



Hur viktigt är hållbarhet?



**MAGNUS
HEDENMARK**

driver tillsammans med Mattias Alkeblad konsultföretaget Re:profit som hjälper företag med en hållbar utveckling och marknads-kommunikation.

Hållbarhet. Ett ord som sägs bli viktigare än någonsin 2018. Men vad innebär egentligen hållbarhet i möbel- och inredningsbranschen? Hur viktig är frågan, och hur kommer den påverka branschen i framtiden?

TEXT ELIN LILJERO ERIKSSON

Takt med att klimatförändringarna och miljöproblemen i världen blivit allt mer påtagliga har det både från konsument och företag blivit än mer angeläget att tänka klimatsmart, miljövänligt och hållbart. Hittills har livsmedelsbranschen och klädindustrin varit de mest drivande i att dra det stora miljömedvetenhetståget framåt där var och varannan aktör numera har miljö- och hållbara alternativ. De flesta konsumenter ser också att det här med att göra miljövänliga val är något som är viktigt för framtiden, även om de kanske inte alltid väljer det hållbara alternativet om de inte är prisvärda eller står framför näsan på en. Men att vi har en utmaning i världen och att våra resurser blir allt mer begränsade är det nog få som förnekar. Något måste göras. Från alla håll. Och det snart.

– Dagens sätt att producera och leverera är helt enkelt inte hållbart, säger Magnus Hedenmark från konsultföretaget Re:profit som hjälper företag med hållbar utveckling och marknads-kommunikation. Om man drar det till sin yttersta spets så upplever vi en del av miljöproblemen på grund av att vi har en ohållbar konsumtion och produktion. Den situationen är inte är statisk, utan den blir sämre. Det betyder att om man fortsätter att vara ohållbar är det bara en

tidsfråga innan planeten packar ihop.

När det gäller möbelbranschen har man kommit igång lite senare än andra. Ikeas hållbarhetschef Jonas Carlehed säger i en intervju i det här numret att en av anledningarna till det kan vara att möbler är sällanköpsvaror, och att de inte ligger lika ”nära” konsumenten i vardagen som kläder och livsmedel gör. Konsumenten är helt enkelt inte lika angelägen om att köpa miljövänliga soffor som bananer.

– Det är svårt att säga generellt, men det har inte funnits något större fokus i möbelbranschen alls, säger Magnus Hedenmark. Det finns lite miljömärkningar som har cirkulerats, men det har inte funnits något större samtal om vad man ska göra direkt.

Han håller med om att en av anledningarna är att det inte funnits någon större efterfrågan.

– Det är ungefär så som man upplevt mode förut. Det tog ganska lång tid innan kläder blev en hållbarhetsfråga, för att konsumenten inte har tänkt på de här frågorna tidigare. Det är väl mer de professionella möbelleverantörerna som märker av mer tryck på detta nu. Vanliga kunder har inte tänkt på att de ska bry sig. De tittar mer på att möbelen ska vara tjustig och ha bra

306 miljarder dollar

Så mycket uppgår de ekonomiska förlusterna globalt som följd av naturkatastroferna 2017. Det är en 63-procentig ökning från 2016.

Källa: Aktuellhållbarhet/Swiss Re

I Sverige produceras det möbler för cirka 23 miljarder kronor om året.

Källa: Ri.se



IVANA KILDSGAARD

är ordförare för 100Gruppen – en plattform för samarbete inom inredningsbranschen för att nå hållbara interiörer.

pris. Men jag tror att den frågan kommer bli mycket mer angelägen nu, helt klart.

Ett tecken på att det börjar röra sig är den ideella föreningen 100Gruppen, ett initiativ som startades för snart två år sedan, för att skapa en cirkulär inredningsmarknad – genom att sammanföra olika aktörer i möbel- och inredningsbranschen. Allt tog sin början när arkitektkontoret LINK arkitektur och WSP bjöd in till ett seminarium med fokus på miljö från olika aktörers perspektiv.

– Då hade vi 100 personer på plats, mer kunde vi inte ta in. Efter seminariet kom flera av deltagarna fram och sa att det här är något de letat efter: ett nätverk som möjliggör att man kan samarbeta från olika aktörers håll i den här frågan, säger Ivana Kildsgaard från LINK arkitektur som också är ordförande på 100Gruppen och precis blivit utsedd till en av finalisterna i Återvinningsgalan 2018 i kategorin Årets förebyggare.

En och en halv månad senare hade 100Gruppen sitt första möte och satte visionen, som i sin helhet går att läsa om på deras hemsida, 100gruppen.se.

– Det behövs en plattform som skapar hållbarhetskriterier för hela inredningsbranschen som inkluderar miljöaspekten, sociala- och ekonomiska tanken. Idag finns fem miljöbedömningssystem som utvärderar och bedömer byggprodukter och möbler, exempelvis Möbelfakta och Svanen, som ställer krav och bedömer olika produkter, men det saknas ett gemensamt system som täcker hela inredningen. Då blir det svårt för både konsumenter och leverantörer att sätta och följa olika krav.

