitale systemer. Virksomheden er pioner inden for anvendelsen af disse teknologier i mode- og tekstilsektoren ved at implementere intelligente, ressourceeffektive produktionsmetoder, der baner vejen for den næste generation af bæredygtige denimløsninger.



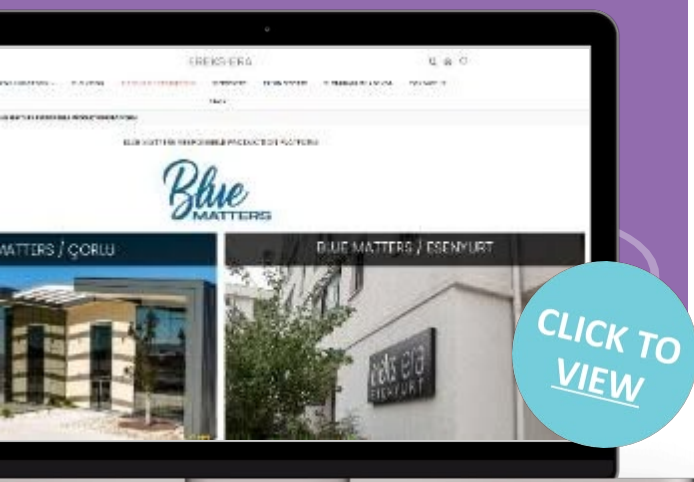
Pelin Birsan forklarer deres vision om at integrere dyb teknologi i EREKS:

"Hos Ereks Denim er digital transformation grundlæggende. Hele vores fabrik kører på et integreret ERP-system, der muliggør en problemfri digital strøm. Vi arbejder konstant på at indføre nye teknologier for at øge effektiviteten og reducere vores miljøaftryk. Digitalisering er en løbende proces for os, der er afgørende for at optimere alt fra energiforbrug til affaldshåndtering."



Co-funded by
the European Union

Financed by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Commission or the Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Integration af digitale værktøjer og teknologi i bæredygtige aktiviteter	☆☆☆☆ (Enig)	ERP-systemet anvendes i alle virksomhedens aktiviteter, herunder fabrikkerne.
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Indsigt siden 1985 fra virksomhedens B2B-kunder har været med til at forme virksomhedens boutique- og bæredygtige produktionsstrategier frem til i dag.
Digitale værktøjer inden for bæredygtig markedsføring og salg	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Der anvendes integrerede ERP-værktøjer.
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆☆☆ (Enig)	Ud over at bruge økologisk bomuld anvendes regnvand, laserteknologier og øko-sten til at reducere vandforbruget og dannelsen af giftige kemikalier som led i bevidste affaldshåndteringsstrategier.
Medarbejderuddannelser i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆☆ (Enig)	Medarbejderne får en grundig orientering og praktisk introduktion til digitale og bæredygtige praksis.
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆☆ (Neutral)	Påvirket, men ikke bevidst indsamlet
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆ (Neutral)	Selvom der er vilje til det, prioriteres det ikke på grund af budgetbegrænsninger.

Bæredygtighed og digital innovation – højdepunkter



- **Integreret digital produktion:** Driver hele fabrikken med ERP for at sikre et problemfrit digitalt flow og optimerede processer.
- **Avanceret vandforvaltning:** 90 % vandgenanvendelse og opsamling af regnvand på det LEED-certificerede anlæg.
- **Reducerede skadelige processer:** Betydelig reduktion af stenvask ved hjælp af laser- og øko-sten-teknologier.



Birsen understregede deres holistiske tilgang til bæredygtighed siden 1985:

"For Ereks Denim er bæredygtighed en omfattende tilgang, der har været en del af vores kerneværdier siden 1985. Vores LEED-certificerede fabrik har regnvandopsamling og et 90 % vandgenanvendelsessystem. Vi har reduceret den miljøskadelige stenvask drastisk til kun 8 % af produktionen takket være lasere og øko-sten. Ud over miljømæssige gevinster omfatter vores fokus på social bæredygtighed også inkluderende sundhedsprogrammer og initiativer. Ægte bæredygtighed dækker miljømæssige, sociale og økonomiske aspekter holistisk.



Udvalgte gode praksis



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Lavt vandforbrug	Anvender avancerede vandfiltrerings- og genanvendelsesmetoder for at reducere vandforbruget betydeligt.
Miljøpåvirkning	Produktdesign	Reducerer stenvaskeproduktionen ved hjælp af laser- og øko-sten-teknologier.
Digitale praksis	Digitale designværktøjer	Anvender et integreret ERP-system, der forbinder hele fabrikken og letter digital kvalitetskontrol med tabletscanning

Digitale værktøjer i brug



- **Canias ERP-system:** Integreret værktøj til planlægning af virksomhedens ressourcer, der bruges til at strømline produktion, lager og forretningsdrift på tværs af afdelinger.



Udforsk mere



- [LinkedIn-opslag | Denim-aftale](#)
- [IULM Romain Narcy | Ereks-Blue Matters](#)
- [LinkedIn-opslag | Ereks-Blue Matters](#)
- [DDM Egitim | Ereks-Blue Matters](#)
- [LinkedIn-opslag | rematters – løsninger til genanvendelse af tekstiler | 11 kommentarer](#)



Birsen understregede behovet for at skabe en bæredygtig fremtid gennem innovation.

"Mode er uløseligt forbundet med deep tech og bæredygtighed. Det handler ikke længere kun om produktet, men om hvordan det er fremstillet. Vi prioriterer bæredygtige stoffer og bruger avanceret teknologi som lasere for at minimere spild i denimproduktionen. Fremtiden for mode kræver en 'dobbelt transformation': en blanding af grønne praksisser og digital innovation. Det betyder, at vi skal udnytte smart produktion til at reducere ressourceforbruget og skabe ansvarlige produkter af høj kvalitet. Mode spiller en vigtig rolle i at vise, at stil og bæredygtighed kan gå hånd i hånd."

Foreslået aktivitet: Digital møder grøn: Design af det næste digitale skridt for EREKS Blue Matters



Instruktioner:

I denne aktivitet skal du undersøge, hvordan EREKS Blue Matters i øjeblikket bruger digitale teknologier til at understøtte sine bæredygtighedsmål. Derefter går du videre end analysen og foreslår nye digitale løsninger, der kan styrke virksomhedens miljøpræstationer og digitale modenhed yderligere, ved at anvende dobbelt overgangstænkning i en praktisk, reel kontekst. Du gennemfører denne aktivitet i tre faser.

Aktivitetens mål:

Målet med denne aktivitet er at hjælpe dig med at analysere, hvordan eksisterende digitale teknologier understøtter bæredygtighed hos EREKS Blue Matters, og at opmuntre dig til at tænke entreprenørskabsorienteret ved at foreslå nye digitale værktøjer, der kan styrke virksomhedens digitale modenhed og miljøpræstation yderligere. Gennem denne aktivitet vil du udvikle en forståelse for, hvordan digitalisering og bæredygtighed er forbundet og gensidigt forstærkende i mode- og tekstilindustrien.

Forventet Resultat



Efter at have gennemført denne aktivitet bør du være i stand til kritisk at analysere eksisterende digitale bæredygtighedspraksisser i en reel virksomhed, anvende værktøjsbaseret digital tænkning til at foreslå nye løsninger, demonstrere entreprenørskab og fremtidsorienteret ræsonnement samt klart formulere den dobbelte overgangslogik inden for mode- og tekstilindustrien.

Trin 1 – Analyse af eksisterende digitale teknologier

Baseret på EREKS Blue Matters-casestudiet skal du identificere digitale teknologier eller systemer, som virksomheden allerede bruger.

For hvert eksempel skal du kort forklare: Hvad det digitale værktøj gør, og hvordan det bidrager til bæredygtighed (f.eks. reduceret affald, ressourceeffektivitet, gennemsigtighed). Angiv mindst 2-3 eksempler.

Eksisterende digitalt aspekt	Hvad det muliggør	Bæredygtighedseffekt
Eksempel: Digital produktion planlægning	Bedre efterspørgselsprognoser forudsigelse	Reduceret overproduktion

Fase 2 — Forslag til nye digitale værktøjer

Forestil dig nu, at du er en del af innovationsteamet hos EREKS Blue Matters.

Brug inspiration fra **FAIR FASHION Digital Toolbox** til at foreslå mindst to nye digitale værktøjer eller systemer, der kan styrke virksomhedens digitalisering og bæredygtighed yderligere.

Foreslået digitalt værktøj	Formål	Forventet miljømæssig fordel
<i>Eksempel: Blockchain-baseret sporbarhed</i>	<i>Spor materialers oprindelse</i>	<i>Øget gennemsigtighed og ansvarlig indkøb</i>

Trin 3 — Innovationspræsentation

I denne sidste fase vil du igen fungere som medlem af innovationsteamet hos EREKS Blue Matters.

Forbered en 2-minutters præsentation, hvor du præsenterer en digital løsning, som du foreslog i fase 2. Din præsentation skal kort forklare:

- Det problem eller den mulighed, du har identificeret
- Det digitale værktøj eller system, du foreslår
- Hvordan det styrker både digitalisering og bæredygtighed
- Hvorfor er det et realistisk og værdifuldt næste skridt for virksomheden

Refleksionsspørgsmål

1. Hvilket eksisterende digitalt værktøj hos EREKS Blue Matters har i øjeblikket den største indvirkning på bæredygtigheden?
2. Hvilken foreslået digital løsning mener du vil være mest realistisk at implementere på på kort sigt?

MYTH AI

GRUNDLAGT

2020

MEDARBEJDERE

8

MARKEDSOMRÅDE

Lokal, national og international

KUNDETYPE

B2B og B2C – Tilbyder direkte tjenester til forbrugere og virksomheder

SOCIALE MEDIER



HJEMMESIDE

www.myth-ai.com



ROLLE I MODE- /TEKSTILINDUSTRIEN



Myth AI er et deep tech-generativt AI-firma med rod i design, bæredygtighed og effektivitetsinnovation, der producerer AI-drevne designprodukter og -løsninger. Virksomheden er pioner inden for integrationen af disse teknologier i mode- og tekstilsektoren, boligtekstiler, tæpper, keramik og spilindustrien ved at udvikle intelligente, personaliserede designværktøjer, der kombinerer hurtig mønstergenerering med næste generations bæredygtige arbejdsgange.



Gökçe Dinçer understregede AI's transformative rolle i at accelerere og personalisere udviklingen af digitale produkter.

"Hos Myth AI er deep tech centralt for vores aktiviteter. Vi har integreret 3D-produktudvikling, så kunder i forskellige sektorer – fra tekstiler til keramik – kan visualisere designs digitalt. Vores AI-plattform, der understøttes af Myth Academy, muliggør effektivt og personaliseret design, hvilket strømliner processerne betydeligt og tilfører værdi for kunderne."



Co-funded by
the European Union

Financed by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Innovation and Creativity Centre (EICC). Neither the European Union nor EICC can be held responsible for them.

Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Digitale værktøjer og teknologiintegration i bæredygtig drift	☆☆☆☆ (Enig)	Anvender avancerede visualiseringsværktøjer til produktdesign, hvilket reducerer materialespild betydeligt og forbedrer tidsstyringen ved at eliminere behovet for fysiske prøver
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆☆☆ (Neutral)	Bidrager indirekte til miljøpåvirkningen gennem slutbrugerens adfærd snarere end direkte anvendelse i forbindelse med bæredygtighedsspørgsmål.
Digitale værktøjer i bæredygtig markedsføring og salg	☆☆☆ (Neutral)	Prioriterer digitale værktøjer til marketing og salg, minimerer fysiske materialer ved hjælp af QR-koder og digitale platforme
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Fuldt digital i sine aktiviteter
Medarbejderuddannelser i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆☆ (Enig)	Prioriterer gensidig læring og intern videnoverførsel, især inden for det tekniske team, ved at integrere indkommende data og erfaringsbaseret feedback
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆ (Uenig)	Kommerciel beslutningstagning, styrer ressourceforbruget ved strategisk at begrænse output i høj opløsning
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆☆ (Enig)	Opererer digitalt og fremmer bæredygtighed med positive miljøpåvirkninger, der i høj grad er drevet af slutbrugerne.

Bæredygtighed og digital innovation – højdepunkter



- **AI-drevet 3D-design:** Tilbyder AI-værktøjer til 3D-produkt- og mønsterdesign, hvilket reducerer behovet for fysiske prøver og materialespild.
- **Personlige AI-platforme:** Skaber tilpassede AI-platforme til kunder, hvilket muliggør unikke, brandbaserede design.
- **Ressourceeffektiv arbejdsgang:** Fremmer digitalt design for at reducere CO2-aftrykket fra traditionel prøveudtagning betydeligt.
- **Operationel digitalisering:** Fremhæver digitale interne processer, herunder papirløs markedsføring.
- **Kontinuerlig digital uddannelse:** Fokuserer på intern uddannelse for alle teams for at maksimere brugen af digitale værktøjer og innovation.

Dinçer understregede, at udnyttelsen af digitale værktøjer er nøglen til at muliggøre bæredygtig produktion med lav miljøpåvirkning inden for mode:

"Myth AI bidrager til bæredygtighed ved at minimere fysisk affald i produktionen. Vores platform giver kunderne mulighed for at visualisere designs digitalt, hvilket reducerer materialespild og sparer tid. Vi styrer også vores eget fodaftryk, for eksempel ved at begrænse serverbruget til højopløselige output for at styre energiforbruget. Vores digitale tilgang fremmer i sagens natur effektivitet og ressourcebesparelser for vores kunder."



Udvalgte gode praksis



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Produktdesign	Minimerer affald i designprocessen og fremskynder produktionen med miljøbevidste
Digitale praksis	Digitale designværktøjer	Fremskynder kollektionsudviklingen med 90 %, så modebrands kan designe trendbaserede, personaliserede og bæredygtige kollektioner på få sekunder.

Digitale værktøjer i brug



- **Pipedrive:** CRM-plattform, der bruges af salgsadministratorer og -ledere til at strømline salgsprocesser og administrere pipelines.
- **Instagram:** Engagementsværktøj, der bruges af salgsteamet til at skabe kontakt til målgrupper og promovere produkter.
- **YouTube:** Uddannelses- og promoveringskanal, der bruges af salgs- og designteams til at dele tutorials og eksempler på produktanvendelse.

Udforsk mere



- <https://myth-ai.com/about-us/>
- https://www.youtube.com/@MYTH_AIGENERATOR?themeRefresh=1



Dinçer hævdede, at fremtiden for mode ligger i krydsfeltet mellem digital innovation og miljøansvar.

