

Modern second-hand med människan i centrum

jan 29, 2019



De flesta håller med om att vi borde återanvända mer, men att sälja vidare själv kan kännas besvärligt. Busfrös second-hand-modell håller den cirkulära ekonomin snurrande – och låter konsumenterna dubblera som leverantörer utan krångel.

”Många av våra kunder berättar att det känns jätteviktigt att se sina saker komma till användning, men man har inget intresse av att själv vara säljare och lägga ut annonser.

Pengarna ser man som en bonus”, säger Stina Qubti, grundare av Busfrö Nytt & Bytt, och fortsätter:

”Det här är second-hand på ett sätt som man kanske inte sett förr. Miljönyttan är ju grunden som konceptet bygger på och motivationen för oss att göra det här varje dag. Men också att det är fräscht, modernt och moderiktigt.”



Varje inlämnare får lämna in en påse i månaden per varukategori, och får del av vinsten på ett eget Busfrö-konto i butiken. Processen sorterar fram hållbara kvalitetsplagg som tål flera användningscykler och ger dem ett nytt liv. Trots ransoneringen får bara Västerviksbutikerna i åtta ton kläder i månaden. Foto: Busfrö Nytt & Bytt.

Fakta om Busfrö Nytt & Bytt

Busfrö Nytt & Bytt är en expanderande och modern second-hand-kedja för mode, barn och inredning, med hållbarhet som drivkraft.

Kedjan drivs som franchise med fem butiker i Västervik, Jönköping, Norrköping, Motala och Kalmar. Två nya butiker öppnas snart.

Sortimentet skapas lokalt genom kundernas inlämning, och inlämnarna får 40 procent av försäljningspriset i kommission. Kedjan har över 26 000 hushåll som regelbundet lämnar saker.

Företaget grundades av Stina Qubti 2010. Butiken i Västervik har 7 anställda och omsätter 7 miljoner kronor, hela kedjan har 30 anställda och omsätter 25 miljoner kronor (2018).

Externa länkar

Busfrö Nytt & Bytt

RAPPORTERA FELAKTIG LÄNK >

FORESLÅ LÄNK SOM PASSAR HÄR >

En mötesplats som blir större

Busfrö startade 2010 i Västervik, först som ett renodlat barnkoncept. Tanken var att skapa en fysisk mötesplats där föräldrar kunde byta saker med varandra – en funktion som Stina Qubti själv saknade på marknaden.

”Blocket och Tradera hade börjat ta fart ordentligt, men jag tyckte inte att det rimmade så väl med en småbarnsförälders verklighet. Jag hade inte tid att lägga upp barnens urvuxna kläder på nätet, och jag såg själv hur försvinnande liten barndelen var på Myrorna och Stadsmissionen. Var var alla barnkläder, barnvagnar och barnsaker, tänkte jag? De låg väl hemma i folks förråd”, säger Stina Qubti. Formen för konceptet hittade hon i en liten butik i New York:

”Den var pytteliten, kanske 20 kvadrat, men när vi klev in där var allt färgglatt och jättefint och barnsortimentet var så mycket större än i någon second-hand-butik i Stockholm. Jag kände att det var precis det här ville göra – men i stor skala, inte bara en liten butik – för jag var säker på att behovet var ganska stort.”

Sortimentet har utökats efterhand. Idag säljer Busfrö barn- och damkläder, leksaker, babytillbehör och heminredning i fem butiker i Västervik, Jönköping, Norrköping, Motala och Kalmar – och utvecklingen fortsätter.

”Dels växer ju konceptet lokalt i varje butik fortfarande, dels växer kedjan. Vi siktar på 60 butiker inom en tolvårsperiod och jag tror att det är görbart. Nu har vi precis skrivit på för två nya butiker som kommer öppna under våren – en på östkusten och en på västkusten – och vi håller på att titta på storstäderna och studentstäderna”, berättar Stina Qubti.

De lokala hushållen formar innehållet

Grundstenen i den cirkulära ekonomin är att sådant som används idag ska lämnas vidare till andra imorgon – antingen som råvara för något annat eller för att användas igen av någon annan. Det gör att alla led måste hjälpas åt att hålla cirkeln sluten – och konsumenten får en dubbel roll som både kund och leverantör. Hos Busfrö är det de lokala hushållen som förser butikerna med varor genom att lämna in sådant de inte behöver längre, medan kedjan står för maskineriet runt omkring: lokalen, personalen och marknadsföringen.

”Man får lämna en begränsad mängd per månad – en påse per avdelning. Sedan gör vi ett eget urval, och hänger ut sådant i butiken som vi tror säljer på 60 dagar. Som inlämnare har man ett eget Busfrö-konto i butiken, och varje gång vi säljer någonting så sätter vi in 40 procent i kommission, det tickar på hela tiden”, berättar Stina Qubti.

Saldot kan kunderna plocka ut antingen i varor eller i pengar, och sådant som inte blir sålt eller som sorteras bort skänker Busfrö vidare till olika samarbetspartners. Att kunderna är så delaktiga ger en unik dimension till handeln och sporrar alla parter:

”När handeln flyttar till nätet tappar vi mötesplatsen och kontakten med människorna. Men vi bygger hela vårt koncept på människan. Det är en speciell relation när samma person kan vara både kund och inlämnare; går det bra för Busfrö går det bra för dem, så de blir goda ambassadörer och är med och formar konceptet”, berättar Stina Qubti.

”Varken second-hand eller kommissionsförsäljning är nytt, men det vi på Busfrö har gjort är att modernisera det och sätta ihop det till ett paket som funkar idag och att göra det i större skala”, konstaterar hon. Och utmaningen riktas mot nyförsäljningskedjorna – inte den ideella begagnathandeln.

