

designbase

DESIGNBASE.DK – FORUM FOR INTERIØR- OG DESIGNBRANCHEN

SERVING THE MOMENT

Skab cocktails som en ægte bartender.
Liquid Lounge er en kollektion af uundværlige redskaber,
der løfter hjemmebaren til nye højder.



Lad dig inspirere på evasolo.com

evasolo



BRITA – din ekspert i rent friskfiltreret vand

BRITA er førende indenfor filtrering af postevand. Deres populære filtreringskander reducerer kalk, klor, partikler og urenheder i vandet og sørger for, at smagen bliver optimal. Med over 50 års erfaring er BRITA ekspert i vandfiltrering og i at forvandle postevand til velsmagende, friskfiltreret vand. Nemt og effektivt.



TIL SOMMERENS HYGGESTUNDER

Nyd sommerens iskolde fristelser med Blomsterbergs ispindeforme. Der er to varianter at vælge imellem, så der er noget for enhver smag. Ispindeformene er fremstillet i blød og lækker silikone, som gør det let at vippe de færdige ispinde ud. Hver form har plads til fire lækre ispinde, og der medfølger plastikpinde, så man kan komme i gang med det samme – perfekt til de varme sommerdage.

Tåler mikroovn, fryser (maks. -20 °C) og opvaskemaskine.



BLOMSTERBERG's

**F&H
GROUP**
www.fh-group.dk



Hvilket filter skal jeg vælge?

1. MAXTRA PRO ALL-IN-1 er et alsidigt filter til kolde og varme drikke. Til brug i områder, hvor kalk ikke er det største problem.
2. MAXTRA PRO LIMESCALE EXPERT er til områder med meget kalkholdigt vand. Filtret har en 50% bedre reduktion af kalkaflejringer i forhold til ALL-IN-1 filtret. Perfekt til el-artikler.

Begge filtre passer selvfølgelig til alle BRITAs kander.

witt
www.witt.dk

Indhold

Business

8 Imerco har momentum og skaber vækst
"Lige nu har Imerco momentum, og det udnytter vi til at øge vores markedsandele". Det siger Frederik Brønnum, CEO i Imerco.

20 Nu skal du indberette din emballage for 2024: Sådan gør du
Den 1. juli 2025 bliver mere end 40.000 danske virksomheder omfattet af et udvidet producentansvar på deres emballage. Men allerede nu skal du i gang med at registrere dit forventede forbrug af emballage for resten af 2024.

26 Kunstig intelligens i detailhandlen
Det er ikke kun de store virksomheder, der kan have gavn af kunstig intelligens, også i detailhandlen kan AI hjælpe og lette mange processer.

28 Bogføringsloven: De nye krav giver en klar fordel
80ernes bogføringskladdehæfte og blyant er i dag overtaget af moderne teknologi, men også virksomhedsleder "fra ringbindenes tid" får værktøjer, der gør, at de let kan leve op til kravene i den nye bogføringslov, som alle virksomheder skal det.

33 Branchenyt

Interior

12 Vi vil samarbejde med eksperterne
Hamonoya har fået flere nye brands i porteføljen, og med dem er man ved at være nået hele vejen rundt omkring borddækning og køkken.

16 Vi skal bevare nysgerrigheden
Historien om dansk design er den bærende kraft i Zone-DNA'et og ikke mindst en del af grunden til, at Zone Denmark siden 2017 kan melde om uafbrudt vækst.

23 Kosmos inspirerer til trenden
I 2024 fejrer Maison&Objet 30 år med fransk dekoration, design og kunst. .

31 Nyheder



8 Imerco har momentum og skaber vækst
"Lige nu har Imerco momentum, og det udnytter vi til at øge vores markedsandele". Det siger Frederik Brønnum, CEO i Imerco.



28 Bogføringsloven
80ernes bogføringskladdehæfte og blyant er i dag overtaget af moderne teknologi



12 Vi vil samarbejde med eksperterne
Hamonoya har fået flere nye brands i porteføljen, og med dem er man ved at være nået hele vejen rundt omkring borddækning og køkken.

16 Vi skal bevare nysgerrigheden
Historien om dansk design er den bærende kraft i Zone-DNA'et og ikke mindst en del af grunden til, at Zone Denmark siden 2017 kan melde om uafbrudt vækst.



23 Kosmos inspirerer til trenden
I 2024 fejrer Maison&Objet 30 år med fransk dekoration, design og kunst. .



Det ultimative match

Supplér den ultimative kaffemaskine med en matchende kaffekværn. Nu lancerer vi Moccamaster KM5 Burr Grinder, en håndsamlet kaffekværn af høj kvalitet, der frembringer det mest velduftende formale kaffe, som tager din kaffe til næste niveau. Læs mere på moccamaster.com



MOCCAMASTER
HANDMADE SINCE 1969



Lær mere

Det handler om business

Lige i øjeblikket er der mange nye regler, man som virksomhedsleder skal forholde sig til. Det handler om den nye bogføringslov, der rammer alle; detailhandlere og leverandører, og det handler om det udvidede producentsvar for emballage, der rammer branchens leverandører.

Det kan forekomme en anelse uoverskueligt. Derfor har vi set på, hvad der skal til for at leve op til fremtidens gældende regler på en let og forståelig måde.

Den nye bogføringslov handler ganske enkelt om, at hvor det tidligere var virksomhedsejerne, der havde ansvaret for virksomhedens it-data, er det ifølge den nye lovgivning virksomhedens it-udbydere, der har ansvaret for, at alle regnskabsdata er let tilgængelige for de relevante myndigheder.

Det vil sige, at hvor virksomheden eksempelvis tidligere havde sine bilag liggende på deres computere, dropbox eller i fysiske ringbind, der kun kunne tilgås af virksomheden selv, skal bilag og fakturaer fremadrettet ligge hos it-udbyderen. Samtidig er det et krav, at man både skal kunne sende og modtage e-fakturaer fra sit system og at man nemt kan flytte sit regnskab fra et økonomisystem til et andet. Det fortæller Admind om i en artikel.

VANAs direktør Marianne Roed Jacobsen forsøger at gøre Designbase's læsere klogere på, hvem, hvordan og hvorfor, man som leverandør skal indberette sin emballage.

"Målet er, at virksomhederne dels skal bruge



Pia Finne, redaktør

mindre emballage, at de tilpasser emballagens vægt og størrelse til det produkt, der skal sendes, og dels at man tænker mere miljøvenligt. At virksomhederne fremadrettet vil arbejde mere med materialesammensætningen, så der ikke bruges lim på labels, som ikke kan vaskes af, og så man tænker i emballage, der kan genbruges. Kan emballagen indgå i et cirkulært loop og genbruges flere gange, er det rigtig godt, eller hvis den kan recirkuleres og laves til nyt plast eller papir", fortæller hun bl.a.

Den 1. juli 2025 bliver mere end 40.000 danske virksomheder nemlig omfattet af et udvidet producentansvar på deres emballage. Men allerede nu skal du i gang med at registrere dit forventede forbrug af emballage for resten af 2024. Fristen for registreringen er 31. august 2024.

Vi har også set på, hvordan kunstig intelligens kan bruges i detailhandlen, for det er ikke kun de store virksomheder, der kan have gavn af kunstig intelligens. Også i detailhandlen kan AI hjælpe og lette mange processer, bl.a. i forhold til medarbejderne. Det fortæller Jacob Dalhoff fra AI Rådgivning.

Han mener, detailhandlen som alle andre brancher, står over for en spændende men også udfordrende rejse mod digital transformation, og han fortæller, hvordan man som virksomhed kan navigere i dette nye landskab, og sikre at ens virksomhed ikke kun overlever, men at den trives i en tid, hvor AI bliver en afgørende faktor for succes.



WWW.DESIGNBASE.DK



Designbase – forum for interiør- og designbranchen

Erhvervsmagasinet Designbase, det tidligere Isenkram-branchen, distribueres til chefer og medarbejdere ansat i isenkram-, glas-, porcelæn-, gave-, køkkentøjs- og brugs-kunstforretninger, store møbelhuse, blomsterbutikker samt disse forretnings leverandører. Tryk-oplaget er på 2.900 stk. og repræsenterer en anslået læserkreds på ikke under 10.000 medarbejdere, chefer og leverandører til branchen. Bladet udkommer 6 gange årligt.

Stof til redaktionen modtages fortrinsvis som word-fil eller lignende via mail til redaktion@designbase.dk, såvidt muligt vedhæftet foto, grafer og andet illustrationsmateriale i høj opløsning, helst som eps- eller jpg-filer (HUSK tydelig kreditering). Eftertryk er kun tilladt efter forlods aftale med redaktionen.

Redaktion:



Rasmus Brylle
Udgiver (ansv.)
rb@horisontgruppen.dk



Pia Finne
Redaktør
redaktion@hair.dk



Majbritt Refsgaard
Grafiker
mr@horisontgruppen.dk

Salg & Marketing:



Mette Kronborg
Business Manager, annoncer & partnerskab
mk@horisontgruppen.dk
Telefon 2713 0010



Mikkel Feldt Baunsgaard
Marketing & Customer Support
mfb@horisontgruppen.dk

Abonnement:

Ændringer af navn eller adresse for modtagelse af magasinet designbase, skriv venligst mail til: abo@horisontgruppen.dk

ISSN 2794-5154

Tryk:



Udgiver:
Horisont Gruppen a/s
Strandlodsvej 44 . DK 2300 København S
Telefon: +45 5350 6060
info@horisontgruppen.dk
www.horisontgruppen.dk



LIVE YOUR LIFE IN COLOUR THIS SUMMER

Middagstallerken 27,5 cm 129,- DKK, frokosttallerken 24 cm 119,- DKK, krus 35 cl 99,- DKK, skål 14 cm 99,- DKK vejlr. udsalgspriser



aida
Confetti
life in colour



8 SHAPES - ALL IN 10 COLOURS. MADE TO MIX



aidadenmark.com

Imerco har momentum og skaber vækst

Tekst: Pia Finne

”Lige nu har Imerco momentum, og det udnytter vi til at øge vores markedsandele”. Det siger Frederik Brønnum, CEO i Imerco. Grunden til væksten i et ellers stagnerende marked, mener han hænger klart sammen med Imercos omnichannelstrategi, og de mange investeringer, man har gjort i netop samspillet mellem de fysiske butikker og onlinehandlen.