"Mode er afgørende for den dobbelte transformation af digitalisering og bæredygtighed. Vores avancerede 3D CAT-systemer og AI-værktøjer gør det muligt for modebrands at gentage designs digitalt, hvilket reducerer behovet for fysiske prototyper og dermed minimerer spild og energiforbrug. Denne digitale omstilling er nøglen til at gøre mode mere bæredygtig og beviser, at innovation driver både stil og økologisk ansvar."

Foreslået aktivitet: Omdesign af MYTH AI med fokus på bæredygtighed



Instruktioner

I denne aktivitet skal du analysere MYTH AI's forretningsmodel og redesigne den ved hjælp af Triple Layer Business Model Canvas (TLBMC) for at gøre bæredygtighed til et bevidst og centralt mål i stedet for et sekundært resultat.

Aktivitetens mål:

Målet med denne aktivitet er at hjælpe dig med at forstå bæredygtighedsintentioner ved at redesigne en digital modebranche-forretningsmodel ved hjælp af de økonomiske, miljømæssige og sociale lag i TLBMC.

Du vil undersøge, hvordan AI-drevet innovation kan tilpasses bæredygtighedsmål på en struktureret og målbar måde.

Forventet Resultat



Efter at have gennemført denne aktivitet vil du være i stand til at bruge Triple Layer Business Model Canvas til at redesigne en digital modevirksomhedsmodel med en klar bæredygtighedsintention og forklare, hvordan bevidst bæredygtighed styrker den dobbelte omstilling.

Fase 1 — Analyse af MYTH AI's nuværende forretningsmodel

Brug casestudiet til at analysere MYTH AI's eksisterende forretningsmodel. Fokuser på:

- Hvordan MYTH AI skaber værdi gennem AI og digitale værktøjer
- Hvor bæredygtighedsfordelene i øjeblikket viser sig (hvis overhovedet)
- Om bæredygtighed er bevidst, indirekte eller mangler
- Notér kort dine observationer, inden du går videre til redesignfasen.

Fase 2 — Omdesign af forretningsmodellen med TLBMC

Omdesign MYTH AI's forretningsmodel ved hjælp af Triple Layer Business Model Canvas. Når du udfylder canvasen:

- Økonomisk lag: Identificer, hvordan bæredygtighedsdrevet værdiskabelse styrker konkurrenceevnen og langsigtet levedygtighed.
- Miljølag: Definer eksplicite miljømål (f.eks. affaldsreduktion, ressourceeffektivitet effektivitet, undgået overproduktion) muliggjort af AI.
- Socialt lag: Overvej indvirkningen på interessenter såsom designere, brands og aktører i forsyningskæden.

Dit redesign skal tydeligt vise, hvordan bæredygtighed bliver en central intention og ikke et tilfældigt resultat.

Refleksionsspørgsmål:

Hvordan ændrer redesign af MYTH AI's forretningsmodel med Triple Layer Business Model Canvas bæredygtighed fra en indirekte fordel til et bevidst strategisk mål?

Orhun AI Labs - Optimimax

GRUNDLAGT

2020

MEDARBEJDERE

8

MARKEDSOMRÅDE

Lokalt, nationalt og internationalt

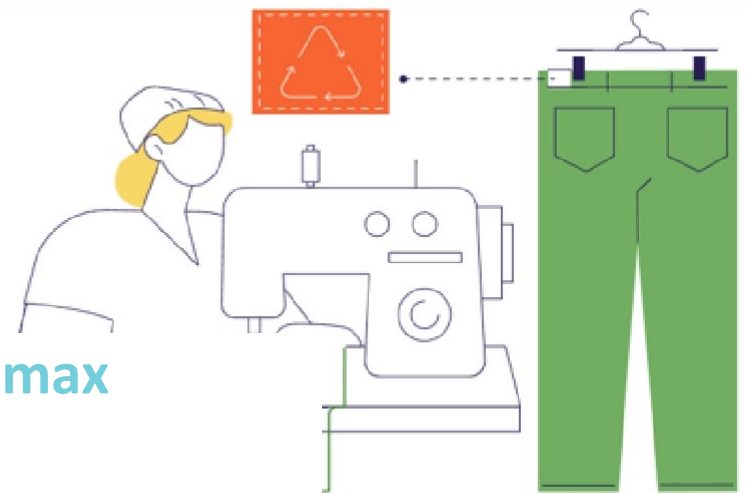
KUNDETYPE

B2B – Tilbyder direkte tjenester til virksomheder

SOCIALE MEDIER

HJEMMESIDE

<http://www.optimimax.com/>



ROLLE I MODE-/TEKSTILINDUSTRIEN

Orhun AI Labs' Optimimax er et øko-designsoftwarefirma med rod i bæredygtighed, AI og forudsigelse af miljøpåvirkning, der producerer AI-drevet digital assistance til bæredygtig produktudvikling. Virksomheden er pioner inden for integrationen af disse teknologier i tekstilsektoren og andre sektorer ved at udvikle intelligent, præstationsdrevet software, der kombinerer AI-drevet effektprognoser med næste generations øko-designløsninger.



Betül Bayram Uzun afslørede, hvordan deres Eco-Design AI Assistant omformer bæredygtig produktion ved at forudsige miljøpåvirkninger fra den allerførste designskitse:

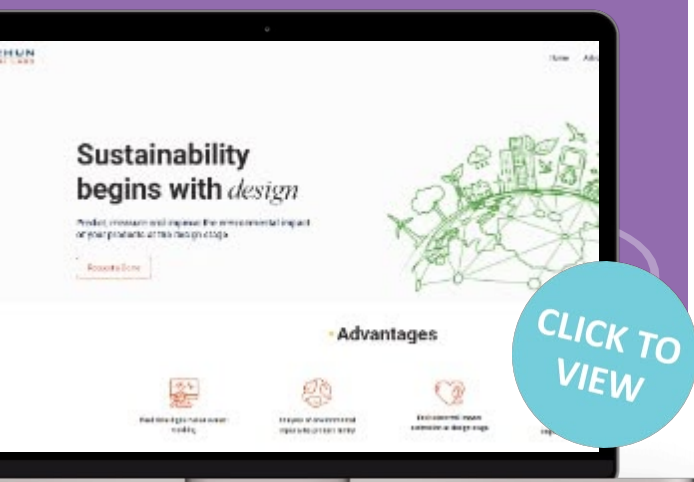
"Vores Eco-Design AI Assistant revolutionerer virksomhedernes tilgang til bæredygtighed ved at forudsige miljøpåvirkninger fra de tidligste designfaser og integrere direkte med virksomhedens ERP- og maskindata. Dette giver os mulighed for at estimere realtidspåvirkninger, såsom energiforbrug baseret på produktionssted, hvilket giver vores kunder et klart billede af deres fodaftryk og hvor der er plads til forbedringer.

Det er en gamechanger for proaktiv bæredygtighed."



Financed by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Commission and the Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Orhun AI Labs - Digital, Diverse & Sustainable Futures



CLICK TO VIEW

Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Digitale værktøjer og teknologiintegration i bæredygtig drift	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Udnytter digitale værktøjer til alt fra kodning til projektledelse.
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Digitale værktøjer bruges til kundedata og indsigt.
Digitale værktøjer i bæredygtig markedsføring og salg	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Digitale værktøjer bruges til kundedata og indsigt.
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Alle produktudviklings- og designprocesser er digitale og har sjældent eksterne miljøeffekter.
Medarbejderuddannelser i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Der tilbydes medarbejderuddannelse til alle teams i forbindelse med kompetenceudvikling inden for AI-teknologier.
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆☆ (Neutral)	Selvom det er datadrevet, foregår engagement og indsigtudvikling hovedsageligt gennem sektorens konventionelle kanaler.
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Udvikler løbende AI-teknologier inden for virksomheden

Bæredygtighed og digital innovation Højdepunkter



- **Eco-Design Prediction:** Bruger AI til at forudsige miljøpåvirkninger fra produktdesign og integrerer med kundedata for tidlig estimering af påvirkninger.
- **Overvågning af indvirkning i realtid:** Sporer miljøpåvirkninger under produktionen med henblik på løbende forbedringer og effektivitetsgevinster.
- **Tværasektoriel anvendelse:** Udvider AI-drevet konsekvensforudsigelse ud over tekstiler til andre produktionssektorer med stor indvirkning.
- **Datadrevne beslutninger:** Støtter bæredygtige valg gennem data og AI-drevet indsigt.
- **Digitale operationer:** Opretholder fuldt digitale interne operationer og bruger HubSpot til CRM.

Uzun adresserede hindringerne for at skalere bæredygtighedsteknologi i Tyrkiet:

"Markedet for bæredygtige løsninger er stadig under udvikling, især inden for tekstiler, på trods af stigende pres fra initiativer som Green Deal. Mens vi samarbejder med store aktører, undersøger vi aktivt andre sektorer med stor indflydelse, såsom metalproduktion, og udvider strategisk til det europæiske marked. Vores seneste markedsundersøgelse i Holland bekræftede en stærk efterspørgsel efter vores innovative løsninger, hvilket tyder på en lovende fremtid i udlandet, selvom det indenlandske marked er under udvikling."



Udvalgte gode praksis



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Produktdesign	AI-værktøjet hjælper virksomheder med at minimere miljøpåvirkningen og forbedre produktlivscyklusstyringen med færre risici, og er i øjeblikket fokuseret på beklædningssektoren.

Digitale værktøjer i brug



- **Hubspot-værktøj:** Kundeportal, der bruges af virksomhedens medarbejdere til at administrere kundedata og få handlingsrettede indsigter.

Udforsk mere



- https://www.linkedin.com/posts/orhunailabs_optimimax-circulareconomy-twintransformation-activity-7293208519648907264-nKXI?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoABjp3p4ByU6hwxPJy1O90vMrzYUfNlo ouDo
- https://www.linkedin.com/posts/orhunailabs_amsterdam-nfia-amsterdam-activity-7285932623678361600-gOnn?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoABjp3p4ByU6hwxPJy1O90vMrzYUfNlo ouDo



**Uzun viste, hvordan
kontinuerlig læring og
problemfri drift fremmer
både innovation og
kundesucces.**

"Optimimax kører på et fuldstændigt digitalt fundament. Fra kodning til projektledelse udnytter vi digitale værktøjer i vid udstrækning og har for nylig integreret HubSpot for at forbedre vores kundehåndtering. Vores engagement i det digitale går hånd i hånd med en stærk kultur for kontinuerlig intern uddannelse. Vi deler konstant viden på tværs af vores tekniske, marketing- og salgsteams, så alle er opdaterede med nye AI-værktøjer og bedste praksis. Denne interne læringscyklus er nøglen til vores effektivitet og kundengagement."

Foreslået aktivitet: Fra casestudiematching til strategisk indsigt



Instruktioner:

Digitale optimeringsværktøjer kan hjælpe virksomheder med at reducere spild, forbedre effektiviteten og træffe mere informerede miljøvalg – men deres værdi afhænger af, hvor og hvordan de anvendes. I denne aktivitet vil du undersøge, hvordan Orhun AI Labs optimeringsværktøjer kan understøtte bæredygtighed på tværs af forskellige forretningskontekster ved hjælp af virkelige virksomheder fra FAIR FASHION-casestudiesamlingen. Denne aktivitet består af to dele.

Aktivitetens mål:

Målet med denne aktivitet er at hjælpe dig med at forstå, hvordan datadrevne optimeringsværktøjer kan understøtte bæredygtighed ved at:

- Identificere egnede anvendelsestilfælde på tværs af forskellige virksomheder
- At knytte optimeringslogik til miljømæssige resultater
- Udforske, hvordan digitale værktøjer muliggør strategiske, evidensbaserede bæredygtighedsbeslutninger

Forventet resultat



Del A — Identificering af egnede virksomhedsmatch

Når du har gennemført denne aktivitet, vil du være i stand til at identificere relevante anvendelsestilfælde for digitale optimeringsværktøjer, forklare, hvordan datadrevne beslutninger understøtter bæredygtighedsresultater, og formulere den strategiske rolle, som optimeringsteknologier spiller i den dobbelte omstilling. Gennemgå FAIR FASHION-casestudiesamlingen. Vælg to virksomheder (eksklusive Optimimax), som du mener vil have stor gan af Optimimax. Besvar følgende spørgsmål for hver af de valgte virksomheder:

1. Hvad er den største operationelle eller bæredygtighedsmæssige udfordring, som virksomheden står over for?
2. Hvilket aspekt af Optimimax' værktøj kunne løse denne udfordring?
3. Hvordan kan optimering føre til målbare bæredygtighedsfordele (f.eks. reduceret affald, lavere energiforbrug, forbedret ressourceeffektivitet)?

Brug tabellen nedenfor til at strukturere din analyse:

Udvalgt virksomhed	Identificere t udfordring	Hvordan Optimimax kan hjælpe	Bæredygtighedsfordel

Del B — Datadrevet bæredygtighed hos Optimimax

Fokuser nu på Orhun AI Labs selv. Svar kort:

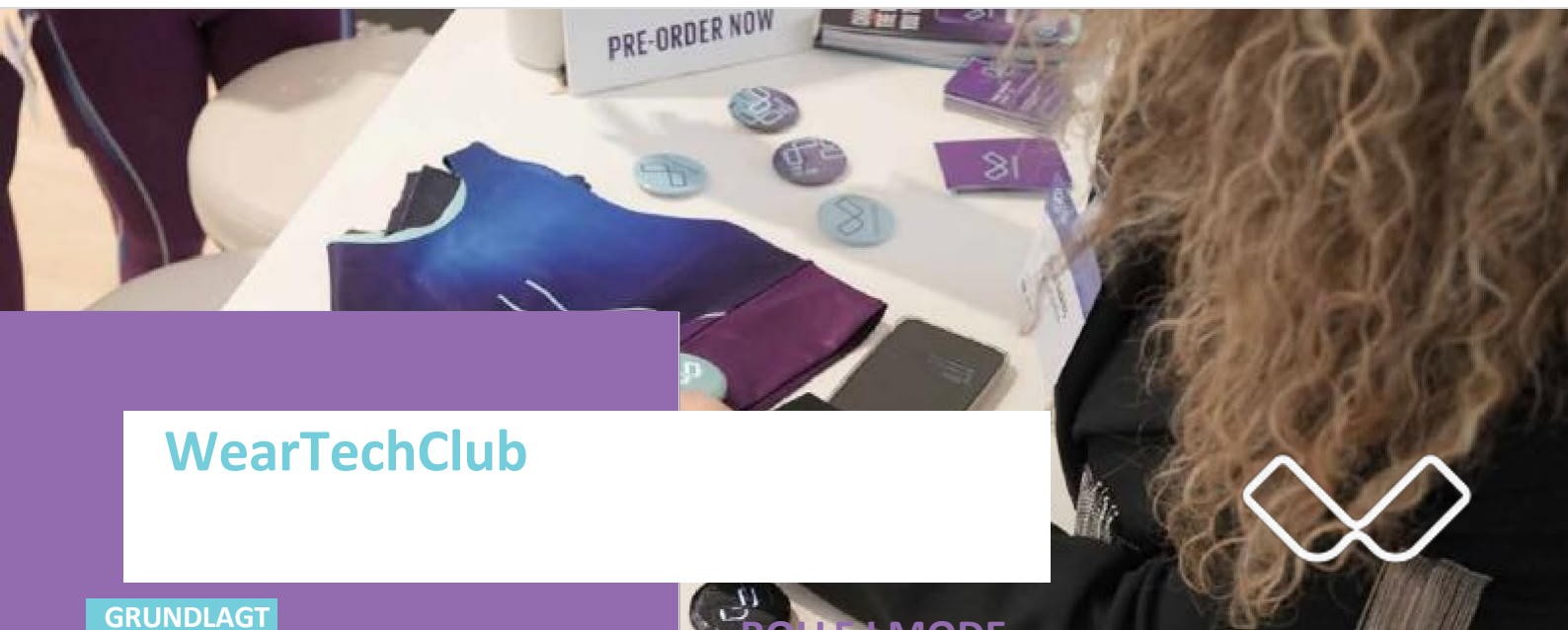
- Hvordan kan en virksomhed som Orhun AI Labs støtte datadrevet bæredygtig beslutningstagning for sine kunder?
- Hvilke typer data er mest afgørende for at muliggøre bæredygtighedsfokuseret optimering?
- Hvordan skifter brugen af data bæredygtighedsbeslutninger fra intuition til evidensbaseret strategi?

