



# Tar Norden ut i verden



Vestre produserer bymøbler av høy kvalitet, og opplever stor interesse for nordisk design og bærekraft i eksportmarkedene. Derfor bruker de Svanemerket aktivt i markedsføringen, også i land som USA og Tyskland.

Vestre er en bedrift som har lang tradisjon i å tenke helhetlig. De ønsker ikke bare å lage bord og benker til offentlige rom, men å bidra til god urban livskvalitet – der folk har god tilgang til møteplasser av høy kvalitet som bidrar til inkluderende nabolag og fellesskap.

Vestres ambisjon er å bli anerkjent som verdens mest bærekraftige

”Etterspørselen etter bærekraft er økende også utenfor Norden, og det er behov for tydelige sertifiseringer som gjør det enkelt for innkjøpere å velge riktig. Målet må være å ha så gode standarder at en innkjøper i USA eller Asia enkelt kan forstå hva det innebærer å være sertifisert med Svanemerket”.

*Stefan Tjust, konsernsjef i Vestre*

møbelprodusent. For å oppnå det, må de kunne kommunisere at produktene oppfyller ambisiøse krav til både klimabelastning, ressursbruk og kjemikalier. At de er tilpasset overgangen til en mer sirkulær økonomi. Og at de har høy kvalitet.

#### **Enklere å kommunisere miljø**

- Å produsere mest mulig bærekraftig har alltid vært viktig for oss, men vi ønsket også å kunne vise til en standard for hva som regnes som mer miljøvennlig. Derfor begynte vi å sertifisere produktene med Svanemerket. Det

## CASE – VESTRE

var også viktig for oss at Svanemerket har et livssyklusperspektiv. Vi vil gjerne gjøre det enklere for innkjøperne å anskaffe ting som varer lenge. Jeg tenker at en god sertifisering både gjør det enkelt for innkjøperne og for produsentene. Vi ønsker ikke å ha myriader av ulike sertifiseringer. Det beste er å ha en gullstandard som alle forholder seg til, sier Øyvind Bjørnstad, strategi- og bærekraftsjef i Vestre.

- Styrken til Svanemerket er at du kan sammenligne det med andre merker globalt, fordi det er et type 1 miljømerke. Svanemerket har høy kjennskap i Norden, men ikke i land som USA og Tyskland, og da er det viktig å kunne gi folk referanser de forstår. For eksempel kan vi i Tyskland si at Svanemerket tilsvarer Blaue Engel. Det er mye forvirring om hva som betyr hva og hva som egentlig er miljøvennlig, og det å kunne vise til en standard alle forstår, som et annet type 1-merke, er den største styrken, slår Bjørnstad fast.

### Større kontroll over egen verdikjede

Vestre har nylig åpnet en helt ny fabrikk, The Plus, et 7000 m<sup>2</sup> stort bygg med passivhusstandard på Magnor like ved svenskegrensen. Med The Plus vil Vestre vise at de er verdens mest miljøvennlige møbelfabrikk, at det er mulig å konkurrere globalt fra Skandinavia og at alle kan bli inspirert til å ta del i den grønne omstillingen. Når vi spør hvilken effekt svanemerkningen har hatt på Vestre, svarer Bjørnstad:

- Et av målene våre er jo å bli anerkjent som verdens mest bærekraftige



møbelprodusent. For å klare det, er det utrolig viktig å ha kontroll på egen verdikjede. Vi hadde tidligere egenproduksjon på 50 %, og nå kommer vi opp på over 90 %. På den måten får vi større kontroll på vår bærekraftsambisjon og på effektiviteten vår. Vi tenker langsiktig i Vestre. For eksempel på hvordan vi skal sikre oss at vi klarer Svanemerkets krav ettersom de strammes enda mer inn. Da må vi ligge foran også når det gjelder produksjonsprosess, sier Bjørnstad.

### Bruker materialene på nytt

Sirkulær økonomi, der vi bruker ressursene mange ganger i stedet for å drive med bruk-og-kast, er i vinden som aldri før. Vestre oppfyller Svanemerkets krav til bruk av resirkulerte materialer, men opplever også at det ikke er nok gjenbruksmateriale på markedet. Derfor leker de nå med ideen om å få produktene sine tilbake etter den lange bruksperioden, for så å kunne demontere og bruke materialene på nytt i andre Vestre-produkter. På den måten sikrer de at de har

nødvendig informasjon om de brukte materialene, noe som ellers er en stor utfordring.

Vestre tar også bymøbler som har vært brukt i årevis tilbake til fabrikkene og restaurerer dem, slik at de kan få et nytt liv og plasseres ut i nye prosjekter.

### Klima i kjernen av virksomheten

Klimakrisen har fått mange til å jage etter betegnelsen «klimanøytral». Men selv om engasjementet er på topp, er Bjørnstad usikker på hvor dypt det egentlig stikker noen ganger.

- Vi kjøper klimakvoter i dag, men målet vi – og resten av verden – må ha er jo et nullutslippsamfunn. Derfor jobber vi mye med hvordan vi kan avkarbonisere verdikjeden vår raskest mulig. Vi må komme forbi det stadiet at vi bare kan kjøpe kvoter og ellers fortsette som før. I Vestre tenker vi dessuten ikke bare på karbon og klima, vi tenker miljø, biodiversitet, sosial bærekraft og hele verdikjeden. Man må se helhetlig på det, for alt henger sammen. Det er kjernevirksomheten som må stå i sentrum når vi snakker bærekraft, sier Bjørnstad.

### FAKTA OM VESTRE

- Vestre omsetter for over 240 millioner NOK i året
- Opp 75 % siste 5 år
- 70-80% av omsetningen er fra eksport
- Vestre selger globalt, til over 30 land
- 350 varelinjer er svanemerket