

POTENTIALET FOR BLOCKCHAIN I MODE-, MØBEL- OG DESIGNBRANCHEN

EN **MARKEDSBASERET** FORANALYSE



BLOCKCHAIN BUSINESS
COMMERCE & DESIGN



Handel



Lifestyle & Design Cluster

INDUSTRIENS FOND

Juli 2023

Ledelsesresumé

Denne foranalyse undersøger potentialet for en fælles blockchainløsning i mode-, møbel- og designbranchen. Foranalysen viser, at der er potentiale for sådan en løsning, dog kræver udformningen af en sådan løsning mere analyse. Blockchainteknologien er et værktøj til at imødegå fælles udfordringer, men kan ikke stå alene, da det er netværket, der driver værdiskabelsen.

Projektets vision er at undersøge potentialet for at udnytte digital tillid¹ som en eksportfremmer i mode-, møbel- og designbranchen og evaluere muligheden for en branchespecifik og/eller en national blockchainløsning. Denne foranalyse er baseret på indsigter fra kvalitative online interviews med 27 aktører i og omkring mode-, møbel- og designbranchen.

Der er potentiale for en digital løsning i mode-, møbel- og designbranchen. Det er dog vigtigt at bemærke, at denne analyse ikke afgør størrelsen af dette potentiale. Digital tillid opfattes ikke direkte som en eksportfremmende faktor - derimod fremhæver respondenterne datatilgængelighed som den primære faktor, der kan styrke eksportaktiviteterne. Dog er det underforstået, at datakvaliteten er nødvendig for et salg. Hvis data tilgængelig og kvalitet er tilstede, vil det højne tilliden fra importør til sælger.



Hvis dét, at levere data, er *license-to-operate*, så er dét, at kunne tilvejebringe valideret data, en absolut konkurrencemæssig fordel.

Michelle van Velthoven Utzon-Frank, Bæredygtighedsrådgiver, Dansk Mode og Textil

Flere parter foretrækker en branchespecifik løsning, der strækker sig ud over Danmarks grænser. Der er interesse for en nordisk eller EU-løsning for at sikre standardisering og samarbejde mellem medlemslandene. Blockchainteknologien bliver betragtet som en mulighed, men der er stadig udfordringer forbundet, som skal adresseres.

2 | www.blockchainbusiness.dk

¹) Digital tillid henviser til den tillid og forvisning, der opstår i forbindelse med brugen af digitale teknologier, platforme og tjenester. Et eksempel er det kommende [EU digitale produktpas](#).

Rapporten er målrettet offentlige instanser samt branche- og netværksorganisationer, der spiller en afgørende rolle som drivkraft og bindeled mellem virksomheder, forskningsinstitutioner og andre interessenter i mode-, møbel- og designbranchen. Samtidig har virksomhederne også en vigtig rolle i forberedelsesfasen - de kan forsimple implementering af en digital brancheløsning ved at kortlægge deres værdikæde og datalandskab samt identificere egne forretningsmuligheder for blockchainteknologi. Virksomhederne kan starte allerede, da denne øvelse - uanset udfaldet af næste analyse - vil gøre dem parate til fremtidens lovgivninger og forbrugerpres.

Erfaringer fra andre industrier viser, at en branche kan gå sammen om at håndtere fælles udfordringer og at fragmentering og manglende digitalisering ikke er en hindring. Udfordringerne, som brancherne står overfor, er ikke unikke, og der er mulighed for inspiration på tværs af brancher - også på tværs af mode-, møbel- og designbranchen. Denne indsigt understreger, at udfordringerne er større end den enkelte virksomhed, og der er gevinster at hente ved at gå sammen om at løse dem.

Uden aktørerne i branchen som deltagere i netværket giver blockchainteknologi i sig selv ikke værdi - teknologien kan derfor ikke stå alene, da det er netværket, der driver værdiskabelsen. Fokus bør derfor være på det overordnede branchenetværk, herunder det organisatoriske aspekt samt incitamenter imellem aktører. Det er afgørende at etablere rammer i forsyningskæden, der fremmer samarbejde og værdiforståelse. Ved at samarbejde om at etablere digital brancheløsning kan branchen skabe værdi for alle aktører i forsyningskæden.



INDHOLDSFORTEGNELSE

| | | |
|-----------|---|------------|
| 01 | VISION OG INTRODUKTION | |
| | Baggrund for projektet | Side 1-10 |
| 02 | BRANCHEERFARINGER | |
| | Inspiration fra brancher der går sammen | Side 11-17 |
| 03 | INDSIGT OG ANALYSE | |
| | Interviewindsigter og analyse | Side 18-38 |
| 04 | VEJEN TIL SUCCES | |
| | Miniguide til fremtidig analyse | Side 39-45 |
| | Anbefaling til yderligere læsning | Side 46-48 |
| 05 | APPENDIKS | |
| | Blockchainløsning til mode-, møbel- og designbranchen | Side 49-50 |
| | Nøgleindsigter fra interviews | Side 51 |
| | Opfølgende spørgsmål | Side 52 |
| | Fremgangsmetode | Side 53-54 |
| | Kort om projektet | Side 55 |

01 | VISION

- Vision
- Introduktion



Håbet er, at blockchain eller en anden teknologi kan harmonisere branchen. En brancheløsning er bestemt en mulighed.

Betina Simonsen, Managing Director, Lifestyle & Design Cluster



*Visionen med
projektet er...*

*...at udarbejde en foranalyse der undersøger, om **digital tillid** kan blive en **eksportfremmer** til internationale kunder i **mode-, møbel- og designbranchen**. Herunder undersøges det, om der er **potentiale** for en **national** og/eller **branchespecifik blockchainløsning***



Baggrund for projektet

Denne foranalyse er en del af projektet *Blockchain Business in Commerce & Design*, som er finansieret af Industriens Fond. Målet med det overordnede projekt Blockchain Business er at undersøge, om blockchainteknologien, i samspil med andre teknologier, har potentiale til at skabe den nødvendige digitale infrastruktur og løse nogle af de udfordringer, som branchen står overfor. Blandt andet vil mode-, møbel- og designbranchen i den nærmeste fremtid blive mødt af nye krav fra EU, herunder øget produktansvar og det kommende digitale produktpas, der vil påvirke branchens værdikæder.

Denne rapport bygger på foregående arbejde under paraplyen *Blockchain Business in Commerce & Design*. Bl.a. har et tidligere projekt formidlet grundlæggende viden omkring blockchainteknologi til over 600 virksomheder og professionelle interessenter i handels- og designbranchen. Ydermere, har dette specifikke projekt udarbejdet et [inspirationskatalog](#) (udgivet i primo 2023), der kortlægger eksisterende branchespecifikke blockchainløsninger samt hvilke use cases løsningerne understøtter. Se overblik over løsningerne [her](#).

I forlængelse af det tidligere arbejde, beskriver denne rapport en foranalyse, hvis formål er at undersøge, om digital tillid kan blive en eksportfremmer til internationale kunder i mode-, møbel- og designbranchen. Herunder undersøges det, om der er potentiale for en national og/eller en branchespecifik blockchainløsning.

Blockchainteknologien i fokus

Blockchainteknologi gør det muligt at udvikle løsninger, der kan øge gennemsigtighed gennem hele værdikæden. Kun [6% af danske virksomheder](#) har på nuværende tidspunkt en konkret plan for, hvordan de kan implementere og anvende blockchainteknologien, selvom flertallet af virksomhederne i livsstilsbranchen forventer, at gennemsigtighed i fremtiden bliver en konkurrencemæssig nødvendighed.



Derfor er det vigtigt at flere virksomheder gør sig nysgerrige på blockchain og allerede gør sig nogle erfaringer nu med, hvordan teknologi kan hjælpe på sporbarhed og transparens.

Jan Damsgaard, Professor hos Department of Digitalization, Copenhagen Business School

Alligevel [benytter kun et fåtal](#) af danske mode- og designvirksomheder blockchainteknologi, hvilket især skyldes, at virksomhederne mangler viden om, hvad teknologien kan tilbyde.

Denne foranalyse kan hjælpe offentlige institutioner og branche- og netværksorganisationer inden for mode-, møbel- og designbranchen med at vurdere potentialet for en branchespecifik og/eller national blockchainløsning, identificere muligheder og udfordringer og træffe en informeret beslutning om at implementere en blockchainløsning.

Foranalysens udgangspunkt

Foranalysen vil være baseret på et rammeværk¹ (se figur 1), som er udviklet specifikt til at identificere levedygtige blockchainprojekter. Rammeværket består af fire parametre, henholdsvis 'Forretningsmæssig levedygtighed', 'Økosystemets opnåelighed', 'Brugernes præferencer' og 'Teknisk gennemførlighed'. Essensen i rammeværket ligger i behovet for at balancere disse fire parametre for at opnå succes med et blockchaininitiativ.

Traditionelle teknologianalyser har ofte en tendens til at centrere sig omkring de tekniske implikationer ved implementering af nye løsninger. Dog er det vigtigt at bemærke, at det ofte ikke er de tekniske aspekter, der er den primære hindring for succesfuld implementering af blockchainteknologi. Rammeværket i figur 1 er derfor udviklet med en bevidsthed om, at en succesfuld implementering af teknologien handler om mere end blot de tekniske aspekter, men også om det komplekse landskab, som blockchainløsningen skal operere i.



Kunderne forstår ikke, endnu, hvad blockchain er, og hvorfor man bør kigge ind i det. Der er en kæmpe kommunikationsopgave foran mode- og designvirksomhederne, hvis de går dén vej

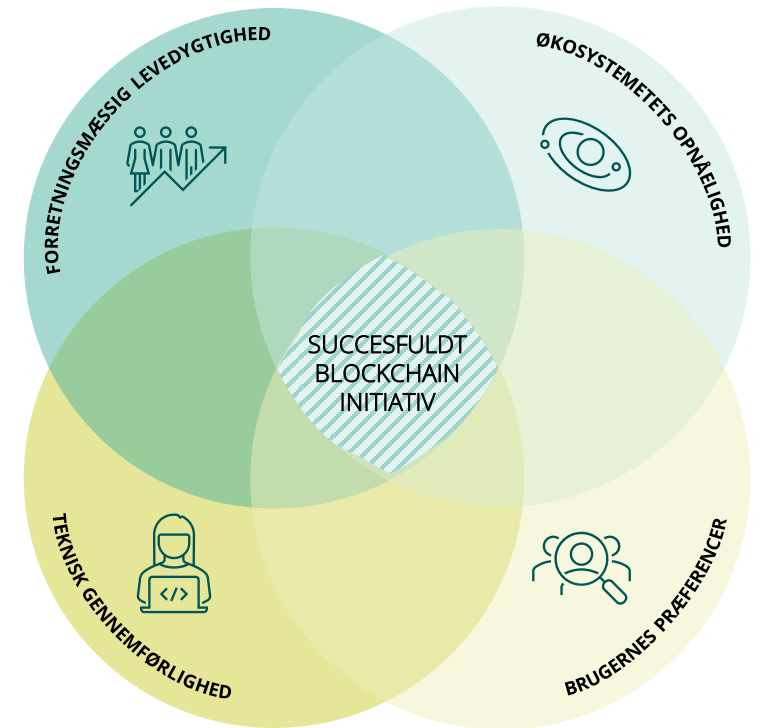
Sidsel Lundtang Rasmussen, Chief Sustainability Officer, SproutWorld

Med udgangspunkt i parametrene stræbes efter at opnå en holistisk forståelse af potentialet og udfordringerne ved en blockchainløsning inden for mode-, møbel- og designbranchen. Samtidig ønskes det at identificere de områder, der kræver yderligere analyse, hvorfor de fire parametre ikke vil blive gennemgået i dybden i denne foranalyse, men vil blive kort introduceret på næste side.

Det er vigtigt at bemærke, at foranalysen primært fokuserer på at afklare potentialet for et blockchaininitiativ og ikke på den enkelte slutbrugers præferencer. Disse præferencer bør dog på sigt inddrages i en mere dybdegående analyse.

7 | www.blockchainbusiness.dk

1) Rammeværkets oprindelse er fra artiklen 'How to Build a Successful Blockchain Initiative', udgivet af World Economic Forum i samarbejde med Deloitte



Figur 1: Gennemgående rammeværk for foranalysen, der visualiserer de strategiske områder for at gennemføre et succesfuldt blockchaininitiativ

Rammeværkets fire parametre

Rammeværket vil i praksis blive anvendt til at kategorisere nøgleindsigterne fra afholdte interviews samt til at strukturere videre analyse. Overblik over de interviewede i mode-, møbel- og designbranchen i denne foranalyse er visualiseret på næste side. Nedenfor følger en beskrivelse af de fire parametre.



Forretningsmæssig levedygtighed

Denne parameter handler om at evaluere, om en blockchainløsning i mode-, møbel- og designbranchen er **økonomisk** og **forretningsmæssig levedygtig**. Det indebærer at vurdere de potentielle fordele, **omkostninger**, **risici** og **afkast** ved implementeringen af løsningen samt overvejelser omkring forretningsmodeller og finansiering.



Økosystem opnåelighed

Denne parameter fokuserer på vurderingen af, hvorvidt det er muligt at etablere og opretholde et **bæredygtigt økosystem** for den pågældende blockchainløsning i mode-, møbel- og designbranchen. Det indebærer at identificere og inddrage de nødvendige **interessenter**, partnere og aktører i branchen samt evaluere **samarbejdsmuligheder**, **incitamentsstrukturer** og potentielle barrierer for etableringen af et effektivt økosystem.



Teknisk gennemførlighed

Denne parameter drejer sig om at evaluere, om den nødvendige **teknologi** og **infrastruktur** er tilgængelig og egnet til implementeringen af en blockchainløsning i mode-, møbel- og designbranchen. Det omfatter **vurdering** af eksisterende **tekniske ressourcer**, **datastyring** og **sikkerhed** samt identifikation af eventuelle tekniske udfordringer og behov for tilpasning eller **integration** af eksisterende **systemer**.



Brugernes præferencer

Denne parameter fokuserer på at vurdere, i hvilken grad den generelle **bruger** i mode-, møbel- og designbranchen vil finde en blockchainløsning **attraktiv** og **anvendelig**. Det indebærer at identificere **brugernes behov**, **ønsker** og **bekymringer** samt sikre, at løsningen er **intuitiv**, nem at bruge og skaber **merværdi** for brugerne. Det omfatter også overvejelser omkring **brugeruddannelse** og **-adoption** for at sikre en succesfuld implementering.