Du kan trække på eksempler fra casestudiet Orhun AI Labs – Optimimax eller indsigter fra FAIR FASHION Digital Toolbox.

Refleksionsspørgsmål:

- Hvordan viser anvendelsen af Optimimax' værktøjer i forskellige virksomheder, at bæredygtighedsudfordringer kræver datadrevne, kontekstspecifikke løsninger frem for standardløsninger?
- På hvilke måder kan datadrevet beslutningstagning ændre bæredygtighed fra et reaktivt mål til en proaktiv strategisk praksis for både Orhun AI Labs og dets kunder?





WearTechClub

GRUNDLAGT

2023

MEDARBEJDERE

16

MARKEDSOMRÅDE

Lokalt, nationalt og internationalt

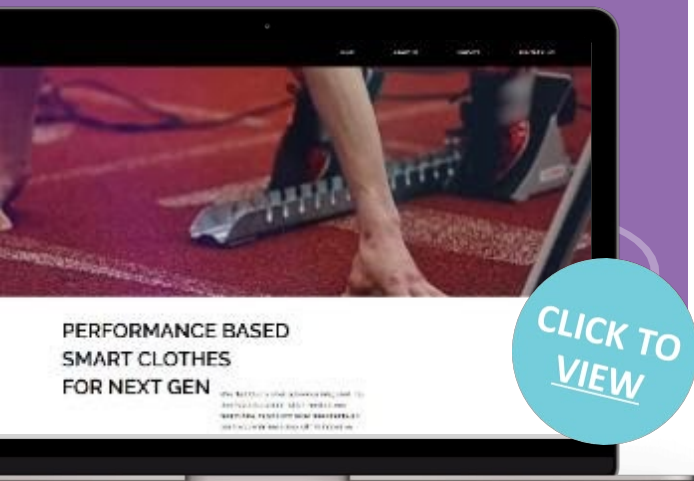
KUNDETYPE

B2B og B2C – Tilbyder direkte tjenester til forbrugere og virksomheder

SOCIALE MEDIER



www.weartechclub.com



ROLLE I MODE-/TEKSTILINDUSTRIEN

WearTechClub er et deep tech-firma inden for bærbar teknologi med rod i bæredygtighed, AI og sundhedsinnovation, der producerer præstationsbaseret smart tøj med AI-drevet digital træning. Virksomheden er pioner inden for integrationen af disse teknologier i mode- og tekstilsektoren i Tyrkiet og andre lande ved at udvikle intelligent, præstationsdrevet tøj, der kombinerer digital træning med næste generations bærbare løsninger.



Özgül Dalkılıç forklarer, hvordan de kombinerer deep tech, sundhed og mode:



"Vores bærbare teknologiprodukter kombinerer ikke kun stof, men også kunstig intelligens, IoT, indbygget software og sundhedsvidenskab. Med vores tværfaglige team baseret på ITU ARI Teknokent udvikler vi beklædningsgenstande, der kan analysere alt fra muskel- og nervebevægelser til vigtige sundhedsindikatorer. Vores mål er at skabe en digital sundhedskammerat, der giver enkeltpersoner mulighed for at overvåge og forstå deres egne data."



Co-funded by the European Union

Financed by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Research and Executive Agency (EREA). Neither the European Union nor EREA can be held responsible for them.

Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Digitale værktøjer og teknologiintegration i bæredygtige aktiviteter	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Udnytter IoT- og AI-værktøjer til at optimere ressourceanvendelsen, reducere spild og forbedre driftseffektiviteten.
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Avanceret dataanalyse udnyttes til at tilbyde personaliserede, miljøvenlige produktanbefalinger.
Digitale værktøjer inden for bæredygtig markedsføring og salg	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Datadrevne indsigter bruges til at målrette mod miljøbevidste målgrupper, hvilket reducerer CO2-aftrykket og fremmer gennemsigtighed.
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Digitale prototyper og værktøjer til bæredygtigt materialevalg bruges til at minimere miljøpåvirkningen.
Medarbejderuddannelser i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Medarbejderne er uddannet i brugen af digitale værktøjer inden for AI, IOT og bæredygtige praksis.
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Beslutninger er stærkt påvirket af digitale indsigter.
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Proaktiv i forhold til at indføre digitale og grønne innovationer.

Bæredygtighed og digital innovation – højdepunkter



- **Smart tøj med AI og IoT:** Wearables sporer sundhedsdata via indbyggede sensorer, understøttet af integration med mobilapps.
- **Cirkulært produkt design:** Bruger over 90 % bæredygtige materialer og en reparations-returmodel for at forlænge produktets levetid.
- **Digital sundhedsplatform:** App-baserede medlemskaber i flere niveauer giver indsigt i realtid og feedback fra eksperter.
- **Data for effekt:** Sundhedssporing reducerer sundhedsudgifterne og understøtter tidlig intervention.
- **Kontinuerlig innovation:** Månedlige workshops og teamtræning fremmer bæredygtig, teknologisk udvikling.
- **Certificerede materialer:** Samarbejder med certificerede leverandører og planlægger fuld grøn certificering i stor skala.

Dalkılıç fremhævede den afgørende rolle, som WearTechClubs model med tilbagetagning, reparation og genudsendelse spiller:

"For os handler bæredygtighed ikke kun om materialer – det handler om at reducere sundhedsudgifterne, forlænge produktets levetid og styrke brugerne. Vi bruger over 90 % bæredygtige materialer og implementerer et system med tilbagetagning, reparation og genforsendelse af slidte varer. Disse tiltag bidrager ikke kun til at reducere tekstilaffald, men også til at lette presset på sundhedssystemerne, hvilket gør det til en ægte grøn transformation."



Udvalgte gode praksis



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Genanvendte materialer	Anvender højtydende genanvendt polyamid fra certificerede leverandører.
Miljøpåvirkning	Produktdesign	Designer smart tøj med henblik på cirkularitet og langvarig brug, hvilket minimerer miljøpåvirkningen.
Grønne praksisser	Affaldsreduktion	Implementerer et reparations- og returneringssystem for at forlænge produktets levetid og reducere tekstilaffald.
Grønne praksisser	Reduceret CO2-aftryk	Sundhedsovervågning via wearables har til formål at reducere sundhedsrelaterede emissioner ved at muliggøre tidlig intervention.
Digitale praksisser	Digitale designværktøjer	Anvender digitale værktøjer til integrering af indbygget teknologi, udvikling af beklædning og app-baserede tjenester.
Digitale praksisser	E-handel Bæredygtighed	Tilbyder et digitalt medlemskabsmodel i stedet for fysisk produktfokuseret salg, hvilket reducerer unødvendig produktion.

Digitale værktøjer i brug



- **SolidWorks:** Avanceret industrielt design og 3D-modellering til produktudvikling.
- **ESP32 Framework:** Udvikling af IoT-enheder skræddersyet til bærbar teknologi.
- **TensorFlow:** Udvikling af AI- og maskinlæringsmodeller til intelligente systemer.
- **CLO 3D:** 3D-prototypingløsning til realistisk visualisering og design af beklædning.
- **Zephyr RTOS:** Realtidsoperativsystem optimeret til styring af indlejrede enheder.
- **MATLAB:** Biomekanisk dataanalyse til optimering af ydeevne og produkter.
- **PyCharm:** Python-programmeringsmiljø til AI og udvikling af indbygget software.
- **GitHub:** Versionskontrol og samarbejdsplatform platform til kode- og projektstyring.

Udforsk mere



- [WearTechClub Smart Sportsbeklædning Video](#)
- [WearTechClub Lanceringsvideo ISPO – München, december 2024](#)
- [WearTechClub-grundlæggeren præsenterer Video](#)
- [WearTechClub Sabanci Sunum Nano Open Webinar Video](#)



Dalkılıç kommenterede også, hvordan mode i dag skal kombinere funktion med formål og fremme bæredygtighed.

"Mode i dag defineres ikke kun af æstetik, men også af funktion og ansvar. Hos WearTechClub kombinerer vi funktionsfokuseret, sundhedsovervågende og bæredygtigt fremstillet tøj for at forene mode med velvære og miljøbevidsthed. Bærbar teknologi giver os et helt nyt perspektiv på tekstilernes fremtid."



Foreslået aktivitet: Brug af CLO 3D i tilfælde af WearTechClub



Instruktioner:

I denne aktivitet vil du undersøge, hvordan WearTechClub bruger CLO 3D, og analysere, hvordan dette værktøj bidrager til bæredygtighedsresultater ved at transformere traditionelle design- og produktionsprocesser.

Aktivitetens mål:

Målet med denne aktivitet er at hjælpe dig med at forstå, hvordan digitale 3D-designværktøjer, specifikt CLO 3D, understøtter bæredygtige praksis inden for mode ved at reducere materialespild, energiforbrug og overproduktion.

Forventet resultat



Efter at have gennemført denne aktivitet vil du være i stand til at forklare, hvordan CLO 3D reducerer miljøpåvirkningen inden for modedesign, analysere dets anvendelse inden for et reelt økosystem som WearTechClub og formulere, hvordan digitale designværktøjer muliggør bæredygtighed.

Analyse af CLO 3D's bæredygtighedspåvirkning

Baseret på WearTechClub-casestudiet og beskrivelsen af CLO 3D i den digitale værktøjskasse skal du besvare følgende:

1. Hvordan integrerer/ville WearTechClub integrere CLO 3D i sine aktiviteter (f.eks. uddannelse, prototyping, designudvikling)?
2. Hvilke faser i den traditionelle modedesignproces erstattes eller reduceres gennem CLO 3D?
3. Sæt CLO 3D-funktionerne nedenfor sammen med deres primære bæredygtighedspåvirkning:

CLO 3D-funktion	Bæredygtighedspåvirkning
Virtuel prototyping af beklædningsgenstande	Færre fysiske prøver
Digital tilpasning og simulering	Mindre materialespild
3D-designiteration	Reduceret tids-, energi- og ressourceforbrug
Oprettelse af digitale aktiver	Mindre CO2-aftryk fra logistik

Refleksionsspørgsmål:

1. Hvilke bæredygtighedsudfordringer (f.eks. overproduktion, affald, ineffektiv prøveudtagning) kan løses mest effektivt med CLO 3D?
2. Hvordan ændrer brugen af CLO 3D bæredygtighed fra en korrektion i et sent stadium til et designvalg i et tidligt stadium?

Yugen Company - Pomeco

YUGEN.

GRUNDLAGT

2022

MEDARBEJDERE

4

MARKEDSOMRÅDE

Lokalt, nationalt og internationalt

KUNDETYPE

B2B

SOCIALE MEDIER

HJEMMESIDE

  www.yugencompany.com

ROLLE I MODE-/TEKSTILINDUSTRIEN

Yugen Company er en start-up med stærkt fokus på cirkulær og bæredygtig materialeinnovation inden for tekstilindustrien. De udvikler plantebaserede, miljøbevidste materialer, der fungerer som bæredygtige alternativer til traditionelt og syntetisk læder. Med POMEKO genanvender de granatæbleskaller fra juiceproduktion, hvilket effektivt minimerer landbrugsaffald og samtidig er i tråd med skalerbare, bæredygtige produktionsmetoder. Deres proces, som er patentanmeldt, integreres i eksisterende produktionssystemer og demonstrerer en forpligtelse til miljøpåvirkning og bæredygtig innovation.

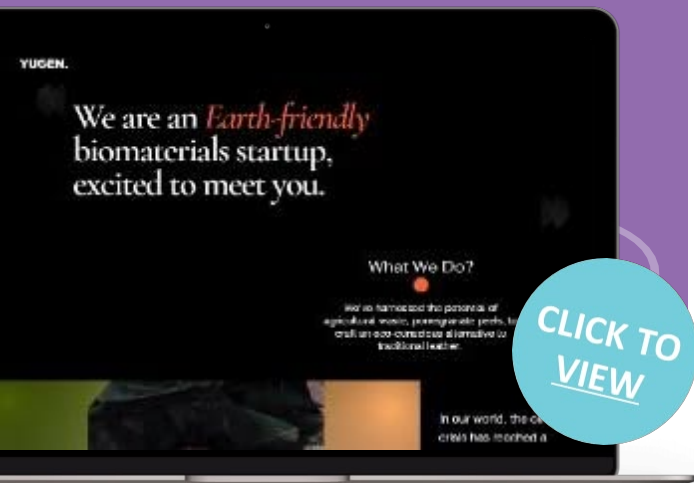


Sevgi Karkin understregede Pomecos strategiske skalerbarhed og bæredygtige design:

«Takket være vores bevidste partnerskabsstrategi har vi fra dag ét opbygget et skalerbart system, der omdanner frugtaffald til et bæredygtigt læderalternativ, der passer direkte ind i eksisterende produktionslinjer.»



Championing Digital, Diverse & Sustainable Futures



Co-funded by the European Union

Financed by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Innovation and Culture Executive Agency (EIC). Neither the European Union nor EIC can be held responsible for them.

Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Integration af digitale værktøjer og teknologi i bæredygtige aktiviteter	☆☆☆ (Neutral)	Har ingen daglig drift, da de er en startup i en tidlig fase
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆☆☆ (Neutral)	Gennemfører kundeundersøgelser på et optimalt niveau og identificerer brands, der er engagerede i bæredygtige beslutninger og tilpassede mål
Digitale værktøjer inden for bæredygtig markedsføring og salg	☆☆☆☆ (Enig)	Der udvikles i øjeblikket en separat brandingindsats, herunder Instagram og en hjemmeside, for at formidle produktets positive miljøpåvirkning
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆ (Uenig)	Planlægningsfase
Medarbejderuddannelse i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆☆ (Enig)	Medarbejderne er uddannet i at bruge tilgængelige og planlagte digitale værktøjer
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆☆☆ (Enig)	Beslutninger er påvirket af digitale indsigter.
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Proaktiv i forhold til at indføre digitale og grønne innovationer

Bæredygtighed og digital innovation – højdepunkter



- **Skalerbart bio-læder:** Genbruger granatæbleaffald fra Döhler til bæredygtigt læder, hvilket sikrer en ensartet, cirkulær forsyning.
- **Smarte produktionspartnerskaber:** Integreres med eksisterende læderfaciliteter for effektiv, skalerbar produktion.
- **Skræddersyet og ensartet:** Leverer skræddersyede materialer til mode- og bilsektoren med høj kvalitet i tekstur og farvekontrol.
- **Digitale vækstplaner:** Udforsker CRM/ERP-systemer og livscyklusværktøjer til at styre B2B-relationer og spore effekten.
- **Måltrettet branding:** Opbygning af en digital identitet, der afspejler virksomhedens engagement i bæredygtighed.

Karkin understreger vigtigheden af den skræddersyede tilgang til modebranding, som Yugen Company tilbyder:

"Fra farvekonsistens til tekstur kræver hvert brand noget unikt – derfor designer vi med fleksibilitet for øje og balancerer høje standarder med tilpasningsevne."



Udvalgte gode praksis



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Lavt vandforbrug	POMECO bruger betydeligt mindre vand i produktionen sammenlignet med traditionelt læder.
Miljøpåvirkning	Reduceret CO2-aftryk	Erstatning af animalske og petroleumbaserede materialer, hvilket minimerer CO2-udledningen.
Miljøpåvirkning	Produktdesign	Designet efter bæredygtighedsprincipper, der inkorporerer cirkulære økonomipraksisser.
Digitale metoder	Digitale designværktøjer	Tidligt stadium i brugen af digitale metoder.
Dyrevelfærd	Veganske materialer	Pomeco er 100 % vegansk.

Digitale værktøjer i brug



- **Impact Forecast:** Bruges til at gennemføre konsekvensanalyser og generere SDG-profiler, og er bredt anvendt af miljøfokuserede startups.
- **openLCA:** Livscyklusvurderingssoftware, der er planlagt til brug ved evaluering af vores produkters samlede miljøpåvirkning.

Udforsk mere



- <https://www.yugencompany.com/>
- <https://www.linkedin.com/company/yugen-company/?originalSubdomain=tr>



Med blikket rettet mod fremtiden fremhævede Karkin, hvordan digitale værktøjer vil forme deres køreplan for vækst og digital transformation.

"I takt med at vi vokser, vil integration af værktøjer som CRM og livscyklusvurderingssoftware være nøglen til at styre kundeforhold og kvantificere vores miljøpåvirkning."



Foreslået aktivitet: Valg af de rigtige digitale værktøjer til bæredygtig produktudvikling hos YUGEN



Instruktioner

I denne aktivitet vil du undersøge, hvordan YUGEN kan videreudvikle sin bæredygtige produktdesignproces ved strategisk at anvende digitale værktøjer fra FAIR FASHION Digital Toolbox.

Aktivitetens mål:

Målet med denne aktivitet er at hjælpe dig med at forstå, hvordan digitale design- og beslutningsstøttewærktøjer kan styrke bæredygtig produktudvikling.

Forventet resultat



Når du har gennemført denne aktivitet, vil du være i stand til at identificere egnede digitale værktøjer til bæredygtig produktudvikling, forklare, hvordan de påvirker designbeslutninger, og demonstrere, hvordan digitalisering styrker bæredygtighedsresultaterne inden for modedesign.

Del A — Identificering af designudfordringer

Baseret på YUGEN-casestudiet skal du identificere **to mulige bæredygtighedsudfordringer i forbindelse med produktudvikling og design** (f.eks. materialebrug, prøveudtagning, holdbarhed, livscykluspåvirkning). Beskriv kort hver udfordring med dine egne ord.

Del B — Valg af værktøjer til den digitale værktøjskasse

Forestil dig nu, at du er en del af YUGENs produktudviklings- og designteam.

Vælg to digitale værktøjer fra FAIR FASHION Digital Toolbox, der kan hjælpe YUGEN med at løse de designudfordringer, du har identificeret. Forklar for hvert værktøj:

- Hvad værktøjet bruges til
- I hvilken fase af produktudviklingen det anvendes
- Hvordan det understøtter mere bæredygtige

designbeslutninger Brug tabellen nedenfor:

Digitalt værktøj	Designfase	Hvordan det understøtter bæredygtighed

Refleksionsspørgsmål:

Hvordan hjælper brugen af digitale værktøjer i den tidlige designfase virksomheder med at reducere deres miljømæssige eksternaliteter mere effektivt end at foretage ændringer senere i produktionsprocessen?

HOLLAND



CASESTUDIER



1. Mended
2. The Fabricant

MENDED

GRUNDLAGT

2022

MEDARBEJDERE

2 grundlæggere, 2–10 medarbejdere

MARKEDSOMRÅDE

Holland, Tyskland

KUNDETYPE

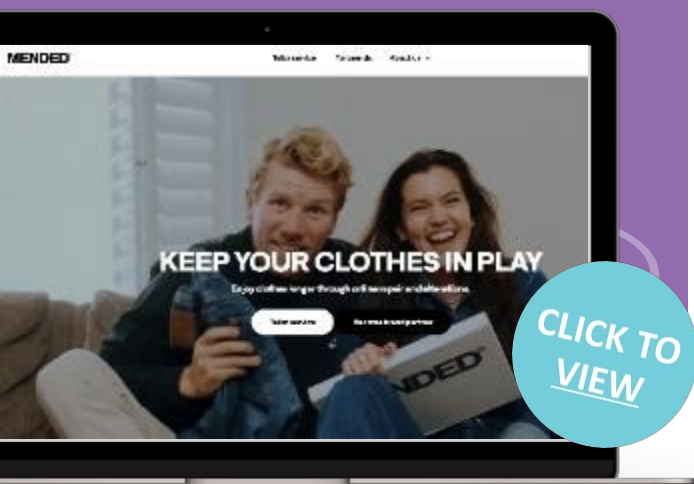
B2B & B2C — Online tøjreparation, ændring og videresalgstjenester

SOCIALE MEDIER



HJEMMESIDE

www.mended.eu



MENDED®

ROLLE I MODE-/TEKSTILINDUSTRIEN



MENDED spiller en central rolle i den cirkulære modebevægelse ved at omdanne reparation fra en niche-offline-service til et mainstream-tilbud, der er integreret i brandet. Platformen digitaliserer reparationsprocessen – fra booking og forsendelse til lokal skrædderudførelse og levering – og omdanner reparation af tøj til en kundeoplevelse, der kan måle sig med køb af nyt tøj. Gennem partnerskab med bæredygtige brands som Kings of Indigo og MUD Jeans, tilpasser MENDED principperne for cirkulær økonomi til moderne forbrugernes forventninger. Deres samarbejde med Tom Tailor understreger, hvordan reparationservice kan styrke brandloyaliteten, skabe tilbagevendende indtægtsmuligheder og ændre forbrugernes adfærd i retning af mere bæredygtige garderobevaner.

Weber kommenterede også, hvordan modebrands kan fremme brugen af reparationservice, hvilket påvirker bæredygtigheden:

"Hvis reparationen udføres korrekt – og med korrekt mener jeg, at det skal være lige så nemt som at købe nyt – så er kundernes acceptkurve enorm. Brugen overstiger altid mærkernes forventninger, selvom de tror, de kender deres kunder."



Co-funded by
the European Union

Financed by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Association and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Digitale værktøjer og teknologiintegration i bæredygtige aktiviteter	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Fuldt digitale bookinger, sporing og analyser via en onlineportal og CRM
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆☆☆☆ (Enig)	Reparationsdata muliggør skræddersyede loyalitetstilbud og afslører reparationsbehov
Digitale værktøjer i bæredygtig marketing og salg	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Reparationstjenester integreret i brandplatforme, hvilket øger engagementet.
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Reparationsindsigt styrer materialevalg og designforbedringer
Medarbejderuddannelse i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Håndterer logistik og teknik, mens dygtige skræddere fokuserer på håndværk
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆☆ (Neutral)	Fremmer vækst gennem reparationsanalyse og partnerskaber.
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Prisbelønnet nykommer, der ekspanderer regionalt og integrerer med globale brands

Bæredygtighed og digital innovation Højdepunkter



- Fuldt digital reparationsplatform strømliner bookinger, forsendelse og sporing.
- Integreres med brandloyalitetprogrammer for at styrke engagementet.
- Forlænger tøjets levetid og reducerer affald og ressourceforbrug med op til 30 %.
- Leverer data til brands for bedre produktdesign og bæredygtige beslutninger.
- Forbinder et netværk af dygtige lokale skræddere for hurtige reparationer af høj kvalitet.

Weber reflekterede over, hvordan MENDED gør reparation til en del af en moderne brandoplevelse:

"For os betyder det at gøre det rigtigt at fokusere på oplevelsen og legen. Så især for mærker i mellem- til højprissegmentet er det virkelig vigtigt. Kunderne forventer denne type tjenester, ikke nødvendigvis ud fra et bæredygtighedsperspektiv, men ud fra en forventning om service og kvalitet i forhold til brandet."



Fremhævede gode praksis



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Affaldsreduktion	Forlænger tøjets levetid og reducerer tekstilaffald ved at fremme reparation frem for bortskaffelse.
Miljøpåvirkning	Cirkulære tjenester	Gør det muligt for mærker at tilbyde reparation som standard, hvilket reducerer behovet for nyproduktion.
Digitale praksis	Problemfri reparationsplatform	Bruger en fuldt digital portal til effektiv booking, sporing og styring af reparationer.

Digitale værktøjer i brug



- Bookingsportal: Online system, hvor kunder og brands kan anmode om og spore reparationer.
- Skrædder-dashboard: Digitalt interface, hvor skræddere kan administrere, opdatere og færdiggøre reparationsordrer.
- Brand Dashboard: Platform for brands til at overvåge kampagner, reparationer og kundeengagement.
- Integreret CRM: Værktøj til administration af kommunikation, kundedata og servicelogistik.
- Analyseplatform: Giver indsigt i reparationstendenser, problemer med beklædningsgenstande og bæredygtighedsmål.

Udforsk mere



- [MENDED-platformen til reparation af tøj](#)
- [Tom Tailor x MENDED-samarbejde om reparation](#)
- [Gør cirkulær mode sjovt – Podcast med Agnes Weber](#)
- [Hvad hvis vi kunne bære vores yndlings tøj længere? – FashionUnited-artikel](#)



Weber forklarede den unikke forretningsmæssige udfordring og mulighed for reparation af mode:

"Reparation er ikke en proces, der kan gentages som en produktionsproces, hvor alt er masseproduktion. Reparation er meget individuel og engangsforeteelse... Den reelle mulighed ligger i, at mærker søger nye forretningsmodeller og nye måder at interagere med kunderne på. Reparation kan være et vigtigt øjeblik for kundekontakt."

Foreslåede klasseaktiviteter i tråd med MENDED



Instruktioner:

Del klassen op i **5 grupper med 5 elever**.

Tildel hver gruppe en interessant i MENEDs økosystem:

Gruppe A: Kunde

Gruppe B: Modemærkepartner Gruppe C:

Lokal skrædder

Gruppe D: MENED-platformteam (teknik og logistik) Gruppe E:

Bæredygtigheds- og dataanalyseteam

Hver gruppe kortlægger deres interessents rejse i reparationsprocessen:

- Første kontakt/udløser for reparation
- Anvendte digitale værktøjer
- Træffede beslutninger
- Problemer
- Indvirkning på bæredygtighed

Grupperne udarbejder forbedringer til rejsen ved hjælp af MENEDs digitale værktøjer (bookingsportal, dashboards, CRM, analyser).

Efter 30 minutter samler grupperne deres arbejde i en fælles **digital serviceplan**.

Hver gruppe præsenterer deres afsnit (3 minutter hver).

Aktivitetsmål:

- Forstå, hvordan digitale platforme muliggør cirkulære forretningsmodeller.
- Udforsk reparation som en skalerbar modetjeneste snarere end et nichehåndværk.
- Analysere samspillet mellem teknologi, brands og lokalt håndværk.
- Lære, hvordan kundeoplevelsen fremmer bæredygtig adfærd.

Forventet

Resultat



Aktivitet 1 –

Når du har gennemført denne aktivitet, vil du være i

stand til at:

- Beskrive, hvordan digitale værktøjer koordinerer komplekse reparationslogistik.
- Forklar, hvordan reparationsservice reducerer miljøpåvirkningen og forlænger produktets levetid.
- Identificer værdiskabelse for brands, kunder og skræddere. Visualiser, hvordan cirkulære tjenester fungerer i stor skala.

Denne aktivitet forvandler klasseværelset til et levende stykke tøj, syet sammen af data i stedet for tråd. En gruppe lytter til kundens frustration over en revet søm, en anden hører den bløde summen fra en skrædders symaskine, mens andre oversætter begge dele til dashboards og leveringsruiter. Efterhånden som rejsen udfolder sig, viser reparationen sig ikke at være en ydmyg eftertanke, men en koreografi: pakker, der bevæger sig som noder i en partitur, digitale bekræftelser, der markerer tiden, hænder og software, der udveksler nålen. Bæredygtighed fremstår ikke som en forelæsning, men som en bivirkning af veludført bekvemmelighed.

Foreslået klasseaktivitet 2



Instruktioner:

Del klassen op i **5 grupper med 5 elever**.

Hver gruppe fungerer som et konsulentteam, der er hyret til at hjælpe et modemærke med at integrere MENDEDS reparationservice.

