

# designbase

DESIGNBASE.DK – FORUM FOR INTERIØR- OG DESIGNBRANCHEN



**MØBLER**

- A PHILOSOPHY -

## UD UNDER ÅBEN HIMMEL

Havemøblerne i Sammen serien er skabt til solrige frokoster og lange sommernætter i haven.

Designet af Thomas Alken.

Se mere på [fdbmobler.dk](https://fdbmobler.dk)

# Indhold

## Bloom

**4 Designprocessen er som et puslespil**  
"Jeg brænder for at forstå de mennesker, jeg designer til, og de kontekster, produkterne skal fungere i. Det er ikke bare styling; det handler om at skabe noget, der virkelig løser et behov." Det siger Sofie Lefevre, der står bag Zone Denmarks havemøbelserie DISC, der er skabt til de mindre uderum.

**16 Det er tid til et gearskift**  
"Uderummet er i dag boligens 5. rum, og der er masser af potentiale i at udvikle både udekøkkener og andre produkter, der kan skabe atmosfære i haven." Det siger Henrik Midtgård Hansen. Derfor skifter byLogstrup nu navn til Norrvik.

## Dining

**8 Jeg søger den perfekte vinoplevelse**  
For vinconnaissance og glasdesigner Tom Nyboe, der står bag Holmegaards 200 års jubilæumsglasserie "Notes", handler det om at skabe den perfekte vinoplevelse, både når han designer, og når han dækker et smukt bord med glas.

## Interiør

**11 Farverige Formland**  
Positivitet, høj stemning og en iver efter at handle kendetegnede ifølge udstillerne Formland Spring 2025, der fandt sted i messecenter Herning

**19 Maison&Objet: Dristig innovation, der inspirerer**  
Der var masser af liv på gangene, en eksplosion af farver og nye produkter og entusiastiske besøgende fra hele verden på Maison&Objet, og dermed driver messen forretning på tværs af sektoren og inspirerer til et engageret, voksende fællesskab.

**24 Markedsplads, forretningsmotor, optimisme-driver**  
Stigning i besøgstal på Frankfurts megamesse; Ambiente, Christmasworld og Creativeworld. På trods af et udfordrende markedsmiljø viser den globale forbrugs-vareindustri sig at være modstandsdygtig og fuld af energi.

**30 Nyheder**

## Business

**22 Pension i øjenhøjde**  
"Pension kan også være lækkert." Det mener Thomas Siebert, der er salgsdirektør i APC Forsikringsmæglere

**28 Lad teknologien arbejde for dig**  
Medarbejderne skal registreres og det samme skal emballage, CO<sub>2</sub> med mere. Samtidig er der hele spørgsmålet om implementering af AI.

**34 Branchenyheder**



### 4 Designprocessen er som et puslespil

"Jeg brænder for at forstå de mennesker, jeg designer til, og de kontekster, produkterne skal fungere i. Det er ikke bare styling; det handler om at skabe noget, der virkelig løser et behov." Det siger Sofie Lefevre, der står bag Zone Denmarks havemøbelserie DISC.



### 8 Den perfekte vinoplevelse

For Tom Nyboe, der står bag Holmegaards nye glasserie "Notes", handler det om at skabe den perfekte vinoplevelse.



### 11 Farverige Formland

Positivitet, høj stemning fra udstillerne på Formland Spring 2025.



### 19 Dristig innovation, der inspirerer

Der var en eksplosion af farver og nye produkter på Maison&Objet.



### 28 Lad teknologien arbejde for dig

# Når positiviteten får tag i branchen, er vi på rette vej...



Pia Finne, redaktør

Så er messerne forbi for denne gang, og faktisk var det en god oplevelse, for det tyder på, at atmosfæren i branchen er ved at tage en drejning til det mere positive. Salget er generelt øget, der kom flere internationale indkøbere på de store, internationale messer, og der var et højt niveau af produkter. Når det er sagt, er der naturligvis stadig er stykke vej at gå, og spørgsmålet er, om branchen skal til at vænne sig til en ny normal.

Men typisk for design- og interiørbranchen er det, at så snart, der er positivitet at spore, sker der noget. Straks går designerne i gang med at udvikle, og der sker noget i virksomhederne. Der tænkes nyt både i de mange danske designfirmaer og hos detailhandlen, og det er dejligt at se.

Man kan også se et skrift i stemningen i trenden på både de danske og de internationale messer. Der leges mere, selv om der også stadig er et blik på naturen og på den ro, den bringer i hjemmene, for det har vi stadigvæk også behov for.

Det er dejligt at se, at lethed og glæden vender tilbage i boligen sammen med kreativiteten. Frugtagtige farvenuancer; lys orange og citron møder bløde nuancer som himmelblå eller denim, og der eksperimenteres med broderi og patchwork.

@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 brugskunstforretninger, store møbelhuse, blomsterbutikker samt disse forretnings leverandører. Tryk-oplaget er på 2.900 stk. og repræsenterer en ansået 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](mailto: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](mailto:rb@horisontgruppen.dk)

Pia Finne  
Redaktør  
[redaktion@designbase.dk](mailto:redaktion@designbase.dk)

Majbritt Refsgaard  
Grafiker  
[mr@horisontgruppen.dk](mailto:mr@horisontgruppen.dk)

#### Salg & Marketing:

Mette Kronborg  
Business Manager, annoncer & partnerskab  
[mk@horisontgruppen.dk](mailto:mk@horisontgruppen.dk)  
Telefon 2713 0010

#### Abonnement:

Ændringer af navn eller adresse for modtagelse af magasinet designbase, skriv venligst mail til: [abo@horisontgruppen.dk](mailto: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](mailto:info@horisontgruppen.dk)  
[www.horisontgruppen.dk](http://www.horisontgruppen.dk)





^ Sofie Lefevre står bag designet af både DISC havemøblerne og Firefly lanternen.

”Jeg brænder for at forstå de mennesker, jeg designer til, og de kontekster, produkterne skal fungere i. Det er ikke bare styling; det handler om at skabe noget, der virkelig løser et behov.” Det siger Sofie Lefevre, der står bag Zone Denmark's havemøbelserie DISC, der er skabt til de mindre uderum, der med den stigende urbanisering, bliver flere og flere af.

**Tekst:** Pia Finne | **Foto:** Zone Denmark

”Noget af det, jeg finder mest motiverende, er at betragte, hvordan vi er i verden som mennesker. Det kan være måden, vi bevæger os på, hvordan vi bruger vores omgivelser, eller hvilke udfordringer vi står overfor i hverdagen.” Det siger designer Sofie Lefevre. Hun står bag Zone Denmark's havemøbelserie DISC, ligesom hun har designet Firefly lanternen samt badeværelsesserien Time og cocktailserien ROCKS for Zone Denmark.

For Sofie er design en proces, hvor mange lag skal forenes. ”Jeg starter ofte med et konceptuelt udgangspunkt. I tilfældet med DISC-serien var det foldeprincipper. Jeg eksperimenterede med forskellige mekanismer og materialer for at finde en løsning, der kunne imødekomme behovet for

fleksibilitet og samtidig fungere godt i produktionen,” siger hun, og hun skabte et princip, der senere er blevet patenteret, og som har været medvirkende til, at serien vandt Red Dot Best of the Best i 2024.

Designprocessen er dog sjældent lineær. ”Det er som et puslespil. Man får en god løsning, men så opdager man, at den ikke fungerer optimalt i produktionen eller ikke er holdbar nok i brug. Så må man tilbage til tegnebrættet. Det er komplekst, men det er også det, der gør det spændende,” forklarer hun.

Materialevalget til DISC-serien, der står med sit enkle formsprog og innovative design, blev afgørende. Serien er fremstillet i pulverlakeret stål, der gør det både vejrbestandigt og vedligeholdelsesfrit. ”Jeg ville skabe noget, der kunne holde til udendørs brug, men som samtidig havde en bæredygtig profil. Vi ser en generel tendens i designverdenen til at fokusere mere på holdbarhed og genanvendelighed, og det var vigtigt for mig at integrere det i serien,” siger Sofie.

DISC-serien blev til som en løsning på et meget aktuelt behov: den stigende urbanisering. ”Vi ser en klar tendens til, at flere og flere flytter ind til byerne og bor tættere. Det betyder, at vi får mindre udendørs plads at råde over, og det stillede krav om møbler, der kan tilpasses de mindre rum som altaner og små terrasser,” fortæller Lefevre.

Med DISC-serien var målet at skabe fleksible, pladsbesparende møbler, der samtidig har en høj æstetisk og funktionel værdi. Serien består af et foldebord, bænke, taburetter og hynder – alle designet med fleksibilitet for øje.

Et af de mest kendetegnende træk ved DISC-serien er det enkle men gennemtænkte formsprog. ”Jeg ville undgå, at det blev for komplekst visuelt. Det enkle udtryk er vigtigt for mig, fordi det skaber ro i et rum, men funktionaliteten skal stadig være i top. Det er en balancegang, som kræver tid og mange iterationer,” siger hun.

Serien inkluderer også nogle unikke funktioner, der understreger fleksibiliteten. For eksempel kan hynderne fastgøres med magneter, så de nemt kan flyttes eller fjernes efter behov. ”Det er en lille detalje, men den gør en stor forskel for brugervenligheden,” forklarer hun.

Samme behov for at forene æstetikken med funktionaliteten var også udgangspunktet for lanternen Firefly, men her var tilgangen en anden. ”Med Firefly gik jeg mere historisk til værks. Jeg var fascineret af lygtemændene, der gik rundt i Københavns gader for flere hundrede år siden og holdt gang i gadelygterne med et stearinlys, og det inspirerede mig. Derfor er designet også skrællet ind til benet. Lanternen består af lameller og et håndtag, så det næsten kunne have eksisteret på den tid”, fortæller Sofie, der også har designet cocktailserien ROCKS for Zone.

Den rummer flotteste krystalglas og skarpe →



Sofie Lefevre.

# Designprocessen er som et puslespil

→ design items til hjemmebaren. "Kvinderne har grebet shakeren og serverer lækre cocktails og underspillede sjusser til tapas, og de vil have god smag – både i glasset og i boligindretningen," lyder det.

#### En rejse gennem design og innovation

Sofie Lefevre har en baggrund, der kombinerer design og strategi. Hun startede sin karriere som cand.merc. i design management, men fandt hurtigt ud af, at hendes passion lå i det kreative. Efter at have taget en uddannelse i Innovation Design ved Royal College of Art i London begyndte hun at arbejde som designer og projektleder, inden hun startede sit eget designfirma.

"Jeg ser mig selv som en T-shaped person. Jeg har en dyb forankring i design, men jeg har også en bred forståelse for de strategiske og forretningsmæssige aspekter. Jeg holder meget af den problemknusende del af designet, og så kan godt lide at kombinere de to verdener, fordi det



^  
"Jeg ser mig selv som en T-shaped person. Jeg har en dyb forankring i design, men jeg har også en bred forståelse for de strategiske og forretningsmæssige aspekter."



^  
Sofie brænder for at forstå de mennesker, hun designer til, og de kontekster, produkterne skal fungere i.

gør designprocessen mere helhedsorienteret," siger hun.