Interviewede aktører i foranalysen

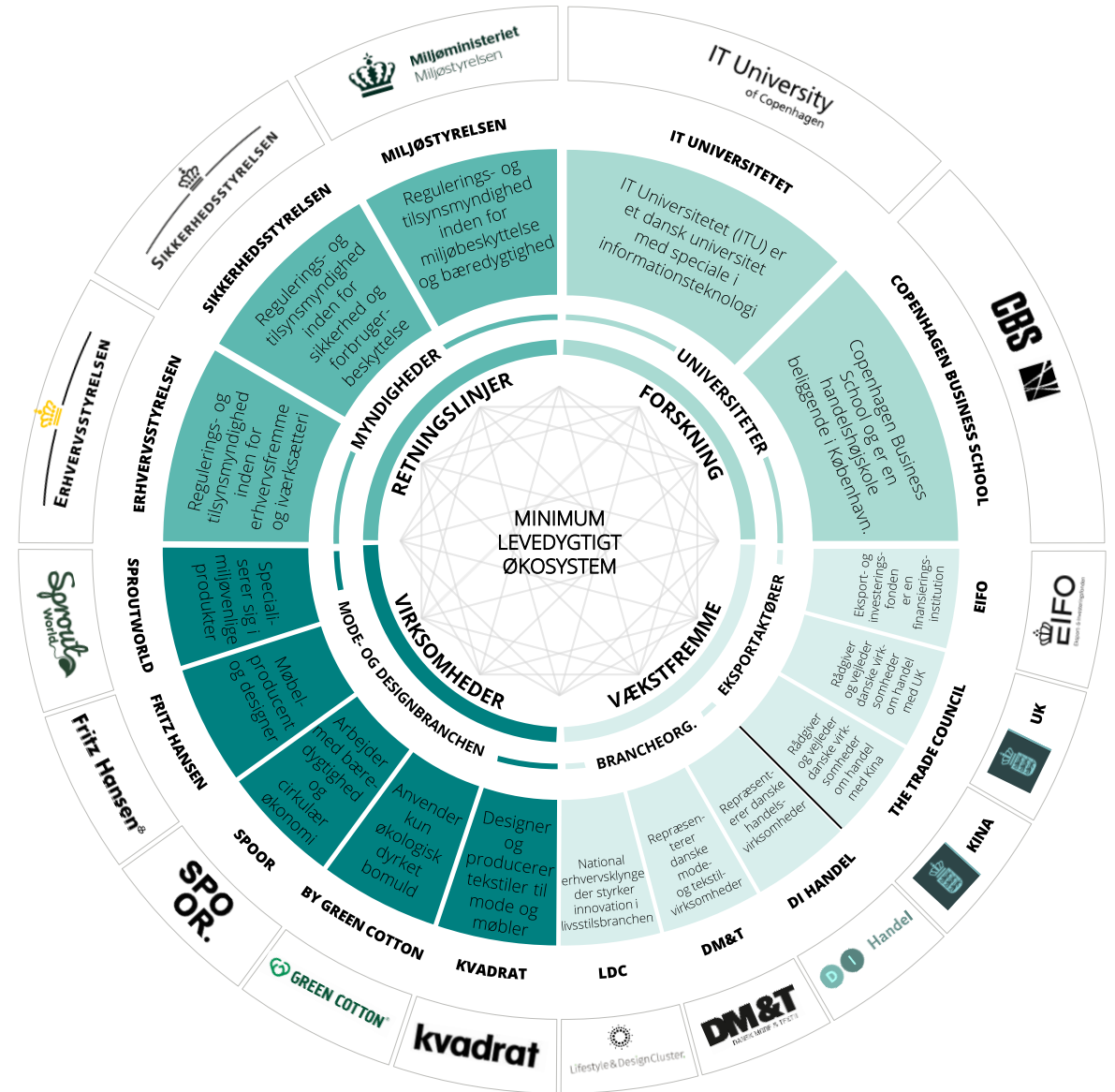
Indsigterne udledt af denne foranalyse baserer sig på online interviews med i alt 27 fagpersoner fordelt på 16 aktører i økosystemet for digitalisering af mode-, møbel- og designbranchen¹. De interviewede dækker i alt fire overordnede temaer, herunder efterlevelse af retningslinjer, virksomheder, væksthjælp og forskning. De interviewede fremgår af figur 2 og overblikket kan anskues som et første skridt på vejen til at etablere et 'Minimum Levedygtigt Økosystem' (MLØ), som er dét minimum fungerende sæt af aktører, der tilsammen kan skabe værdi og understøtte et fælles mål for økosystemet. Domæner som, blandt andre, slutbrugere, distributører og certifikatudstedere er ikke inkluderet i undersøgelsen, men kan og bør på sigt inddrages som en del af en mere omfattende analyse, hvorfor overblikket over aktørerne i figur 2 ikke er komplet.

“

På trods af Kvadrats store størrelse, har vi endnu ikke ressourcer og kompetencer til at bygge en digital løsning selv. Derfor kan vi kun se en fordel i at samarbejde om en fælles løsning, for vi kan ikke løfte den agenda alene.

Camilla Vissing Mogensen, Digital Project Manager, Kvadrat

Den store interesse, positive respons og villighed til at deltage i interviews fra de involverede aktører viser deres engagement i at bidrage til udviklingen af et bæredygtigt og succesfuldt digitalt økosystem for mode-, møbel- og designbranchen.



Figur 2: Overblik over interviewede i økosystemet for mode-, møbel- og designbranchen

Inspirationskatalog


Som nævnt i baggrunden for projektet, indeholder dette projekt også et inspirationskatalog (udgivet primo 2023), der kortlægger eksisterende branchespecifikke blockchainløsninger samt hvilke use cases løsningerne understøtter.

Projektet vil også gerne give et markedsoverblik over de blockchainbaserede løsninger, der findes for at imødekomme, at 77 procent af respondenterne blandt danske design- og handelsvirksomheder har begrænset eller intet kendskab til blockchainteknologiens potentiale i deres virksomhed. Der er med andre ord stadig høje barrierer i forhold til at forstå blockchainteknologiens anvendelsesmuligheder; hvordan skal forretningsmodellen skrues sammen for aktørerne, og hvordan implementeres en blockchainløsning?

Formålet med inspirationskataloget er at give danske mode- og designvirksomheder et konkret overblik over eksisterende branchespecifikke blockchainløsninger på markedet og hjælpe med at træffe kvalificerede valg, når virksomhederne skal i gang med udvikling af digitale løsninger bygget på en blockchain. Vi håber, at dette inspirationskatalog bidrager til, at mode- og designvirksomheder, deres leverandører og kunder får kompetencer til at tage strategiske beslutninger om blockchainteknologi i deres arbejde med at fremme nye forretningsmodeller og cirkularitet for deres produkter.


BLOCKCHAIN-USECASES INDENFOR MODE OG DESIGN

BLOCKCHAIN-USECASES INDENFOR MODE OG DESIGN




ØGET SPORBARHED

Virksomheder kan gøre forsyningskæden transparent med øget sporbarhed.




STYRKET AUTENTISITET

Virksomheder kan styrke den brand-identitet med digitalt ejerskab og autentiseringsbevis.



ØGET CIRKULARITET

Virksomheder kan styrke den cirkulære økonomi gennem decentrale og åbne markedspladser.




ØGET FORBRUGERENGAGEMENT

Virksomheder kan øge forbrugereengagementet med fornyende loyalitetsprogram.

● Orienteret mod efterlevelse af regulering og retningstøj
 ● Orienteret mod vækst og nye markedsmuligheder

19 | www.blockchainbusiness.dk



DESIGNBRANCHEN


Officielt udviklet software, der fokuserer på de blockchainplatforme, men typen af blockchain redde løsninger understøtter.

| Virksomhed | ØGET SPORBARHED | STYRKET AUTENTISITET | ØGET CIRKULARITET | ØGET FORBRUGERENGAGEMENT |
|----------------|-----------------|----------------------|-------------------|--------------------------|
| Aura | J | J | J | J |
| AWARE | J | J | J | J |
| Bext360 | J | J | J | J |
| BrandTap | J | J | J | J |
| DNV | J | J | J | J |
| Eurofister | J | J | J | J |
| ESQ* | J | J | J | J |
| L&L&D | J | J | J | J |
| LUXCO | J | J | J | J |
| NATOS | J | J | J | J |
| PaperTate | J | J | J | J |
| PERisco | J | J | J | J |
| Provenance | J | J | J | J |
| Queen of She | J | J | J | J |
| TextileGenesis | J | J | J | J |
| TRICS | J | J | J | J |
| TrustTrace | J | J | J | J |


30 | www.blockchainbusiness.dk
 * Se undersøgelsesmetoden i appendix. ** Decentrale markedspladser, der understøtter cirkularitet eller datagennemgængelighed.

BLIV INSPIRERET


Se løsninger fra Ariane, Aura, AWARE og Bext360.




YouTube-serie om Ariane-UseCases




Aura skaber sig til The Prince of Wales Sustainable Markets Initiative



Forståelse af løsning, usecase og teknologi



Call Denmark indgår samarbejde med AWARE (2021)



Resultatrapport om pilotprojekt om sporbarhed af bomuld (2019)

32 | www.blockchainbusiness.dk

02 | BRANCHEERFARINGER

- Containerskibsbranchen
- Luksusbranchen
- Fødevarerbranchen
- Spanske aktører



Uanset hvilken løsning man ender med, så ligegyldigt hvordan man vender og drejer den, så kommer der til at være øget nødvendighed for samarbejde.

Anders Holm, Fuldmægtig, Kontor for Grøn og Ansvarlig Erhvervsudvikling, Erhvervsstyrelsen

Inspiration fra industrier der går sammen

Disse fire cases inden for andre industrier kan give inspiration til mode-, møbel- og designbranchen i deres bestræbelser på at håndtere branchespecifikke udfordringer gennem samarbejde og industrielle løsninger. De fire cases præsenteres på de næste sider.



Containerskibsbranchen



Luksusbranchen



Fødevarebranchen



Spanske aktører



Brancher kan håndtere fælles udfordringer sammen til trods for intern konkurrence

Selvom brancher konkurrerer indbyrdes, kan de stadig gå sammen for at håndtere fælles udfordringer. Samarbejde mellem konkurrerende virksomheder eller sektorer kan føre til innovativ problemløsning og positive resultater.

Fragmentering og manglende digitalisering behøver ikke at være en hindring

Selv i brancher præget af fragmentering eller manglende digitalisering er der mulighed for at overvinde disse hindringer. Ved at implementere moderne teknologier og innovative løsninger kan brancher forbedre deres effektivitet og opnå positive forandringer.

Udfordringerne brancherne står overfor er ikke unikke

Selvom brancher har individuelle udfordringer, er der ofte ligheder på tværs af forskellige industrier. Dette åbner muligheden for at lære af hinandens erfaringer og finde inspiration i løsninger, der allerede er implementeret i andre brancher.

1

2

3

HOVEDBUDSKABER FRA DE FIRE CASES



Kilde: Unsplash

HVEM

Digital Container Shipment Association (DCSA). Link [her](#).

BRANCHEKONFIGURATION

Containerskibsbranchen har en kompleks og mangfoldig branchekonfiguration. Den inkluderer globale aktører som rederier, terminaloperatører, befragtere og havneautoriteter. Denne diversitet af aktører og deres forskellige roller bidrager til den dynamik og kompleksitet, der kendetegner shippingindustrien.

DEN FÆLLES UDFORDRING

Containerskibsbranchen har oplevet udfordringer med investeringer i

- cybersikkerhed, digitalisering og udskiftning af kerne-it-systemer.

Disse udfordringer forventes at vokse yderligere på grund af den øgede mængde data og manglende standardisering. Tidligere forsøg på at håndtere udfordringerne individuelt har kun bidraget til at forværre situationen. Der var behov for en fælles indsats og samarbejde for at finde en løsning, som kan gavne hele industrien.

DEN FÆLLES LØSNING

DCSA blev etableret som en uvildig part med det formål at adressere de fælles udfordringer i containerfragtens værdikæde. Med et bredt engagement fra nøgleaktører i industrien arbejdede DCSA på at definere og designe en fremtidig industristandard samt udvikle et Industri Blueprint med processtandarder. Dette initiativ var afgørende for at skabe en ensartet tilgang og forbedre effektiviteten på tværs af branchen. DCSA har opnået global anerkendelse og repræsenterer nu mere end 70% af containerskibsindustrien. Deres engagement i at fremme brugen af elektroniske fragtbreve (eBL) viser deres forpligtelse til at modernisere og optimere containerfragtprocessen¹.

14 | www.blockchainbusiness.dk

1) Kilde: DCSA.org – [ebill of lading](#)



INFORMATION



BRANCHE

Containerskibsbranchen



STIFTELSESÅR

2019

STIFTENDE MEDLEMMER



ANDRE MEDLEMMER





Kilde: Unsplash

HVEM

Aura Blockchain Consortium. Link [her](#).

BRANCHEKONFIGURATION

Luksusbranchen er præget af et dynamisk og konkurrencepræget branchelandskab. Den omfatter forskellige sektorer som mode, smykker, ure, skønhedsprodukter og biler. Blandt de mest fremtrædende aktører i luksusbranchen finder man [LVMH](#) (Moët Hennessy Louis Vuitton) og [Kering](#), der begge er globale holdingselskaber med en portefølje af prestigefyldte luksusmærker.

DEN FÆLLES UDFORDRING

Aura Blockchain Consortium et niche-samarbejde, der forener luksusbrands med det fælles mål at udnytte blockchainteknologi til at styrke autenticiteten af deres produkter og skabe et stærkt fællesskab inden for luksusbranchen. Konsortiet blev etableret i april 2021 af tre store luksusspillere, LVMH, Prada Group og Cartier, der er en del af Richemont¹. I oktober 2021 sluttede OTB Group og Mercedes-Benz sig til grundlæggergruppen. Virksomhederne har slået sig sammen for at håndtere de fælles brancheudfordringer, herunder;

- kampen mod forfalskning
- sporing af luksusvarer solgt på brugte platforme
- ønsket om at opretholde et forhold til de efterfølgende ejere i produktets levetid

DEN FÆLLES LØSNING

Ved at fremme brugen af en enkelt global blockchainløsning, der er åben for luksusmærker i alle sektorer over hele verden, giver platformen forbrugerne yderligere information, tjenester, gennemsigtighed og en ny og forbedret kundeoplevelse. Et digitalt aktiv medfølger ved køb og videreføres ved gensalg.

15 | www.blockchainbusiness.dk

1) Kilde: [About Aura Luxury Blockchain](#)



INFORMATION



BRANCHE

Luksusbranchen



STIFTELSESÅR

2021

STIFTENDE MEDLEMMER

LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

OTB

 Mercedes-Benz

PRADA Group **RICHEMONT**

ANDRE MEDLEMMER

CZAPEK **GIVENCHY** **Hennessy**
PARIS

BVLGARI

JIL SANDER



Kilde: Unsplash

HVEM

Landbrug & Fødevarer. Link [her](#).

BRANCHEKONFIGURATION

Danmark er en af de største eksportører af grisekød og en stor del af varerne eksporteres til Kina¹. Den danske kødbranche er kendetegnet ved at være domineret af store virksomheder drevet af andelsbevægelser. Branchen er hårdt reguleret og overvåget, og konkurrencen er høj og med skiftende kundepræferencer.

DEN FÆLLES UDFORDRING

I et præ-studie konkluderede man at;

- tilliden til fødevarer i Kina er lav
- yngre, veluddannede, kinesiske byboere efterspørger og forventer information om fødevarer sikkerhed.

Sporbarhedsinformation er derfor en fremtidig kommerciel kampplads – og der var vilje til at betale for det blandt forbrugerne. Det var derfor muligt at samarbejde med Landbrug & Fødevarers brancheforeningsmedlemmer på samme blockchainplatform, og derved drage fordele af delte infrastrukturinvesteringer.

DEN FÆLLES LØSNING

Med udgangspunkt i præ-studiet etablerede Danish Crown en slutbrugeroplevelse for alle detailkunder, der kunne sikre bevis for autenticitet, kvalitet og fødevarer sikkerhed på udvalgte produkter via en blockchain. Slutbrugerløsningen blev bygget som en WeChat-applikation, hvori der også blev skabt et brandunivers. Lanceringen af sporbarhedsløsningen gav Danish Crown bedre samarbejde med detailkæderne i Kina om at øge fødevarer sikkerhed og bekæmpe svindel i branchen.



INFORMATION



BRANCHE

Landbrug, herunder kødbranchen



LANCERINGSÅR

2019-2021

STIFTENDE MEDLEMMER





HVEM

Alastria i Spanien. Link [her](#).