Tildel hver gruppe en brandprofil:

Gruppe A: Premium-denimmærke

Gruppe B: Fast fashion-forhandler, der er i gang med at omstille sig til bæredygtighed

Gruppe C: Outdoor-beklædningsmærke

Gruppe D: Luksusmodemærke

Gruppe E: Online-brand, der sælger direkte til forbrugerne

Hver gruppe udarbejder en **reparationsbaseret strategi for kundekontakt**, herunder:

- Hvordan reparationsservicen præsenteres for kunderne
- Anvendte digitale kontaktpunkter
- Loyalitets- eller incitamentsmekanismer
- Indsamlede data og hvordan de bruges
- Forventede bæredygtighedsfordele

Grupperne forbereder en kort præsentation eller et strategidokument.

Hver gruppe holder en præsentation (4–5 minutter).

Klassen stemmer om den mest overbevisende og skalerbare strategi.

Aktivitetens mål:

- At forstå reparation som en kommerciel og markedsføringsmæssig innovation.
- Analysere, hvordan cirkulære tjenester kan øge brandloyaliteten.
- Udforske datadrevne bæredygtighedsstrategier.
- Øve sig i at designe servicebaserede forretningsmodeller.

Forventet Resultat



Ved afslutningen af denne aktivitet vil du være i stand

til at foreslå bæredygtige forretningsmodeller for reparation af modetøj.

- Forbind bæredygtighedsmål med design af kundeoplevelser. Forstå, hvordan data fra reparationer informerer produktudviklingen.

Evaluer reparationer som en konkurrencemæssig fordel snarere end en omkostning.

Aktivitet 2 –

I dette laboratorium træder reparationen ind på scenen iført et skræddersyet jakkesæt. Studerende opdager, at en syet lomme kan være en marketingkanal, og at udskiftning af en lynlås kan være en kundeforhold.

Holdene udformer loyalitetsprogrammer ud fra løse tråde, væver analyser ind i brand storytelling og designer oplevelser, hvor omsorg bliver valuta. Langsomt sætter ideen sig fast: Tøj går ikke på pension. Det akkumulerer biografier. Og brands kan, ligesom omhyggelige redaktører, beslutte, om disse historier skal forsvinde på lossepladsen eller fortsætte, kapitel efter kapitel, søm efter søm.

The Fabricant

GRUNDLAGT

2018

MEDARBEJDERE

5 (1 kvinde, 4 mænd, 1 er homoseksuel – detaljer om mangfoldighed kan tilføjes)

MARKEDSOMRÅDE

International (opererer globalt inden for digital mode)

KUNDETYPE

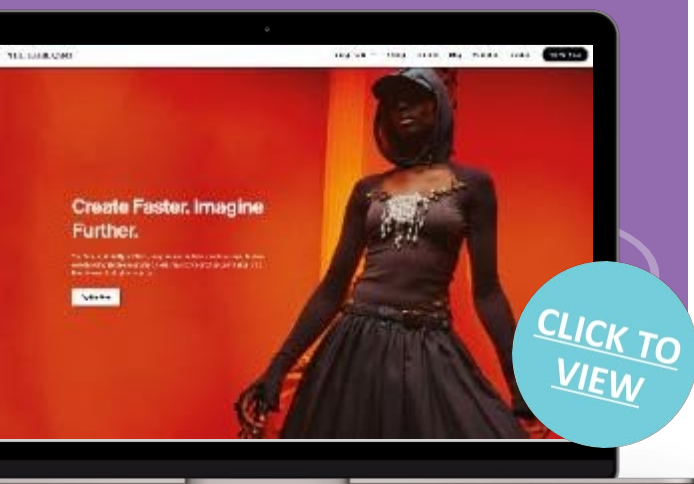
B2B (betjener modebrands/industrien), har tidligere eksperimenteret med B2B2C.

SOCIALE MEDIER



HJEMMESIDE

<https://www.thefabricant.com/>



THE FABRICANT

ROLLE I MODE- /TEKSTILINDUSTRIEN



Som frontløber inden for digital mode giver The Fabricant aktører i branchen mulighed for at indføre fuldstændigt virtuelle design- og marketingprocesser. Virksomheden opstod som en reaktion på uholdbare praksis i den traditionelle modeindustri og tilbød oprindeligt digitale modeshows, men gik senere over til fuld digitalisering af kataloger og marketingmateriale for brands. I dag ligger The Fabricants hovedfokus på udvikling af egenudviklet AI-drevet software, der strømliner processen fra design til visualisering, hvilket gør det muligt for brands og designere at skabe, gennemgå og godkende kollektioner digitalt. Dette muliggør en betydelig reduktion i unødvendig prøveproduktion og fysisk produktion, hvilket øger både effektiviteten og den positive miljøpåvirkning.

Adriana Pereira forklarer, hvordan The Fabricant integrerer AI i deres tjenester:

"Missionen er stadig den samme: at skabe en mere bæredygtig og rentabel industri gennem digitalisering. Den måde, vi gør det på nu, er den smarteste, fordi man ikke behøver uddannelse, man behøver ikke ændre sine processer – man udfører bare den samme proces med nye værktøjer, der er meget hurtige og nemme at implementere."

Champion Digital, Diverse & Sustainable Futures



Co-funded by
the European Union

Financed by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Innovation and Culture Executive Agency (EICEA). Neither the European Union nor EICEA can be held responsible for them.

Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Digitale værktøjer og teknologiintegration i bæredygtige aktiviteter	☆☆☆☆ (Enig)	Alle processer er digitale, hvilket sikrer en papirløs og affaldsfri arbejdsgang.
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆☆ (Uenig)	AI-værktøjer tilbyder skræddersyede løsninger til kunder af alle størrelser.
Digitale værktøjer inden for bæredygtig marketing og salg	☆☆☆ (Neutral)	Salg og marketing bruger kun digitale aktiver, ingen fysiske prøver er nødvendige.
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆☆☆ (Neutral)	Design, iteration og godkendelse foregår virtuelt, hvilket reducerer materialforbruget.
Medarbejderuddannelse i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆☆ (Enig)	Platformen er intuitiv og kræver minimal uddannelse.
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆☆☆ (Enig)	AI-indsigt fremmer effektivitet og bæredygtige valg.
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	The Fabricant arbejder løbende med innovation for at opnå større bæredygtighed.

Bæredygtighed og digital innovation – højdepunkter



- **Digital prøveudtagning:** Erstatning af fysiske prøver og showrooms med fuldt digitalt design og godkendelse, hvilket minimerer spild og reducerer materialforbruget.
- **AI-drevet design:** Tilbyder intuitive AI-baserede værktøjer til hurtigt, kreativt design og fotorealistisk visualisering.
- **Papirløs arbejdsgang:** Alle operationer og godkendelser håndteres digitalt, hvilket eliminerer behovet for trykte materialer.
- **Tilgængelig teknologi:** Gør avancerede digitale værktøjer tilgængelige for både store brands og uafhængige designere, hvilket sænker adgangsbarriererne.
- **Proceseffektivitet:** Fremskynder kollektionsudviklingen, reducerer omkostningerne og understøtter bæredygtig produktion på forespørgsel.

Pereira kommenterede digitaliseringen som en vigtig drivkraft for bæredygtighed i modeindustrien:

"Ved at flytte alle design- og godkendelsesprocesser til det digitale plan eliminerer vi unødvendige prøver og spild. Denne tilgang reducerer ikke kun industriens miljøpåvirkning, men gør det også muligt for mærker at være mere kreative og effektive."



Udvalgte gode praksis



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Affaldsreduktion	Eliminerer fysisk prøveudtagning og fotoshoot ved hjælp af fuldt digitalt design og godkendelse.
Miljøpåvirkning	Virtuel produktudvikling	Gør det muligt for brands at gentage kollektioner uden at producere unødvendige materialer.
Digitale praksis	AI-drevet designværktøjer	Tilbyder avancerede, brugervenlige løsninger til hurtig, kreativ digital prototyping.

Digitale værktøjer i brug



- **Intelligent Tools Suite:** Proprietær AI-drevet software til at omdanne designers skitser og referencer til fotorealistiske digitale modebilleder.
- **Mønstervisualisering:** Muliggør hurtig virtuel prototyping og intern godkendelse af nye designs uden behov for fysiske prøver.
- **Automatiseret redigering:** Integrerede redigeringsfunktioner til øjeblikkelige justeringer og tilpasning direkte i platformen.
- **Fuldt digitalt workflow:** Alt design, iteration og godkendelser administreres digitalt uden behov for eksterne 3D-modelleringsværktøjer.
- **Digital Asset Management:** Understøtter hele livscyklussen for digitale aktiver fra koncept til marketingmateriale.

Udforsk mere



- [AI-mønsterdesign-demo](#)
- [Sketch-to-Photoreal-værktøj](#)
- [Model Photography Studio](#)
- [Workflow-videodemo](#)



Pereira kommenterede også, hvordan mode driver industriens skifte mod bæredygtighed:

"Vores mål er simpelt: at give designere mulighed for at skabe uden begrænsninger og samtidig gøre mode mere tilgængelig, effektiv og bæredygtig."

Foreslået klasseaktivitet 1 i tråd med The Fabricant



Instruktioner:

Opdel klassen i **5 grupper med 5 elever**.

Tildel hver gruppe en fase i den traditionelle modedesign- og udviklingsproces: Gruppe A: Koncept og kreativ retning

Gruppe B: Design og mønsterudvikling Gruppe C:

Prøveudtagning og prototyper

Gruppe D: Godkendelse af kollektion og

markedsføringsmateriale Gruppe E: Produktionsplanlægning og salgsforberedelse

Bed hver gruppe om først at skitsere, hvordan deres fase fungerer i et **traditionelt fysisk workflow** (anvendte materialer, tid, omkostninger, affald).

Derefter skal hver gruppe ved hjælp af Fabricant-casestudiet redesigne deres fase ved hjælp af en **fuldt digital arbejdsgang**, herunder:

- Hvilke AI- eller digitale værktøjer der anvendes
- Hvordan beslutninger træffes digitalt
- Hvilke fysiske ressourcer elimineres
- Hvordan bæredygtigheden forbedres

Grupperne sammenfatter deres arbejde på en plakat eller et fælles digitalt tavle.

Hver gruppe præsenterer deres "før og efter"-transformation (4 minutter pr. gruppe). Som klasse forbinder I de redesignede faser til en sammenhængende digital pipeline.

Aktivitetens mål:

- Forstå, hvordan digitalisering transformerer udviklingen af modeprodukter.
- Analysere bæredygtighedseffekten af AI-drevet design og digital sampling.
- Sammenlign traditionelle og digitale arbejdsgange kritisk.
- Udvikle bevidsthed om procesinnovation i modeindustrien.

Forventet Resultat



Ved afslutningen af denne aktivitet vil du være i stand til at:

- Beskrive de miljømæssige og økonomiske fordele ved digitale mode-workflows.
- Identificer de vigtigste AI-værktøjer, der bruges i virtuelt design og visualisering. Forklar, hvordan digital sampling reducerer spild og fremskynder time-to-market.
- Kortlæg den komplette digitale produktudviklingscyklus.

Aktivitet 1

Denne aktivitet opfordrer eleverne til at skille modebranchens velkendte maskiner ad og genopbygge dem med lys i stedet for stof. Saks bliver til software. Prøver forsvinder og bliver til pixels. Klasselokalet bliver til et designstudie, hvor tøj bliver skabt uden nogensinde at røre et skærebord.

Når hver gruppe erstatter papkasser med prøver med usynlige filer, der svæver mellem skærme, skærpes kontrasten: Kreativitet efterlader ikke længere et spor af kasseret stof. Det, der fremkommer, er en produktionsproces, der bevæger sig med hastigheden af godkendelsesklik, og som kun efterlader ideer og elektricitet i sit kølvand.

Foreslået klasseaktivitet 2 i tråd med The Fabricant



Instruktioner:

Del klassen op i **5 grupper med 5 elever**.

Hver gruppe bliver et digitalt designteam, der bruger The Fabricants AI-plattform til at udvikle en mini virtuel kollektion til et fiktivt brand.

Tildel hver gruppe en brandprofil:

Gruppe A: Luksusmodehus Gruppe B:

Streetwear-brand

Gruppe C: Bæredygtig uafhængig designer Gruppe D:

Sportsbeklædningsvirksomhed

Gruppe E: Digitalt modebrand Hver

gruppe definerer:

- Målgruppe
- Kollektionstema
- Bæredygtighedsmål
- Hvordan AI-værktøjer vil understøtte design og visualisering

Grupperne udarbejder en **konceptpræsentation** (skitser, moodboards eller skriftlige beskrivelser af digitale resultater), der forklarer:

- Hvordan AI erstatter fysisk prøveudtagning
- Hvordan godkendelser håndteres digitalt
- Hvordan marketingmateriale skabes uden fotoshoot
- Hvilke ressourcer der spares

Hver gruppe præsenterer deres virtuelle samlingsstrategi (5 minutter).

Klassen diskuterer, hvilken tilgang der giver den stærkeste kombination af kreativitet, effektivitet og bæredygtighed

Aktivitetsmål:

- Udforsk AI som en kreativ partner inden for modedesign.
- Forstå digital mode som både et bæredygtighedsværktøj og en forretningsmodel.
- Øve strategisk tænkning for B2B-monetjenester.
- Styrk samarbejdet og de konceptuelle designfærdigheder.

Forventet Resultat



Aktivitet 2

Ved afslutningen af denne aktivitet vil du være i stand

til at demonstrere, hvordan AI-værktøjer understøtter hurtig design og iteration.

- Formulere bæredygtighedsfordelene ved udelukkende digital sampling og markedsføring.
- Forstå, hvordan brands integrerer digitale aktiver i kommercielle arbejdsgange.
- Foreslå realistiske digitale modestrategier for forskellige markedssegmenter.

Her forvandles klasseværelset til en konstellation af små virtuelle atelierer, hvor hver enkelt sammensætter kollektioner ud fra algoritmer i stedet for tråd. Jakker bliver gengivet, før de bliver forestillet i bomuld.

Modeller poserer uden casting-auditions. Godkendelses-e-mails erstatter tøjposer.

Studerende opdager hurtigt, at bæredygtighed i dette studie ikke er en eftertanke, der er syet ind i et mærke.

Det er vævet ind i selve operativsystemet. Design bliver lettere, hurtigere, mærkeligt vægtløst, som om mode lærer at efterlade fodspor lavet af data i stedet for farvestof.