Sofies erfaring spænder vidt – fra havemøbler og lamper til medicinsk udstyr. Fælles for alle hendes projekter er dog en dybdegående tilgang. "Jeg brænder for at forstå de mennesker, jeg designer til, og de kontekster, produkterne skal fungere i. Det er ikke bare styling; det handler om at skabe noget, der virkelig løser et behov," siger hun, og hun mener, at det er kunsten i design. "Nogle designere tænker meget æstetisk, for mig



DISC er skabt med et patenteret foldesystem, der gør møblerne perfekt til små, urbane uderum.

handler det om at skabe helhed og få systemerne til at gå op."

Hun holder af mangfoldigheden i hendes arbejde, og hun slår fast, at processen er den samme uanset, hvilket produkt, man arbejder med. "Som designer får man lov til at komme ind og få en unik forståelse af mange forskellige industrier om det er på hospitaler, i en designvirksomhed eller som lige nu, hvor jeg er i gang med at design en ligpose til ny kremeringsproces, som jeg har været i USA og studere. Men jeg er også et nysgerrigt menneske, og det er berigende at få så meget indsigt," lyder det fra Sofie, der med et smil tilføjer, at det også er hendes akilleshæl. "Når jeg begynder at sætte mig ind i tingene, er der faktisk ikke noget, jeg ikke synes, er spændende."

#### En refleksion af tiden

Med DISC-serien har Sofie skabt en kollektion, der ikke blot adresserer et praktisk behov, men også reflekterer over vores samtid. "Urbaniseringen og de mindre udendørs rum er en udfordring, men det er også en mulighed for at tænke nyt. Jeg ville skabe noget, der gav mening både funktionelt og æstetisk, og som kunne passe ind i mange forskellige sammenhænge," siger hun.

Serien har allerede været en succes for Zone Denmark, og Sofie ser tilbage på projektet med stolthed. "Det har været en lang rejse, men det er også det, der gør det så tilfredsstillende. At se noget gå fra en lille skitse til et færdigt produkt, der bruges og værdsættes af mennesker, er en fantastisk følelse," afslutter hun.

# MESSE C FURNITURE FAIR

27.-30. APRIL 2025

## HELE MØBEL- BRANCHEN UNDER ÉTTAG

Kom til MESSE C FurnitureFair – en fag- og indkøbsmesse, der samler hele møbelbranchen under ét tag. Med 10.000 m<sup>2</sup> inspirerende rammer, gratis adgang for branchen og central beliggenhed midt i landet tilbyder vi 4 effektive messedage med fokus på form, funktion og forretning.

Tag dine medarbejdere med til nyheder og inspiration for din virksomhed.



#### Hent din gratis billet

Scan QR-koden eller gå på  
[www.messec-furniturefair.dk](http://www.messec-furniturefair.dk)

Gratis adgang for alle fra branchen

# Jeg søger den perfekte vinoplevelse

For vinconnaissanceur og glasdesigner Tom Nyboe, der står bag Holmegaards 200 års jubilæumsglasserie ”Notes”, handler det om at skabe den perfekte vinoplevelse, både når han designer, og når han dækker et smukt bord med glas, der forener æstetikken med funktionen. Og for ham er den nye serie det, han kalder, sit ”livs-statement”.

Tekst: Pia Finne | Foto: Holmegaard

”Notes glasserien er mit ”livs-statement”. For mig repræsenterer de noget nær den perfekte vinoplevelse, hvor smagen, duften, følelsen og fornemmelsen forenes med æstetikken.” Det fortæller vinconnaissanceur og glasdesigner Tom Nyboe, der står bag Holmegaards 200 års jubilæumsglasserie ”Notes”.

Han mener, vin er en totaloplevelse, og det fortæller han passioneret om, mens vi sidder ved langbordet i hans fantastiske køkken og nyder en frokost og selvfølgelig et glas udsøgt vin, serveret i de smukke Notes-glas, og jeg må sige, at jeg er enig: Æstetikken, når de fire glas; bourgogneglasset, rødvin, hvidvin og champagne står præcis lige høje på deres tynde stilk med en unik dråbeform. De harmonerer perfekt med hinanden, fanger sollysets stråler og spejler vinnens gyldne nuance. Det gør noget helt specielt ved oplevelsen.

Tom fortæller, at han faktisk fik ideen til Notes for mere end 6 år siden. ”Jeg ville udforme de ultimative glas for mig selv, hvor jeg ville bruge al den erfaring og viden om vin og glas-produktion, som jeg havde samlet op gennem årene. Så har jeg efterfølgende brugt god tid på at justerer og forfine designet i årene op til lanceringen her i år”.

I Notes-serien har Tom designet fire forskellige glas, der hver giver mulighed for at servere

forskellige typer vin på en optimal måde. ”Jeg ville skabe en serie, hvor man med få glas kunne dække alle vinbehov perfekt; uanset om man serverer champagne, hvidvin, rødvin eller en kraftig Amarone eller bourgogne,” forklarer han. Men han forklarer også, at man faktisk ikke behøver at holde sig til at servere hvidvin i hvidvinsglasset o.s.v. ”Det handler om at bruge det glas, der passer bedst, og jo større en vin er, jo større overflade kan den typisk tåle. Så man kan sagtens servere i rigtig god hvidvin i et bourgogneglas”, forklarer han, imens vi selvfølgelig tester det af, og helt rigtigt; vinen, vi drikker får faktisk endnu mere kraft i det store bourgogneglas.

Og han forklarer videre, at det for hvidvin er centralt at tage udgangspunkt i druen. ”Stramme, mineralske vine som Riesling og Sauvignon Blanc har brug for et glas, der åbner og holder duften i vinen rigtigt,” forklarer han. Fadlagrede vine som Chardonnay kan derimod drage fordel af et større glas for at udvikle kompleksiteten.

Også rødvinglassets design er afgørende for, hvordan vinens karakter udfolder sig. En Brunello kan eksempelvis præsenteres i et mindre glas for at bevare sin finesse, mens kraftfulde vine som Barolo skal have plads i et stort Bourgogne-glas.

”Når man taler om champagne, er der altid debat om fløjteformede versus åbne glas,” bemær-

ker han. ”Min tilgang var at kombinere det bedste fra begge verdener.” Han demonstrerer champagneglasset fra serien og tilføjer, ”Det spidser til i bunden for at holde boblerne i gang, men den åbne form lader aromaerne udvikle sig.”

### Lås ikke dine sanser inde

Tom når frem til de fineste detaljer med sin praktiske tilgang til design. ”Når du skænker vin, så lås ikke dine sanser inde. Brug tid på at observere og dufte, før du tager en slurk. Hvad du føler kommer fra glasset er en del af den samlede oplevelse.”

At stilkene på Notes-glassene er tynde og fine forklarer Tom også. Dels er de tynde, langstilkede glas en klar trend i tiden, og dels holder han meget af æstetikken i de lette, fine og høje glas.

”Når man først har vænnet sig til de tynde, lette glas, kan de gamle glas føles tunge,” fortæller han. Notes glassene har han testet i daglig brug og i opvaskemaskinen, og han fortæller, at de holder sig godt. Han understreger dog vigtigheden af korrekt pleje: ”Brug passende rengøringsmidler, og sørg for, at der altid er salt og afspændingsmiddel i maskinen og vask dem i et glasprogram.”

”Når man sammenligner de lette, fine glas med datidens tunge vinglas, er det næsten som at gå fra at køre i en klodset kassevogn til at glide



^  
Tom Nybroe.

Glassene står lige høje og med ens højde på stilkene.  
v

*Hver fredag valgte jeg en ny vin, og jeg begyndte hurtigt at opdage forskellen på vinene og ikke mindst på, hvad det betød for vinen, hvilket glas man benyttede.*

TOM NYBROE

afsted i en moderne sportsvogn. Følelsen af letthed og elegance er uovertruffen.”

For Tom handler design ikke kun om objektet i sig selv, men om den oplevelse, det skaber for dem, der bruger det, og så er hans holdning, at en designer altid skal udfordre sig selv og aldrig tage den nemme løsning.

”Jeg arbejder bedst, når jeg føler, det lidt uoverskueligt i starten af et projekt. Hvis alt føles for let, er det et tegn på, at jeg ikke presser mig selv nok,” forklarer han, og netop den tilgang giver hans designs en dybde og en historie, der er fascinerende.

Tom Nybroes kærlighed til design har dybe rødder. Hans arbejde handler ikke blot om at skabe objekter; det handler om at formidle historier. ”Design handler om, hvordan vi kommunikerer og interagerer med hinanden. Rigtig mange mennesker kan se på det samme glas, men hver enkelt vil få en personlig oplevelse,” siger han, ”for det

er i de små detaljer, den ægte kunst findes,” påpeger han.

### Fra vininteresse til design

Toms interesse for vin begyndte allerede som 17-årig, hvor han bestemte sig for, at han hver fredag ville købe en ny flaske vin fra den lokale vinhandel i Herlev. ”Hver fredag valgte jeg en ny vin, og jeg begyndte hurtigt at opdage forskellen på vinene og ikke mindst på, hvad det betød for vinen, hvilket glas man benyttede,” siger han. I dag holder han – udover at designe glas – også foredrag om vin, han holder vinsmagninger, og han står bag yderligere to kendte glasserier fra Holmegaard, nemlig Perfection og Glorious med hver deres udtryk samt Premium-serien fra Rosendahl.

”Så jeg er da meget stolt over at have fået lov til at designe Holmegaards 200-års jubilæums glasserie,” siger han. ”For mig er Holmegård er ikke bare et brand. Holmegård har støttet mig →





# Farverige Formland



Fra Formlandtrends Living Collage.

## Positivitet, høj stemning og en iver efter at handle kendetegnede ifølge udstillerne Formland Spring 2025, der fandt sted i messecenter Herning

Tekst & fotos: Pia Finne

6.869 indkøbere og andre besøgende fra i alt 23 lande gæstede Formland i Herning, der fandt sted fra søndag til tirsdag i denne uge. Messen var mindre denne gang, end den sædvanligvis er, men der var gjort fine tiltag i forhold til at få den til at fremstå indbydende og interessant på trods af det.

Administrerende direktør i MCH A/S Georg Sørensen sætter stor pris de flotte tilbagemeldinger, man har fået fra udstillerne og det bekræfter i hans optik blot vigtigheden af, at branchen har mulighed for at samles på Formland.

"Formland er skabt af og for fællesskabet - og netop fællesskabets styrke gør messen til en

særlig oplevelse, hver gang. Det er en fornøjelse at høre de mange positive tilbagemeldinger fra både erfarne og nye udstillere. Endnu en gang har messen været en foretrukken handelsplads og et dynamisk mødested, hvor nye forbindelser er skabt, relationer styrket og muligheder opstået i samspillet mellem idéer, produkter, forretning og

→

→ hele vejen, og deres arv betyder meget for mig. Det er som at have en familie af håndværkere, der forstår og værdsætter kvalitet," forklarer han og reflekterer over, hvor vigtigt det har været for ham at have en solid base som Holmegård, hvor kvalitet altid er i fokus.

