

designbase

DESIGNBASE.DK – FORUM FOR INTERIØR- OG DESIGNBRANCHEN

LIVE YOUR
LIFE IN COLOUR



aida
Confetti
life in colour

Hoptimist[®]
SINCE 1968



Danish Design



Giv en sød velkomst til livets små mirakler

Nu kan du møde Baby Bimble og Baby Bumble – to små hoppende budbringere, der byder livets små mirakler velkommen til verden. De nye medlemmer af Hoptimist-familien spreder både smil og glæde med deres små hoppende bevægelser og glade udtryk.

Baby Bimble og Baby Bumble står klar til at hoppe ind i hjerter og hjem, når livets begyndelse skal fejres – en perfekt gaveide til et babyshow, en barnedåb, en navngivningsfest eller blot som en sød overraskelse til de kommende forældre.



Better. Guaranteed.



Icons are forever.

Innovative functionality meets **unique design** – for over 30 years. At OXO we engineer high-quality tools that help revolutionise the way we prepare and store food. **Guaranteed to last a lifetime** and to make your **everyday better, every day.**



Indhold

Trends

- 8 Formland:**
Tiden lige nu handler om balance
- 12 Formland: Balance og kontraster**
Trends og forbrugermønstre ændrer sig konstant, og grænserne imellem brancher og produkter bliver mere udvaskede. Temaet til Spring 2024 er "New Era – a life balance".
- 14 Formland: Fra wellness to wellbeing**
Anette Eckmann står bag The Mind Body Soul Retreat på Forland.
- 16 Formland er løftestang**
Creators Community er igen en del af Formland Spring.
- 18 Find hurtigt rund på formland**
Få et overblik over hvilke haller, der tilbyder hvad til den kommende messe.
- 20 Sådan ser farverne ud til AW 2024/25**
- 22 Alle har brug for et mentalt re-load**
HabiWe, er en dansk virksomhed, som designer og producerer møbler, der understøtter den menneskelige trivsel.
- 26 AI skal være en del af fremtidens detailhandel**
I en tid præget af teknologiske fremskridt og kunstig intelligens (AI) er spørgsmålet, hvordan den banebrydende teknologi kan integreres og anvendes i detailhandlen.
- 30 Formlandnyheder**
- 56 Erfaring og sund kreativitet mødes på Formex**
Generation love er temaet, når Formex slår dørene op fra 16.–18. januar i Stockholms mässan.
- 60 Oslo Design Fair: En ren detailversion**
Oslo Design Fair slår denne gang dørene op fra søndag til torsdag, samtidig er det en ren detailversion af messen.
- 62 TECH EDEN: Maison-trenden for 2024**
Kan bæredygtighed gå hånd i hånd med innovation og design? Det spørgsmål stiller Maison&Objet med sit trendtema TECH EDEN.

Interior

- 44 Vi vil udfordre den konservative designbranche**
- 50 Vi skaber muligheder**

Business

- 48 Svindlere kopierer i stigende grad webshops: Sådan bekæmper du dem**
- 66 Branchenyt**

Kitchen

- 52 Margretheskålen har fået "new body – same soul"**



8 Formland: Tiden lige nu handler om balance

"Vi skal investere i fremtiden både indkøbere, udstillere og os som messearrangører. På den ene side skal vi holde momentum – på den anden side, lever vi i en tid, hvor vi har brug for stabilitet og tryghed. Så det handler i høj grad om balancen mellem at beholde fodfæste med også at skabe den inspiration, der kan bringe design- og interiørbranchen videre", siger Formlands projektchef Flemming Andersen.



44

Vi vil udfordre den konservative designbranche



48

Svindlere kopierer webshops

Der er behov for, at virksomhederne løbende tjekker, om de har været udsat for kopiering, lyder det fra Dansk Erhverv og e-mærket.

12

Balance og kontraster – som tiden vi lever i

Trends og forbrugermønstre ændrer sig konstant, og grænserne imellem brancher og produkter bliver mere udvaskede. Temaet til Spring 2024 er "New Era – a life balance".



52

Margretheskålen har fået "new body – same soul"

Fornemmelsen er den samme, men features er opdaterede.



Sund madlavning starter med GreenPan!

Som pionerer inden for keramisk non-stick-belægning uden PFAS, er vores eneste mission at **befri dit køkken fra PFAS**. Mens vi begyndte med køkkengrej, slutter vores engagement ikke der. Vi udvider vores viden til en bred vifte af små køkkenapparater og sikrer dermed **et fuldstændigt sundt køkken til enhver tid**.

Klar til at skifte til et sortiment uden PFAS? Kontakt:

Christian Leisner
CL@funnordic.dk

Kristian Hansen
kh@funnordic.dk

Lise-Laure Cools
liselaure.cools@cookware-co.com

Så er det tid til messerne

Det er ingen hemmelighed, at design- og interiørbranchen i Danmark ikke lige frem stortrivedes i 2023. Både leverandørerne, detailbutikkerne og messerne i hele Skandinavien har haft det svært. Men nu har vi taget hul på 2024, og det er tid til at kigge fremad.

Generelt har danskerne penge at bruge, og det ser ikke ud til at ændre sig i 2024. Arbejdsløsheden er lav, lønningerne er steget, og inflationen falder. Men hvordan får design- og interiørbranchen alle de positive takter, der trods alt er i samfundet, kanaliseret over til omsætning inden for design og boligindretning?

En af måderne er at være proaktiv, at sørge for at de gode varer er at finde ude i butikkerne samt ved at inspirere forbrugerne. Og her spiller de forestående messer en stor rolle.

Som projektleder på Formland Flemming Andersen siger det i dette nummer af Designbase, hvor vi i øvrigt sætter et stort fokus på netop Formland: "Vi skal investere i fremtiden både som indkøbere, udstillere og os som messearrangører. På den ene side skal vi holde momentum – på den anden side, lever vi i en tid, hvor vi har brug for stabilitet og tryghed. Så det handler i høj grad om balancen mellem at beholde fodfæste med samtidig at skabe den inspiration, der kan bringe design- og interiørbranchen videre".

Han mener, det er nu, der skal investeres i fremtiden fra alle aktørers side – også selv om branchen er



Pia Finne, redaktør

presset. Men han slår også fast, at tiden ikke er til at opfinde den dybe tallerken men i stedet til at udvikle den platform, branchen skal stå på fremadrettet.

Det betyder, at der skal tænkes ud ad boksen, og at både udstillere og besøgende måske skal bruge messen på nye måder.

For som jeg har nævnt tidligere, skal messerne fremadrettet i høj grad inspirere og skabe nytænkning. Butiksindehaverne og -medarbejderne skal få ideer, der kan inspirere forbrugerne til køb på messens velgennemtænkte trendområder, og udstillerne skal skabe produktpræsentationer, der kan tages med tilbage til butikkerne, hvor de kan inspirere videre. Selve indkøbene kan ske online på virksomhedernes egne platforme.

Også Formex og Oslo Design Fair er at finde på messekalenderen dette forår. Oslo Design Fair i en mindre udgave – en retailmesse uden trendområder, mens Formex også sætter alle sejl til og skaber en messe med spændende trendområder, indbudte designere og prisoverrækker.

Videre ud i verden kan indkøberne og en række af branchens leverandører se frem til Maison&Objet i Paris og Ambiente, Christmasworld og Creativeworld i Frankfurt. Så i bund og grund handler det om at suge al den inspiration til sig, som det er muligt, og omsætte den til noget, der kan tiltrække kunder i butikkerne. For skal de danske forbrugere igen have kortet frem, så skal de føle, de får noget for pengene.



@designbase

WWW.DESIGNBASE.DK



designbase

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 forretningers 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



GØR HVER MIDDAG TIL EN SÆRLIG OPLEVELSE

Det er tid til skønne nyheder i den populære Sorrento-serie fra Lyngby Glas. Smukke vinglas på 29 cl i gennemfarvet glas, fås nu i farverne blå, grøn, amber og pink. Vinglassene er designet med det karakteristiske Sorrento-mønster, der elegant kombinerer klassisk skønhed med moderne stil.

Nyt i serien er også en tallerken på 21 cm og et shotglas på 4 cl, der elegant matcher vinglassene, og skaber en harmonisk og hyggelig stemning ved bordet.



Scan QR og
se hele
formland
temaet

Formland: Tiden lige nu handler om balance

Tekst: Pia Finne | Foto: MCH/Tony Brøchner

”Vi skal investere i fremtiden både indkøbere, udstillere og os som messearrangører. På den ene side skal vi holde momentum – på den anden side, lever vi i en tid, hvor vi har brug for stabilitet og tryghed. Så det handler i høj grad om balancen mellem at beholde fodfæste med også at skabe den inspiration, der kan bringe design- og interiørbranchen videre”, siger Formlands projektchef Flemming Andersen.

”Sanserne skal aktiveres, men samtidig lever vi en brydningstid, der kræver fastholdelse og stabilitet. Vi skal finde balancen mellem at inspirere de besøgende på Formland Spring 2024, der løber ad stablen fra 4.–6. februar i Messecenter Herning, og skabe den ro, branchen har behov for lige nu”. Sådan siger Flemming Andersen, der er projektchef på Formland.

Han mener, det er nu, der skal investeres i fremtiden fra alle aktørers side – også selv om branchen er presset. Men han slår også fast, at tiden ikke er til at opfinde den dybe tallerken men i stedet til at udvikle den platform, branchen skal stå på.

Flemming Andersen forventer, at udstille-

rantallet vil ligge på stort set samme antal som Formland Spring 2023 – godt 320, og han ser en tendens til, at flere udstillere finder nye måder at vise sig frem på og nytænker deres koncepter.

”Vi opfordrer udstillerne til at tænke ud ad boksen, og det skal vi også. Det omhandler bl.a. i højere grad at tænke i koncepter, og i mange tilfælde at sælge hele løsninger og gøre det nemt for vores udstillere. For os betyder det, at vi skal sælge oplevelsen om f.eks. Fashion og Outdoor og tilbyde en lokation, hvor rammerne er skabt, så udstillerne står i et univers, der spiller op til produkterne og standene”, forklarer Flemming Andersen.

Netop for at signalere, at Formland er fremti-

dens messe, har Formland udviklet en ny visuel identitet med et stærkere fokus på brandet Formland.

”Vi skal understrege, at vi har fokus på Formland. Så fremadrettet hedder messens områder: Formland Garden, Formland Jewellery, Formland Taste, Formland Fashion og Formland Interior. Vi arbejder med en ny font og et moderniseret logo-navn, som sammen med en udvalgt farvepalet, så vi kan lege med farverne i forhold til de billeder, vi bruger i markedsføringen. Design- og interiørbranchen er billedbåren, og med den nye visuelle identitet, har vi i langt højere grad mulighed for at lege med udtrykket”, lyder det fra Flemming Andersen.

Circular Formland Days

Circular Formland Days er et begreb, der er tilbagevendende. ”Det vil være en fast del af messen, for vi skal alle bidrage til den grønne omstilling i vores branche. Flemming Andersen fortæller, at zonen arrangeres i samarbejde med skiftende samarbejdspartnere, og at det denne gang er Bæredygtig Herning, der skal bære zonen, hvor man bl.a. vil arbejde på forskellige projekter på messen. ”Og Vi som platform bliver ved med at understøtte den cirkulære udvikling”, pointerer Flemming Andersen.

Formlands grønne oplevelsesunivers

Formland Garden er denne gang et større, stær- →

→ kere og styrket område i hal K og J3. Formland har overtaget Danske Havecentres messe i Odense, og den er for første gang en integreret del af Formland Spring 24.

"Med den styrkede Formand Garden giver vi de bedste muligheder for branchen. Selv slår Danske Havecentre fast, at de med sammenlægningen med Formland gerne vil sikre sig, at de er en del af fremtidens messe", lyder det fra Flemming Andersen, og han mener klart man kan udnytte den synergi og tidsånd, der afspejler sig i samarbejdet.

"Grænserne mellem ude-og indelivet flyder sammen, og det afspejler messen nu".

En lignende aftale har Formland i øvrigt lavet med den danske smykkebranche, og fra Formland i august etableres der således en Formland Jewellery. "Men allerede nu har vi en række smykkeudstillere repræsenteret. Også fra bestyrelsen bag smykkebranchen lyder det, at man fremadrettet gerne vil være en del af en fremtidssikret messe".

Formland zoomer ind på gastronomien

Et af Formlands konceptområder er Taste, der er et sandt overflødighedshorn af delikatesser i en hal hvor passionerede fagfolk øser ud af deres viden om sæsonens trends og tendenser.

"Taste står skarpladt med nye og unikke smagsoplevelser. Det kan bedst beskrives som en hyggelig markedsplads med fokus på særlige delikatesser i høj kvalitet, der præsenteres af dygtige fagfolk med passion for faget", lyder det fra Flemming Andersen, der videre siger:

"Vi lever i en verden, hvor ellers vidt forskellige brancher i stadigt højere grad lærer sig op ad hinanden og



endda indimellem ligefrem smelter sammen, og den bevægelse ønsker vi at afspejle på Formland. Derfor beskæftiger messen sig nu om dage også med f.eks. fashion og outdoor - og altså ikke mindst gastronomi".

Speak Up

Speak Up er Formland's foredragsscene, hvor forskellige eksperter inden for bl.a. trendforskning, digitalisering og bæredygtighed deler ud af deres viden igennem alle dagene på messen. Fællesnævneren for alle foredragene er, at du skal gå derfra med ny relevant viden, ideer og input til at booste din forretning.

Find Speak Up i hal L.

Blandt foredragsholderne og emnerne er:

Retail and fun. Stefan Nilsson, trendforsker og foredragsholder. I hårde tider præget af recession, inflation, krig og generelle udfordringer har vi brug for detailoplevelser, der bringer smil frem. I stedet for at fokusere på AI vil vi udforske detailtendenser for 2024, der gør shopping sjovere. Overvej hvordan Louis Vuitton samarbejder med Lego for at tilføje et legende twist til håndtasker. Eller tag begrebet 'wackaging' - sjov emballage designet til glæde. Lad os gøre shopping sjovt igen.

Sådan bruger du smartest AI -værktøjer i marketingafdelingen. Her fortæller Anita Dalsgaard, specialist og rådgiver i digital strategi og markedsføring om de uendelige muligheder, der er med AI. Hør, hvordan man kan tage den enkleste vej til at få gavn af de fremragende AI-værktøjer, der kan klare de mindre spændende marketingopgaver, så man selv kan koncentrere sig om dem, man er mest motiveret for at løse. Oplægget

handler om AI-værktøjer, der kan hjælpe dig med indhold til e-mail, website og sociale medier, samt hvad der fremover bliver den vigtigste tendens på sociale medier.

Hospitality and sustainability. Stefan Nilsson slår fast, at alle taler om bæredygtighed. I denne præsentation udforsker han de nyeste og mest spændende innovationer. Forestil dig et køkkenbord lavet af de østersskaller, du nød i sidste uge. Eller tænk på, hvordan modebrandet Loewe inviterer dig til at lege med mad.

Stærke brands i et ekstremt omskifteligt marked. Christie Nielsen, research manager / head of consumer insights, Brandhouse fortæller om brancher og markeder, der er under forandring. Kategorier og indtjeningskilder, der indtil nu har skabt sikker indtjening, forsvinder og erstattes af nye. Kundernes verden ændrer sig med nye medier, nye måder at handle på og nye produkter. Alt dette skaber en ny adfærd, nye holdninger og nye behov, som gør nogle virksomheder irrelevante og åbner for nye forretningsmodeller og koncepter.

Longevity lifestyles. Mads Arlien-Søborg, trendforsker og foredragsholder fortæller om begrebet longevity, der kommer fra den moderne lægevidenskab og handler om, hvordan vi kan leve længere og bedre. Ikke underligt at det er noget, der i den grad appellerer til mennesker – ja, faktisk så meget, at det på kort tid er blevet et globalt sundhedsfænomen. Set fra et livsstilsperspektiv er longevity voldsomt interessant, da det bygger ovenpå en allerede eksisterende sundhedsbølge, der handler om kost, motion og sind. Men longevity kan også læses ind i en bredere tendens i tiden, som handler om 'lang levetid' og det at tænke over, hvordan vi forlænger tings levetid både som forbruger og producent.

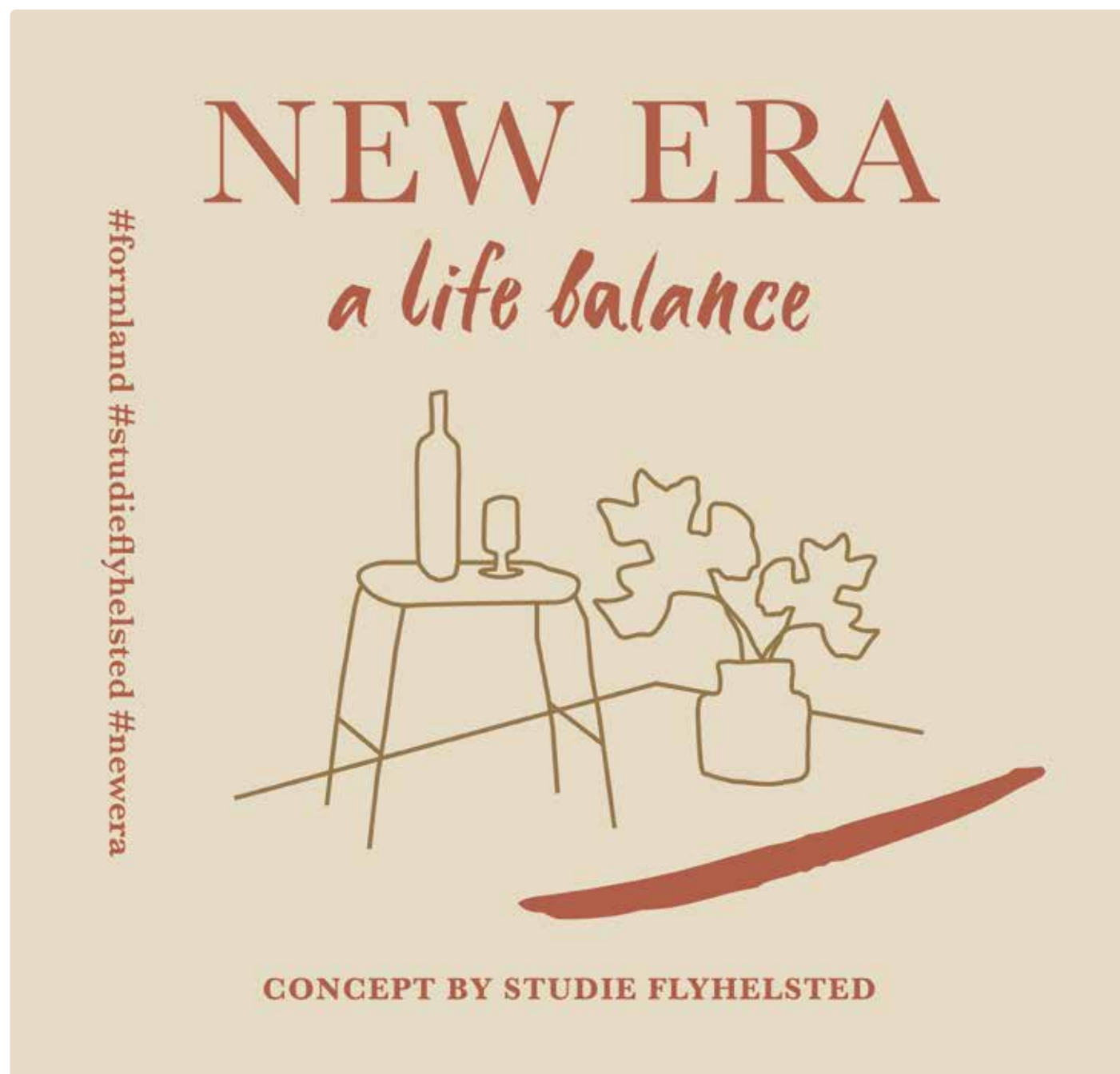
Køb rigtigt ind til sæsonen spring/summer 24. Her fortæller Mette Lykkegaard From, trenddaktør, pej gruppen om kommercielle trends og farver til. Foredraget indeholder blandt andet moodboards, farvekombinationer og konkrete anbefalinger til design og indkøb.