Human Material Loop

GRUNDLAGT

2022 (forskningsfase), officielt stiftet i 2023

MEDARBEJDERE

5

MARKEDSOMRÅDE

Lokalt (Holland) Hovedkvarter: Helene, NL

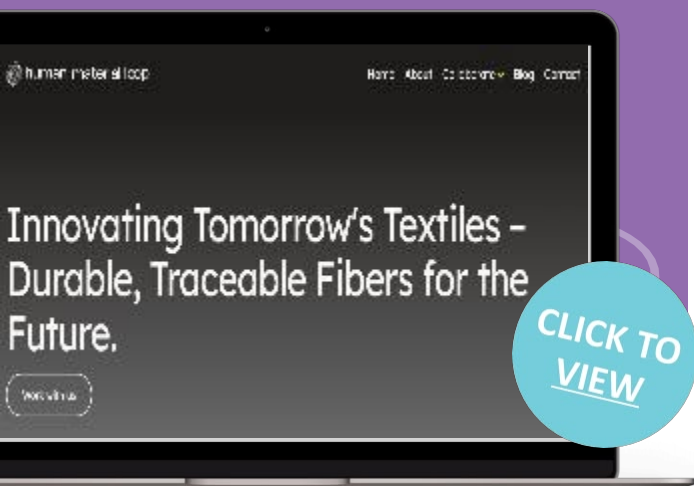
KUNDETYPE

B2B – leverer tekstilfibre og -materialer til designere, brands og producenter

SOCIALE MEDIER

HJEMMESIDE

www.humanmaterialloop.com



ROLLE I MODE- /TEKSTILINDUSTRIEN

Human Material Loop arbejder med tekstilproduktion og materialeinnovation med anvendelse inden for både mode og interiørtekstiler. Virksomheden udvikler og producerer Adara, en keratinbaseret tekstilfiber fremstillet af affald fra menneskehår.



Ved at omdanne lokalt produceret affald til funktionelle fibre af høj kvalitet positionerer virksomheden sig som en innovator inden for cirkulære materialer helt i starten af modeværdikæden. I stedet for at skabe færdige beklædningsgenstande gør Human Material Loop det muligt for andre modevirksomheder at designe og fremstille mere bæredygtige produkter ved at erstatte konventionelle syntetiske eller ressourcekrævende fibre med et regenerativt alternativ.

Grundlægger Zsófia Kollár forklarer: Human Material Loop opstod ud fra videnskabelig forskning i keratinudvinding og cirkulære materialesystemer.

"Human Material Loop opstod ud fra videnskabelig forskning i keratinudvinding og cirkulære materialesystemer. Efter en forskningsfase, der startede i 2022, blev virksomheden formelt stiftet i 2023 for at kommercialisere sin patenterede fiberteknologi og samarbejde med partnere inden for tekstil- og modebranchen."



Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Digitale værktøjer og teknologiintegration i bæredygtig drift	☆☆☆☆☆ (Enig)	ingen
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆☆☆☆☆ (Helt uenig)	B2B-materialeudbyder, ingen direkte forbrugeranalyse
Digitale værktøjer i bæredygtig markedsføring og salg	☆☆☆☆☆ (Enig)	Ingen
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆☆☆☆ (Enig)	ingen
Medarbejderuddannelse i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆☆☆ (Enig)	ingen
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆☆☆☆ (Enig)	ingen
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆☆☆ (Enig)	ingen

Bæredygtighed og digital innovation Højdepunkter



Kerneinnovation inden for grøn teknologi: Adara Fiber

Adara er en ny keratinbaseret proteinfiber, der produceres af lokalt indsamlet menneskehår.

Vigtige bæredygtighedsaspekter:

- **Affaldsvalorisering:** Omdanner store mængder menneskehår til et værdifuldt råmateriale.
- **Cirkulært materialestrøm:** Holder biologiske ressourcer i brug og reducerer deponering og forbrænding.
- **Reduceret afhængighed af syntetiske materialer:** Tilbyder et alternativ til fossile fibre såsom polyester og nylon.
- **Lokal sourcing:** Forkorter forsyningskæder og reducerer transportrelaterede emissioner.
- **Innovation inden for biomaterialer:** Indfører en ny kategori af proteinfibre i tekstiløkosystemet.

Digital aktivering

Selvom Human Material Loop primært er et materialevidenskabeligt firma, integrerer det digitale værktøjer til at understøtte bæredygtig forskning og udvikling, samarbejde og skalering:

- Digitalt sporede kemiske lagre og laboratorieeksperimenter.
- Cloudbaseret dokumentation og samarbejde for at reducere papirforbruget.
- Digitale kommunikations- og visuelle værktøjer til at fremme partnerskaber, præsentationer og kontakt til industrien.

Samlet set viser Human Material Loop stor modenhed i integrationen af digitale værktøjer i forskning, drift og samarbejde, mens bæredygtighed er direkte integreret i dets kerneprodukt design.



Udvalgte gode praksis



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Affaldsreduktion	Genbrug af keratinproteiner fra menneskehår til spinnbare tekstilfibre.
Miljøpåvirkning	Innovativ produktudvikling	Design af produktionsmetoder med fokus på cirkularitet fra starten.
Grønne praksis	Affaldsforebyggelse	Tilpasning af materialeinnovation til lokale affaldsstrømme frem for importerede jomfruelige ressourcer.
Innovation	Overførbarehed	Måltrettet både garn og ikke-vævede tekstiler for at maksimere anvendelsespotentialer inden for mode og interiør

Digitale værktøjer i brug



- **Digitalt sporede** kemikaliebeholdninger og laboratorieeksperimenter.
- **Cloudbaseret** dokumentation og samarbejde for at reducere papirforbruget.
- **Digitale kommunikations-** og visuelle værktøjer til at fremme partnerskaber, præsentationer og kontakt til industrien.
- **De** anvendte **platforme** omfatter Google Drive, Slack, FindMolecule og Canvas.

Udforsk mere



- [Oversigt over tekstilindustrien:](#)
- [Virksomhedens blog:](#)
- [Tekstiler for livet – Human Material Loop](#)
- [Regenerativ forretningsmodel – Human Material Loop](#)

Certificeringer og intellektuel ejendomsret

Patent: Produktionsproces for keratinfibre (forventet tildeling: april 2025)



Planer for fremtiden...

- Skalering af produktionen til hundredvis af kilo pr. batch.
- Udvidelse til kommercielle garner og ikke-vævede tekstiler.
- Gennemførelse af flere pilotprojekter med industripartnere for at demonstrere ydeevne og alsidighed.
- Øget samarbejde med designere, producenter og forskningsinstitutioner.
- Fremvisning af fiberen ved internationale innovationsbegivenheder.
- Finansiering sikret gennem en kombination af private investorer og offentlige tilskud, der understøtter både forskning og udvikling samt tidlig industriel opskalering.



Foreslået klasseaktivitet 1



Instruktioner:

Del klassen op i **5 grupper med 5 elever**.

Tildel hver gruppe rollen som en anden interessant i modeværdikæden: Gruppe A: Indsamling af råmaterialer og affald

Gruppe B: Fiberproduktion (Human Material Loop) Gruppe C:

Tekstilproduktion (garn/ikke-vævede tekstiler) Gruppe D:

Modebrands og designere (B2B-kunder) Gruppe E: Slutbrugere

og genvinding efter forbrug

Giv hver gruppe et kort resumé af Human Material Loop og Adara-fiber (eller bed dem om at gennemgå casestudiet).

Hver gruppe udarbejder, hvordan Adara-fiber flyder gennem deres fase af værdikæden, herunder:

- Vigtige aktiviteter
- Bæredygtighedsfordele
- Digitale værktøjer, der kan understøtte deres fase
- Risici eller flaskehalse

Efter 30 minutter samles grupperne for at udarbejde et komplet cirkulært værdikædekort på tavlen eller det fælles digitale lærred.

Hver gruppe præsenterer sit bidrag (3 minutter pr. gruppe).

Aktivitetens mål:

- Forstå, hvordan cirkulære materialer integreres i modeværdikæden.
- Analysere den strategiske rolle, som materialeinnovatorer som Human Material Loop spiller.
- Forbinde bæredygtighedsprincipper med operationelle og digitale praksisser.
- Udvikle systemtænkning på tværs af produktions-, design- og forbrugsfaser.

Forventet Resultat



Aktivitet 1 –

Når du har gennemført denne aktivitet, vil du være i stand til at:

- Forklare, hvor og hvordan keratinbaserede fibre skaber værdi inden for mode- og interiørtekstiler.
- Identificere bæredygtighedsfordele ved affaldsvalorisering og lokal sourcing.
- Genkende, hvordan digitale værktøjer understøtter cirkulær innovation. Visualisere et komplet lukket kredsløbssystem for biomaterialer.

Eleverne samarbejder om at konstruere et levende "kort" over et cirkulært modeøkosystem bygget op omkring affald fra menneskehår. Hver gruppe fungerer som en anden organisme i denne industrielle biosfære og former, hvordan Adara-fibre bevæger sig fra frisørsaloner til designerstudier og til sidst tilbage til genvindingscyklusser. Efterhånden som kæden dannes stykke for stykke, forvandles klasseværelset til et miniatuereforsyningsnetværk, hvor videnskab, design, logistik og bæredygtighed forhandler om deres grænser og overdragelser. Den afsluttende diskussion fremhæver spændingerne mellem innovation og skalerbarhed, idealisme og industri, og hvordan usynlige materialer stille og roligt styrer synlige modetrends.

Foreslået klasseaktivitet 2 i tråd med The Fabricant



Instruktioner:

Opdel klassen i **5 grupper med 5 elever**.

Hver gruppe fungerer som et konsulentteam, der er ansat af Human Material Loop.

Tildel hver gruppe et strategisk fokus:

Gruppe A: Bæredygtig opskalering af produktionen

Gruppe B: Markedsadoption af modebrands Gruppe

C: Digitale værktøjer og datastyring

Gruppe D: Kommunikation og storytelling til designere og forbrugere

Gruppe E: Fremtidige anvendelser ud over mode (indretning, medicin, kompositter) Hver

gruppe udarbejder et **mini-strategiforslag**, der besvarer følgende spørgsmål:

- Hvilket problem løser vi?
- Hvordan hjælper Adara-fiber?
- Hvilke digitale værktøjer understøtter denne strategi?
- Hvilken bæredygtighedseffekt skabes der?

Grupperne udarbejder et **1-siders konceptark eller en præsentation på 3 slides**.

Hver gruppe præsenterer for klassen.

Klassen stemmer om den mest effektive strategi

Aktivitetsmål:

- Anvende teoretisk viden om bæredygtighed og innovation på en reel virksomhedssag.
- Øve strategisk tænkning i cirkulære forretningsmodeller.
- Udforsk, hvordan materialevidenskab, digitalisering og marketing krydser hinanden.
- Styrke teamwork og overbevisende kommunikation.

Forventet Resultat



Ved afslutningen af denne aktivitet vil du være i stand

til at foreslå realistiske vækststrategier for en biomateriale-startup.

- Evaluer afvejninger mellem miljøpåvirkning og kommerciel skalering.
- Forstå, hvordan B2B-modeinnovation kommunikeres og implementeres.
- Demonstrere evnen til at forbinde produktinnovation med digital infrastruktur.
-

Aktivitet 2 –

Denne aktivitet forvandler klasseværelset til et strategisk drivhus, hvor ideer spirer, krydsbestøver hinanden og lejlighedsvis muterer til dristige fremtidsvisioner. Holdene skaber mulige fremtider for Human Material Loop og beslutter, om virksomheden skal vokse som en omhyggelig bonsai eller en hurtigt voksende vin over tværs af brancher.

I løbet af præsentationerne oplever de studerende, hvor skrøbelig innovation kan være, når den strækker sig mellem laboratorierne virkelighed, industriens appetit og planetens begrænsninger. Den efterfølgende diskussion drejer sig ofte om en central erkendelse: De mindste fibre kan bære de største ambitioner.

DANMARK

CASESTUDIER



1. KnowledgeCotton Beklædning
2. Søn af en skrædder
3. Soulland



Knowledge Cotton Apparel

KnowledgeCotton-beklædning

GRUNDLAGT

2008

MEDARBEJDERE

50

MARKEDSOMRÅDE

Internationalt – Europa, Nordamerika

KUNDETYPE

B2C – Direkte til forbrugeren via e-handel og udvalgte detailhandlere

SOCIALE MEDIER



HJEMMESIDE

www.knowledgecottonapparel.co.uk

ROLLE I MODE- /TEKSTILINDUSTRIEN



KnowledgeCotton Apparel er et dansk bæredygtigt tøjmærke, der er pioner inden for ansvarlig mode gennem certificerede økologiske materialer, gennemsigtighed og digital sporbarhed. Virksomheden integrerer blockchain-baseret sporing af livscyklus og bæredygtige forsyningskædepraksisser for at afstemme brandintegritet med forbrugernes værdier. Den samarbejder med sporbarhedsplatforme (f.eks. Retraced) for at give kunderne fuld indsigt i tøjets oprindelse og påvirkning. KnowledgeCotton har vundet skandinaviske bæredygtighedspriser for at kombinere miljøbevidst design med rentabel forretning.

“

Mads Mørup, grundlægger og CEO af KnowledgeCotton Apparel, om bæredygtig innovation:

"Denne bæredygtighedspris er et bevis på vores urokkelige engagement i innovation, ansvarlighed og at flytte grænserne for, hvad vi kan opnå."



Co-funded by the European Union
Financed by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Integration af digitale værktøjer og teknologi i bæredygtige aktiviteter	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Blockchain-sporbarhed integreret i driften.
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆☆☆☆ (Enig)	Kunder informeres via transparente data og effektmålinger.
Digitale værktøjer i bæredygtig markedsføring og salg	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Bæredygtighedsfortællinger integreret i branding og kampagner.
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Bruger udelukkende certificerede økologiske og genanvendte materialer.
Medarbejderuddannelse i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆☆ (Enig)	Teams uddannet i sporbarhedsteknologi og bæredygtighedsrapportering.
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Livscyklusdata danner grundlag for beslutninger om materialer og processer.
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Prisbelønnede bæredygtige produktinnovationer.

Bæredygtighed og digital innovation – højdepunkter



- **Blockchain-sporbarhed:** Produkter registreret ved hjælp af Retraced-plattformen for gennemsigtighed i livscyklusen.
- **Certificerede økologiske materialer:** Bruger GOTS-certificerede eller genanvendte tekstiler, herunder Supima-bomuld.
- **Prisbelønnet bæredygtighed:** Vandt Scandinavian Outdoor Award for VENT CANVAS 200 Classic Jacket i 2024.
- **Digital storytelling og indflydelse:** Bruger digitale medier og uddannelsesindhold til at kommunikere sporbarhed og miljøvenlighed.

Grundlægger Mads Mørup om styrken ved langsigtet tænkning inden for bæredygtig mode:

"Vi tror på at tage ansvar i hele værdikæden – fra bomuldsfrø til forbruger. Vores mission er at være med til at ændre branchen ved at vise, at det er muligt at skabe mode på en mere ansvarlig og bevidst måde."



