

# designbase

DESIGNBASE.DK – FORUM FOR INTERIØR- OG DESIGNBRANCHEN

## The **Witt Varimixer TEDDY**

can be described in one word: **STRENGTH!**



**witt**  
Varimixer

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



# MØD OS PÅ FORMLAND

## 17.-19. AUGUST 2024

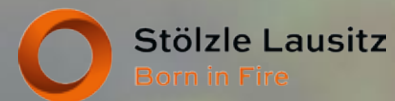
Oplev vores nye kollektion og opdag din næste favorit.  
Forvent billedskønne installationer og lækkerier fra Kokkelandsholdet.  
Vi ser frem til at byde dig velkommen.

*Find os her*

DINING HAL M - STAND M9714  
OUTDOOR HAL M - STAND J7388

Læs mere på [evasolo.com](https://evasolo.com)

evasolo



# COCOON

## Release the Flavour

*Through innovative shaping methods we created a butterfly cocoon-inspired shape that not only provides ample space for your wine but also allows the concept of "aroma development" to take on entirely new facets. The "powerbox" enables optimal aeration of your wine, enhancing its aromatic profile even with a gentle swirl. The longer you leave your wine in the Cocoon, the more its flavour undergoes a metamorphosis.*

*The emphasis on the sensory properties of the glass has given rise to a distinctive contemporary design that stands apart from traditional wine glasses. The sleek design, coupled with its lightweight construction, thin stem, and thin walls, reflects the precision and innovation dedicated to its development. Glasses that appeal like mouthblown.*



**PRO-VISION**

For further information please contact  
our customer service:  
web: [pro-vision.dk](https://pro-vision.dk)  
mail: [support@pro-vision.dk](mailto:support@pro-vision.dk)  
phone: +45 6079 6660





# Indhold

## Tema: Formland:

- 8 Et oplevelsesunivers og en inspirationskilde**
- 12 Få et overblik over formland**  
Få et overblik over hvilke haller, der tilbyder hvad til den kommende messe.
- 14 Ikigai – det, der giver livet mening**  
MAISON IKIGAI – et japansk inspireret hjem, hvor rummene er fyldt med sirlige samlinger og kunstneriske penselstrøg.
- 16 Et liv tæt på naturen**
- 18 Inspiration og vidensdeling**
- 20 Et blomstrende og oplevelsesrigt univers**  
Greenhouse hedder det blomstrende univers, som Formland har skabt i samarbejde med GASA Group.
- 22 Bæredygtighed kræver en ekstra indsats**  
Lübeck Living har i år 15-års jubilæum som bæredygtig virksomhed, og man er ikke kommet sovende til det.
- 24 Et 250-årigt væksteventyr**  
Danske ASP-HOLMBLAD har næsten 250 år på bagen, men det er stadig innovation og nytænkning, der driver virksomheden.
- 28 Vi løfter køkkenoplevelsen**  
Microplane har selv overtaget distributionen på det skandinaviske marked.
- 31 Formlandnyheder**

## Branchen

- 48 En ekstra ressource på udvikling og sourcing**  
Vi er en ekstra ressource – et alternativ til egne medarbejdere, eller vi fungerer som produktudviklingsafdelingens forlængede arm
- 51 Direkte-til-forbruger er det nye "sort"**
- 53 Amazon: Kom med på en rejse på en platform i vækst**  
"Amazon er et indkøbscenter, med 44 mio. kunder, der venter lige uden for døren".
- 56 Tag et kig ind i fremtiden med de nye forbrugere**  
Den bæredygtige æstetik og Generation Z er en del af fremtiden, og det er vigtigt at kende dem.
- 58 Gratis guide om producentansvar for emballage**  
31. august 2024 er første deadline for indberetning, og allerede fra 1. juli 2025 skal al emballage indberettes.

## Trends

- 60 Kosmos inspirerer til trenden**
- 62 Unge talentfulde nordiske designere hædres**  
Når Maison&Objet slår dørene op til messen til september bliver det med Rising Talents fra Sverige, Danmark, Norge, Finland og Island.



## 8 Et oplevelsesunivers og en inspirationskilde

Udstillere og indkøbere handler, netværker og vidensdeler, og de besøgende kan boltre sig i trendinstallationer, foredrag, workshops og events, når MCH Messecenter Herning slår dørene op til Formland Autumn fra 17.-19. august.



## 18 Inspiration og vidensdeling

At gå på messe i dag handler selvfølgelig om at finde de rigtige varer til hylderne i butikken, det handler også om at berige sig selv med ny viden, der kan skabe yderligere succes.

## 16 Et liv tæt på naturen

Vi trækker stikket, udkants-danmark er ved at blomstre op, og førstæderne er ved at blive in igen. Vi søger roen, vender tilbage til en meningsfuld eksistens på landet.



## 51 Direkte-til-forbruger er det nye "sort"

D2C er det nye, men det kræver, at man har styr på sin logistik.



## 60 Kosmos inspirerer til trenden

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



presenting

# MEMORY

WE BRING JOY TO THE TABLE



Spisestellet Memory er designet af designduoen Steffensen & Würtz, som har arbejdet med en elegant fortolkning af det rødeformede mønster fra glasserien Eaton – en populær klassiker fra Lyngby Glas gennem 1960'erne. Det er som at tage et stykke af historien og give det nyt liv på spisebordet – ideelt til alle, der elsker et smukt bord med en historie bag.

Spisestellet består af syv dele i fire farver. Fra det hyggelige krus og det smukke serveringsfad til tallerkener og skåle i forskellige størrelser, forener Memory både nostalgi og nutidighed på én gang – perfekt til alle måltider, store som små.

Designet af Steffensen & Würtz



Kitchen Living Dining

AUTUMN WINTER 2024  
FRA 14. TIL 21. AUGUST

## MESSE AUTUMN WINTER 2024

Sæt kryds i kalenderen og planlæg dit besøg nu, så du ikke går glip af muligheden for at opleve efterårets spændende nyheder hos F&H Group A/S i Viborg. I vores showrooms venter masser af lækre brands og du kan bl.a. opleve årets store nyhed fra Lyngby Glas – det klassiske spisestel Memory.

F&H GROUP

www.fh-group.dk



# Livsstil, livsholdninger og business

Selv om sommervarmen er på sit højeste, er det efteråret, vinteren og julen, der fylder hos design- og interiørbranchens aktører. Det er tid til, at butikkerne skal lade sig inspirere til, hvordan de skal style, tænke nyt og gøre tingene måske på nye måder denne sæson for at få bedst muligt fat i kunderne. Leverandørerne skal også tænke nyt, som Anette Eckmann siger det: "Der er ved at ske en holdningsændring i forhold til, hvilket liv, vi gerne vil leve. Flere og flere trækker stikket, udkantsdanmark er ved at blomstre op, og forstæderne er ved at blive in igen. At bo på landet er en sindstilstand, ikke et postnummer".

På Formland er der ikke et overliggende tema, for det handler i høj grad om livsstil på tværs af områderne, fastslår Formlands projektchef Flemming Andersen forud for Formland Autumn i august. Og i det store messetema i dette nummer af Designbase, fortæller han videre, at der udvikles nye koncepter, og nye tanker, der bringer branchen "back in business", og han lover, at messerne vil rumme nye og anderledes tiltag.

Formland kan denne gang fejret sit 40-års jubilæum og messe nr. 80, og det sker med 10 koncepthaller, flere end 400 danske og udenlandske udstillere og over 50 foredrag, workshops og events, der er med til at samle interiør- og designbranchen.



Pia Finne, redaktør

Trenden på Formland er noget af det, der virkelig trækker, og denne gang er udgangspunktet Ikigai; en japansk filosofi. Ordet er en sammensætning af Iki (at leve) og Gai, som betyder værdier, værd eller grund, ofte oversat til: grunden til at leve.

"Ikigai inspirerer til at have mindre fokus på "Mig" og mere opmærksomhed på, hvordan du kan bidrage til verden omkring dig. Der er større fokus på mådehold og bæredygtighed, og vi tænker mere på at beholde, istandsætte og genbruge. Vi beundrer håndværket, at ting tager tid og har spor af historie og liv", forklarer Mille Fly og Sofie Helsted, der står bag trendzonen.

Men lige så meget som det handler om inspiration, handler det også om business. For når alt kommer til alt, er det netværket og handlerne, der driver branchen. Der er gode tegn på, at den negative udvikling i branchen er ved at vende. De store aktører er fortrøstningsfulde, men hele branchen må lægge sig alvorligt i selen, for hvor kunne det være fantastisk med et efterår og en julehandel, hvor danskerne igen køber varer, så branchen kan gå ind i 2025 med plus på kontoen – både den økonomiske og mentale.

@designbase

WWW.DESIGNBASE.DK


designbase

## Designbase – forum for interiør- og designbranchen

Erhvervsmagasinet Designbase, det tidligere Isenkrambranchen, 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



Better. Guaranteed.



# Icons are forever.

Guaranteed to last a lifetime and to make your everyday better, every day.





# Et oplevelsesunivers og en inspirationskilde

Udstillere og indkøbere handler, netværker og vidensdeler, og de besøgende kan boltre sig i trendinstallationer, foredrag, workshops og events, når MCH Messecenter Herning slår dørene op til Formland Autumn fra 17.-19. august.

Tekst: Pia Finne | Foto: Tony Bræchner/Formland

Det traditionelle messeformat er udfordret. Men det behøver ikke være skidt. Tværtimod udvikles der nye koncepter, og nye tanker bringer branchen "back in business". Men man er nødt til at nytænke og investere i dét, der kommer. Det gælder både os som messearrangør og alle vores gode udstillere. Det mener Flemming Andersen, der er projektchef på Formland, og han lover, at også denne messe vil rumme nye og anderledes tiltag.

