Serholt Leg & Design – når socialt ansvar og godt design finder nye markeder

En kunstners sociale engagement blev begyndelsen på en tekstilvirksomhed i Sri Lanka, der i dag sælger sine produkter internationalt. Gennem den danske importør Serholt Leg & Design finder de farverige tekstiler også vej til danske Fair Trade-butikker, museer, gallerier og hoteller. Historien viser, hvordan ansvarlig handel kan styrke socialøkonomiske virksomheder og samtidig skabe nye muligheder for afsætning.

Af Michael Weyand, Fair Trade Danmark

Farverige bordtekstiler fra Barbara Sansoni Export. Foto: Serholt Leg & Design.

En nonnes idé blev begyndelsen

I 1960'erne fik kunstneren og designeren Barbara Sansoni på Sri Lanka besøg af en nonne med en idé. Kvinder fra landsbyerne var ved at lære at sy og væve, men manglede produkter, som de kunne fremstille og sælge. Kunne Barbara Sansoni hjælpe med designet?

Det blev begyndelsen på en virksomhed, hvor kunstnerisk kreativitet og socialt engagement gik hånd i hånd. Barbara Sansoni udviklede farverige tekstiler med karakteristiske mønstre, som efterhånden fandt købere både på Sri Lanka og i udlandet. Virksomheden voksede gennem salg i egne butikker, til turister og via internationale forhandlere.

I dag drives Barbara Sansoni Export af sønnen Dominic Sansoni. Virksomheden er et eksempel på socialøkonomisk iværksætteri, der opstod uafhængigt af den organiserede Fair Trade-bevægelse.[1]

Farverne vakte interessen

For Tom og Anni Serholt begyndte forbindelsen til virksomheden under en ferierejse til Sri Lanka i 2014. Anni havde læst om butikken i Colombo i rejseguiden Lonely Planet. De besøgte den og blev straks fascineret af farverne, designet og kvaliteten.

Først bagefter undersøgte de virksomhedens sociale baggrund. Det blev afgørende for deres beslutning om at importere produkterne til Danmark. Den første leverance kom i 2018.

Da Tom og Anni besøgte virksomheden igen i 2019, fik de indblik i arbejdet på væveriet og farveriet. Tom, der tidligere havde beskæftiget sig med arbejdsmiljø, var imponeret over produktionsforholdene og de miljøhensyn, virksomheden tog.[2]

Men det var også medarbejdernes stolthed, de store smil og den positive omgangstone, der gjorde indtryk.

Håndvævning på Sri Lanka. Foto stillet til rådighed af Serholt Leg & Design.

En handelsrelation, der fik særlig betydning

Barbara Sansoni Export havde allerede et veletableret marked, især gennem sine butikker på Sri Lanka og internationale forhandlere. Da coronapandemien ramte, forsvandt en stor del af turismen og dermed et vigtigt kundegrundlag.

Tom fortæller, at Dominic Sansoni har fremhævet, at ordrerne fra Serholt var med til at sikre virksomhedens overlevelse i den vanskelige periode.

Samarbejdet er siden fortsat og blevet udbygget. Anni har blandt andet udviklet bordløbere til det danske marked i samarbejde med virksomhedens designere.

Serholt leverer i dag fortrinsvis til Fair Trade-butikker, men også til museer, gallerier, hoteller og lignende forhandlere. Virksomheden har valgt at koncentrere sit salg om professionelle kunder frem for direkte salg til private gennem en webshop.[3]

I butikken i Colombo mødte Tom og Anni Serholt første gang de farverige produkter. Foto stillet til rådighed af Serholt Leg & Design.

For Tom og Anni er ansvarlig handel ikke kun et spørgsmål om at vælge producenter med gode arbejdsforhold. Det handler også om selv at være en ansvarlig handelspartner.

»Vi har aldrig forsøgt at presse prisen, for i sidste ende vil det være kvinderne, der bliver presset – så det er et princip for os«, fortæller Tom.

Kunderne køber design og kvalitet – og får Fair Trade med

Barbara Sansoni Exports produkter ligger i den dyrere ende af sortimentet i de danske Fair Trade-butikker. De har især fundet et marked som gaveartikler og boliginteriør.

De farverige tøjdyr tiltrækker blandt andet børn og deres forældre. Ifølge Tom er det flere steder bordløbere og puder, der har haft størst succes. Det afhænger både af butikkernes kundegrundlag og af, hvordan produkterne præsenteres.

Erfaringerne peger på en vigtig sammenhæng: Kunderne kommer ikke nødvendigvis for at købe en Fair Trade-vare. De leder efter en smuk gave, et kvalitetsprodukt eller noget særligt til hjemmet. At varen samtidig er fremstillet under socialt og miljømæssigt ansvarlige forhold, kan være en ekstra grund til at vælge den.

