



Sammanfattning av konceptet Re:Born

Re:Born är ett initiativ för att minska konsumtionen av nya produkter och istället fokusera på återbruk, genom att göra det trendigt och enkelt att handla återbrukade, unika produkter med hög kvalitet, som bidrar till både samhälls- och miljönytta. Det blir även en kostnadsbesparing för kommunen, då en femtedel av det som slängs på ÅVCer kan återbrukas, och därmed undviker vi den kostnaden för avfallshantering.

Verksamheten erbjuder arbetsmöjligheter för entreprenörer inom såväl hantverksyrken som digitala yrken, och vi ger människor som behöver hjälp att komma in på arbetsmarknaden möjlighet till praktisk erfarenhet och arbetsträning.

Vi vill ha en lokal där vi bygger på höjden, likt lagret på IKEA. Alla produkter finns uppställda i lagergångar som man får "boka" via hemsidan. Produkterna kan visualiseras med hjälp av utställda möbler i mitten för inspiration (precis som IKEA & ReTuna). Lagret kan även förse kunden med stationära datorer där kunden kan söka runt på hemsidan på plats.

Re:Born finns tillgänglig såväl på plats som online. Med en inspirerande hemsida som hjälp kan kunden se och boka produkter från dator eller smartphone.

Business Model Canvas

1. Customer Segments

Vi vill med Re:born skapa ett normskifte när det kommer till konsumtion och vill därför att Re:Born ska vara attraktivt för den stora massan. Oavsett om konsumenten tillför den målgrupp som är van att köpa begagnat och secondhand eller om nykonsumtion är mer tilltalande för personen i fråga.

2. Value propositions

- Exklusivitet. Det ska kännas exklusivt och mer "vintage" att handla snarare än stökigt och oinspirerande.
- Inspiration (via sociala kanalerna, ex tips och trix, ex inredningsinspiration, upcycling inspo, inspirerande bilder osv.)
- Enkelhet (det ska vara enkelt att hitta det man söker, genom att ex tagga och filtrera på hemsidan)
- Fler arbetstillfällen/sysselsättning vilket även bidrar med skatteintäkter
- Mervärde hos individen (ger en bra känsla att återbruka, det känns bra att göra gott för miljön. Självpuppyllande)
- Ökad livslängd på produkter.

3. Revenue streams

Syftet är inte nödvändigtvis att gå med vinst, utan snarare att gå runt / gå "plus minus noll". Vårt koncept syftar snarare till att gynna småföretagare och entreprenörer, dra ned avfallsmängden samt ge Göteborgs Stad möjligheten att gå mot att bli en

grönare stad.

Intäkterna ser vi komma från:

- Intäkter från försäljning av produkterna.
- Kontrakt med entreprenörer som betalar en hyra beroende på vilka rum, digitala verktyg och tjänster de vill ha tillgång till.
- Intäkt = lägre kostnad = Återvinningscentralen säljer till hemmafixare medan samarbetspartners (vintagebutiker/entreprenörer) kör sitt eget koncept och upcyclar efter egen önskan.
- Sponsorer
- Skatteintäkter (ex i form av alla småföretagare som nu skapat jobb möjligheter).
- Social vinst (i form av att bidra med praktisk utbildning och arbetslivserfarenhet för människor som behöver hjälp att komma ut i arbetslivet).

4. Customer relationships

- Kommunikation; snygg och fin hemsida. Validitet via bloggen med tips och trix - genererar utbyte med konsumenten. Bra layout, lätt att hitta (viktigt!).
- I tips och trix bloggen har vi samarbeten med våra externa entreprenörer där de hjälper till med sin professionella, aktuella och specifika kunskap - i utbyte mot "reklamen" i att synas på hemsidan.
- Kunnig personal på plats (Vad behöver fixas? Ska jag reparera denna hemma?).
- Platsen ska vara ren, fräsch och det ska vara givande att gå dit.

5. Channels

- Hemsida, blogg, app, instagram/facebook osv (sociala medier)
- Kommunicera inspirationsbilder på ex instagram (med inspirerande texter som ex "Så här mycket sparar du genom att återanvända en stol/soffa/bord")
- Lokalen vi befinner oss i (ÅVC, lokal på ÅVC, Vintagebutiker, Myrorna)

6. Key Activities

- Restaurera produkter
- Hemsidan som kontinuerligt ska uppdateras
- Fotografering
- Blogginlägg
- Lagerförvaring - rent och snyggt, enkelt att hitta
- Avhämtning / utkörning (kan fungera som utvecklingsmöjlighet om efterfrågan finns)

7. Key Resources

- Fotograf + bra kamera för bra, professionella bilder
- Bloggare / Web developer som arbetar med hemsidan för försäljning/bokning
- Lagerlokal
- Lagerpersonal
- Datorer i lagerlokalen för kunder att enkelt bläddra bland våra produkter
- Verkstad i lokalen; syverkstad, målarverkstad, snickarverkstad där entreprenörerna kan hålla till. Exempelvis kan de dela sina verktyg mellan varandra.
- Kunskap (hos hantverkare, web developer behöver kunskap om layout/design osv.)

- Kunder
- Plats på ÅVC där man kan ställa av grejer som skall gå till vårt koncept (ex i en container där det är skyddat från väder och vind).
- Produkter (kommer till ÅVC via konsumenter och butikers reklamationer)

8. Key Partner

- Entreprenörerna (som ju är experter inom sitt område; på att fixa ex elektroniska produkter; trämöbler; skinnsoffor). ÅVC samlar in till samarbetspartnerna, de får betala en symbolisk summa för att ta över produkterna, sedan ligger det på dem att reparera eller upcyccla samt distribuera. De kan få lov att hyra in sig i exempelvis vår verkstad, vår lagerlokal, använda vår hemsida).
- Social Resursförvaltning tillhandahåller med personal som behöver hjälp att komma ut i arbetslivet.
- Renova kan fungera som partner för att transportera och leverera varorna
- Andra samarbetspartners (entreprenörerna, secondhand butikerna, ev fotograf eller webbutvecklare)
- Kunderna (som lämnar produkter)
- Eventuella reklamationer från samarbetande butiker möbelbutiker, klädbutiker, elektronikbutiker etc. (Likt konceptet Renewal workshop).

9. Cost structure

- Lokal (med allt vad det innebär)
- Inköp
- Löner till personal
- Marknadsföring och webbutveckling i att skapa hemsida/app osv
- Transport
- Engångskostnad i början gällande lokal, material, verktyg osv. Detta kommer tjänas in snabbt genom hyror, avgifter, samarbeten, sponsorer osv.

Vilka vill vi ha med i vårt team?

Ett naturligt val för vilka som ska genomföra dessa lösningar är Kretslopp och Vatten som i dagsläget sköter om ÅVC, tillsammans med Konsument- och medborgarservice som ansvarar för utveckling av hållbar konsumtion i staden.

Konsument och medborgarservice kan hålla i samhälleliga temadagar och utbildning. Kretslopp och Vatten kan bidra med sin djupgående kunskap om cirkulära flöden och sitt öga för att se potentialen i produkter andra ser som förbrukade.

Vi kan skapa sysselsättning för personer som står långt från arbetsmarknaden och därför vill vi även involvera Social Resursförvaltning.

Re:Born behöver inte förlita sig på framtida teknologier, utan kan redan idag, med enkla medel och samverkan implementeras för att bidra till ekologisk ekonomisk och social hållbarhet.