Formland kan denne gang fejre sit 40-års jubilæum og messe nr. 80, og det sker med 10 koncepthaller, flere end 400 danske og udenlandske udstillere og over 50 foredrag, workshops og events, der er med til at samle interiør- og designbranchen. På programmet er blandt andet et sandt overflødhedshorn af æstetiske og kreative nyheder inden for områder som "Interiør", "Dining", "Garden", "Outdoor", "Taste" og det helt nye "Jewellery", og dermed bydes på tre inspirerende dage med fokus på livsstil. Nyheder præsenteres, nye kollektioner fremvises, og der forretningsudvikles, når udstillere, indkøbere og andre professionelle aktører mødes på kryds og tværs. Dagene er også lærerige takket været de mange horisontudvidende aktiviteter, der sideløbende med udstillingen udspiller sig på scener og i værksteder.

"Vi har flere events og workshops denne gang end nogensinde tidligere, og dermed masser af muligheder for inspiration, vidensdeling og forretningsudvikling. Det er med til at trække indkøberne til Formland", fastslår Flemming Andersen.

Formland lagde faktisk allerede fra land med eventen "Circular Furniture Days" i Designmuseum Danmarks have i København i juni samarbejde med Lifestyle and Design Cluster, der som Flemming Andersen udtrykker det, er 100-meter mester i vidensdeling og cirkulær økonomi samt de to øvrige samarbejdspartnere: Plastindustrien og Design Museum Danmark.

"Vi fik opbygget et super fint koncept, som vi faktisk løfter til Formland for at bygge videre på det under den nye overskrift "Think circular".

"Interessen for det cirkulære vokser, der kommer nye udstillere til, og selvom vi ikke mærker et kæmpe boost, som første gang vi introducerede "Circular Formland Days", så vil vi gerne skubbe til både forhandlerne og til de andre udstillere til Formland, for der er masser af lavtstående

frugter at plukke, og man behøver ikke være langt i processen for at være med – bare man er i gang. Og på "Think circular" vil der være masser af gode eksempler på, hvordan man kan komme i gang, og hvad man både som forhandler og leverandør kan gøre for at komme videre med den cirkulære tankegang".

## Det handler om livsstil

På Formland er der ikke et overliggende tema, for det handler i høj grad om livsstil på tværs af områderne.

"Design- og interiørbutikker i dag er bredere funderet end tidligere. I dag handler det om livsstil, og en butik kan sagtens kombinere design til boligen med tøj og produkter til udelivet. Derfor har vi også valgt i højere grad at placere udstillere i de områder, hvor de stilmæssigt passer ind, end i et produktmæssigt fællesskab. Det, tror vi, giver den bedste mening", fastslår Flemming Andersen.

Blandt de nyere områder er "Garden" og "Outdoor", der fokuserer på design til udendørslivet for bl.a. havecentre. Her findes også trendinstallationen "Greenhouse", hvor messen changerer over i en udstilling med fokus på natur og planter, der fremmer biodiversitet og understøtter et rigt økosystem fra blomstrende enge til skyggefulde træer. Området skabes i samarbejde med GASA Group, og under parolen "Nature to the People" rettes fokus netop på biodiversitet i det moderne samfund.

Fashion-udstillere er denne gang placeret, hvor de passer ind stilmæssigt, og som noget nyt etableres denne gang Formland Jewellery, hvor omdrejningspunktet er smykker, ure og tilbehør. "Jewellery"-hallen er skabt i samarbejde med AU.CLOCK, og her vil 40-50 udstillere præsentere 60-70 brands. Herudover bydes på en foredragsscene med daglige talks ved forskellige brancheeksperter.

"Jeg tror, der er en rigtig fin synergi mellem Formlands øvrige udstillere og smykke- og urebranchen", siger Flemming Andersen, der ser frem til lanceringen af Formland "Jewellery".

## Udenlandske og sjællandske besøgende

Flemming Andersen fortæller endvidere, at man denne gang og fremadrettet vil allokere en større markedsføringsindsats til at få besøgende fra







→ Sjælland samt fra nærmarkederne Norge, Sverige og Tyskland til Herning.

"Vi har godt fat i de besøgende fra Jylland og på Fyn, men på Sjælland og i vores omkringliggende lande er der plads til forbedring, og kan vi få gang i en positiv udvikling for besøgende og udstillere fra disse markeder som der er stort potentiale i, så håber vi på det kan sætte gang i en sneboldeffekt.

### Trendzone og workshops

Blandt de mange hits på Formland hører den mere end 500 kvadratmeter store trendzone med tilhørende conceptcafé, som skabes i tæt samarbejde med Studie FlyHelsted. Zonen skifter udtryk fra messe til messe, og denne gang fremstår den som et japansk inspireret hjem fyldt med sirlige samlinger og kunstneriske penselstrøg. Zonen har i denne ombæring fået titlen "Maison Ikigai", der er inspireret af en japansk filosofi og ordet ikigai, som er en sammensætning af Iki (at leve) og Gai (værdier, værd eller grund).

Workshops er en central del af Formland, der således gør en dyd ud af at lade de besøgende selv røre, føle og afprøve nye idéer og koncepter. Det er med til at give messen en ekstra interagerende dimension, og at der virkelig sættes på dette aspekt, understreges af, at der på den altid velbesøgte Speak Up-scene som noget nyt på den forestående messe også vil være workshops at dykke ned i. Scenen danner fortsat rammen om spændende foredrag ved eksperter inden for eksempelvis trendforskning, digitalisering og branding, men byder altså nu også på workshops, hvor deltagerne får praktisk viden med hjem, der kan bruges til forretningsudvikling i eget regi.

Også i området "Farm Living – Cozy Country Christmas" er der workshops på programmet – her gælder det således ikke færre end 11 julestue-workshops kurateret af Eckmann Studio anført af trendekspert Anette Eckmann. Området er i det hele taget inspireret af livet på landet og den hyggelige juletid og omfavner julens mange traditioner lige fra adventskransen til den klassiske julefrokost.

Workshops finder de besøgende også i "Taste"-hallen, der er dedikeret til brands og fagfolk inden for et bredt udvalg af delikatesser og gourmetgaver. Her er der blandt andet mulighed for at dekorere sin egen chokolade og prøve kræfter med forskellige mixology-trends.

Og akkurat som traditionen foreskriver, byder også Danske Dekoratorer på workshops i et inspirerende område skabt til formålet.

"Vi lever i en tid, hvor videndeling og inspiration betyder rigtig meget. De workshops, vi har kørt de foregående år, har været totalt udsolgt. Derfor har vi for første gang over 50 aktiviteter, workshops, foredrag med videre, der kan være med til at trække endnu flere besøgende til mes-



sen", siger Flemming Andersen, og han tilføjer: "De forretningsdrivende har brug for nye måder at tænke tingene på, at se hvordan man kan gøre tingene anderledes og at få information, de kan tage med hjem og bruge direkte".

Derfor opfordrer Flemming Andersen også udstillerne til at skabe events og workshops eller andet på deres stande for at skabe endnu mere opmærksomhed om deres brand på messen.

"Kunderne bruger ikke længere timer på at gennemgå hele kollektionen. De kommer ind på standen ser nyhederne og handler måske først når de har samlet sig et overblik på bagkant af messen", lyder det.

Og Flemming Andersen slutter af med at slå fast, at man på Formland Autumn genintroducerer den prestigefyldte pris Formland Design Award, der hylder særligt innovative, funktionelle og bæredygtige produkter. Produkterne vurderes af en professionel fagjury.



# NEW Margrethe

The Original since 1954

The Margrethe Bowl  
70 years  
The Original since 1954



## NEW BODY SAME SOUL

Nu siger vi velkommen til en opdateret version af en klassiker. Vi har ganske enkelt indkapslet selve skålens sjæl i en ny krop, så genkendeligheden er intakt, og du ikke er i tvivl om, at det fortsat er en Margrethe-skål, du står med i hånden.

Den nye version af Margrethe-skålen produceres i et nyudviklet plastmateriale, Durostima®, der har de samme gode egenskaber som det oprindelige og derudover en række ekstra fordele. Skålen er blevet endnu stærkere og mere brudsikker, og med det nye materiale kan den også tåle mikroovn og fryser.

10 FARVER, 8 STØRRELSER



TÅLER MIKROOVN



TÅLER FRYSER



BRUDSIKKER



5 ÅRS GARANTI

Rosti

Kitchen  
Living  
Dining

AUTUMN WINTER 2024  
FRA 14. TIL 21. AUGUST

### MESSE AUTUMN WINTER 2024

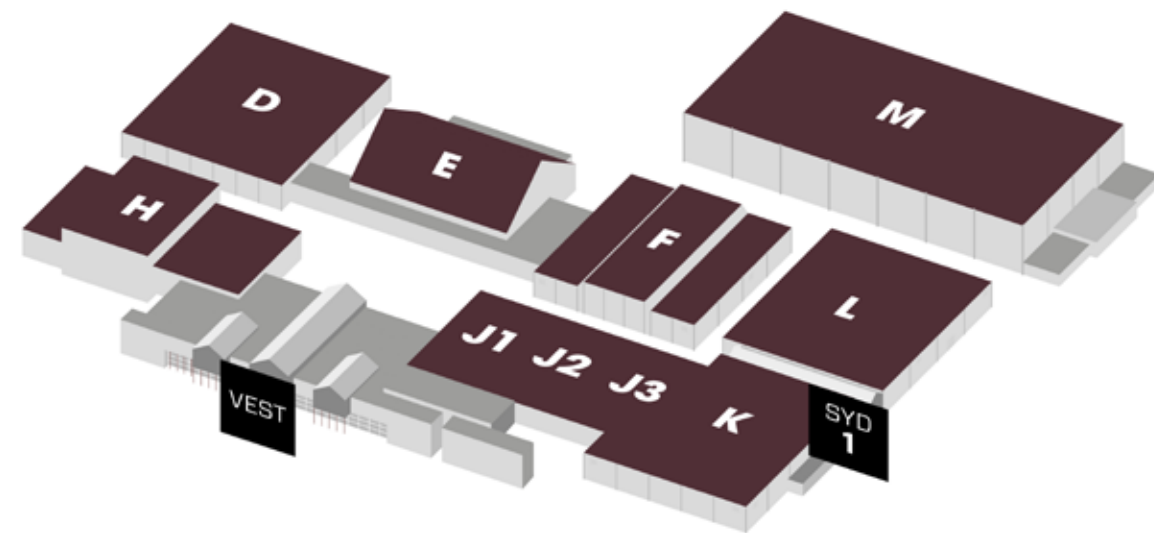
Sæt kryds i kalenderen og planlæg dit besøg nu, så du ikke går glip af muligheden for at opleve efterårets spændende nyheder hos F&H Group A/S i Viborg. I vores showrooms venter masser af lækre brands, og du kan bl.a. opleve årets store nyhed fra Lyngby Glas – det klassiske spisestel Memory.