### Fremtiden for glasdesign

Notes-serien er en fusion af æstetik og funktion, og samtidig er det et bud på fremtidens glasdesign. Tom bemærker, at interessen for vin i Danmark og globalt vokser.

"Vi lever i en tid, hvor flere mennesker engagerer sig i vinens nuancer, og det er fantastisk," siger han. "Jeg ønsker, at mine glas skal invitere til udforskning, hvor sporene fører til nye opdagelser."

"Mine glas afspejler min rejse, mine erfaringer og mit arbejde," afslutter Tom. "Mit mål med Notes er at skabe forbindelser mellem vin og glas, men også mellem mennesker. Design er en kontinuerlig læreproces, og jeg vil altid stræbe efter at forbedre mine kreationer og skabe dybe forbindelser mellem folk og det de elsker."

I vores samtale underbygges Toms dybe passion for glasdesign, som er tæt knyttet til, hvordan han ser Notes-serien.

Hver dråbe vin, der hældes i dem, er mere end blot en forkælelse; det er en mulighed for at skabe minder, forbinde med andre og dele glæden ved gode stunder. Tom reflekter over, hvad vin og glassene kan gøre for sociale interaktioner. "Forestil dig en weekendmiddag med venner, hvor samtalen flyder, og latteren bobler. Glassene bliver ikke blot beholdere til vinen; de bliver vitale aktører i din oplevelse," siger han. "Det er de små øjeblikke, der gør livet værdifuldt. At se nogen tage en slurk af vinen, mens lyset fanges i glasset – det er ren poesi." "Hver af de fire glas i Notes-serien har sin egen identitet – som et ensemble, der spiller sammen", forklarer han, og sammenligner Notes med en symfoni, hvor hver

tone danner del af helheden.

Dermed er Notes også mere end blot en samling glas; det er en strøm af inspiration, der opfordrer os til at værdsætte de enkle stunder.

"Mit håb er, at Notes vil inspirere til episoder af nydelse; at bringe folk sammen over bordet som en hyldest til livets skønhed," siger han og understreger, at det ikke kun handler om glassene selv; det handler også om det samlede visuelle udtryk ved borddækningen.

"Borddækning er en æstetisk disciplin for mig," tilføjer Tom med et glimt i øjet. "Når jeg inviterer gæster, elsker jeg at dække bordet. Det handler om harmoni og symmetri. der er simpelthen en æstetisk skønhed i at dække bord, som kan berige oplevelsen af at dele et måltid," siger han. "Og når jeg dækker et bord med mine glas, gør jeg det med tanke på det. Den klare, enkle form fremhæver de forskellige vinfarver og madens nuancer, og når man ser dem stå på bordet, opfordres man til at sætte sig ned og nyde."





mennesker,” lyder det fra Georg Sørensen, der fortæller:

”Tak til udstillerne for engagementet og den helt særlige energi, der sammen med de besøgende skaber den unikke Formland-stemning - bygget på fællesskab, loyalitet og branchens evne til at forny sig og lade sig inspirere med en fælles tro på fremtiden.”

Og efter tre farverige Formland-dage spækket med smukke produkter og lærerige aktiviteter gør udstillerne nu status, og at der har været både aftaler, netværk dialoger og handler, ligger klart. Forhåbentlig vidner den positive stemning og de gode snakke og handler om, at branchen kan se ind i en lidt lysere tid i 2025.

Consilimo var på messen med sine seks va-

remærker Lauvring, Edelweiss, Holmen, GUS, Blooms og Serviteur.

”Vi elsker at være på Formland, og det er også derfor, at vi har været med i omkring 35 år. Det er én af Europas smukkeste messer, og stemningen er altid god. Vi har igen oplevet mange momenter med summen og mennesker over alt, og det er jo det, vi elsker - når kunderne hvirvler rundt på standene, og vi knap nok har tid til at spise,” konstaterer Vinni Elise Mikkelsen, Country Manager Danmark, Consilimo, der fremhæver den gode stemning på messen:

”Derudover har vi ikke hørt den fjerneste negativitet - tværtimod har kunderne været begejstrede, haft gåpåmod og lagt en masse fine ordrer. Det har været nogle gode dage, og det har som altid været fedt at møde kunderne personligt.”

**Tiltagende optimisme**

Den positive stemning noterede man sig også hos Natures Collection, der generelt har konstateret en stigende tro på tingene i branchen.

”Vi har i et stykke tid mærket en tiltagende optimisme i branchen, og derfor besluttede vi at investere i en større stand og et større setup, og det er vi glade for, at vi gjorde. Især søndag var der en virkelig flot trafik af mennesker, og stem-



ningen har generelt været rigtig fin. Vi har mødt både nye og gamle kunder, og vi har fået vist vores nye kollektion frem, så sagt på godt jysk er det gået ganske udmærket,” smiler Lasse Pedersen, ejer, Natures Collection.

Årets Formland Spring bød foruden nytænkende udstillere og æstetiske stande på horisontudvidende oplæg og øjenåbnende talks, en trendzone og 'Greenhouse' samt 'Creators Community' og 'Circular Formland Days'.

**Glædens æstetik**

Son vanligt var Formlands trendområde en god oplevelse. Living Collage var kurateret af Studie Flyhøst, og her var der masser af inspiration at hente for indkøberne i forhold til farver, stilarter og tendenser i tiden, som kan bruges af og i butikkerne i forhold til, hvad kunderne skal inspireres med til foråret og sommeren, men også i forhold til. Hvordan der kan arbejdes med stilingen i butikken i løbet af 2025, og der er rigtig mange muligheder for at skabe spændende opstillinger i butikken, så kunderne får lyst til at investere...

”Vi kigger ind i mange tidsalder, vi kigger på samarbejder, og vi åbner op og deler. Tingene flyder sammen, og grænserne forsvinder. Der er en større åbenhed, og vi lukrerer på hinanden på den positive måde,” lyder det fra Mille Fly.

Living Collage som et diffust collagebillede, hvor der både er plads til det kunstneriske unika og det enkle stilrene. Det handler om at sammensætte og kuratere tingene i boligen og ude i detailbutikkerne; om at skabe gode og personlige minder. Det handler ikke om at fylde rummet med ting – det handler om at fylde rummet med liv. ”Personlighed i indretningen er en tendens i tiden.”

Farverne er intense og dramatiske, fulde af kontraster. Mønstre pryder tapeter, tekstiler og møbler, og der er plads til både det organiske, bløde og det kantede, skarpe design fra 80'ernes ikoniske æstetik. Væggene er fyldt med kunst og dekorationer, og reolerne prydes af samlinger, der vidner om interesser, historier og liv. Vaserne bugner af store buketter, og materialerne spænder fra blød velour til køligt aluminium. Alt indgår som en del af en helhed, hvor hvert element bidrager til at fortælle din historie.

Her fletter den victorianske tids overflod og rigelige charme sig sammen med nybrutalismens

rå minimalisme. Denne dristige fusion af kuraterede vintage stykker og moderne design, skaber en harmonisk balance mellem storheden ved maksimalisme og funktionalismens rene linjer.

Formland vender tilbage med sin Autumn-udgave 17.-19. august 2025.

Læs mere på [formland.dk](https://formland.dk)



**FAKTA**

**FARVERNE TIL SÆSONEN:**

- Moss
- Light blue
- Aubergine
- Bright yellow
- Pink
- Bright blue



**SANDY BEIGE**

Originalt håndlavet stentøj  
med ridsefri glasur.

aida  
RAW  
INVITE NATURE  
INSIDE  
- EST. 1835 -



**CHRISTIANE  
SCHAUMBURG-MÜLLER**



Kaffepop 20 cl. 89 kr. - termokrus 25 cl. 109 kr. - skål 19,5 cm. 149 kr. - organic frokostallerken 24x21 cm. 119 kr. - middagstallerken 28 cm. 159 kr. - organic middagstallerken 29x25 cm. 169 kr. Vejle. udsalgspris

aida®  
life in colour

Vanilla kop 20 cl. 89 kr. – Aqua skål 14 cm. 119 kr. – Vanilla middagstallerken 27,5 cm 149 kr. – Blueberry pastatallerken 23 cm. 149 kr. Blueberry 16 del bestik 399 kr. Vejl. udsalgspriser.



# Det er tid til et gearskift

”Uderummet er i dag boligens 5. rum, og der er masser af potentiale i at udvikle både udekøkkener og andre produkter, der kan skabe atmosfære i haven.” Det siger Henrik Midtgård Hansen. Derfor har byLogstrup nu skiftet navn til Norrvik. Nye partnere er kommet til, og målet er nu, at komme ud til et bredt, europæisk forhandlernet.

**Tekst:** Pia Finne | **Foto:** Norrvik



Det er tid til et gearskift. Det ligger i tiden, der er fokus på udelivet, og mulighederne er mange. Derfor har ByLogstrup nu taget et afgørende skridt ind i fremtiden ved at skifte navn til Norrvik. Navneskiftet markerer en milepæl for virksomheden, som nu redefinerer sin identitet, strategi og fremtidige ambitioner med et mål om at nå bredt ud i Europa med et udvidet fokus på kvalitet, design og partnerskaber.

De nye partnere, der er trådt ind i virksomheden, er Rune Refstrup Melander og Mads Markussen, og de to understreger, at den primære årsag til, at de er gået med ind i Norrvik er kærligheden til de gode design, og en lyst til at udvikle og løfte brandet ind i fremtiden.

Henrik Midtgård Hansen, der sammen med Dan Christensen grundlagde ByLogstrup for fire år siden, beskriver overgangen som et naturligt skridt for virksomheden.

”ByLogstrup er vokset ud af sin oprindelige

ramme og er flyttet hjemmefra. Med Norrvik foretager vi et gearskifte fra at være et mindre, direkte-til-forbruger brand til at blive en større spiller i Europa med et fokuseret B2B-netværk, for det handler om at skabe en platform, hvor kvalitet, design og funktionalitet kan nå ud til endnu flere.”

Henrik, der oprindeligt designede ByLogstrups første udekøkken hjemme i sin garage, reflekterer: ”Jeg kan stadig huske de første skitser på køkkenbordet og følelsen, da vi fik vores første kunde. Det var starten på noget stort, men vi vidste ikke dengang, hvor langt vi kunne nå.” I dag ser han skiftet til Norrvik som en mulighed for at opfylde drømmen om at gøre udekøkkener til en essentiel del af europæiske hjem.

”Vores udekøkkener har base i design til industrien, og dermed er de designet til at holde – både hvad angår materialer og æstetik. Overgangen til Norrvik giver os mulighed

for at bringe vores produkter ud til flere europæiske hjem og samtidig udvikle nye løsninger, der matcher fremtidens behov inden for udeliv,” tilføjer han.

Omdrejningspunktet skal fortsat være udekøkkenerne, men de fire partnere slår også fast, at en del af udviklingen rummer nye produktgrupper, der kan spille op til livet omkring udekøkkenet. ”Dog kommer det ikke til at ske lige nu. Først og fremmest skal vi have fokus på, at lancere udekøkkenet i de øvrige europæiske lande”, lyder det fra Mads Markussen.

