



TILBAKE TIL START

Gründerne bak Smallmatters satset stort på bedriftsmarkedet, men så kom pandemien. – Vi er satt halvannet år tilbake, sier Janicke Sponland Lorange.

Margrethe Hegnar

14:43 - 19. des.

I et lokale på Slemdal i Oslo sitter Janicke Sponland Lorange og Line Gaarud Houge. Kontoret deres er preget av en stor, hvit og relativt ny broderingsmaskin. Og utover et stort trebord ligger det mange stoffer med ulike mønstre, farger og navn brodert på.

– Vår første tanke var at mange hoteller bruker plastposer til skittentøy og hårføner. Kan vi erstatte det? sier Lorange. – Mellom 80 og 90 prosent av miljøavtrykket ligger i fremstillingen av materialer, legger Houge til.

Kvinnene møttes for første gang for 20 år siden, da de ble invitert til den samme vinklubben av felles venner. Og for to år siden startet de selskapet Smallmatters sammen.

■ SMALLMATTERS AS

- Navn: Janicke Sponland Lorange og Line Gaarud Houge.
- Selskap: Small Matters AS.
- Forretningssidé: Å bruke allerede eksisterende tekstiler for å lage nye produkter som erstatter eksisterende og fremtidig avfall.
- Ambisjon: Å skape en sirkulær økonomi.
- Finansiering: Startet med 30.000 i aksjekapital hver, og har fått støtte fra Innovasjon Norge, Handelens Miljøfond og en investor.
- Eiere: Gründerne eier 47,5 prosent hver, og investoren eier fem prosent.





FRA FAST JOBB TIL OPPSTARTSBEDRIFT: Lorange gikk fra Gjensidige til å selge barneleker, før hun nå driver Smallmatters. Foto: Margrethe Hegnar

Benytter seg av gamle materialer

– Vi kunne ikke så mye om bærekraft da vi startet. For hva er egentlig bærekraft? Det er et litt misbrukt ord, sier Houge.

– Ja, hva er bærekraft da?

– For oss blir bærekraft å ikke ta nye ressurser ut av jorden. Og vise at avfall kan være en ressurs. Og å sette en sirkulær økonomi ut i en forretningsmodell og vise at det er mulig, også økonomisk. Smallmatters er et selskap som produserer og selger diverse produkter laget av allerede produserte stoffer. De tilbyr blant annet handlenett, skittentøysposer, skoposer, munnbind, gymbager og bunadsposer.

– Ut fra det vaskeriene sier og tall fra SSB, så kastes det over 13.500 tonn tekstilavfall fra norske hoteller og sykehus hvert eneste år, hvor cirka 75 prosent egentlig kan gjenbrukes til noe annet. Det er helt enorme mengder og vi tar bare av en bitteliten del av det, men det kunne blitt brukt til mye mer enn det vi klarer å lage på nåværende tidspunkt, sier Lorange.

Gründerne benytter seg kun av overskuddsmaterialer eller tekstiler som ellers ville blitt kastet.

Tekstilrester, tekstilavfall og resirkulert polyester fra plastavfall. Det kan være utgåtte duker og sengetøy fra norske hoteller, overskuddsmaterialer eller restegarn fra større klesproduksjoner.

– Noe av avfallet har flekker, men det meste er bare slitt i kantene. Det er ikke noe problem å finne nok tekstilrester, for det er det helt enorme mengder av. Men det skal være av god kvalitet, vi er opptatt av å ikke lage noe ræl til markedet. Det skal være gode produkter og rene kvaliteter, sier Lorange.

Houge holder opp en pose laget av et beige stoff. På forsiden står det brodert «Åpent Bakeri». – Her har det vært en kansellering på et linstoff, som vi da har laget brødposer av til Åpent Bakeri. Og som de selger videre til kundene sine. De er laget av restestoff, og tar vare på brødet, sier Houge.



STARTUP: Lorange og Houge startet Smallmatters for to år siden. Foto: Margrethe Hegnar

Fra bedrift- til privatmarkedet

Smallmatters begynte først og fremst å henvende seg til bedrifter, og i begynnelsen var hoteller den viktigste kundegruppen. Til hoteller tilbyr de blant annet hårfønerposer, tralletekk og skittentøyposer.

Utleieselskapet Fjong, Skåbu fjellhotell, Orkla, Son Spa og veskemerket MOO står alle på kundelisten. Men det siste året har vært tøft for oppstartsbedriften.