”Vi konkurrerar med de vanliga klädmärkena, utan tvekan. De medvetna konsumenterna har vi redan – men vi vill vinna över de andra till begagnatsidan, de som inte är så vana att gå in i en second-hand-butik. Kunden som går på Storgatan och ska köpa ny klänning till fredagsfesten. Därför vill vi också lägga butikerna centralt.”

Stina Qubti understryker att Busfrö inte är någon nischad vintage- eller märkesbutik, utan försöker vara ett så brett och folkligt koncept som möjligt.

”Brukar man handla på H&M, Lindex och Kappahl vill vi att man kliver in till oss först och kollar vad som finns. Att man upptäcker hur mycket man kan få för pengarna, att det känns bra i hjärtat – och att man kan hitta jättemycket både unikt, trendigt och kul.”

Filterar fram den bästa kvaliteten

Vissa kanske tvekar att köpa begagnat av oro för kvaliteten – men Stina Qubti påpekar att man lika gärna kan se det som en kvalitetsstämpel när plaggen tagit sig fram till dem och passerat både deras, kundernas och första användningscykelns sortering.

”Vi har ju alla möjliga märken av kläder och många är av mycket bra kvalitet. En del av nyförsäljningen är i princip billiga, fladdriga skräpplagg – och visst, vi får in sådana också – men det är sällan de som har överlevt lite användning. När ett plagg väl kommer till oss och vi konstaterar att det fortfarande ser jättefräscht ut och håller måttet, så är det ett tecken på att det var bättre kvalitet från början och förmodligen kommer att hålla sig fint ett bra tag till.”

Trots kvalitetskraven har det inte varit några som helst problem att få in tillräckligt med varor. Faktum är att kundens allra största utmaning är att kunna hantera inflödet.

”I Västervik som är en liten stad får vi in åtta ton kläder i månaden till butiken – och då har hushållen redan gjort en ganska bra sortering, de stoppar ju ner det mest säljbara i sin månadspåse. För att över huvud taget kunna gallra i de enorma volymerna har vi fått begränsa åldern på plaggen också, vi tar inte in kläder som är äldre än fem år. Den här butiken är på 525 kvadratmeter, men vi skulle lätt kunna fylla 400 till med jättefina saker”, säger Stina Qubti.

Just nu handlar mycket om att bygga upp organisationen kring franchisegivet och finjustera modellen. Maskineriet ska vara likadant – men innehållet i varje butik är unikt.

”Jag tror att vi har en jättefordel där. Har man till exempel varit i en H&M-butik finns det ingen anledning att gå in i en annan nästa dag, det är ju samma sak. Däremot är det jätteintressant att gå in i en annan Busfrö-butik, för man vet hur atmosfären känns och hur det funkar – men inte vad man ska hitta. Många åker till de olika butikerna bara för att det är rolig upplevelshopping”, skrattar Stina Qubti.

Olika villkor bromsar

Det återvunna plagget utsågs till årets julklapp 2018 – kanske ett tecken på att second-hand är på väg att bli mer etablerat. Det positiva genvaret till trots är det ändå långt kvar innan second-hand på allvar kan utmana nyförsäljningen på varje ort, och innan sektorn vuxit ikapp konsumenternas vilja att lämna in och cirkulera. Det beror bland annat på att branschen har olika villkor för olika aktörer, menar Stina Qubti: idag är den ideella begagnathandeln momsbefriad – men inte den kommersiella.

”Vi konkurrerar inte på lika villkor, det är helt olika verkligheter, och om man tänker på vad vi gör så är det egentligen en helt felaktig beskattning: vår affärsmodell är att rotera samma vara om och om och om tills den är slut – och vi betalar moms om och om och om igen. Det är ett avgörande tillväxthinder”, säger Stina Qubti.

Hon berättar att hon håller på att starta upp ett nätverk för att organisera den kommersiella second-hand-handeln och driva de här frågorna. Hon efterlyser också ett nationellt grepp på insamling för att hantera flödena, och ett större utrymme åt begagnatsektorn i dialogen kring modebranschen.

”För second-hand är stort, det blir större – och det finns ingen annan väg att gå. Det behövs fler sådana här butiker som kan hjälpa till att hantera det som andra satt på marknaden”, avslutar hon.

Artikeln publicerades i januari 2019.



Busfrö har fått ett antal utmärkelser för sin hållbara och innovativa affärsmodell. 2014 fick Stina Qubti Svenskt Näringslivs utmärkelse

”Kalmar läns mest företagsamma människa”:

”Det var en milstolpe för mig. Det var lokalborna som fick rösta, och det öppnade dörrar och gjorde jättemycket för utvecklingen av konceptet”, berättar hon. Foto: Busfrö Nytt & Bytt.

DELA:



< FÖREGÅENDE

NÄSTA >

Återvunnet elastan lanseras i strumpbyxor

Biofibrer, mognare teknik och second-hand som mainstream kan präglå 2019

RELATERADE INLÄGG



Stor miljövinna att färga fiber framför tyg oktober 30, 2018



Kostnadseffektiv förgasning av biomassa juni 13, 2017

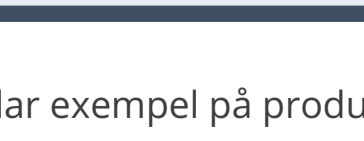


Segling på nytt sätt februari 17, 2013



Fusion – solenergi direkt på jorden mars 28, 2017

SÖK ...



Vår miljö behöver innovationer. Vi samlar exempel på produkter som gör miljönytta när de används samt nyheter om vad svenska företag, idéer och tillväxt gör för att minska miljöpåverkan.

Miljönytta på Facebook »

Prenumerera via e-post »

Prenumerera via RSS »

Miljönyttapodden »