”Vi lukkede den bedste januar, februar og marts nogensinde. I 2023 havde vi en omsætning på 1,6 mia. kroner, hvilket var en vækst på godt 100 mio. kr.” Det fastslår Frederik Brønnum, CEO i Imerco.

Ifølge GFKs tal er interiørmarkedet stagnerende i stort set alle kategorier. ”Jeg tror ikke, branchen bliver større, men jeg tror, vi tager markedsandele, og i modsætning til markedets generelle udvikling, har vi vækst i alle kategorier”, lyder det. Og væksten ligger både på de 167 fysiske butikker og online.

Han mener, det hænger sammen med Imercos omnichannel-strategi. Alle produkter fås i dag både på Imercos onlineplatform og i alle butikker.

”Det kan være, den mindre butik i Padborg ikke lige har KitchenAid maskinen i lyserød, men så kan butikken via onlinesystemet bestille den hjem, og omsætningen tilfalder selvfølgelig butikken, så de motiveres til at sælge ad den vej også, forklarer Frederik Brønnum, der tog den strategiske beslutning for tre år siden.

Han mener, det i høj grad handler om motivation – eller mangel på samme – ude i butikkerne. ”Da vi lancerede vores omnichannel, følte mange butikker sig som små posthuse, der bare udleverede pakker, og det blev de trætte af. Bestiller en kunde i dag f.eks. 6 krus online med levering klik og hent i den lokale butik, så vil vores system med det samme undersøge om varen er på lager i den pågældende butik. Er varen på lager i butikken, så

vil kunden med det samme få besked om, at varen er klar og kan hentes indenfor 1 time. Er varen ikke på lager, så leveres den som en normal online ordre fra Imercos lager”.

Plan 500 kalder Frederik Brønnum den plan, der blev lagt tilbage i 2021, og som refererer til en 500 mill. kroner vækststrategi. I september 2017 overtog Imerco 17 Inspiration-butikker. ”2018 og 2019 var utroligt hårde år for os, men vi kom godt ud af Q4, 2019 og flyvende i gang med 2020”, forklarer han. I 2022 trykkede Imerco speederen i bund, og investerede mere end 60 mill. kroner på omniforretningen: på automatisering af lageret og på at effektivisere, så man hurtigere kan ekspedere onlineordrer samt på handelsplatformen Imerco.dk. Med de investeringer vandt man Omnichannelprisen for Bedste Omnichannel virksomhed i 2023.

I forhold til 2024, slår Frederik Brønnum fast: ”Vi forventer også et højt investeringsniveau i nye butikker, personale, markedsføring, butiksrenoveringer og fortsat digitalisering i 2024, så vi fortsat kan styrke positionen i markedet via nye omniservices – altid med formålet at øge kundernes tilfredshed yderligere”.

Han kalder den omsætningsvækst, der er sket i Imerco over de seneste år for en digitalt drevet omsætning

”Omsætningen er vækstet med 250 mill. kroner, og 70 pct. af det er omnidrevet. I 2023 tegner det digitalt drevne salg sig faktisk for 31 pct. af →

Fra åbningsdagen i Imercos nye butik i Charlottenlund. Foto: Imerco



Frederik Brønnum, CEO
i Imerco. Foto: Ditte
Capon, Artvaerk

→ omsætningen, og mere end 50 pct. af vores omniservices sker igennem butikkerne”.

Vi vil gerne ramme den yngre målgruppe

Frederik Brønnum fortæller, at man har brugt meget energi på netop at kommunikere, at alt kan bestilles og leveres til den lokale butik. ”Vi har i de sidste par år arbejdet intenst med vores kommunikation og markedsføring særligt til den yngre målgruppe og også oplevet en markant vækst på SoMe.

Faktisk er det lykkedes så godt, at ImercoPlus kundeklubben i dag har rundet de 1,7 mio. medlemmer, og dermed en af Danmarks største kundeklubber.

”Mere end 50% af alle danske husstande er medlem af ImercoPlus. For kunden betyder det fordele, rabatter og adgang til events, og det giver os mulighed for at rykke tættere på kunden og blive endnu mere relevante for dem.”

Han fortæller også, at man har mange yngre butikschefen, der som han siger det, har et andet mindset og en anden måde at anskue tingene på, og som er et friskt pust. ”Og vi elsker kombinationen af anciennitet og det nye friske pust”. Kundeservice har man investeret meget i over

de senere år, og man har bevidst valgt ikke at implementere en chatbot, for holdningen er, at den menneskelige kontakt er vigtig. Til gengæld kan systemet allerede på telefonnummeret genkende kunden, så kundeservicemedarbejderen kan se, hvad vedkommende hedder, og hvad der er købt, så man som kunde ikke behøver at gentage sig selv.

Men selv om onlinehandel fylder meget for Imerco, har Frederik Brønnum ingen planer om at skære ned på antallet af fysiske butikker. ”De fysiske butikker vokser og tjener penge, og de er en vigtig del af vores omnichannelstrategi, hvilket vi helt klart vinder på. Samtidig kan vi love, at alle forbrugere i Danmark kan nå en Imerco-butik inden for 25 minutter”.

Og han går gerne imod strømmen. Forleden åbnede man en butik i Charlottenlund, om nogle uger åbner endnu én i Allerød og i Skive, og sidste år åbnede kæden en butik i Farum. Men selvom Imerco er landsdækkende, er man hele tiden på udgik efter bedre placeringer, og konkurrenter/kolleger, der gerne vil sælge deres butik, bebuder Frederik Brønnum.

Butikkerne skal være inspirerende

De fysiske butikker skal være inspirerende, og de skal kunne give den gode kundeservice. ”Det er vigtigt, at man møder en smilende, høflig person,

ter at have oplevet at være ”spærret inde” under corona, har danskerne fået øjnene op for, hvor vigtigt det er at komme ud i verden og opleve tingene”.

Der sker også en nyudvikling med bl.a. ”Imerco igen”.

Frederik Brønnum forklarer: ”Med Imerco igen kan kunderne for eksempel aflevere deres gamle stegepande og få rabat på en ny.” Men det er kun begyndelsen. Konceptet rulles ud til efteråret med sigte på at udvikle sig til et decideret ”recommerce”-ben, der skal hjælpe med at finansiere Imercos grønne omstilling.

Imerco har en målsætning om at være CO₂-neutral i Danmark ved udgangen af 2025 og totalt i 2030. Dette indebærer en omfattende bæredygtighedsstrategi, som har ført til en nominering til EY’s Climate Strategy Award.

Væksten i fremtiden

Frederik Brønnum ser inden grund til, at Imerco ikke skal vokste fremadrettet. ”Der er masser af luft på det danske marked endnu. Lige nu har vi momentum, og det udnytter vi til at øge vores markedsandele. Da Imerco skulle købe Inspiration, vurderede Konkurrencestyrelsen markedet til 3,5–4 mia. kroner. Vores omsætning er på 1,6 mia. kroner. Så der er mere at hente, hvis vi forbliver på forkant, og hvis vi fortsætter vores strategi med at ansætte dygtige mennesker til de rigtige positioner frem for at tro, at alle kan være gode til alt”.

Når det gælder markedet generelt, lyder det: ”Markedet har eksisteret i 200 år, og det er stadig ikke mættet. Der sælges stadig tallerkener, og forbrugerne skal stadig have en ny stegepande, så jeg er fortrøstningsfuld. Historisk set eksploderer interiørmarkedet ikke i medvind, og i nedgangstider, når det aldrig helt i bund. Faktisk holder det sig nogenlunde stabilt”, slutter Frederik Brønnum.

10 YEARS
NORDSTIL



nordstil

27. – 29. 7. 2024
HAMBURG



HJEMBY
& HAVN
FOR STOR
SUCCES

Bestil
messemagasinet
TOPFAIR gratis.

dimex@dimex.dk
Tlf. 39 40 11 22



messe frankfurt



Tekande og kopper fra Bredemeijer. Foto: Bredemeijer

Vi vil samarbejde med eksperterne

Hamonoya har fået flere nye brands i porteføljen, og med dem er man ved at være nået hele vejen rundt omkring borddækning og køkken. ”Alle de brands, vi samarbejder med, er eksperter inden for deres område, og det er en del af Hamonoyas DNA”, siger Eva Veileborg Hald, der står bag Hamonoya. Hun slår fast, at det handler om balancen mellem pris, kvalitet og design, men at også det cirkulære aspekt fylder i branchen.

Tekst: Pia Finne

”Nu er vi ved at være der, hvor vi gerne vil være med vores virksomhed og med vores sortiment. Vi har fået bredden på, så vi spænder over endnu flere kategorier, og dermed dækker vi alt til borddækningen og køkkenet. Fra de

smukke, skandinaviske duge fra by Mogensen over det opulente Versace, det rå stentøj, bestik og porcelæn til de bedste køkkenredskaber fra Microplane og nu også tekander fra Bredemeijer, upcyclede glas og stentøj fra Point Virgule, grills

fra Barbecook, barudstyr fra Leopold Vienna og forsølvde ting fra Zilverstadt”. Det fortæller Eva Veileborg Hald, der ejer Harmonoya.

Hun er meget glad for, de nye brands, der er kommet til, og hun slår fast, at de matcher

meget fint med Hamonoya's DNA. ”Vi søger at samarbejde med de brands, der er eksperter på hver deres områder, og med de nye brands, har vi tilføjet eksperter inden for tekander, grills, barudstyr, køkkentilbehør med mere”, siger hun og understreger, at Hamonoya med sit nuværende sortiment spænder over forskellige prisklasser fra mellemprisenklassen til high end – men altid med kvaliteten i fokus.

De nye brands

For te-interesserede har tekanderne fra Bredemeijer næsten ikon-status. Det gælder både støbejernskanderne i sort, grøn eller blå, og det gælder tekanderne i rusfrit stål med dobbeltvægge, så teen holder sig varm.

”De er te-afficionados og beskæftiger sig ikke med andet end tekander og tilbehør til te-serveringen og -brygningen, og det kan jeg godt lide.

Barsæt fra Leopold Vienna. Foto: Leopold Vienna



Teak skærebæret fra Point Virgule. Foto: Point Virgule





Glas af upcyclede vinflasker. Foto: Point Virgule

→ Det samme gælder i øvrigt for Leopold Vienna, der har specialiseret sig i barudstyr”, forklarer Eva.

Fra Point Virgule ses bl.a. skærebræt i FSC-certificeret bambus- og akacietræ, og Eva fortæller, at prisen er rigtig, og at Point Virgule arbejder både cirkulært og ansvarligt.