BRANCHEKONFIGURATION

Alastria er et spansk blockchainkonsortium, der blev etableret i 2017 af en gruppe store virksomheder, universiteter og andre institutioner. Alastria fungerer som en hub, der forbinder interessenter og åbner op for muligheder for at bruge og medskabe platforme, ressourcer, standarder og retningslinjer relateret til blockchainteknologi.

DEN FÆLLES UDFORDRING

Den fælles udfordring, som Alastria forsøger at håndtere, er behovet for at udvikle en

- sikker, standardiseret og pålidelig blockchainplatform

der kan understøtte forskellige applikationer og bruges af flere sektorer og brancher, herunder finans, sundhedsvæsen, energi, logistik, offentlig administration mv. Alastria har et stærkt fokus på anvendelser af blockchainteknologi i virksomheder og offentlige organisationer, og deres netværk består af mere end 500 medlemsorganisationer¹.

DEN FÆLLES LØSNING

Alastria-plattformen muliggør udvikling, implementering og deling af blockchainløsninger og applikationer blandt medlemmerne. Et konkret eksempel på brugen af Alastria er FORTRA (Forest Traceability²), som er en platform, der giver sporbarhed til produkter baseret på træ. Denne platform bruges af skovbrugsvirksomheder og registrerer operationer fra skoven til det endelige produkt på markedet. FORTRA bruger Alastria-plattformen til at differentiere produkter, skabe gennemsigtighed og opbygge tillid ved at levere relevant information om produktets oprindelse og transformation.

17 | www.blockchainbusiness.dk

1) Kilde: alastria.io – what is alastria

2) Kilde: alastria.io – FORTRA



INFORMATION



BRANCHE

Spanske aktører



LANCERINGSÅR

2017

MEDLEM AF



STIFTENDE MEDLEMMER



Forskning



Universiteter



Offentlige institutioner



Virksomheder

+70

ANDRE MEDLEMMER (+500)



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



Telefónica



an NTT DATA Company



REPSOL



Santander

03 | Indsigt og analyse

- Interviewindsigter og analyse



Der er helt klart potentiale i samarbejde på tværs. Det bliver for kompliceret for forbrugere, lovudstedere og myndighederne, hvis vi hver især går og laver vores egne systemer.

Morten Lund Pedersen, Sustainability Manager, Fritz Hansen

Opsummering af nøgleindsigter fra foranalysen

- ① **Digital tillid opfattes ikke** som en direkte eksportfremmende faktor i branchen. I stedet identificerer respondenterne tilgængeligheden af **valideret data** som den **primære faktor**, der potentielt kan **styrke eksportaktiviteterne** og herunder blive **en tillidsskabende** faktor. Dette uddybes på [side 19](#).
- ② **Der er potentiale** for en branchespecifik og digital løsning i mode-, møbel- og designbranchen. Dog kræver det **nærmere undersøgelse**, at afgøre potentialets størrelse samt vurdere, hvordan en løsning kan designes i forhold til de fire parametre i modellen nedenfor. Dette uddybes på [side 20](#).

NØGLEINDSIGTER FRA FORANALYSEN



Forretningsmæssig levedygtighed

Der er **bekymringer** i branchen om, hvorvidt en digital løsning, herunder en blockchain-drevet løsning, der ejes og drives af de enkelte aktører, vil blive en **byrde** rent **omkostningsmæssigt**. Derfor er der en mulighed i at **etablere en fælles branchespecifik løsning**, hvor **omkostningerne kan deles mellem aktørerne** og skabe en mere bæredygtig økonomisk model.



Økosystem opnåelighed

Mode-, møbel- og designbranchen er kendetegnet ved **en høj grad af fragmentering**, hvor virksomhederne typisk opererer **individuel** og **uafhængigt** af hinanden. Branchen står over for **fælles udfordringer**, herunder kommende EU-lovkrav, og ved at etablere en branchespecifik løsning er der udvist potentiale til, at branchen kan **samle ressourcerne** og ekspertisen for at **håndtere disse udfordringer**.



Teknisk gennemførlighed

Branchen har et **lavt kompetenceniveau inden for digitalisering**. Ved at samle branchen om en fælles digital løsning er der potentiale til at **løfte det samlede kompetenceniveau**. EU-lovgivningens datakrav opfattes som en byrde af aktørerne i mode-, møbel og designbranchen. En branchespecifik løsning har potentiale til at hjælpe virksomhederne med at **identificere** og **imødekomme** de **specifikke datakrav**.



Brugernes præferencer

De interviewede udtrykker vigtigheden af en **intuitiv platform** for aktører i **forsyningskæden** samt god storytelling ud imod **slutforbrugere**. Dog er indikationerne ikke baseret på de direkte kilder (aktører oppe i forsyningskæden og slutbrugerne), hvorfor **brugernes præferencer bør undersøges yderligere** med de rette interessenter.

① Tilgængelighed af valideret data skaber digital tillid

Digital tillid opfattes ikke som en direkte eksportfremmende faktor i mode-, møbel- og designbranchen. I stedet identificerer respondenterne datatilgængelighed som den primære faktor, der potentielt kan styrke eksportaktiviteterne og herunder blive en tillidsskabende faktor.

Valideret data spiller en afgørende rolle som en eksportfremmende og tillidsskabende faktor i mode-, møbel- og designbranchen. Når virksomheder kan præsentere pålidelige og verificerede data, øger det tilliden hos både nationale og internationale kunder, hvilket igen styrker deres vilje til at handle og samarbejde.



Datatilgængelighed er bestemt en fordel i forhold til at eksportere til UK. Jo nemmere det er for virksomhederne, jo bedre er det.

Jacob Kvetny, Principal Advisor, Carina Vester Simonsen, Commercial Advisor, Trade Council UK

En af de primære udfordringer, som i mode-, møbel- og designbranchen står overfor, er at sikre sporbarhed, transparens og kvalitet i data. Dog er der gevinster at hente, når virksomheder kan demonstrere, at deres produkter er fremstillet under bæredygtige og ansvarlige forhold, og at de kan bevise oprindelsen og egenskaberne af de materialer, der anvendes, skabes der tillid hos kunderne. Dette er især afgørende i en tid, hvor der er øget fokus på bæredygtighedsrapportering og social ansvarlighed.



At have styr på sporbarhed, transparens og verificeret data er en konkurrencefordel fordi kunder, nok især B2B, kræver det. Snart er der også rapporteringskrav.

Sidsel Lundtang Rasmussen, Chief Sustainability Officer, SproutWorld
20 | www.blockchainbusiness.dk

Desuden øger valideret data eksportmulighederne ved at bidrage til gennemsigtighed og troværdighed i forsyningskæden. Når der er klarhed over produktionsprocessen og de involverede aktører, kan nationale såvel som internationale kunder være trygge ved, at produkterne er produceret under de ønskede vilkår og opfylder de nødvendige kvalitetsstandarder. Dette kan være afgørende for at sikre langvarige handelsrelationer og skabe konkurrencefordele på internationale markeder.



Hvis dét, at levere data, er *license-to-operate*, så er dét, at kunne tilvejebringe valideret data, en absolut konkurrencemæssig fordel.

Michelle van Velthoven Utzon-Frank, Bæredygtighedsrådgiver, Dansk Mode og Textil

Indsigterne fra interviews viser, at valideret data en afgørende faktor for at skabe stærkere eksportmuligheder og tillid i mode-, møbel- og designbranchen, hvor digitalisering og samarbejde omkring datastandarder er afgørende for at opnå valideret data og udnytte de eksportfremmende fordele.



Kilde: Unsplash

② En dansk blockchainplatform er ikke stor nok

Der er en generel enighed om potentialet for en digital løsning i den danske mode, møbel- og designbranchen. Flere parter foretrækker en brancheløsning frem for en national løsning, og der er også interesse for en nordisk eller EU-løsning for at sikre standardisering og samarbejde på tværs af medlemslandene. Blockchainteknologien bliver betragtet som en mulighed, men der er stadig udfordringer og bekymringer forbundet med teknologien, som skal håndteres.

Indsigterne fra interviews viser, at en national løsning vil være for snæver til at imødekomme sektorens behov. I betragtning af Danmarks størrelse er det afgørende at samarbejde på tværs af landegrænser, og flere aktører nævner muligheden for at udforske en skandinavisk eller nordisk digital brancheløsning fremfor en national brancheløsning. Ved at styrke tværnationalt samarbejde kan branchen drage fordel af fælles ressourcer.

Nogle aktører går et skridt længere og nævner, at der kan være potentiale for en bredere løsning på EU-niveau for at sikre standardisering i overensstemmelse med lovgivningen. Det skal dog pointeres, at dette muligvis vil være en stor og omfattende opgave, som kan være vanskelig at realisere inden for den danske mode-, møbel- og designbranche alene. Flere aktører udtrykker en bekymring for, at samarbejdet bliver for bredt, og at virksomhederne i Danmark vil miste styring og indflydelse.



Vi ser gerne en brancheløsning fremfor en national løsning. De store virksomheder vil nok lave deres egen løsning. Mellem små og mellemstore virksomheder (SMV) kan jeg godt forestille mig at ville deltage i en løsning sammen.

Morten Lund Pedersen, Sustainability Manager, Fritz Hansen

21 | www.blockchainbusiness.dk

Vigtigheden af en EU-orienteret løsning understreges af flere aktører, uanset om det drejer sig om en national, nordisk eller europæisk løsning. Blockchainteknologien er blevet diskuteret som en potentiel løsningskomponent, og flere interviewede parter ser potentialet for blockchain i forbindelse med et digitalt produktpas eller som en teknologi til at harmonisere branchen. Dog er der også bekymringer og udfordringer forbundet med teknologien. Nogle interviewede mener, at kunderne har svært ved at forstå blockchain, og virksomhederne er usikre på, hvornår det giver mening at anvende teknologien. Ikke desto mindre erkendes det potentiale, som blockchain og andre teknologier kan bringe til mode-, møbel- og designbranchen.



I det omfang, at kunderne kan se idéen i en blockchainløsning, så er der helt klart potentiale. Men umiddelbart er Danmark for smalt - gerne på Skandinavisk niveau til at starte med, og så på EU-niveau. Blockchainteknologien har potentialet for at blive det universelle bæredygtighedsprog.

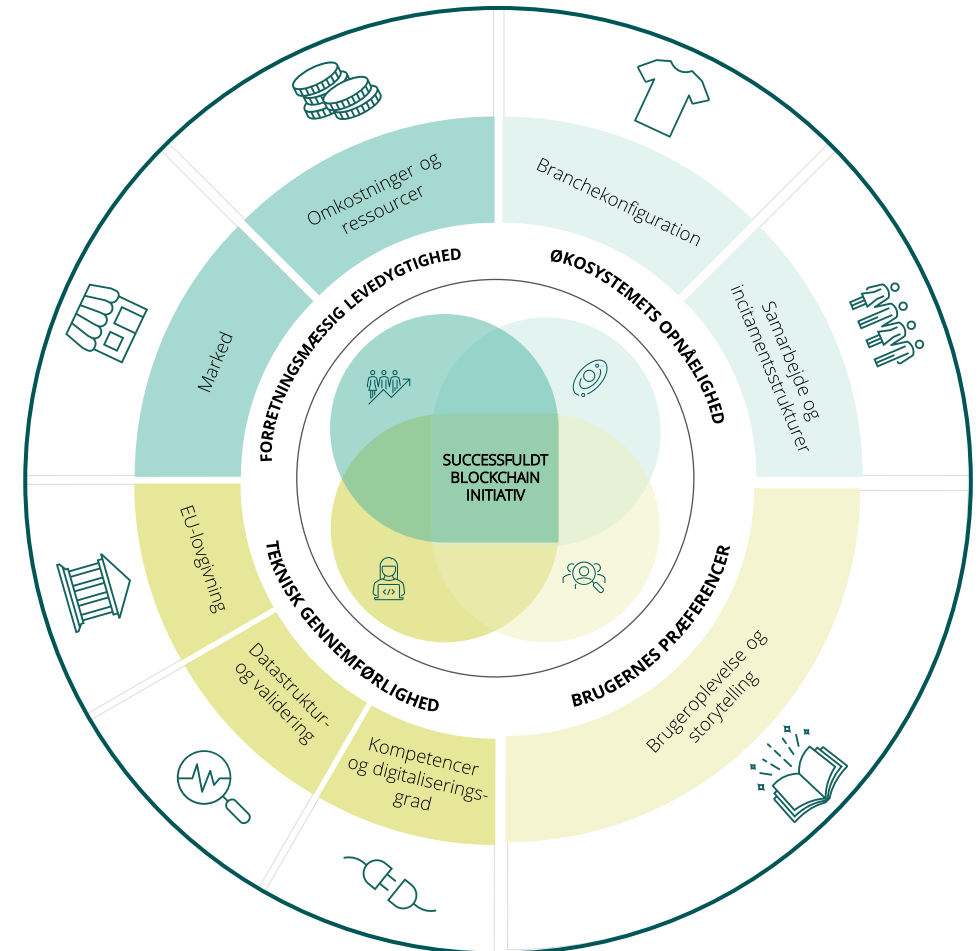
Sidsel Lundtang Rasmussen, Chief Sustainability Officer, SproutWorld

Resultaterne af interviews tyder på, at en national løsning vil være begrænset i forhold til mode-, møbel- og designbranchens behov. Der er potentiale for at udforske en skandinavisk eller nordisk digital brancheløsning, hvor tværnationalt samarbejde kan bidrage til fælles ressourcer og styrke konkurrenceevnen.

Rammen for et succesfuldt blockchaininitiativ

Indsigterne i denne foranalyse baserer sig på interviews. På baggrund af disse er der identificeret otte temaer, der kan inddeles i rammeværket nedenfor.

Baseret på interviews¹ blev der identificeret otte temaer, som viste sig at være afgørende for et succesfuldt blockchaininitiativ i mode-, møbel- og designbranchen. Temaerne er efterfølgende inddelt i de fire parametre i rammeværket præsenteret tidligere på side 7, som visualiseret på figur 3. I det følgende afsnit gives indsigter inden for hvert tema efterfulgt af en minikonklusion og opfølgende spørgsmål². De otte temaer fordeler sig således i rammeværket:



Figur 3: Overblik over de otte temaer opstået på baggrund af interviews



Marked

Danske produkter i mode-, møbel- og designbranchen nyder anerkendelse for deres høje kvalitet og unikke design. De opfattes som miljøvenlige og transparente, hvilket tiltrækker internationale kunder. Danmark har et godt ry for pålidelighed og troværdighed i samarbejdet både nationalt og internationalt.

Markedet for mode-, møbel- og designbranchen påvirkes af forskellige faktorer, der har indflydelse på tillid, troværdighed og værdien af danske produkter både nationalt og internationalt. Jacob Kvetny, Principal Advisor, og Carina Vester Simonsen, Commercial Advisor fra Trade Council UK, fremhæver, at Danmark nyder et godt ry for sin kvalitet, design og pris. Hella Lynggaard Sonne fra Miljøstyrelsen påpeger desuden, at:



Danmark har en grøn profil, som kan være attraktiv for internationale kunder.

Hella Lynggaard Sonne, AC-Tekniker, Miljøstyrelsen

Frederik Yde Jespersen fra Miljøstyrelsen stemmer i med Hella Lynggaard Sonne, og bemærker, at danske produkter ofte opleves som mere grønne og transparente sammenlignet med produkter fra andre lande. Denne opfattelse skyldes sandsynligvis den danske grønne profil og fokus på bæredygtighed, selvom produkterne ikke nødvendigvis er fuldt ud grønne.