De danske Fair Trade-butikker drives af almennyttige foreninger. Salget skal være med til at fremme fair handel og udbrede kendskabet til producenternes vilkår.

Et bredt og attraktivt sortiment er derfor vigtigt. Det tiltrækker kunder, der søger kvalitetsprodukter, boliginteriør eller gaveartikler, og giver samtidig butikkerne mulighed for at fortælle om ansvarlig produktion.[5]

At Serholt også sælger til museer, gallerier, hoteller og lignende forhandlere, understreger, at produkterne kan finde deres marked på grund af design, kvalitet og anvendelighed – også uden for den organiserede Fair Trade-handel.

Fair Trade kan bygge videre på eksisterende sociale initiativer

Barbara Sansoni Export har arbejdet med sociale formål gennem mere end 60 år uden at være en del af den organiserede Fair Trade-bevægelse. Da Tom foreslog Dominic Sansoni at søge en Fair Trade-godkendelse, var han derfor i første omgang skeptisk. Hvorfor skulle andre stille krav til en virksomhed, der længe havde arbejdet efter tilsvarende principper?

Efterhånden udviklede samtalerne sig. Tom forklarede, hvorfor dokumentation og kendskab til kravene på det europæiske marked er vigtige, og Dominic blev mere åben over for tanken om en godkendelse.[4]

Episoden peger på en vigtig mulighed for Fair Trade-bevægelsen. Rundt om i det globale syd har idealister skabt virksomheder for at forbedre levevilkårene i deres lokalsamfund. Virksomhederne er ikke nødvendigvis udsprunget af Fair Trade-bevægelsen, men bygger ofte på de samme værdier.

Her kan Fair Trade-bevægelsen spille en vigtig rolle ved at give virksomhederne adgang til nye markeder, skabe større synlighed og bidrage til international anerkendelse af deres indsats.

For de danske Fair Trade-butikker åbner det samtidig mulighed for et bredere sortiment af kvalitetsprodukter fra socialt ansvarlige virksomheder. Historien om Barbara Sansoni Export og Serholt Leg & Design viser dermed, hvordan socialt engagement, ansvarlige handelsrelationer og kommerciel afsætning kan understøtte hinanden.

Tekstilprodukter, der kombinerer håndværk, design og gaveværdi. Foto: Serholt Leg & Design.

Noter og supplerende oplysninger

[1] Barbara Sansoni Export – historie og markeder. Virksomheden blev grundlagt i 1960'erne med udgangspunkt i beskæftigelse og design for kvinder. Den udviklede egne butikker på Sri Lanka og eksport. Lokalt bruges også navnet Barefoot; Serholt markedsfører varerne under Barbara Sansoni Export. Kilder: barefootceylon.com, srilankabusiness.com og Tom Serholt.

[2] Produktion og miljø. Tom og Anni besøgte væveriet og farveriet i 2019. Ifølge Tom viste laboratorieanalyser et lavt indhold af tungmetaller i farverne. Virksomheden har en kemiingeniør og eget spildevandsrensningsanlæg. Vævningen foregår på håndvæve, og dele af syningen udføres som hjemmearbejde. Kilder: monitoreringsmateriale og Tom Serholt.

[3] Serholts afsætning. Den første leverance kom i 2018. Direkte salg til private via webshoppen er ophørt, fordi det krævede for mange ressourcer. Websalget er nu rettet mod erhvervskunder (B2B). Kunderne omfatter Fair Trade-butikker, museer, gallerier, hoteller og lignende professionelle forhandlere. Kilde: Tom Serholt.

[4] Certificering. Barbara Sansoni Export er ifølge de foreliggende oplysninger ikke WFTO-godkendt. Dominic var oprindeligt skeptisk over for forslaget om Fair Trade-godkendelse, men blev senere mere åben. CE-mærkning af legetøj, der er omfattet af reglerne, er et lovpligtigt krav til produktsikkerhed, mens Fair Trade-godkendelse er frivillig og bygger på andre standarder. Kilde: Tom Serholt.

[5] Kundernes købsmotiver i Fair Trade-butikkerne. Erfaringerne fra Fair Trade Lolland peger på, at kunderne først og fremmest tiltrækkes af produkternes design, kvalitet og anvendelighed. De søger typisk en gave, noget særligt til boligen eller et produkt, der adskiller sig fra almindelige masseproducerede varer. At produktet samtidig er fremstillet under socialt og miljømæssigt ansvarlige forhold, giver en ekstra motivation til købet. Fair Trade er således ikke nødvendigvis årsagen til besøget, men kan være med til at begrunde valget. Det stiller særlige krav til de almennyttige butikker, som skal forene deres sociale og oplysende formål med et attraktivt og varieret sortiment. Kilde: Anne Kurup, Fair Trade Lolland, på baggrund af erfaringer fra butikkens daglige drift.