Udvalgte gode praksis



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Blockchain-sporbarhed	Gennemsigtig produktoprindelse via digitale pas
Grønne praksis/materialer	Certificerede økologiske stoffer	Primær brug af økologisk Supima-bomuld og genanvendte tekstiler.
Arbejdsforhold	Leverandørstandarder	Arbejder kun med certificerede, auditerede leverandører.
Digitale praksis	Kommunikation om indvirkning	Digitale værktøjer leverer bæredygtighedsdata direkte til forbrugerne.

Digitale værktøjer i brug



- **Retraced Platform:** Til digitale produktpas og revisionssporingsdata.
- **E-handelsanalyse:** Salgsplatform integreret med bæredygtighedsdashboards.
- **Indholds- og storytelling-værktøjer:** Til billeder, effektrapportering og kundeoplysning.
- **Materialedatabase:** Bruges til at evaluere stoffer ud fra miljømæssige og sociale parametre.

Udforsk mere



- [Tildelt videnpris: "Et nyt niveau af bæredygtighed"](#)
- [Den naturlige udfordrer](#)
- [Oversigt over sporbarhed](#)



Mads Mørup om at skabe bæredygtig mode:

"At forsøge at gøre tingene bedre giver en varm og meget smittende følelse i livet. Når man først er begyndt at handle... er der ingen vej tilbage."



Foreslået klasseaktivitet – Knowledge Cotton Apparel



Instruktioner:

Efter at have studeret Knowledge Cotton Apparel-casestudiet grundigt, skal du gennemgå nedenstående aktiviteter, enten individuelt eller i en gruppe, og følge trinene for at udføre de beskrevne opgaver.

Tag dig tid til at overveje alle perspektiver, og skynd dig ikke igennem disse aktiviteter. De vil give dig en bedre forståelse af tilgangene og nuancerne inden for branchen.

Aktivitetens mål:

Når du har gennemført disse aktiviteter, vil du være i stand til at:

- Forstå, hvordan bæredygtighed og digital innovation anvendes i modeindustrien
- Analysere transparens og sporbarhedens rolle i etisk mode
- Evaluer forretningsbeslutninger ud fra miljømæssige, sociale og økonomiske perspektiver
- Foreslå realistiske forbedringer for et bæredygtigt modemærke

Forventet resultat



Når du er færdig med denne aktivitet, vil du

have: Forbedret forståelse af bæredygtige modevirksomheder.

- Forbedret evne til kritisk at vurdere bæredygtighedskrav og identificere troværdige, evidensbaserede praksis
- Større bevidsthed om, hvordan bæredygtighedsdrevet innovation styrker brandintegriteten og konkurrenceevnen.

• Aktivitet 1: Kritisk tænkning – Triple BottomLine (Individuelt eller i grupper) (45 minutter)

KnowledgeCotton Apparel sigter mod at skabe balance mellem **mennesker, planet og profit**. Diskuter og besvar:

- **Mennesker.** Hvordan støtter mærket etisk arbejdskraft og socialt ansvar?
- **Planeten.** Hvordan reducerer materialevalget (f.eks. økologisk bomuld, genanvendte tekstiler) miljøpåvirkningen?
- **Profit.** Hvordan kan bæredygtighed også være godt for forretningen?

Skriv et afsnit for hvert område, og overvej hvert element for sig. Har du overvejet alle disse perspektiver før? Får det dig til at se anderledes på visse modebrands? Hvordan kan vi støtte dem, der arbejder hårdt for det sociale gode inden for denne branche?

• Aktivitet 2: Beslutningsscenario (individuelt eller i grupper) (1 time)

Forestil dig, at KnowledgeCotton Apparel planlægger at lancere en ny jakke! Tænk over deres mission, og hold bevidst beslutningstagning for øje, når du udfører nedenstående aktivitet.

Din opgave:

- Vælg **et materiale** til jakken (f.eks. økologisk bomuld, genanvendt polyester, konventionel bomuld).
- Begrund dit valg ud fra bæredygtighed, pris og kundernes forventninger.
- Foreslå **et digitalt værktøj**, der kan bruges til at kommunikere produktets virkning til kunderne.

SON OF A TAILOR

Søn af en skrædder

GRUNDLAGT

2014

MEDARBEJDERE

11

MARKEDSOMRÅDE

International

KUNDETYPE

B2C – Onlineforhandler, der sælger direkte til forbrugerne

SOCIALE MEDIER



HJEMMESIDE

www.sonofatailor.com

ROLLE I MODE-/TEKSTILINDUSTRIEN

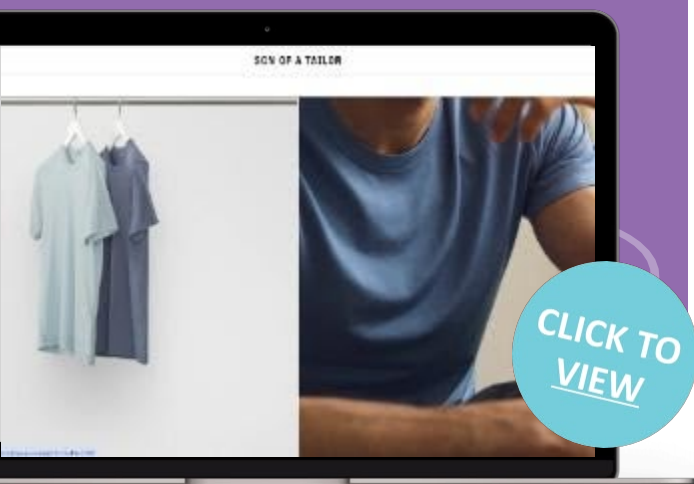


Son of a Tailor er et dansk herretøjsfirma, der tilbyder skræddersyede T-shirts, poloer og strikvarer. Ved at kombinere algoritmisk størrelsesteknologi med en produktionsmodel, der er skræddersyet til bestillinger, eliminerer de overproduktion og reducerer spild. Hvert stykke tøj skabes på bestilling ved hjælp af digitale mønstre, der er skræddersyet til individuelle kundedata, hvilket minimerer returneringer og sikrer langvarig pasform og tilfredshed. Virksomheden fokuserer på bæredygtige materialer og transparente forsyningskæder, og produktionen foregår i Europa.



CEO Jess Fleischer forklarer:

"Vi gætter ikke på, hvilke størrelser vi skal producere, og håber så på at kunne sælge dem. Hvert eneste stykke tøj bliver fremstillet, når du bestiller det – kun til dig. Resultatet: ingen overproduktion, færre returneringer og bedre tøj."



Financed by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Innovation and Culture Executive Agency (EICEA). Neither the European Union nor EICEA can be held responsible for them.

Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Integration af digitale værktøjer og teknologi i bæredygtige aktiviteter	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Bruger digital dimensionering og on-demand-produktion for at reducere spild.
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Personlige beklædningsgenstande reducerer overskud og forbedrer pasformen.
Digitale værktøjer i bæredygtig markedsføring og salg	☆☆☆☆ (Enig)	Onlinebutikken fremhæver bæredygtighed med klar storytelling.
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Datadrevet design øger holdbarheden og reducerer spild.
Medarbejderuddannelse i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆☆ (Enig)	Medarbejdere uddannet i digitale arbejdsgange og ansvarlig sourcing.
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Forretningsbeslutninger baseret på størrelses- og efterspørgselsdata.
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Kontinuerlig innovation med materialer og systemer.

Bæredygtighed og digital innovation Højdepunkter



- **On-demand-produktion:** Alle beklædningsgenstande er skræddersyet efter bestilling, hvilket eliminerer overproduktion.
- **Algoritmisk størrelsesbestemmelse:** Kunderne indtaster data, hvilket genererer præcise digitale mønstre for at reducere antallet af returneringer.
- **Ansvarligt materiale:** Der anvendes økologisk bomuld og ekstrafin merinould, som er certificeret og sporbar.
- **Gennemsigtig forsyningskæde:** Kunderne kan spore, hvor og hvordan produkterne fremstilles.
- **Europæisk produktion:** Etisk produktion i Portugal og Italien for kvalitet og lavere CO2-aftryk.

Jess Fleischer fremhævede den miljømæssige værdi af skræddersyet tøj:

"Specialfremstillet er den måde, tøj bør fremstilles på. Det eliminerer overproduktion, reducerer returneringer og skaber tøj, der holder længere – fordi det er fremstillet til den person, der bærer det."



Udvalgte gode praksiseksempler



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Nul overproduktion	Alle produkter fremstilles på bestilling, hvilket eliminerer overskydende lagerbeholdning og spild.
Grønne praksis/materialer	Bæredygtige materialer	Bruger certificeret økologisk bomuld og sporbart uld for at mindske miljøpåvirkningen.
Digitale fremgangsmåder	Algoritmisk størrelsesbestemmelse	Genererer tilpasset pasform gennem brugerdata, hvilket øger tilfredsheden og reducerer antallet af returneringer.

Digitale værktøjer i brug



- **Proprietær størrelsesalgoritme:** Opretter digitale mønstre for hver kunde baseret på indtastede data.
- **E-handelsplatform:** Interaktiv digital butik, der guider brugerne gennem størrelsesvalg og produktpassning.
- **ERP- og forsyningskædesporingsværktøjer:** Administrer just-in-time-produktion og spor materialer.
- **Grænseflade til sporing af produktets livscyklus:** Giver kunderne mulighed for at se, hvor hvert enkelt stykke tøj er produceret.

Udforsk mere



- [Berlin Fashion Summit-panel](#)
- [Bag algoritmen – hvordan størrelser fungerer](#)
- [Hvordan made-to-order løser modebranchens krise med overproduktion](#)
- [ER SKRÆDDERSYET MODE NØGLEN TIL BÆREDYGTIG MODE?](#)



Fleischer reflekterer over modebranchens systematiske problemer:

"Modebranchen er nødt til at sætte farten ned. Fremtiden for mode handler ikke om at producere mere og hurtigere – det handler om at producere bedre, kun når der er behov for det."

Foreslået klasseaktivitet – Son of a Tailor



Instruktioner

Efter at have studeret Son of a Tailor-casestudiet skal du nøje overveje følgende aktiviteter og følge nedenstående retningslinjer for at gennemføre aktiviteterne så godt som muligt. Brug tid på at overveje dine egne tanker og etiske holdninger til modeindustrien, og sammenlign dem derefter med den bredere industristandard. Forhåbentlig vil dette give dig stof til eftertanke!

Aktivitetens mål:

Ved afslutningen af denne aktivitet vil de studerende være i stand til at:

- Forklare problemet med overproduktion i modebranchen
- Beskrive, hvordan produktion på bestilling adskiller sig fra traditionel masseproduktion
- Analyser digitale værktøjers rolle (f.eks. størrelsesalgoritmer, datadrevet produktion) i reduktion af affald
- Evaluer en forretningsmodels bæredygtighedspåvirkning ved hjælp af den tredobbelte bundlinje (mennesker, planet, profit)
- Foreslå velinformerede anbefalinger til mere bæredygtige modepraksisser

Forventet Resultat



Denne aktivitet skal styrke elevernes forståelse af årsagerne og konsekvenserne af overproduktion i modeindustrien ved at involvere dem i kortlægningen af virkelige problemer forbundet med masseproduktion og direkte knytte disse til løsninger, der demonstreres i Son of a Tailors skræddersyede, datadrevne forretningsmodel.

- **Aktivitet 1 Kortlægning af problemet: Overproduktion i modebranchen (gruppe)**
(30 minutter)

Introduktion til begrebet overproduktion i modebranchen (usolgte varer, prisnedsættelser, spild, returvarer). (Hele klassen)

Gennemgang af casestudie (individuel)

Eleverne gennemgår casestudiet Son of a Tailor med fokus på:

1. Produktion på bestilling
2. Algoritmisk størrelsesbestemmelse
3. Reduktion af affald og returneringer

Kortlægning af årsager og løsninger (par)

I par udfører eleverne en enkel kortlægningsøvelse:

- Nævn 3 problemer forårsaget af masseproduktion inden for mode
- Sæt hvert problem i forbindelse med en funktion i Son of a Tailors forretningsmodel, der kan hjælpe med at løse det

Del og diskuter (hele klassen)

Parrene deler en problem-løsning-match med klassen.

Foreslået klasseaktivitet – Son of a Tailor



Instruktioner

Efter at have studeret Son of a Tailor-casestudiet skal du nøje overveje følgende aktiviteter og følge nedenstående retningslinjer for at gennemføre aktiviteterne så godt som muligt. Brug tid på at overveje dine egne tanker og etiske holdninger til modeindustrien, og sammenlign dem derefter med den bredere industristandard. Forhåbentlig vil dette give dig noget at tænke over!

Aktivitetens mål:

Ved afslutningen af denne aktivitet vil de studerende være i stand til

- Evaluer en modevirksomheds forretningsmodel ved hjælp af bæredygtighedskriterier
- Overvej kompromiser mellem hastighed, omkostninger og miljøpåvirkning
- Foreslå realistiske bæredygtighedsforbedringer for et eksisterende brand
- Kommunikér og begrund forretningsbeslutninger

Forventet Resultat



Denne aktivitet skal fremme kritisk tænkning om skalerbarhed og beslutningstagning ved at bede eleverne vurdere, om Son of a Tailors digitale model med skræddersyede produkter kan anvendes på andre modebrands.

- **Aktivitet 2 Bæredygtighedsstrategiudfordring – Ville dette fungere andre steder? (Gruppe 2-3) (45 minutter)**

Scenariebeskrivelse

Hver gruppe får følgende scenario:

Et hurtigt voksende modemærke ønsker at reducere affald, men er bekymret for højere omkostninger og længere leveringstider.