– Det gikk kjempebra frem til 12. mars. Da ble det dessverre full stopp for oss. Vi var i kontakt med flere hoteller og hadde ganske mange kunder som ønsket å bytte til mer bærekraftige produkter, men de kansellerte alt i mars. Vi gikk fra en planlagt økt omsetning til at det sa pang, forklarer Lorange.

Det gjorde at gründerne måtte sikte seg inn mot nye målgrupper. Privatmarkedet, frittstående bedrifter og kommuner.

– Før mars så vi at vi hadde fått aksept i bedriftsmarkedet, men det må vi bare sette på hold for nå. Vi rykket tilbake til start og tenkte Hva kan vi gjøre nå for å overleve?» fortsetter Lorange.

Gründerne begynte fra start igjen.

– Vi tenkte på hvordan vi skulle komme oss inn på gavemarkedet og ville finne en gave som tar vare på tingene dine, er hyggelig å gi bort og har en grei pris, sier Lorange.

Løsningen ble en liten tøypose til å oppbevare bunadsølvet i, med broderier inspirert av norsk rosemaling.

– I august begynte plutselig nettbutikken vår å tikke og gå, samtidig som bedriftsmarkedet ønsket å støtte lokale bedrifter. Bunadsposene gikk vi tomme for, sier Houge.

– Her var det faktisk et marked. Kundene kan også bestille bunadsposer med et navn brodert på, og det er kjempepopulært, skyter Lorange inn.

Samtidig har de utviklet en kleskolleksjon laget på rester av kashmirkarn som lanseres i desember.

– Det er en testkolleksjon for å prøve ut det vi ønsker å gjøre. Kashmir er et materiale som kan gjenvinnes igjen og igjen og nå tester vi det i en liten produksjon for å sette en sirkulær forretningsmodell i live. Vi vil lage en kleskolleksjon hvor kundene forhåndsbestiller, slik at vi ikke overproduserer, sier Houge.

Begge har gründererfaring

Houge kommer opprinnelig fra klesbransjen, og drev klesmerket ChillNorway sammen med søsteren sin i 14 år. Men høsten 2017 ble selskapet abandonert.

– Kort fortalt hadde vi en kassekreditt hos banken og en avtale med dem om å ha 20 prosent egenkapital, men så kom egenkapitalen under 20 prosent. Banken sa vi måtte garantere på huset, men vi turte ikke gjøre det fordi markedet var så tøft på det tidspunktet. Vi var helt utslitt og turte ikke ta opp noe mer lån. Det var et veldig, veldig fint kapittel og samtidig veldig vondt da det måtte avsluttes, forklarer Houge.

Lorange på sin side har også erfaring som gründer etter at hun drev et selskap som solgte barneleker i ett år, før hun solgte produktene videre og la det på hylla.

– Det gikk veldig bra i starten. Jeg hadde egentlig litt uflaks, men jeg lærte utrolig mye. Blant annet å holde hodet kaldt og at jeg ikke trives med å jobbe alene. Du får én opptur og så kommer det ti nedturer.

– *Hva tar dere med av tidligere erfaringer inn i dette selskapet da?*

– Hvis du er gründer tror jeg du må være villig til å ikke ha veldig god råd de tre første årene, for det tar noen år å bli break even. Og man må være fleksibel og kunne snu motgang til medgang. Du er egentlig på jobb 24 timer i døgnet, hver dag, sier Houge.

Vil gå internasjonalt på sikt

I fjor, i sitt første hele driftsår, omsatte selskapet for én million kroner. Og gikk i null.

– Vi hadde egentlig et mål om å doble omsetningen i år, men i mars skjønnte vi at vi heller måtte finne en ny målgruppe å fokusere på. Vi har hatt utrolig uflaks med corona. Rett og slett. Vi er satt halvannet år tilbake, og det er ganske tøft som gründere, sier Lorange.

– Men om fem år er målet å omsette for ti millioner. Det er overkommelig. Vi vokser forsiktig fordi vi ikke låner penger underveis. Ikke lån i banken og ikke kassekreditt, sier Houge.

På sikt har de i tillegg ambisjoner om å utvide til utenfor landets grenser.

– Vi er likevel nødt til å etablere oss godt her i Norge først, og så bli flere ansatte på sikt. Det er målet vårt. Vi ønsker jo å vokse oss større, sier Lorange.



PERSONALISERER PRODUKTER: Smallmatters broderer navn og initialer på produktene sine for kundene. Foto: Margrethe Hegnar