”Det gælder alle deres produkter. Bl.a. lancerer vi også et fuglehus til redebyg og mad i forskellige størrelser, så det passer til forskellige størrelser fugle og skabt af sammenpressede plantefibre. De har skabt en serie glas med gamle, genbrugte flasker som udgangspunkt, porcelænet er genbrugsporcelæn, der er granuleret og støbt om til nyt, og brødkurvene er designet af gamle kaffesække. I det hele taget har Point Virgule besluttet, at hele deres produktion skal være skabt af bæredygtige materialer og genbrugsmaterialer som skærebræt af genbrugsteak, puder og plaid af genbrugstekstiler med videre, og de gamle varer udfases inden for de kommende par år”, fortæller Eva.

Næst på rundturen i Hamonoya-showroom’et er Barbecue, der spænder fra de store luksusgrills – elektriske og til træ – til de små, smarte

grills til lejligheds- og blyivet. Bl.a. findes en skøn retromodel i rød og grøn, som kan pakkes ned i en pose efter endt brug.

”Egentlig troede vi, at det var den sorte udgave, der ville sælge, men kunderne har virkelig taget de farverige udgaver til sig”, siger Eva med et smil.

Jeg er fortrøstningsfuld

Med de nye brands og med den brandporteføje, der nu er opbygget i Hamonoya, er Eva Veileborg Hald fortrøstningsfuld i forhold til fremtiden.

”Vi ser, at markedet så småt er begyndt at vende, og med den nye brandsammensætning, tror vi på fremtiden. De nye brands, vi har valgt at samarbejde med, er alle brands, der allerede har et marked, så vi skal ikke i gang med at bygge dem op fra grunden. Og alt andet lige, er det sjovere at bygge videre på brands, end det er at starte helt fra begyndelsen”.

Eva slår fast, at den strategi, Harmonoya har lagt, følges. Men dermed ikke sagt, at man ikke holder øjnene åbne overfor nye, spændende brands. ”Har vi brands, der ikke performer to-tre

år i træ, må vi jo også se på at skrift dem ud”.

”Vi har en passion for branchen, og så kan man ikke lade være med at være nysgerrige på, hvad markedet har at tilbyde. Men det er vigtigt for os, at de mærker, vi samarbejder med, er eksperter inden for deres område, og at der generelt er en fin sammenhæng mellem pris og kvalitet”.

Eva betegner produkterne som en tre-benet skammel, hvor pris, kvalitet og design skal gå op i en højere enhed. ”Rammer vi den treenighed, rammer vi også en volumen”, siger hun og tilføjer, at der er kommet et fjerde ben på taburetten, nemlig bæredygtighed.

”Lige nu er markedet delt. Nogle forbrugere er ligeglade med bæredygtigheden, for andre betyder det meget. Derfor skal vi have de cirkulære og ansvarlige produkter i sortimentet, men vi skal også anerkende, at ikke alle vil betale den ekstra pris, det koster”.

Hos os gør vi, hvad vi kan i forhold til at skære ned på emballage, benytte genbrugsemballage og i det hele taget gøre tingene så ansvarligt som muligt. Men der er ingen tvivl om, at det er firmagavemarkedet; dem, der har samarbejderne med de store virksomheder, som skal leve op til krav om cirkularitet og ansvarlighed, der driver den udvikling – ikke detailhandlen”, siger Eva Veileborg Hald, og hun slutter af med at slå fast, at interiørbranchen stadig primært er en nyhedsdrevet branche, og at nyhederne fortsat er det, der definerer et brand i markedet.



Foto: Zilverstadt



Danske håndlavede naturprodukter

Til rensning, pleje, vedligeholdelse og imprægnering af:

Læder	Marmor	Terrazzo	Aluminium
Vinyl	Polyrattan	Oilskin	Linoleum
Gummi	Plastik	Natursten	Beton
Metal	Granit	Nonwood	Ubehandlet træ
Skifer	Lak	Travertin	Glasfiber
Teak Træ	Nappa	Gore-tex	Mosaik

Denwax Care og Denwax Clean er begge naturprodukter som kan bruges til at rense, pleje, beskytte, vedligeholde og imprægner alle glatte overflader.

Denwax Clean: består af 85% ren råsæbe og vand. Er et uovertruffet rensemiddel der renser effektivt uden at ridse. Er klar til brug.

Denwax Care: er et 100% naturprodukt som består af jojoba olie, lanolin og bivoks. Kan aktivere faldede farverne og giver nyt liv. Det fedter ikke, lugter ikke, smitter ikke af og tørre ikke ud i emballagen.

Skal nogle gange efterpoleres med en tør klud.

More info : www.denwax.com

KENDT FRA LØVENS HULE



www.formex.se

Welcome to Formex

August 27–29, 2024

The most important meeting place in the Nordic region for professional in the interior design and gift industries.

Tickets will be released on May 21st.



STHLM SMÄSSAN

Vi skal bevare nysgerrigheden

Historien om dansk design er den bærende kraft i Zone-DNA'et og ikke mindst en del af grunden til, at Zone Denmark siden 2017 kan melde om uafbrudt vækst. Samtidig har man netop modtaget designpris nr. 60, da man forleden fik endnu en iF Design Award 2024 for den nye Firefly lanterne.

Tekst: Pia Finne | Foto: Zone Danmark

”Der sker rigtig meget hos Zone Denmark. Senest er Zone rejst til USA med det nyetablerede selskab F&H Group USA Inc, og er allerede blevet det største af de brands, F&H Group valgte at lancere på det amerikanske marked for godt et års tid siden”. Det fortæller Michael Bruun, design- og brand manager hos Zone. I dag er Zones marked dermed både det europæiske og det amerikanske, og Michael Bruun mener, at årsagen til succesen er den vinkel, man tog på brandet i 2016, hvor DNA'et blev ændret, og fortællingen om dansk design og danske designere for alvor begyndte.

”Vi har stille og roligt arbejdet brandet derhen, hvor vi gerne vil være, og i dag møder vi vores konkurrenter ligeværdige og i øjenhøjde”, lyder det fra Michael Bruun.

Han slår også fast, at en introduktion på det amerikanske marked ikke bare er noget, man gør. ”Det tog to år at forberede, og F&H Group USA Inc. har allerede fået en rigtig fin start på det amerikanske eventyr. Den globale udsigt har været drømmen. ”Vi er ikke utilfredse med det danske marked, men skal man tro på vækst, og skal man løfte brandet, må man have flere lande at operere i”. I dag er Tyskland det største marked, men Michael Bruun understreger, at fordelene ved netop at være på mange markeder er, at når salget i ét land påvirkes negativt, er der altid et andet, der løfter sig.

Pionérånd og entrepreneurship

Michael fortæller, at der er både en pionérånd og entrepreneurship i Zone-teamet, både hos medarbejderne og de designere, der arbejder med udvikling af Zones kollektioner, og han fortæller, at de mange Red Dot Design Awards og German Design Awards, produkterne har fået siden 2016, er med til at understøtte den ånd, der er.

Samtidig har man fra begyndelsen været strategisk bevidste om at forsøge at få priserne, for som Michael forklarer, betyder det meget i bl.a. Tyskland og USA. ”De spørger faktisk ind til vores

design awards, før de spørger ind til de priserne. Så det er vores måde at få en fod i døren på og skabe en hype. Herefter skal vi selvfølgelig have noget konkret at byde på og et budskab til kunden”.

Teamets ånd er vigtig. ”Vi tror på de samme kvaliteter, og vi har alle sammen samme holdning til, hvordan vi skal drive dem frem. Vi er også enige i, at der ingen endestation er. Det drivende og det spændende i udviklingen er netop, at rejsen ikke stopper. Det er som at starte et tog, der ikke går i stå, selv om der er et par bump og nogle bakker på vejen. For stopper man med at rejse, holder

nysgerrigheden op, så bliver det kedeligt at leve”.

Michael mener ikke, ideerne opstår ved et skrivebord, og han er ikke i tvivl om, at god kemi styrker. ”Vi har sat en retning, men vi har haft kunderne og markeder, der har troet på konceptet, og vi har medarbejdere og designere, der støtter op, så vi i dag har et Zone community, hvor vi alle sammen tror på tingene, og gør man det, bliver det selvforstærkende”.

Zones designere er eksterne, men dog en nogenlunde fast gruppe af danske designere. Men der er dog også plads til leg og frirum, hvis en produktlinje kræver det. ”Vi får en del henvendelser →



Michael Bruun, design- og brand manager hos Zone.

< Zones nye Disc sammenklappelige udendørs møbelsæt.



fra internationale og kendte designere. Men så må vi desværre sige, at adressen er forkert. Vi arbejder kun med danske designere, og vi vil bevare det danske design DNA".

Selv efter corona oplevede Zone i øvrigt ikke den store tilbagegang, som mange andre brands gjorde det. "Men skal man skabe vækst i en brydningstid, så kræver det, at der skabes nyt", er Michaels klare holdning. Derfor er Zone ikke holdt op med at udvikle.

Mastodonten i ryggen

Det er ingen hemmelighed, at F&H er en mastodont på markedet, og som Michael siger det, har det betydet, at man har kunnet skabe strukturen omkring Zone. "Alt andet lige er det da federe at have en kæmpe motor i ryggen, så der både er fremdrift, visioner og økonomi til, at vi kan folde os ud".

Strategien er den, Michael udviklede i 2016, inden Zone Denmark blev solgt til F&H Group. "Men strategi er kun noget værd, hvis man ind imellem også kigger ud ad vinduet og ud i virkeligheden for at se, hvad der sker, når man tager nogle chancer og beholder sin originalitet. Det kan vi se, når vi kaster os ud i nye udfaldsrum", lyder det fra Michael Bruun.

Senest er outdoor-rummet kommet med bl.a. med Disc taburetten og Firefly LED lampen, men Michael understreger, at når der skabes nye designs, går man uden om decidede trends. "Vi vil arbejde med holdbare materialer og farveløsninger, og vi kalder det adaptive lifestyle. Vi ser de tendenser, der er i markedet, og adopterer dem ind i vores eget brands DNA, og outdoor er et af de områder, vi vil satse på med to retninger; outdoor til de urbane single mennesker, der skal indrette sig på lidt plads med designprodukter,

der taler ind i stemninger, og outdoor-møbler og design, der harmonerer bedre med de store rum; terrassen og sommerhuset".

Og Michael er også klar på, hvad næste produktgruppe, Zone kaster sig over, bliver, nemlig belysning, for selv om udviklingen er kreativ, er den også struktureret og planlagt.