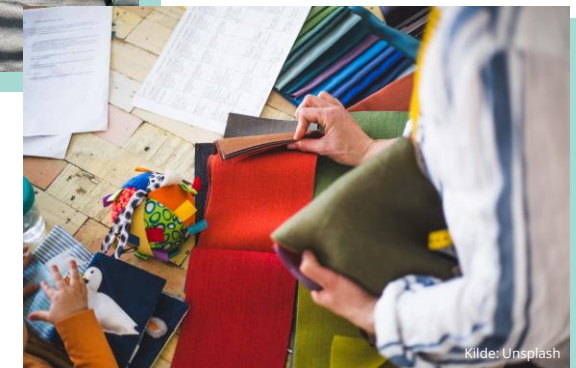
Danmark er derudover kendt for sine høje standarder for samarbejde med udlandet og sin troværdighed både nationalt og internationalt. Michael Hillmose fra Dansk Mode og Textil (DM&T) fremhæver, at der sjældent er konflikter ved handel med Danmark, og Skandinavien som helhed er kendt for at opføre sig ordentligt og have styr på tingene. Denne høje troværdighed og tillid har stor betydning i samarbejdet mellem danske virksomheder og internationale partnere, hvor pålidelighed, aftaleoverholdelse og rettidig betaling spiller en afgørende rolle.

23 | www.blockchainbusiness.dk

Samlet set er tillid og troværdighed afgørende faktorer for danske mode-, møbel- og designvirksomheder, da de er med til at skabe en positiv opfattelse og tiltrække internationale kunder. Den grønne profil, høje kvalitet, unikke design og pålidelighed i samarbejdet er vigtige parametre, der styrker Danmarks position på det nationale og internationale marked.



Kilde: Unsplash



Kilde: Unsplash



Marked

Opfattelsen af Danmark som modenation varierer internationalt, og strategier bør tilpasses herefter. Indsigterne indikerer, at samarbejde kan øge konkurrencekraften ved at fremme de delte egenskaber, der karakteriserer danske livsstilsprodukter.

Opfattelsen af Danmark som modenation varierer på tværs af internationale markeder, hvilket kræver en tilpasning af strategierne på tværs af markeder. Flere af de interviewede indikerer desuden, at et øget samarbejde kan styrke konkurrenceevnen ved at fremme de fælles karakteristika, der kendetegner danske livsstilsprodukter.

Tilliden til platforme og handel er generelt høj både i Danmark og eksempelvis i Storbritannien, hvilket skaber et positivt grundlag for forretningsrelationer og udveksling af produkter (TCUK¹). Dog er det vigtigt at bemærke, at udlandet ikke nødvendigvis opfatter Danmark som en modenation. Som fremhævet her af Michael Hillmose fra DM&T:



Udlandet opfatter ikke nødvendigvis Danmark som en modenation. En undersøgelse, hvor man spurgte 10 tyske tilfældigt udvalgte, der vidste 6/10 vidste ikke, at Danmark var en modenation. Danmark er et lille ukendt land. Barriererne ligger i at forklare, hvem Danmark er og hvad vi kan.

Michael Hillmose, Chef for Internationale Anliggender, Dansk Mode og Textil

Denne indsigt afspejler de barrierer, der ligger i at kommunikere og definere Danmarks identitet og potentiale på det internationale marked.

MINIKONKLUSION

Danmarks omdømme som modenation varierer internationalt, på trods af den anerkendelse landet får for sin kvalitet og design. Det er vigtigt at tilpasse strategierne i henhold til disse forskelle. Tillid, troværdighed og pålidelighed spiller en afgørende rolle i at skabe en positiv opfattelse og tiltrække internationale kunder. Selvom bæredygtighed har betydning, er det ikke altid den primære faktor i forbrugerbeslutninger. Overordnet set, eksisterer her et dilemma, hvor danske mode-, møbel- og designvirksomheder ser sig selv som en modenation, mens udlandet ikke altid deler denne opfattelse. For at lykkes på de internationale markeder er det nødvendigt at tilpasse sig de forskellige markedsbehov og forstå de faktorer, der driver forbrugerbeslutninger.

OPFØLGENDE SPØRGSMÅL TIL YDERLIGERE UNDERSØGELSE

- Hvordan kan man udnytte Danmarks ry for kvalitet, design og pris gennem en branchespecifik blockchainløsning?
- Hvordan kan man adressere forskellige prioriteter vedrørende bæredygtighed mellem Danmark og internationale markeder som fx Kina og Japan gennem en blockchainløsning?



Omkostninger og ressourcer

Digitalisering af branchen kræver flere ressourcer, hvilket bekymrer virksomheder med begrænsede budgetter. Det er nødvendigt at investere i digitalisering for at leve op til datakravene, men små virksomheder har svært ved at følge med. En god løsning skal balancere omkostninger og gevinster for alle involverede.

Etablering af en digital brancheløsning kræver nøje overvejelse af omkostninger og ressourcer. For virksomheder i branchen med begrænset økonomiske råderum udgør digitaliseringen en bekymring, da de ikke har samme luksusmargener som nogle af de store brands. Som Michael Hillmose, Chef for Internationale Anliggender hos DM&T, påpeger, er det vigtigt at tænke over, om omkostningerne ved digitalisering er gennemførlige for mode-, møbel- og designbranchen.

En afgørende udfordring er opfyldelsen af datakrav, der kræver nye kompetencer, øgede investeringer og flere ressourcer. Især små virksomheder kæmper med at følge med på grund af deres begrænsede ressourcer og budgetter til at håndtere den nødvendige omstillingsproces, som Louise Bünemann, Fagleder, EU miljøpolitik, Dansk Industri, bemærker.

Denne knaphed i ressourcer og tid er en afgørende hindring for mange SMV'er, som Birgitte Holgaard Langer fra SPOOR, også bekræfter:

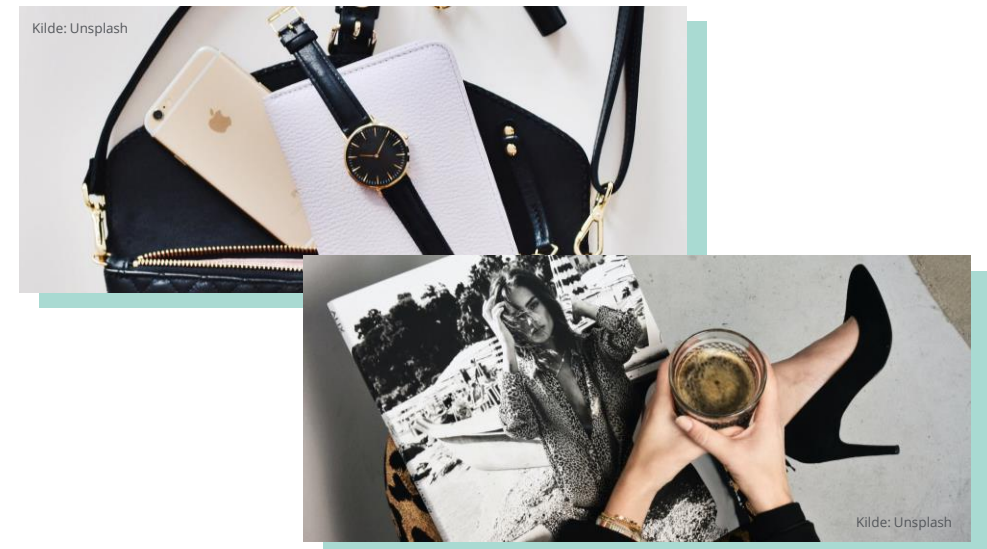


En af de største udfordringer med at etablere en løsning er kompetenceniveauet og ressourceforbruget. Tiden hos SMV'erne er begrænset.

Birgitte Holgaard Langer, Business Development Director, SPOOR

En holdbar løsning på digitalisering af branchen kræver derfor afbalancering af omkostninger, investeringer og gevinster for alle involverede parter.

Her er det vigtigt at identificere de mest relevante områder for digitalisering, så det bliver meningsfuldt for alle aktører, uanset størrelsen af deres virksomhed. Dette vil bidrage til en mere bæredygtig og succesfuld digital transformation af mode-, møbel- og designbranchen, der tager hensyn til både omkostninger og ressourcer.





Omkostninger og ressourcer

Virksomheder i mode,- møbel- designbranchen er bekymrede for omkostningerne ved en digital brancheløsning, mens eksperter påpeger, at omkostninger er uundgåelige. En strategisk tilgang er nødvendig for at finde den rette balance mellem omkostninger og fordele og sikre langsigtede gevinster.

I lyset af bekymringerne om omkostningerne ved digitalisering og implementering af en brancheløsning, er det vigtigt at adressere økonomiske faktorer og prisen. Som Kristian Skovgaard, Sales Manager Architects & End Users, Global, Kvadrat, påpeger, er implementeringen af en løsning en dyr proces, og virksomhederne er bekymrede for at bruge for mange penge på dataindsamling, da det er en omkostningstung aktivitet.

Økonomi spiller en afgørende rolle i valget af en løsning, især i en inflationskrise, hvor produktprisen har større betydning. Jacob Kvetny, Principal Advisor, og Carina Vester Simonsen, Commercial Advisor, fra Trade Council UK, understreger, at en løsning ikke bør øge prisen på produkterne yderligere. Dette skyldes den nuværende økonomiske situation, hvor prisen er en væsentlig faktor. Dog er det uundgåeligt, at en brancheløsning kommer med en omkostning, som Roman Beck fra ITU fremhæver:



For at lykkes med blockchain er det nødvendigt at være interaktive og samarbejde. Dog vil der være investerings- og implementeringsomkostninger. Dette vil ramme mindre virksomheder hårdere, da afkastet sandsynligvis er højere for større virksomheder.

Roman Beck, Professor, IT University of Copenhagen

Dette dilemma stiller virksomhederne over for en udfordring, da de ønsker at minimere omkostningerne og samtidig sikre en effektiv og bæredygtig implementering af løsningen.

26 | www.blockchainbusiness.dk

MINIKONKLUSION

Virksomheder i mode-, møbel- og designbranchen står over for et betydningsfuldt dilemma, hvor de er bekymrede for omkostningerne ved at implementere en digital løsning, samtidig med at det er uundgåeligt, at en sådan løsning vil kræve økonomiske ressourcer. Virksomheder erkender vigtigheden af digitalisering og de potentielle fordele, men de ønsker samtidig at optimere omkostningseffektiviteten og sikre en velovervejet investering. Denne spænding mellem at opnå digitale fordele og styre økonomien skaber en udfordring, der kræver en velafvejet tilgang og nøje overvejelse.

OPFØLGENDE SPØRGSMAÅL TIL YDERLIGERE UNDERSØGELSE

- Hvem skal finansiere og drive en brancheløsning?
- Hvordan kan man sikre, at branchen har ressourcer til at drive en brancheløsning?
- Hvilken type blockchain, eller anden digital løsning, er det bedste og billigste alternativ?
- Kan en digital løsning nedbringe administrative omkostninger – hvilke?



Branchekonfiguration

Mode-, møbel- og designbranchen i Danmark er fragmenteret og består primært af mikro, små og delvist mellemstore virksomheder. For at imødegå branchens udfordringer er det nødvendigt at investere i digitale kompetencer og etablere sporbarhedssystemer for at skabe transparens.

Mode-, møbel- og designbranchen i Danmark består primært af mikro, små og til dels mellemstore virksomheder, der er præget af en høj grad af fragmentering og outsourcing. Disse virksomheder har traditionelt fokuseret på deres designrettede kernekompetencer, men den aktuelle digitale udvikling kræver opbygning af nye kompetencer. Dette skaber en udfordring, som Anders Holm fra Erhvervsstyrelsen påpeger:



Særligt tekstilbranchen er præget af rigtig mange små virksomheder, vis kernekompetencer typisk er mere designrettede. Med det her push, kommer der nogle digitale kompetencer ovenpå. Det bliver en udfordring.

Anders Holm, Fuldmægtig, Kontor for Grøn og Ansvarlig Erhvervsudvikling, Erhvervsstyrelsen

Udover behovet for at opbygge nye kompetencer, er der også et presserende behov for transparens og sporbarhed i forsyningskæderne inden for mode-, møbel- og designbranchen. Manglen på transparens har længe været et problem i branchen, påpeger Michael Hillmose fra DM&T. Han fremhæver tekstilbranchen som ekstremt fragmenteret og understreger, at sporbarhed er afgørende for at opnå fuld transparens, især når det kommer til læderindustrien, hvor sporbarheden på hudeniveau tidligere har været mangelfuld.

For at imødegå udfordringerne i mode-, møbel- og designbranchen er det nødvendigt at investere i opbygningen af digitale kompetencer og etablere sporbarhedssystemer, der sikrer transparens i forsyningskæderne. Dette vil bidrage til branchens fremtidige udvikling og muliggøre en mere bæredygtig og gennemsigtig praksis inden for branchen.



Kilde: Unsplash



Kilde: Unsplash



Branchekonfiguration

Virksomhederne viser stor åbenhed og villighed til at samarbejde og samle branchen omkring bæredygtighedsagendaen og kommende EU-lovgivning. Historisk har branchen ikke været underlagt streng regulering, og har derfor ikke haft incitament til at samle sig om en politisk agenda.

For at adressere en fragmenteret branche og håndtere de fælles udfordringer, er der behov for at harmonisere mode-, møbel- og designbranchen gennem fælles retningslinjer og standarder. Som Betina Simonsen fra Lifestyle & Design Cluster, påpeger:



Håbet er, at blockchain eller en anden teknologi kan harmonisere branchen. En brancheløsning er bestemt en mulighed.

Betina Simonsen, Managing Director, Lifestyle & Design Cluster

Dette vil skabe større gennemsigtighed og tillid til branchen, og det kræver et tæt samarbejde mellem aktører og politisk engagement. Dette bliver især vigtigt i lyset af initiativerne fra European Green Deal. Michelle van Velthoven Utzon-Frank, Bæredygtigheds-rådgiver i DM&T, observerer, at virksomhederne viser åbenhed for at samle branchen om bæredygtighedsagendaen og en vilje til at forstå kommende lovgivning. Dog står man over for udfordringen med at samle branchen om det politiske arbejde, hvor virksomhederne skal investere tid og ressourcer i at engagere sig i udformningen af den kommende lovgivning. Hun understreger, at det er en ny proces for dem at samle sig om den politiske agenda.

MINIKONKLUSION

Mode-, møbel- og designbranchen i Danmark er præget af fragmentering og består hovedsageligt af SMV'er. Det er afgørende at investere i digitale kompetencer og etablere sporbarhedssystemer for at øge transparensen i forsyningskæderne. Virksomhederne i branchen står over for fælles udfordringer, der kræver en kollektiv indsats for at løse dem. For at imødegå disse udfordringer er samarbejde og politisk engagement nødvendigt. Særligt med initiativer som European Green Deal bliver det vigtigt at samle branchen om det politiske arbejde. Dette kan være en udfordring, da branchen historisk set ikke har været underlagt streng regulering.

OPFØLGENDE SPØRGSMAÅL TIL YDERLIGERE UNDERSØGELSE

- Hvordan kan den høje grad af fragmentering i branchen påvirke implementeringen og vedligeholdelsen af en branchespecifik blockchainløsning?
- Hvordan kan blockchainteknologien optimere værdikæden og håndtere kompleksiteten ved outsourcing og mange leverandører?
- Hvordan kan man opfordre branchen til at samle sig om politiske agenda?
- Hvilken rolle kan blockchainteknologi og andre teknologier spille i at harmonisere branchen?



Samarbejde og incitamentsstrukturer

Samarbejde på tværs af landegrænser og aktører er afgørende for en succesfuld blockchainløsning i mode-, møbel- og designbranchen, hvor både byrder og udbytte deles i forsyningskæden. Dog kan det være en udfordring at fordele disse byrder og gevinster mellem alle involverede parter.