F&H  
GROUP

www.fh-group.dk

# Få et overblik over formland

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



**Hall M:** Dining  
**Hall D:** Interior  
**Hall E:** Taste  
**Hall F:** Interior

**Hall L:** Jewellery  
**Hall H:** Interior  
**Hall J1:** Interior  
**Hall J2:** Interior + Seasonal Gifts

**Hall J3:** Outdoor  
**Hall K:** Garden

#### Åbningstider på Formland

Lørdag 17. august 09.00 - 18.00  
Søndag 18. august 09.00 - 18.00  
Mandag 19. august 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



#### Interior - Hal D+F+H+J1+J2

Interiør og design er kernen af Formland. Gå på opdagelse i de 5 'Interior' koncepthaller der byder på et stort udvalg af toneangivne såvel som upcoming brands inden for interiør og livsstil samt de omfattende trendområder med trends, styling og inspiration til at udvikle din forretning.



#### Garden - Hal K

I Hal K er naturen og botanikken omdrejningspunktet. Oplev en bred udstillerliste inden for planter, dekoration, havetilbehør og andre udendørsprodukter samt det populære Greenhouse konceptområde.



#### Dining - Hal M

Dining-konceptet finder du kun på Autumn. Her dedikeres hal M til et univers med alt inden for køkkenudstyr og borddækning. Mød nye og toneangivne brands inden for udstyr til madlavning, bagning og gastronomi, samt design til den perfekte - og kreative - borddækning.



#### Taste - Hal E

Formland Taste er hele hal E der dedikeres til spændende udstillere og dygtige fagfolk inden for et bredt udvalg af delikatesser og gourmetgaver. Der er også et workshop-område med forskellige, fagrelevante aktiviteter. Uanset om du skal fylde lageret op, udvide dit sortiment med skønne delikatesser eller inspireres af trends i branchen, er Formland Taste et besøg værd.



#### Jewellery - Hal L

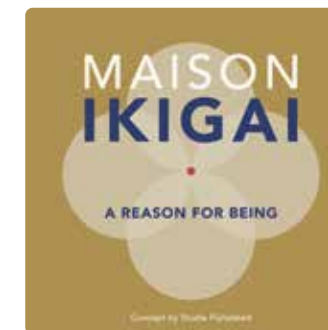
Smykker, ure og tilbehør er omdrejningspunktet for de spændende udstillere i Formland Jewellery-hallen, der også byder på en foredragsscene med daglige talks fra forskellige brancheeksperter, events og meget mere.



#### Outdoor - Hal J3

Outdoor-konceptet finder du kun på Autumn. Her dedikeres hal J3 til en koncepthal med fokus på udeliv, naturen, haven og terrassen. Mød udstillere inden for havemøbler, krukker, belysning, glamping, tilbehør og meget mere.





# Formland trenden: Ikigai – det, der giver livet mening

**MAISON IKIGAI - et japansk inspireret hjem, hvor rummene er fyldt med sirlige samlinger og kunstneriske penselstrøg. En fortolkning af livet der leves og af det, der giver livet mening.**

**Tekst:** Pia Finne | **Foto:** Studie FlyHelsted, Formland og Pia Finne

**D**et, du elsker  
Det, du er god til  
Det, du kan få penge for  
Det, verden har brug for

Sådan lyder Ikigai's begreber. Dem, der danner baggrund for trendzonen på Formland.

Bag trendzonen står Mille Fly og Sofie Helsted fra Studie FlyHelsted.

Ikigai er en japansk filosofi, og ordet er en sammensætning af Iki (at leve) og Gai, som betyder værdier, værd eller grund, ofte oversat til: grunden til at leve. Filosofien handler om at for-

ene: Profession, Lidenskab, Mission og dit Kald, både som menneske og i det, vi omgiver os med. Det er ikke en statisk tilstand; vores Ikigai udvikler sig i takt med livet, og det, der giver livet mening.

"Vi tog fat om longevity-tendensen på Formland i februar. Ikigai er en forlængelse af det, og det stemmer rigtig fint overens med tidsbilledet: Vi søger større meninger med tingene". Det fortæller Mille Fly, og hun beskriver Ikigai som et livstilsmantra: Du skal finde din egen ikigai – det, der giver mening for dig.

"Ikigai inspirerer til at have mindre fokus på

"Mig" og mere opmærksomhed på, hvordan du kan bidrage til verden omkring dig. Der er større fokus på mådehold og bæredygtighed, og vi tænker mere på at beholde, istandsætte og genbruge. Vi beundrer håndværket, at ting tager tid og har spor af historie og liv", forklarer Mille Fly og Sofie Helsted.

"Vi jagter ikke en bestemt stil eller æstetik, men kuraterer vores hjem, så det føles autentisk og afspejler det levede liv. Vi fjerner os fra det polerede og perfekte billede af livet og drages af det ærlige med spor af virkeligheden. Derfor værd-

sættes det unikke, det kunstneriske og traditionerne, som forstærker vores historiefortælling og skaber personlighed", lyder det.

På trendzonen har Mille Fly og Sofie Helsted skabt rum, der spænder fra Tokyos kaos til mindfulness, og rammen er en japansk villa. MAISON IKIGAI har plads til det, der gør et hjem levende, og som styrker balancen mellem det perfekte og uperfekte.

Stuen har en puls som et fortravlet gadekryds i Tokyo med et miks af kunst og retro formsprog i materialer som stål og glas. Materialer genanvendes, og vi ser materialer, der er skabt til ét - men bruges til noget andet. Farverne er som livet, der leves, kraftfulde og smukke; syrlig karry, lakrød og denimblå.

"MAISON IKIGAI forener sirlighed og kaos, emmer af kontraster og personlighed og afspejler det levede liv. Vi laver nedslag, hvor vi prøver at skabe billeder på det, der er oppe i tiden, når det gælder materialer og overflader. Traditioner spiller ind, for det er noget af det, der gør, at tingene

giver mening, og med traditionerne følger retroen. Vi har indrettet et baderum, hvor badekarret symboliserer renheden. Her emmer af sirlighed, med overflader af træ og flet, der omslutter brugeren af de dybe toner fra naturen, som skaber ro og harmoni som til en japansk ceremoni, og et soveværelse, hvor man gør sig klar og lader op til dagen, der kommer", forklarer Mille Fly.

I villaen er der også dækket et stort buffetbord, der har et "take" af jul på japansk vis og suppleret af et viktualierum, hvor man kan gemme det, man vil have nok af, og det man gerne vil give videre, for essensen af ikigai er, at alle kan være med til festen.

## Storytelling

Storytelling er stadig virkelig vigtigt, siger Mille Fly. For det handler om at inspirere og give mening. "Men ikigai er et begreb, og det, der giver mening for mig, giver måske ikke samme mening for dig", siger Mille Fly, og fortæller, at hun, når hun laver private indretninger i dag, ofte mødes

af, at kunden hellere vil bevare den gamle sofa fremfor at smide den væk og købe en ny. "Der tænkes i ressourcespild, og slutbrugerens forhold til at genbruge er forandret. Når der købes nyt, er det i FSC-certificeret træ, for det skal give mening på mange parametre. Vi er ikke forskrækkede for at købe nyt, men vi gør det på en ny måde".

På MAISON IKIGAI handler det derfor om at skabe stemninger, der giver mening, og at kombinere det æstetiske, japanske med den danske designfilosofi "less is more". "Men minimalismen er ikke at omgive sig med ingenting, men at omgive sig med de rigtige ting", understreger Mille Fly, og hun siger også, at maksimalismen modsat ikke handler om, at vi skal have mange ting, men om, at vi max'er ud på det, vi gør. "Og den japanske ånd iscenesætter det hele rigtig fint. Den er nem at gribe ind i", og Mille Fly slutter af med at slå fast, at Ikigai er næstekærlighed, men det er også er at tjene penge på at gøre netop det, man er bedst til".





# Et liv tæt på naturen

Tekst: Pia Finne | Foto: Anette Eckman og Pia Finne

Vi trækker stikket, udkants-danmark er ved at blomstre op, og forstæderne er ved at blive in igen. Vi søger roen, vender tilbage til en meningsfuld eksistens på landet, nyder hver sæson og opretholder festlige traditioner. Det er baggrunden for Anette Eckmanns eventområde FARM LIVING - Cozy Country Christmas med 11 kreative workshops.

”At bo på landet er en sindstilstand, ikke et postnummer. Der er ved at ske en holdningsændring i forhold til, hvilket liv, vi gerne vil leve, og det nye er, at det i høj grad handler om en vendt tilbage til naturen og det gammeldags liv. Flere og flere trækker stikket, udkantsdanmark er ved at blomstre op, og forstæderne er ved at blive in igen”. Det mener trendhunter Anette Eckmann, og med baggrund i det, har hun skabt eventområdet FARM LIVING - Cozy Country Christmas

med 11 kreative og hyggelige workshops, der sætter gang i kreativiteten og julestemningen på Formland.