"Vi har vores Creative Motel. Et lokale, hvor der ingen vinduer er – bare fire vægge, og hvor alle i teamet ved, at herinde er alt muligt, her kan vi brainstorme frit både designere og interne, og her er der ingen stopklods på kreativiteten. Når vi kommer ud i virkeligheden igen, er der noget, der ikke kan lade sig gøre, men ind i rummet så er alt muligt, og det afføder altid andre ideer", fortæller Michael.

I Zones Creative Motel er alle kollektionerne 3-4 år fremme i tiden linet op.

"Jeg er ikke god til at se fremtiden i et kedeligt

Excel-ark. I vores Creative Motel kan vi se tingene som fysiske prøver, tegninger eller skitser, og få et visuelt flow, der bevæger sig som en levende organisme. Vi kan se, om der mangler noget i flowet, eller bliver et produkt forsinket, kan vi fysisk se, hvad vi skal rykke rundt på".

Og Michael er glad for, at selv om F&H Group er den store koncern, den er, så har Zone-teamet fået lov til at arbejde på sin egen måde. "Vi har fået lov til at løbe, og så handler det jo bare om at have gode ben", siger Michael med et smil. Og selv om han har gjort det i mange året finder han det stadig virkelig tilfredsstillende at være med i skabelsesprocessen, og han får stadig et kick af samarbejdet med designerne, når prøverne kommer hjem, når varerne kommer hjem, og når han kan se, at forbrugerne rykker.

Løsninger til det moderne menneske

Zone har taget den adaptive livsstil til sig, og krydret den med en lidt skæv vinkel, der passer til det moderne menneske.

"Målet er egentlig ikke, at forbrugerne skal købe et produkt, fordi det er Zone. De skal drages af formen og af farverne, for vi tør rent faktisk arbejde i farver, som ikke er grå eller hvid, men som fanger på en anden måde". Og selv om stilen er dansk design, får den også et internationalt præg.

I dag er Zone Denmark ud over i Tyskland store i Holland og Frankrig samt ikke mindst i de nordiske lande, og Michael fortæller, at det primært er stormagasinerne og onlinehandlen, der driver væksten.

Mern der er heller ingen tvivl om, at Zone Denmark ligger i et "sweet spot", hvor forbrugerne har råd til produkterne næsten uanset konjunkturerne. Og det er selvfølgelig tilsligt.

"Vi skal ramme det, der kaldes "affordable design". Der skal være en kommerciel vinkel på produkterne, men de skal også ramme forbrugerne i hjertet uden at de skal optage lån i banken for at købe dem".

Spørger man Michael, hvor han ser Zone Denmark om fem år, mener han klart, at der på det tidspunkt er skabt et godt grundlag for brandet i USA, og at man er i gang med at udvikle sig derfra. "Men vi har jo et helt ocean, så der kan også sagtens være andre steder, hvor vi kan se forbrugerne tage godt imod Zone. Evt. i Japan og Kina".

Men frem for alt, ser han Zone stå endnu mere stramt end i dag og med endnu flere kunder og endnu flere glade forbrugere. "Og så er der jo hele tanken om bæredygtighed og ansvarlighed, som vi arbejder ihærdigt med hele tiden i forhold til produktionslande og måder at gøre tingene på. Herudover er målet, at vi sammen med andre brands hos F&H Group bliver endnu mere skarpe på, hvor de forskellige brands ligger i forhold til hinanden. Og så skal vi bevare nysgerrigheden – og bliver vi nervøse for fremtiden, så tager vi en tur på det kreative motel", slutter Michael Bruun.



Den 1. juli 2025 bliver mere end 40.000 danske virksomheder omfattet af et udvidet producentansvar på deres emballage. Men allerede nu skal du i gang med at registrere dit forventede forbrug af emballage for resten af 2024. Fristen for registreringen er 31. august 2024. vi har talt med VANAs adm. direktør Marianne Roed Jakobsen for at blive lidt klogere på, hvem der er omfattet, hvordan det skal foregå og hvorfor.

Tekst: Pia Finne

Nu skal du indberette din emballage for 2024: Sådan gør du

”Målet er, at virksomhederne dels skal bruge mindre emballage, at de tilpasser emballagens vægt og størrelse til det produkt, der skal sendes, og dels at man tænker mere miljøvenligt. At virksomhederne fremadrettet vil arbejde mere med materialesammensætningen, så der ikke bruges lim på labels, som ikke kan vaskes af, og så man tænker i emballage, der kan genbruges. Kan emballagen indgå i et cirkulært loop og genbruges flere gange, er det rigtig godt, eller hvis den kan recirkuleres og laves til nyt plast eller papir. Det fortæller Marianne Roed Jakobsen, der er adm. direktør for VANA, der er en af de kollektivordninger, der er etableret i Danmark i forbindelse implementeringen af det nye udvidede produktansvar for emballage. VANA A/S er stiftet og ejet af Danmarks største branche- og erhvervsorganisationer; Landbrug & Fødevarer, DagSam, Dansk Erhverv og Dansk Industri, hvis medlemmer tæller ca. 80% af de virksomheder, der bliver omfattet af producentansvaret på emballage.

Fra april og frem til 31. august er det et krav, at virksomheder, der er omfattet af det udvidede

produktansvar for emballage indberette det forventede emballageforbrug i 2024 til Dansk Producentansvar (DPA).

Forureneren betaler

”Den grundlæggende idé med det udvidede producentansvar på emballage bunder i, at det fremadrettet er forureneren, der betaler. Det betyder, at fra 1. juli 2025, er det dem, der defineres som producenter, der skal betale for den emballage, de sender på markedet i Danmark”, forklarer Marianne Roed Jakobsen. I dag betaler alle danskere for affaldshåndteringen hos kommunerne, med den nye ordning flytter man årligt 2,3-2,5 mia. kroner i emballagehåndtering fra forbrugerne over på producenten, når emballagen bliver til affald.

Men hvem er så omfattet af det udvidede producentansvar for emballage? Det, forklarer Marianne Roed Jakobsen, er den virksomhed, der første gang sætter et produkt på markedet i Danmark. Om det er B2B eller B2C. Med andre ord, er den producentansvarlige fabrikanten, importøren



ren eller distributøren, der første gang tilgængeliggør emballage eller påfyldt emballage.

Så køber man en kop kaffe i en café, er det producenten af emballagen, der har ansvaret for emballagen, gælder det designprodukter eller tekstiler, er det dem, der fremstiller produktet og sender det på markedet, der har ansvaret.

Detailbutikkerne har som hovedregel ikke noget produktansvar for emballage.

Modtager en dansk importør eller distributør en sending produkter fra Kina eller andre steder, er det producenten i Kina, der skal registrere sig i Danmark, og som har det udvidede producentansvar for transportemballage. Når produktet pakkes om og sendes videre til butikken, er det importøren eller distributøren, der har produktansvaret for både transportemballage og produktemballage.

Men her forudser Marianne Roed Jakobsen dog et problem, for det kan være svært at få de producenterne i Østen til at påtage sig producentansvaret.

”Vi vil gøre, hvad vi kan, og vi samarbejder med de øvrige nordiske lande om at gøre en ihærdig indsats på området med bl.a. fælles registre. Men ikke mindst når det gælder salg B2C, er free rider-problemet stort. Bl.a. når f.eks. kinesiske hjemmesider, som sælger tøj eller andet til slutbrugere i Danmark, udelader at registrere sig og betale for deres producentansvar”.

Det skal indberettes nu

”Det er vigtigt at sige, at det udvidede producentansvar på emballage kun omfatter Danmark, altså ikke hverken Færøerne eller Grønland, og samtidig er det vigtigt at slå fast, at der ikke følger nogen betalingsforpligtelse med emballageindberetningen for 2024. Indberetningerne i år skal udelukkende bruges til at finde ud af, hvor meget emballage de enkelte kollektivordninger i Danmark hver især repræsenterer, så man kan tildele kollektivordningerne det antal kommuner, der skal til, for at håndtere affaldet”, forklarer Marianne Roed Jakobsen. →

FAKTA

- I første omgang gælder det otte materialetyper, der skal indberettes:**
- pap
 - papir
 - jernholdige metaller
 - aluminium
 - glas
 - plast
 - mad- og drikkevarekartoner
 - træ



Marianne Roed Jacobsen er adm. direktør for VANA. Foto: VANA

→ Der skal indberettes i kilo af hhv. erhvervs-emballage og husholdningsemballage. Det betyder rent praktisk, at virksomhederne skal give sit bedste bud på, om den emballage, der sendes på markedet, ender i husholdnings- eller i erhvervsaffald – det vil sige, om det ender hos en privat forbruger (B2C) eller hos en virksomhed (B2B), ligesom man skal oplyse, om emballagen skal sorteres som restaffald (produktindpakninger generelt) eller f.eks. hårspray (farligt affald).

Når ordningen for alvor træder i kraft 1. juli 2025, forventer Marianne Roed Jacobsen, at der skal ske en løbende månedlig eller kvartalsmæssig indberetning, og at der som i forbindelse med SKAT vil komme en årsopgørelse, hvor indbetalingerne reguleres henholdsvis op eller ned i slutningen af året.

"Det kan være store beløb, der skal afregnes, derfor er det for de fleste bedst, at det sker løbende. Men hvordan afregningen præcist kommer til at ske, arbejder vi på i samarbejde med Miljøstyrelsen, lige nu".

Det kan det komme til at koste

Hvad prisen præcist bliver, ligger heller ikke helt fast endnu, men i Miljøstyrelsens rapport fra 2021, blev behandlingsprisen for et ton pap anslået til kr. 1317, og et ton plast til kr. 4.363. Ultimo 2023 bad VANA COWI om at genberegne priserne, her var deres vurdering, at pap lå på ca. 1100 kr. og plast på ca. 3700 kr. pr ton.

"Men den endelige pris afhænger også af, hvad vi kan forhandle os frem til hos kommunerne, der skal håndtere emballagen, og det baserer sig naturligvis igen på, hvor store mængder, det drejer sig om. Jo større mængder, jo bedre priser kan vi forhandle os frem til".

Et andet aspekt, der fra Miljøstyrelsens side i samarbejde med kollektivordningerne, arbejdes med lige nu, er en miljøgraduering af emballagen, og det vil også få indflydelse på prisen.