## En ændring af strategien

Med navneskiftet kommer der dermed også en strategændring. Norrvik vil bevæge sig væk fra den hidtidige D2C-model (Direct to Consumer) og satse på et B2B-forhandler-netværk, der allerede er under opbygning i Danmark, Norge, Sverige og Benelux-landene. Mads Markussen, der er ansvarlig for forhand-

linger og forretningsudvikling, forklarer: ”Vi har indset, at vores produkter fortjener et bredere publikum. Ved at samarbejde med premium-forhandlere kan vi skabe en dybere forbindelse til kunderne og samtidig sørge for, at vores brand forbliver eksklusivt.”

B2B-strategien giver også virksomheden mulighed for at etablere en stærk tilstedeværelse i showroom-miljøer. ”Vi ønsker, at kunderne kan opleve vores produkter på tæt hold. Robusthed, kvalitet og design er noget, man må føle og se med egne øjne, og det kan vi nu realisere gennem vores forhandlere,” siger han.

De fire partnere af Norrvik er også enige om, at man vil ud til de rigtige forhandlere. Det vil sige møbelforretninger, køkkenfirmaer og forretninger med relaterede produkter; havemøbler, krukker med mere i samme kvalitet.

”Vi vil helst undgå forhandlere, der sælger på pris. I stedet søger vi engagerede forhandlere, med samme tilgang til design som os, og som kan

se udekøkkenerne som en god mulighed for udvide produktsortimentet.”

## Visionen bag navneskiftet

Navnet Norrvik blev valgt for at signalere en ny begyndelse og en mere international profil.

Rune Refstrup Melander, der har en fortid inden for strategisk markedsføring, uddyber: ”Vi ville finde et navn, der taler til vores skandinaviske rødder, men som samtidig er let genkendeligt i hele Europa. ”Norrvik” fanger essensen af vores brand: minimalisme, robusthed og elegance.”

Rune deler også en personlig refleksion: ”Jeg har altid beundret skandinavisk design for dets evne til at kombinere funktionalitet med skønhed. Med Norrvik har vi en unik mulighed for at bringe denne æstetik ud til hele Europa og gøre det på en måde, der føles autentisk.”

Han fremhæver også den store tendens til at investere i uderum: ”Udekøkkener og udendørs-installationer som udebrugere bliver stadig mere

populære, især i forbindelse med nybyggeri og helårsboliger. Derfor ser vi også et stort potentiale i at udvide vores portefølje med flere produkter, der kan forstærke det 5. rum og give kunderne en samlet udendørsoplevelse.”

## Produkter og kvalitet i verdensklasse

En af Norrviks styrker ligger i virksomhedens kompromisløse fokus på kvalitet. Virksomhedens udekøkkener fremstilles i Danmark og er bygget til at modstå de barske vejrforhold. ”For at sikre langvarig holdbarhed og høj korrosionsbeskyttelse bruger vi materialer som aluzink og zinkmagnesium til vores udekøkkener.” Derudover er alt pulverlakeret og designet uden svejsninger, hvilket giver en ekstrem holdbarhed,” forklarer Henrik Midtgård Hansen.

En vigtig del af produktfilosofien er modulære løsninger, der kan skræddersys til kundens behov. Dan Christensen er ansvarlig for virksomhedens økonomiske styring, < og han understreger, →

*Vi vil helst undgå forhandlere, der sælger på pris. I stedet søger vi engagerede forhandlere, med samme tilgang til design som os, og som kan se udekøkkenerne som en god mulighed for udvide produktsortimentet.*

**MADS MARKUSSEN**



Henrik Midtgård Hansen, Dan Christensen og de to nye partnere Mads Markussen og Rune Refstrup Melander.



Udelivet er blevet en del af trenden.

hvor vigtigt det er at holde fokus på premium-segmentet: "Vi skal værne om produktets værdi og sikre, at vores forhandlere deler vores passion for kvalitet. Det handler om at bygge langsigtede relationer, hvor vi arbejder sammen om at levere noget unikt til kunden."

#### Bæredygtighed og fremtiden

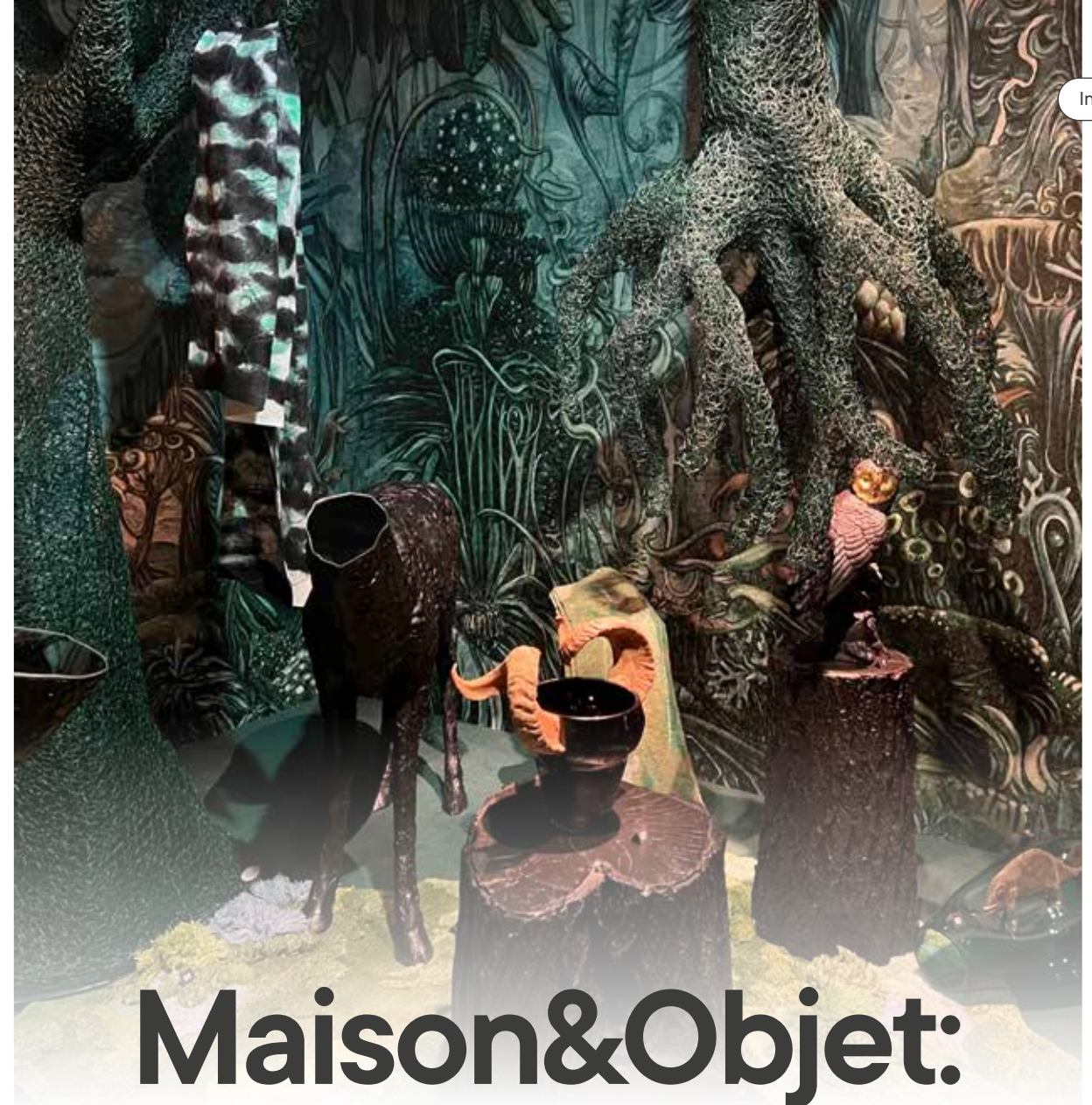
I takt med, at klimabevidstheden vokser, bliver bæredygtighed en stadig vigtigere faktor for kunderne. Hos Norrvik er det et naturligt fokusområde. Produkterne er designet til at holde i mange år og kan let repareres og opgraderes, hvilket minimerer spild. "Vi ser en tendens til, at flere og flere ønsker at investere i holdbare produkter, der bidrager positivt til deres klimaaftryk.

Norrvik er en del af den løsning," siger Rune Refstrup Melander, og Henrik Midtgård Hansen supplerer med at fortælle, at han siden begyndelsen for fire år siden praktisk talt ikke har haft en eneste reklamation på udekøkkenerne der er solgt i de 4 år, de har været i gang, og han slår fast, at den kvalitet også skal kendetegne produkterne i fremtiden.

#### En ambitiøs fremtid

Norrvik har store ambitioner for de kommende år. Ifølge virksomhedens planer forventer de at tredoble deres salg fra 100 til 300 udekøkkener årligt inden udgangen af 2025 og nå op på 1.000 årligt inden 2030. For at understøtte denne vækst vil der blive investeret i et nyt showroom og produktionsfaciliteter, hvor både forhandlere og kunder kan få en førstehåndserfaring med produkterne.

Mads Markussen ser lyst på fremtiden: "Vi står klar til at tage fat på en ny æra for virksomheden. Vi har en klar strategi, et fantastisk team og et produkt, vi er stolte af. Med Norrvik vil vi ikke bare levere udekøkkener, men skabe udendørsoplevelser, der inspirerer, og som ikke mindst er bygget på kærligheden til godt design, håndværk og ambitionen om at gøre udekøkkenet til en naturlig del af europæiske hjem. Potentialet er stort!



# Maison&Objet: Dristig innovation, der inspirerer

Der var masser af liv på gangene, en eksplosion af farver og nye produkter og entusiastiske besøgende fra hele verden på Maison&Objet, og dermed driver messen forretning på tværs af sektoren og inspirerer til et engageret, voksende fællesskab.

**Tekst & fotos: Pia Finne**

Maison&Objet vinder internationalt momentum med et stigende antal besøgende fra udlandet – et direkte resultat af investeringer for at tiltrække nye målgrupper. Denne stigning viser, at det internationale sam-

fund har mobiliseret sig omkring Maison & Objet for at styrke sin forretning og fremme ønsket om at forbruge. Færre franske besøgende deltog i år, hvilket afspejler det nuværende økonomiske klima. Med hensyn til udstillere præsenterede

2.377 mærker deres kollektioner, hvoraf næsten 30 % var nye mærker på tværs af alle sektorer. Udvalget af produkter er også blevet mere diversificeret med 60 % international repræsentation.

De 10 mest udstillende lande er Frankrig, Ita- →



Hypnotiske motiver i What's new! In Decor trenden.



Womanifesto.

→ lien, Belgien, Spanien, Holland, Tyskland, Japan, Storbritannien, Portugal og Danmark.

"Vi var opmærksomme på de udfordringer, vi står over for, og vi var meget motiverede og inspirerede til at gennemgå alle vores praksisser for at forblive den bedste forretningspartner i vores branche, både lokalt og globalt. Succesen med dette års messe blev afspejlet i den entusiasme og optimisme, der blev udstillet i gangene. Jeg er meget stolt over at se, at fagfolk, der ønsker at udvikle deres virksomhed, var til stede på messen. Vi er endnu mere spændte, når vi begynder at forberede os til begivenhederne i september 2025 og januar 2026!" siger Mélanie Leroy, General Manager, SAFI (Maison&Objet, Paris Design Week og MOM).