”Vi hylder den dejlige juletid med kreative og hyggelige julestue-workshops fyldt med spændende emner. Hver dag dækker vi bord til en ny unik julefrokost. Alle julestuer og julefrokoster er gratis at deltage i, men alle har en maksimal kapacitet på 12, og pladserne skal reserveres på Formlands hjemmeside og fordeles efter først til

mølle-princippet”, lyder det fra Anette Eckmann.

Hun mener, de mange besøgende og udstillere på Formland skal bruge de spændende workshops til at hente inspiration til, hvordan de selv kan skabe temaer i butikken og på standene, for som hun påpeger: Når tiderne er utrygge, vender vi tilbage til det trygge. Derfor er højtiderne i stort fokus, og det skal detailhandlerne og leverandørerne bruge i deres virksomheder.

Temaet på området er: FARM LIVING, Cozy,



Country Christmas inspireret af country style living stilen. De nye romantikere er ivrige efter at undslippe bylivet og vende tilbage til en meningsfuld eksistens på landet i et afslappet, socialt og behageligt samfund. De søger et liv tæt på naturen, nyder hver sæson og opretholder årets festlige traditioner.

”I disse usikre tider bliver årstidens festligheder og velkendte traditioner vigtige ankre – noget velkendt og tilbagevendende at se frem til uden bekymring. Naturen og det gammeldags landliv skaber inspiration som aldrig før og sætter disse elementer øverst på ønskelisten for ethvert bologsøgende individ. Drivkraften er et stærkt ønske om at komme tæt på naturen og på os selv. Hovedmålene er at leve et enkelt, sikkert og ukompliceret liv, at tillade sig selv at bremse og prioritere familiens trivsel”, forklarer Anette Eckmann, og hun siger videre:

”Målet er at forbedre livskvaliteten, være selvforsynende og dyrke gamle dyder og traditioner, ligesom tidligere, da vi selv producerede alt, hvad vi havde brug for. Det handler ikke længere om



udseendet af vores hjem, men om hvordan vi ønsker at leve. Og det kan godt være, at ikke alle udlever drømmen om at flytte på landet, men altanen i Ørestaden kan også indrettes som en lille oase”.

## Jul på landet

Heldigvis vender julen tilbage den 24. december – det er en kendsgerning. Ville det ikke være rart at fejre jul ligesom i de gode gamle dage, i landlige omgivelser? Tilbringe tid sammen med familien og nyde traditionerne. At finde tid til at værdsætte, at den festlige juletid bringer vidunderlige traditioner, der forener os og bringer os tættere sammen.

”For menneskelig kreativitet, meninger og følelser bliver til luksusprodukter. Vi søger en større forbindelse og meningsfuldt indhold i vores liv snarere end tilfældige tendenser. Derfor skal grossisterne bruge årstiderne og højtiderne, kreere oplæg til butikkerne og evt. lave en liste til forhandlerne over de mange små og store heligdage og højtider, der kan inspirere forbrugerne og genere salg i butikkerne”, slutter Anette Eckmann.

## FAKTA

### WORKSHOP PROGRAMMET SER UD SOM FØLGER:

Det er gratis at deltage, når man har en indgangsbillet til Formland. Forudbestilling er dog nødvendig på grund af et begrænset antal deltagere. For booking bedes man sende en e-mail med navn og billetnummer via det respektive link for hver workshop. Bookingen er først bekræftet, når man modtager en e-mail fra Team Formland.

### LØRDAG 17/8

10:30-11:30 — JULESTUE-WORKSHOP

#### Kransebinderi anrettet på et fad

Peter Ødegaard, blomsterkreatør og kreativ konsulent

12.30 - 13.30 — JULEFROKOST "MENU DE NOËL"

Vært Mette Welløv Chatenet, Maison Mette

14.30 - 15.30 — JULESTUE-WORKSHOP

#### Flet et Welsh Border juleophæng i strå

Grethe Holst Smith, indretningsarkitekt The Apron Hellerup

16.00 - 17.00 — JULESTUE-WORKSHOP

#### Skab en malkekran af stofrester, årets nye adventskrans

Anette Eckmann, stylist og trendhunter Eckmann Studio

### SØNDAG 18/8

10.30 - 11.30 — JULESTUE-WORKSHOP

#### Klippe-klistre julepynt og kreationer

Cecilie Elisabeth Rudolph, tekstildesigner

12.30 - 13.30 — JULEFROKOST "SPANSK MESA"

Værter Mette og Peter Christensen, Casa Jada

14.30 - 15.30 — JULESTUE-WORKSHOP

#### Brodér din egen vintage juledug

Bente Halkjær, håndarbejds lærer, hortonom og stylist

16.00 - 17.00 — JULESTUE-WORKSHOP

#### Lær at lave duftende pomanders, Provencalske "julebolde"

Anette Eckmann, stylist og trendhunter Eckmann Studio

### MANDAG 19/8

10.30 - 11.30 — JULESTUE-WORKSHOP

#### Design & bland din helt personlige julete\*

Ole Johnsen by Sips, Artisan tea atelier

12.30 - 13.30 — JULEFROKOST "FRANSK LANDKØKKEN"

Værter Caroline Lie Korsgaard, Lie Gourmet og Christian Vedel Egly,

Walnut Street

14.30 - 15.30 — JULESTUE-WORKSHOP

#### Form en Bûche de Noël, franskinspiret julekonfekt

Anette Eckmann, stylist og trendhunter Eckmann Studio



At gå på messe i dag handler selvfølgelig om at finde de rigtige varer til hylderne i butikken, det handler også om at berige sig selv og ikke mindst berige butikken med ny viden, der kan skabe yderligere succes. Det kan være med brugen af AI eller ved at styrke kundeoplevelsen. Men det kan også være de seneste tendenser, som man kan give videre til kunderne. På Speak Up er der denne gang et væld af muligheder for spændende input.

Tekst: Pia Finne | Foto: Formland

# Formland Speak Up: Inspiration og vidensdeling

På Formlands Speak Up scene vil der denne gang være et væld af inspirerende talks og workshops, der kan give de besøgende rigtig meget med hjem. Fra de kommende trends og tendenser til en forståelse af generationerne med Anne Glad, hvordan man skaber gode kundeoplevelser, og hvordan man effektiviserer sin marketingindsats med AI.

Så det handler bare om at kaste sig over programmet, og når man har brug for at hvile benene imellem de mange besøg hos messens udstillere, kan man sætte sig på Speak Up og blive beriget med informative foredrag afholdt af eksperter, der behandler emner som trendforskning, digitalisering og branding.

Herudover vil der være engagerende workshops, hvor man kan hente tips og tricks, der kan være med til at styrke virksomheden.

## Foredrag

De foredrag og workshops, der denne vil være at finde på agendaen er som følger:

### Forstå Generationerne - Anne Glad, Forbrugerekspert:

Har du nogensinde undret dig over dine kunder og kollegers adfærd? At de opfører sig helt anderledes, end du forventer. Og helt klart anderledes, end du selv ville gøre. Så kan det handle om, at I kommer fra hver jeres generation, og derfor har helt forskellige holdninger til forbrug, karriere, fa-

milie, sociale medier, ledelse og fællesskab.

Få et nyt blik på dig selv og dine målgrupper med Anne Glads komprimerede indføring i generationerne z, y, x og de to baby boomere: Jensen og 68'erne.

### Kundeoplevelser i fremtiden - og i virkeligheden - Susanne Løgstrup Amdisen:

Susanne Løgstrup Amdisen, som er en anerkendt specialist inden for kundeoplevelser i detailhandelen, inspirerer dig til hvordan du, med simple greb, kan forbedre kundeoplevelsen i din butik, så du kan få endnu flere glade, købelystne og ikke mindst tilbagevendende kunder i din butik.

Susanne vil udforske nogle af virkelighedens tendenser i den fysiske detailhandel, og diskutere, hvordan hun vurderer at disse tendenser vil udvikle sig i fremtiden. I den fremtid som ligger lige foran os alle.

Susanne vil både udstyre dig med viden om, hvad der virkelig virker i dag, og med inspiration, forståelse og værktøjer til at navigere og positionere dig i fremtidens detailhandel.

### Tour de trends - Stefan Nilsson:

I en tid præget af hurtige ændringer og nye tendenser er det vigtigt at holde sig opdateret. Med Stefan Nilsson i spidsen får du en omfattende rundvisning i de nyeste trends inden for teknologi, samfund og arbejdsliv. Stefan, en anerkendt trendekspert og taler, vil guide dig gennem de



Stefan Nilsson tager tilhørerne med på en Tour de trends.

mest diskuterede emner og vise, hvordan de påvirker vores daglige liv og fremtid.

Stefan vil afdække forskellige perspektiver på kunstig intelligens, herunder hvordan ældre personer kan engagere sig i og drage fordel af denne teknologi. Han giver en kritisk vurdering af, hvor langt vi faktisk er kommet med mangfoldighed og



Mads Arlien-Søborg fortæller om "Finders and Preservers".



Mette Lykkegaard From fortæller om: Køb rigtigt ind til sæsonen 2024/25.

delere sine tanker om, hvordan fremtidens arbejde kunne se ud, sammenflettet med debatten om "modvækst", og hvordan en bevidst nedskæring af økonomisk aktivitet kunne forme vores samfund i fremtiden.

### Workshop with NCS | Creative colour design - the tools to support you - Kennet Vrågård:

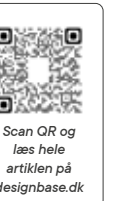
I denne workshop vil Kennet Vrågård demonstrere, hvordan NCS-systemet kan understøtte dit arbejde med at kombinere farver. Hvad er farveharmoni, og er det blot et spørgsmål om smag? Vi vil gennemføre nogle tests og eksperimenter med NCS designværktøjer for at se, om teorien stemmer overens med de visuelle resultater. Jeg vil også diskutere digitale værktøjer, der bygger bro mellem den digitale og fysiske verden, og hvordan man forbinder dem. Deltag i os for at opdage genveje fra ideer til koncepter.