"Vi skal have fastsat, hvad der er "god" emballage. Det, der er nemt at sortere, som kan skilles ad, hvor der f.eks. bruges genanvendt plast, eller hvor emballagen kan genbruges eller genanvendes, og hvad der er "dårlig" emballage. Alt efter, hvilken kategori, ens emballage falder under, gives en rabat eller en straf".

Marianne Roed Jacobsen forventer, at har man en dårlig emballage, skal der betales en straf på 35 pct. af behandlingsprisen oven i den reelle behandlingspris. "De 35 pct. får de producenter, der arbejder med miljøvenlig emballage så i rabat, for udgangspunktet, at forureneren betaler".

Hun forventer, at arbejdet med såvel miljøgraduering og prisfastsættelse bliver endeligt færdigt i efteråret, og at man kommer med en bekendtgørelse på den anden side af sommerferien.

Oplysninger om genbrugsemballage skal i øvrigt først indberettes efter producentansvaret træder i kraft 1. juli 2025. Genbrugsemballager kan for eksempel være emballager, som bliver taget tilbage og genbrugt 1:1 som ny emballage, evt. via en pant- eller returordning.

Vi vil gøre, hvad vi kan

I det hele taget, vil VANA gøre, hvad man kan for at sikre både de rigtige priser og at emballagen håndteres miljømæssigt korrekt

"Vi vil sikre, at producenterne ikke pludselig ser sine papkasser med navn på i en flod i Indonesien", lyder det fra Marianne Roed Jacobsen, "ligesom vi vil være opmærksomme på at have godt styr på alle data".

"Målet med VANA er at hjælpe danske virksomheder med at løfte det udvidede producentansvar miljørigtigt, administrativt enkelt og omkostningseffektivt", slutter Marianne Roed Jacobsen.

Som medlem af VANA, kan emballageregistreringen ske i medlemsportalen.

FAKTA

SOFTWARE TIL REGISTRERING AF EMBALLAGE

En af de virksomheder, der er på forkant, når det gælder det udvidede producentansvar, er Xilium, der er et software- og konsulenthus med speciale i forretningssystemer, integration samt automatisering af manuelle processer i virksomheder.

I forbindelse med det kommende producentansvar på emballage tilbyder Xilium en komplet software til registrering af emballage på produktniveau samt automatiseret indberetning direkte til eksempelvis VANA.

Herudover tilbyder Xilium konsulenttydelser til definering af selskabets indberetningsbehov samt introduktion til registrering.

"Vi samarbejder med en del virksomheder i interiørbranchen, og her er produkterne jo allerede inde i systemet, så fremadrettet kan vi også lægge emballagedata på de enkelte produkter ind, så virksomheden kan trække data ud på det, der er solgt og på, hvor meget emballage; transportemballage, indpakning og ned til labels, der herefter skal indberettes til DPA igennem VANA, og hvor der er taget højde for de miljøgradueringer og "miljørabatter", der bliver gældende", fortæller Joakim Sønderborg Mathiasen, der er adm. direktør i Xilium. Han har allerede brug en del tid på at sætte sig grundigt ind i det nye udvidede producentansvar for emballage, og der er etableret et integreret samarbejde med VANA.

Kosmos inspirerer til trenden

I 2024 fejrer Maison&Objet 30 år med fransk dekoration, design og kunst. For at markere begivenheden tager messen fra 5. til 9. september 2024 besøgende med på en rejse til kosmos, en forfriskende kombination af teknologi og natur...

Tekst: Pia Finne | Foto: Maison&Objet

Foto: Maison&Objet/Anne Emmanuelle Thion





→ I forlængelse af TECH EDEN, der fokuserede på den alliance mellem teknologi og natur, fortsætter Maison&Objet og den kreative strategikonsulentvirksomhed Peclers Paris deres optimistiske, bæredygtige og stimulerende udforskning i september med et nyt tema: TERRA COSMOS.

"Hvor det enorme rum blander sig med tilsyneladende begrænsede terrestriske territorier ... Hvor universelle fantasier og jordisk materialitet kolliderer... Hvor videnskab og magi flettes sammen... Nye og varige fiktioner fødes og vil helt sikkert have indflydelse på den virkelige verden", lyder det.

Brune Ouakrat, strategisk planlægger med ansvar for foresight hos Peclers Paris, dechifrerer de nye ønsker, og forbrugernes forventninger i jagten på nye, spændende oplevelser. "Den kosmiske fremtidsvision forbliver fast forankret i virkeligheden på en messe, der er stærkt fokuseret på nyhed, kreativitet og innovation. Udsigten til rumrejser er nu en reel mulighed, og de teknologiske fremskridt, der er blevet projiceret i futuristisk fiktion, varsler dybe ændringer i den måde, vi lever vores liv på".

Omkring 55 år efter, at mennesket første gang satte foden på månen, genopliver nye videnskabelige succeser nu vores fascination og antænder vores fantasi fokuseret på kosmos og synonymt med en lovende fremtid.

"I denne nye tilgang er det ikke længere blot et spørgsmål om et udenjordisk andetsteds. Vi er en del af kosmos, og den position indebærer ansvar såvel som bæredygtige nyskabelser og praksis. Det gælder en bredere, mere esoterisk, magisk vision, hvor vi kan forestille os selv som turister uden tyngdekraft, der vælger at gøre krav på stjernerne eller søge gavnlige forbindelser med elementerne", siger Brune Ouakrat.

"Forbindelse, fordybelse, virtualitet, smarte materialer, 3D og AI ...En del af fantasien bliver til virkelighed, og forbrugerne er klar til fordybende, sanselige oplevelser, mens ny æstetik trænger ind i deres hverdag og fortryller dem igen", siger han videre.

Space (s) fyldt med nye materialer

Materialerne kan være brutalistiske eller sofistikerede, iriserende eller gennemsigtige, stemningsfulde for både stjernernes mineralagtige overflade såvel som himmel- og stjernevidder. Det nye ved TERRA COSMOS udkrystalliseres i materialernes intensitet, og afspejles i Objects of Common Interest-designere og deres eksperimentelle måde at arbejde med både metal og glas på.

"Materialerne udtrykker en sansefuturisme, der klæder interiører med en mineralisk robusthed. De tilfældige former, rundheden og ovaliteten frem-

hæver det kosmiske aspekt lige så meget, som de blødgør dets konturer, og der skabes levende glories i farver i skiftende spektre og magiske projektioner", supplerer Charlotte Cazals, designer og trendforecaster hos Peclers Paris.

Multisensoriske udflugter

I restaurations- og hotelbranchen udspiller TERRA COSMOS sig i de mest avancerede termer.

Mellem fordybende opdagelser og ekstreme oplevelser er det ikke længere nok blot at mobilisere sanserne; De skal forstærkes og forvirres gennem både teknologi og finurlig historiefortælling. Den tilgang er den danske kok Rasmus Munk, der definerer sig selv som "alkymist", stolt af at have.

Hans "holistiske" menu nydes bedst i de fordybende omgivelser på hans københavnske restaurant, hvor han tager gæsterne med på en rejse fra havets dyb op til nordlyset.

At sætte foden i El Cosmico hotellet, i et øde texansk landskab, er en oplevelse på grænsen mellem det kosmiske og det jordiske.

Denne luksuscampingplads vil snart være understyret med 3D-printede boliger, så man kan undslippe hverdagens pres, genoprette forbindelse til sanserne sanser og observere den himmelske hvælving.



Signature Factory.

Henri Bursztyn.

Dykker ned i metaverset

Fra Acne Studios-butikken til Moncler-pop-up-butikken i Tokyo bliver de kosmiske referencer i detailhandlen endnu mere gennemførte, hvor futuristiske, smukke decors møder digitale, forbundne shoppingoplevelser.

Avantgarde-æstetik baner vejen for en ny form for forbrugersisme. Rummene ser ud som om, de er plukket direkte fra metaverset, inspireret af arkitektoniske og virtuelle kreationer som dem af kunstneren Hugo Fournier.

Immaterielle objekter og miljøer kommer allerede til live i de rum, der er designet af Harry Nuriev med Crosby Studios. Mineralitet suppleres ofte med krom, gennemsigtighed og glas, hvilket giver alsidighed til rene, rene linjer.

"Ud over den fremadrettede vision vil TERRA



Signature Factory.

COSMOS-temaet også blive legemliggjort på messen. Besøgende vil kunne finde det materialiseret i tre praktiske aspekter: Produktkuratering, begivenheder og besøgsruten, som vil blive styret af TERRA COSMOS-symbolet", forklarer Mélanie Leroy, messens administrerende direktør.

Maison&Objet-galaksen

"Gennem vores kuratorer, François Delclaux og Elizabeth Leriche, giver vi messens besøgende et både håndgribeligt og finpudset indblik i temaet", fastslår Mélanie Leroy.

De har fået carte blanche i deres fortolkning af TERRA COSMOS for at skabe en følelse af overraskelse og ærefrygt i What's New? In retail space og What's new? In decor med en bred vifte af produkter hentet fra udstillere.

I What's new? In hospitality vil rummet blive

tildelt den næste Designer of the Year.

Maison&Objet stræber efter at kombinere erfaringsmæssigt fremsyn med nytteværdi.

"For at imødekomme de udfordringer, som fagfolk står over for, er Maison&Objet afhængig af en af de løftestænger, der gør messen unik, nemlig det store internationale samfund af anerkendte eksperter inden for dekorations- og designindustrien, der deler erfaringer og viden, der er lige så relevant, som den er lærerig", påpeger Mélanie Leroy.

Temaet vil derfor blive evalueret, undersøgt og beriget på centrale steder på messen med spændende scenografi, masterclasses med centrale opinionsledere, coaching skræddersyet til hver virksomhed og rundborde diskussioner.

TERRA COSMOS-temaet og dets nye koder vil blive brugt i hele Maison&Objet-økosystemet, fra valgene på Maison&Objet og More – eller "MOM"-platformen til showrooms og visse Paris Design Week-begivenheder såsom Design sur Cours-udstillingerne, hvor designere kan vise deres designs i Paris' gårde.

Grundlægger af Elizabeth Leriche Trend Consultancy og kurator for What's New? I, decor space omkring spørgsmålet: Hvad er TERRA COSMOS?

"Kun med vores øjne på stjernerne og vores fødder solidt plantet på jorden, kan vi være i kontakt med universet. Hvilke billeder fremkalder temaet for dig? Glæden ved at drømme foran en stjernehimmel, badet i månens skær eller solens udstråling... Et blik på fremtiden".

Hvad bliver det næste What's New? In decor?