Maison&Objet er dermed en vigtig strategisk partner for aktører på tværs af hele indretnings-, design- og livsstilsbranchen. Hvert år tilpasser messen sig til de seneste ændringer i branchen og giver en platform til afkodning af tendenser og udvidelse af forretningsmuligheder for brands såvel som indkøbere, arkitekter og indretningsarkitekter, og messen i januar 2025 markerede en vigtig milepæl i den overgang, der begyndte i september sidste år.

Originalitet, dristighed, ønskværdighed og innovation: De fire ord opsummerer dette års begivenhed, og skabte en unik oplevelse i krydsfeltet mellem forretning og kreativitet.

Ud over produkter inden for 15 sektorer har Maison&Objet også foretaget investeringer med henblik på at tiltrække nye besøgende gennem praktiske, men inspirerende programmer: What's New? Er et signaturprogram, der præsenterer ideer og koncepter samt nye tendenser, der omdefinerer hver af de tre fremhævede sektorer.

Med What's New? In Hospitality rystede designeren Julien Sebban (grundlægger af arkitektstudiet Uchronia) hotelbranchen med et farverigt hotel, hvis muntre sammenstilling af motiver udfordrede status quo og legemliggjorde showets Sur/Reality-tema, mens hun skabte skræddersyede objekter, der stod sted mellem retrofuturisme og moderne barok og afspejlede en fremadskudende vision for fremtidens hospitality-branche.

For at fejre surrealismens 100-års jubilæum fordybede den talentfulde Elizabeth Leriche de besøgende i indretning skabt med nogle af showets fineste perler og skabte en række forstyrrende, poetiske scener i What's New! In Decor: En fortryllet skov, en seng i skyerne, hypnotiske motiver, et omvendt rum. Det var nemt at få øje



What's New - in Decor.

#### FAKTA

#### MAISON&OBJET I TAL

**Besøgende:**  
Maison&Obet havde i alt 96.392 besøg og 69.086 unikke besøgende, herunder 55 % distributører (indkøbere og uspecificerede), 36 % specificerede (arkitekter og caféer/hoteller) og 9 % producenter. De besøgende kom fra 149 lande med 56 % franske besøgende og 44 % internationale besøgende.

#### Mest besøgende lande

Frankrig: 38.763  
Italien: 4.029  
Belgien: 3.395  
Holland: 2.441  
Storbritannien: 2.144  
Spanien: 2.005  
Tyskland: 1.987  
USA: 1.437  
Portugal: 1.276  
Schweiz: 1.119 (nye)  
Topmærker efter land:  
Frankrig: 964 l  
Italien: 322  
Belgien: 139  
Spanien: 122  
Holland: 120  
Tyskland: 91  
Japan: 78  
Storbritannien: 66  
Danmark: 63  
Portugal: 58

#### Mærkerne:

2.377 mærker og 594 nye udstillere fra 59 lande repræsenterede 964 franske mærker og 1.413 internationale mærker.

på tendenserne for den kommende sæson

På området What's New! In Retail havde François Delclaux udtænkt et kuriositetsskab for detailhandlere, iscenesat for at foregribe det ideelle koncept i krydsfeltet mellem en unik detailoplevelse, original boutique-underholdning og trendy varer, der vil sætte tonen for sæson.

WOMANIFESTO! hed installationen skabt af årets designer Faye Toogood. Den britiske designer afslørede en intim del af sin tværfaglige vision gennem det kunstneriske værk, der viser kvinder i design, skabt specielt til Maison & Objet. Det var en sand fordybelse i kunstnernes kreative underbevidsthed. Gennem tre farveverdener udforskede man hendes form og tanker gennem både objektet og hendes proces. Fra skygge til lys afslørede hun de dybeste facetter af sin personlighed og sit sande jeg. Hendes sind er et landskab i konstant forandring, altid i bevægelse, hvor kreativiteten ikke kender nogen grænser, glider problemfrit fra tæpper til sofaer, fra papirskulpturer til mode.

Curatio i Signature Hall var en udstilling om kollektionsdesign kurateret af Thomas Harmann. I en museumsinstallation overskred objektet sin funktion og blev et værk i sig selv. Disse monumentale, slående værker legemliggør, hvad der er muligt, når håndværk møder kunst og design, og i krydsfeltet mellem skulptur og møbler er disse værker bestemt til at finde deres plads i samleres hjem. Udstillingen var det næste skridt i Maiaon&Objets udvikling, der satte scenen for fremtidig innovation i januar 2026.

#### Flow of Fashion

Dette innovative rum symboliserede genoplivningen af modesektoren og genopfandt mode i harmoni med indretningen. Flow of Fashion var en ægte næste generations konceptbutik, der omdefinerede fysisk detailhandel ved at udviske grænserne mellem disse to verdener. Det var mere end bare en butik, det tilbød en hybridoplevelse, hvor fysiske mannequiner blev fordoblet på skærmen og kom til live med AI i samarbejde med Artcare, et bureau med speciale i digitale mannequiner. Her blev gaveideer, modetilbehør og boligindretning samlet i en fordybende, unik shoppingoplevelse.

The Retail Coaching var en række praktiske workshops for detailfagfolk, der havde til formål at gentænke salgs- og merchandising-

strategier i en branche i konstant forandring. Workshopperne behandlede emner som god identitet i butikker, brugen af kunstig intelligens i kommunikation på salgssteder og det nyeste inden for e-handelsværktøjer.

#### Maison&Objet In The City

Fagfolk, der besøgte Paris, fik mulighed for at udforske 100 af de fineste haute décor-bygninger, håndplukket af medlemmerne af Maison&Objet-teams. Turen omfattede Mathieu Lehanneur på Christie's, MAY Gallery, Le Berre Vevauds seneste kreationer og Fortunystoffer med Chahan Minassian, for blot at nævne nogle få.

Som tidligere annonceret vil Maison&Objet sætte et helt nyt show op, når messen finder sted fra 4.-8. september 2025.

Maison&Objet i september er designet til at imødekomme forventningerne hos detailhandlere, konceptbutikker og arkitekter på jagt efter inspiration, og vil afsløre et eklektisk udvalg af indretning, mode og tilbehør, små møbler og designstykker, lyder det.



What's New - In Retail.

# Pension i øjenhøjde

”Pension kan også være lækkert.” Det mener Thomas Siebert, der er salgsdirektør i APC Forsikringsmæglere, og han slår fast, at forklare pension på en måde, så det kan forstås.”

Tekst: Pia Finne | Foto: 123rf.com

”Pension skal være spændende.” Det mener Thomas Siebert, der er salgsdirektør i APC Forsikringsmæglere. ”Når vi kommer ud til en virksomhed, vi har lavet en pensionsaftale med, så taler vi med hver enkelt medarbejder og giver den enkelte en individuel rådgivning. Vi ser på investeringsuniverset og på, hvor han eller hun er i arbejdslivet. Vi oplever ofte, at pensionsrådgivning kan være meget standardiseret og udelukkende omhandle den obligatoriske firmapension. Det forsøger vi at bevæge os væk fra og lave om på. Vi er transparente, vi går op i den enkelte medarbejders samlede liv dvs. både professionelt og privat, og vi er dygtige til at rådgive om de tilgængelige investeringsprodukter og risikoprodukter i hele markedet.”

APC Forsikringsmæglere blev stiftet i 2007 på baggrund af en ændring i mæglerloven. ”Tidligere skulle man som mægler ikke dokumentere, hvad man tjente på kundeforhold – uanset om man var forsikringsmægler eller ejendomsmægler, så der var principielt intet loft over det vederlag, der kunne opkræves hos den enkelte forbrugerne”, forklarer Thomas Siebert. ”Da det blev lavet om, kunne APC gå ind med et ærligt og transparent produkt, og vi mente, der måtte være et behov blandt almindelige mennesker for, at have en rådgiver til at sidde med på samme side af bordet og med strømlinede interesser for at pleje kundens bedste interesse. Og det var der,

for i dag hjælper APC 20.000 danskere med at få mest muligt ud af den pension, de har. Thomas Siebert fortæller, at man faktisk formår at skaffe omkostningsbesparelser på op mod 50 pct. for en stor del af de mennesker, man samarbejder med.

APC Forsikringsmæglere har en moderne og lys tilgang til pension, og kontorerne udstråler netop den positive og åbne atmosfære, for som Thomas Siebert siger det: ”Pension kan også være lækkert”, og han forklarer, hvad APC gør anderledes, end mange af de andre pensionsmæglere.

”Det, vi gør, er at vi i et åbent og ærligt sprog, som almindelige mennesker forstår, fortæller, hvad de har i dag, hvordan investeringerne er sammensat, og vi benchmarker det op imod alternativer i markedet. Og fordi vi laver aftaler for mange mennesker hver eneste dag, og vi arbejder med alle relevante danske pensions- og forsikringsselskaber, har vi en større forhandlingskraft og dermed mulighed for at få de bedste aftaler i hus.”

Thomas Siebert sammenligner APC med en indkøbsforening: Jo flere man er, jo bedre pris får man.

Hidtil har man udelukkende arbejdet med private danskeres pensioner. ”Men vi fik efterhånden mange henvendelser fra kunder, der spurgte, om vi ikke også kunne hjælpe deres virksomhed, og med det besluttede vi at tage skridtet ind på firmamarkedet.”



Thomas Siebert, der er salgsdirektør i APC Forsikringsmæglere Foto: APC Forsikringsmæglere

## Vi er gennemsigtige

Når APC nu går ind i erhvervsmarkedet, sker det med samme transparens og åbenhed, man har arbejdet med siden etableringen. Derfor arbejder man ikke med en procentvis andel af noget som helst. ”Vi har valgt at arbejde med et fast vederlag for virksomheden, så alle medarbejdere ved, hvad de har at forholde sig til og at de betaler det samme for rådgivningen hos APC.”

”Rigtig mange mennesker har en pension liggende fra et tidligere job eller en privat pension samt den firmapension, den nuværende arbejdsgiver har valgt at tegne. Ofte omhandler rådgivningen fra en pensionsmægler udelukkende den firmapension, der er på tale, og ofte rådgives der til at samle alle pensioner i en firmapension. Men det er ikke altid, det er det mest hensigtsmæssige. Derfor taler vi med hver enkelt medarbejder og rådgiver i forhold til, hvad der er mest optimalt for den enkelte”, forklarer Thomas Siebert.

En anden klar fordel ved APC er, at man har valgt at tilbyde medarbejdernes ægtefæller samme prisfordele, som virksomhedens medarbejdere får, og ikke mindst, at det nu er muligt at tegne en tandskade- og sundhedsforsikring til nettopriser for medarbejderne i virksomheder med ned til tre medarbejdere, noget der normalvis er forbeholdt større virksomheder. Det betyder bl.a., at man kan springe køen over til det offentlige og i stedet blive behandlet på et privathospital.