I mode-, møbel- og designbranchen er samarbejde på tværs af afgørende betydning for at opnå en succesfuld blockchainløsning. Dette samarbejde skal strække sig på tværs af landegrænser og aktører, der bedre imødekommer branchens behov. Blandt andre fremhæver Viggja Aakjær Jacobsen, Head of Digital hos Kvadrat, behovet for en international løsning og setup, da en national løsning ville være for snæver for Kvadrat. Morten Lund Pedersen, bæredygtighedschef hos Fritz Hansen, anerkender også potentialet i tværgående samarbejde og påpeger, at det bliver for kompliceret for forbrugere, lovudstedere og myndighederne, hvis hver især laver deres egne systemer.

Anders Holm fra Erhvervsstyrelsen understreger betydningen af samarbejde og siger:



Uanset hvilken løsning man ender med, så ligegyldigt hvordan man vender og drejer den, så kommer der til at være øget nødvendighed for samarbejde.

Anders Holm, Fuldmægtig, Kontor for Grøn og Ansvarlig Erhvervsudvikling, Erhvervsstyrelsen

Et sådant samarbejde bør sikre lige adgang til løsningen samt en fordeling af både byrder og udbytte på tværs af hele forsyningskæden. Louise Bünemann, fagleder for EU-miljøpolitik hos Dansk Industri, fremhæver behovet for en løsning, der sikrer lige vilkår for alle aktører. Dette dilemma rejser spørgsmålet om, hvordan man bedst vurderer og evaluerer en løsning, der fordele byrder og gevinster.

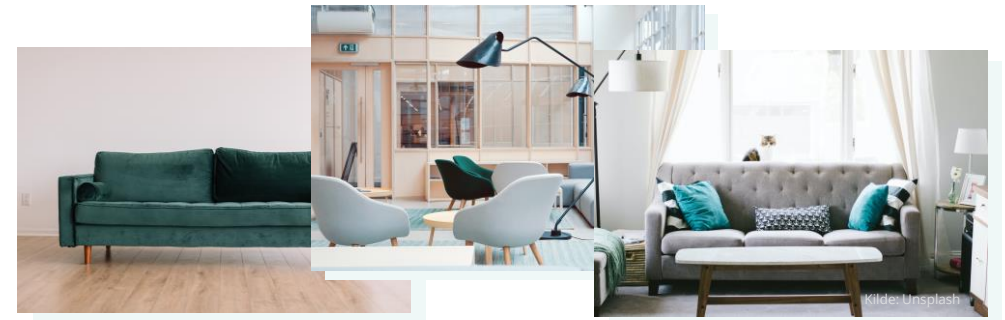
I bestræbelserne på at opnå en fordeling af byrder og gevinster er det afgørende at skabe incitament, der motiverer forsyningskædeaktører til at bidrage med data eller andre ressourcer til løsningen. Jan Damsgaard, Professor ved Copenhagen Business School, rejser et vigtigt dilemma og påpeger nødvendigheden af at indføre en andelsbevægelsestankegang:



Danmark skal have andelsbevægelsestankegangen med. Hvordan kan vi høste fordelene af en blockchainløsning uden at de tilfalder den mest dominerende aktør? Det er afgørende at etablere de rette incitamentsstrukturer.

Jan Damsgaard, Professor, Department of Digitalization, Copenhagen Business School

Denne udfordring kræver en grundig analyse og overvejelse af, hvilke metoder og kriterier der skal anvendes for at vurdere, om en løsning opfylder idealerne om lige vilkår.





Samarbejde og incitamentsstrukturer

Der eksisterer en uklarhed om, hvem der skal drive udviklingen af en branchespecifik løsning, og om løsningen skal være markeds- eller myndighedsdrevet. Manglen på digitale løsninger og forventningen om en offentligt finansieret løsning understreger behovet for samarbejde og initiativ fra brancheaktørerne selv.

I bestræbelserne på at imødekomme branchens behov for en branchespecifik løsning, er der stadig uklarhed om, hvem der skal drive udviklingen i denne retning. Der er ikke enighed i øjeblikket om, hvorvidt en sådan brancheløsning skal være markedsdrevet eller myndighedsdrevet. Dette efterlader aktørerne i en frustrerende situation. En af de konkrete udfordringer fremhæves af Søren Ilsøe fra Deloitte Consulting:



Der er en frustration over, at der ikke er kommet en digital løsning til bl.a. rapportering endnu. Aktørerne i økosystemet afventer en løsning og lurepasser – måske i forventningen om, at med ny regulering kommer der en samlet, offentligt betalt løsning, som alle parter kan benytte gratis. Dette bliver højest sandsynligt ikke tilfældet.

Søren Ilsøe, Director, Deloitte Consulting

Den manglende enighed om, hvem der skal drive udviklingen og det faktum, at en offentligt finansieret løsning ikke er garanteret, sætter fokus på behovet for samarbejde og initiativ fra brancheaktørerne selv.



Kilde: Unsplash

MINIKONKLUSION

En succesfuld blockchainløsning i mode-, møbel- og designbranchen kræver samarbejde på tværs af landegrænser og aktører, hvor både byrder og udbytte deles i økosystemet. Dog er det en udfordring at fordele disse byrder og gevinster mellem alle involverede parter. Der er behov for incitament, der motiverer aktører til at bidrage med ressourcer, og en grundig vurdering af, hvordan en løsning opfylder kravene om lige vilkår. Den manglende enighed om, hvem der skal drive udviklingen af en branchespecifik løsning, og forventningen om en offentligt finansieret løsning, understreger behovet for samarbejde og initiativ fra brancheaktørerne selv.

OPFØLGENDE SPØRGSMÅL TIL YDERLIGERE UNDERSØGELSE

- Hvilke specifikke incitament kan implementeres for at sikre, at både små og store aktører drager fordel af den branchespecifikke blockchainløsning?
- Hvordan kan man opnå et nordisk eller skandinavisk samarbejde omkring udvikling og drift af løsningen?
- Hvilke mulige samarbejdspartnere (virksomheder, organisationer, myndigheder osv.) skal involveres i udviklingen af den fælles brancheløsning?



Brugeroplevelse og storytelling

For at få aktørerne i forsyningskæden til at omfavne blockchainteknologi, er det afgørende at have en brugervenlig platform og tydelig kommunikation. Derudover, er det nødvendigt at sikre, at databidragere og andre aktører i forsyningskæden modtager den nødvendige træning, som en digital løsning kræver.

Brugeroplevelse og storytelling blev fremhævet som afgørende faktorer for at skabe tillid og succes med en blockchainløsning.

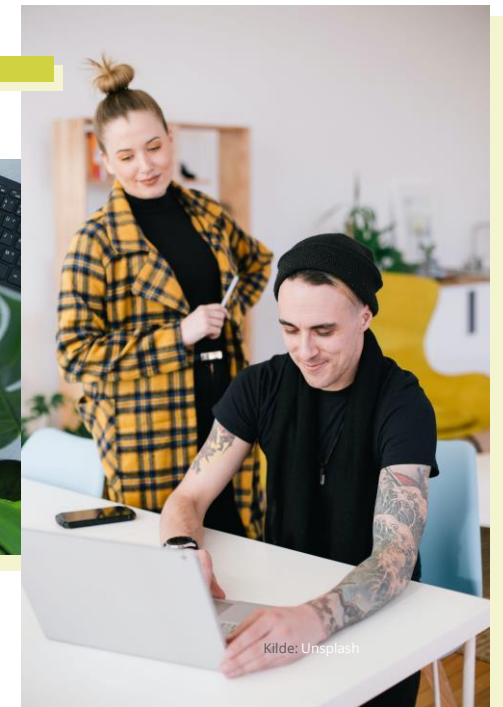
For at opnå bred accept af blockchainteknologi i forsyningskæden er det afgørende at tilbyde en brugervenlig platform og kommunikere klart om teknologiens værdi. Ifølge Sidsel Lundtang Rasmussen fra SproutWorld mangler aktører stadig en klar forståelse af, hvad blockchainteknologi er, og hvorfor det er vigtigt at engagere sig i det. Hun tilføjer:

“

Kriterierne for at vælge en løsning er bl.a. brugeroplevelse (UX), fordi udfordringen ligger i at få folk ind på blockchainen.

Sidsel Lundtang Rasmussen, Chief Sustainability Officer, SproutWorld

Derfor ligger der et behov i at informere om fordelene, nye arbejdsprocesser og formålet med blockchainteknologi samt at sikre, at alle databidragere i forsyningskæden, herunder leverandører og andre aktører, får den nødvendige træning. Dette er særligt vigtigt i en branche, hvor manglende digitale færdigheder udgør en udfordring. Dette kræver en omhyggelig overvejelse af brugeroplevelsen og en løbende dialog med brugerne for at tilpasse platformen til deres behov og præferencer.



Kilde: Unsplash



Brugeroplevelse og storytelling

God storytelling spiller en afgørende rolle i at engagere brugerne, fx gennem et digitalt produktpas. Ved at udnytte Danmarks styrke inden for storytelling har branchen mulighed for at differentiere sig og opbygge tillid hos brugerne. Dette giver en konkurrencemæssig fordel og nye muligheder for vækst og succes.

Kommunikation spiller også en afgørende rolle i forhold til slutforbrugeren, hvor virksomhederne i branchen har en unik mulighed for at opnå en konkurrencemæssig fordel, som Morten Lund Pedersen fra Fritz Hansen påpeger:



I Danmark er man gode til digital storytelling. Storytelling kan være en differentiation og en konkurrenceparameter i forhold til det digitale produktpas.

Morten Lund Pedersen, Sustainability Manager, Fritz Hansen

Ved at integrere storytelling som en central del af det digitale produktpas, som blandt andet kan understøttes af blockchainteknologi, kan virksomhederne differentiere sig og opbygge tillid hos brugerne. Michelle van Velthoven Utzon-Frank fra DM&T er enig i observationerne om vigtigheden af storytelling, og fremhæver at Danmarks styrke inden for storytelling giver virksomhederne mulighed for at skabe engagerende historier om deres produkter:



Styrken er, at vi designer varerne herhjemme i Danmark. Vi har nogle gode fortællinger, historier og god kvalitet.

Michelle van Velthoven Utzon-Frank, Bæredygtighedsrådgiver, Dansk Mode og Textil

MINIKONKLUSION

Brugervenlighed og klar kommunikation er afgørende for at få aktører i forsyningskæden til at omfavne blockchain. Gennem intuitiv platformdesign og effektiv storytelling, eksempelvis igennem det digitale produktpas, kan virksomheder i branchen differentiere sig og opbygge tillid hos brugerne. Ved at informere om fordelene, det ekstra arbejde og formålet med blockchainteknologi samt sikre tilstrækkelig oplæring hos leverandører og databidragere, kan man opnå bred accept af en blockchainløsning i mode-, møbel- og designbranchen.

OPFØLGENDE SPØRGSMAÅL TIL YDERLIGERE UNDERSØGELSE

- Hvordan sikres det, at en branche-specifikke blockchain-løsning er intuitiv og nem at bruge for alle involverede aktører i værdikæden?
- Hvordan kan storytelling og kommunikation ud mod slutforbrugeren gennem eksempelvis et digitalt produktpas differentiere sig fra konkurrenterne og skabe merværdi?
- Hvordan kan det sikres, at efterlevelse af retningslinjer og bæredygtighed bliver en integreret del af brugeroplevelsen gennem den digitale løsning?



Kompetencer og digitaliseringsgrad

Mode-, møbel- og designbranchen oplever en lav digitaliseringsgrad og mangel på it-kompetencer, både hos nationale og hos udenlandske leverandører i forsyningskæden. Virksomhederne bør udnytte Danmarks stærke positionering inden for digitaliseringen og det digitale produktpas til branchens fordel.

Mode-, møbel- og designbranchen i Danmark står over for en betydelig udfordring med en lav digitaliseringsgrad og mangel på it-kompetencer, både hos nationale og udenlandske leverandører i forsyningskæden. Denne problematik understreges af Camilla Vissing fra Kvadrat, der pointerer, at designbranchen ikke er en frontløber på digitalisering. Dette står i kontrast til udsagnet fra Louise Bünemann fra Dansk Industri, der mener, at Danmark som helhed er langt fremme på digitalisering og at vi bør kunne kapitalisere på dette.

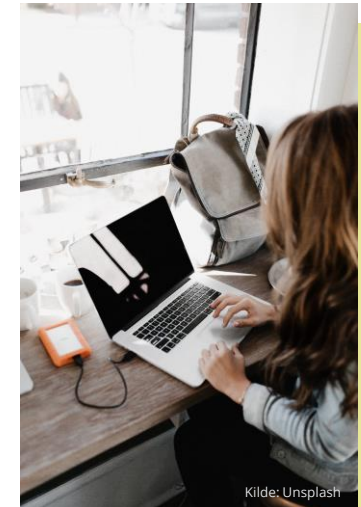


I Danmark er vi langt fremme på digitalisering. Hvis ikke Danmark kan få noget ud af den her digitaliseringsbølge, især ifht. det digitale produktpas, så er der noget galt.

Louise Bünemann, Fagleder, EU miljøpolitik, Dansk Industri

På den ene side er der anerkendelse af Danmarks stærke position inden for digitalisering og potentialet i det digitale produktpas. Dette indikerer, at der er muligheder for branchen, hvis de formår at udnytte den digitale bølge, som Louise Bünemann påpeger. På den anden side er der en tydelig erkendelse af, at der er en mangel på digitale kompetencer i branchen, hvilket Kenneth Plum, Senior Vice President hos Danmarks Eksport- og Investeringsfond (EIFO), fremhæver. Dette rejser spørgsmål om, hvordan branchen kan kapitalisere på digitaliseringen, når der er manglende it-kompetencer i både nationale og udenlandske aktører.

Kenneth Plum fremhæver dertil, at størstedelen af den danske tøjproduktion ligger i udlandet, og det er afgørende at få disse leverandører med på digitaliseringsvognen. Han påpeger, at især udenlandske leverandører i forsyningskæden mangler it-kompetencer til at imødekomme kommende EU-datakrav. Dette understreger behovet for at implementere digitalisering i forsyningskæden for at opnå en branchespecifik løsning.





Kompetencer og digitaliseringsgrad

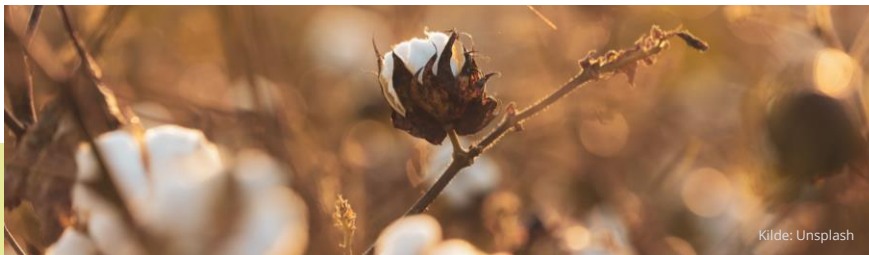
Mode-, møbel- og designbranchen skal uddanne medarbejdere med digitale og reguleringsmæssige kompetencer, og der behov for investeringer og ressourcer for at opnå overensstemmelse med reguleringen.

Udover udfordringerne ved digitalisering og manglende digitale kompetencer, er der en afgørende faktor, som Michelle van Velthoven Utzon-Frank fra DM&T fremhæver. Hun påpeger, at mode-, møbel- og designbranchen har svært ved at finde medarbejdere, der kan håndtere de regulative krav. Dette understreger behovet for ikke kun digitale kompetencer, men også en dyb forståelse for og efterlevelse af kommende regulering.

