

2.5	<b>Børn &amp; Bæredygtighed</b>
. Formål	<p>Der er fremtid i bæredygtige produkter til Kids &amp; Tweens. De er fremtidens forbrugere og er dem der skal vælge og købe de produkter vi producere i fremtiden. Derfor skal de vide, at bæredygtige produkter er gode produkter, det skal design være med til at formidle.</p> <p>Målgruppen har stor opmærksomhed fra branchen fordi de repræsenterer en ny forbrugergruppe, derfor er virksomhederne interesseret i at få mere viden om hvad man kan arbejde med, når man vil udvikle nye produkter til segmentet. I forhold til bæredygtighed efterspørger branchen mere viden om hvordan man kan arbejde med en bæredygtig optik i forhold til produkter til Kids &amp; Tweens .</p> <p>Bæredygtighed er et multifacetteret begreb, og der er mange måder at gå ind i emnet på. Bæredygtighed er ikke nødvendigvis synligt i et produkt. Et produkt kan eksempelvis betegnes som bæredygtigt, såfremt det indgår i en produktion, der ikke genererer spild. Produktet behøver således ikke at være økologisk eller fremstillet af naturlige materialer, men kan til eksempel indgå i en genbrugscyklus efter Cradle to Cradle-princippet. Der er med andre ord ikke absolutte og rigtige løsninger, når man arbejder med bæredygtighed. Men der er vinkler. I projektet målrettet til Kids &amp; Tweens vil vi under én overordnet overskrift arbejde med to vinkler i udviklingsarbejdet:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Simplicity</b> handler om at gøre designet enkelt både i forhold til materialer og forarbejdning: enkelt design, rene materialer, få arbejdsgange, minimeret spild, innovative hi-tech materialer og futuristisk formgivning.</li> <li>2. <b>Tradition</b> udforsker forbrug. Denne vinkel berører elementer som lang holdbarhed, traditionelle håndværksmæssige teknikker (der bringes "up to date") samt historie/storytelling, hvilket kan være med til at give tøjet kvaliteter, der får forbrugeren til at beholde det i længere tid og eventuelt øge dets brugssammenhænge.</li> </ol> <p>Det er tanken, at de forskellige produkter, hver designes med én af underoverskrifterne som deres primære udgangspunkt. De to vinkler udelukker imidlertid ikke hinanden, hvorfor de sandsynligvis begge vil komme til udtryk i produkterne i større eller mindre grad.</p>

<p><b>2. Aktiviteter</b></p>	<p>Projektet er opdelt i to faser.</p> <p>Vi tager afsæt i modellen fra 'Living Lightly', den samlede aktuelle viden vi har på bæredygtighedsområdet og i et tæt samarbejde med de udvalgte virksomheder der deltager i projektet.</p> <p>1) fase løber fra den 1. marts til den 31. dec. 2013.  Projektlederen samler en projektgruppe bestående af tre nyuddannede designere fra Designskolen Kolding, som hver bliver tildelt en virksomhed at arbejde sammen med. Derudover bliver der tilknyttet en patterndesigner fra TEKO, som arbejder tæt sammen med modedesigneren. Projektet styres af en projektleder, som ud over at styre projektet også er ansvarlig for udstilling af projektet.</p> <p>a) fase er kommunikation, dialog og debatskabelse med afsæt i de konkrete projekter. Under udviklingsforløbet har projektlederen flere gange hold oplæg om projektet for virksomheder og konsortiepartnere. Hovedaktiviteten var oprindeligt at fremlægge projektet på en planlagt international konference i efteråret 2013, men da det ikke længere er sikkert at denne messe gennemføres, arbejdes der i foråret 2014 med at finde relevante event - enten et hvor alle tre projekter kan vises samlet, eller tre forskellige faglige relevante events, hvor projektereslutaterne kan formidles.</p> <p>Herudover vil forskerne Kate Fletcher, Vibeke Rissberg og Ph.d. studerende Karen Marie Hassling blive tilknyttet projektet som konsulenter på projektets bæredygtige dimension.</p>	
<p><b>3. Milepæle</b></p>	<p>1. April</p>	<p>De tre virksomheder og de tre designteam er fundet og parret - og der afholdes et fælles kick-off møde på Designskolen Kolding.  Dialog med de deltagende virksomheder om deres vidensbehov og målgruppe.  Virksomhedsbesøg og interviewe med de deltagende virksomheder.  Indsamling og tilegnelse af viden om bæredygtige produkter, systemtænkning og materialer.</p> <p>Præcisering af de enkelte projekter.</p>
	<p>1. Maj</p>	<p>- De tre designteams mødes med virksomhederne og får sparring fra projektleder og specialister.  - Midtvejs gennemgang.</p>

	1. December	Færdiggørelse af projekter samt præsentation for de øvrige designteams & virksomheder. Mål: tre konkrete bud på nye og nytænkende bæredygtige produkter til Kids & Tweens segmentet
	1. Juli	Projekterne samles og gøres klar til formidling, som enten kommer til at foregå som en fælles begivenhed - eller ved tre forskellige passende branche events.
<b>4. Deltagere</b> (angiv herunder projektleder)	Designskolen Kolding (Projektleder) TEKO Virksomhederne: bObles, Flexa og By Green Cotton (Novotex)	
<b>5. Effekt og resultater</b>	Der udvikles tre meget konkrete projekter / cases, som på eksemplarisk vis kan anvise mulige vinkler man kan vælge, når man vil arbejde med bæredygtige projekter til Kids & Tweens segmentet. Her igennem kan andre virksomheder få indblik og inspiration til at komme igang med at arbejde med Bæredygtighed, som generelt opfattes som et svært område at komme igang med. Målet er således vidensproduktion, debat og vidensdeling imellem vidensinstitutioner og virksomheder således at fremtidens designere kan blive klædt ordentligt på i forhold til at udvikle produkter til Kids & Tweens segmentet.	
<b>6. Nytteværdi og nyhedsværdi</b>	Bæredygtig udvikling er at almennyttigt formål, som gavner befolkningen bredt, samfundet, miljøet og samtidigt er et kommende konkurrence parameter, som på sigt kommer til at skabe omsætning for virksomhederne. I projektet påpeges handle muligheder og vi bidrager til at udvikle redskaber, der flytter udviklingen fra ord til handling.	
<b>7. Innovation for målgruppen</b>	Igenennem projektet frembringes eksemplariske cases, som viser, hvordan virksomheder kan arbejde med bæredygtighed igennem produktudvikling, produktion og kommunikation, samt projektet bidrager til at definere designdidaktiske aspekter af området.	
<b>8. Internationalisering</b>	Der trækkes i projektet på viden fra udviklingen både på et nationalt og internationalt netværk.	
<b>9. Periode for aktiviteten</b>	1. jan - 1. juli 2014.	