”I dag handler det om ”Early care”; om at sætte ind, straks man kan mærke, at der er noget galt. Det kan være psykologtimer eller anden behandling. Typisk vil man blive ringet op af en sygeplejerske fra et af pensionselskaberne, og vedkommende tager stilling til, hvad der kan ske forebyggende, det kan f.eks. være forebyggende øvelser og træning”, forklarer Thomas Siebert, der også siger, at det naturligvis ikke kun er for pensionsholderens ’blå øjnes skyld’, men også for at tage problemerne i opløbet, så der ikke skal udbetales store dækninger senere. Dette er dog en win/win da alle selv sagt er bedre tjent med at undgå at blive skadesramt.

”Er man en enkeltmandsvirksomhed – bare man har et CVR-nummer – kan vi også hjælpe, men produktpaletten er ikke helt så stor, som når virksomheden har flere medarbejdere.”

## Pension er tillidsbaseret

Tager man som virksomhed fat i APC Forsikringsmæglere, begynder det med en snak om, hvad beslutningstageren forventer, vi definerer fokus, vælger mulighed A, B eller C ud fra forskellige parametre. Når valget er truffet begynder vi vores rådgivningssamtaler med medarbejderne,” fortæller Thomas Siebert, der pointerer, at pensioner for medarbejdere i dag er obligatoriske, og at kvaliteten af pensionen klart er noget, der fylder, bl.a. i forbindelse med både rekruttering af nye

*I dag handler det om ”Early care”; om at sætte ind, straks man kan mærke, at der er noget galt. Det kan være psykologtimer eller anden behandling. Typisk vil man blive ringet op af en sygeplejerske fra et af pensionselskaberne, og vedkommende tager stilling til, hvad der kan ske forebyggende, det kan f.eks. være forebyggende øvelser og træning,*

**THOMAS SIEBERT**

medarbejdere og fastholdelse af de eksisterende.

Når Thomas Siebert har samtalerne med medarbejderne ude i virksomhederne, fortæller han, at det, der faktisk fylder allermost, er investeringsrådgivning. Det handler meget om at få valgt det rigtige produkt, så man ikke føler sig ” snydt”.

”Mange tror fejlagtigt, at højrisiko investeringer, er det samme som at sætte alle sine penge på rød. Det er det ikke. Det handler i høj grad om den opsparingshorisont, man har. Det er ofte misforstået, at man med 15 år til pensionen skal sætte sine penge i middel risiko. Det betyder, at man kun har godt 60 pct. af sin portefølje i aktier, hvor man med 15 år til pensionen sagtens kan have 85-95 pct. af porteføljen i aktier. Det handler om timing, og noget af det værste, man kan gøre for sit afkast, har historisk set været at have en for lav investeringsrisiko for tidligt”, slutter Thomas Siebert.

# Markedsplads, forretningsmotor, optimisme-driver

Stigning i besøgstal på Frankfurts megamesse; Ambiente, Christmasworld og Creativeworld. På trods af et udfordrende markedsmiljø viser den globale forbrugswareindustri sig at være modstandsdygtig og fuld af energi.

Tekst & fotos: Pia Finne

Med 4.660 udstillere og omkring 148.000 besøgende kunne trioen Ambiente, Christmasworld og Creativeworld lukke dørene til en velgennemført messe og med en styrket position som en førende platform for for-

brugsvarer. Og tilfredsheden var stor også blandt de danske udstillere, der alle melder om et øget salg samt om nye kunder og interesse fra indkøbere fra hele verden.

Over 170 nationer var repræsenteret på det

fuldt bookede Frankfurt-messeområde, hvor virksomheder fra hele verden under mottoet "Meet up at the Market" fremviste deres produkter. I alt var der 4.933 udstillere (hvoraf de 87% var internationale) og 136.482 besøgende (hvoraf de 70% var internationale)

"Messerne var helt enestående – hallerne var fyldte, netværket summede, og energien var til at tage og føle på overalt", siger Detlef Braun, medlem af direktionen for Messe Frankfurt.

"Den globale forbrugswareindustri står over for massive udfordringer – stagnerende markeder, strukturelle ændringer og økonomisk usikkerhed. Det er præcis her, vi kommer ind i billedet. Vi låser op for nye forretningsmuligheder og opbygger et globalt netværk, der styrker modstandsdygtigheden." Og han bakkes op af brancheeksperter.

"I 2025 er Frankfurt vigtigere end nogensinde. I tider med generel usikkerhed higer forbrugerne efter skønhed og individuel frihed, og købere leder aktivt efter sådanne trends. Denne messetrio samler endnu en gang alle vigtige markedsaktører," siger Peter Wüst, administrerende direktør for Home Improvement, Building and Garden Trade Association (BHB).

Udstillerne er enige: "Vi havde et enestående Ambiente – vores bedste nogensinde. Det bedste er kvaliteten af besøgende her i Frankfurt. Det er langt den bedste messe for ordrer for os," siger Willo Blome, administrerende direktør i Blomus.

## International appel

Ambiente, Christmasworld og Creativeworld fokuserede på at forbinde indkøbere og beslutningstagere og fremme internationale forretningsinitiativer. Den høje internationale deltagelse – over 70 % – var en nøglefaktor for de besøgendes tilfredshed.

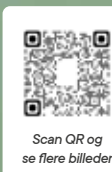
De mest besøgende nationer efter Tyskland omfattede Italien, Kina, Holland, Frankrig og USA. Den samlede besøgstilfredshed steg med yderligere to procentpoint sammenlignet med året før og nåede op på imponerende 95 %.

## Christmasworld – Følelsesmæssig appel som en succesfaktor

Som den førende messe for sæsonbestemt deko- →



Christmasworld trenden Deep.



Fra Ambiente trenden Ease.



Fra Ambiente trenden Deep.



Fra Ambiente trenden Real.



Fra Christmasworld trenden Ease.

→ ration og festlig pynt leverede Christmasworld på alle fronter.

"Messerne for forbrugsvarer i Frankfurt er vigtige trendsættere for branchen", siger Jürgen Block, administrerende direktør for den tyske forening for by- og bymarkedsføring (bcsd). "De viser, hvordan design, innovation og kommerciel levedygtighed går hånd i hånd."

#### Creativeworld – Det globale kreative fællesskab

Et trendbarometer, innovationshub og eksperimenterende legeplads – Creativeworld viste sig endnu en gang som det ultimative mødested for det globale gør-det-selv-fællesskab.

"Kombinationen af international rækkevidde og omfattende markedsdækning gør Creativeworld til den eneste begivenhed af sin art," forklarer Markus Baumgart, administrerende direktør for Schmincke. Messens nye program fra fredag til mandag blev godt modtaget, mens Creative Impulse Awards, med en mere international jury end nogensinde før, gav et klarere øjebliksbillede af det internationale marked. Vinderne afspejlede det fortsatte gør-det-selv-boom og branchens innovative styrke.

#### Ambiente – Fokus på nye vækstmarkeder

Med introduktionen af premium-mærkeområdet Interior Looks tiltrak Ambiente med succes indretningsarkitekter, arkitekter og kontraktindretningsarkitekter fra hele verden, hvilket styrkede sin forbindelse til møbelindustrien.

"Frankfurt er det perfekte knudepunkt for møbeltrends, fordi innovationer på tværs af alle forbrugsvaresektorer mødes her," forklarer kurator Bernd Schellenberg.

Denise Boxler fra S sammenslutningen af Tyske Indretningsarkitekter (bdia) er enig: "Interior Looks og det nærliggende Future of Work-område giver stærke impulser til både opholds- og arbejdsområder. Det målrettede netværk mellem producenter og planlæggere giver reel merværdi for alle."

En anden nyhed var det udvidede tilbud til hotel- og restaurationsbranchen, grupperet under særinteressen med samme overskrift. Ved at fokusere på hotel- og restaurationsbranchen udnytter Ambiente et globalt marked med stærk efterspørgsel.

"Ambiente er en unik inspirationskilde for gastronomi-, hotel- og cateringbranchen – både nationalt og internationalt. Tendenser inden for gastronomi driver efterspørgslen blandt producenter og detailhandlere, hvilket skaber en værdifuld cyklus af innovation", siger Ingrid Hartges, administrerende direktør for DEHOGA National Association for Hotels and Restaurants.

Specialpræsentationen The Lounge – Shades of Space af Ambiente Designer 2025 Fabian Freytag fremhævede endnu en gang messens ekspertise inden for design. Kunstig intelligens (AI) spillede en rolle i både det særlige udstillingsvindue og i foredrag på akademiets scener og fungerede som en kreativ katalysator og forstærker af industriens transformation.

#### One-stop-shoppen i Frankfurt

Hele spektret af specialforhandlere var til stede i Frankfurt. Derudover deltog store nationale og internationale købere – fra Amazon til ZARA – i megamessen, herunder ALDI, Carrefour International, Casa International, Compania Comercial Caribe, Coop, Crate & Barrel, Digital Flying Tiger

Copenhagen, dm Drogeriemarkt, EDEKA, El Corte Inglés, Fenwick, Fleurop, Globus, Hans Segmüller, HADI Enterprises, Hornbach, IKEA, Jaeyoung Trading, Lidl, Lulu Group International, REWE, Sainsbury's, Tesco, The Loft Japan, The One Total Home Experience, TFG Group og Zalando.

Museer med detailforretninger, herunder Courtauld Institute of Art og Museum of Modern Art's Publications Department, besøgte også messetrioen på jagt efter attraktive produktsortimenter.

#### Bæredygtighed som et vejledende princip

Bæredygtighed var et centralt tema på tværs af alle tre førende messer og fremhævede branchens ansvar for fremtidssikrede koncepter. Programmet Ethical Style, der markerede sit tiårsjubæum i 2025, demonstrerede endnu en gang den stigende betydning af bæredygtige produktløsninger.

Mens 198 udstillere blev tildelt Ethical Style-mærket i debutåret, er antallet nu vokset til 354 på tværs af alle tre messer – et klart bevis på den voksende bevidsthed om ressourcebevidst forretningspraksis.

#### Messedatoer 2026

Sammenlægningen af Ambiente, Christmasworld og Creativeworld har vist sig at være en succes for både udstillere og besøgende. Derfor vil de tre flagskibsmesser fortsat finde sted sammen på messeområdet i Frankfurt. Alle tre førende messer starter den første fredag i februar. Ambiente/Christmasworld: 6.–10. februar 2026 Creativeworld: 6.–9. februar 2026

## Almond Nougat Ny Serie

**Sage**  
Master Every Moment

**Nyhed**



*Velkommen til the Almond Nougat.*



**witt**  
www.witt.dk

# Lad teknologien arbejde for dig

Medarbejderne skal registreres, og det samme skal emballage, CO<sub>2</sub> med mere. Samtidig er der hele spørgsmålet om implementering af AI. Derfor skal teknologien tænkes ind i fremtiden på mange fronter. Og der er hjælp at hente både teknisk og økonomisk.

Tekst: Pia Finne



Foto: 123rf.com

Teknologien kommer man ikke uden om. Og det skal man heller ikke. Tværtimod skal man lære at lade den nye teknologi arbejde for sig, og tænke teknologin ind i fremtiden.