Blomster- & plantetrends 2024. Mette Lykkegaard From giver et overblik over de fire største trends i 2024 inden for blomster, planter, krukker, vaser, dekorationer, buketter mv. samt et sneak peek på julens trendtema.

Nøgletrends og forbrugeradfærd. Her giver Louise Byg Kongsholm, pej gruppen en essentiel indsigt i fremtidens forbrug.



Balance og kontraster – som tiden vi lever i



Grafikken der følger trendzonen "New era – a life balance" er også en balancegang mellem den stramme tekst og den organiske, bløde tegning.

Trends og forbrugermønstre ændrer sig konstant, og grænserne imellem brancher og produkter bliver mere udvaskede. Temaet til Spring 2024 er "New Era – a life balance". Det er designstudiet Studio FlyHelsted, der står bag, og de lover en oplevelse af balance og kontraster i både farver, tendenser, styling og nyheder.

Tekst: Pia Finne | Foto: Formland



”Vi tænker positivt. Tiden er kaotisk, og derfor skal vi lære at navigere i en ny æra – i en ny tid, hvor intet længere er som det plejer. Vi må kigge ind i fremtiden med det for øje, og vi må lære at acceptere det som det er”. Det siger Mille Fly, der sammen med Sofie Helsted danner Studie FLYHELSTED, der står bag trendzonen "New Era – a life balance", hvor kontrasten mellem ro og kaos skaber rammerne for tidens trend.

Det handler om et liv i balance. Tiderne er foranderlige, og vi skal balancere i det. "Det er også meget kontrastfyldt, så når der er kaos, skal vi skabe ro", forklarer Mille Fly.

Derfor er "New era – a life balance"-området en visuel oplevelse af kaos i form af et draperet univers, der leder ind til nedslag af rum med stramme udtryk. "Rummene kan være skæve og kantede, med formen på de tre hjemlige oplevelser, vi har skabt, er stram. For hjemmet er stedet, hvor du regenererer dig. Det er her, vi er sammen, hvor det handler om fællesskab, og hvor vi deler og bygger hinanden op og skaber noget nyt. For når vi omgiver os med kaos, bliver det ekstra vigtigt at skabe rolige zoner i hjemmet".

De tre rum, som FLYHELSTED arbejder med er køkkenet – hjerterummet, hvor vi får mad og ny energi, arbejdsværelset – der er et hobby-

væksthus- arbejdsværelse, som appellerer til at kreativiteten kan spire og gro. Og sidst; soveværelset, for søvnen er essentiel for at have ro i sindet.

Kontraster og balance

Mille og Sofie arbejder også med kontrasterne og balancen mellem inde og ude. Kontrasten mellem det naturlige, neutrale og naturens materialer i det fiktive uderum, og de sommerlige tone-i-tone pasteller, der dykkes ned i, når man træder ind i "hjemmet".

"Vi har valgt at arbejde med udvalgte pastel-toner, der får følgeskab af hvidt, creme, beige og natur. En blid, lys sommerpalet, der skaber stemning og rumlige, monokrome farveoplevelser, der står i kontrast til det draperede lag-på-lag. Det maksimalistiske spiller op til det minimalistiske, det vilde står i kontrast til de rolige. Vi skal lære at navigere i modsætningerne, præcis som tilfældet er med tiden i dag".

Men når man omgiver sig med kaos, sker der noget positivt med kreativiteten og innovationen, og det kan man bruge kreativt", mener Mille Fly.

"Derfor kalder vi trend-området for "New era – a life balance". Vi står overfor en ny æra, og de kort, vi har på hånden, skal vi bruge anderledes end før".

FAKTA

I forbindelse med trendzonen "New era – a life balance" vil der være to daglige foredrag, hvor de besøgende kan få sat flere ord på trenden af Mille og Sofie, og samtidig vil der være workshop omkring at "re-do" ting - reparere ved at dekorere.

"Vi vil skabe en workshop, hvor man samarbejder og har det sjovt, for vi appellerer til, at man bruger hinanden. I workshoppen men også i butikkerne, hvor man kan bruge hinanden på tværs af brancher, ved at indgå indkøbssamarbejder eller videndeler. Det er en del af fremtiden", siger Mille Fly, der tilføjer, at deletanken føres videre i cafeen. "Her vil der vil blive serveret "sharing food" under hyggelige lyskæder, der skaber sommervibes og fællesskab i februar.

Fra wellness to wellbeing

Anette Eckmann står bag The Mind Body Soul Retreat på Formland, hvor der er fokus på det spirituelle og på, at man har det godt med sig selv.

Tekst: Pia Finne | Foto: Anette Eckmann



”Det er utroligt vigtigt, at vi har det godt med os selv. Det gælder dem, der ejer butikkerne og dem, der står bag disken. De skal signalere til kunderne, at de har lyst til at være i branchen. For de butikker, der tiltrækker kunder i dag, er dem, der har en god kundeservice, og det er butiksindehaveren nødt til at formidle til sine medarbejdere. For mere end nogensinde handler det om god kemi”. Det siger Anette Eckmann fra Eckmann Studio, der denne gang står bag en række sessioner, der skal give de besøgende på Formland velvære. Her vil bl.a. være en feng shui-session, hvor man kan lære at skabe god energi i butikken og understøtte den forandring og den udvikling, man ønsker. Der vil være clairvoyance og en kakaoceremoni, og man kan tilmelde sig sessionerne helt gratis.

Ifølge Anette Eckmann ser flere og flere nu

også i retning af det spirituelle og alternative. ”Og det kan butikkerne kuratere efter. Find produkter, der tapper ind i den trend; chokolade med alle de gode egenskaber, lækkert sengetøj, der giver en god søvn med videre”.

Hun mener, at i en turbulent tid, med krise, krig og kaos, handler det ikke længere kun om at opnå fysisk sundhed, men også om mental og følelsesmæssig trivsel. Wellbeing er det nye kodeord, der sikrer, at vi som mennesker føler os motiverede og tilfredse i vores liv og i vores hverdag.

The Mind Body Soul Retreat er et sted, hvor man kan lære mere om tidens nye strømninger. ”Jeg skaber et afslappet frirum, hvor man kan reflektere over, hvad det vil sige at være et mentalt sundt menneske i dag. Og ikke mindst, lade op til at møde dine omsorgskrævende kunder med forståelse, positiv og ægte interesse”, siger Anette,

der videre mener, at tiden kalder på følelser, og at man som butiksindehaver skal mærke sine kunders aktuelle problemer og behov. ”Kom kunderne i møde med empati og omsorg. På den måde skaber du en følelse af tilhørsforhold og dermed en motivation til at handle og støtte op omkring din forretning”, fastslår hun, for dem største og mest effektive salgsfaktor, er opmærksomhed og relationer. Kunderne ønsker at købe af personer og brands, som giver dem opmærksomhed og som de føler en form for samhørighed med.

”For at få succes skal du i langt højere grad end tidligere, lære at tage udgangspunktet i modtageren og dennes interesser, livssituation og velbefindende/wellbeing”, mener Anette Eckmann, der også selv holder foredrag på området.



Formland er løftestang

Tekst: Pia Finne | Foto: MCH/Tony Brøchner

11 erfarne mentorer fra erhvervslivet klæder 40 interiør- og designværksættere på til deres videre forretningsfærd i forbindelse med Creators Community – et netværk og forløb, der giver de håndplukkede iværksættere mulighed for at prøve deres produkter og koncepter af over for de tusindvis af danske og internationale indkøbere, som indfinder sig på Formland Spring. Blandt mentorerne finder man Peter Husted Sylvest, der er medstifter og partner i konsulenthuset Simmering Copenhagen, og som ikke er i tvivl om, hvad der er mentorernes fornemmeste opgave.

– Det er helt afgørende at forstå iværksætternes standpunkt og stadie i deres virksomhed og derfra at sikre, at der sættes en realistisk målsætning for, hvordan de kan optræde på messen, og hvem de gerne skal i dialog med, fortæller Peter Husted Sylvest, der finder Creators Community helt unikt og mener, at konceptet er af stor vigtighed for nystartede virksomheder.

– Der er meget få steder, hvor man kan komme i kravlegård og blive holdt i hånden og guidet og få et skub ind på spillepladen, hvor de "rigtige" kunder er. Jeg kender i hvert fald ikke andre messer med samme setup og support. Og kigger man på tidligere års deltagere, så har mange oplevet at få et stempel af kvalitet og potentiale, som har hjulpet med at åbne døre efterfølgende.

Kort sprint med mulighed for wins

Peter Husted Sylvest sammenligner forløbet med en tur til en storby i et nyt land, hvor man ikke kan sproget – også i den situation bliver oplevelsen en anden, hvis man har en guide med sig.

– Selvom forløbet op til messen er et kort sprint, kan vi effektivt og hurtigt skabe mindre wins og give dem en klarhed og retning for at løfte deres forretningsidé til et nyt niveau. Vi mentorer har et stort netværk i branchen og kender en række af de bedste afsætningskanaler, konstaterer Peter Husted Sylvest og sætter nogle ord på, hvad han håber at have opnået med sine deltagere, når vi når frem til Formland Spring 2024:

– De skal gerne have lavet en realistisk målsætning for, hvad de vil have ud af deres deltagelse, og de skal have sat messen ind i deres årshjul som én af de kontakthflader, hvor de er i kontakt med deres målgruppe. Og endelig skal de have en forståelse for, at det ikke kun er de tre dage på standen, der er afgørende.

Tidligere deltager: Fik utroligt meget ud af at være med

Aarhusianske Wabi Sabi Nordic, der producerer møbler og interiør i natursten, deltog i Creators Community tilbage i 2021 og fandt det meget meningsfuldt – virksomheden er da også siden vokset betydeligt med adskillige nye forhandlere til følge.

– Vi fik utroligt meget ud af at være en del af Creators Community – først og fremmest fandt vi ud af, at der var stor interesse for vores produkter, og derudover fik vi uvurderlig feedback fra de mange besøgende. Formland var i det hele taget en meget vigtig øjenåbner i forhold til hele B2B-delen og forhandlerleddet af det at drive en forretning som vores. Det var en rigtig god oplevelse at deltage i messen, og jeg vil uden tøven anbefale Creators Community til alle nystartede designvirksomheder, lyder det fra Stine Rosgaard, der er stifter af og designer i Wabi Sabi Nordic.

Creators Community har sin egen pris, Design Award, der uddeles på messen og foruden pengepræmier belønner de tre bedst bedømte virksomheder med en stand på næste Formland-messe.

Formland Spring finder sted i MCH Messecenter Herning 4.–6. februar 2024. Læs mere om Creators Community på formland.dk

Mød tre af årets deltagere i Creators Community:

Estabraq Al-Jabiri, ejer og stifter, Candle Copenhagen

Hvad forventer du at få ud af at være en del af Creators Community?

– Jeg forventer at blive rigere på en stribe faktorer, der er værdifulde, når man er selvstændig. For det første glæder jeg mig til at forfølge de netværksmuligheder, der er i at møde en masse ligesindede, kreative mennesker – det kan føre til både samarbejder og partnerskaber. For det andet ser jeg frem til at opleve den gensidige støtte, som vi deltagere kan give hinanden via deling af erfaringer, ressourcer og ekspertise på tværs af vores virksomheder.

– Dernæst bliver det spændende at få koblet en mentor på, som guider og vejleder hele vejen igennem – det er jo guld værd, når man gerne vil udvikle sig. Og så er det jo bare fantastisk at få muligheden for at blive eksponeret



På Formland Spring 2024 er der mulighed for at møde en lang række af landets mest interessante interiør- og designværksættere, når Creators Community igen er en del af messen.

Creators Community er igen en del af Formland Spring. 40 håbefulde iværksættere har allerede nu taget hul på deres mentorforløb, der kulminerer med udstilling og prisuddeling på messen.

for et større publikum og dermed få en anden synlighed, professionel vækst og forhåbentlig anerkendelse. Endelig bliver det fedt at være en del af et inspirationsmiljø med en positiv atmosfære.

Candle Copenhagen producerer håndlavede sojavokslys med økologiske bomuldsvæger og økologiske, essentielle olier.

Læs mere på candlecopenhagen.com

af B2B-verdenen. Det kan virke overvældende at komme ind på en messe som Formland, når man ikke har kendskab til eller erfaring med B2B-messer. Det er enormt vigtigt, at en platform som Formland giver tilbage ved at invitere iværksættere ind og bakker op. Det er bæredygtig business.

Kystnær er et mikrosæberi, der producerer håndlavede sæber, shampoobarer og balsamba-

Pia Bresling, ejer og stifter, Libre Fabrics

Hvad betyder det for dig at deltage i Creators Community og eventuelt at vinde Design Award-prisen?

– Som mange andre nystartede har jeg mange forskellige hatte, og langt det meste af det, jeg laver, er learning by doing. Og selvom det er sjovt og lærerigt, så rammer jeg indimellem også en mur af træthed, fordi det er svært og hårdt, og jeg føler mig alene. Så det er vildt fedt, at man i Creators Community møder en lang række folk i samme båd, som man kan sparre og dele erfaringer med.

– Og så er det jo fuldstændig fantastisk at få en mentor tilknyttet – jeg glæder mig så meget til vejledning og sparring. Det giver et kærligt pust i sejlene at være med på så mange forskellige fronter, og jeg glæder mig til at se det hele udfolde sig. Og skulle jeg være så heldig at vinde, har jeg en hjerne, der er ved at eksplodere af produkter, som jeg gerne vil lancere – og at få tildelt en vinder-titel ville helt sikkert fremskynde processen.

Libre Fabrics har base i København og producerer sengetøj i sorona-hør.

Læs mere på librefabrics.com

FAKTA

CREATORS COMMUNITY- MENTORERNE 2024

Maja Bøgh Vinbjerg, NUR Design
Anders Nørgaard, Nørgaard Design
Kathrine Weicker, Erhvervskonsulent
Martin Stoltze, Creos – Product Design
Rikke Røge, Erhvervsrådet Herning & Ikast-Brande
Kurt Sommer, ELKA Rainwear
Peter Husted Sylvest, Simmering Copenhagen
Emilie Mogensen, Emilie Mogensen Co-Creation
Dagmar Top Hastrup, Business Advisor
Lisa Bagge, Business Advisor
Søren Falck Hansen, Simmering Copenhagen

Mette Raun Hollesen, stifter, Kystnær

Hvor vigtigt er det, at der findes et koncept som Creators Community?

– Creators Community og hele teamet bag giver mindre virksomheder mulighed for at blive en del

rer inspireret af kysten og lavet med lokale, kystnære ingredienser såsom tang, hyben og havtorn. Virksomheden ligger ved Haderslev Fjord.

Læs mere på kystnaer.com

Find hurtigt rundt på formland

Få et overblik over hvilke haller, der tilbyder hvad til den kommende messe.

Åbningstider på Formland

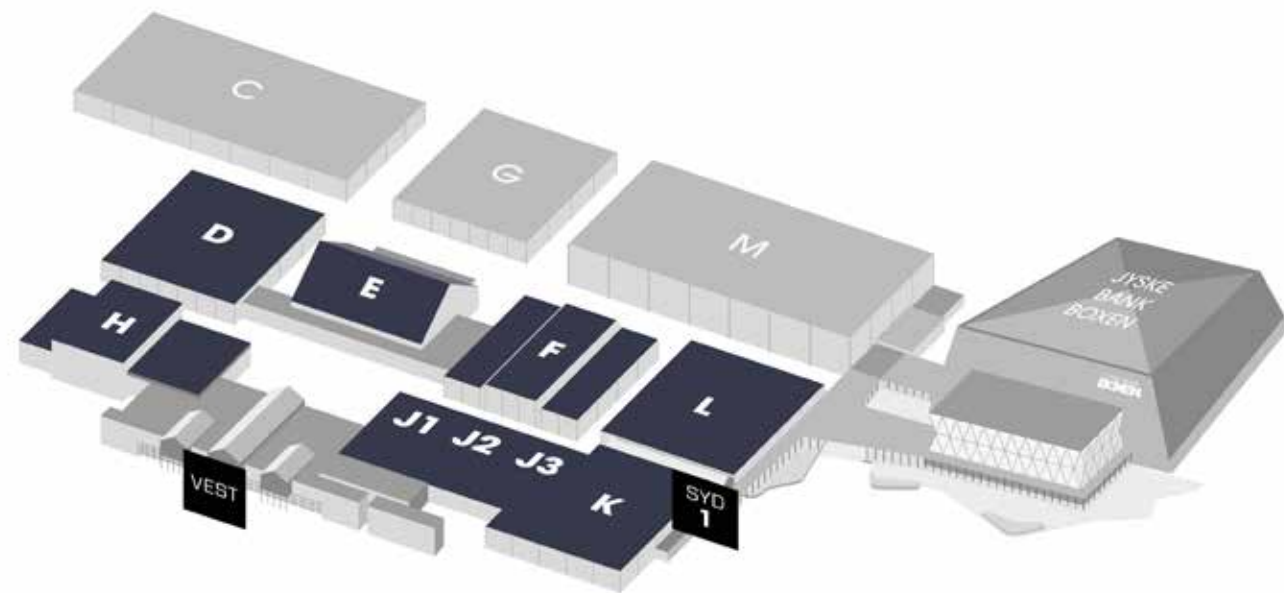
Søndag d. 4. februar 09.00 - 18.00
Mandag d. 5. februar 09.00 - 18.00
Tirsdag d. 6. februar 09.00 - 17.00

Gratis parkering

Når du besøger Formland i bil, er der mulighed for at parkere gratis i gåafstand til MCH Messecenter Herning.
Der findes el-ladestandere på P1.

Find den information du søger

Scan QR-koden og find praktiske informationer



Hall D: Interior
Hall E: Taste
Hall F: Interior + Creators Community
Hall H: Interior
Hall J1: Interior

Hall J1: Interior
Hall J2: Interior + Seasonal Gifts
Hall J3: Garden
Hall K: Garden
Hall L: Fashion



Interior ONE - Hal F

Hal med toneangivende innovative nyheder, originalt trendsættende design og frontløbere med en vision i hal F.



Garden - Hal J3+K

Naturen som omdrejningspunkt. Botanik, ægte blomster- og plante-glæde. Kreativ blomster- og have-dekoration. Smuk og stemningsfuldt spiren til stuen, altanen, terrassen eller haven kan opleves i hal K.



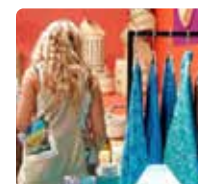
Modern Interior - Hal D

Moderne design med fokus emmen-de af nutidens og morgendagens tendenser, oplev kreativt interiør spækket med farver, kant og skæve detaljer i hal D.



Classic Interior - Hal H

Nostalgisk og tidsløst design, med elegante detaljer og naturlige ma-teriale. Oplev alt fra smukke natur materialer, til kreativt interiør og tekstiler til boligen i hal H.



Fashion - Hal L

Sæsonens nyheder inden for mode og accessories. Trends og tenden-ser inden for tøj, sko, tasker, smykker og øvrige accessories som ligger i hal L.



Taste - Hal E

Pulserende torvehal med nye og unikke smags-oplevelser. Hyggelig markedsplads med fokus på særlige delikatesser. Dygtige fagfolk med passion for mad. Chokolade og slik. Vin, øl, saft, kaffe og te. Olie og delikatesser - gourmetgaver i høj kvalitet som ligger i hal E.



Souvenirs & Gifts - Hal J2

Spændende gaveartikler, souvenirs, gadgets og legetøj. Boliginteriør, dekoration, kreativite pro-dukter og gaveidéer til højtider og andre begi-venheder. Find souvenirs & gifts i hal J2.