### Finders and preservers - Mads Arlien-Søborg:


Der er gået mode i fortiden. Gamle håndværk bliver genopfundet og

udviklet. Vi dyrker det autentiske og unikke. Vi vil have genbrug og ikke overforbrug. Vi søger ting med sjæl og identitet. Små fejl og imperfektioner som vi finder i håndværket og i naturen bliver fremhævet og hyldet. Bevarelse fremfor fornyelse. Med andre ord, vi dyrker tendensen 'finders and preservers'.


Livsstilseksperten Mads guider dig igennem en af tidens mest markante tendenser der influerer og påvirker vores værdier, valg, holdninger og forbrug og som står i skarp kontrast til virtualiseringen af verden. Udover en overordnet introduktion får du også masser af tips til design, mode, gastronomi og destinationer, hvor tendensen er synlig.





Scan QR og læs hele artiklen på designbase.dk





Specialized in finding and connecting the right customers for suppliers and brands.

















Book an appointment

[www.droppery.io](http://www.droppery.io)





# Et blomstrende og oplevelsesrigt univers

Greenhouse hedder det blomstrende univers, som Formland har skabt i samarbejde med GASA Group, og hvor natur, "Nature to the people" og biodiversitet: Planter og mennesker er på en fælles mission.

Tekst: Pia Finne | Foto: Formland

På Formland Autumn sætter GASA Groups stærke mission: "Nature to the people" fokus på vigtigheden af biodiversitet i vores moderne samfund. Hele GREENHOUSE-området omdannes til en udstilling med fokus på natur og planter, der fremmer biodiversitet og understøtter et rigt økosystem, fra blomstrende enge til skyggefulde træer.

"I hjertet af vores moderne samfund ligger nemlig en særlig forbindelse, der forbinder os med naturen omkring os. Det er denne forbindelse og vores mission "Nature to the people", der inspirerer os til årets udstilling", lyder det fra GASA, der videre siger:

"For biodiversitet er ikke kun et abstrakt begreb. Det er den utrolige variation af planter, dyr og mikroorganismer, der samarbejder om at skabe de økosystemer, vi er afhængige af. Gennem vores udstilling ønsker vi at fremhæve den

afgørende rolle, som biodiversitet spiller i vores verden, og hvordan planter kan være nøglen til at fremme denne biodiversitet".

I dagens moderne samfund bliver folk let afbrudt fra naturen. GASA Group samarbejder med gartnerier og detailbutikker om at gøre naturen tilgængelig for alle, der sætter pris på dens energi og evne til at bidrage til vores mentale velvære. GREENHOUSE-området minder os om vigtigheden af at bevare og fremme biodiversiteten.

"Når vi forstår værdien af biodiversitet, kan vi arbejde sammen om at sikre en bæredygtig fremtid for både natur og mennesker og derigennem gøre vores virksomheds mission om at bringe 'naturen til folket' levende."

Greenhouse er at finde i Hal K, og her vil der også være daglige workshops, man som besøgende kan deltage i.

# Microplane

## Spændende nyhed til detailhandlere i Skandinavien!

Med virkning fra den 1. juni ændrer Microplane – kendt for at udvikle exceptionelt skarpe kulinariske redskaber og bedst kendt for den ikoniske lange og smalle Zester, der har revolutioneret rivning – sin distributionsstrategi i Skandinavien.

Microplane er glade for at kunne meddele, at vi nu vil betjene det skandinaviske marked direkte fra vores europæiske kontor og lager i Hamborg!

**Forenklet Kommunikation:** For alle ordrer og forespørgsler er vores dedikerede Microplane-team nu tilgængelig på: [info@microplaneintl.com](mailto:info@microplaneintl.com) eller telefon +49 40 89712860.

**Effektivitet:** Vi er fuldt engagerede i at arbejde tæt sammen med hver kunde for at sikre en gnidningsfri overgang, med direkte kommunikation og god service. Derudover tilbyder vi fordelagtige salgsbetingelser.

**Styrkelse af Brandet:** Ved at samarbejde direkte med os får du adgang til vores komplette produktportefølje – fra den Premium Classic Zester til vores nyeste produkter – samt hele vores udvalg af Point-of-Sales support. Du vil også drage fordel af vores stærke brandfokus og omfattende salgs- og markedsføringserfaring.



Vi glæder os til at møde mange af jer til de kommende arrangementer og ser frem til at etablere et direkte samarbejde med jer!

Besøg os på  
**FORMLAND:**  
Sektor: Dining  
Stand: M9842

**Clarion Sign Event:**  
Tirsdag 20/8 – 09:00-18:00  
Onsdag 21/8 – 09:00-18:00  
Torsdag 22/8 – 09:00-15:00



# Bæredygtighed kræver en ekstra indsats

Lübeck Living har i år 15-års jubilæum som bæredygtig virksomhed, og man er ikke kommet sovende til det. "Man ikke kan lade bundlinjen råde, hvis man vil drive en bæredygtig forretning", siger Susanne Lübeck Poulsen ærligt, og slår fast, at man hele tiden er nødt til at tænke anderledes. "Men det er det eneste, der giver mening for os".

Tekst: Pia Finne | Foto: Lübeck Living

Der er ærgerligt, hvordan bæredygtighed i vores branche virker som et tema, der mest af alt bliver talt om, fordi det er det, man skal, når det ikke er et emne, der bliver gjort nok ved. Selv mange af de brands, som faktisk kan tage ordet, tager ikke ansvaret på sig og går forrest, men arbejder mest af alt med bæredygtigheden, dels fordi det er oppe i tiden, og dels fordi de skal i forhold til de nye krav, der kommer. Når fokus forsvinder, går luften ud af ballonen, og emner skifter, når trenden skifter". Det mener Susanne Lübeck Poulsen, der er rigtig glad for, at der bliver gjort noget på Formland med Think Circular, men hun kunne rigtig godt ønske sig et større engagement fra virksomhederne.

"For jeg er ked af at sige, at det er ikke nok at have et produkt, der er fremstillet bæredygtigt. Det handler også om gaveindpakningen, emballagen og hvordan det markedsføres ude i butikkerne. Det betyder bl.a. mere undervisning af butikspersonalet, så de kan formidle tankerne videre til forbrugerne", siger hun og slår fast: "Bæredygtighed er bare megahårdt arbejde, men det er et valg man tager".

Lübeck Living har i år 15-års jubilæum som et bæredygtigt brand, og dermed begyndte Susanne og Søren at leve de bæredygtige tanker, før vi andre overhovedet havde tænkt dem. Men det er også et område, der hele tiden kræver nyudvikling.

F.eks. har Lübeck Living en aftale med FlexSkrald om, at de modtager papaffald fra de omkringliggende virksomheder. Disse virksomheder betaler FlexSkrald for at hente deres affald, og Lübeck Living betaler for at få affaldet leveret, hvorefter de bruger det til fyld i kasser og som emballage. "Og ja, det er en tidskrævende proces, men det er det værd", fastslår Susanne.

Hun påpeger også, at den store kamp ligger i, at der egentlig ikke er stor efterspørgsel på de bæredygtige produkter i interiørbranchen hverken fra butikkerne eller fra forbrugerne. Men hun mener bestemt ikke, det betyder, at man skal lade være.

"Vi mangler en frontfigur blandt de store detailhandlere, der kan sætte fokus på bæredygtigheden i design, for vi har ikke medierne med os, og det er man nødt til at have, hvis vi skal se en

ændring", siger Susanne, og selv efter 15 år føler hun, at Lübeck Living må kæmpe sig egen kamp, som man har gjort på de seneste 30 Formland-messer.

Hun fornemmer også, at der, hvor der rent faktisk sker noget, er på hospitalityområdet. "Hoteller og restauranter har fået øjnene op for at arbejde med bæredygtigheden, for skal de have en certificering, kræver det, at de arbejder med brands, der også har det. Og så er det jo også et godt signal at sende til sine kunder".

## Man skal hele tiden tænke anderledes

Susanne er også ærlig og siger, at man ikke kan lade bundlinjen råde, hvis man vil drive en bæredygtig forretning.

"Man er hele tiden nødt til at tænke anderledes. F.eks. har vi ikke kunnet producere vores udendørspotter i to år, fordi man ikke har kunnet få fat på materialet. Det har helt klart kostet på vores bundlinje, men det er en del af det".

Så kunne man jo fristes til at spørge, hvorfor Susanne og Søren så bliver ved... og svaret er helt klart: "Det er det eneste, der giver mening for

os. Det er interessant at være med til at gøre en forskel, at gå forrest og vise branchen, at det rent faktisk gør en forskel, hvordan man tænker sin virksomhed. Er bundlinje vigtigst, overlever man ikke som bæredygtig virksomhed".

Det var Vance Kitira-lysene, der for første gang fik Susannes øjne op for, at man kan gøre tingene på en anden måde end den traditionelle.

"Jeg arbejdede i en anden virksomhed, hvor jeg tilbragte en del tid med produktion i Østen, og jeg blev provokeret af, hvordan det fungerede.



Der produceres de billigste varer til så lav en pris som muligt, så der er ingen penge til at gøre det godt for medarbejderne. Da jeg kom hjem, væmmedes jeg ved de arbejdsforhold, min egen arbejdsplads bød mennesker ude på fabrikkerne. Søren havde startet Lübeck Living, og da vi i den forbindelse fandt Vance Kitira-lysene, så jeg for første gang, hvad man som brand kan gøre for at hjælpe de mennesker, der arbejder på fabrikken og hele lokalsamfundet, og det var bare så fedt. Jeg er vokset op med - præget af min far - at alt kan genbruges, at man deler ud til dem, der har brug for det, og ikke at man skulle slukke for lyset eller spare på vandet, for at spare økonomisk, men for at spare på jordens ressourcer, da disse er knappe. Modsat var min mor generationen 'efter krigsbarn' og en fra den kendte forbruger årgang. Så egentlig kan man sige, at det er min fars værdier, vi fører over i min mors forbrugsverden med min mors businessstankegang og designtilgang", siger Susanne med et smil.

