

Sourzing

Sourzing er en virksomhed med omfattende knowhow og erfaring inden for alle områder af luksus emballage og POS (point of sale) produkter. Virksomheden er "born global" og hjælper, fra deres HQ i Kolding, kunder over hele verden med alt fra eksklusiv produktemballage til displays, showcases, shop-in-butikker og konceptbutikker.

Virksomheden har i takt med deres solide vækst, haft et øget fokus på CSR og ønsker at udfordre sig selv og deres leverandører til at blive endnu mere bæredygtige. Derfor skal caseteamet hjælpe Sourzing med at udarbejde en CSR rapport, som stiller skarpt på de sociale og miljømæssige udfordringer og fokusområder Sourzing arbejder på.

OVERBLIK

Virksomhed	Sourzing
Lokation	Adr: Sdr. Ringvej 42, DK-6000 Kolding
Kontaktperson	Simon Juel Bundgaard

VIRKSOMHEDSPROFIL

HISTORIEN

Sourzing blev grundlagt i 2010 af de 3 nuværende ejere, Ole, Michael og Sebastian, med egne midler og risiko, som en rigtig iværksætter virksomhed. Virksomhedens fokus var at sælge skræddersyede emballageløsninger til kunder over hele verden, som de sourcede i Fjernøsten.

Virksomheden er *Born Global* og det betyder at den fra start var orienteret mod kunder i hele verden, og samtidig fik produceret varerne i udlandet. For at sikre kvalitet i produkterne besluttede man hurtigt at det var nødvendigt at have egne medarbejdere placeret tæt på produktionen i Fjernøsten, så man kunne være tæt på værdikæden og processerne omkring produktionen af varerne.

Derfor blev der, udover HQ i Kolding, etableret et selskab i Hongkong og ansat 2 lokale kinesere, som var dygtige til produktion og logistik, og som kunne være lokalt til stede og følge varerne og sikre kvalitetskontrol.

Allerede efter det første år var der sorte tal på bundlinjen og Sourzing har vækstet støt hvert år siden. Undervejs på rejsen har Sourzing trimmet sortimentet og segmenterne til, således man i dag er specialiseret i at levere emballage løsninger til ure og smykker, og det er primært "mid to highend" i fashion segmentet, f eks ure fra 700kr til 10.000 kr.

I 2013 leverer Sourzing deres første skræddersyede indretningsløsning til en stor kundes butikker og herefter går man mere aktivt i gang med at undersøge både potentialet og sourcing mulighederne på POS-markedet inden for ure og smykker. POS-forretningen har komplimenteret emballageløsningerne godt, og har gradvist fyldt mere i det samlede omsætningsbillede, og har også været en afgørende strategisk beslutning og årsag til den gode vækst siden.

Helt fra start var det afgørende at kvaliteten på alle Sourzings løsninger var i top, og deres setup i Fjernøsten spiller derfor også en vigtig rolle i at kvalitetssikre produkterne, men også de forhold de bliver produceret og distribuerede under.

I DAG

I dag differentiere Sourzing sig blandt andet på deres store know-how omkring ure og smykke branchen, og de har dyb viden og indsigt omkring det at designe løsninger som præsenterer kundernes produkter på en unik måde. Dertil kommer deres logistiske setup i Fjernøsten, som sikrer kvalitet til tiden og deres evne til at levere løsninger globalt, hvor konkurrenter tit fokuserer mere lokalt.

I dag udgør POS løsningerne størstedelen af omsætningen, hvis ser man bort fra Corona, og det skyldes en blanding af konkurrencesituationen på det marked og løsningernes pris. Sourzing har en klar forventning til at detailhandlen snart genåbner og efterspørger løsninger ude i de fysiske butikker igen.

I øjeblikket bliver der arbejdet på mange projekter, men selve ordrevolumen har manglet, fordi kunderne lige skal genvinde troen på at der er et opsparat behov hos forbrugeren.

I de seneste år har der været et øget fokus på bæredygtighed i takt med at Sourzing selv, men også kunderne og forbrugerne, ønsker gennemsigtige og bæredygtige løsninger i alle aspekter af tilblivelsen af produkterne. Derfor er man begyndt at arbejde mere strategisk med CSR og besluttet at kortlægge og kommunikere virksomhedens indsatser på området.

CASEBESKRIVELSE

Selvom Sourzing fra sin start i 2010 har arbejdet aktivt med at kvalitetssikre produktionen og på at skabe ordentlige forhold omkring tilblivelsen af produkterne, er det først i 2019 at det bliver klart at det er nødvendigt at dokumentere og kommunikere mere struktureret og strategisk omkring deres bæredygtighedsindsatser til kunder og interessenter.

I løbet af de seneste par år er flere og flere begyndt at tale om bæredygtighed, men på et stadigt meget ukonkret niveau, og det får Sourzing til at begynde den konkrete stillingtagen til hvordan de som virksomhed skal arbejde med bæredygtighed og CSR.

Sourzing ønsker hjælp og sparring til at arbejde mere struktureret med deres CSR-aktiviteter og i den forbindelse er ønsket helt konkret at udvikle den første version af deres CSR-rapport, som kan formidle virksomhedens bæredygtigheds agenda til deres interessenter og medarbejdere.