Tack vare 100Gruppen har man kunnat hitta gemensamma inredningskravkriterier för alla fem miljöbedömningssystem, vilka de kommer presentera nu under våren.

– Det som är viktigt i vårt arbete är att utgå från den kunskapen som finns. Vi tar inte fram något som är helt nytt. Ett exempel är att när vi tar fram dessa kravkriterier för inredningsbranschen då utgår i ifrån miljöbedömningssystemen som finns i byggbranschen och möbel-

branschen och vi sitter vid samma bord och jobbar tillsammans. Det är inte en ny aktör som kommer in, säger Ivana Kildsgaard.

Nästan alla aktörer i branschen är representerade i 100Gruppen; producenter, leverantörer, inköpare, inredningsarkitekter, arkitekter, återförsäljare, upphandlare och fastighetsägare, renoveringsföretag, logistik- och transportföretag, hållbarhetskonsulter och organisationer som certifierar och ställer olika hållbarhetskrav. Med detta har man som mål att hitta cirkulära lösningar.

– Man investerar 29 miljoner kronor på inredning i Sverige om året. Om man gör allt linjärt lyckas en bråkdel återbrukas. Vi har medlemmar som har produkter i material som kan återbrukas till sitt ursprungliga material men de slängs i praktiken. Med hjälp av cirkulära lösningar och affärsmodeller behöver det inte vara så, säger Ivana Kildsgaard.

Så vad är det mest angelägna när det gäller miljöaspekten i möbelbranschen?

– Det finns många olika saker man kan titta på om man pratar om hållbarhet generellt. Det pratas mycket om hur man ska designa möblerna för att de ska kunna återbrukas och repareras på ett smart sätt, säger Magnus Hedenmark och fortsätter:

– En annan diskussion är att det finns en hel del kemikalier, framför allt när det gäller tyger och dynor. I skumplast, där det finns plast inblandat, finns det ju exempelvis mycket flamskyddsmedel. Det är rena hälsofaran för dem som sitter i dem. Något ännu värre är impregneringen på soffor och möbler, där vi har bland de värsta miljögifterna som finns. Hur vi får bukt de fluorerade långlivade impregneringsmedlen, olika flamskyddsmedel samt hur man designar för återbruk och återvinning är kanske de viktigaste frågorna just nu.

Mycket ligger på formgivare och leverantörsnivå, men som butikägare kan man ställa högre krav på sina leverantörer och vara uppmärksam med vad sina möbler är gjorda av.

– En väldigt närliggande sak och det primära att göra som butikägare till en möbelbutik är att faktiskt dekla-

”I framtiden kommer det bli självklart att återbruka material för att göra nya möbler.”

rera innehållet enligt lagstiftningen som finns. Det är många som slarvar med det. Det är väldigt dumt att inte kunna svara på frågor när kunder ställer dem. Kunderna kommer kräva mer hållbara produkter, inte bara tillsynsmyndigheterna. Då måste man ha koll på vad de har hållt i för särskilt farliga ämnen i hela leverantörskedjan, säger Magnus Hedenmark.

Ivana Kildsgaard poängterar att mer miljöcertifierade produkter behövs lyftas fram i butikerna.

– Alla märkningar kommer bidra, såsom i livsmedelsindustrin där man grönmarkerar varor. Det är så vi kan öka förståelsen, kunskapen och medvetenheten. Men man underlättar också valet för kunden.

Att köpa möbler i återbrukat material kommer vara en självklarhet i framtiden, tror trendexperten Stefan Nilsson, mest känd som Trendstefan.

– Möbelbranschen står för samma utmaning som kameratebranschen gjorde med Kodak. Vem hänger med i utvecklingen? Det är ett jättestort paradigmskifte här, säger han.

Han menar att möbelbranschen inte hittat hem ännu när det gäller att återbruka.


– Retailbranschen i modevärlden har varit jätteduktiga på att hitta på insamlingar, att samla in kläder och försöker se sitt ansvar. Det har inte skett i samma utsträckning i möbelbranschen, man har inte försökt samla in kuddar eller pinnstolar.

Däremot är det något han ser komma allt mer bland unga formgivare.

– Dagens unga formgivare ser idag skräp inte som skräp. De ser dem som en resursvara och råvara. I framtiden kommer det bli helt självklart att återbruka material för att göra nya möbler.

Både Magnus Hedenmark, som också är en del av 100Gruppen och Ivana Kildsgaard håller med om att allt fler ser frågan som angelägen och att det är spännande att se hur unga, nya formgivare och entreprenörer tänker utanför ramarna för att skapa mer hållbara produkter och lösningar för inredningsbranschen.

– Det rör sig ordentligt nu. Och när det väl börjar så kan det gå fort, säger Magnus Hedenmark.



I budgetpropositionen för 2018 presenterade regeringen den största satsningen på klimat och miljö någonsin.

Källa: Regeringen.se

Tips! I nästa nummer fortsätter vi hållbarhetstemat med fokus på färg och färgfackhandeln.