Hun er også helt klar på, at man sagtens ville kunne indgå en masse kompromiser, som ingen alligevel ville opdage bl.a. i forhold til, om man køber fyldet til kasserne eller genbruger affald. "Men det betyder noget for os", siger hun.

## Man må godt kunne se det er håndlavet

Da Lübeck Living startede på bæredygtighedsrejsen i 2009, var der ingen, der synes, at hånd-

lavede produkter var fede, og produkterne var designet, så ingen opdagede, de var håndlavede.

I dag er der en voksende tendens til, at det gerne må både se og være håndlavet. "Specielt de unge forbrugere søger det, men det er ikke dem, der er de største forbrugere endnu".

Derfor forstår Susanne også godt, at en vel-etableret virksomhed ikke bare kan skifte hele sin kollektion med 1000-vis af varenumre ud. Men hun mener heller ikke, det er i orden, bare at lancere en enkelt linje og lade det være det. "Det er en on-going proces, der hele tiden skal udvikle sig".

At Formland og andre messer har fokus på det cirkulære på trendseminarer og på workshops, mener hun er en god måde at få gjort opmærksom på, hvordan man kommer videre med at sælge tanken om bæredygtig boligindretning ind til forbrugeren. "Der skal fortælles en historie. Det har modebranchen og byggebranchen forstået, men interiørbranchen halter efter".

## Vækster i Danmark

Susanne fortæller, at Lübeck Living rent faktisk vækster en del i Danmark ikke mindst på de astma- og allergivenlige Vance Kitira-lys. Vi oplever at "LED-trenden er ved at forsvinde, og det er gået op for danskerne, at vi ikke kan lide partiklerne fra dårlige stearinlys. Så en af grundene til vores vækst er, at forbrugerne vil have et rent og ordentligt lys".

Men generelt set, oplever vi ikke, at de danske forbrugere forelsker sig i et produkt, fordi det er bæredygtigt. De forelsker sig i udtrykket og stilen, og er det bæredygtigt, er det et ekstra plus.

Det, mener Susanne, siger meget for den tankegang, der præger markedet. Og hun tror også på, at det bunder i manglende viden og input.

"Vores håndklæder er eksempelvis lækre men tynde. Det betyder, at de fylder halvdelen i vaske-maskinen og i tørretumbleren, og at man derfor kun bruger halvt så meget energi. Men det kræver, at der er nogen, der fortæller det til kunderne, og det er en opgave for medarbejderne i butikken".



## Det er ingen religion

Susanne understreger, at bæredygtighed slet ikke behøver at blive ekstremt for at blive en succes.

"Det er heller ikke en enten eller for os. Vi bruger hellere vores stemme på at motivere folk, for oplysning er bedre end skræmmekampagner, og hvorfor ikke fortælle åbent, hvorfor genbrug er godt, og hvorfor genbrugsglas har det grønne skær, og gøre det til en dyd i stedet?"

Men når det er sagt, så er der stadig meget at forstå, og meget rigtig mange ikke forstår. "F.eks. får vi ofte spørgsmålet, hvorfor vores potter er fremstillet i Sri Lanka, og hvad med transporten o.s.v. Men producerede vi i Europa, skulle potterne transporteres igennem Europa i en lastbil, og produktionen ville højst sandsynligt foregå i en computerstyret maskine. Det koster langt mere strøm end de håndfremstillede srilankanske produkter, der tørrer i solen, pakkes i hånden og derefter sejles til os. I vores produktion er CO2 forbruget langt mindre end hvis vi producerede det samme i Europa", forklarer Susanne, der tilføjer, at der herudover for Lübeck Living, er et socialt ansvarligt aspekt i deres arbejde på Sri Lanka. OOhh Collection har fra start været bygget op som et kvindeprojekt, hvor vi træner kvinder til at arbejde hjemmefra, så de på den måde har mulighed for at skabe en indkomst samtidig med at holde hus og passe børn.

Spørger man Susanne, hvad hendes bud er på, hvad der skal til for at få bolig- og interiørbranchen til at arbejde mere bæredygtigt, lyder svaret: "Jeg tror rent faktisk mange frygter for at træde ved siden af, og derfor er de påpasselige med at fortælle, hvad de gør eller de lader helt være med at gøre noget. I Danmark kommer regler og krav i en sådan strøm, at det kan virke uoverskueligt for mindre virksomheder. Regler og krav er naturligvis vigtige, for at vi får sat gang i bevægelsen, men med den fart, der er på, sideløbende med en masse anden uro i markedet, er der nok brug for mere støtte til de enkelte virksomheder, hvis vi ikke skal skabe afstand til interessen for at blive mere bæredygtig. Jeg har ikke løsningen, men jeg håber og tror alligevel, at virksomhederne trods alt er ved at se, at det er vejen frem, og at det er nødvendigt at tage et fælles ansvar".

Lige nu indretter vi Sparekassen Danmarks filialer over hele Danmark med bæredygtige produkter, vi dekorerede bæredygtig jul på Himmerland Golf & Spa og vi leverer i dag til en stigende antal hoteller og restauranter. Så selv om det er svært at brænde igennem i den almindelige detailhandel, er der bestemt langt mere lys for enden af tunnelen", slutter Susanne Lübeck Poulsen.

Lübeck Living kan træffes på Formland stand J7152



# Et 250-årigt væksteventyr

Danske ASP-HOLMBLAD har næsten 250 år på bagen, men det er stadig innovation og nytænkning, der driver virksomheden. Nyt er, at man nu gerne vil ud til de danske bolig- og interiørbutikker, og dermed har man udviklet nye produkter, der matcher det segment.

Tekst: Pia Finne | Foto: Asp-Holmblad

## FAKTA

### 250 ÅRS HISTORIE

Kun meget få virksomheder kan datere deres historie 250 år tilbage, men det kan ASP-HOLMBLAD. For historien begyndte tilbage i 1777, hvor Jacob Holmblad etablerede en fabrik i København, hvor han lavede lys af marvolie, benlim og andre ildlugtende animalske produkter. På Christianshavn lå en sæbe og lampeoliefabrik O.F. Asp, som også lavede lys. Og fra at være konkurrenter op igennem 1800-tallet, fusionerede de to fabrikker i 1919 til ASP-HOLMBLAD.

Siden har ASP-HOLMBLAD være med til at indføre traditioner og fejre begivenheder. Virksomheden var med, da danskerne satte levende lys i vinduerne 4. Maj 1945, og da Kong Christian IX og Dronning Louise i 1892 fejrede guldbryllup, og hvor hele København var oplyst af stearinlys. Det var også ASP-HOLMBLAD, der i 1918 lancerede adventslys til den første adventskrans, som blev tændt på Fredensborg slot efter gammel tysk tradition. I 1942 lancerede ASP-HOLMBLAD Jakobs lyset, det vi i dag kender som vores alle sammens uundværlige del af julehyggen, nemlig kalenderlys. Juletræsliset er også en af de gamle klassikere med en lang historie, og hvor ASP-HOLMBLAD siden begyndelsen af 1800-tallet har haft en stor andel i udbredelsen af traditionen med levende jul på juletræet. Den turkise æske med julelys, som man kan finde i butikkerne i dag blev varemærkerregistreret i 1945 og har således 80 års fødselsdag i 2025. I 1950'erne lancerede ASP-HOLMBLAD farvede lys og lys i forskellige faconer, og i begyndelsen af 1970'erne blev bloklyset introduceret. Senere er fyrfadslysene kommet til, og de er i dag det største segment på det danske marked i kategorien levende lys.



”Vi er ikke de billigste, og det kommer vi aldrig til at være. Til gengæld er hovedparten af vores lys fremstillet af stearin ikke af paraffin, fordi stearin udskiller mindre CO2 til atmosfæren end lys lavet af bl.a. paraffin. I det hele taget gør vi, hvad vi kan for at leve op til tidens krav til miljøvenlighed og cirkularitet”. Det siger Mette Poulsen, der er adm. direktør i den næsten 250 år gamle, danske virksomhed Asp-Holmblad.

Og spændende er det at gå på opdagelse i virksomhedens showroom i Hørsholm, for her findes det velkendte kalenderlys fra barndommen, og æskerne med juletræslis, som alle

danskerne kender. Men der er også nytænkning og innovation i showroomet. Bl.a. har man gjort en stor indsats for at finde produkter, der rammer ned i de forskellige højttider, ligesom der er en række accessories til lysene som duge, servietter

Mette Poulsen er adm. direktør i den næsten 250-årige virksomhed, Asp-Holmblad.



Fra Asp-Holmblads showroom.

og meget mere. Samtidig videreudvikles der løbende, og nye produkter kommer til.

”Påske-produkter har været i tilbagegang de seneste mange år, men siden corona er den udvikling vendt”, fortæller Mette Poulsen, og som en virksomhed med mange år på bagen, kan man se en tendens. ”Hver gang, der er krise og usikkerhed i verden, vender vi tilbage til traditionerne. Det gælder højttiderne, og det gælder de rød/hvide farver”, siger Mette Poulsen.

Hun fortæller, at mere end 40 pct. af kategorien levende lys er private label, og hun slår fast, at det bestemt ikke er i discountsegmentet, man er stærke.

”Vi satser på at give forbrugerne kvalitet”, siger Mette Poulsen, og netop for at kunne holde fast i den høje kvalitet, vil ASP-HOLMBLAD nu også gerne ind på interiørmarkedet, og for at gøre sortimentet endnu mere attraktivt for interiørbutikkerne, har man udviklet en række nye typer lys bl.a. af sheastearin, stearinlys på fod og lys med en behagelig duft.