I dag er arbejdet begyndt og der ligger en strategi for, hvordan Sourzing vil arbejde med bæredygtighed i forhold til materialer og produktion af deres vare. I den forbindelse har de haft et forløb hos væksthuse og Deloitte der hedder SDG business booster, hvor virksomheden igennem workshops mv. har fundet frem til en fremgangsmåde til at gribe den del af CSR an på. Det konkrete arbejde i at opsamle, strukturere og formidle data omkring produktion og distribution er først lige gået i gang, og det skal naturligvis udbygges.

Det er samtidig et ensidigt fokus på produktionen af de varer som Sourzing leverer, så det er vigtigt at træde et skridt tilbage og undersøge hvilke SDG mål der ville være oplagte at inddrage i CSR rapporten, hvordan griber man det an og hvordan får man prioriteret blandt dem.

Det har stor betydning for Sourzing at case teamets arbejde resulterer i et praktisk eksemplar af en CSR-rapport, som kan udbygges i takt med man bliver bedre til at dokumentere de forskellige områder inden for CSR som virksomheden vil arbejde med.

KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser. De skal betragtes som inputs og inspiration, som gerne må forlænges udover nedenstående hjælpe spørgsmål.

0. Fase: Introduktion til virksomheden og opgaven.

- 0.1 Onboarding og grundig introduktion til virksomheden og opgaven. Herunder diskussion omkring eksisterende materiale og strategi-arbejde vedr. CSR, ønsket til rapportens struktur og indhold, nu og på sigt.
- 0.2 Forventningsafstemning: Frekvens af feedback og løbende sparring.
- 0.3 Diskutér de forskellige faser og vægtningen/prioriteringen, sådan at tiden bliver brugt bedst.

1. Fase: Data indsamling: skab indsigter som kan bruges til den videre analyse.

- 1.1 Hvad ligger der af data og materiale i dag?
- 1.2 Hvad gør andre i samme branche / konkurrenter?
- 1.3 Hvordan ser kunderne på CSR og hvad forventer de af Sourzing og deres løsninger?
- 1.4 Hvordan ser fabrikkerne, andre leverandører og interessenter på CSR i relation til emballage og POS-materialer?

2. Fase: Kortlægning og analyse af forbedringstiltag

- 2.1 Hvilke områder og SDG-mål er oplagte at Sourzing arbejde på og medtager i rapporten.
- 2.2 Hvad gør Sourzing i forvejen på disse områder?
- 2.3 Hvad vil man blive bedre til og hvordan? Definér målsætning.
- 2.4 Hvordan sikre man målbarhed og udvikling på de valgte områder?
- 2.5 Er der certificeringer og bæredygtighedsmærker som kan understøtte CSR arbejdet og hjælpe med formidling.

3. Fase: Design CSR-Rapporten

- 3.1 Design en skabelon til CSR-rapporten
- 3.2 Hvordan skal rapporten struktureres og hvad skal den indeholde i første udkast f.eks.: *(skrives på engelsk)*
 - Message from founders (Why we do it)
 - Sourzing's SDG focus (SDG:13, ?, ?)
 - People: what we do in relation to people (Code of conduct & UN Global Compact)
 - Planet: Co2 reporting's: emission and carbon footprint

- Product: what sourcing do today and in the future regarding innovating for sustainable products.
- Commitments and looking ahead.

3.3 Hvad er ambitionerne med CSR-rapporten – formuler introduktion

3.4 Hvordan skal informationen formidles

- Kanaler
- Grafik/layout

3.5 Skal der laves en kampagne/marketing indsats, i forbindelse med CSR rapportens første udgivelse?

- Indhold/content
- Format/kanaler

ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå i hånden med:

Målet er at stå tilbage med en CSR-rapport som kan anvendes og udbygges.

- ✓ En analyse af virksomheden og dens aktiviteter inden for CSR
- ✓ En anbefaling og en rapport skabelon som kan udbygges år efter år.

RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

- Interesse for bæredygtighed
- Databehandling og analyse
- Kommunikation og formidling
- God forretningsforståelse, gerne global supplychain

TALENTPROFIL

Sourzing er en SMV med en ambitiøs strategi og vækstplan. Der er et ungt og dynamisk miljø, hvor man gerne vil frem i verden.

Hos Sourzing arbejder man internationalt med kunder i hele verden, så medarbejdere og talenter skal kunne forstå og respektere andre kulturer, og måder at drive forretning på. Det betyder også at sproget i virksomheden er engelsk, og at talenterne derfor også gerne må være engelsktalende, lige som det arbejder som skal udføres også skal fremstilles på engelsk.

Simon Juel Bundgaard, som er case teamets kontaktperson i virksomheden, er selv akademiker og er ansat til at drive projekter udenom driften, herunder forretningsudvikling og CSR-projektet.

Hvis man som talent er interesseret i bæredygtighed i relation til produktionsvirksomheder med global rækkevidde, er Sourzing-casen en oplagt mulighed at få praktisk erfaring med CSR og bæredygtighedsrapportering.