Global Interior - Hal J1+J2

Det gode håndværk, crafted i rå og rustikke detal-jer. Fokus på cirkularitet, skulpturelle formsprog og den umiddelbare livsstil. Oplev interiør der favner bredt, til den moderne storby nomade i hal J1 & J2.



Creators Community - Hal F

(Kun på Formland Spring)
Formlands iværksætterevent med udvalgte, krea-tive og talentfulde iværksættere fra Nordeuropa. Oplev de spirende creators i hal F.

Sådan ser farverne ud til AW 2024/25

Tekst: Pia Finne | Foto: Pia Finne/WSGN

WGSN og Coloro har præsenteret deres Key Colors for AW 2024/25. Farverne er skabt på basis af de påvirkninger, man forventer vil drive forbrugerne, herunder fokus på velvære, kreativitet, miljø og teknologi.

Apricot Crush.

FAKTA

WGSN X COLORO

WGSN x Coloro - Partnerskabet, der leverer forudsigelser om årets farve, forener WGSN's ekspertise inden for trendprognoser med Coloro, et globalt farvesystem, der tilbyder fysiske og digitale løsninger, der sikrer farvenøjagtighed. Hver sæson vælger WGSN-eksperter nuancer til virksomhedens prognoser direkte fra Coloros omfattende bibliotek med 3.500+ moderne farver. Sundhedstjek køres ved hjælp af Coloros gennemførlighedsdata for at sikre, at de valgte farver kan opnås på tværs af substrater og opfylder acceptabel fasthed og testresultater. Forventning om opnåelighed sikrer, at spild minimeres i produktionsprocessen.

WGSN, det globale trendbureau inden for forbruger- og designtendenser, og Coloro, der arbejder med farvernes fremtid, har sammen skabt en palet for AW 2024/2025.

Forbrugerne kæmper stadig med igangværende økonomiske, politiske og miljømæssige kriser, og derfor vil følelsen af usikkerhed omkring fremtiden fortsat være en dominerende kraft. Det betyder, at den globale farveprognose er tilpasset de påvirkninger, der vil drive forbrugerne ind i 2025, herunder velvære, kreativitet, miljø og teknologi.

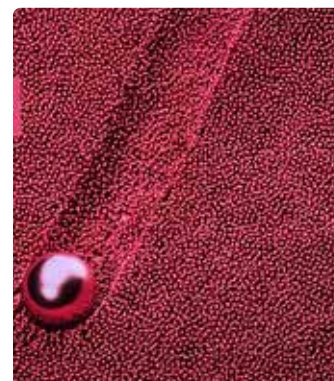
Nøglefarverne for AW 2024/25 er Intense Rust, Midnight Plum, Sustained Grey, Cool Matcha og Apricot Crush.

Clare Smith, der er farvestrateg for WGSN, sagde: "Vores nøglefarver til AW 24/25 afspejler behovet for stabilitet, eskapisme og restaurering. Forbrugerne er følsomme og forsigtige i forhold til fremtiden, og der er behov for farver, der under-

støtter det. Derfor ser vi nuancer, der signalerer stabilitet og tryghed, komme i forgrunden. I kontrast til de tidløse og jordnære nuancer, ses dog også farver, der forbindes med natur og velvære, og sammen bringer farvepaletten en fornemmelse af ro og afslappethed til sæsonen. Endelig ses også en tilbagevenden af farver, der ubesværet kan bevæge sig mellem fysiske og digitale verdener".

Smith tilføjer: "Disse alsidige nuancer har transpersonlig appel, hvilket afspejler vigtigheden af at vælge farveansvarligt, og vi forventer, at de transcenderer ind i 2024/25. Nuancerne kan også fungere i perfekt harmoni med hinanden og kan skabe en komplementær palet, når de bruges sammen".

Sansan Chen, der er administrerende direktør for Coloro, det innovative farvesystem, der anvendes i prognosen, tilføjer: "Vores mission om at opnå "ansvarlige" farver er tydelig på tre måder. For det første forventer vi, at nuancerne vil have



Intense Rust.



Midnight Plum.



Sustained Grey.



Cool Matcha.

langvarig appel og spænde over flere sæsoner i 2024-25. For det andet sikrer Coloros system, at man kan organisere farver efter nuance, lethed og kroma, og at disse nuancer kan fungere i perfekt harmoni og er komplementære. For det tredje har nøglefarverne gennemgået Coloros sundhedstjek i forhold til at bekræfte, at hver enkelt farve er opnåelig med gode testresultater på flere underlag, herunder polyester, bomuld og nylon. Det sikrer, at virksomheder ikke spilder tid eller ressourcer på farver, der ikke er gennemførlige."

Årets farve 2024:

Apricot Crush - 02465-27

WGSN forudsagde først abrikos Crush som en nøglefarve til AW 23/24, hvilket stemmer overens med fokus på en afbalanceret livsstil, der nærer krop og sind. At opprioritere og videreføre den til Årets farve 2024 i form af Peach Fuzz betyder, at vigtigheden af orange som en alsidig, transsæsonbestemt nuance er stor. Som en afspejling af WGSN's engagement i målene for lang levetid og bæredygtighed vil Apricot Crushes egenskaber appellere på tværs af mode, skønhed, interiør og forbrugerteknologi.

Den afbalancerende lyse nuance er en aktive-rende vitamintone, der giver en fuldspektret tilgang til sundhed og velvære. Farven spiller på de naturlige vitamin- og antioxidantrige fordele ved

abrikoser og appelsiner og leger med den skønhed, der findes i naturen. I tider med så meget usikkerhed fortsætter Apricot Crush med at have betydning og fungerer som en farve fuld af håb og positivitet.

Intense rust - 015-33-25

Intense Rust var med i paletten for AW 23/24, og vender tilbage som nøglefarve i paletten for AW 24/25. Den varme og rige nuance af Intense Rust er en brun, der ses på tværs af sæsonerne, og som fremkalder følelser af stabilitet. Denne farve balancerer luksus med en rå, jordagtig kant og bringer minder om jord, fuld af varme og rolige teksturer. Den er inspireret af, at forbrugerne i stigende grad værdsætter bæredygtighed frem for nyhed, videresalgskultur og produkter med langsigtet appel. Farven kommunikerer autenticitet, stille luksus og fremmer en tilbagevenden til klassisk design.

Midnight Plum - 151-22-09

Midnight Plum er en kraftfuld mørk lilla, der forbinder temaer som rumforskning og metaverset. NASAs James Webb Telescope-billeder åbnede muligheden for at opklare mysterier om universets oprindelse, så farver i rummet kunne fanges i vores fantasi. Denne farve er tonet mørk tæt på sort, den hylder mørket og skaber en følelse

af mystik samt gotiske og underjordiske følelser. Det stemmer overens med forbrugernes stigende ønske om eskapisme.

Sustained grå - 035-73-04

Sustained Grey bekræfter den fortsatte betydning af neutrale farver og mere bæredygtige farvevalg, som hylder genanvendelighed og en stræben efter "lige præcis nok". Denne farve repræsenterer det praktiske og pålideligheden og er grundlæggende og "grounded" med en utilitaristisk kant. Det handler om balance og om at bremse ned med denne tidløse nuance, der kan bruges på tværs af sæsoner, og som har langsigtet appel.

Cool Matcha - 055-85-20

Cool Matcha er en tonet pastel med en beroligende og rolig kvalitet. Ved at forbinde natur og teknologi fremhæves vigtigheden af udviklingen inden for naturdrevne bio- og plantebaserede materialer, farvestoffer, pigmenter og energikilder. Da forbrugerne fortsætter med at håndtere følelser af angst og stress, ser man på farver, der kan hjælpe med at berolige sindet og bibringe en følelse af hvile og refleksion. Cool Matcha er en stille, pacificerende bleg nuance med en terapeutisk kvalitet, og er den perfekte kombination af en vegetabilsk grøn og opmærksom pastel.

FAKTA

OM WGSN

WGSN arbejder med forbruger-, livsstils- og produkt designtendenser og hjælper mærker over hele verden med at skabe de rigtige produkter på det rigtige tidspunkt for morgendagens forbruger.

WGSN's forbruger- og designprognoser driver produkt design, hvilket gør det muligt for kunderne at skabe en bedre fremtid. Virksomhedens services tæller forbrugerindsigt, skønhed, forbrugerteknologi, mode, interiør, livsstil, mad- og drikkeprognoser, dataanalyse og ekspertrådgivning.

wgsn.com

FAKTA

OM COLORO

Coloro er fremtiden for farver. Et system, der bakes op af en teknisk forsvarlig tilgang, der giver produkt designsektoren frihed til at skabe og anvende farver. Coloro tilbyder fysiske og digitale produkter, der trækker på et omfattende bibliotek med 3.500 moderne farver og ekspertrådgivning.

coloro.com

*HabiCave kan bruges både
i det offentlige og i det
private rum.*



Alle har brug for et mentalt re-load

”En arbejdsdag uden pauser, påvirker krop og hjerne på samme måde, som hvis man har drukket to genstande”, siger Tina Skaarup Blenstrup, der er en del af teamet bag HabiWe, en dansk virksomhed, som designer og producerer møbler, der understøtter den menneskelige trivsel. Habi®Cave er deres førstelancerede produkt og er et akustikmøbel, som skaber et mentalt frirum i dagligdagen – på job eller i hjemmet.

Tekst: Pia Finne | **Foto:** HabiCave

En interesse for børns trivsel og mistrivsel blev startskuddet for HabiWe, der var på Formland i august, hvor de præsenterede HabiCave for første gang. Kvinden bag Ha-

biWe ApS er designer Anne Mygind, der efter en spændende karriere i tekstilindustrien, særligt på contract markedet, valgte at sadle om. Anne fik nok af forbrugsmentalitet og pro-

duktion i Østeuropa og Kina. Hun begyndte at interessere sig for den stigende mistrivsel blandt børn – og ikke mindst for, hvad man kunne gøre ved det. Hun lavede en række feltstudier og kon-

klusionen var, at en stor del af mistrivsel hænger sammen med støj og kraftig påvirkning af sanseapparatet.

”Børn gemmer sig under trapper og i hjørner for at finde af-skærmning og ro, så det handler i høj grad om at reducere støjen og de mange stimuli, et barn får i løbet af en dag”. Med det som udgangspunkt, designede Anne Mygind akustikmøbet, Habi®Cave”, fortæller Tina Skaarup Blenstrup, der er salgsansvarlig hos HabiWe. Efter en årrække i kontormøbelbranchen valgte hun at uddanne sig til ergoterapeut, for at have det sundhedsfaglige og forebyggende perspektiv på indretning og anvendelse af både redskaber og krop gennem arbejdsdagen. ”Vi skal arbejde for at gøre arbejdsmiljø til sundhedsmiljø”, siger hun.

Annes design er inspireret af japansk origami. Faktisk foldede Anne mere end 70 ”huler”, før hun nåede frem til det rigtige æstetiske udtryk, hvor både statik, æstetik og akustik går op i en højere, samlet enhed.

Formålet med Habi®Cave er, at den kan øge den menneskelige trivsel, med mindst mulig belastning af vores klima og miljø. Annes interesse for, og viden om bæredygtighed, er hele omdrejningspunktet for HabiWes produkt, produktion og mission.

Habi®Cave anvendes i dag både i virksomheder, i hospital-segmentet og på offentlige steder og institutioner samt i private hjem – alle steder, hvor det kan være behageligt eller nødvendigt med et ”private space”, hvortil man kan trække sig og finde ro, uanset om man er barn, ung eller voksen – og uanset om man søger arbejdsro eller en mental re-load.

Feltstudierne gjorde, at Anne gik all-in i processen mod Habi®Cave. Hun valgte at tage en kandidat i Bæredygtighed og Industrielt Design på Kolding Designskole, for at opnå vigtig →



→ viden om bæredygtige materialer og processer - og for dermed at kunne svare kvalificeret på de mange spørgsmål, der blev stillet fra potentielle samarbejdspartnere. Materialerne er up-cyklet PET-plast, FSC-certificeret træ og i produktionen anvendes arbejdskraft fra mennesker på kanten af arbejdsmarkedet.

Habi®Cave er yderst gennemtænkt. Det leveres helt flat-packed, så der ikke fragtes "luft", og Anne har patenteret sin samlemetode, hvor der ikke anvendes hverken skruer, metal eller værktøj. Habi®Cave samles /adskilles i løbet af få minutter. Møblet er derfor også praktisk på steder, hvor der kan være behov for ændringer i indretning eller gøres plads til andre ting.

Fra køb-og-smid-væk til fokus på bæredygtighed

Anne valgte at gå fra en køb-og-smid-væk branche til at være bæredygtighedsorienteret.

"Fokus har fra begyndelsen været at reducere CO₂-aftrykket så meget som muligt, og faktisk er det lykkedes os at reducere CO₂-aftrykket yderligere med 35 pct. fra den første udgave af Habi®Cave til den nye variant, der kom på markedet tidligere i 2023.

Toppen af Habi®Cave er fremstillet af upcyclet PET-plast, i alt går der 148 brugte plastflasker til hver Habi®Cave. Hertil kommer, at alle enkeltdele kan udskiftes, hvis noget skulle blive beskadiget eller gå i stykker i produktets levetid. "At den så let kan adskilles, gør også bortskaffelse og recirkulering nemt og forsvarligt", forklarer



Anne Mygind er kvinden bag HabiWe.

Tina, og hun tilføjer en anden ikke uvæsentlig ting, nemlig at alt materiale bruges. Så når pladen til toppen skæres, bruges resten til både bord og beskyttelsesmateriale anvendt ifm. forsendelse.

Lydreduktion på 33%

Inde i Habi®Cave reduceres lyd udefra med 33%, målt på Danish Sound Hub i Struer. Det gør Habi®Cave velegnet som både "telefonboks", positivt lydisoleringsrum, hvor man kan tanke energi, arbejde eller snuppe et mentalt re-load.

"Holder man ikke pauser i hverdagen, påvirkes hjernen på samme måde, som havde man drukket to genstande", fortæller Tina. I dag plages mange brancher af langtidssygemeldinger på grund af stress og manglende menneskelig trivsel, men kunne man tilbyde medarbejderne muligheden for at koble af mentalt i nogle minutter, kunne man måske undgå nogle af problemerne" oplyser Tina, da undersøgelser

viser, at en del af de faktorer, der kan føre til stress, bl.a. er forstyrrelser og støj fra omgivelserne.

Samtidig ser hun også gode muligheder i receptioner i større virksomheder, hvor de små "huler" kan give ro til besøgende, gæster der venter, og mulighed for både at tale i telefon og holde on-line møder, uden at forstyrre omgivelserne.

Meningsfuld beskæftigelse

HabiWe samarbejder med et socialøkonomisk værksted, hvor mennesker på kanten af arbejdsmarkedet får meningsfuld beskæftigelse, ligesom Tina fortæller, at man har ansat mennesker i arbejdsprøvning, efter fx stress-sy-

gemeldinger.

"Vi skal have mennesket på banen igen på den gode måde. Alle skal opleve succes. Det forsøger vi at bidrage til, og derfor går jeg på arbejde med armene over hovedet hver dag", fastslår Tina, der havde fulgt HabiWe over et års tid, inden hun besluttede sig for at skifte et sikkert job ud med udfordringerne i en lille start-up. "Jeg var simpelthen nødt til at være en del af det", siger hun, som tror på potentialet, trods en vanskelig konjunkturperiode for møbelbranchen.

Responsten har været meget positiv på Habi®Cave, som allerede har vundet flere designpriser. HabiWe mærker dog samtidig de hårde markedsvilkår for lanceringen af et nyt, produkt.

"Vi mærker jo tydeligt, at det er svære tider mange steder". På positivsiden er, at HabiWe har modtaget Årets Iværksætter-pris 2023 i Skanderborg og fået Special Mention-prisen ved Lifestyle Growth 2023 af Lifestyle & Design Cluster.

Derudover var Habi®Cave shortlisted ved Danish Design Award 2021 og prisvinder ved Formland Creators Community Entrepreneur Award 2021.

"Vi ser mange muligheder for Habi®Cave i boligen, hvor den kan være den hyggelige hule, hvor man sætter sig og læser for og med sit barn, eller hvor man selv tager plads med en god bog". For også i privatlivet har man behov for lidt huletid", mener Tina.

I det hele taget ser HabiWe-teamet et stort potentiale for Habi®Cave, både i Danmark og på eksportmarkedet. I dag har man kunder i Norge, Sverige og Australien, og man er i gang mod at etablere forhandlere i Holland og Frankrig.

"Vi satser i første omgang på lande, hvor man er glade for dansk design, og hvor man har samme tilgang til trivsel og arbejdsmiljø, som vi har i Danmark", siger Tina, der tilføjer, at de håber, at HabiWe inden for 1-2 år har ansat en person til at tage sig af eksporten, for som hun siger; "det er jo her, de store udviklingsmuligheder ligger".

Masser af designmuligheder

I dag findes Habi®Cave i fire varianter: Lav og bred samt høj og smal, samt med mulighed for 2 forskellige stel-typer, enten statisk eller vuggende stel. I den lave, brede model kan der sidde 2 personer sammen, hvorfor den er egnet på fx institutioner eller privat.

Den smalle, høje variant passer perfekt i kontormiljøet, på skoler, i lufthavne, på museer, i borgerservice, biblioteket - og alle steder, hvor mennesker færdes og påvirker hinanden.

Habi®Cave fås i 25 forskellige farver, så den kan matche både interiør, stil og evt. logofarve.

Når det glæder CO₂-aftryk og om at gøre en indsats for miljøet og menneskene, er HabiWe med i front.

"Har man ikke styr på det i dag, kommer man slet ikke i betragtning hos de store virksomheder eller som leverandør til offentlige kunder, - så ud over at det betyder meget for os, betyder det også meget i den henseende".

Lige nu er man i gang med at afprøve Habi®Cave på flere hoteller og konferencesteder, i en del åbne kontormiljøer og på skoler. "Vi er altid nysgerrige på effekt hos vores kunder, herunder på forskel i adfærd, trivsel, pause- og støjkultur" tilføjer Tina.



AI skal være en del af fremtidens detailhandel

I en tid præget af teknologiske fremskridt og kunstig intelligens (AI) er spørgsmålet om, hvordan den banebrydende teknologi kan integreres og anvendes i detailhandlen og i øvrigt i andre ikke-tekniske virksomheder blevet mere presserende end nogensinde. Det har vi talt med lektor, Ph.D. på Aalborg University Business School, Roman Jurowetzki om.

Tekst: Pia Finne | Foto: 123rf.com og Roman Jurowetzki

"I butikkerne kunne man forestille sig, at man bliver scannet, når man går ind i butikken, hvorefter man på en opstillet skærm kan se forslag til, hvad der ville klæde én, og med reference til, hvor i butikken, det findes."

ROMAN JUROWETZKI



Roman Jurowetzki.

”At forstå AI's mekanik er afgørende for dens anvendelse. Egentlig kan en implementering af AI sammenlignes med opfindelsen af hjulet. Selvom resultatet er simpelt, er vejen fra opfindelsen af hjulet og frem til at det sidder på en cykel kompleks, og det kræver tålmodighed og forståelse. Og det er et afgørende udgangspunkt at have, hvis man ønsker at integrere AI i sin forretningsdrift”, lyder det fra Roman Jurowetzki.

Inden for detailhandelen er der allerede sket fremskridt. Roman Jurowetzki nævner, virtuelle robotter og automatiserede lagerstyringssystemer som eksempler på, hvordan AI har fundet vej ind i sektoren. ”Det er teknologier, der hjælper med at forbedre effektiviteten og styringen af forsyningskæden. Dog er der stadig udfordringer med at forbinde de virtuelle og fysiske aspekter af detailhandelen”, slår han fast.

Roman Jurowetzki forudser, at vi i de kommende 1-2 år vil se AI-teknologi udvikle sig yderligere i detailhandelen. Han forestiller sig en verden, hvor forbrugerne kan skabe personlige avatarer og prøve tøj og sko online med AI-drevne anbefalinger. Det ville ikke kun forbedre kundeoplevelsen, men også reducere behovet for returnering af varer, fordi forbrugerne kan

få mere præcise anbefalinger baseret på deres præferencer og kropsform.