”Duftlysene er fremstillede i Portugal, og vi valgt at lade fødevaregodkendte keramikpotter danne rammen om lyset, så når lyset har skabt god duft i boligen, kan de efterfølgende bruges til kaffekrus”, fortæller Mette Poulsen, der mener, det er vigtigt, at man tænker anderledes, når man skal udvikle nyt.

Derfor er duftlysene også skabt af en plante-baseret voks på raps, og parfumerne er udviklet i parfumebyen Grasse i Sydfrankrig; afdæmpede og afstemte.

*Sluk de levende lys med en lyslukker, dermed mindskes antallet af partikler.*





→ De nye, høje lys på fod er i øvrigt af ren stearin og Svanemærkede. Når det gælder shea-stearinen er det fedt, der er tilbage i nøddeskallerne fra de vildtvoksende shea-træer i 16 lande i Afrika. Nødderne opsamlles med håndkraft af kvinder, der dermed tjener deres egne penge.

"Det handler om empowerment, og så er shea-nødder en fornybar, cirkulær råvare fra naturen". De nye sheastearinlys er også svanemærkede.

*Det handler om empowerment, og så er sheanødder en fornybar, cirkulær råvare fra naturen.*

#### Vi vil sænke partikel-antallet

Mette er helt klar over, at levende lys er udskældte for deres udledning af sodpartikler, og netop derfor har ASP-HOLMBLAD sammen med koncernens fabrikker været med i et forskningsprojekt, hvor formålet var at udvikle et lys med reduceret partikelemission, hvilket er lykkedes med lysene REN HYGGE, som er svanemærkede stearinlys. Bag første del af forskningsprojektet står Miljøstyrelsen og Teknologisk Institut og i det efterfølgende projekt deltog Teknologisk Institut, Århus Universitet - Institut for kemi og Institut for folkesundhed samt Universitet i Lund, European Candle Association m. fl og projektet er støttet af Innovationsfonden.

"Ren hygge handler i høj grad om at vægerne skal tilpasses råmaterialerne, så afbrændingspro-

cessen optimeres og lysene ikke soder", forklarer Mette, og hun kommer med et godt råd: "Sluk de levende lys med en lyselukker, dermed mindses antallet af partikler"

Mette Poulsen slår også fast, at netop i en krigstid, hvor forbrugerne er bevidste om, hvordan de bruger deres penge, kan levende lys udgøre store forandringer i boligen på kort tid og for få penge.

"Man kan ændret looket i stuen bare med en ny farve lys", siger hun, og hun tilføjer, at det måske er en af grundene til, at ASP-HOLMBLAD ikke har været hårdt ramt af de senere års kriser afledt af corona og siden krige. Under både corona og energikrisen steg forbruget af levende lys, idet levende lys bringer lys, varme og hygge ind i hjemmet. Når forbrugerne opholder sig meget hjemme er der en tendens til at der skal hygges og det er med til at øge forbruget af levende lys.

I Danmark er lys og servietter én kategori, og derfor arbejder man også med farveafstemte lys og servietter, og derfor har man godt 1000 artikelnr. i sortimentet til tilbyde.

I øvrigt kan forbrugerne få lys til alle typer lystager. Både de gamle sølv- og messing stager samt til de nye moderne stager, og det samme gælder til juletræets lyseholdere. "Vi har lys fra 13 mm i diameter til 10 cm."

#### Vi brænder for det, vi gør

Hos ASP-HOLMBLAD gør man, hvad man kan for at være så miljøvenlig som muligt. Alle fyrfadsllys i ren stearin bliver derfor fremadrettet pakket i

pap, og Mette Poulsen understreger, at inden for de kommende 5-10 år har ASP-HOLMBLAD en intention om at være helt plastfri.

Al produktion foregår på egne fabrikker i Sverige og i Portugal, hvor de nye lys kommer fra. "Vi har altid været gode til at handle i EU. Jeg mener, man skal være EU-loyal, og at vi alle sammen er nødt til at vågne op i fremtiden og bakke op om hinanden. Til gavn for os selv som EU-borgere og for miljøet".

"Vi brænder for det, vi gør, og vi vil gå i den rigtige retning. Betyder det, at produkterne bliver lidt dyrere, må vi have forbrugerne i tale. Dagligvarehandlen, som vi primært samarbejder med i dag, er allerede villige til at betale lidt mere, ikke mindst fordi de skal leve op til EU's green deal, og med vores ambitioner om nye salgskanaler, skal vi kommunikere det budskab til forbrugerne", lyder det fra Mette Poulsen, der slår fast, at ASP-HOLMBLAD kan fejre sit 250-års jubilæum i 2027.

I 1907 blev ASP-HOLMBLAD A/S Kongelig Hofleverandør. "Vores prædikat er ligesom det er tilfældet for alle andre Kongelige Hofleverandører blev opsagt, da Frederik blev konge".

Om ordningen fortsætter, må fremtiden vise.

Verden forandrer sig, og i den nye verden, som ASP-HOLMBLAD går i møde, er der også nye produktgrupper. Bl.a. har man nu også duge, der er farvekoordinerede med lys og servietter. For Mette Poulsen er innovation vejen frem. Det gælder indenfor produktgrupperne, det gælder udvikling af nye produktgrupper, og det gælder nye kundesegmenter og forretningsmuligheder. Og ja, det er jo ikke for ingenting, at virksomheden snart kan holde sin 250-års fødselsdag og er "still going strong".

ASP-HOLMBLAD kan ses på Formland på stand H6040

NYHED - SANDY BEIGE

INVITER DEN VILDE, NORDISKE NATUR INDENFOR MED RAW

Siden RAW blev født i 2016, har brandet været under konstant udvikling. Nye glasurer, produkter og materialer har udvidet det nordiske og rå univers, der i dag blandt andet indebærer elegante glas, stilrent bestik, unikke tallerkener, organiske teakprodukter, smukke dækkeservietter, to go termoflasker og hørtekstiler. Fælles for alle RAW produkterne er, at de kan kombineres på kryds og tværs for en enestående, nordisk borddækning.



#### Byd velkommen til Sandy Beige

Den nyeste tilføjelse i RAW universet er glasuren Sandy Beige, der bliver lanceret i løbet af AW24. Den smukke sandfarve lader tankerne vandre til de nordiske klitter langs kysterne, hvor du kan mærke den friske luft og vilde natur. Sandy Beige er en varmere og lysere tilføjelse til RAW-universet og perfekt til den stilrene, moderne borddækning. Kendetegnet er en yderst reaktiv glasur, der i sin struktur og sit udtryk minder mest om den, i adskillige år, bedst sælgende Northern Green. Netop Northern Green er sammen med Titanium Black to glasurer, der med stor fordel kan kombineres med Sandy Beige, da de mørke og lyse nuancer komplementerer hinanden på en udsøgt måde.

Med den nye glasur udvides det bærende stentøjsselement i RAW universet, der er kendetegnet ved originalt, håndlavet stentøj, der er dobbeltbrændt for at opnå en yderst stærk kvalitet. Som med de andre RAW stentøjslinjer er Sandy Beige fremstillet i gennemfarvet stentøj, hvor denne stentøjsmasse blot er lysere for at matche den beige farve og skabe et fuldent look.

www.aida.dk

#### Et blomstrende samarbejde

Siden RAWs spæde start har Christiane Schaumburg-Müller Aaxman været en vigtig samarbejdspartner, der særligt i Danmark er blevet indbegrebet af RAW konceptet og den nordiske stil. Med sin beundringsværdige karriere som både skuespiller, tv-vært, influencer og ikke mindst iværksætter er Christiane en stor inspiration for mere end 370.000 mennesker, når hun på Instagram deler ud af sit liv.

I sin tid opstod samarbejdet grundet Christianes store indblik i design, interiør og mode samt hendes evner til at omsætte dette til produkter i moderne stil. Christiane har budt ind med konstruktiv sparring under designprocesser og har stor indflydelse på former og farver i de færdige designs.

#### Familiejet, dansk designhus står bag RAW

RAW konceptet sælges i dag i over 40 forskellige lande og bag succesen står designhuset aida – en dansk, familiejet virksomhed med mere end 70 års erfaring. Siden 1953 har aida lanceret tidløse kollektioner med kvalitet og kreativitet i centrum. Udover det velkendte RAW univers dækker aidas sortiment alt fra det klassiske, hvide porcelænsstel 'atelier' til det nyeste 'LIFE IN COLOUR' univers, som blandt andet omfatter Confetti stellet, der består af 8 former i 10 flotte farver.





# Vi løfter køkkenoplevelsen

Microplane har selv overtaget distributionen på det skandinaviske marked. ”De skandinaviske forbrugere sætter pris på køkkenudstyr af god kvalitet, og efterspørgslen på premiumprodukter er høj, og det er det bedste markedsmiljø for mærker som Microplane”, siger Marcin Ziomek, der er general manager i Microplane i Europa.

Tekst: Pia Finne | Foto: Microplane

Den ikoniske Premium Classic Zester blev lanceret uden håndtag som et værktøj til træbearbejdning. Siden blevet fremstillet med et ergonomisk soft-touch-håndtag i 13 farver.

”Vores mål er at styrke Microplane brandet på det skandinaviske marked”. Det siger Microplanes general manager i Europa, Marcin Ziomek, efter at man har lagt en ny distributionsstrategi for det skandinaviske marked. Det betyder, at Microplane 1. juni selv overtog distributionen i Skandinavien, og at de skandinaviske detailhandlere nu får direkte adgang til hele Microplane-produktporteføljen, herunder den ikoniske Premium Classic Zester og de nyeste produktintroduktioner. Derudover tilbyder Microplane omfattende Point-of-Sales-support med et stærkt brandfokus og omfattende salgs- og marketingekspertise.