"Jeg ønsker at prøve at se tingene gennem et barns øjne fyldt med undren, at fremkalde drømme og følelser, at finde poesi i lyset af denne futuristiske, teknologiske verden. Himmel vs. jord, vægtløshed vs. rødder, håndværk vs. hule, metal vs. jord, gennemsigtighed vs. uigennemsigtighed, uendeligt lille vs. uhyre stor... Og jeg agter at spille på disse modsætninger".

Grundlægger af Nouvel Air-agenturet og kurator for What's New? In retail space, svarer sådan på spørgsmålet: Hvad er kosmos?

Bæreren af drømme og fantasier. Erobringen af rummet antager karakter af en "ny grænse". Denne kontekst påvirker også livsstils- og designsektorerne og deres søgen efter nye eventyr, men også nye materialer, overflader, farver...

Hvilke tendenser tror du umiddelbart repræsenterer temaet?

Først og fremmest dem, der spiller på rå mineralitet med henvisning til månens eller Mars' udsigter. Pulpo bruger ofte primære – hvis ikke "primitive" – materialer, som om de er faldet fra en meteorit, hvilket pålægger selve objektets form. Behandlingen af lys minder lidt om de magiske cirkler, der bruges af Le Deun armaturer. Fuoriluogo Designs kreationer minder om myriader af stjerner for blot at nævne nogen".

www.maison-objet.com

Kunstig intelligens i detailhandlen

Det er ikke kun de store virksomheder, der kan have gavn af kunstig intelligens, også i detailhandlen kan AI hjælpe og lette mange processer, bl.a. i forhold til medarbejderne. Det fortæller Jacob Dalhoff fra AI Rådgivning.

Tekst: Pia finne | Foto: 123rf.com

Detailhandlen står, ligesom stort set alle andre brancher, over for en spændende, men også udfordrende rejse mod digital transformation. For kunstig intelligens (AI) er ikke længere kun en futuristisk vision men en praktisk realitet, der ændrer måden, vi driver forretning på. Men hvordan navigerer en virksomhed i dette nye landskab, og hvordan sikrer man, at ens virksomhed ikke kun overlever, men at den trives i en tid, hvor AI bliver en afgørende faktor for succes? Jacob Dalhoff fra AI Rådgivning mener, det i høj grad handler om at gøre AI forståeligt for små

og mellemstore virksomheder, der enten er i de tidlige faser af deres AI-rejse, eller som overvejer at tage det første skridt. Han mener, der er 4 elementer, man skal indtænke:

- Personaliseret kundeservice gennem chatbots
- Effektiv medarbejder-onboarding
- Hurtig problemløsning for ansatte
- Øget medarbejderengagement

"Alle områderne er relativt enkle at implementere

i forhold til deres potentielt store afkast. Ved at fokusere på disse områder, kan man som detailhandler ikke blot forbedre den daglige drift men også skabe en mere dynamisk og engagerende arbejdsplads", siger Jacob Dalhoff, der slår fast, at AI Rådgivnings mål ikke blot er at informere, men også at inspirere og guide virksomheder gennem de første skridt på AI-rejsen. Og hans holdning er klart, at kunstig intelligens ikke kun for de store virksomheder med mange ressourcer. Små og mellemstore virksomheder i detailhandlen har nu en gylden mulighed

for at integrere AI i deres daglige drift og nyde godt af de mange fordele, det bringer. Ved at begynde med fire nøgleområder kan virksomheder tage betydelige skridt mod en mere effektiv, engagerende og kundecentreret fremtid.

"Husk, AI-rejsen kan være overvældende, men den behøver ikke være kompliceret. Start småt og lær undervejs", fastslår han.

1. Effektiv kundeservice

Kundeservice chatbots kan være den første og en af de mest effektive måder for din virksomhed at anvende AI på. Chatbots kan håndtere en bred vifte af kundeservice spørgsmål uden behov for menneskelig interaktion, hvilket frigør dine medarbejdere til mere komplekse opgaver. Med evnen til at lære og tilpasse sig over tid, kan disse AI-assistenten tilbyde en personlig og konsistent serviceoplevelse, hvilket er nøglen til kundetilfredshed og loyalitet.

Råd til implementering:

Valg af platform: Vælg en chatbot-platform, der er nem at integrere med eksisterende systemer (f.eks. hjemmeside, sociale medier). For eksempel kan en brugerdefineret ChatGPT, eller Assistant API hjælpe med dette.

Træning af chatbots: Lav en samling af ofte stillede spørgsmål og svar, samt scripts til almindelige kundeservice spørgsmål.

Integration: Indsæt chatbot på virksomhedens hjemmeside og sociale mediekkanaler.

Træning: Træn chatbotten ved at fodre den med eksempler på kundeservice spørgsmål for at forbedre dens evne til at forstå og svare korrekt.

Overvågning og tilpasning: Overvåg chatbottens præstation og foretag justeringer baseret på kundeinteraktioner og feedback.

2. Onboarding af medarbejdere

En veludført onboarding-proces er afgørende for at fastholde medarbejdere og hurtigt gøre dem produktive. AI kan strømline denne proces ved at tilbyde tilpassede læringsstier baseret på medarbejderens rolle og forudgående erfaring. Denne tilgang sikrer, at nye medarbejdere får præcis den viden, de har brug for, når de har brug for den, og kan tilpasse sig hurtigere til deres nye arbejdsmiljø.

Råd til implementering:

Indholdssamling: Saml materiale og information, der er vigtige for nye medarbejdere, såsom virksomhedspolitikker, procedurer, og arbejdskultur.

Platformvalg: Vælg en egnet AI-baseret læringsplatform, der tillader nem distribution og opdatering af indhold.

Indholdsdistribution: Implementer onboarding-programmet på en platform, der gør det tilgængeligt for nye medarbejdere.

Feedback: Opret en feedback-mekanisme for at indsamle nye medarbejderes erfaringer og forbedre programmet løbende.

3. Problemløsning for ansatte

AI-systemer kan give øjeblikkelig assistance til medarbejdere ved at svare på almindelige spørgsmål eller ved at guide dem gennem komplekse processer. Dette værktøj er ikke blot en

tidsbesparelse, men også en måde at sikre ens og korrekt information på tværs af hele virksomheden. I tilfælde, hvor problemet er for avanceret, kan systemet let eskalere sagen til en menneskelig leder, hvilket sikrer, at ingen udfordring forbliver uløst.

Råd til implementering:

Problemidentifikation: Identificer almindelige udfordringer eller spørgsmål, som medarbejdere støder på.

Systemudvikling: Vælg en AI-baseret support-platform, der kan håndtere disse problemer i realtid.

Integration og tilgængelighed: Gør systemet let tilgængeligt for medarbejderne gennem interne netværk eller mobile enheder.

Medarbejderuddannelse: Informer medarbejderne om, hvordan de bruger systemet til at løse problemer, og hvornår der behov for menneskelig assistance.

4. Medarbejderengagement

Medarbejderengagement er afgørende for enhver virksomheds succes. AI kan analysere medarbejder-feedback og identificere trends og områder, der kræver opmærksomhed. Denne indsigt gør det muligt for ledere at træffe proaktive skridt i forhold til at forbedre arbejdsmiljøet og medarbejdertilfredsheden, hvilket fører til højere produktivitet og mindre medarbejderomsætning.

Råd til implementering:

Feedbacksystem: Udvikle eller vælg et AI-baseret feedback-system, der kan indsamle og analysere medarbejderfeedback i realtid.

Engagementsstrategier: Definér strategier og aktiviteter, der kan forbedre engagement, baseret på AI-analyser.

Indsamling af input: Implementer feedback-systemet og bed medarbejdere give regelmæssigt input.

Analyse: Brug AI til at analysere feedback og identificere områder for forbedring. Implementer forbedringstiltag baseret på denne analyse.

Bogføringsloven: De nye krav giver en klar fordel

80ernes bogføringskladdehæfte og blyant er i dag overtaget af moderne teknologi, men også virksomhedsleder ”fra ringbindenes tid” får værktøjer, der gør, at de let kan leve op til kravene i den nye bogføringslov, som alle virksomheder skal det.

Tekst: Pia finne | Fotos: Admind

Det er sikkert langt de fleste bekendt, at der er indført en ny bogføringslov for alle danske virksomheder. Hvad mange derimod ikke er helt sikre på er, hvordan de skal håndtere den nye lov, og hvad de konkret skal gøre for at leve op til lovens bogstav. Ikke mindst fordi mange indehavere af små- og mellemstore virksomheder ofte er kreative mennesker, der godt kan have en smule berøringsangst, når det kommer til regnskab.

Det, loven ganske enkelt handler om, er, at hvor det tidligere var virksomhedsejerne, der havde ansvaret for virksomhedens it-data, er det ifølge den nye lovgivning virksomhedens it-udbyder, der har ansvaret for, at alle regnskabsdata er let tilgængelige for de relevante myndigheder. Det vil sige, at hvor virksomheden eksempelvis tidligere havde sine bilag liggende på deres computer, dropbox eller fysiske ringbind, der kun kunne tilgås af virksomheden selv, skal bilag og

fakturaer fremadrettet ligge hos it-udbyderen. Samtidig er det et krav, at man både skal kunne sende og modtage e-fakturaer fra sit system og at man nemt kan flytte sit regnskab fra et økonomisystem til et andet. Det kræver naturligvis at it-sikkerheden er i top hos leverandørerne af regnskabsprogrammer, og derfor kræves det en certificering fra Erhvervsstyrelsen. Den fik Admind forleden som én af de eneste brancherelevante udbydere af regn-

skabsprogrammer i Danmark. Forud for certificeringen ligger desuden en ISAE 3000 certificering, der netop omhandler datasikkerhed. ”Vi er utroligt glade for, at vi efter over et års arbejde med at få certificeringen, nu har den i hus”, lyder det fra Christian Sanggaard og Martin Brandt fra Admind, der har arbejdet med book- og regnskabsprogrammer siden 2003. ”Det vi ofte ser er, at mange virksomhedsejere ”glemmer” at tjene penge på omkostningsdelen”, siger Christian Sanggaard, og forklarer, at mange ser på, om de kan spare 100 kr. om måneden på et kassesystem og glemmer, at de kan barbere 15.-20.000 kr. af bogholder- og revisorregningen, hvis de vælger en samlende løsning. Og det regnestykke går jo ikke op. Det er nemt at håndtere for alle Igennem årene har Admind arbejdet hårdt på at gøre opgaven så enkel og overskuelig som overhovedet muligt. Faktisk er det så let, at alle bilag: bon’er for kaffe, inventar og andre virksomhedsomkostninger scannes med en app, og herefter vælger man

en udgiftsbeskrivelse som matcher og betalingsform. Så er regningen bogført. Fakturaer, der kommer på mail, trækkes direkte fra mailens indbakke over i Admind, der ud fra CVR-nummeret kan genkende leverandøren, hvis man tidligere har bogført en regning fra samme leverandør og gennemskue, hvilken type udgift, der er tale om; husleje, inventar, telefon m.v. Fordi Admind er godkendt til bankkommunikation, kan du samtidig sætte dine regninger til betaling, uden du behøver at logge ind i din netbank. ”Vi har arbejdet meget på at gøre bogføringsdelen så intuitiv som muligt, og samtidig bliver systemet mere og mere intelligent, for hver gang man bruger det. Det lagrer med andre ord oplysninger og genbruger dem. Ud fra alle bilag som er lagt ind, kan man ganske enkelt se en grøn markering for bilag, der er færdigbearbejdede, og →

Vi kan skræddersy løsningerne. Det handler bare om, at man som virksomhed plukker de lavthængende frugter, og selv gør de ting, der er lette at håndtere...