Gruppens opgave

Grupperne skal:

- Vælge et element fra Son of a Tailors model (f.eks. skræddersyede produkter, størrelsesalgoritmer, begrænset produktsortiment)
- Forklar, hvordan det vil forbedre bæredygtigheden (mennesker, planet eller profit)
- Identificer en udfordring ved at indføre dette element
- Foreslå en praktisk løsning til at overvinde udfordringen

Mini-præsentationer: Hver gruppe præsenterer deres idé på 1–2 minutter.



soulland

Soulland

GRUNDLAGT

2002

MEDARBEJDERE

20

MARKEDSOMRÅDE

Internationalt – Europa, Nordamerika og Asien

KUNDETYPE

B2C – Primært direkte til forbrugerne via e-handel og udvalgte detailpartnerskaber

SOCIALE MEDIER



HEM MESIDE

www.soulland.com

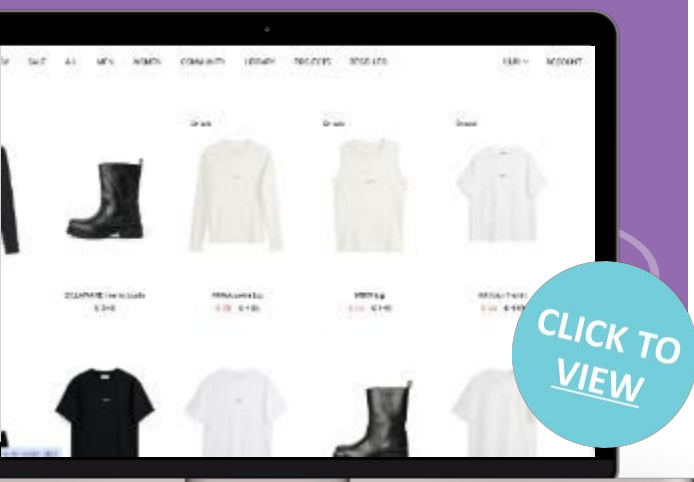
ROLLE I MODE-/TEKSTILINDUSTRIEN

- Soulland er et dansk modemærke med base i København, der kombinerer high-end streetwear med en stærk fokus på bæredygtig innovation. Soulland er kendt for sine kreative samarbejder og skandinaviske designfilosofi og integrerer cirkulære praksisser og digitale teknologier i sin produktion, markedsføring og produktudvikling. Mærket har opnået international anerkendelse for sit engagement i ansvarlig sourcing, transparens og eksperimentering med nye digitale platforme såsom NFT'er, virtuelle oplevelser og digitale produktpas.



Silas Adler, kreativ direktør og medstifter af Soulland, reflekterede over innovation i modebranchen:

"Hvis man ikke genovervejer, hvordan man producerer, forbruger og forholder sig til mode, bliver man efterladt. For os er digitalisering og cirkulær økonomi ikke trends – det er værktøjer, der hjælper os med at gentænke, hvordan vi eksisterer som brand i verden."



CLICK TO
VIEW



Co-funded by
the European Union

Financed by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Innovation and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

Selvurdering af modenhed



Område	Selvurdering	Noter
Integration af digitale værktøjer og teknologi i bæredygtige aktiviteter	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Bruger digitale pas, on-demand-udskrivning og sporbarhedsværktøjer.
Bæredygtig kundeindsigt og personalisering	☆☆☆☆ (Enig)	Kundefeedback former samarbejder og grønne praksisser.
Digitale værktøjer i bæredygtig markedsføring og salg	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Bruger immersiv storytelling og NFT'er til at fremme ansvarlig mode.
Bæredygtig produktudvikling og design	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Prioriterer cirkulære materialer og gennemsigtighed i livscyklussen.
Medarbejderuddannelse i bæredygtighed og digitale teknologier	☆☆☆☆ (Enig)	Medarbejderne uddannes i nye platforme og bæredygtighedsrapportering.
Datadrevet bæredygtig beslutningstagning	☆☆☆☆ (Enig)	Omfavner livscyklusdata og indsigt i materials indvirkning.
Innovation, tilpasningsevne og bæredygtighed	☆☆☆☆☆ (Helt enig)	Kendt for at være pioner inden for dristige digitale og grønne initiativer.

Bæredygtighed og digital innovation – højdepunkter



- **Digitale produktpas:** Integrerer blockchain-baserede tøj-ID'er for at sikre gennemsigtighed og sporbarhed.
- **NFT-samarbejde:** Indgået partnerskab med (di)vision og andre for at lancere digitale samleobjekter knyttet til bæredygtige drops.
- **Miljøvenlige materialer:** Vi forpligter os til at bruge GOTS-certificeret økologisk bomuld, genanvendte fibre og biologisk nedbrydelige kantbånd.
- **Cirkulær designstrategi:** Tilbyder reparation tjenester og videresalg via vores "Preloved"-initiativ.
- **Deltagelse i virtuel modeuge:** Brugte digitale formater for at reducere rejseaktiviteten og præsentere kollektioner online.

Silas Adler forklarede deres fokus på gennemsigtighed og sporbarhed:

"Vi vil give kunderne en grund til at interessere sig for – ikke kun hvordan noget ser ud, men også hvor det kommer fra, hvordan det er lavet, og hvad der sker bagefter."



Udvalgte gode praksis



Kategori	Praksisområde	Beskrivelse
Miljøpåvirkning	Sporbarhed	Brug af blockchain-baserede pas til gennemsigtighed i beklædningsindustrien.
Grønne praksis / materialer	Cirkulært design	Inkorporerer design med henblik på lang levetid og tilbagetagelsesordninger.
Digitale praksisser	Digitale kampagner	Omfatter virtuelle shows og immersiv storytelling for at reducere det fysiske fodaftryk
Arbejdsmetoder	Gennemsigtighed	Rapporter om arbejdsforhold og leverandørcertificeringer.

Digitale værktøjer i brug



- **EON Product Cloud:** Til oprettelse af digitale ID'er og sporing af livscyklusdata
- **OpenSea:** Bruges til NFT-lanceringer og salg af digitale aktiver
- **Shopify + brugerdefinerede API'er:** E-handel med integreret bæredygtighedsanalyse
- **Adobe Creative Cloud:** Til digitalt design, visuelle effekter og immersive medier
- **Loom & Instagram Live:** Til fjernbegivenheder og storytelling

Udforsk mere



- [Bæredygtighed for mindre detailhandlere](#)
- [Vogue Scandinavia](#)
- [nssMAG](#)
- [VMen's "On the Radar: Soulland"](#)



Silas Adler reflekterede over Soullands tilgang til bæredygtighed som en gradvis udvikling:

"Hver gang vi undersøgte det, blev det til et så overvældende problem... Ved at tage tingene trin for trin, med små sejre, der langsomt forbedrer virksomhedens overordnede miljømæssige mål."

Foreslået klasseaktivitet – Soulland



Instruktioner:

Læs og overvej Soulland-casestudiet grundigt, og vend tilbage til det for at få kontekst, mens du gennemfører dette casestudie, så du får den bedste læringsoplevelse.

Aktivitetens mål:

Ved afslutningen af denne aktivitet vil de studerende være i stand til at:

- Beskrive, hvordan digitale værktøjer kan øge gennemsigtigheden og forbrugernes tillid
- Vurdere bæredygtighedsværdien af nye digitale platforme inden for mode
- Vurdere risici og begrænsninger ved digital innovation
- Foreslå kreative, men realistiske strategier for digitalt engagement

Forventet Resultat



Denne aktivitet skal hjælpe dig med at få en bedre forståelse af tilgange til digitale teknologier og hvordan de kan engagere forbrugerne og samtidig støtte bæredygtig udvikling.

• Aktivitet 1 Digital innovation og forbrugerengagement (Gruppe) (45 minutter)

Introduktion til digitale værktøjer

Læreren gennemgår kort Soullands digitale innovationer:

- Digitale produktpas (EON Product Cloud)
- NFT'er og digitale samlereobjekter
- Virtuelle modeshows og online storytelling

Gruppescenarieopgave (grupper på 3-4 personer)

Hver gruppe får følgende scenario:

Soulland ønsker at lancere en ny bæredygtig kollektion og sikre, at kunderne interesserer sig for transparens, holdbarhed og cirkularitet.

Gruppescenarie opgave

Grupperne skal:

- Vælg et digitalt værktøj, der bruges af Soulland (f.eks. digital ID, NFT, virtuelt arrangement)
- Forklar, hvordan det vil uddanne eller engagere kunderne
- Kobl værktøjet til et bæredygtighedsmål (f.eks. gennemsigtighed, reduceret affald, videresalg)
- Identificer en mulig risiko eller kritik, og foreslå, hvordan Soulland kunne håndtere den

Mini-præsentationer (hele klassen): Grupperne præsenterer deres ideer på 1–2 minutter.

Foreslået klasseaktivitet – Soulland



Instruktioner

Læs og overvej Soulland-casestudiet grundigt, og vend tilbage til det for at få kontekst, mens du gennemfører dette casestudie, så du får den bedste læringsoplevelse.

Aktivitetens mål:

Ved afslutningen af denne aktivitet vil eleverne være i stand til at:

- Definere cirkulær mode og forklare, hvordan den adskiller sig fra lineære produktionsmodeller
- Identificere cirkulære praksisser, der anvendes af Soulland (materialer, reparation, videresalg, sporbarhed)
- Analysere, hvordan produktlivscyklus-tankegangen reducerer miljøpåvirkningen
- Anvende cirkulær designtænkning på en reel modevirksomhed

Forventet Resultat



Denne aktivitet skal give dig mulighed for systematisk at forstå beklædningsgenstandes livscyklus, styrke din evne til at identificere miljømæssige og sociale påvirkninger i hver fase og genkende muligheder for cirkulære, mere bæredygtige interventioner på tværs af modeværdikæden.

• Aktivitet 2 Cirkulær mode i praksis, fra design til efterliv – en kortlægningsaktivitet. (Individuelt – 30 minutter)

- **Fokus på beklædningsgenstand/produkt:** Hvilket produkt kortlægger du? (f.eks. T-shirt, jakke, bukser)
- **Produktlivscyklusoversigt:** Udfyld nedenstående tabel ved at angive, hvad der sker i hver fase af produktets livscyklus.

Livets cyklusfase	Hvad sker der i denne fase?	Bæredygtigheds fordel	Udfordring/risiko	Livets cyklusfase
Design				
Materialer og Indkøb				
Produktion				
Distribution og salg				
Brug og pleje				
Reparation/videresalg /levetidens afslutning				



**Bæredygtighed handler om
at tage ansvar for vores
handlinger indvirkning på
miljøet, samfundet og
fremtidige generationer.**

Christina Dean



Resumé

FAIR FASHION Casestudiesamling Resumé

Fra forskning til praksis

FAIR FASHION-casestudiesamlingen præsenterer en række forskellige europæiske mode- og tekstilvirksomheder, der illustrerer, hvordan den dobbelte omstilling implementeres i modeindustrien. Hver casestudie supplerer på den ene eller anden måde resultaterne af FAIR FASHION-litteraturgennemgangen. Størstedelen af de initiativer, der er omtalt i denne casestudiesamling, ledes af kvindelige iværksættere. Deres succeshistorier understreger vigtigheden af rollemodeller, mentorskab, netværk og kønsbevidste iværksætterøkosystemer.

Nøgletemaer



Cirkularitet i praksis

Casestudieeksempler som *Kokolor*, *saendorn GmbH* og *Yugen Company* omdefinerer produktionen med just-in-time-modeller, upcycled materialer og monomaterialeinnovationer. Disse er i overensstemmelse med litteraturens indsigt i, at cirkulære praksisser skal integreres systematisk og understøttes af politik og infrastruktur.



Digital transformation for bæredygtighed

Litteraturen lægger vægt på behovet for digitale kompetencer og tværsektorielt samarbejde for at opnå bæredygtig innovation. Dette ses i

Eksempler på casestudier, herunder *Myth AI*, *A.I.T.* og *WearTechClub*, der udnytter AI, digitale tvillinger og 3D-modellering til at reducere affald og øge effektiviteten.



Teknologidrevne bæredygtighedsmodeller

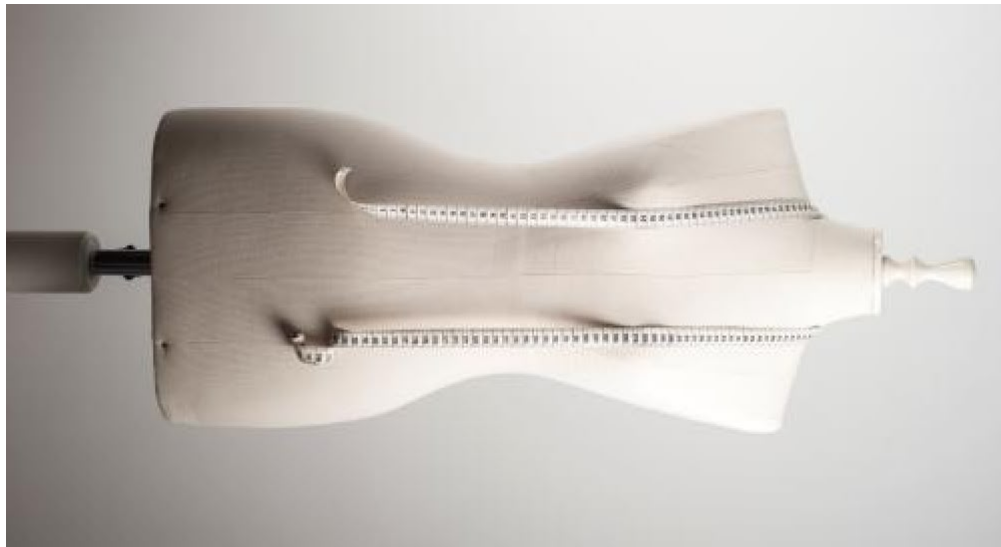
Optimimax og *MENED* viser avancerede tilgange som forudsigelig øko-design og digitaliseret reparation af beklædning. Disse illustrerer, hvordan datadrevne strategier kan understøtte målbar miljøpåvirkning – nøgleprioriteter, der er identificeret i litteraturen.

Strategisk konklusion

Sammen udgør disse casestudier et levende laboratorium for FAIR FASHION-missionen. De afspejler ikke kun akademiske prioriteter, men giver også modeundervisere og politiske beslutningstagere **realistiske, innovative og inkluderende veje** til at integrere den dobbelte omstilling i undervisning, forretningsmodeller og systemisk transformation.

Derfor kan denne samling ses som en uddannelsesmæssig katalysator, der giver den næste generation mulighed for at lede med formål, bæredygtighed og innovation. Casestudierne tilbyder reproducerbare modeller, som undervisere kan bruge til at integrere bæredygtighed og digitale værktøjer i læseplanerne, hvilket afspejler forskningens opfordring til kompetencebaseret uddannelse, udvikling af følelsesmæssig intelligens og tilpasning til branchestandarder.





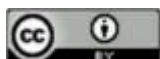


FAIR FASHION

Championing Digital, Diverse & Sustainable Futures



www.fairfashionproject.eu



Co-funded by
the European Union

Finansieret af Den Europæiske Union. De udtrykte synspunkter og meninger er dog udelukkende forfatterens/forfatterens og afspejler ikke nødvendigvis Den Europæiske Unions eller Det Europæiske Uddannelses- og Kulturagentur (EACEA) synspunkter og meninger. Hverken Den Europæiske Union eller EACEA kan holdes ansvarlig for disse.