”I butikkerne kunne man forestille sig, at man bliver scannet, når man går ind i butikken, hvorefter man på en opstillet skærm kan se forslag til, hvad der ville klæde én, og med reference til, hvor i butikken, det findes.

Men også i andre dele af detailhandlen kan AI have en funktion. Bl.a. i forhold til billedgenerering til reklamer og andet, kan man allerede i dag meget.

”Har man et billede, kan man variere kompositionen. Det kan gøres mere dramatisk, efterårsagtigt eller sommerligt. Man kan gøre det mere feminint eller mere eksklusivt. Alt er muligt bl.a. med programmet Midjourney”, fortæller Roman Jurowetzki, og han siger videre, at tingene lige nu går så stærkt, at det, der var vildt og nyt for et halvt år siden, allerede er overhalet med længder. ”Det handler bare om, at man sætter sig ned, leger med det og forsøger sig”, siger han.

Også i virksomheder, der arbejder med indretning og design spiller AI en stadig vigtigere rolle. ”Bl.a. kan man forestille sig teknologien generere visuelle forslag til design baseret på kundens ønsker og behov”, siger Roman Jurowetzki, der tænker videre, for han ser en udvikling med poten-



De tre billeder er AI-genererede. Vi har bedt om at få skabt et billede af moderne boligindretning. Først med et "contemporary" udtryk, så med et nordisk udtryk og sidst med et romantisk udtryk.

FAKTA

Sådan bruger du smartest AI-værktøjer i marketingafdelingen. På Formlands Speak Up-scene kan du høre mere om, hvordan du bruger AI-værktøjerne, når Anita Dalsgaard, specialist og rådgiver i digital strategi og markedsføring fortæller om de uendelige muligheder, der er med AI.

Hør, hvordan man kan tage den enkleste vej til at få gavn af de fremragende AI-værktøjer, der kan klare de mindre spændende marketingopgaver, så man selv kan koncentrere sig om dem, man er mest motiveret for at løse. Oplægget handler om AI-værktøjer, der kan hjælpe dig med indhold til e-mail, website og sociale medier, samt hvad der fremover bliver den vigtigste tendens på sociale medier.



Scan QR og se Foredrag & debatter på Formland Spring 2024

→ tiale til at revolutionere designprocessen ved at effektivisere den og samtidig opfylde kundens forventninger til personalisering.

"Det gamle køkken kan erstatte med et nyt i AI, hvis man lægger billeder og en skitse ind, man kan sætte en sofa ind i boligen for at se, hvordan det ser ud, og reelt kan man forestille sig, at man kan lægge sine mål på stuen ind online, hvorefter man kan logge ind på en butik, vælge de forskellige ting, man ønsker sig, og se dem i sin bolig. Med andre ord kan AI blive en personlig indretningsrådgiver".

ChatGPT kan skrive tekster

Skal man som detailvirksomhed have skrevet små tekster til annoncer, til sit website eller andet, er ChatGPT allerede er godt bud, og Roman Jurowetzki foreslår, at man bruger det ad hoc, for det sparer let en medarbejder for de 15 minutter, det kan tage at skrive en kort tekst

til et webshop.

Og også her bliver modellerne bedre og bedre, og de kan mere og mere. De kan skrive koder, oversætte tekst, læse korrektur og skrive. Men det handler i høj grad om at være meget præcis omkring, hvad man beder ChatGPT om. Jo flere specifikke instrukser, man giver, jo bedre resultat får man.

I øvrigt kan man også bruge ChatGPT til at gøre kundeinteraktionen mere menneskelig på hjemmesiden, siger Roman Jurowetzki. "Chatten kan bl.a. svare på spørgsmål som: Jeg skal på vandretur i Sverige, hvilken vandrestøvle skal jeg vælge? Herefter kan chatten fortælle, hvilken vandrestøvle, der lever op til de funktioner og krav, kunden stiller, og giver man videre information om fodens form, kan den rådgive endnu mere specifikt: Skal støvlen være bred eller smal, skal den bruges i kule eller varme, hvor langt skal man gå i dem o.s.v."

AI i årene frem

På spørgsmålet om, hvordan AI-landskabet forme sig i de kommende fem år, svarer Roman Jurowetzki:

"AI's relevans vil kun stige, og teknologien bliver uundværlig også for almindelige virksomheder og individer. AI-modeller vil blive stadig bedre til at håndtere en bred vifte af opgaver; fra oversættelse til kodegenerering, billedgenerering, tekstredigering og de mere rugbrødsprægede opgaver i en virksomhed som timeoptælling med meget mere".

Det juridiske aspekt af AI inklusive spørgsmål om ophavsret og ansvar vil også udvikle sig, og Roman Jurowetzki nævner, at der stadig er usikkerhed omkring, hvordan AI-genererede billeder og indhold skal håndteres og beskyttes.

"Det er et område, hvor både lovgivning og praksis stadig er under udvikling. F.eks. har amerikanske domstole lige nu meldt ud, at man

ikke kan få copyright på AI-genererede billeder. Men der vil helt sikkert komme rigtig mange prøvesager over de kommende år", siger han og slår slutteligt fast:

"Lige nu er alle i en venteposition. De store tech-virksomheder som Google vil komme med deres version af AI, og der investeres generelt kæmpestort i teknologien lige nu. Så der er ingen tvivl om, at AI allerede er godt i gang med at finde sin plads i både detailhandelen og i ikke-tech baserede virksomheder. Forståelsen af teknologiens mekanik og potentiale er afgørende for en vellykket integration. Men med den eksplosive udvikling, vi ser ind i inden for AI er der ingen tvivl om, at teknologien vil spille en stadig større rolle i detailhandelen som i alle andre sektorer, og at teknologien vil skabe nye muligheder for at forbedre processer, personalisere kundeoplevelser og øge effektiviteten".

HOME OF
CONSUMER GOODS

ambiente

26.–30. 1. 2024
FRANKFURT / MAIN

christmasworld

26.–30. 1. 2024
FRANKFURT / MAIN



creativeworld

27.–30. 1. 2024
FRANKFURT / MAIN

CELEBRATING BUSINESS TOGETHER

Her kan du opleve mangfoldighed, få nye idéer og udnytte synergier. Efter den succesfulde premiere i 2023 vil de tre førende fagmesser, Ambiente, Christmasworld og Creativeworld endnu engang finde sted samtidigt i Frankfurt i 2024. Mød hele branchen på verdens største event for sæsondekorationer, DIY-produkter og forbrugsgoder til alle former for livsstil.

Til inspirerende oplevelser!
consumergoods.messefrankfurt.com

dimex@dimex.dk
Tlf. 39 40 11 22



messe frankfurt

Håndlavet keramikpotte

2Have er klar med en smuk håndlavet keramikpotte på Formland.

"Pear" er en elegant keramikpotte besat med små håndlavede pærer i to flotte grønne farver. Den unikke håndværksmæssige kvalitet skaber et lille kunstværk, der tilføjer friskhed og naturlig skønhed til enhver indretning. Ideel til at fremvise planter eller blot som dekoration.

Udstiller på Formland

www.2have.dk



Et grafisk touch

Forskøn gulvene med de alsidige og stilfulde All-Round måtter og løbere fra Mette Ditmer.

Deres subtile nuancer, grafiske mønstre og bløde touch bringer en moderne æstetik til disse praktiske måtter. En uundværlig tilføjelse til hjemmet, de byder gæster varmt velkommen.

Formland stand F 5004

www.metteditmer.dk



Smukke naturfarver

B GREENS Mira-krukke blev taget flot imod i efteråret 2023, og fra foråret 2024 er den også at finde i høj udgave hos B GREEN. Mira er en robust, cylinderformet krukke, der fås i tre naturlige farver – Antique Terracotta, Choko Patina og Light Choko Patina.

Den er tilgængelig som sæt á to krukker i alle tre farver.

Krukkerne kan ses på B GREEN standen på Formland.

Formland stand K 8153

www.bgreen.dk

Unik udformning, let elegance

Ania vasen er kendetegnet ved sit smukke kurvede design og sin unikke hals og åbning, som tilføjer en buet og elegant æstetik til vasen og rummet, der bærer vasen. Ved at placere en enkelt blomst i vasen kan der skabes et minimalistisk udtryk, eller den kan indtage pladsen som midtpunktet i rummet med en smuk buket. Mulighederne er talrige.

Ania vasen kan placeres på et lille sidebord, et smukt spisebord, en kommode eller en smuk reol, og den vil tiltrække opmærksomhed med sit enkle, men alligevel enestående design. Vasens størrelse gør den også ideel til at bruge på et mindre bord i et køkken eller en restaurant m.m.

Ania vasen er som alle keramikprodukter fra OOHH Collection produceret af 30% genanvendt keramik, den er håndlavet og produceret ved brug af solenergi og vandgenanvendelse.

Oplev Ania vasen i tre smukke farver på den kommende Formland messe.

Formland stand J1 7118

www.lubechliving.com



Nærende frisk

Kystnærs shampooer fra Neutral-serien er lavet på en blanding af lækre, overvejende økologiske olier, som nærer og plejer håret fra hårbunden og helt ud i spidserne.

Shampooen skaber et fyldigt og blødt skum, som gør, at man kun behøver at bruge ganske lidt produkt til hver vask.

Udstiller på Formland

www.kystnaer.com



Tidløs toast



Toastholderen fra Stelton, er en del af 'Cylinda-Line' service, som blev skabt af Arne Jacobsen i 1967. Den tidløse toastholder i rustfrit stål har en karakteristisk cylinderform med håndtag som forlængelser til støtterne i hver ende.

Udstiller på Formland

www.stelton.dk

Lad hyggen være fremtidens minde



Tag med på rejsen til det autentiske sammen med Casa Jada, og oplev en verden af unikke håndmalede keramikprodukter.

De håndmalede keramik udstråler kvalitet, kreativitet og farveglæde, og Casa Jadas kollektioner kombinerer traditionelt håndværk med moderne designs – udført af dygtige kunsthåndværkere i Spanien.

Farverne er en del af DNA'et, og det samme er glæden i at samskabe og ny-tænke spanske traditioner og det skandinaviske design.

Herudover kan man med Casa Jada selv få indflydelse på farvevalg og detaljer, der passer til præferencer og kollektioner.

Formland stand E 4270

www.casajada.dk

Lys skaber hygge

Der er masser af muligheder for at skabe hygge med levende lys, og by Legarth har de fineste lysestager, der kan passe ind i enhver indretning og stil. Herudover kan flere sættes sammen, så der kan skabes den lysinstallation, man ønsker.

Formland stand H 6282

www.bylegarth.dk



Genopfindelse af håndsæben

Håndsæbekoncentrat, der både reducerer CO₂ udledning ved transport og forbruget af éngangsplast, og som samtidig bliver til en kvalitetshåndsæbe efter opblanding med vand. Konventionelle flydende håndsæber er tilsat op til 90% vand, og vi har jo selv vand hjemme i vores vandhaner. Forbrugere kan selv mixe deres flydende håndsæbe derhjemme. Med blot 27 gram pulver får man 340 ml lækker flydende håndsæbe.

Mød Re Essence på Formland stand F 5492

www.reessencecare.com



Skøn farveleg

Pip Studio er eksperter i farver. Og foråret og sommeren 2024 er ingen undtagelse. Her spilles på de pink og orange toner i flotte blomstermotiver, der får soveværelset til at leve.

Pip Studio er også eksperter i at mikse mønstre som her, hvor de store, farverige blomster spiller flot op til de enkle striber på den anden side af det to-sidede sengetøj og med et matchende sengetæppe.

Se Pip Studio hos Eurotex, Formland stand H 6336

www.eurotex.dk



Agnete-krukken i glaseret udgave

Agnete-krukken har været i B GREEN -sortimentet længe og er en elsket klassiker imellem de naturligt patinerede lerkrukker. Fra foråret 2024 er den tilgængelig i en glaseret version i et farvemix af skønne pasteller.

Agnete – Pastel Mix består af fire farver: Dusty Rose, Dusty Blue, Beige Green og Matt Honey.

De glaserede krukker kan ses på B GREEN standen på Formland K 8153

www.bgreen.dk



Skønne farve- og mønstermix

Der kan dækkes det mest sommerlige og skønne bord, når Pip Studio står for opdekningen med stel i lavendel og off-white og med et herligt miks af mønstre, der på sin helt egen måde både skaber kontraster og spiller sammen.

Til stellet hører både tallerkener i forskellige størrelser, kopper, fade, skåle og matchende servietter, så kun fantasien sætter grænserne for kreativiteten og mønsterlegen.

Se Pip Studio hos Eurotex, Formland stand H 6336

www.eurotex.dk



Velkommen til uderummet



Florian Kallus og Sebastian Schneider, som står bag det tyske design-studio kaschkasch, skabt den nye møbelserie Yua for tyske blomus.

Serien består af et spisebord og to mindre caféborde med matchende stole, samt en lounge-stol, to sideborde og en bænke – alt sammen i det samme enkle og funktionelle formsprog, der er karakteriseret ved en konstruktion af let buede overflader, der møder et skelet af brede rør.

Yua, som betyder forbundethed på japansk, kommer i to farver: en lys silke-grå og en mørk granit.

formland stand F 5148

www.blomus.com

Glassets magi

Den tyske designer Sebastian Herkner står bag blomus' nye bordlampe Iris. Lampen er resultatet af over tyve års faglig fordybelse i formgivning af netop glas – og det gør den til den perfekte debut for den tyske designvirksomhed. Designerens forståelse af materialets natur og muligheder har givet Iris-lampen sin unikke identitet: en kugleformet skærm, der er som en perfekt afrundet boble, som kan fremstå både massiv og transparent alt efter lysets styrke, hvilket på én gang viser materialets skrøbelighed og styrke.

Glassets indre er fyldt med små svævende, transparente bobler, der især viser sig, når lampen er tændt, og som sender tankerne i retning af luftbobler, der stiger op igennem oplyst vand.

Den runde skærm hviler på en cylindrisk base af aluminium, som fås i en mørk gun metal og en kølig, børstet stål.

Formland stand F 5148

www.blomus.com



Miljögården Sweden

Besøg os på Formland 4.-6. februar

Miljögården er leverandør af indretningsdetaljer til Hus och Have. Vores kollektioner er skabt med inspiration fra Skåne landskabet. Oplev vores kollektion på stand K8136.

Velkommen til miljogarden.com

Sengetøj med designikoner



Stel i smukke nuancer

Ib Laursen har dækket op til forårsfrokost eller middag i skyggen med det fine stel i smukke nuancer, der kan matches sammen eller bruges tone-i-tone. Borddækningen kan fuldendes med fine vaser, glas og servietter i stof, så der kan skabes en smuk helhed.

Find Ib Laursen på Formland stand H 6110
www.iblaursen.dk



Skønne og funktionelle

House Nordics nye sortiment af smukke og funktionelle accessories inkluderer dekorative vaser og lysestager, praktiske opbevaringsløsninger og bløde tekstiler til hjemmet.

Alle inspireret af naturens materialer.

Sortimentet af nye vaser, lysestager og krukker i keramik og cement kommer i flotte organiske former i et væld af forskellige teksturer.

Fx de fine keramiske blomster, som både kan bruges til småopbevaring og fyrfadslys, eller den karakteristiske vase – hvor blomster er valgfri, da den er dekoration nok i sig selv.

Udstiller på Formland
www.housenordic.dk

Brainchild præsenterer sengetøj, der er satinvævet i 100 % bomuld, hvilket giver en blød og eksklusiv fornemmelse. Sengetøjet er dekoreret med Brainchild Designikoner; bogstavelige fortolkninger af danske møbelklassikere i en ikonisk udgave. Heriblandt fortolkninger af Ægget, Koglen, Svanen, Dråben, Bamsen og Myren.

Sengetøjets grundfarve er hvid, og det er prydet med små grønne designikoner i et flot og harmonisk mønster, hvilket skaber et roligt udtryk i soveværelset. Sengetøjet fås i tre størrelser 140×200 cm, 140×220 cm og 200×220 cm.

Udstiller på Formland
www.brainchild.dk



OOhh lancerer ny miljøvenlig udendørskollektion



OOhh's lancerer deres nye spændende ANNA outdoor friendly og miljøvenlig kollektion.

Anna potterne er fremstillet af et mix af naturlig latex og genanvendt savsmuld, som man kender det fra OOhh's WOOD'z serie.

Anna serien er et vigtigt skridt hen imod et mere bæredygtigt havebrug. Havelivet fortsætter med at omfavne nye miljøvenlige løsninger, og de innovative potter bidrager til en grønnere og mere bæredygtig fremtid, og ved at vælge en af OOhh's udendørspotter lavet af naturlig latex og genbrugt træstøv kan haveejere spille en aktiv rolle i at bevare miljøet og samtidig nyde naturens skønhed i deres egen baghave.

Anna serien kan også anvendes indenfor.

OOhh findes på Lübech Living-standen,
Formland stand J1 7118
www.lubechliving.com

Muslingeskal til smykker

Original design af MADE ByChrillesen. Muslingeskallen er 100% originalt design, designet i Danmark.

De søde muslingeskaller er formet som små skåle, og de er derfor rigtig gode til at opbevare de fine smykker på natbordet, eller som saltkar i køkkenet. Uanset hvad man vælger at bruge muslingeskallerne til, får man et unikt, dansk og bæredygtigt design ind i dit hjemmet.

Formland stand F 5574
www.bychrillesen.dk



Bad til fuglene

Fuglene skal også nyde foråret og sommeren, og derfor har Miljögården skabt et minifuglebad, der kan stå fint i havens potter, så man kan nyde de små forårsbebudere på tæt hold. Fuglebadet er i metal og kan rumme lige den mængde vand, der skal til for at de småfuglene kan nyde det i fulde drag.

Formland stand K 8136
www.miljogarden.com

Traditionsrig vase



Med passion for karakteristisk design, traditionelt håndværk og unikke detaljer, designer og skaber Specktrum moderne og luksuriøst boliginteriør. Den filosofi går igen, når man kaster øjnene på deres nye Penelope-vase i mundblæst amber.

Vasen er med sit geometriske formsprog og moderne mønster designet til at være et centralt design element i hjemmet hele året rundt – uanset blomstertrend og sæson.

Penelope er produceret i Europa, hvor dens mundblæste teknik er et gammelt og rigt håndværk, der er gået videre i generationer.

Formland stand D 3260
www.specktrum.dk



Skummende og økologisk

Kystnærs sæbebar er en blød og skummende sæbe, lavet på en base af økologisk kokosolie, sheasmør og koldpresset dansk økologisk rapsolie fra Nyborggaard.

Den kan bruges på hele kroppen, som en kropssæbe, men er også helt ideel som håndsæbe. Man kan med fordel også komme sæbebaren i en sæbepose i hør, til eksfoliering, der efterlader huden blød og lækker.

Tangen i Kystnærs sæbebar er høstet i Lillebælt ved udmundingen af Haderslev Fjord og er tilsat er peppermintolie, som giver en diskret, men dejlig duft.

Udstiller på Formland
www.kystnaer.com



En klassiker



Hygge og varme er lige ved hånden med denne serie af høje slanke gulvlysestager i jern fra Trademark Living. Det slanke og enkle jernstativ giver et moderne og tidløst udtryk, der passer til enhver indretningsstil. Placer lysestagen ved din bedste loungestol, i hjørnet af stuen eller i soveværelset for at skabe et varmt og indbydende rum. Dean-stagerne fås i tre højder 60 cm, 75 cm og 90 cm.

Kan ses på Formland, stand J 7156
www.trademarkliving.dk

Skønne potter

Miljögården er på Formland med en helt ny serie potter til haven. Potterne findes i forskellige former og størrelser. Dekorationen er enkel og smuk, og leder tankerne lidt hen på datidens storslåede romerske krukke. Så der er masser af muligheder for at skabe en skøn stemning i haven i foråret og sommeren.