“

At være *compliant* kræver nye kompetencer i virksomheder og flere investeringer og ressourcer. Tekstilbranchen har svært ved at finde medarbejdere, der kan håndtere det regulative.

Michelle van Velthoven Utzon-Frank, Bæredygtighedsrådgiver, Dansk Mode og Textil



Kilde: Unsplash

MINIKONKLUSION

Samlet set viser indsigterne, at der er et modsætningsforhold mellem den generelle opfattelse af Danmarks digitale modenhed og den faktiske digitaliseringsgrad i mode-, møbel- og designbranchen. Selvom Danmark som helhed anses for at være langt fremme, står branchen over for udfordringer med at implementere digitalisering og manglede it-kompetencer hos leverandørerne. Der er behov for at fokusere på at styrke digitaliseringen i forsyningskæden og investere i opbygning af digitale kompetencer for at sikre branchens fremtidige konkurrencedygtighed.

OPFØLGENDE SPØRGSMÅL TIL YDERLIGERE UNDERSØGELSE

- Hvilke konkrete it-kompetencer mangler branchen for at kunne implementere og drage fuld fordel af en branchespecifik blockchainløsning?
- Hvordan kan man øge den digitale modenhed og forståelse for blockchainteknologien hos aktører oppe i værdikæden og i udlandet?
- Hvordan kan Danmarks høje grad af digital modenhed udnyttes til at støtte og fremme implementeringen af en branchespecifik blockchainløsning?



Datastruktur- og validering

Mode-, møbel- og designbranchen i Danmark står over for udfordringer med at sikre fremkommelighed, kvalitet og validering af data. Der er dog muligheder for at udnytte data til at skabe mere gennemsigtige og cirkulære forsyningskæder ved at samarbejde og implementere fælles standarder og semantik for data.

En af de største barrierer, som branchen står over for, er vanskeligheden ved at sikre fremkommelighed, kvalitet og validering af data. Camilla Vissing, Digital Project Manager hos Kvadrat, påpeger, at datafangst fortsat er en stor udfordring i branchen, og Louise Bünemann, Fagleder for EU-miljøpolitik hos Dansk Industri, understreger, at små virksomheder især kæmper med barrierer som datakvalitet, datafremkommelighed og konsistent levering af data.

Denne manglende adgang til nødvendige datapunkter skaber usikkerhed om data-pålidelighed og -kvalitet samt udfordringer med at opretholde en konsekvent levering af data på tværs af forskellige systemer. Trods disse udfordringer er der et uforløst potentiale i at udnytte data til at skabe mere cirkulære og gennemsigtige forsyningskæder. Danmarks stærke position inden for it giver gode muligheder for at udnytte tilgængelig viden og teknologi.

Flere aktører i branchen påpeger, at selvom validering af data forventes at blive et større lovkrav, vil evnen til at levere validerede data udgøre en konkurrencefordel. Derfor er det vigtigt for virksomhederne at fokusere på validering af data og implementere digitale løsninger, der sikrer datasikkerhed og kontrol. Datasikkerhed er afgørende, og virksomheder som Kvadrat, Dansk Industri, Miljøstyrelsen, Erhvervsstyrelsen, Fritz Hansen og Trade Council UK understreger vigtigheden af at beskytte data og have kontrol over det.



Kilde: Unsplash



Kilde: Unsplash



Datastruktur- og validering

Dataindsamling udgør både en byrde og et uforløst potentiale for virksomhederne i branchen, hvor datahåndtering mange steder primært foregår i regneark. I denne sammenhæng understreges vigtigheden af valideret data, da det kan udgøre en konkurrencefordel i branchen og imødekomme kommende lovkrav.

I betragtning af den lave digitale modenhed i branchen kan en samlet brancheløsning være en effektiv måde at håndtere den fælles udfordring med datafangst i forhold til kommende EU-lovgivning. Ifølge Michelle van Velthoven Utzon-Frank fra DM&T, er det afgørende at kunne tilvejebringe valideret data for at opnå en konkurrencemæssig fordel. Hun understreger:



Hvis dét, at levere data, er *license-to-operate*, så er dét, at kunne tilvejebringe valideret data, en absolut konkurrencemæssig fordel.

Michelle van Velthoven Utzon-Frank, Bæredygtighedsrådgiver, Dansk Mode og Textil

Sidsel Lundtang Rasmussen, Chief Sustainability Officer hos SproutWorld, betoner betydningen af sporbarhed, transparens og verificeret data som en afgørende konkurrencefordel, især da B2B-kunder i stigende grad efterspørger disse elementer hos deres leverandører. Hun understreger desuden, at kommende rapporteringskrav yderligere forstærker behovet for at have fuld kontrol over disse data.

I øjeblikket håndteres produktdata hos danske virksomheder i branchen primært i regneark og ikke i mere digitaliserede løsninger som PIM, PLC og ESG-data¹ management-systemer, som forklaret af Søren Ilsøe fra Deloitte Consulting. Dette indikerer en mangel på standardisering og effektive dataindsamlingsystemer. Derfor vil en løsning som et digitalt produktpas være en værdifuld bidragyder til standardiserings- og dataindsamlingsprocessen.

36 | www.blockchainbusiness.dk

1) PIM: Product Information Management, PLC: Product Life Cycle, ESG: Environmental, Sustainability, Governance

MINIKONKLUSION

Mode-, møbel- og designbranchen i Danmark står over for udfordringer med hensyn til datafangst, fremkommelighed og kvalitet af data. Disse udfordringer skyldes komplekse værdikæder og manglen på standardisering og validering af data. Dog er der et uforløst potentiale for branchen i at udnytte data til at skabe mere gennemsigtige og cirkulære forsyningskæder. En samlet brancheløsning kan være en effektiv måde at imødekomme kommende lovkrav og standardisere datafangst i branchen. Ved at etablere en brancheløsning, kan danske virksomheder kapitalisere på den digitale positionering på makroplan og opnå en konkurrencefordel ved indsamling og anvendelse af valideret data.

OPFØLGENDE SPØRSMÅL TIL YDERLIGERE UNDERSØGELSE

- Hvilke specifikke data skal indsamles og deles i overensstemmelse med EU-lovgivningen, og hvordan kan blockchainteknologien hjælpe med at lette denne proces?
- Hvordan kan man sikre validiteten af data, især når der er kulturforskelle, sprogbarrierer og lav digitaliseringsgrad hos udenlandske samarbejdspartnere?
- Hvordan kan man gøre datafangst mindre byrdefuld for virksomhederne?
- Hvordan kan virksomheder udnytte data til at opnå en konkurrencemæssig fordel?



EU-lovgivning

EU-lovgivning og European Green Deal har stor indflydelse på mode-, møbel- og designbranchen og forventes at øges. SMV'er mærker allerede konsekvenserne, da kravene spreder sig gennem forsyningskæden. SMV'er bør være proaktive i at imødekomme disse krav for at sikre deres konkurrenceevne.

EU-lovgivning og European Green Deal har allerede en betydelig indvirkning på mode-, møbel- og designbranchen, og denne indvirkning forventes at fylde mere i fremtiden. Ifølge Michelle van Velthoven Utzon-Frank, Bæredygtighedsrådgiver fra DM&T, mærker SMV'erne allerede nu, at kravene fra de store virksomheder sendes ned igennem forsyningskæden. Hella Lynggaard Sonne, AC-Tekniker i Miljøstyrelsen pointerer, at kravene i lovgivningen kan virke ret skrappe for mange virksomheder, og at virksomhederne måske vil synes, at udfordringen er stor. Anders Holm fra Erhvervsstyrelsen, er enig i denne bekymring:



Det bliver byrdefuldt for virksomhederne at leve op til Ecodesign-kravene (bæredygtighedskravene og informationskravene).

Anders Holm, Fuldmægtig, Kontor for Grøn og Ansvarlig Erhvervsudvikling, Erhvervsstyrelsen

Selvom der er bekymring for de byrder, der er forbundet med at opfylde EU's lovkrav, anerkender respondenterne vigtigheden af at være proaktive og stræbe efter mere end blot at opfylde minimumskravene. De ser denne situation som en unik mulighed for at omdanne overholdelse af retningslinjer til en konkurrencefordel, hvor Morten Lund Pedersen, Sustainability Manager hos Fritz Hansen, påpeger, at det er vigtigt at være foran, og at det er for uambitiøst bare at leve op til lovgivningen.

Sanne Nørgaard fra By Green Cotton deler denne holdning:



I forhold til lovgivningen, så tror jeg det bliver laveste standard man kommer til at leve op til. Men det er klart, at målet er, at lovgivningen skal være en konkurrencefordel. Det er ikke nok bare at leve op til lovgivningen.

Sanne Nørgaard, Managing Director, By Green Cotton

Hella Lynggaard Sonne, AC-Tekniker fra Miljøstyrelsen håber, at virksomhederne vil udnytte de nye data, der genereres som en del af overholdelsen af lovgivningen. Hun ser potentialet i, at kommende EU-lovgivning kan have en fordelagtig effekt, hvis virksomhederne formår at bruge dataene til at skabe merværdi og forbedre deres bæredygtige praksis.



Kilde: Unsplash



Kilde: Unsplash



EU-lovgivning

EU-regulativerne skaber incitament for en digital brancheløsning, hvor virksomhederne sammen i mode-, møbel- og designbranchen kan imødekomme behovet for rapportering og samtidig styrke tilliden i branchen gennem øget gennemsigtighed og bæredygtighed.

Respondenterne ser EU-lovgivningen som en katalysator for etableringen af en branchespecifik løsning, der kan imødekomme fremtidig og veldefineret regulering. Søren Ilsøe fra Deloitte Consulting påpeger, at EU-regulativerne skaber et incitament for at udvikle en passende løsning inden for branchen:



EU-regulativerne giver klart incitament til en løsning. Et digitalt produktpas til den danske tekstilbranche vil i dén grad kunne fremme tillid i den danske tekstilbranche. Der er et kæmpe behov for en digital løsning til bl.a. rapportering.

Søren Ilsøe, Deloitte Consulting

Ifølge Søren Ilsøe er et digitalt produktpas en oplagt løsning, der kan adressere behovet for en digital infrastruktur og rapporteringsmekanisme i den danske mode-, møbel- og designbranche. Implementeringen af en sådan løsning vil ikke kun fremme tilliden til branchen, men også lette overholdelsen af EU-regulativerne og bidrage til en mere cirkulær og transparent mode-, møbel- og designbranche.

MINIKONKLUSION

EU-lovgivningen har stor indvirkning på mode-, møbel- og designbranchen og forventes at få endnu større betydning i fremtiden. Allerede nu mærker SMV'er konsekvenserne af kravene, da de spredes gennem forsyningskæden. Trods bekymringerne om byrderne ved at opfylde kravene, erkender respondenterne vigtigheden af proaktivitet og stræben efter mere end minimumskravene for at opnå konkurrencefordel. De ser lovgivningen som en mulighed for at skabe merværdi og omdanne overholdelse af retningslinjer til en konkurrencefordel. Lovgivningen giver desuden incitament til at udvikle en branchespecifik digital løsning, der kan imødekomme behovet for rapportering og transparens i branchen. Implementeringen af en sådan løsning kan lette overholdelsen af EU-regulativerne og bidrage til en mere transparent mode-, møbel- og designbranche.

OPFØLGENDE SPØRGSMAÅL TIL YDERLIGERE UNDERSØGELSE

- Hvordan kan en branchespecifik blockchainløsning hjælpe med at imødekomme lovkrav, herunder European Green Deal, der er gældende for branchen?
- Hvordan kan man sikre, at den digitale løsning er fleksibel nok til at tilpasse sig kommende EU-lovgivning og standarder?
- Hvordan kan man lette byrden ved den omfattende og stadig udviklende EU-lovgivning ved at implementere en branchespecifik blockchainløsning?

04 | VEJEN TIL SUCCES

- Miniguide til fremtidig analyse
- Yderligere læsning

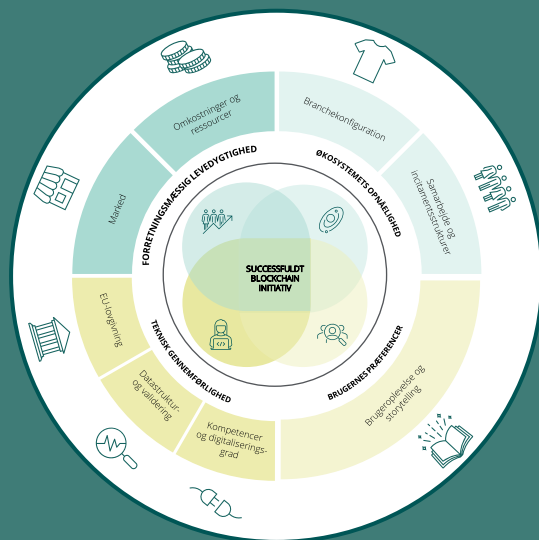


En blockchain er ikke meget værd, hvis der kun er én aktør på. En samlet løsning er klart at foretrække, og man skal have god dokumentation for løsningen.

Sidsel Lundtang Rasmussen, Chief Sustainability Officer, SproutWorld

Miniguide for vejen til succes i næste fase af analysen

Baseret på indsigterne fra de otte temaer, er der undervejs identificeret tre spor, som bør udforskes yderligere i en dybere analyse i en næste fase. De tre spor uddybes på de næste sider inklusiv en handlingsplan for hver af de tre spor. Modtagerne af handlingsplanen er branche- og netværksorganisationer, som ved at agere som drivkraft og bindeled mellem virksomheder, forskningsinstitutioner og andre interessenter, kan sikre en bred deltagelse og en koordineret indsats.



Styring



Design

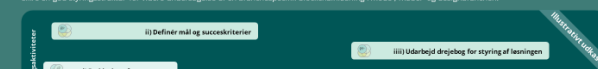


Ekstern markedsvalidering

04 | VEJEN TIL SUCCES

Anbefalede handlinger for at sikre en god styringsstruktur

I næste fase identificer mål og succeskriterier, sæt centrale interessenter, etabler et Minimum Levedygtigt Økosystem og fastlæg regler og retningslinjer for at sikre en god styringsstruktur for videre undersøgelse af en branchespecifik blockchain-løsning i mode-, møbel- og designbranchen.



04 | VEJEN TIL SUCCES

Anbefalede handlinger for udvikling og løsningsdesign

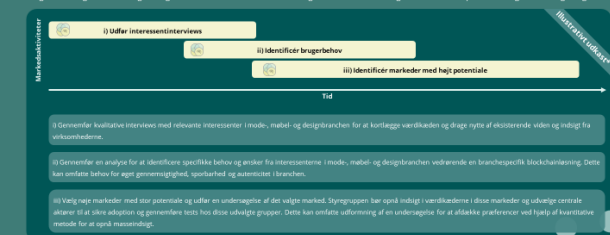
Identificer centrale funktioner og anvendelsesområder, undersøg tekniske aspekter af blockchain, og design en overordnet arkitektur for sikker dataudveksling i mode-, møbel- og designbranchen i forbindelse med undersøgelsen af blockchain-teknologi. Designaktiviteter får sideløbende input fra markedsvalidering.



04 | VEJEN TIL SUCCES

Anbefalede handlinger for ekstern markedsvalidering

Markedsvalidering gennem interviews og indsamling af masseindsigt i udvalgte markeder giver en forståelse for værdikæden, branchen samt præferencer hos brugerne. Indsigterne danner grundlaget for at træffe informerede beslutninger vedrørende udviklingen af en branchespecifik løsning til mode- og design.



10 | www.blockchainbusiness.dk
 *Hjælp og støtte til denne proces er tilgængelig for alle interessenter.