Og ja, det er en investering, men med de nye krav til bl.a. indrapportering af emballage og CO<sub>2</sub>,

registrering af medarbejderne hver dag med meget mere, kan teknologien helt klart hjælpe virksomhederne med at få en lettere hverdag.

Blandt dem, der har taget teknologien til sig, er Andersson Supply, der i 2024 implementerede forretningssystemet fra Xilium.

For Birgitte Andersson fra Andersson Supply har Xilium betydet betydelige tidsbesparelser og dermed i sidste ende også økonomiske besparelser. Man har arbejdet med systemet løbende i 2024. I maj tog man skridtet fuldt ud, og Birgitte Andersson har kun lovord tilovers for Xilium. Sy-



< Typisk kan man stå med et problem og tænke, det kan nok ikke løses, men Joakim Sønderborg Mathiasen, der står bag Xilium har faktisk den indstilling, at alt kan lade sig gøre. Foto: Xilium

stemet kan nemlig hjælpe hende med at holde styr på de sukkeafgifter, som virksomheden skal indrapportere, på emballageafgifterne og ikke mindst den daglige ordreregistrering og fakturering.

"Den månedlige indrapportering af vores sukkeafgift kostede mig tidligere en arbejdsdag om måneden. Nu tager det mig fem minutter", siger Birgitte Andersson.

Selve ordrehåndteringen klarer systemet også, og Andersson Supply tilkøbte webshoppen, så alle ordrer fra B2B-webshoppen og alle andre steder fra, går direkte ind i ordresystemet, uden at der skal testes noget.

"Det er simpelthen tid, tid, tid vi sparer. Det er nemt at oprette kunder, indføre specielle informationer om kunderne, restordrer og meget andet, og faktureringen sker lige så hurtigt med et tryk på en knap, når varen f.eks. er scannet på en messe. Herefter er alt registreret og sende både til danske og udenlandske kunder med tracking-numre. Og sker der ændringer; et billede eller en pris, skal vi kun rette det ét sted, så sørger systemet selv for at rette hele vejen rundt", fortæller Birgitte Andersson, der tog det teknologiske spring i forbindelse med, at man skulle leve op til loven om digital bogføring.

"Over de senere år er der blevet pålagt os et væld af regler og afgifter på bl.a. sukker og emballage, som vi løbende skal indrapportere til myndighederne. Det klarer systemet nu. Da vi skulle leve op til loven om digital bogføring, undersøgte vi, hvad det kostede at integrere det i e-conomics. Det blev vanvittigt dyrt, og så havde vi ikke webshop-løsningen. Xilium koster en tredjedel af prisen med webshop-løsningen, og den integreres fuldt med e-conomics", fortæller Birgitte Andersson, der fortæller, at hendes kunder også har taget rigtig imod systemet, og det er hende magtpåliggende slutteligt at slå endnu en kæmpe fordel ved Xilium fast. "Typisk kan man

stå med et problem og tænke, det kan nok ikke løses, men Joakim Sønderborg Mathiasen, der står bag Xilium har faktisk den indstilling, at alt kan lade sig gøre. Han lytter, tænker og løser problemet".

I forhold til det udvidede producentansvar for emballage, der 1. august 2024 trådte i kraft, og som rammer alle virksomheder – store som små og mikrovirksomheder – kan Xilium hjælpe virksomhederne med at leve op til kravene med en komplet software til registrering af emballage på

## SMV:Digital

Hos SMVdanmark kan man søge om tilskud til rådgivning dels til e-handel og dels til digital omstilling på 50.000 kr. igennem SMV:Digital. Tilskudsordningen er for SMV'er i hele landet og på tværs af alle brancher.

Tilskuddet kan bruges til at få bedre styr på digital bogføring og økonomistyring, styrke virksomhedens sikkerhed, eller nå ud til nye kunder og markeder via en online markedsplads eller e-eksport, og gives til en privat rådgiver, der kan

*Den månedlige indrapportering af vores sukkeafgift kostede mig tidligere en arbejdsdag om måneden, Nu tager det mig fem minutter.*

**BIRGITTE ANDERSSON**

produktniveau samt automatiseret indberetning direkte til eksempelvis VANA.

"Når produkterne er inde i systemet hos de virksomheder, vi samarbejder med, kan vi fremadrettet også lægge emballagedata på de enkelte produkter ind, så virksomheden kan trække data ud på det, der er solgt og på, hvor meget emballage, transportemballage, indpakning og ned til labels, der herefter skal indberettes til DPA igennem VANA, og hvor der er taget højde for de miljøgradueringer og "miljørabatter", der bliver gældende", fortæller Joakim Sønderborg Mathiasen, og han har etableret et integreret samarbejde med VANA.

hjælpe med at afklare behov i virksomheden, beskrive digitale løsninger og rådgive om implementering inden for netop det område, som er relevant for dig.

Puljen er åben for ansøgninger nu, og kan anvendes til indkøb af rådgivning i overensstemmelse med projektbeskrivelse og øvrige vilkår.

Projektet skal være gennemført inden for 6 måneder, og ansøgningen skal være indsendt senest 31. august 2025

Læs mere om kravene til virksomheden samt om, hvad rådgivningen omfatter på [www.smvdigital.dk](http://www.smvdigital.dk)

# omhu by Some Other Waves



Søsterene Carla & Bjørk Nørremark elsker at bringe evig hav-udsigt ind i dit hjem. Derfor er de glade og stolte over design samarbejdet med omhu, så du nu hver dag kan vågne og falde i søvn med deres motiver og stemningen af hav med eksklusivt kunst-sengetøj i dit soveværelse.

[www.omhu.eu](http://www.omhu.eu)



Scan QR og læs hele artiklen

## Witt PICCOLO Rotante

Witt PICCOLO Rotante er en kompakt, men kraftfuld gasdrevet pizzaovn, der bygger videre på den anmelderroste teknologi fra Witt ETNA Rotante. Med sin roterende pizzasten og jævne varmefordeling sikrer PICCOLO perfekte, sprøde pizzaer – selv på mindre udendørsområder. Designet kombinerer robusthed og elegance med en effektiv dobbeltisoleret konstruktion, der både er energibesparende og miljøvenlig.

[www.witt.dk](http://www.witt.dk)



Scan QR og læs hele artiklen

## Shoku – server smukt og enkelt



Når maden serveres på den rette måde, bliver måltidet endnu mere indbydende – det er de små detaljer, der skaber helheden. Villa Collection Denmark står bag Shoku, som forener både japansk minimalisme og skandinavisk funktionalitet. De bløde, organiske former og de dæmpede farver fremhæver maden, så hver servering præsenteres på bedste vis – fra den fine ramenskål med plads til spisepindene til de store serveringsfade og bambusbakker med skåle til mindre anretninger.

[www.fh-group.dk](http://www.fh-group.dk)



Scan QR og læs hele artiklen



Scan QR og læs hele artiklen

## Vejer op til 10 kg

Mensura fra Rosti skiller sig ud ved at kunne lidt mere end de fleste. Den vejer helt op til 10 kg og det giver mulighed for at sætte en gryde eller en stor skål på vægten og veje større portioner af. Den medfølgende skål fungerer ikke kun som vægtskål, men også som et beskyttende låg, der skjuler displayet, når køkkenvægten ikke er i brug. Du kan stille en røreskål direkte på vægten og veje ingredienserne sammen i røreskålen, men hvis du bruger vægtskålen, er det nemt at vippe indholdet over i en anden beholder én ingrediens ad gangen. Og vejer du for eksempel nødder, triller de ikke af vægten, når du bruger den praktiske skål.

[www.fh-group.dk](http://www.fh-group.dk)

## Vi kan ikke vente på det gode vejr

I denne sæson af forår- og sommerservietter har vi en masse smukke tulipan motiver, som vil kunne skabe dejlige forårsfølelser i din butik – du vil også kunne finde flere smukke servietter med vintergækker og krokus blomster – i flere forskellige farver.

[www.vindingetco.dk](http://www.vindingetco.dk)



Scan QR og læs hele artiklen

## Nordisk minimalisme møder varme nuancer



Måske kender du allerede det nordiske, rå univers, som RAW er kendt for? Serien kombinerer æstetik med funktionalitet og har gennem tiden fået en stærk position i moderne borddækning. Hidtil har de bedst sælgende glasurer været Titanium Black og Northern Green, men nu har en ny, lysere og varm glasur fundet vej til forbrugerne. En glasur, der ikke blot skaber kontrast, men som også komplimenterer de mørkere nuancer i RAW universet.

[www.aida.dk](http://www.aida.dk)



Scan QR og læs hele artiklen

# Vance Kitira har skiftet til solenergi

Vance Kitiras produktion bliver fremover drevet primært på solenergi. Vance Kitira er ikke en energikrævende produktion, da størstedelen af processen er håndarbejde, men at energiforbruget fremover primært bliver solenergi, er et vigtigt skridt for en mere miljøvenlig produktion.

[www.lubechliving.dk](http://www.lubechliving.dk)



Scan QR og læs hele artiklen



Scan QR og læs hele artiklen

## Jacob Jensen® indleder en ny æra af enkelhed

Jacob Jensen fortsætter med at udfordre grænserne for, hvad hverdagsprodukter kan være, ved at skabe funktionelle og æstetiske løsninger, der bringer skønhed ind i hverdagens små øjeblikke.  
[www.fh-group.dk](http://www.fh-group.dk)

## Problemer med IT systemet?



Foto: DKT

Alle oplevet det – enten på den nuværende arbejdsplads eller i en tidligere stilling. Forretningssystemet driller, og der bliver bandet og svovlet. Medarbejdere får grå hår af systemfejl, som udbyderen i årevis har lovet at udbedre, men som med tiden er blevet til tomme løfter. Der sker intet, og man er mere eller mindre gift med et IT-system, der bevæger sig i en anden retning end virksomheden. Klar til et frisk pust og en hverdag med færre frustrationer?

[www.xilium.com](http://www.xilium.com)



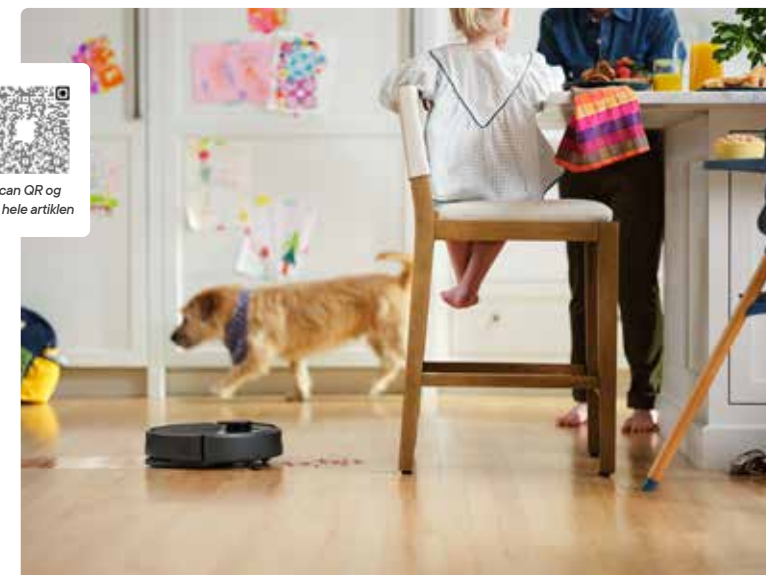
Scan QR og læs hele artiklen

## Sengetøjskollektion – Spring/Summer 2025

Så er vores SS25-sengetøj fra Borås Cotton® og Turiform® på lager. Kollektionen byder på fine, sommerlige designs i rolige og afdæmpede nuancer.