Kan ses på Formland, stand K 8136
www.miljogarden.com



Ud i det fri

Tabi, en del af Steltons To-Go-serie, er skabt af den japanske designer Kazushige Miyake, som er uddannet på Tama Art University i Tokyo. Tabi-serien omfavner naturens organiske former og inkluderer drikkeflasker og drikkekrus, der er perfekte til udendørs eventyr.

Udstiller på Formland
www.stelton.dk

To i én

Across-puderne fra Mette Ditmer har betræk, der er dobbeltsidede, og som dermed giver mulighed for med lethed at ændre looket og stemningen i hjemmet.

Formland stand F 5004
www.mettetditmer.dk



Fugtgivende god mod miljøet

Balsambaren fra Kystnær er lavet på nærende, fugtgivende ingredienser for håret. Den har en koncentreret formular, som gør, at der kun skal bruges ganske lidt ved hver vask.

En balsambar er et plastfrit alternativ til flydende balsam på flaske, som med sin faste form tager hensyn til miljø og klima. Balsambaren er også ideel som en fugtgiver til huden på grund af dens dybdegående olier.

Udstiller på Formland
www.kystnaer.com

Træd ind i en drømmende vibe

I foråret og sommeren 2024 hylder Lene Bjerredet empathiske og rolige. Hvert forår bringer nyt håb, og kollektion afspejler denne fornelse, lyder det. "Vores designs inviterer til visuel meditation med bløde, rå teksturer, elegante former og en stringent skønhed. Denne stilfulde elegance, tilsyneladende uvidende om sin skønhed, udstråler empati og ro".

Det handler om følelsen af strandens harmoni, forankret i et paradisisk miljø, hvor følelsen af lykke venter.

Farvepaletten indeholder rene, neutrale nuancer som rose, perlemor, cashmere og sand, der skaber en fredfyldt oase midt i kaos. Blå toner genskaber havets rolige essens og bringer det beroligende hav hjem til forbrugeren.

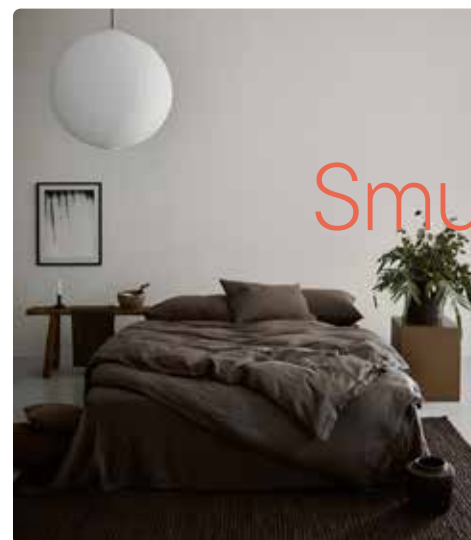
Kan mødes på Formland stand K 8160
www.moodfolk.com



Smukke jordfarver

Tell Me Mores kollektion er en kombination af jordfarver og mønstre kombineret med en elementær skandinavisk stil. Til sæsonen SS24 ses flere nyheder i toner af blå, beige og nuancer af brun. Smukke tæpper lavet i hånden i 100% europæisk og newzealandsk uld, og bordskånere og servietter i kraftig hør, der giver tekstur til køkkenet og glæde i hverdagen. Her ses også nye glasvaser til naturens grønne planter, og glas og karafler skabt af genbrugsglas. Herudover findes en ny havblå farve i serien Marion, pudebetræk med blokprint og mange andre ting og dekorationer til hjemmet.

Udstiller på Formland
www.walnutstreet.dk - www.tellmemore.se



Lys til hyggen på middagsbordet

Lysestagen er 100% originalt design af MADE ByChrillesen. Stagen står med sine lige linjer og samtidig med runde former perfekt til at skabe hygge på middagsbordet. Lysestagen er blandt andet designet, så den ikke fylder for meget på et opdækket bord, derfor går den op i højden så man kan nyde det smukke design. Brug gerne lysestagen i par eller tre sammen for at skabe et unikt og levende udtryk.

formland stand F 5574
www.bychrillesen.dk



En lysestage med muligheder

Med IV.AURORA fra By Legarth har man alle muligheder i verden – om det er hen ad spisebordet eller i vindueskarmen. Man har også muligheden for at tage et led af stagen og gemme den til langbordet.

Lysestagen er nemlig opdelt i små lysestage, som man kan tage af og sætte på, som man vil
Formland stand H 6282
www.bylegarth.dk

Udover det sædvanlige



Liva er Specktrums seneste kollektion af moderne lysekroner med det ikoniske harlequinglas.

Liva 21 består af 21 mundblæste glaskugler på en metalramme, som tilsammen skaber en smuk, tæt lampesky. Der er to forskellige størrelser på glaskuglerne, som giver lysekronen en legende og unikt udtryk.

Formland stand D 3260
www.specktrum.dk

Børnemøbler med kvalitet

Det danske designbrand, Oaklings Copenhagen, insisterer på, at design til børn bør vægtes lige så højt som design til resten af boligen. Designbrandets børnemøbler skal have en kvalitet og et tidløst design, så de kan holde hele barndommen og endda gives videre til næste generation.

Netop derfor har Oaklings Copenhagen har netop modtaget en Special Mention i kategorien "Excellent Product Design - Furniture" med børnestolen Storm Kid's Chair vinderne i den internationale German Design Award 2024.

Inspirationen til kollektion kommer fra det gode håndværk i gamle dage, hvor børnemøbler var fremstillet i solide materialer og havde en lang levetid. Men også fra en tid, hvor børnemøbler var designet af anerkendte arkitekter i et klassisk design på lige fod med resten af hjemmets indretning.

Det er den kompromisløse tilgang til såvel kvalitet som design, der kendetegner Oaklings Copenhagens kollektion, og som gør, at møblerne forbliver relevante og forhåbentlig værdsat gennem flere generationer. Storm Kid's Chair er designet til børn i alderen 3-6 år. Stolen står meget stabilt, og den dampbøjede ryg og det lave armlæn giver optimal støtte til barnet.

Oaklings kan man møde på Formland stand F 5698
www.oaklings.dk



Blid sommerstemning

Ib Laursen er klar til at præsentere sin nye kollektion for den kommende forårs- og sommersæson med et meget stort udvalg af nye varer. Flere af de nye varer er håndlavede eller har håndlavede detaljer, hvilket giver dem en helt særlig charme og sjæl.

Når solens stråler begynder at varme, indbyder den nye kollektion til at skabe det perfekte udendørs fristed. Forestil dig solrige stunder på stranden, hvor solsejl og parasoller indrammer dagene på fineste vis, mens bølgerne ruller ind langs kysten.

I den nye kollektion findes også på masser af skønne tekstiler - quiltede i luksuriøs kvalitet, sengetøj, håndhæklede tasker, mønstrede viskestykker og stofservietter med yndige broderier.

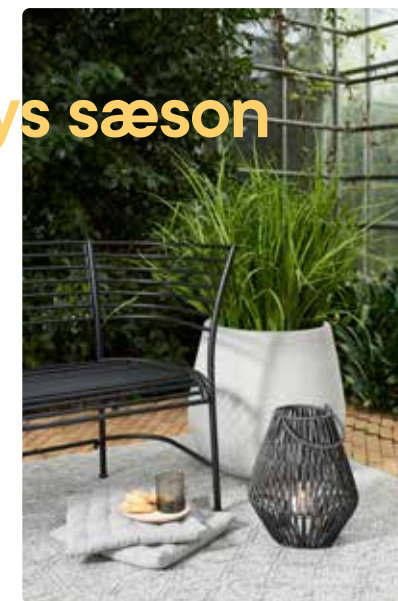
Find Ib Laursen på Formland stand H 6110
www.iblaursen.dk

Velkommen til en ny lys sæson

Foråret er over os, og det bringer en følelse af fornyelse og foryngelse. Efterhånden som dagene bliver længere, og vejret bliver varmere, er det tid til at omfavne naturen og få mest muligt ud af solskinnet. I den forbindelse introducerer Lauvring sin nye udendørs kollektion.

Det udendørs rum er lige så vigtigt som det indendørs. Uanset om man har en have eller en lille balkon, kan det at skabe et udendørs opholdsområde med komfortable møbler, pottedplanter og det bløde lys fra en lanterne give en perfekt flugt fra hverdagens stress og jag. Denne sæson har Lauvring sammensat et udvalg af urtepotter, havemøbler og haveindretning, der kan forvandle uderummet til en sommeroase.

Produkterne kan ses på Formland stand K 8160
www.moodfolk.com



Genanvendt kunst



Donna di Teatro er Noejes første kollektion af unikke kunstryk, tegnet af den danske designer Camilla Holm Pallesen. Hvert eksemplar er signeret og nummereret i hånden.

Kollektionen er trykt på håndlavet papir fra Danmark, hvert kunstryk vil derfor være helt sit eget, med mindre variationer i papirets udseende og tykkelse. Designvirksomhedens kunstryk laves i samarbejde med den fynske

virksomhed Papirværk, som fremstiller papiret i hånden af genanvendt papiraffald uden brug af lim, kemikalier eller træfibre.

På den måde arbejder parterne sammen om at skabe smukke kunstryk af papirrester, og dermed mindske papirspild. Papiret får en lækker taktil overflade, med små nister der fortæller historien om et naturmateriale i cirkulation.

Formland stand F 5038
www.noeye.com

En svunden tid

J107-stolen af Poul M. Volther blev designet tilbage i 1950'erne under hans tid som leder af FDB Møblers tegnestue.

Noeje har fundet tilbage til de gamle originale maskiner fra 50'erne. Stolene produceres således på de selv samme maskiner, som blev udviklet specielt til J107 og de andre FDB-stole.

Stolen er lavet af nøje udvalgt bøgetræ, hvilket skaber et unikt møbel, hvor hver stol vil være sin egen i træets åretegninger og struktur.

Linolien som giver stolen sin smukke farve laves i Danmark hos den sønderjyske virksomhed Linolie & Pigment. Håndværksvirksomheden fremstiller olien ud fra traditionelle teknikker og af gode råvarer, hvor der værnes om de gamle håndværks-processer og dyder fra en svunden tid.

Formland stand F 5038
www.noeye.com



Sage®

the Perfect Press™

NO
SQUISH!



the Perfect Press™



Kontrolleret tryk

Hængsler med modvægt giver mere nænsomt ristede sandwich.



Højdekontrol

Justerbar højdestyring sikrer den helt rigtige højde til at smelte og brune sandwich.



Non-stick

Premium PFOA-frie stegeflader.



Pladsbesparelse

Kompakt, lodret placering til opbevaring efter brug.

Forbehold for trykfejl

witt

www.witt.dk

Nyheder

Moderne elegance

Polstrede loungestole i læder er et klassisk valg til ethvert hjem. De to nye loungestole fra Trademark Living i bøffelskind tilbyder både komfort og elegance. Stolene repræsenterer forskellige stilarter inden for design af polstrede loungestole i læder, men deler den fællesnævner at de osrer af kvalitet og komfort. Uanset om man foretrækker det moderne eller det traditionelle, er en læderloungestol en tidløs tilføjelse til ethvert hjem.

Kan ses på Formland, stand J 7156
www.trademarkliving.dk



Slå dig ned

House Nordics nye, bløde loungemøbler fungerer ikke blot som smukke statement pieces i indretningen, men inviterer også til slå sig ned – og blive siddende. Mykonos er en elegant daybed, som vil klæde ethvert hjem – uanset om det bliver som hjørnemøbel eller fritstående.

Daybeden sælges med en pude i matchende stof, men kan med sin lyse naturfarve nemt styles med de puder og tæpper, som matcher i den øvrige indretning.

Udstiller på Formland
www.house nordic.dk



Naturens farver

Steltons helt nye Emma-serie er skabt med inspiration fra den danske stentøjstradition og naturfarver. Den er designet med en slidstærk glasur og har en elegant mat finish på ydersiden, der giver koppen et råt og eksklusivt udseende. Med sit ovn-, mikroovn- og opvaskemaskinesikre design er det som skabt til hverdagen.

Udstiller på Formland
www.stelton.dk



Farverig nyhed fra aida udstråler ren livsglæde

Hvis du godt kan lide at sætte kulør på hverdagen, er det nye stel Life in Colour – Confetti fra aida et must. Det farverige stel består af otte forskellige dele i porcelæn – seks hoveddele og fad samt serveringsfad.

Tanken bag stellet har været at sprede livsglæde og bringe det gode humør direkte ind på spisebordet, og den markante farvepalette er udviklet af et dedikeret dansk designteam i samarbejde med den verdenskendte, farverige, industrielle designer Karim Rashid. Det har resulteret i 10 udvalgte farver, der giver dig muligheden for at mikse og matche præcis, som du ønsker.

Confetti-stellet giver muligheden for et sceneskift. Det kan være, man til dagligt bruger tallerkenerne i en eller to farver, men så supplerer med en tredje i forbindelse med en højtid eller andre anledninger, hvor det er på sin plads at lave et sceneskift.

Trine Kjær inspirerer til en farverig livsstil

aida har ikke kun samarbejdet med Karim Rashid om Life in Colour – Confetti, de har også allieret sig med den danske content creator, indretnings ekspert og Confetti partner Trine Kjær, der i en ny kampagne giver inspirerende eksempler på, hvordan du kan anvende farverne i et klassisk, nordisk hjem.

Partnerskabet er en kærligheds-erklæring til farver og borddækning, en passion som Trine Kjær har haft, siden hun var barn. Hendes kærlighed til farver stammer bl.a. fra barndommen, hvor hendes farmor var



Trine Kjær er Confetti partner og en af Danmarks førende indretnings eksperter og content creators. På @trinekjaer og @aida_lifeincolour kan du se forslag til styling af det nye stel.

en ihærdig keramiksamler, og hun kunne bruge lang tid på at kigge på de enkelte dele i farmorens skabe.

aida fejrer 70 års jubilæum

Lanceringen af Life in Colour – Confetti falder sammen med, at aida kan fejre 70 års jubilæum. Det danske firma er stadig familieejet og har siden sin start i 1953 skabt tidløse stel og kollektioner med kvalitet og kreativitet i centrum.

Man udvikler konstant nye teknikker til produktionen, og i forbindelse med Confetti er hemmelighederne bag de fine farver bl.a., at stellet brændes ved 1.300 grader, og at farven er iblandet glasuren. Det betyder, at man kan se porcelænets fine, hvide farve bryder igennem på reliefferne, hvilket giver et let og delikat udtryk. ed 80 forskellige dele, er der rig mulighed for at begynde at samle på stellet.

Life in Colour – Confetti er et nyt stel fra designhuset aida, der er udviklet i samarbejde med stjerne designeren Karim Rashid. Farverigdom og humør på livet er i centrum, og indretnings ekspert og content creator of Confetti partner Trine Kjær viser, hvordan det kan styles bedst.

Tekst & foto: aida a/s

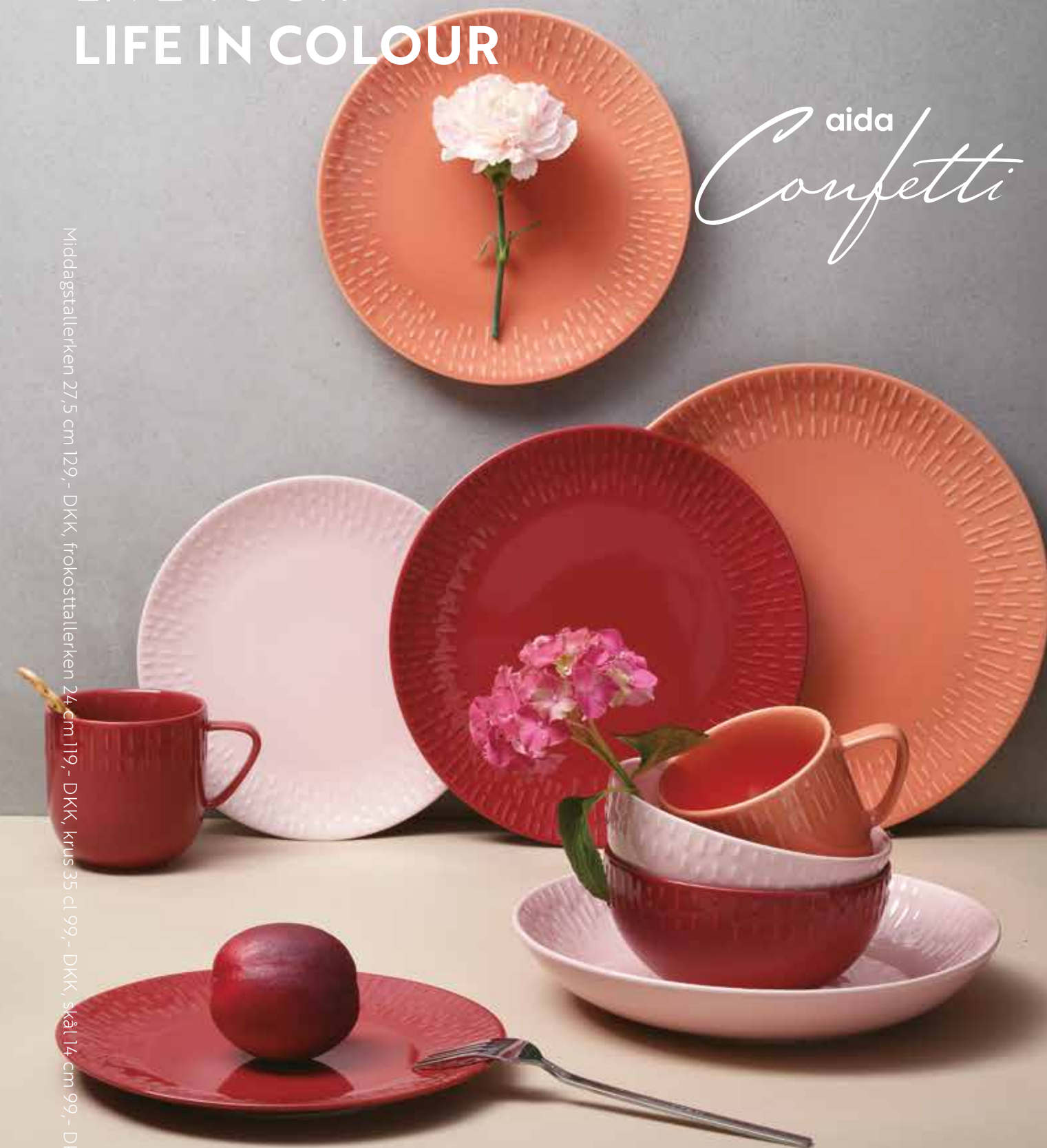


Life in colour – Confetti tæller 8 dele, der kommer i 10 farver (lemon, bordeaux, pistachio, apricot, olive, aqua, blueberry, mustard, chili og candyfloss). Alt kan mixes efter smag. Vejl. Priser fra 99 kr.

LIVE YOUR LIFE IN COLOUR

aida
Confetti

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



8 SHAPES - ALL IN 10 COLOURS. MADE TO MIX



Vi vil udfordre den konservative designbranche

”Vi har knækket koden, når det kommer til traditionelt håndværks fremtid”, mener Pia Kirkeskov Andersen, der er re-founder af August Sandgren. For hende handler det om at føre det gamle danske brand ind i en ny tidsalder og videreføre arven. Det sker med samarbejder med en lang række danske og verdenskendte brands. Hun mener, det i høj grad handler om at dele viden og know how.

Tekst: Pia Finne | Foto: August Sandgren

Limited editions 2023.



Pia Kirkeskov Andersen.

August Sandgren.



Der er noget beundringsværdigt ved, at en virksomhed vælger at gå tilbage til sine rødder og genoplive kvalitetsdesign. Og i en verden, der konstant bevæger sig fremad med kunstig intelligens og masseproduktion, hører det til sjældenhederne, når man støder på nogen, der rent faktisk tager sig tid og energi til at sætte fokus på solidt håndværk.