Uddybes i dette afsnit

Strategiske overvejelser for en branchespecifik løsning

De tre væsentlige spor til at strukturere en fremtidig analyse af potentialet for en digital løsning er Styring, Design og Markedsvalidering. Inden for hvert spor, indikerer figuren de relevante parametre, der bør tages højde for i en videre analyse.

Styring



Styring handler om etablering af en passende **styringsstruktur** og **beslutningsproces** for den branchespecifikke løsning. Dette indebærer **identifikation** af **interessenter, roller, ansvarsområder** og **etablering** af effektiv kommunikation og samarbejdsmodel.

Design



Design omhandler udviklingen af en konkret løsningsmodel til at **imødekomme behovene og udfordringerne** i mode- og designbranchen. Dette indebærer at **definere tekniske** og **forretningsmæssige krav** af den branchespecifikke blockchainløsning.

Markedsvalidering



Markedsvalidering involverer **indsamling** og **evaluering** af **feedback** og input fra interessenter og markedet som helhed. Formålet er at **forstå behovene, præferencer** og **udfordringer** hos **brugerne** samt identificere **markedstrends**. Dette giver **indsigt** i markedets **efterspørgsel**.



Forretningsmæssig levedygtighed



Økosystemets opnåelighed



Brugernes præferencer



Teknisk gennemførlighed



Miniguide: 10 aktiviteter til videre undersøgelse af potentialet

Dette handlingsplansudkast danner grundlaget for en mere omfattende vurdering af, hvordan blockchainteknologi kan revolutionere branchen og skabe værdi for alle parter. Offentlige institutioner eller branche- og netværksorganisationer bør drive og koordinere aktiviteterne i henhold til handlingsplanen. Disse organisationer fungerer som bindeled mellem aktører i branchen og har en bred forståelse for markedet. Ved at facilitere dialog og samarbejde kan netværksorganisationer skabe et dynamisk økosystem, hvor innovation og udvikling kan trives. Aktiviteterne for de tre spor uddybes på de følgende sider.



Styring

Identificér mål, succeskriterier og saml centrale interessenter som del af en etablering af et Minimum Levedygtigt Økosystem. Fastlæg regler og retningslinjer for at sikre en effektiv styringsstruktur til videre undersøgelse af en branchespecifik blockchainløsning i mode-, møbel- og designbranchen.

Styringsaktiviteter



ii) Definér mål og succeskriterier



i) Etablér styregruppe



iii) Identificér og etablér MLØ samt udarbejd handlingsplan



iv) Udarbejd drejebog for styring af løsningen

Illustrativt udkast*

Tid

i) Sammenbring en gruppe centrale interessenter fra mode-, møbel og designbranchen, herunder virksomhedsledere, eksperter, organisationer og relevante offentlige instanser. Styregruppen får ansvaret for at lede og styre analysen samt beslutningsprocessen.

ii) Identificér klare mål for analysen og definer succeskriterier, der kan evaluere, om en branchespecifik blockchainløsning vil være værdifuld og levedygtig for mode- og designbranchen. Disse mål og kriterier kan blandt andet omfatte forbedret transparens, sporbarhed og autenticitet samt øget effektivitet og konkurrenceevne i forsyningskæden.

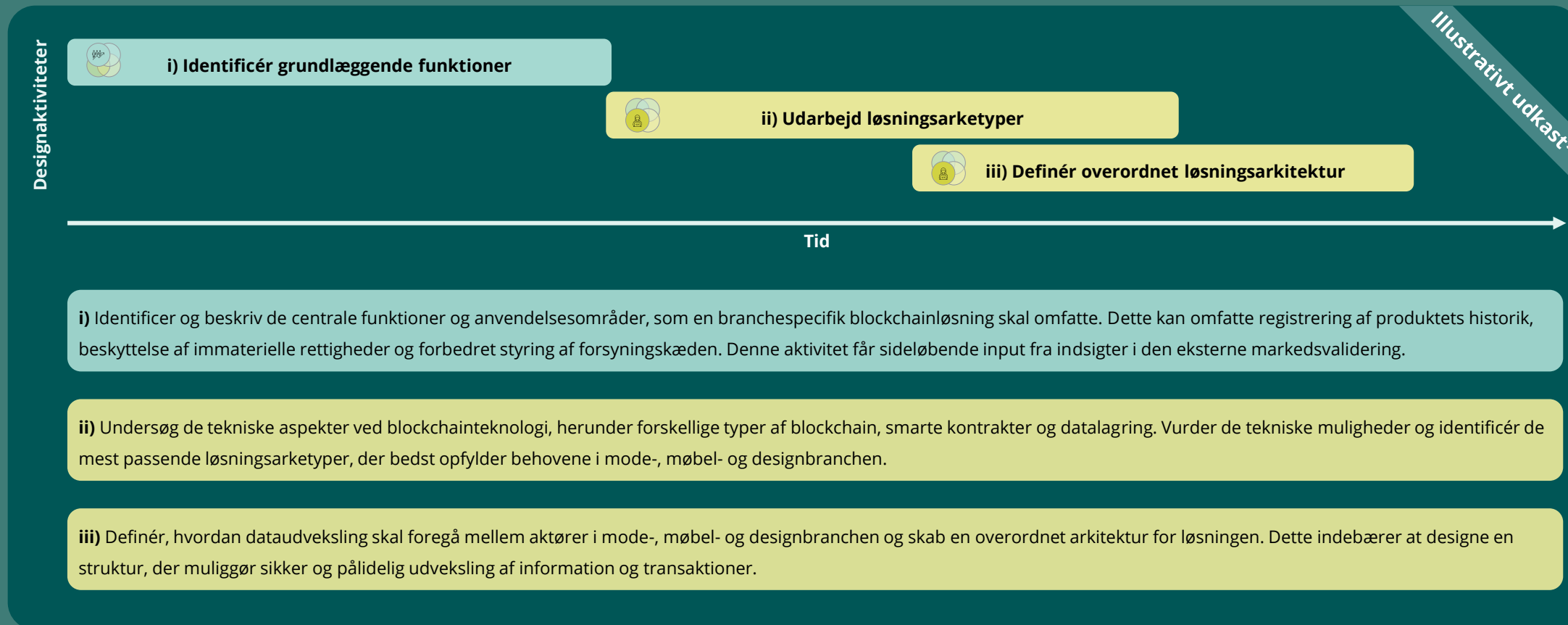
iii) Styregruppen identificerer og etablerer et MLØ og udarbejder en handlingsplan for en trinvis implementering. Dette indebærer at definere de nødvendige funktioner, processer og aktører, der skal være til stede i den indledende fase.

iv) Fastlæg regler og retningslinjer for styring af løsningen. Dette kan omfatte prissætning, betalingsmetoder, incitamentsstrukturer og bindende aftaler, der sikrer en retfærdig og pålidelig drift af blockchainløsningen, som kommer alle aktører til gode. Drejebogen fungerer som en guide for styring af løsningen og sikrer overholdelse af ønskede standarder og krav.



Design

Identificér vigtige funktioner og anvendelsesområder af blockchainteknologi inden for mode-, møbel- og designbranchen. Aktiviteterne bør desuden ende ud i en anbefaling om, hvorvidt det er nødvendigt at etablere en blockchainløsning internt eller om der allerede findes passende løsninger på markedet.



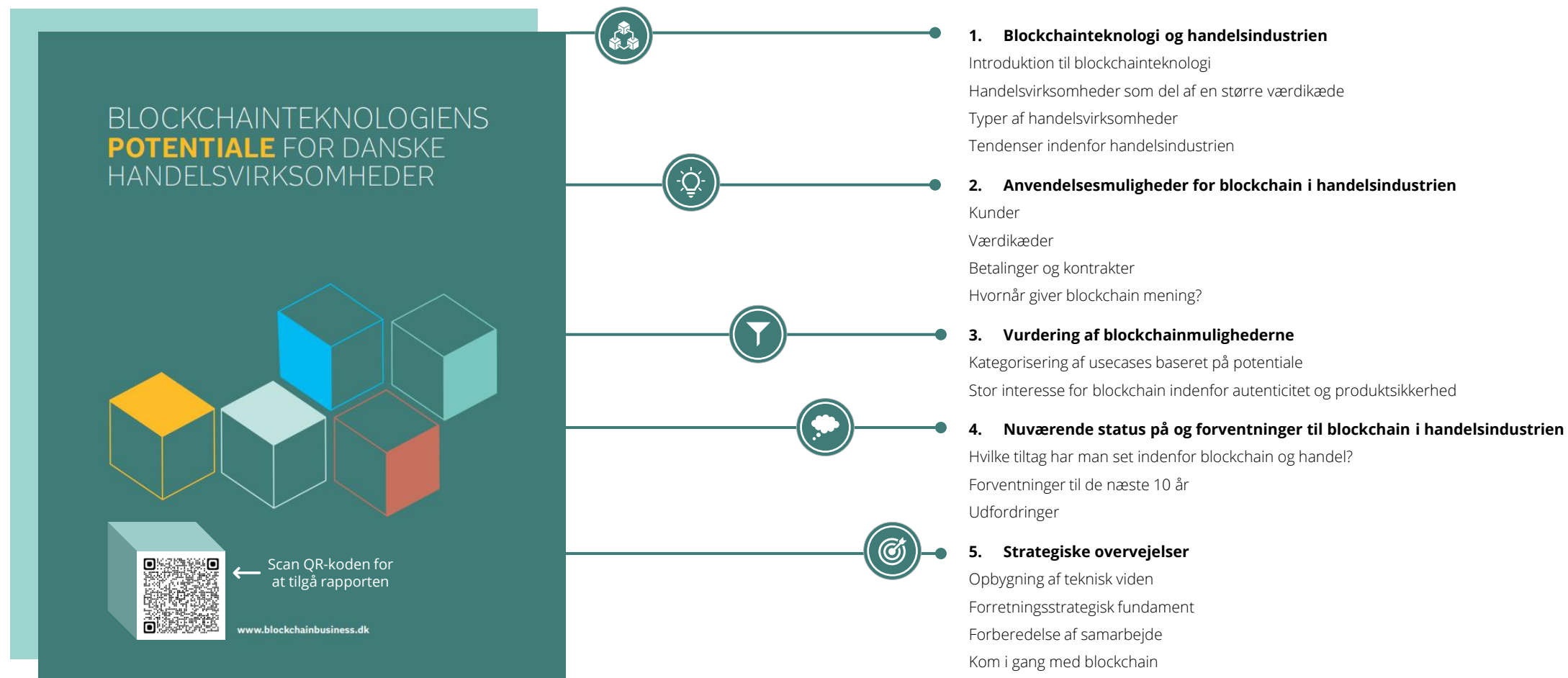
Markedsvalidering

Opsøg markedsvalidering gennem interviews og opnå masseindsigt i udvalgte markeder for at få en forståelse for værdikæderne, branchen samt præferencer hos brugerne. Indsigerne danner grundlaget for at træffe informerede beslutninger vedrørende udviklingen af en blockchainløsning til branchen.

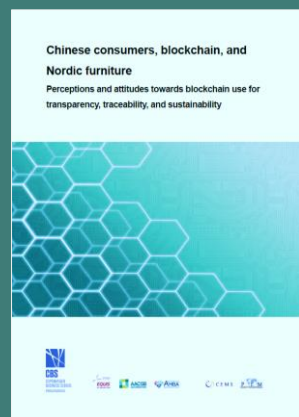


Læs mere om blockchainteknologiens potentiale

I rapporten Blockchainteknologiens potentiale for danske handelsvirksomheder forklares teknologien ud fra et forretningsperspektiv. Derudover gives der indsigt i, hvilke strategiske overvejelser en handelsvirksomhed bør gøre sig, inden et blockchainprojekt igangsættes.



Læs mere om projektet blockchain business mellem Dansk Industri Handel og Lifestyle & Design Cluster



Kinesiske forbrugere, blockchain og nordiske møbler
Perceptions and attitudes towards blockchain use for transparency, traceability, and sustainability

[Tilgå her](#)



Blockchainpotentiale
Blockchain-teknologiens potentiale for danske handelsvirksomheder

[Tilgå her](#)



Dansk design blockchain
Er der potentiale for en dansk design blockchain?

[Tilgå her](#)



Blockchainløsninger til branchen
Inspirationskatalog over blockchainløsninger

[Tilgå her](#)



Nordic Blockchain inspirational catalogue
Inspirationskatalog over nordiske blockchainløsninger og cases

[Tilgå her](#)

Yderligere læsning



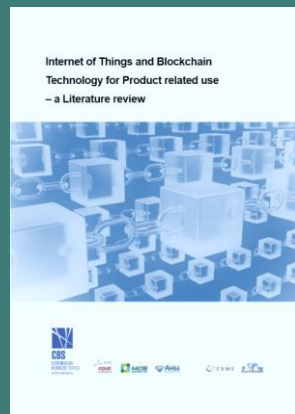
Digitalt produktpas
Rapport af den Finske
Mode & Tekstil og
Teknologiindustry

Tilgå [her](#)



Bæredygtige og resiliente
forsyningskæder
To be sustainable or
resilient or both? A guide
for supply chain
professionals

Tilgå [her](#)



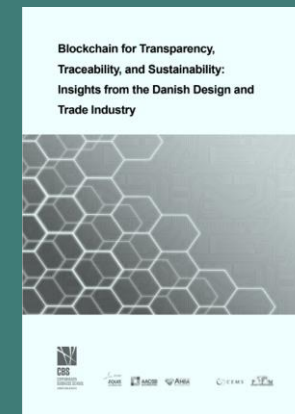
IoT og blockchain
Internet of Things and
Blockchain Technology for
Product related use – a
Literature review

Tilgå [her](#)



Blueprint til det digitale
produktpas
Helping create standards-
based DPP prototypes and
an implementation
blueprint

Tilgå [her](#)



Blockchain og transparenens
Blockchain for
Transparency, Traceability,
and Sustainability: Insights
from the Danish Design and
Trade Industry

Tilgå [her](#)

05 | APPENDIKS

- Blockchainløsninger til mode-, møbel- og designbranchen
- Nøgleindsigter fra interviews
- Udestående spørgsmål
- Fremgangsmetode for undersøgelsen
- Kort om projektet











Blockchainløsninger til mode-, møbel- og designbranchen

Nedenstående tabel præsenterer en oversigt over blockchainløsninger, der er relevante for mode-, møbel- og designbranchen. Tabellen blev oprindeligt udgivet som en del af et inspirationskatalog i en tidligere fase af dette projekt. Læs hele inspirationskataloget [her](#).