MARTIN BRANDT, ADMIND

I følge den nye bogføringslov er det virksomhedens it-udbyder, der har ansvaret for, at alle regnskabsdata er let tilgængelige for de relevante myndigheder

FAKTA

Ifølge Beierholms hjemmeside træder bogføringsloven i kraft som følger: For virksomheder med pligt til at indsende årsrapport efter årsregnskabsloven, og som benytter et digitalt standardbogføringssystem, vil kravet om digital bogføring være gældende for regnskabsår, der begynder 1. juli 2024 eller senere.

Eksempel:
Regnskabsperiode 01.01 – 31.12
Kravet vil være gældende for virksomheden fra 1. januar 2025.

Regnskabsperiode 01.07 – 30.06
Kravet vil være gældende for virksomheden fra 1. juli 2024.

Specialudviklet bogføringssystem
For virksomheder med pligt til at indsende årsrapport efter årsregnskabsloven, og som benytter et specialudviklet bogføringssystem, vil kravet om digital bogføring være gældende for regnskabsår, der begynder 1. januar 2025 eller senere.

Eksempel:
Regnskabsperiode 01.01 – 31.12
Kravet vil være gældende for virksomheden fra 1. januar 2025.

Regnskabsperiode 01.07 – 30.06
Kravet vil være gældende for virksomheden fra 1. juli 2025.

Øvrige virksomheder
For virksomheder, som ikke har pligt til at indsende årsrapport efter årsregnskabsloven (f.eks. personligt ejede virksomheder), men hvor omsætningen i to på hinanden følgende indkomstår overstiger DKK 300.000, forventes kravet om digital bogføring tidligst at gælde for regnskabsår, der begynder 1. januar 2026 eller senere.

Bemærk, at ikrafttrædelsestidspunktet for disse ”øvrige virksomheder” er foreløbigt.



LAD OS SAMMEN SKABE EN GRØNNERE FREMTID

Fra genanvendt plast til holdbare og multifunktionelle produkter



Ubegrænsede muligheder

Ved at udnytte materialernes alsidighed til fulde kan vi være med til at skræddersy produkterne efter vores kunders ønsker, med mulighed for tilpasning i print farver og størrelser – op til 70cm x 70cm x 40cm. Produktpaletten kan spænde bredt fra køkkenudstyr til krus, drikkeudrustning, skåle og tallerkener til en børnekollektion, der omfatter alt et barn behøver til måltidet.

Giv os et kald og lad os tale om jeres ideer og behov.



GLOBAL DESIGN PARTNER

We create your design

jhf@globaldesignpartner.com
www.globaldesignpartner.com

Business

→

mangler der en oplysning er bilaget markeret med rødt", forklarer Martin Brandt så pædagogisk at selv en journalist kan forstå det.

Hvad der også kan være et mareridt for rigtig mange i forbindelse med bogføringen, er bankafstemningen. Men også det har Admind tænkt på.

"Vi tog egentlig udgangspunkt i, at mange finder det svært at forstå, at kredit er indtægter og debit er udgifter i kassekladden. Derfor har vi designet systemet, så man arbejder ud fra kontoudtoget, hvor + er plus og – er minus, i modsætning til i kassekladden, og dermed er det

stoleleje frem for at være ansat i en salon. Det betød, at udviklerne hos Admind har tilpasset systemet, så flere frisører kan have en fælles kalender og hjemmeside, men med selvstændige regnskaber for hvert CVR-nummer.

"Vi kan skræddersy løsningerne. Det handler bare om, at man som virksomhed plukker de lavthængende frugter, og selv gør de ting, der er lette at håndtere, så man på den måde sparer både tid og penge", slutter Martin Brandt.

På Adminds hjemmeside www.admind.dk kan man finde kontaktoplysninger på en række revisorer



Martin Brandt (tv) og Christian Sanggaard (th) fra Admind

er lettere gennemskueligt", forklarer Christian Sanggaard.

Momsindberetningen kan systemet også sørge for, hvad enten momsens skal betales månedligt, pr. kvartal eller årligt, og lige nu arbejdes der på, at bogføring af løn også automatiseres.

I det hele taget, holder man øje med tendenserne i branchen og gør en indsats for at tilpasse sig dem. Bl.a. så man efter corona en tendens til, at flere og flere frisører vælger

og bogholdere – større og mindre virksomheder – der kan hjælpe med at gøre regnskabet færdigt, når man benytter Adminds bogføringssystem.



Blomsterbergs får kreativiteten til at blomstre

De to nye mousseforme i silikone kan bruges, når kager skal toppes med en mousse, der ikke kun smager himmelsk, men også ser vidunderlig ud. Formene er nemme at bruge – forbered din mousse, fyld den i formen og sæt den på køl. Det bløde materiale gør det nemt at få moussen ud igen. Formene tåler både opvaskemaskine, ovn og fryser.

Med Blomsterbergs nye tyllsesæt er der også mulighed for at udtrykke kreativitet og finesse. Sættet indeholder seks forskellige tyller, som kan bruges til at skabe små, sofistikerede blomsterdekorationer på kager, cupcakes, desserter

m.m.

www.fh-group.dk



Når der skal være fest

De rigtige redskaber til at skabe de perfekte drinks?

Her kommer OXOs barware med deres stilfulde design og førsteklasses kvalitet er OXO barware produkter uundværlige for enhver, der ønsker at imponere med deres mixologiste færdigheder.

www.brixdesign.com

Espressokværnen til den kræsnе kaffeelsker

La Marzocco har produceret en espressokværn til den ambitiøse hjemmebarista, der aldrig går på kompromis. Når bryggeoplevelsen skal være optimal, skal du have fat i Pico. Med imponerende funktioner og et fedt og innovativt design.

www.witt.dk



Nyheder

Den populære og unikke Ania vase

Ania vasen er kendetegnet ved sit smukke kurvede design og sin unikke hals og åbning, der tilføjer en buet og elegant æstetik til rummet den placeres i.

Vasen passer i utrolig mange kontekster og det er helt klart én af vasens styrker og én af grundene bag dens popularitet.

www.lubechliving.dk



Naturlig pleje til havens møbler

Denwax er et rengørings- og plejemiddel, som virksomheden selv producerer og sælger, og som kan bruges til rengøring og pleje af alt fra møblerne i stuen til havemøblerne, hvad enten de står i træ, metal, granit eller plast. Grillen kan også rengøres med Denwax Clean.

www.denwax.com



Lanterner med karakter



Alia er en håndlavet bambuslanterne fra Villa Collection Denmark, som kaster et blidt, indbydende lys i haven, på terrassen eller foran hoveddøren. Den er fremstillet i FSC®-certificeret bambus (FSC-C166612), som med sin naturlige charme bringer en følelse af ægte ro til udendørslivet.

www.fh-group.dk

2-i-1 basisrobot

Roomba Combo® Essential er udstyret med moppefunktion, intelligent navigation, 18x højere sugestyrke2, intelligente iRobot OS-funktioner – og nu tilgængelig i farven hvid.

www.witt.dk



Dyrke grønsager på terrassen

Special produkter til kartofler, jordbær, tomater og krydderurter. Her kan der på yderst begrænset plads dyrkes flittigt i de vedligeholdelsesfrie kasser, som er godkendt til produktion af fødevarer.

www.gardenlife.dk

Færre konkurser i Danmark, mens Sverige stadig er ramt

I årets første kvartal i 2024 havde Danmark hele 33 procent færre konkurser sammenholdt med samme periode i 2023. Dette kommer i kølvandet på en voldsom konkursstigning mellem 2019 og 2023, hvor Danmark havde så en forøgelse på 47 procent. Værre ser det dog ud for vores svenske naboer, der på trods af en mindre markant konkursstigning i 2019-2023 på 29 procent har været hårdt ramt i perioden 2022-2023 med en konkursstigning på 31 procent. Siden august 2023 har Sverige haft månedlige stigninger i konkurser, hvilket kulminerede i første kvartal 2024.

"Det, der især er interessant, er, at vi ser en stigning på hele 55% i første kvartal i år. Vi skal helt tilbage til 90'erne for at finde konkurstal

på samme niveau som det, vi ser nu", fortæller Creditsafes Country Manager i Sverige Henrik Jacobsen.

-IDL



Engros- og detailhandlen lægger an til blød landing

Høje priser, usikkerhed på fragtmarkedet og lav tillid fra både forbrugere og virksomheder har betydet at 2020-2023 har været tumultariske år for danske handelsvirksomheder. Nye tal tyder dog på, at handelserhvervet er ved at finde et normalt leje, om end der fortsat er store forskelle i udviklingen på tværs af underbrancherne for engros- og detailhandel, skriver Dansk Industri på deres hjemmeside.

"Til trods for en række faktorer, der presser danske handelsvirksomheder, har branchen evnet at opretholde de positive tendenser fra tidligere års udvikling. Der er dog fortsat en stor opgave for handelsvirksomheder i at være

forandringsparate på de udfordringer, som bliver kastet efter dem", fortæller Branchedirektør i Dansk Industri Jacob Kjeldsen. I 2023 faldt omsætning ganske lidt fra 419 milliarder kroner til 418 milliarder i detailhandlen. Det skal dog tages med, at inflationen i 2022 og 2023 var høj, så den reelle omsætning er lavere end tallene indikerer.