August Sandgren er et eksempel på sådan en virksomhed. Gennem unikke samarbejder med designere som Hugo Boss, Royal Copenhagen og Fredericia Furniture sætter Pia Kirkeskov Andersen, der er re-founder af August Sandgren, endnu engang brandet på danmarkskortet, mere end 100 år efter at det blev grundlagt.

August Sandgren har stærke partnerskaber med nogle af verdens førende brands.

”Vi har knækket koden, når det kommer til traditionelt håndværks fremtid”, mener hun, og for Pia Kirkeskov Andersen handler det om at føre det gamle danske brand ind i en ny tidsalder for designvirksomheder. At videreføre arven og samtidig udfordre en ofte konservativ designbranche.

”Vi indgår samarbejder fordi de bringer os videre og udfordre os. August selv var stor tilhænger af samarbejder med fagfolk i egen branche såvel som på tværs af faggrænser. I de rigtige samarbejder, opstår magien, som næsten altid bringer noget nyt med sig - ideer, designs, relationer og endda forretning”, fortæller Pia Kirkeskov Andersen.

Men hun fortæller også, at det giver hende selv utroligt meget energi at arbejde med andre brands - store som små.

”Jeg kommer fra McKinsey, der jo er en stor

virksomhed, og når jeg i dag samarbejder med store virksomheder, giver det mig følelsen af at være en del af noget stort uden at give afkald på autonomi eller frihed - det er et perfekt Pareto”.

Hun fortæller, at designsamarbejderne har været en del af strategien fra begyndelsen, da hun, sammen med en partner, overtog virksomheden i 2016. Første samarbejdspartner var Fritz Hansen.

De havde meget overskudslæder fra produktionen af Ægget og Svanen, og da de lavede jubilæumsudgaver af stolene, valgte de, at vi skulle produceres æsker af overskudslæderet, så kunderne kunne få en smuk æske med, når de købte en lækker stol. Dermed var ideen om brand-samarbejder født - tillige var ideen om produktion i restlæder fra møbelindustrien.

Vi samarbejder med brands, vi kan lide

Pia fortæller, at hun udvælger de brands, August Sandgren vil samarbejde med. ”Det er vigtigt for mig, at det er brands, der passer til os værdimæssigt, og at vi har samme type kundesegment, for vi giver dem vores håndværk og vores kvalifikation”.

I øvrigt mener hun, at det i høj grad handler om at dele alt det, der kan deles. ”Man kan aldrig kopiere et produkt helt, og jeg synes, det er synd, hvis man ikke deler viden og know how”, siger Pia Kirkeskov Andersen, der fortæller, at hun i begyndelsen troede, at hendes holdning var naiv. ”Men i dag er jeg overbevist om, at det er mere naivt at holde kortene tæt til kroppen. Man får meget mere ud af at hjælpe hinanden og arbejde sammen”.



→

I dag er hun nået til et punkt, hvor virksomhederne kontakter hende omkring samarbejder, men i begyndelsen var det hende, der skulle sælge ideen til virksomhedernes seniorledere. "Dem er jeg heldigvis vant til at tale med fra min tid i McKinsey, og min holdning har hele tiden været: De må gerne sige nej, bare de tager stilling. For mit princip er klart: Jeg vil ikke være gift med nogen, der ikke vil være gift med mig. Men mange af dem, der sagde nej i første omgang, er faktisk vendt tilbage senere".

En anden af August Sandgrens samarbejdspartnere i dag er Hugo Boss, og de kontaktede Pia, fordi de havde set æskerne hos en forhandler i Tyskland. I dag bruger de dem til materialeprøver i alle deres showrooms i London. Fordi æskerne har en kvalitet, de gerne vil associeres med.

I det hele taget er Pia overbevist om, at der ikke findes en industri, August Sandgren ikke kan samarbejde med, man skal bare finde linket.

Man kan selvfølgelig spørge, hvad man skal bruge æskerne til, og som Pia siger det; "når man først har fået øjnene op for det, er der utroligt mange anvendelsesformål. I entreen til nøgler, på toilettet til smykker og i køkkenet til det rød, vi alle sammen har. Og kunderne er at finde i det segment, der går efter funktionel elegance og kvalitet.

Dyr opbevaring er niche

Opbevaring er essentielt. Dyr opbevaring er en niche, siger Pia Kirkeskov Andersen. Hun har fået tilbud fra investorer, der gerne vil være en del af virksomheden, men hun slår også fast, at hun har større lyst til en organisk rejse med få, mindre investorer.

"Det er ikke noget, jeg bliver rig af lige med det samme, men jeg bliver glad", siger hun.

Helt bevidst kalder hun æskerne for opbevaring, og hun fortæller, at man definerer sig som et opbevaringsbrand. Det vil sige, at man ud over æskerne også har notebøger, der holder styr på tankerne, totebags, der holder styr på indkøbene og keyhangers, der holder styr på nøglerne.

"Men vi vil holde fast i den niche, vi er i, og vi vil holde fast i det høje kvalitetsniveau i alt, vi gør. Vores produkter skal være ting, man tager til sig, og hvor man føler, man får værdi for pengene", siger hun og tilføjer, at brandets bedste private

kunde har 16 æsker derhjemme til al form for opbevaring.

Pia ser en parallel mellem August Sandgren og VIPP-affaldsspandene. "Før var der ingen, der bekymrede sig om, hvordan en affaldsspand så ud. Det har de lavet fuldstændig om på. Det samme gør vi med opbevaringen. Vi har alle sammen rod, og vi har alle sammen behov for at de ting vi bruger hver dag, er gemt væk men let at komme til. I dag er folks involvering i køb af opbevaring begrænset og i høj grad funktionel, men hvorfor skulle man ikke også her ønske at have en elegant og æstetisk – og funktionel – løsning der passer til hjemmets udtryk. Det er jo et objekt der stråler fremme, som vi bruger hver dag, og som afspejler hvem vi er", siger hun.

Vi skaber vores brand ved at samarbejde med andre

Pia er ikke nervøs for, at de mange samarbejder, vil koste på August Sandgren-brandkendskabet.

"Vi fremstiller ikke et produkt uden vores eget brandnavn på. Så i bunden af alle æsker står der: "A box crafted by August Sandgren". Vi laver det, vi er de bedste til, og vi vil kun samarbejde med brands, som køber ind i netop dét, at det er August Sandgren, der er æskemageren, som har skabt et produkt, der passer til brandets sortiment. På den måde opbygger vi også vores brand, og jeg ser det som en klog måde at holde momentum og motivation i forretningen på", forklarer Pia.

I Tyskland har August Sandgren godt 30 forhandlere, og de har omkring 20 mere i resten af verden, men Pia mener, det er mindre lukrativt at samarbejde med retailere, "for når der skal et led mere på, skal prisen ned, og dermed skal volumen op, og det kan være vanskeligt. August Sandgren har også sin egen webshop, men Pia Kirkeskov Andersen fortæller, at 80 pct. af omsætningen i virksomheden i dag, faktisk kommer fra partnerskaber.

Derfor ser hun også beslutningen om at indgå strategiske partnerskaber med anerkendte designnavne som en ny tilgang, eller nærmest et opråb, til bæredygtig og organisk vækst. Så i stedet for at følge en traditionel vej, hvor samfundsbylledet bliver stadig mere asymmetrisk og støjende, og hvor mindre håndværksvirksomheder melder konkurs, vælger hun at omfavne samarbejde og kreativitet som et innovativt middel til at forny sig.

"Det er selvfølgelig vigtigt at forny sig og forblive relevant, når man har et kommercielt produkt. Men jeg mener dog ikke, at svaret er hyppige produktlanceringer. Det tror jeg, man skal passe på med. Verden har produkter nok. I stedet mener jeg, at man skal kæmpe for at få det rigtige produkt på markedet – det tager tid".

Og Pia Kirkeskov Andersen slår fast, at August Sandgren er blevet mere end en forretning.

"Jeg synes, vi er blevet et symbol på, hvordan noget traditionelt og noget moderne kan balanceres sammen for at skabe noget helt unikt og nyt. Jeg synes, vi har en historie, der bare fortsætter med at inspirere og begejstre – forhåbentlig i 100 år mere", slutter Pia Kirkeskov Andersen.

August Sandgren family.



FAKTA

OM AUGUST SANDGREN

August Sandgren skaber tidløse opbevaringsløsninger, hvor funktionalitet møder elegance. Vores æsker og holdere lavet i samarbejde med eksklusive europæiske partnere, kombinerer stil med bæredygtighed. Grundlagt i 1920 af bogbinderen August Sandgren, går vores design ud over trends, inspireret af ikoner som Kaare Klint og Arne Jacobsen. Bæredygtighed er kernen i vores livsstil, med hvert produkt som et udtryk for vores dedikation til holdbart design og luksus.

Get your ticket today!



Generation Love

Formex is the meeting place where the industry comes together to conduct business, gather knowledge, network, and maximize inspiration.

Join us at Formex 2024, the largest interior design fair in the Nordic region!



Formex

Stockholm, January 16 – 18, 2024 | www.formex.se



Stockholmsmässan

Svindlere kopierer i stigende grad webshops: Sådan bekæmper du dem



E-handlen oplever stadig flere sager, hvor webshops helt eller delvist bliver kopieret. Der er behov for, at virksomhederne løbende tjekker, om de har været udsat for kopiering, lyder det fra Dansk Erhverv og e-mærket.

Tekst: Pia Finne | Foto: 123rf.com

Både Dansk Erhverv og e-mærket kan berette om stadig flere henvendelser fra virksomheder, som oplever at blive kopieret eller efterlignet. Hvor det tidligere hovedsageligt var de helt tunge brands, som oplevede at blive kopierede, er der nu også en tendens til, at mindre og mellemstore virksomheder bliver ramt.

"Kopiering rammer nu virksomheder, som ikke har de samme ressourcer og fokus på problemet som store veletablerede brands. Kopiering indebærer altid en risiko for, at potentielle kunder bliver ledt på afveje, så de bliver utrygge ved din shop eller dit brand. Så det første råd er løbende at tjekke, om I optræder på domæner, hvor I ikke burde være", siger chefkonsulent Jens Wedenborg, Dansk Erhverv.

Få et overblik og reager

Når der er en svindelshop, som kopierer jer, er det meget sandsynligt, at der er flere. Det har altid været relativt nemt hurtigt at oprette falske webshops på en lang række forskellige domæner. Og nu medfører den tekniske udvikling med bl.a. AI, at kvaliteten af de massekopierede svindelsshops hele tiden bliver højere.

"En grundig Google-søgning kan få jer et stykke hen mod overblikket, men der kan godt være svindelwebshops, som har kopieret jer, uden at de optræder i Googles søgeresultater. At de ikke optræder i Googles søgeresultater, er ingen garanti for, at de ikke når ud til jeres kunder. I de seneste år er flere og flere svindelshops nemlig begyndt at annoncere via sociale medier, hvilket desværre har vist sig at være en effektiv kanal for dem", lyder det fra Jens Wedelsborg.

Derfor er det en god idé også at bruge mere målrettede online værktøjer, hvor man specifikt kan gå ind og søge efter såkaldt "duplicate content". Der er en stribe af værktøjer, som kan identificere kopierede tekster og billeder. Her skal man dog være opmærksom på, at produkttekster, som I har fra producenten, jo ofte også vil være brugt på andre legitime webshops og derfor kan optræde i resultaterne, selvom de ikke nødvendigvis er blevet kopieret fra lige præcis jeres webshop.

Der er virksomheder, som specialiserer sig i at få lukket svindelsider, bl.a. e-mærket. Flere virksomheder hjælper også med forebyggelse via bl.a. varemærkeregistrering og løbende overvågning af, om nogen kopierer jer.

Få styr de immaterielle rettigheder

Den bedste måde at løse problemet med svindlere, som kopierer eller efterligner jeres webshop, er selvfølgelig at få den falske side lukket. Det er faktisk muligt hurtigt at få lukket dem, også selv-

om de ligger på et udenlandsk domæne. Det har bl.a. Bauhaus i samarbejde med e-mærket haft succes med.

Det kræver dog, at der i forbindelse med kopieringen sker en krænkelse af jeres immaterielle rettigheder. For at få lukket svindelshoppen er det en styrke, hvis I kan se, at jeres logo, unikke tekster eller billeder, som I selv – og ikke en eventuel producent – har rettighederne til, er blevet kopieret.

"Hvis der er sket en krænkelse af jeres immaterielle rettigheder, er det faktisk ofte ret hurtigt at få fjernet siden. Derimod vil det typisk være sværere, hvis det "kun" er produkttekster og -billeder fra producenten, som er blevet kopierede. Her er der tale om egentlige juridiske vurderinger, og hvis I ikke har de kompetencer in house, vil det næsten altid være nødvendigt at søge juridisk bistand", understreger Jens Wedelsborg.

For at undgå at potentielle kunder falder i svindlernes fælde kan man kommunikere på sine egne kanaler. Man kan også undersøge muligheden for at blive partner i appen "Mit Digitale Selvforvar", som Forbrugerrådet Tænk står bag. Den har over 400.000 danskere hentet, og her kan både organisationer og virksomheder advare om svindel.

Hvis svindlen har et vist omfang, kan man også overveje advarsler på ens rigtige webshop, så man ikke mister potentielle kunder, fordi de bliver usikre på, hvor de nu er havnet.

Misbrug af domænenavne

Jens Wedelsborg foreslår, at man overvejer at registrere forskellige variationer af virksomhedens domænenavne for at forhindre, at svindlere opretter lignende domæner for at forvirre kunderne. Dette kan omfatte stavemåder med små ændringer, tilføjelse af ord eller tegn, der ligner jeres virksomheds- eller brandnavn, osv.

For .dk-domæner er der hjælp at hente hos Punktum DK, det tidligere DK-Hostmaster, der gennem flere år har styrket indsatsen mod typosquatting, tvivlsomme registreringer og overtagelser af .dk-domæner mm

"Cyberangreb stiger desværre hele tiden, og det vigtigste for virksomhederne er løbende at prioritere deres sikkerhed, uanset om det er mod kopiering af hjemmesider, DDOS- og Ransomware-angreb eller noget helt andet. Dansk Erhverv holder løbende seminarer og webinarer, hvor vi sætter fokus på aktuelle sikkerhedsspørgsmål, senest et digitalt gå-hjem møde om Cybersikkerhed og detailhandel," slutter Jens Wedenborg.

www.danskerhverv.dk - www.forbrugerradet.dk



Cradle to cradle hedder Continuz' eget tekstil-brand.



Vi skaber muligheder

Hvad enten det gælder en produktion af varer i Asien eller Cradle to Cradle certificerede boligtekstiler, er Continuz på banen, for det er det, virksomheden gør: Den hjælper andre virksomheder med at få de bedste muligheder. Og Thomas Vestergaard, der ejer virksomheden, har mange års erfaring med sourcing.

Tekst: Pia Finne | Foto: Continuz

”Vi har specialiseret os i sourcing, og vi arbejder med alt fra møbler til hjemmetekstiler og design til boligen. Ofte vokser vi med de virksomheder, vi samarbejder med, for er kemien der, kan vi blive uddannet af vores kunder i de specifikke kategorier. Den viden kombinerer vi så med vores viden om sourcing”. Det forklarer Thomas Vestergaard, der er indehaver af Continuz, der

hjælper danske virksomheder med at producere i udlandet primært i Asien men også i Tyrkiet og Litauen. Thomas kom ind i de møbel- og tekstilbranchen i 1992, hvor han fik et job hos JYSK i Tyskland. Det udviklede sig. Han blev filialleder, og han blev i Tyskland i 13 år og arbejdede de fleste år med indkøb.

”Jeg er ikke typen, der bare lader stå til. Jeg råber op og laver forbedringer”, og den indstilling har hjulpet ham igennem karrieren. Fra JYSK tiden til i dag, hvor hans overordnede tilgang til Continuz-leverandørerne er, at alt kan lade sig gøre. Thomas fortæller, at Continuz begyndte i Vietnam og siden i Malaysia.



Thomas Vestergaard.

”Her kendte jeg allerede en række leverandører, og på det tidspunkt var disse lande et Blue Ocean for mange europæiske brands. Han slår fast, at skal man drive virksomhed i dag, handler det i høj grad om at have gode relationer. Kina er også et af de lande, Continuz har samarbejdspartnere i, og Thomas fortæller, at fragten i dag er nede, hvor den var før corona, og at de kinesiske produktionsvirksomheder er sultne. Men Thomas anbefaler også gerne sine kunder ikke at lægge alle æg i én kurv. ”Risikospredning er godt, og derfor søger vi også endnu mere samarbejde med østeuropæiske produktionsvirksomheder, end vi har i dag”.

Kvalitetskontrol Kvalitetskontrol spiller en afgørende rolle i Continuz' arbejde med sourcing og indkøb, og er et centralt element i virksomhedens operationer. ”Vi samarbejder med QARMA INSPECT som er en kvalitetsstyrings app udviklet i Åbyhøj/Danmark, og vi har struktureret hele kvalitetskontrolprocessen, så vi bl.a. sikrer os, at vi ikke får en container hjem fyldt med kartofler frem for møbler”, siger Thomas med et smil. Men også kvaliteten i produktionen tjekkes. Der laves inline-inspektioner, slutkontroller og container-kvalitetstjek. ”For netop kvalitetskontrollen er en væsentlig del af vores arbejde, og vores udgangspunkt er altid, at vi hellere vil forsinke en afsendelse og betale bøden, end at stå med en container fyldt med noget, der eksempelvis ikke kan samles, når det kommer frem”. Også i forhold til nye leverandører er Continuz yderst kritisk.

”Vi har en god leverandørbase, vi gerne vil pleje, og hvor vi ved, det fungerer, og det er jo netop her, vi kommer ind som en virksomheds forlængede indkøbsarm. Typisk har en virksomhed selv godt styr på salg og markedsføring, vi kan tage os af produktionen”. Og det gør Continuz for både detailkæder, store online spillere og fabrikker, der kan have brug for alt fra et LED lys til et møbel eller et ben til en seng, ligesom man også arbejder for handelsvirksomheder. ”De gør i princippet det samme som Continuz, men indimellem har vi mere erfaring eller kan få bedre priser”, forklarer Thomas.

Fra moodboards til strenge briefs Thomas fortæller også, at nogle kunder kommer til ham med en løs idé om, hvad der skal produceres, et lignende produkt eller andet, og andre kunder kommer med et fast brief med tekniske tegninger. ”Men vi arbejder også med kunder, der har brug for en designer, der kan designe et produkt fra bunden mod en royalty. Så der er rigtig mange veje til en løsning”.

Continuz har to medarbejdere i Asien og et større antal kendt variable teams rundt om i Asien, som kender markederne og ved, hvordan producenterne tænker og agerer. ”Det er vigtigt, at kommunikationen er der, og det kan de med deres kendskab til markedet, kulturen og sproget sørge for”. Kvalitetskontrollørerne i de forskellige asiatiske lande er freelancemedarbejdere, som vi kan trække på, når det er nødvendigt. ”Men det er mennesker, jeg stoler på og har det godt med”, lyder det.

Cradle to Cradle Ud over at hjælpe andre med at få produceret deres varer, har Continuz også et agentur på boligtekstiler, der er Cradle to Cradle certificeret. ”Der findes faktisk kun 3-5 virksomheder i verden, der sælger Cradle to Cradle certificerede boligtekstiler.

Cradle to Cradle er et designkoncept, hvor ideen er, at produkter skal designes til at kunne indgå i biologiske eller tekniske kredsløb og med henblik på at skabe værdi for både mennesker, miljø og økonomi. Det gælder vandforbrug, kemikalier og arbejdsforhold. Råvarerne må ikke være genmodificerede, og energien, der anvendes, skal komme fra vedvarende energikilder. ”En producent, der kan leve op til det, har vi fundet i Tyrkiet”, forklarer Thomas, der fortæller, at tekstilerne primært sælges til private label. Fordi det er Cradle to Cradle certificeret, skal man også kunne modtage den brugte sengelinned, håndklæder med videre og genanvende materialerne. De brugte tekstiler trevles op og genanvendes bl.a. til pudefyld til hynder eller til kludetæpper. Det, der ikke kan recycles, skal kunne komposteres uden risiko for naturen. Så Continuz har flere ben at stå på, og Thomas er ikke i tvivl om, at der er et behov; både for hjælpen til at produceres billigst og bedst, og for de Cradle to Cradle certificerede tekstiler. ”Salget af dem er vi i færd med at sætte i gang. De er lidt dyrere end andre tekstiler, men med den retning, udviklingen har i forhold til recirkulering, cirkulær økonomi og affaldshåndtering, skal det nok blive en succes over tid”, slutter Thomas Vestergaard.