| LØSNING | OMKOSTNINGSMODEL* | BRANCHE | BLOCKCHAINPLATFORM | OPRINDELSE | EGEN TOKEN |
|--------------------------------|---|---------------------------------|---|--------------------|------------|
| Ariane | Årsbaseret | Mode og tekstil og møbel og træ | Polygon og Ethereum | Frankrig | Ja |
| Aura | Årsbaseret | Mode og tekstil | Quorum | Schweiz | Nej |
| AWARE | Månedsbaseret | Mode og tekstil | IoTeX | Holland | Ja |
| Bext360 | Månedsbaseret | Mode og tekstil | Stellar, Ethereum, Hyperledger, Solana | USA | Nej |
| BrandTag | Årsbaseret | Mode og tekstil | Bitcoin | Danmark | Nej |
| DNV | Årsbaseret | Mode og tekstil | VeChainThor | Norge | Ja |
| Everledger | Månedsbaseret | Mode og tekstil | Hyperledger Fabric | England | Nej |
| FSC® | <i>Ukendt (pilotprojekt)</i> | Mode og tekstil og møbel og træ | <i>Ukendt</i> | Tyskland | Nej |
| Lablaco | Årsbaseret | Mode og tekstil | Ethereum. Skifter over til Flow Mainnet | Frankrig | Nej |
| LUKSO | Transaktionsbaseret | Mode og tekstil | Ethereum | Tyskland | Ja |
| NATIVA | Enhedsbasis og pakkeløsning | Mode og tekstil | Ethereum | Frankrig | Nej |
| PaperTale | Abonnementsbaseret (<i>ukendt interval</i>) | Mode og tekstil | Polygon | Sverige | Nej |
| PERL.eco | <i>Ukendt</i> | Mode og tekstil | Polygon | Singapore | Ja |
| Provenance | Månedsbaseret | Mode og tekstil | Ethereum og Hyperledger | England | Nej |
| Queen of Raw | Årsbaseret | Mode og tekstil | Ethereum | USA | Ja |
| TextileGenesis | <i>Ukendt</i> | Mode og tekstil | Hyperledger Fabric | Hongkong og Indien | Ja |
| TRICK | <i>Ukendt (pilotprojekt)</i> | Mode og tekstil | Quadrans | Europa | Nej |
| TrusTrace | Månedsbaseret | Mode og tekstil | Hyperledger. Udvider til Ethereum | Sverige | Nej |









Nøgleindsigter fra interviews

Dette er nøgleindsigter fra respondenter i interviews, som er identificeret med henblik på at undersøge potentialet for en branchespecifik og/eller en national blockchainløsning.

| Forretningsmæssig levedygtighed | | Økosystemets opnåelighed | | Brugernes præferencer | Teknisk gennemførlighed | | |
|---|---|--|--|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Marked | Omkostninger og ressourcer | Branchekonfiguration | Samarbejde og incitamentsstrukturer | Brugeroplevelse og storytelling | Kompetencer og digitaliseringsgrad | Datastruktur- og validering | EU-lovgivning |
| <ul style="list-style-type: none"> Danmarks ry for kvalitet, design og pris er positivt anerkendt Bæredygtighed er en vigtig faktor i Danmark, men prioriteres ikke nødvendigvis på samme måde internationalt, fx i Kina eller Japan Tillid til platforme og handel er høj i både Danmark og eksempelvis Storbritannien Ægtheden af produkter er svær at gennemskue i visse markeder som Kina | <ul style="list-style-type: none"> Der er en opmærksomhed rettet mod virksomhedernes tilgængelige ressourcer og kompetencer, og om disse er tilstrækkelige til at etablere en digital brancheløsning Der er en bekymring for, hvorvidt en digital brancheløsning er for omkostningstung for branchen. Dog at det uundgåeligt, at en brancheløsning vil medføre omkostninger | <ul style="list-style-type: none"> Branchen har en høj fragmenteringsgrad, og består primært af mikro, små og til dels mellemstore virksomheder Branchen har en høj grad af outsourcing med mange leverandører og en kompleks værdikæde Branchen har ikke historik for at samle sig om noget politisk og har ikke før været underlagt streng regulering | <ul style="list-style-type: none"> Der er udtrykt størst ønske for en nordisk eller skandinavisk branchespecifik løsning Incitamentsstrukturer skal komme små såvel som store aktører til gode så ingen forfordes på baggrund af størrelse Der er uklarheder om, hvem der potentielt skal drive og samarbejde om en fælles brancheløsning | <ul style="list-style-type: none"> Det er svært at få databidragere i værdikæden koblet på en digital løsning, hvis ikke platformen er intuitiv Storytelling rettet mod slutbrugeren, fx gennem det digitale produktpas, kan give virksomhederne en konkurrencemæssig fordel. Det handler om at bruge data aktivt og skabe en engagerende brugeroplevelse udover blot at opfylde retningslinjerne | <ul style="list-style-type: none"> Danmark har en høj grad af digital modenhed, mens aktører oppe langs værdikæden og i udlandet oftest har en lav grad af digital modenhed Til trods for, at Danmark har en høj grad af digital modenhed, så udtrykkes det, at branchen har en lav digitaliseringsgrad og mangler flere it-kompetencer | <ul style="list-style-type: none"> Datafangst opleves som en byrde for virksomhederne, og der er uklarheder omkring, hvilke data man skal fremvise jævnfør EU-lovgivningen Det er svært at validere data, især hos udenlandske samarbejdspartnere, hvor der er kulturforskelle, sprogbarrierer og lav digitaliseringsgrad | <ul style="list-style-type: none"> Der er et generelt ønske om, at en digital branchespecifik løsning skal imødekomme kommende EU-lovgivning og standarder Mode-, møbel- og designbranchen underlægges lov- og datakrav, herunder European Green Deal EU-lovgivningen opleves lige nu som en byrde, da den er omfattende og stadig er under udarbejdelse Målet er, at EU-lovgivningen bliver en konkurrencefordel for danske virksomheder |

Udestående spørgsmål

På baggrund af indsigterne fra interviews er der fremkommet en række udestående spørgsmål, som stadig kræver yderligere undersøgelse. Formålet med at fokusere på disse spørgsmål er at anerkende de områder, hvor der stadig er behov for mere viden og forståelse samt at skabe en åben dialog omkring dem.

| Forretningsmæssig levedygtighed | | Økosystemets opnåelighed | | Brugernes præferencer | Teknisk gennemførlighed | | |
|---|---|---|--|---|--|--|--|
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| Marked | Omkostninger og ressourcer | Branchekonfiguration | Samarbejde og incitamentsstrukturer | Brugeroplevelse og storytelling | Kompetencer og digitaliseringsgrad | Datastruktur- og validering | EU-lovgivning |
| <ul style="list-style-type: none"> Hvordan kan man udnytte Danmarks ry for kvalitet, design og pris gennem en branchespecifik blockchainløsning? Hvordan kan man adressere forskellige prioriteter vedrørende bæredygtighed mellem Danmark og internationale markeder som fx Kina og Japan gennem en blockchainløsning? | <ul style="list-style-type: none"> Hvem skal finansiere og drive en brancheløsning? Hvordan kan man sikre, at branchen har ressourcer til at drive en brancheløsning? Hvilken type blockchain, eller anden digital løsning, er det bedste og billigste alternativ? Kan en digital løsning nedbringe administrative omkostninger – hvilke? | <ul style="list-style-type: none"> Hvordan kan den høje grad af fragmentering i branchen påvirke implementeringen og vedligeholdelsen af en branchespecifik blockchainløsning? Hvordan kan blockchainteknologien optimere værdikæden og håndtere kompleksiteten ved outsourcing og mange leverandører? Hvordan kan man opfordre branchen til at samle sig om politiske agenda? Hvilken rolle kan blockchainteknologi og andre teknologier spille i at harmonisere branchen? | <ul style="list-style-type: none"> Hvilke specifikke incitamenter kan implementeres for at sikre, at både små og store aktører drager fordel af den branchespecifikke blockchainløsning? Hvordan kan man opnå et nordisk eller skandinavisk samarbejde omkring udvikling og drift af løsningen? Hvilke mulige samarbejdspartnere (virksomheder, organisationer, myndigheder osv.) skal involveres i udviklingen af den fælles brancheløsning? | <ul style="list-style-type: none"> Hvordan kan man sikre, at den branchespecifikke blockchainløsning er intuitiv og nem at bruge for alle involverede aktører i værdikæden? Hvordan kan storytelling og kommunikation ud mod slutforbrugeren gennem eksempelvis et digitalt produktpas differentiere sig fra konkurrenterne og skabe merværdi? Hvordan kan man sikre, at efterlevelse af retningslinjer og bæredygtighed bliver en integreret del af brugeroplevelsen gennem den digitale løsning? | <ul style="list-style-type: none"> Hvilke konkrete it-kompetencer mangler branchen for at kunne implementere og drage fuld fordel af en branchespecifik blockchainløsning? Hvordan kan man øge den digitale modenhed og forståelse for blockchainteknologien hos aktører oppe langs værdikæden og i udlandet? Hvordan kan Danmarks høje grad af digital modenhed udnyttes til at støtte og fremme implementeringen af en branchespecifik blockchainløsning? | <ul style="list-style-type: none"> Hvilke specifikke data skal indsamles og deles i overensstemmelse med EU-lovgivningen, og hvordan kan blockchainteknologien hjælpe med at lette denne proces? Hvordan kan man sikre validiteten af data, især når der er kulturforskelle, sprogbarrierer og lav digitaliseringsgrad hos udenlandske samarbejdspartnere? Hvordan kan man gøre datafangst mindre byrdefuld for virksomhederne? Hvordan kan virksomheder udnytte data til at opnå en konkurrencemæssig fordel? | <ul style="list-style-type: none"> Hvordan kan en branchespecifik blockchainløsning hjælpe med at imødekomme de strenge lovkrav, herunder European Green Deal, der er gældende for branchen? Hvordan kan man sikre, at den digitale løsning er fleksibel nok til at tilpasse sig kommende EU-lovgivning og standarder? Hvordan kan man lette byrden ved den omfattende og stadig udviklende EU-lovgivning ved at implementere en branchespecifik blockchainløsning? |

Analysetilgang

Dataindsamling og rapportering strækker sig over en tidsperiode på 12 uger i foråret 2023 med løbende validering og input fra projektgruppe og interviewinteressenter.

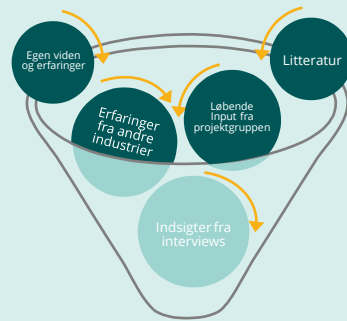
Indsamling af data og afklarende interviews

- Identificere relevante interviewaktører samt indkaldelse til interviews.
- Udarbejde interviewguide- og agenda.
- Indsamle viden og erfaring fra andre industrier.
- Afholde semistrukturerede interviews ud fra interviewguide.



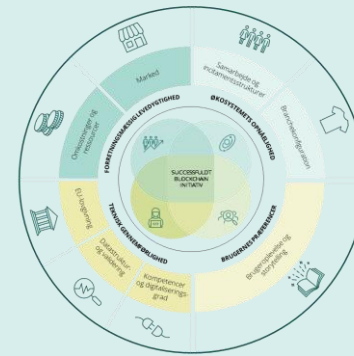
Strukturering af data

- Rense og strukturere data til analyse.
- Kondensering af data fra henholdsvis
 - Læringer fra andre industrier
 - Interviewdata
 - Løbende input fra projektgruppe
 - Egen viden på området



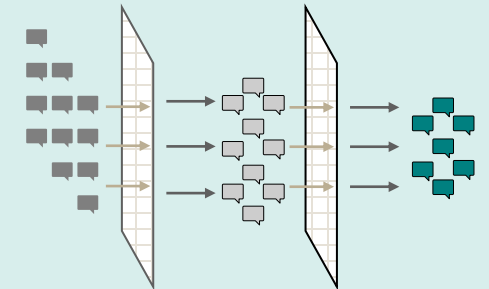
Dataanalyse og kategorisering af indsigter

- Indsigterne organiseres ud fra rammeværket i forskellige kategorier baseret på deres ligheder.
- Inden for hver kategori identificeres nøgleindsigter, der repræsenterer centrale temaer.



Validering af data

- Udsagn og citater fra de interviewede bekræftes og understøtter nøgleindsigterne.
- Løbende validering af indhold fra projektgruppen.



Kontinuerlig indsamling af feedback og input fra projektgruppen til løbende justering og tilpasning

Fremgangsmetode for undersøgelsen

En kvalitativ tilgang med online semistrukturerede interviews er anvendt til foranalysen af mode-, møbel- og designbranchen med henblik på at undersøge potentiale for en branchespecifik digital løsning. Kvalitative dataindsamling og meningskondensering har ledt til en række indsigter, som vil give en dybere forståelse af udfordringer og potentialer i branchen og føre til udvikling af en digital løsning.

DEN KVALITATIVE TILGANG DANNER GRUNDLAGET FOR FORANALYSEN

Foranalysen beror på indsamling af kvalitative data gennem online semistrukturerede interviews med henblik på at opnå en dybere forståelse af det undersøgte emne. Kvale og Brinkmanns¹ tilgang følges, hvor interviews stoppes, når mætningspunktet er nået, hvilket betyder, at der ikke opstår nye eller relevante informationer, og når det vurderes, at viden i og omkring mode-, møbel- og designbranchen er tilstrækkeligt dækket. I alt er der blevet afholdt 18 interviews² med 27 fagpersoner inden for økosystemet omkring mode-, møbel- og designbranchen.

For at sikre en systematisk tilgang er der udarbejdet en interviewguide på forhånd, som er sendt ud til interviewpersonerne inden interviewene. Interviewguiden er semistruktureret og indeholder åbne spørgsmål og emner, der skal dækkes. Der er også mulighed for, at interviewpersonerne kan bringe nye emner og perspektiver på banen. Det sikres, at interviewpersonerne er informerede om undersøgelsens formål.

Undersøgelse er med fokus på at forstå interviewpersonernes oplevelser, holdninger og erfaringer inden for emnet. Den kvalitative dataindsamling muliggør en dybere forståelse af de konkrete udfordringer og muligheder i mode-, møbel- og designbranchen med henblik på potentialet af en branchespecifik og digital løsning.

54 | www.blockchainbusiness.dk

1) Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). Interview: Det kvalitative forskningsinterview som håndværk. (3 ed.)

2) Se interviewede [her](#)

DATAANALYSE- OG VALIDERING

I analysen af data er temaer og mønstre blevet identificeret og kategoriseret. For at sikre validiteten af resultaterne er citater og interviewudsagn efterfølgende blevet valideret med respondenter. Dette trin er blevet udført for at sikre, at de gengivne citater og udsagn nøjagtigt afspejler interviewpersonernes perspektiver og holdninger. Ved at inddrage respondenterne i valideringsprocessen opnår vi en større sikkerhed omkring troværdigheden og pålideligheden af de præsenterede resultater. Denne valideringsproces er vigtig for at undgå eventuelle fortolkninger eller fejlfortolkninger af dataene og sikre, at de fremlagte temaer og mønstre er i overensstemmelse med interviewpersonernes faktiske oplevelser og udsagn. Samlet set vil denne foranalyse bidrage til en dybere forståelse og afdækning af eksisterende og fremtidige udfordringer og potentialer ved en national og digital brancheløsning.

UNDERSØGELSENS KILDER

Projektgruppe



Interviews



Erfaring fra
andre industrier



Litteratur og
tidligere
undersøgelser



Egen viden på
området





BLOCKCHAIN BUSINESS COMMERCE & DESIGN

KORT OM PROJEKTET

Blockchainteknologi er et effektivt værktøj til at håndtere data og øge gennemsigtighed, tillid og ansvarlighed i værdikæder med mange aktører. Alligevel benytter kun et fåtal af danske design- og handelsvirksomheder i dag blockchainteknologien, hvilket især skyldes, at virksomhederne mangler viden om, hvad blockchainteknologien kan tilbyde, hvordan teknologiens potentiale udnyttes, og hvordan forretningsmodellen skal skrues sammen, hvis teknologien skal implementeres.

Det skal projektet *Blockchain Business in Commerce & Design* lave om på ved at fokusere på at øge virksomhedernes viden om teknologien og styrke deres kompetencer i forhold til at tage strategiske beslutninger om valg og implementering af blockchainteknologi, især i relation til EU's direktiv om øget produktansvar og det kommende produktpas.

Læs mere om projektet på blockchainbusiness.dk

Projektet gennemføres af Lifestyle & Design Cluster og Dansk Industri Handel og finansieres af Industriens Fond.