[www.quiltsofdenmark.dk](http://www.quiltsofdenmark.dk)

## Største Roomba®-lancering nogensinde



Scan QR og læs hele artiklen

Mere kraft, smartere teknologi – oplev fremtidens rengøring i dag! Med avancerede funktioner og et stilrent design indtager robotterne markedet under sloganet: "Roomba. Made for This."

[www.witt.dk](http://www.witt.dk)

## Vi skal kildesortere vores affald!

Gode tips til en velfungerende affaldssortering i dit køkken:

- En forudsætning for at du får succes med at sortere dit affald er at du giver dig selv mulighed for at sortere affaldet der hvor det opstår, hvis først du har fået det blandet sammen i en pose, er sandsynligheden for at du efterfølgende får det sorteret ikke stor.
- Hvilke affaldstyper optræder hyppigst, det er dem der skal være en dedikeret spand eller bøtte til.
- Hvilke affaldstyper er der mest af, er der nogle der fylder så meget at det ikke giver mening at have en særskilt plads under Vasken til det, eksempelvis flasker, pizzabakker.
- Overvej hvor stor hver enkelt spand behøver at være, metal kan fx oftest være noget mindre end plast. Hvor tit vil du typisk tømme spanden?, f.eks. bioaffaldet, ofte vil vi alligevel tømme den hver, eller hver anden dag for at undgå lugt, så måske behøver den heller ikke være så stor.
- Placer de spande der skal bruges oftest så de er lettest tilgængelige, brug eventuelt farver eller anden markering så det bliver let at kende dem fra hinanden uden at du først skal åbne låget, engager familien i at få det til at lykkes, du vil måske opdage at det er familiens yngste der er dem der driver jeres succes med at kildesortere.

[www.brabantia-online.dk](http://www.brabantia-online.dk)



Scan QR og læs hele artiklen

## Stort millionboost til kvindelige iværksættere

Kun cirka hver fjerde danske iværksætter er i dag kvinde. Samtidig henter kvinder kun 2 pct. af den risikovillige kapital, der hvert år investeres i iværksættere i Danmark. Til sammenligning er tallet omkring 90 procent for rene mandeteams.

Derfor besluttede regeringen og partierne bag iværksætteraftalen fra juni 2024 at styrke kvindelige iværksætteres adgang til risikovillig kapital.

Det sker med en ny matchfinansiering målrettet kvindelige iværksættere, som nu er kommet ud at leve.

"Det kan siges meget enkelt. Vi skal have flere kvindelige iværksættere i Danmark, hvis vi vil være et iværksætterland i verdensklasse. Tallene er meget tydelige, og det skyldes ikke dårligere idéer eller dårligere forretningsmodeller blandt kvinder. Derfor styrker

vi nu kvinders adgang til risikovillig kapital. Vi har som samfund ikke råd til kun at satse på ét køn. Vi skal udnytte den talentmasse der er, ellers taber vi gode idéer,



arbejdspladser og vækst. Den globale konkurrence er benhård. Iværksætteri kræver kapital, og med den nye ordning sikrer vi, at spirende ideer fra kvindelige iværksættere ikke går til grunde. Vi får flere ideer i spil, hvis vi har alle med, og der skal være plads til både "Ole Opfinder" og "Ida iværksætter," siger Erhvervsminister Morten Bødskov.



## Udvikling og anerkendelse holder Europas ældre i arbejde

Selvom datoen på fødselsattesten giver adgang til folkepension, er det ikke alle, der vælger at hænge arbejdstøjet på knagen. I gennemsnit var 18 procent af seniorerne på tværs af Europa stadig i arbejde et år efter, de havde nået pensionsalderen. Det viser en ny undersøgelse fra Det Nationale Forskningscenter for Arbejdsmiljø (NFA), University of Valencia, University of Chile og University of Zaragoza.

Undersøgelsen viser, at det især er muligheder for kompetenceudvikling og anerkendelse i arbejdet, der giver seniorerne lyst til at blive på arbejdsmarkedet. "Når de ældre medarbejdere får

mulighed for at udvikle sig og oplever, at deres indsats bliver værdsat, er de langt mere motiverede til at fortsætte med at arbejde," siger professor på NFA Lars L. Andersen, som er hovedforfatter bag det nye forskningsstudie. Undersøgelsen inkluderer data om arbejde, arbejdsmiljø, livsstil, helbred og demografi fra over 9.000 personer fra 26 europæiske lande. Personerne er fulgt i en periode på 10 år fra de var midt i 50'erne, indtil de havde passeret den officielle pensionsalder. Data om arbejde, arbejdsmiljø, livsstil og helbred er baseret på spørgeskemaer.

## Nye krav ved stiftelse af ApS



Fra 1. januar 2025 er minimumskapitalkravet for at stifte et anpartsselskab (ApS) blevet halveret fra 40.000 kr. til 20.000 kr. Det fortæller Beierholm i en pressemeddelelse. Erhvervsstyrelsens systemer skulle dog først opdateres til at kunne håndtere ændringen. Det er nu sket, og lovændringen trådte i kraft via en bekendtgørelse den 27. februar 2025. Nedsættelsen af minimumskapitalkravet er en del af en lovændring, der har til formål at gøre

det lettere for iværksættere at starte og drive virksomhed i Danmark. Men hvor meget kapital skal man still med, hvis man vil starte sit eget ApS? Og er der andre nye regler, man skal være opmærksom på?

"For at stifte et ApS skal man indskyde en startkapital på mindst 20.000 kr. Dette kan ske enten ved kontant indskud eller ved apportindskud, hvor værdien af det indskudte aktiv skal udgøre mindst 20.000 kr. Et apportindskud kan f.eks. være en bestående personlig virksomhed, en bil, en produktionsmaskine eller andet aktiv, som har relevans for anpartsselskabets kommende drift," forklarer Beierholm.

## 3daysofdesign præsenterer nye designdistrikter



KEEP IT REAL er overskriften på dette års 3daysofdesign, der denne gang deles op i otte nye Design Districts, der gør det nemmere for besøgende at finde

rundt. Eventet foregår fra den 18.–20. juni. Scan QR-koden og læs mere om de nye distrikter.



## 4 ud af 10 virksomheder vil ikke søge kompensation i dag

Lige nu er det fem år siden, at regeringen pålagde frisører, fitnesscentre, storcentre, cafeer, restauranter, barer og en række andre erhverv at lukke ned for at begrænse smitte med covid-19. Langt de fleste virksomheder valgte dengang at fastholde deres medarbejdere, da de blev lovet, at kompensationsordninger ville lukke det hul i kassen, nedlukningen skabte. Det er desværre et sandsynligt scenarie, at vi på et tidspunkt skal igennem en pandemi og lignende

nedlukninger igen. Og når det sker, skal vi forvente, at virksomhederne vil handle anderledes. Det viser en undersøgelse blandt SMVDanmarks 18.000 medlemmer. Her svarer 38 pct. af virksomhederne, at det er sandsynligt eller meget sandsynligt, at de vil opsiges personale og minimere faste udgifter frem for at søge statslig kompensation, hvis en ny pandemi rammer. Kun knap hver tredje virksomhed svarer, at det valg for dem er usandsynligt eller meget usandsynligt.



## Nyt koncept med dokumenteret styrke

imm cologne som den internationale Interior Business Event. Effektiv, dynamisk, markedsfokuseret: Som den internationale branchebegivenhed for det brugerorienterede indretningsmarked vil imm cologne tage forretning og inspiration til nye højder fra 20. til 23. januar 2026. Den nye imm cologne er baseret på et fremadskuende messekoncept, der fremviser markedsklare produkter, sætter trends og fremmer forretningsrelationer. Arrangementet vil fastholde Kölns position som det centrale mødested for beslutningstagere i møbelindustrien – i hjertet af Europas vigtigste marked. Og kursen er sat: Hallplanen er

blevet udarbejdet, salget er på vej ind, og responsen på imm colognes nye retning har været enorm. Med en markedsorienteret deltagelsespris på 100 euro pr. kvadratmeter har imm cologne skabt den perfekte pakke til udstillere, der søger en gennemsnitlig prissat og omkostningseffektiv messetilstedeværelse. "Den detaljerede plantegning begynder i midten af april 2025 – udstillerne kan allerede nu sikre sig de bedste placeringer. Sammen er industrien, detailhandlen og Koelnmesse som messearrangør forpligtet til at spille deres rolle i at styrke det tyske marked som en afgørende søjle for møbelindustrien," lyder det fra arrangørerne.

## Færre forretninger i Danmark – detailhandlen under pres



Danmark har mistet 3.752 forretninger fra 2012 til 2022. Kun få kommuner har oplevet vækst i antallet af forretninger, mens langt de fleste har set en markant nedgang, fremgår det af en analyse fra SMVDanmark. Det er især inden for tøj og elektronik, at detailhandlen har været hårdt ramt af udviklingen. Ifølge seniorøkonom Thomas Gress fra SMVDanmark skyldes tilbagegangen primært ændrede forbrugsmønstre og den stigende internethandel. "Små forretninger og virksomheder har historisk set svære vil-

kår, og udviklingen skyldes i høj grad ændrede forbrugsmønstre. Internethandlen udgør nu en væsentlig del af danskernes indkøb, hvilket udfordrer de fysiske forretninger og det lokale byliv," siger Thomas Gress. Både store og små kommuner mærker, at forretninger lukker. Kun Hvidovre, Stevn, Ikast-Brande, Albertslund og Lejre har oplevet en vækst i antallet af forretninger. Kommunerne København, Aarhus og Aalborg har haft den største tilbagegang målt på antal forretninger, mens Ishøj, Billund og Rebild er blandt de hårdest ramte målt pr. 1.000 indbyggere. Ifølge Thomas Gress er detailhandlen i mindre byer særligt sårbar, da mange danskere flytter fra provinsen til storbyerne.



Danish Design

# Hoptimist<sup>®</sup>

SINCE 1968



## Hop med på holdet

En ny spillertrup er klar til kamp – og humøret er helt i top. Fem spritnye medlemmer af Hoptimist-familien er hoppet i sportstøjet for at sprede glæde og god energi. De hepper, jubler og minder os om, at sport er meget mere end resultater – det handler også om glæde og sammenhold. Det gælder ikke kun om at nå baserne, lave hole-in-one og score mål, men også om at nyde fællesskabet og holde humøret højt fra start til slut.

Perfekt som gave til sportselskeren, holdkammeraten eller træneren, der altid spreder god energi.