”Det er en lang rejse, vi har været på – og en betydeligt sværere en af slagsen, end vi havde forudset”

KASPER EGELUND NISSEN

Margretheskålen har fået ”new body – same soul”

“New body – same soul” er lige præcis det, der kendetegner den nye Margretheskål, der lanceres netop nu. Fornemmelsen er den samme, men features er opdaterede. Det vil sige den er skabt i et nyt materiale, der kan recycles, og den tåler både mikroovn og fryser.

Tekst: Pia Finne | **Foto:** Rosti

Følelsen skal være helt rigtig. Vægten skal være den rigtige, klangen skal være den rigtige og funktionaliteten skal være de samme. Det gælder hele Danmarks Margretheskål, og den skal der ikke laves om på! Men det skal der så alligevel, for når Rosti lancerer en ny version af den velkendte Margretheskål, så ligner den og føles den fuldstændig som den gamle, men den er skabt af et materiale, der kan recycles, og som tåler både mikroovn og fryser. Dermed er der skabt en ny udgave af røreskålen, der i år kan fejre sin 70-års fødselsdag.

”Det er en lang rejse, vi har været på – og en betydeligt sværere en af slagsen, end vi havde forudset”, fortæller brand manager for Rosti, Kasper Egelund Nissen. ”For når man arbejder i plastik-verdenen, er der små ting, der kan spænde ben, og ting tager tid”.

F&H Group købte Rosti i 2019, og ikke lang tid derefter kom den nye EU-forordning for plastmaterialer. Men faktisk var Rosti allerede i 2013 gået i gang med det store ar-

bejde, det er at finde et nyt materiale, der kunne erstatte melaminen.

”Så vi fortsatte deres gode arbejde, og i den testform, som de havde skabt, og som vi fik med i handlen, har vi sammenlagt testet over 30 forskellige materialer. Dog fandt vi faktisk ikke et materiale, der direkte kunne erstatte melaminen. Derfor besluttede vi os for at skabe vores eget materiale fra bunden. Det blev til Durostima (Durable Rosti Material), som vi nu har fået varemærkeregistreret”, fortæller Kasper Egelund Nissen.

Margrethes DNA

Margretheskålen har sit eget DNA, og samtidig er den hovedproduktet i Rosti kollektionen. ”Det hverken kan eller vil vi gå på kompromis med, og vi besluttede os for, at vi ville gøre det rigtigt, selv om det tog tid og satte både os og vores forhandlere på en tålmodighedsprøve”, fortæller Kasper Egelund Nissen, der slår fast, at han er glad for, at man tog den ekstra tid til at komme 100 pct. i mål.

Brand manager for Rosti, Kasper Egelund Nissen.



Han forklarer, at der, hvor de fleste produkter får problemer, er i forhold til at bruge en håndmixer holde til, uden at det hverken ridser eller skader skålen på anden vis”, forklarer Kasper, samtidig med at han viser eksempler på både, ridsede og ligefrem knækkede testudgaver. ”Margretheskålen har altid være et produkt, der holder, og det skal den blive ved med at være. Netop derfor vælger vi også at give fem års garanti på produkterne”.

Kasper fortæller også, at det har været meget vigtigt, at den nye version 2.0 af Margretheskålen har den udefinerlige følelse, man får, når man står med en Margretheskål i hænderne. ”Det handler om vægten og om klagen, der også skulle genskabes”, forklarer han, og det har været en udfordring.

New body – same soul

Men ud over at skabe en skål så tæt på ”gamle” Margrethe som muligt, skulle den nye version også have funktioner anno 2024. med andre ord: New body – same soul.





→ "Først og fremmest var det vigtigt for os, at den kunne recycles, og genbruges til andre plastmaterialer som f.eks. sæbepumper eller have-møbler i modsætning til melaminen, der kun kan knuses og bruges til formål som vejfyld", forklarer Kasper, der videre siger, at grunden til, at skålen ikke er skabt af genbrugsplast ganske enkelt er, at der pt. ikke findes nogle genbrugsmaterialer, som vil være velegnede og fødevaregodkendt til at fremstille Margrethe skåle af.

Vigtigt var det også, at den nye Margretheskål kunne tåle at gå både i mikroovnen og i fryseren uden at materialet flækker.

"Melamin er et utroligt hårdt materiale. Derfor kan det flække, hvis det udsættes for frysetemperaturer, og af samme årsag kunne man også slå en flig af hældetuden, hvis man tabte skålen. Det sker ikke så let med den nye udgave, fordi materialet er en lille smule blødere, og dermed giver sig en anelse – uden at knække", lyder det fra Kasper.

Om grunden til at man har valgt at investere

både tid, penge og energi i at skabe en ny udgave af Margretheskålen, siger Kasper:

"Vi føler, tiden er inde til at opgradering. For miljøets skyld og for at få flere funktioner ind i skålen. Men når det er sagt, er det "New body – same soul", og Margretheskålen skal også i fremtiden være et enkelt produkt, der bare fungerer".

Det nye varemærkeregistrerede Durostima materiale kan fremadrettet kun benyttes af Rosti. Men planen er da også at implementere det i en række andre Rosti-produkter. Til foråret 2024 kommer også en mikserkande og grydeskeer i det nye materiale, og med tiden vil vi se mere tilbehør i Durostima. Og når de nye skåle lanceres, udfases melaminskålene.

Materialet er dyrere at fremstille end melamin, og derfor fastslår Kasper også, at de nye produkter vil være lidt dyrere ude i butikkerne. "Men brugerne får også mere for pengene".

Den nye Margretheskål kommer i 10 farver med tre nye farver på paletten; Electric blue,



Beetroot, og Lavender. "Vi fastholder, at Margrethe skålen skal være en farverig serie, og der vil løbende komme nye farver til i både skålene og tilbehør".

70 år

Når den nye Margretheskål til januar lanceres på de store europæiske messer, sker det i 70 året for Margrethes "fødsel", og Kasper Egelund Nissen fortæller, at man vil fortælle den historie til brugerne til efteråret 2024.

Margretheskålen blev skabt tilbage i 50'erne. Man sammensatte det, der i dag kaldes en fokus-gruppe, hvor man havde indkøbt en række skåle, og lod de fremmødte kommentere på dem. De ville gerne have en rund tud, man kunne hælde af, et håndtag man kunne holde i, og en skål, der kunne tåle et piskeris, og hvor indholdet ikke flød over kanterne, når man piskede. De input blev givet videre til designerne Sigvard Bernadotte og Acton Bjørn, der herudfra fremstillede en model i træ og malede den rød. Den præsenterede de for Rosti der sagde ja tak, og i 1954 lancerede man Margretheskålen, som siden har været hvermandseje i praktisk talt alle danske hjem, og som ofte er gået i arv fra generation til generation.

Skålen er i øvrigt opkaldt efter Bernadottes niece, prinsesse Margrethe, Danmarks nuværende dronning, og siden lanceringen er den solgt i over 25 millioner eksemplarer verden over.



KVALITETSDYNER OG PUDER PRODUCERET I VAMDRUP



DANSK KVALITET SKABT TIL DIG

NorviGroup Denmark er en dansk virksomhed. Langt de fleste af produkterne bliver til på vores fabrik i Vamdrup og bærer således Made in Denmark-mærket. At have produktionen under eget tag betyder først og fremmest, at vi har rigtig god kontrol over den og kan sikre, at kvaliteten altid lever op til de høje standarder, som vi har sat.

Vi har stor respekt for dyrevelfærden. Derfor er vi også Downpass-certificeret, hvilket giver 100% sporbarhed og er din garanti for, at dun og fjer kommer fra dyr, der er opdrættet under ordentlige forhold. Vi går ind for åbenhed og deklarerer alle vores egne produkter med det faktuelle indhold. Det synes vi er mest fair.

Se vores store sortiment af dyner, puder og sengetøj til Heimtextil
Stand D58, Hall 11.0 // 9.-12. januar 2024



Erfaring og sund kreativitet mødes på Formex

Generation love er temaet, når Formex slår dørene op fra 16.–18. januar i Stockholms mässan. ”Vi længes efter at slå dørene op igen og give branchen mulighed for at netværke, udveksle viden, drive forretning og blive inspireret”, lyder det.



Tekst: Pia Finne | **Foto:** Formex

I august var Formex-temaet Link Together med kodeord som samarbejde, netværk og møder på tværs af grænser. Denne gang har Formex taget skridtet videre – men i samme retning med temaet Generation Love.

”Vi lever i en tid med udfordringer, hvor alt, hvad der sker, påvirker vores udstillere, besøgende og branchen generelt. Tillid er vores nye mellemnavn, og vi omfavner fremtiden med glæde, entusiasme og nysgerrighed”, siger Sonja Björk

Ebert, projektleder for Formex.

”Begrebet ”Generation Love” kan komme til udtryk på mange forskellige måder, og vi vil gerne lade udstillere, besøgende og kreatører fortolke det på hver deres måde. Det kan for eksempel

Minnie Boulala fra Min-chique og Lisa Bengtsson har skabt caféområdet med legende mønstre og farverige design.



Sonja Björk Ebert er projektleder på Formex.

betyde møder mellem unge talenter og veteraner, vintage og nye trends eller analogt møder digitalt”, fortsætter Sonja.

Formex har gennem årene inviteret flere spændende kreatører, der har fået den ærefulde opgave at fortolke messens tema gennem en udstilling på arealet ved indgangen. Designbureauet Bang Universe, Tekla Severin og Lena Nyholm er alle navne, der tidligere har stået på Formex trendprogrammet, og denne gang får de selskab af interiørstylisten Dennis Valencia, der har sans for at mikse og mikse næsten ufattelige mønstre

og farver, men alligevel lade helheden føles fuldstændig indlysende.

”Jeg kan rigtig godt lide Formex’ forårstema Generation Love, siger Dennis. Det inspirerer til en udstilling med mange forskellige verdener og stilarter, men inden for samme sfære. Gerne med maksimale mønstre og en totaloplevelse, der viser, at kærligheden ingen grænser har”, siger Dennis Valencia, og han uddyber:

”Jeg husker tydeligt et minde, fra jeg var fem år. Min familie og jeg var på Tjolöholm Slot. Der var en stor entré, højt til loftet, mørke træpaneler og et fantastisk tæppe. Jeg husker også butiksvinduerne hos NK i Göteborg, hvor jeg voksede op,” siger Dennis Valencia.

Dennis har tidligere primært arbejdet med reklame- og redaktionelle opgaver, dvs. at skabe de miljøer, der skal fotograferes. At fortolke januar-udgavens tema Generation Love og dermed skabe Formex’ hovedudstilling i forhallen bliver Dennis’ største offentlige opgave til dato.

”Jeg kan godt lide tanken om, at den analoge verden møder den digitale verden. Det er spændende. Men også hvordan generationer og verdener generelt mødes, og hvordan trends løber parallelt med hinanden. Jeg ønsker, at besøgende skal opleve en udstilling med lag af epoker, der lever samtidigt og i harmoni. Fortid, nutid og det, vi tror på og håber på, vil være vores fremtid,” siger Dennis Valencia.

Formex Trends

Ved siden af scenen i Hal C findes Formex’ trend-udstilling til SS 2024. Trendmaterialet er udviklet af Formex, som har et bredt internationalt kendskab og branchekendskab. Målet er at give de

Fra Generation Love.





Dennis Valencia står bag Formex-trendudstillingen Generation Love.



Fra Generation Love.

Fra et af de mange inspirerende foredrag, der kan høres på Formex.

Dette års jury består af Marie-Louise Hellgren, designer, Emma Olbers, designer, Maria Soxbo, journalist og medstifter af Climate Club og Björn Florman, Material Library Stockholmsmässan.

"Ud over et interessant produktsortiment ser vi i år også flere udenlandske bidrag, hvilket er en spændende udvikling. Svensk design har allerede et godt ry, og hvis Formex Sustainability Award kan inspirere til højere bæredygtighedsambitioner ud over landets grænser, er det naturligvis en fantastisk bonus," siger Maria Soxbo.

På Formex i januar 2024 vil de syv nominerede produkter blive udstillet, og vinderbidraget vil blive præsenteret. Vinderen modtager også deres præmie – en unik statuette designet af designer og jury medlem Marie-Louise Hellgren samt en 10 kvadratmeter stand på det næste Formex.

"I dag er bæredygtighedsarbejdet blevet en naturlig del af de fleste virksomheder, fordi det kan gavne miljøet, økonomien og mennesker. Det er et arbejde, der ikke må stoppe, og med denne udstilling håber vi at kunne fremhæve gode eksempler og minde og inspirere udstillerne til at fremhæve det arbejde, der ofte allerede er i gang," siger Sonja Björk Ebert, projektleder for Formex. De nominerede til prisen er:

- Puf – Anzy Home. En klassisk "puf" i en ny fremtidig forklædning – den leveres tom, så køberen kan fylde den med ethvert materiale, klude eller slidt tøj.



Fra Formex.

→

Besøgende et let tilgængeligt værktøj, der beskriver og visualiserer tre aktuelle tendenser for den kommende sæson.

Udstillingen er skabt af stylist Jan Rundgren, som også vil holde et foredrag om trends.

Legende mønstre og farverige designs

Legende mønstre og farverige designs kendetegner også Smålands mønstermester og designer Lisa Bengtsson, der vender tilbage til Formex, denne gang i samarbejde med parasolfirmaet Monchique. Sammen skaber de et inspirerende, stort caféområde, hvor glæden ved mønstre, farver og retro-stemning fører de besøgende til deres drømme om den italienske riviera.

Lisa Bengtsson driver nu Studio Lisa Bengtsson. Frygtløst spreder hun farver og humoristiske motiver og har sat sit præg på indretningsprodukter over hele verden. Begyndelsen på hendes karriere var tilbage i 2007, da hun udstillede for første gang på det, der svarer til nutidens Formex Design Talents, en oplevelse, der hjalp hende med at udvikle sig og skabe vigtige kontakter.

Formex La Café tager os med til den italienske riviera – et magisk sted fuld af aktiviteter og inspiration, der giver følelsen af at være på den italienske riviera.

"Da Omar og jeg blev bedt af Formex om at lave en café, virkede det naturligt at inddrage Lisa i projektet. Vi elsker at samarbejde og følte straks, at vi ville være i stand til at skabe en farverig drømmeverden – Lisa med sine dejlige mønsterdesigns i symbiose med vores nye parasoller med vintage vintage. Her skal man kunne mødes på tværs af aldersgrænser, omkring store borde

og måske endda møde nye mennesker, venner eller forretningsforbindelser, siger Minnie Boulala fra Monchique.

Under Generation Love-paraplyen mødes unge talenter og erfarne branchefolk, nye udstillere og virksomheder. Og Formex' designtalent-område er dedikeret til endnu ikke etablerede designere, der får mulighed for at blive set og vise deres nye innovative designløsninger og bæredygtige produkter frem for indkøbere, mulige samarbejdspartnere, producenter og medier.

Ny viden og inspiration kan hentes på sceneområdet på Formex, hvor både branche profiler og kendte radio- og tv-personligheder finder sted under alle messens dage. Her kan man bl.a. høre Helena Lyth, der er en skaber og forfatter, som inspirerer sine mange følgere og tv-seere til at skabe og skabe noget, der lyser hverdagen op. Under sit foredrag vil Helena inspirere og dele, hvordan man træner sine kreative evner. Som Helena udtrykker det: "Kreativitet er noget, vi træner og skal holde os i god form".

Trendekspert Stefan Nilsson indtager også scenen på Formex med et foredrag, du ikke vil gå glip af! "I disse udfordrende tider leder vi efter nostalgi og det, der gør os ekstra glade", siger Stefan Nilsson, der vil guide os gennem de store linjer i fremtidige tendenser, hvor "venlighed" er i fokus.

Formex Sustainability Award

For andet år i træk uddeles Formex Sustainability Award til et produkt, der udmærker sig inden for bæredygtighed. I løbet af efteråret har udstillende virksomheder kunnet ansøge med produkter, og i år har juryen nomineret syv af bidragene.



- Cerat – Gustaf og Linnea. Et gennemtænkt forbrugsprodukt i attraktiv emballage, der beskytter lokal, social og økologisk bæredygtighed.
- Pandekagegitter – Lursta støbejern. Skyhøj originalitet og en konsekvent bæredygtighedstankgang karakteriserer denne nyttilkomne. Pandekagegryden er lavet af lokalt genanvendt skrot samt affald fra nabofabrikken.
- Børnejeans – Nimble Patch. Når legen har slidt huller i børnejeans og gjort dem usælgelige på genbrugsmarkedet, giver Nimble Patch dem nyt liv ved at opgradere dem med knæplastre i ekstra slidstærkt stof eller genanvendt denim.
- Cat Cave – Tail Living. I mindre og fair trade-certificeret produktion er uld vådfiltet med mild sæbe og varmt vand til stilfulde og vel designede kroge til vores lodne venner.
- Cirkulær hvedevarmer – Terrible Twins. Et gennemtænkt produkt, der er blevet taget til det næste niveau af bæredygtighed ved at give kasserede hotelgardiner i hør et nyt liv i form af hvedevarmere.
- Stearinlys – Træ Mood. Affald fra træindustrien omdannes af denne ukrainske familievirksomhed til unikke træbelysningskabinetter, der er fyldt med lokalt produceret bivoks.

Læs mere om de nominerede produkter og virksomhed på www.formex.se

Oslo Design Fair: En ren detailversion

Oslo Design Fair slår denne gang dørene op fra søndag til torsdag, samtidig er det en ren detailversion af messen – uden trendområder eller lignende, men med mulighed for at købes og købe ind. Ydermere lanceres en online indkøbsplatform ODF.

Tekst: Pia Finne | Foto: Inger Marie Grini/Oslo Design Fair



For første gang i lang tid åbner Oslo Design Fair denne gang en søndag! Det gælder 21. januar, hvor dørene slås op, og der stor en lang række udstillere klar til at deres seneste nyheder for de besøgende.

"Tingene ændrer sig, og vi er nødt til at følge med! Så for at møde udstillere og besøgende gennemførte vi forskellige undersøgelser i 2023 omkring på hvilke dage, vi skulle have åbent. Svaret var helt klart: Mange mennesker ønsker at kunne komme, når deres butikker er lukket. Vi har lyttet til det behov, og vi ændrer derfor vores åbningsdage under januar-messen til søndag til tirsdag. For uden besøgende ingen messe", lyder det fra Kathrine Jansen, leder Oslo Design Fair/Oslo Contract & Furniture Fair.

Hun slår også at, branchen står over for store udfordringer i øjeblikket.

"I kombination med den usikre situation i verden ønsker vi at facilitere

et behageligt mødested på trods af, at vi også mærker udfordringerne i branchen. Oslo Design Fair lover som sædvanlig et stærkt og relevant fagligt program, hvor vi har lyst til at udforske temaet for fremtidens butikker. Derfor laver vi simpelthen en ren detailversion af Oslo Design Fair. For selvom vi denne gang ikke opstiller inspirationsområder som Trendudstillingen, har vi langt over hundrede udstillere, der i sig selv er inspirerende at besøge, og som glæder sig til at fremvise produkter og nyheder".

Oslo Design Fair lancerer også sin egen nyhed, nemlig ODF Shop.