Detailhandlens beskæftigelse oplevede et par begivenhedsrige år i 2021-2022 som branchen først nu begynder at falde til ro efter. Fra 2022-2023 er beskæftigelsen faldet med 2,3 procent i detailhandlen samlet set.

-IDL



Scan QR og læs hele artiklen

Dansk Erhverv kalder på regulering for Temu

Hele 14 procent af de danske forbrugere har i løbet af det seneste år handlet hos det kinesiske e-handelsbrand Temu, hvor man kan købe varer direkte fra producenterne. Nu spørger Temashops adm. direktør Daniel Diness Andersen, om det er fair overfor de europæiske konkurrenter. Sådan skriver Dansk Erhverv på deres hjemmeside.

Fra den ene dag til den anden er der væltet en kæmpe kinesisk djævel ind på det danske marked, der forsøger at udkonkurrere alt og alle. Men er det fair, at Temu kan vælte ind uden at overholde dansk og europæisk lovgivning? Er det rimeligt overfor virksomhederne og forbrugerne?", skriver

Daniel Diness Andersen i en post på LinkedIn.

Og flere andre er enige i bekymringerne, blandt andet Carsten Rose Lundberg, som er fagchef for Digital Handel hos Dansk Erhverv. Han mener, at Temu blandt andet presser de danske virksomheder på annoncebudgetterne. "Ved bare at byde lidt mere, kan de sætte sig på annoncerne, da de fleste danske virksomheder ved, hvad de kan betale for en annonce og derfor må trække sig, hvis prisen bare stiger lidt. De har simpelthen købt en meget stor del af annoncerne ved at overbyde danske virksomheder", forklarer han.

-IDL

Undgå cyberangreb med ny varslings tjeneste

Der lanceres nu en varslings tjeneste, som danske SMV'er frit kan tilmelde sig for at blive orienteret om de nyeste og vigtigste trusler på cybersikkerhedsområdet. Det giver virksomhederne bedre mu-

lighed for at handle på truslerne og dæmme op for eventuelle sårbarheder i deres digitale løsninger.

Initiativet er udviklet i det offentlig-private samarbejde Cybersikkerhedspagten, der skal sikre, at danske SMV'er bliver de mest cybersikre i Europa. Bag pagten står repræsentanter fra staten og centrale brancheorganisationer på erhvervsområdet.

Læs mere på www.sikkerdigital.dk

-PF



branchenyt



BoConcept henter international topprofil

Britiske Kate Walsh er ansat som Chief Retail Officer, og hun skal fremover stå i spidsen for den globale retailforretning på tværs af 67 lande og seks kontinenter. Kate Walsh kommer senest fra en stilling som Senior Vice President Omnichannel Retail hos Pandora. Tidligere bestred hun stillinger som Managing Director for UK & Ireland og Managing Director for Nordeuropa i samme virksomhed. Forud for sin karriere hos Pandora har Kate Walsh erfaring fra bl.a. Starbucks, hvor hun havde an-

svaret for franchiseforretningen. "Jeg er stolt over, at vi kan tiltrække en ekstraordinær kapacitet af Kate Walsh' kaliber til BoConcept. Jeg er overbevist om, at Kate vil være et fremragende match for BoConcept og hele vores globale forretning. Hendes mindset og stærke kompetencer indenfor ikke mindst franchising og retail kan hjælpe os med at navigere succesfuldt ind i fremtiden", siger Chief Executive Officer, Mikael Kruse Jensen. -PF



Attraktive arbejdspladser forebygger mangel på arbejdskraft

Over halvdelen af alle danske virksomheder forventer udfordringer med mangel på medarbejdere frem mod 2030 på trods af økonomisk fremgang. Det viser seneste undersøgelse fra Dansk Industri. Her har 59 pct. af virksomhederne svaret, at de som største forebyggelse vil gøre det mere attraktivt at arbejde hos dem. Det er godt nyt, fortæller Line Fossing Riel, direktør i Erhvervshus Sjælland, som netop har søsat projektet Attraktive Arbejdspladser, der skal gøre de sjællandske virksomheder mere attraktive ved at arbejde fokuseret med trivsel og mental sundhed.

"Når man vil være en attraktiv arbejdsplads og tiltrække nye medarbejdere, fokuserer man ofte på arbejdsopgaver, løn og geografi. Men det er ikke længere nok at tilbyde en god løn og spændende opgaver, hvis man vil tiltrække og fastholde dygtige medarbejdere. Derfor har vi igangsat Attraktive Arbejdspladser, der sætter fokus på trivsel og mental sundhed, som efterhånden er mindst lige så vigtigt at arbejde med, hvis man som virksomhed vil undgå at mangle medarbejdere i fremtiden," siger Line Fossing Riel.

-PF

Virksomheder står alene med udfordrede lærlinge

Der er i de seneste år sket en eksplosion i antallet af unge, der har særlige udfordringer eksempelvis i form af psykiske diagnoser. Flere unge

med særlige udfordringer ender i dag uden for arbejdsmarkedet eller må opgive at gennemføre en uddannelse. En del af forklaringen kan



ifølge erhvervsorganisationen SMVDanmark være, at de unge mangler støtte, mens de er i lære eller praktik. En ny analyse fra SMVDanmark med svar fra mere end 1.000 virksomheder viser, at 6 ud af 10 blandt de små og mellemstore virksomheder ikke kender til muligheden for, at elever og lærlinge med særlige udfordringer kan få hjælp til at gennemføre deres uddannelse ved hjælp af den såkaldte "specialpædagogisk støtte" (SPS). Det gælder eksempelvis unge med læse- eller skrivevanskeligheder, ADHD, autisme eller andre

psykiske udfordringer. Ifølge SMVDanmark koster det dyrt både menneskeligt og økonomisk, at mange unge med særlige udfordringer i dag ikke lykkes med at gennemføre en uddannelse. "Mange af de unge, der i dag står uden for arbejdsmarkedet, har været startet på en erhvervsuddannelse og er faldet fra. En del af det frafald kan undgås, hvis der kommer mere støtte til elever og lærlinge under deres praktiktid i virksomhederne" siger administrerende direktør i SMVDanmark, Jakob Brandt. -PF



Scan QR og læs hele artiklen



Nye priser på Dankort i fysisk handel

Er du opmærksom på, at fra 1. april 2024 er prisen for at tage imod Dankort i fysisk handel steget med 8,9% og kommer op på samme niveau som for to år siden. Ændringerne er en anledning til, at alle butikker undersøger, om de anvender den rette Dankortmodel – der kan være penge at spare ved at skifte Dankortmodel, lyder det fra Dansk Erhverv.

Med den kraftigt tiltagende brug af Apple Pay, hvor Dankort i dag kun er til stede hos Danske Banks kunder, falder brugen af Dankort voldsomt. Selvom de samlede omkostninger til Dankort er faldet med 30% er dette ikke nok til at opretholde priserne, som derfor sættes op med 8,9% pr. 1. april 2024. For at vende udviklingen, er der derfor behov for at bankerne fortsætter med at tilbyde deres kunder det co-brandede Dankort

og samtidig tilbyder deres kunder mulighed for at kunne anvende Dankort i Apple Pay. Spar penge med den rette model Med de nye priser vil en transaktion i procentmodellen koste fra 0,17% til 0,5%, mens det er i abonnementsmodellen både kan være billigere og dyrere. Det er derfor vigtigt, at alle betalingsmodtagere undersøger, om de ligger på den rette model og dermed får den rigtige pris. Du vil typisk kunne spare over 1.000 kroner om året ved at skifte, hvis du i dag anvender en forkert pris-model. Typisk skal du anvende modellen kaldet DANKORT PROCENT. Kun hvis din omsætning i den pågældende butik er over 750.000 kr. OG den gennemsnitlige kurv er over 300 kroner, vil den rette model være DANKORT FAST. -PF

Rosendahl Design Group opnår B Corp certificering

B Corp certificeringen er et udtryk for Rosendahl Design Groups dedikation til at skabe positiv forandring og bæredygtig vækst. Som B Corp certificeret virksomhed forpligter Rosendahl Design Group sig til at opfylde certificeringens høje standarder for gennemsigtighed, ansvarlighed og social og miljømæssig ydeevne.

"Jeg er meget stolt over både certificeringen og vores målrettede arbejde med at bringe virksomheden og dansk design ansvarligt ind i fremtiden. B Corp certificeringen repræsenterer en vigtig milepæl for Rosendahl Design Group, og demonstrerer vores engagement i ansvarlig virksomhedsdrift og samfundsansvar. Vores B Corp certificering er ikke kun en anerkendelse af, hvor langt vi er kommet, siden min far grundlagde virksomheden på et fundament af stærke værdier, men også en forpligtelse til at

fortsætte med at drive forretning på en måde, hvor vi tager ansvar for vores påvirkning af samfund og miljø. Vi vil gerne være en inspiration for andre og se vores indsats skabe ringe i vandet". udtaler Henrik Rosendahl, Ejer & CEO af Rosendahl Design Group. Rosendahl Design Group – der med sine 8 ikoniske, danske designbrands (Rosendahl, Holmegaard, Kähler, Kay Bojesen Denmark, Bjørn Wiinblad, Lyngby Porcelæn, Juna og Arne Jacobsen Clocks) bevarer og udvikler en bred portefølje af interiør- og livsstilsprodukter – ser implementeringen af ansvarlige designprincipper og ansvarlig virksomhedsdrift som en naturlig forudsætning for virksomhedens succes både nu og i fremtiden. Med B Corp certificeringen har Rosendahl Design Group fået endnu et vigtigt element til sin samlede ansvarlighedsstrategi. -PF



Opret stillingsopslag på designbase.dk

De rette kandidater

Faglig kontekst

Ingen kontaktpild

Ram mere end kvalificerede kandidater med fingeren på pulsen

90% arbejder professionelt med design, interiør og boligindretning

Kontakt: Claus Aagaard Hansen
Tel: +45 5365 3611 | Mail: ca@horisontgruppen.dk

**25 ÅRS
GARANTI**
MOD GLASPEST
OG KANTSKÅR

Luigi Bormioli
ITALY



61176

JAZZ – ET VISUELT MESTERVÆRK

Glasserien Jazz er skabt med inspiration fra den ikoniske ART deco-stil. Kurverne og det dekadente, ribbede design giver glassene et unikt udtryk med tekstur og dybde. Klassiske cocktails og boblende champagne, stil og glamour, sofistikeret ART deco-æstetik – det bliver ikke mere raffineret end Jazz-serien.