Gennem en ny digital handelsplatform gør man det lettere for alle udstillere at komme i tættere kontakt med deres vigtigste kunder. "ODF Shop er et vigtigt værktøj, der yderligere styrker Oslo Design Fair som Norges vigtigste og mest attraktive mødested for design, arkitektur og håndværk", forklarer Kathrine Jansen.

ODF Shop indeholder produkter fra alle udstillere på samme måde som en online butik, her er det nemt at handle fra forskellige udstillere fra en fælles platform. Det betyder, at man kan besøge messen og mærke på tingene, se på farverne og møde menneskene bag produkterne. Man kan få den baggrundsviden, man har brug for til at videresælge varen, og herefter kan man foretage

de faktiske indkøb under messen direkte med udstillere som normalt, eller man kan placere sin ordre gennem ODF Shop efter udstillingsdagene i fred og ro. Det er også muligt at supplere ordrer efter Oslo Design Fair gennem ODF Shop.

TECH EDEN: Maison-trenden for 2024



Kan bæredygtighed gå hånd i hånd med innovation og design? Det spørgsmål stiller Maison&Objet med sit trendtema TECH EDEN, når der holdes 30 års jubilæumsmesse fra 18.-22. januar 2024. Med temaet TECH EDEN tager Maison&Objet de besøgende med på en rejse til en fortryllet fremtid, hvor teknologi og natur eksisterer i harmoni.

Tekst: Pia finne | **Foto:** Maison&Objet

30 års franskinspireret ekspertise inden for boligindretning, design og livsstilsindustrien fejres, når Maison&Objet kan holde jubilæumsmesse i januar. Temaet for jubilæumsmessen er TECH EDEN, der leger med kontrasten mellem det teknologiske og det bæredygtige, og netop denne antitese vil blive udforsket på Paris-messen, i byens showrooms og på M.O.M-markedspladsen.

I forlængelse af sidste års tema "ENJOY!", formidler TECH EDEN en drømmeagtig optimisme igennem form og farve, denne gang med fokus på en futuristisk tilgang og en ny verden af velvære.

"Maison&Objet er mere opmærksom end nogensinde på sine kunder og

deres behov, og vi positionerer os i hjertet af branchens udfordringer nu og i fremtiden ved at forbinde kreativitet, innovation og miljøansvar. Vores ambition er at illustrere alle de muligheder, der er tilgængelige for boligindretnings-, design- og livsstilssektoren, og aktivt støtte dens udvikling. Det afspejles i kvaliteten af programmet for den kommende messe: Årets Designers innovative projekt, udviklingen af en What's New?, der giver konkrete svar på udfordringerne i detailhandlen, og Hospitality Lab, der repræsenterer en unik fremadrettet vision", lyder det fra Melanie Leroy, adm. direktør for Maison&Objet.

Maison&Objets 2024-tema "TECH EDEN" er udviklet i samarbejde med

det kreative trendbureau Peclers Paris, der ser det som en mulighed for at "fremhæve udviklingen i forholdet mellem videnskab og natur og projicere det ind i en bæredygtig og ønskelig fremtid".

Peclers søger at bringe substans og poesi til begrebet fremskridt og præsenterer et progressivt koncept beriget af scenografiske fortolkninger, til tider beroligende, til tider energigivende - altid inspirerende. Den fortælling, der forener en futuristisk utopi med nye virkeligheder, vil indgå i messens aktiviteter, der omfatter alle sektorer inden for indretning og design, kunst og kunsthåndværk, detailhandel, indretning og gæstfrihed.

Gennem fordybende oplevelser inviterer TECH EDEN fagfolk til at genoverveje rumligt design og layout, forstærket af teknologisk innovation og anvende innovative æstetiske og miljømæssige tilgange.

Science fiction er gået ind i en ny æra. Det handler ikke længere om en rejse gennem rum og tid prisdrevet af mystiske udlændinge som filmet af Stanley Kubrick som i hans kultfilm 2001: A Space Odyssey (1968).

"Men som i James Camerons seneste episke Avatar 2 (2022) fordyber vi os i et fantastisk naturmiljø, udforsker Thomas Cailleys Animal Kingdom (2023) og ideen om mutation i en verden af halvt menneske, halvt dyrehybrider, →

FAKTA

GRATIS ADGANG TIL MAISON&OBJET

Maison&Objet fejrer til januar 30-års jubilæum og inviterer til en fremtid, der kombinerer teknologi og natur!

Maison&Objet er ikke bare en messe, men kan opleves i hele Paris, hvor en lange række showrooms og designere præsenterer en lang række spændende designnyheder og produkter: Maison & Objet in The City



Scan QR og
læs mere

Vil du også med?



Scan og
tilmeld dig

Som læser af Designbase får du gratis adgang (normalpris 80 EUR). Bestil dit gratis kort VIA QRtag OG ANVEND KODEN: MODESBJ24

For yderligere oplysninger kontakt PROMOSA-LONS, Line W. Letz på tlf.: 28 14 18 91 eller e-mail: lwiinholt@promosalons.com





→ der symboliserer dybtgående kulturelle og samfundsmæssige forandringer, alt sammen forstærket af en poetisk og følelsesmæssig fortælling”, lyder det.

Den nye generations ser ikke fremtiden som en fortælling om at genvinde rummet, men snarere om et oprindeligt paradys og en tilbagevenden til en vild eksistens ophøjet af videnskabelige fremskridt. Og samfundsmæssige kriser og spændinger forstærker vores behov for at føle os godt tilpas i vores eget hjem.

Softtech som en driver for well-being

Once Upon a Dream var et område designet af Mathieu Lehanneur til genåbningen af Hôtel de Marc på messen i september 2023. For at tilskynde til mere genoprettende søvn er princippet i dette ideelle rum baseret på kunstig og programmerbar styring af naturlige dag/nat-cykluser. Maison&Objet afspejlede denne søgen efter velvære derhjemme, på kontoret, hotelværelse, selv i spaen - og lancerede sin nye "Well-Being & Beauty"-sektor med et udvalg, der forener feel-good-ritualer og bløde teknologiske innovationer for at skabe en kokonlignende følelse derhjemme.

Teknofile opdagelsesrejsende på jagt efter utopia

Fremskridt inden for digital teknologi, smartphones og tablets med stadig flere funktioner, 3D-printprocesser, den eksponentielle vækst i AI (kunstig intelligens) og adskillige forbundne og stadig mere intuitive objekter understøtter også servicedesign og mobilitet, hvilket styrker denne søgen efter velvære.

"Vi er i gang med en fusion mellem vores naturlige miljø og teknologien. Denne nye naturlige epoke er skabt af ubalancer forårsaget af misbrug af teknologi og hensynsløs brug af planetens ressourcer, og det skal justeres. Det er igennem fysik, videnskabelige tilgange og de rigtige teknologier, at designere vil være i stand til at udvikle bæredygtige og afbalancerede løsninger. I en tid med kunstig intelligens, hvor mange objekter kan designes

og produceres automatisk, er det eneste spørgsmål, hvordan vi ønsker at bebo denne verden ...", siger Jean-Louis Frechin, direktør og grundlægger af NoDesign.net, samt forfatter, lærer ved École Camondo i Paris og specialist i digitalt design og innovation.

"Følsomme opdagelsesrejsende omfavner teknologiske fremskridt og bruger dem til at udvikle en forstærket, skræddersyet form for hverdag med det formål at skabe et beroligende, drømmeagtigt miljø", forklarer Brune Ouakrat, strategisk planlægger og fremtidsforsker, og Charlotte Cazals, designer og trendforsker hos Peclers Paris.

Og de siger videre:

"Vi lever i en hyperforbundet, digitaliseret og fysisk verden, hvor virkelighed og fiktion mødes, hvor vi går virtuelle ture og anvender 3D augmented reality-briller, samtidig med at vi er interesserede i aromaterapi og lysterapi og i at stimulere alle fem menneskelige sanser".

Restauranter designs med indbydende "hjemlig" indretning, mens Savoy Palace's Laurea Spa tilbyder total fordybelse i grønne områder, i en efterligning af Madeiras legendariske skov. Morgendagens forbrugere søger mere kvalitative oplevelser, men med stort udviklingspotentiale og en resolut miljøansvarlig dimension, som det 3Dprintede hotelprojekt, El Cosmico i Texas, designet i samarbejde med BIG, ICON og Liz Lambert.

TECH EDEN på messen

TECH EDEN vil kunne opleves flere forskellige steder på messen hvor man vil se den futuristiske æstetik og teknologiske fremskridt samt den blide tilgang og appetit på en tilbagevenden til det naturlige blive forenet på nye måder.

Detailhandelen, set gennem tre trends: "Whats new? – in retail"-området har udviklet sig til en ægte tænketank for omni-channel distributionssektoren. Her ses et udvalg af nye produkter, et program med workshops og konferencer, en café og et væld af merchandising-ideer. François Delclaux vil således præsentere et rum for sourcing, inspiration og udveksling i samarbejde med det globale designbureau BETC. Stedets scenografi har fået det blødeste design, hvor "tech" giver et diskret udtryk med omsluttende materialer, naturlige former og blide farver, der vil danne rammen om tre hovedtendenser: Bæredygtig minimalisme, ansvarlig brutalisme (genbrug og genanvendelse af materialer) og organisk fluiditet.

Hjemmet som en beroligende puppe: I en post-indespærringskontekst transformeres hjemmet i forhold til adfærden og konsekvenserne af fjernarbejde, open source-teknologi og e-handel. Den stærke nye tendens inden for interiør fortsætter: Den private bolig betragtes som et tilflugtssted, en beroligende kokon med et venligt, modulært design: Stuen bliver et kontor, mens badeværelset er en stue dedikeret til velvære.

På "Whats new? In Decor" trendrum vil Elisabeth Leriches fokusere på en frisk tilgang til indretning inspireret af temaet TECH EDEN og omsat til mønstre, tekstiler, installationer og fordybende indretning.

Hotel- og restaurationsbranchen: I hjertet af "Hospitality Lab" vil Peclers Paris skabe tre biofile, fordybende og fremtidsfokuserede "escape pods": Opvågning, aktiv og regenerativ. Hver af disse vil legemliggøre en af facet-

terne af en hospitality-sektor, der konstant udvikler sig og tilbyder nye tilgange til den gavnlige "escape"-oplevelse: Caféen smelter ind i et velværerum, luksuriøse kurbade dukker op på hotelværelser og tilbyder multisensoriske oplevelser, og ventesteder som lufthavne eller togstationer muterer til sportshaller takket være de nyeste fordybende teknologier.

FAKTA

OM MAISON&OBJET

- Siden 1994 har Maison&Objet (SAFI, et datterselskab af Ateliers d'Art de France og RX France) animeret og forenet det internationale samfund af dekoration, design og livsstil. Dens varemærke? Evnen til at provokere frugtbare internationale møder, for at fremskynde synligheden af de mærker, der deltager i sine shows eller dens digitale platform, men også et enestående instinkt til at fremme de tendenser, der får dekorationsplanens hjerte til at slå.
- Maison&Objets mission er at afsløre talenter, tilbyde muligheder for online og offline udveksling og inspiration og lette udviklingen af virksomheder.
 - Med to årlige messer for professionelle og Paris Design Week, der finder sted i september, er Maison&Objet et vigtigt branchebarometer.
 - Online og året rundt siden 2016 giver MOM (Maison&Objet and More) købere og mærker mulighed for at udbygge deres netværk, lancere nye kollektioner eller skabe kontakter ud over fysiske møder.
 - I 2023 implementerer Maison&Objet nye digitale tjenester, og MOM bliver en markedsplads. På sociale netværk har man et fællesskab på næsten to millioner fagfolk på Facebook, Instagram (+1M følgere), Twitter, LinkedIn, Xing, WeChat og nu TikTok.
 - Maison&Objet står i spidsen for Paris Capitale de la Création-mærket og er en katalysator for positionering af Paris som en vigtig magnet for internationalt kreativt talent.



Eva Solo køber PLEASE WAIT to be SEATED



Scan QR og læs hele artiklen

Det danske designhus Eva Solo A/S har købt det danske møbel- og designbrand PLEASE WAIT to be SEATED A/S.

"Vi har oplevet en positiv udvikling i Eva Solos møbel- og belysningsassortiment, men vi vil gerne sætte endnu mere fart på. PLEASE WAIT to be SEATED udgør et perfekt strategisk og kulturelt match. Deres tilgang til design og kvalitet harmonerer med vores, og deres sortiment er både interessant og nytænkende med stort potentiale," udtaler Jan Engelbrecht, CEO og ejer af Eva Solo. "Størstedelen af deres originale designs passer perfekt ind i både hjem, virksomheder og offentlige områder, hvilket giver os en betydelig mulighed for at udvide vores tilstedeværelse på spændende markeder," tilføjer Jan Engelbrecht.

De hidtidige ejere af PLEASE WAIT to be SEATED, Creative



PLEASE WAIT to be SEATED Creative Director, Thomas Ibsen og CEO, Peter Mahler sammen med Jan Engelbrecht, CEO og ejer af Eva Solo

Director Thomas Ibsen og CEO Peter Mahler Sørensen, fortsætter efter salget deres karriere hos Eva Solo. De ser med begejstring frem til at bidrage med deres ekspertise og kreativitet til at udvide og forstærke Eva Solos møbel- og belysningsassortiment.

Made by Hand får ny CSO



De to stiftere Chris Højriis og Thomas Baldur-Felskov får en ny partner, når Jesper Fog indtræder stillingen som CSO hos Made by Hand.

"Jesper kommer med en masse erfaring fra hans arbejde i internationalt salg i designbranchen, og vi ser frem til at udvikle vores salgsafdeling internationalt såvel som indenlandsk sammen med ham," siger Chris Højriis. Jesper Fog har tidligere arbejdet

hos Fritz Hansen, men har ifølge ham fulgt Made by Hand længe. "Jeg er meget ydmyg over muligheden og ser frem til at fortsætte et tæt samarbejde med partnere i Danmark og resten af verden. På et personligt plan beundrer jeg brandet, produkterne og folkene i Made by Hand, og jeg glæder mig til at tage på en spændende rejse med Chris, Thomas og resten af teamet," siger han. - HCL

EuroCIS fremviser AI-værktøj for butikstyveri

Et kamera peger mod scanningsområdet i butikkens selvbetalings-

område. Blev en vare scannet korrekt eller ej? Matcher EAN-koden



med det produkt, der blev puttet i tasken?

Hvorvidt det er forsætligt eller uagtsomt kan et nyt sikkerhedssystem bestående af IP-kameraet og AI-baseret software nu lære og registrere fejl, når det kommer til kunders ud- tjekning af varer.

Og det er netop det system, messebesøgende kan få mere viden om til det kommende EuroCIS, der åbner dørene 27.-29. februar 2024.

Her vil teknologivirksomheden GK Software vise sit bud på systemet under navnet GK AIR Fraud Dece-

tion. Softwareløsningen integrerer machine-learning og etablerer sandsynligheden for en korrekt scanningsproces for hver indkøbskurv ved hjælp af en såkaldt scoring-algoritme.

Baseret på aktuelle indkøbskurvsdata og den handlendes adfærd opdager systemet således uregelmæssigheder i transaktionen. Og det er efterfølgende data, som den kunstige intelligens vil lære af og bruge til fremtidige scenarier.

- HCL

Tefal og Jamie Oliver fejrer 20 års madlavning sammen

Gennem de sidste 20 år har Jamie Oliver og Tefal gjort deres bedste for at få folk til at lave mad ved hjælp af inspirerende opskrifter og køkkentøj af høj kvalitet. Sammen arbejder de under varemærket Jamie Oliver by Tefal for at gøre det let og sjovt at lave lækker hjemmelavet mad.

Det startede i 2003 med gryder og pander. Nu omfatter samarbejdet mellem den britiske kok Jamie Oliver og Tefal smukt designede gryder, knive i topkvalitet, bageredskaber og køkkentøj.

Og som fejring af det lange partnerskab lancerer de sammen under mærket Jamie Oliver by Tefal sit nye spændende sortiment af keramiske stegepander med en innovativ non-stick belægning til næste år. Små køkkenapparater er også under forberedelse.

"Det har været 20 fantastiske år med madlavning, kreativitet og samarbejde med Tefal. Jeg kunne ikke være mere stolt af det, vi har opnået," siger Jamie Oliver i en pressemeddelelse. Jamie Oliver Group stræber efter at øge alles glæde og selvtilid i køkkenet gennem madglæde og har været drivkraft bag positive ændringer inden for fødevarerindustrien i næsten to årtier.

I 2023 lancerede Jamie blandt andet prisen 'Good School Food Awards', som hylder otte ekstraordinære lærere, cateringfirmaer

og elever fra hele Storbritannien, der gør en forskel i skolekantiner og fremmer sunde spisevaner.

Tefal og Jamie Oliver er derudover gået fra at bruge engangspap og polystyren i varemærkets emballage til at bruge genanvendelige materialer. Ved at indføre nye typer æsker, hvor det er muligt, er det lykkedes at reducere brugen af pap og fragtvolumen. Alt pap fremstilles af mindst 90 procent genanvendt fiber. Jamie Oliver by Tefal lancerede også den store gryde Big Batch Pan med et praktisk hæfte, der indeholder opskrifter på madlavning i store portioner, hvilket gør madlavningen mere omkostningseffektiv og er med til at mindske spild og affald.

- HCL



Nu er det er slut med 1000 kr.-sedlen

Der er fortsat brug for kontanter i Danmark – også i fremtiden. Derfor vil Nationalbanken udvikle en ny seddelserie. Det er planen at lancere de nye sedler i 2028-29.

"For at sikre, at kontanter også fremover er et sikkert og effektivt betalingsmiddel, må pengesedlernes udformning og sikkerhedselementer være på forkant med den teknologiske udvikling. Det er det, vi vil sikre med en ny seddelserie, og det er helt i tråd med, at der historisk er blevet udviklet nye serier, i takt med at teknologien har udviklet sig," siger nationalbankdirektør Christian Kettel Thomsen.

Nationalbanken har i fælles forståelse med erhvervsministeren også besluttet, at den nye seddelserie ikke kommer til at indeholde en 1000-kroneseddel. Derfor udgår 1000-kronesedlen også som gyldigt betalingsmiddel efter 31. maj 2025.

Kontanter anvendes i dag til ca. 10 pct. af betalingerne i fysiske butikker, og 90 pct. af alle betalinger med kontanter i butikkerne er på under 500 kr. Hvidvaskreglerne forbyder samtidig større

kontante betalinger. 1000-kronesedlen er derfor ikke vigtig for borgernes mulighed for at bruge kontanter til betalinger, lyder det. Samtidig vurderer bl.a. politiet, at 1000-kronesedlen i højere grad end andre sedler anvendes i forbindelse med økonomisk kriminalitet af forskellig karakter. Regeringen har i den forbindelse oplyst, at den vil fremsætte lovforslag om at nedsætte kontantgrænsen fra de nuværende 20.000 kr. til 15.000 kr.

"Med danskernes ændrede betalingsvaner er der ikke længere brug for 1000-kronesedlen, og i praksis kan den endda være svær at anvende til betalinger. Og så lytter vi naturligvis også til de bekymringer og ønsker, der er fra politiet, den finansielle sektor og detailhandlen i forhold til 1000-kronesedlen," siger Christian Kettel Thomsen.

Frem til og med 31. maj 2025 kan 1000-kronesedlen fortsat anvendes i butikkerne eller indsættes i pengeautomater og egen bank i overensstemmelse med reglerne for hvidvask.

-PF



Opret stillingsopslag på designbase.dk

De rette kandidater

Faglig kontekst

Ingen kontaktspild

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

Finansiering uden bekymring om bundet kapital.

Design er din lidenskab, og din kreativitet kender ingen grænser. Men hvordan kan du skabe de perfekte rum uden at skulle betale for hele din ordre på forhånd? Vi har svaret.

Vores "Sælg først, betal leverandørerne senere" løsning er designet specielt til dig. Finansier dine møbler og interiør ordrer, så du kan realisere dit fulde potentiale uden at binde likviditet. Frigør dine ressourcer til det, du elsker - at skabe fantastiske design.



Treyd

www.treyd.dk