”Efter mange års succesfuldt samarbejde

med vores distributionspartner Hamonoya har vi besluttet at ændre vores distributionsstrategi for det skandinaviske marked, så vi i stedet for at være afhængig af en 3. part nu distribuerer direkte”, forklarer Marcin Ziomek, der videre siger: ”I løbet af de seneste år er vi blevet konfronteret med stigende produktions-, materiale- og logistikomkostninger og de stigende udgifter har også påvirket forholdene og priserne for detailhandlere, ligesom presset på effektiviteten i hele forsyningskæderne er blevet stadig større”.

Den direkte distributionsmodel giver mange fordele for både leverandører og detailhandlere, mener han. ”Gennem den direkte kommunikationslinje med de vigtigste markedsaktører vil vi

være i stand til bedre at planlægge og styre lager- og tilgængelighed, diskutere markedstendenser og samarbejde om fælles marketingaktiviteter. Den direkte distribution vil give os et overblik over hele forsyningskæden, så vi kan administrere lager, logistik, kundeservice og marketing internt og forbedre effektiviteten”.

Styring af hele processen vil også gøre det muligt for Microplane at opbygge stærkere relationer i forhold til de skandinaviske kunder. ”Vores mål er at levere personlig service og reagere hurtigt på de individuelle behov”, siger Marcin Ziomek, der videre slår fast at de skandinaviske markeder fra et globalt perspektiv er et af de vigtigste markeder for Microplane.



Marcin Ziomek, general manager i Europa.



Microplane BLACK SHEEP-serien med mat sort håndtag i rustfrit stål, ramme og klinger er en iøjnefaldende, elegant showstopper.

”De skandinaviske forbrugere sætter pris på god kvalitet af køkkenudstyr, og efterspørgslen efter premiumprodukter er høj, og det er det bedste markedsmiljø for mærker som Microplane”, siger Marcin Ziomek.

Han mener, Skandinavien i dag er blandt de vigtigste markeder, når det handler om at sætte globale tendenser inden for produktdesign og funktionalitet, og at have en direkte forbindelse til markedet vil gøre det muligt for Microplane at reagere bedre og hurtigere på de skandinaviske forbrugers nye præferencer og behov.

”Med den direkte distributionsmodel vil vores hovedmål også være yderligere at styrke vores brandpositionering på det skandinaviske marked. Vores produktlinje er i de seneste år blevet suppleret med yderligere serier for at dække forskellige designmetoder samt tilsvarende prispunkter. Ud over vores ikoniske Zester og Gourmet-serien har vi tilføjet Master Series og Black Sheep-serien med mere moderne og sofistikerede design. I år introducerer vi den nye professionelle serie i rustfrit stål for at lukke det sidste hul i vores sortiment”.

## Madlavningsoplevelsen skal forbedres

Spørger man Marcin Ziomek, hvad Microplane-brandfilosofien er, lyder svaret:

”Microplane-brandfilosofien er centreret omkring det at opfylde ønskerne hos både hobby- og professionelle kokke. Vores mål, ambition og engagement er at forbedre deres madlavningsoplevelse ved at levere førsteklasses produkter, der problemfrit inkorporerer banebrydende teknologi”. Han forklarer, at kernen i brandets innovation er fotoætsningsteknologien, som differentierer Microplane-rivejern fra konkurrenterne.

”I løbet af de seneste 50 år har vi finpusset denne teknik for at skabe ultraskarpe skærekanter, der leverer overlegne resultater”.

Men engagementet stopper ikke her. For teknologien er blevet overført til andre kategorier af køkkenredskaber, for ad den vej at udbygge sortimentet ud over rivejern.

”Vi stræber altid efter at udnytte vores kernekompetence; fotoætsningsprocessen, til at forbedre ydeevnen for hvert nyt redskab, vi introducerer på markedet. Men uanset anvendelsen forbliver vores forventning konstant: at levere bæredygtige, førsteklasses produkter til ethvert kulinarisk behov”, siger Marcin Ziomek.

## Banebrydende revolution

I 1994, da Microplanes originale trærasper for første gang blev solgt som et køkkenredskab, var den fotoætsede klinge en banebrydende innovation på markedet for køkkenudstyr. Før det var køkkenrivejern enkle, kedelige redskaber, der ikke rigtig fungerede, og som bare var ét af mange værktøjer i køkkenkategorien. Ved at inkorporere fotoætsningsteknologi i fremstillingsprocessen revolutionerede Microplane markedet.

”Vores rivejern var usædvanligt skarpe, de skar i stedet for blot at makulere, og vi kunne tilbyde forskellige klingemuligheder til forskellige riveformål med voksende sofistikerede produktdesign på tværs af forskellige serier. Vi forvandlede bogstaveligt talt det ”kedelige” rivejern til en kategori af køkkenrivejern inden for husholdningsindustrien”, fortæller Marcin Ziomek, og han forklarer:

”Som den eneste rivejernspecialist på markedet tilbyder Microplane det bredeste udvalg af rivejern, fra farverige håndtag i vores ikoniske Premium Classic Zester, vores kompetencelinje Gourmet-serie med det bedste sortiment af forskellige klingestilarter til vores elegante Master Series med en robust ramme i rustfrit stål og et smukt håndtag i valnøddetræ. Vores produkter kombinerer stil og funktionalitet. Vores seneste Black Sheep-serie, helt sort fra håndtag til klinge, appellerer til de rebelske kokke og dem, der sætter pris på unikt design. Det er en ren designlinje”.

Han fortæller, at kvalitet prioriteres højt, og at man udnytter sin kernekompetence - fotoætsningsprocessen - til at skabe førsteklasses produkter. Og uanset om det er skålrivejernet eller krydderi- og universalrivejernet, sikrer de ultraskarpe, fotoætsede klinger funktionalitet. ”Herudover holder vi os ajour med madtrends og forbedrer løbende vores standardredskaber som skrællere for at gøre madlavning til en behagelig oplevelse”.

På spørgsmålet om, hvad der gør Microplane specielt, svarer Marcin Ziomek uden tøven:

”Vores produkters kvalitet og funktionalitet stammer fra fotoætsningsteknologien - en innovativ proces, der er specielt designet til at skabe ultraskarpe skærekanter. Microplane er pionerproducenten i forhold til at anvende teknologien til at producere gitteroverflader, og vi fortsætter med at udvikle og forfine produktionsteknikken på vores produktionsanlæg i Russellville, AR, USA”.

Og han forklarer: ”I modsætning til de konventionelle udstandede rivejern opfører de små tænder sig som ekstremt skarpe knive for at skære ingredienser med præcision i stedet for at rive eller makulere. Klingen sikrer, at maden ikke sætter sig fast eller blokerer, men glider i stedet forsigtigt langs skærefladeren.

Microplane kan træffes på Formland stand M9842

## FAKTA

### HISTORIEN OM MICROPLANE

2024 markerer 30-års jubilæet for Microplane, et førende globalt køkkenproduktmærke, der er kendt for at udvikle usædvanligt skarpe og effektive kulinariske værktøjer.

I 1994 i et køkken i Toronto, Canada, rakte en husmor - frustreret over rive-resultaterne med sit gamle køkkenrivejern - ud efter sin mands Microplane trærasp og opdagede ganske uventet, at det var den perfekte måde at rive mad på.

Det øjeblik markerede begyndelsen på Microplane køkkenrivejernet og den ikoniske lange og smalle Zester, som har revolutioneret markedet. Microplane er den oprindelige producent af fotoætsede skæreværktøjer med årtiers erfaring med den kemiske proces til fremstilling af disse specielle knive.

I 2004 blev Microplane International Europe oprettet i Hamborg, Tyskland, for at styre distributionen af Microplane-mærket i Europa. Siden har man selv distribueret på de fleste af de europæiske markeder som bl.a. Tyskland, Frankrig, Italien, Østrig og Finland. Fra den 1. juni kom Danmark, Sverige og Norge med.

”At have et datterselskab i Europa har givet os mulighed for bedre at reagere på de europæiske forbrugeres skiftende præferencer ved at udvikle produkter, der er skræddersyet til at opfylde deres smag og behov. For eksempel er Black Sheep-serien såvel som produktfamilien af professionelle redskaber i første omgang kun blevet introduceret til det europæiske marked”.

”Microplane planlægger et stærkt brandfokus, omfattende salgs- og marketingaktiviteter, samt en strømlinet kommunikation med et dedikeret team på det europæiske kontor i Hamborg, Tyskland, hvilket fremadrettet vil give endnu mulighed for bedre at støtte forhandlerne samt tilbyde hurtige løsninger”, slutter Marcin Ziomek.



Scan QR og læs hele artiklen på designbase.dk





QUILTS OF DENMARK®

# MØD OS PÅ FORMLAND

STAND NR. H6050



Tema: Formland



## Skal du med på zero waste bølgen

Mød shampoo og balsam baren. Vores Shampoobar og balsambar er til dig der ønsker at mindske brugen af plastik i hverdagen, uden at gå på kompromis med plejen af dit hår. Vi anvender gode kvalitets råvarer til at sikre, at du får det bedste produkt. Når vi udvikler produkter, udvikler vi først og fremmest til os selv – herved sikre vi dig det bedste! Hårprodukterne er plastfrie, veganske og godkendt inden for CG-metoden. Hårprodukterne kræver ikke tilvænnning, da de er PH-balanceret, fri for sulfater SLS/SLES, parabener og silikone. Serien er bygget op af tre varianter – Fugt, Protein og Neutral.

Vi producerer udover shampoo og balsam en række andre produkter under samme kategori.

**Formland Stand: D3052**

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

## Rød december hygge

Julen er ikke jul uden at fylde hjemmet med både levende lys, hygge og hjemmebak. Gør din jul æstetisk med vores nye smukke stagelys i rød lak. Det giver en smuk elegance til dit hjem, hvor skæret af flammen spejler sig i det smukke lak lys.

Med vores produktserie fra Ihr har du alt, som du skal bruge til at servere dine varme, hjemmekogte klejner evt. på en serviet af det smukke enkelte motiv.

Du vil med vores produkter have både den smukke æstetik og et elegant hjem, som skaber rammerne for en hyggelig december måned.

**Formland Stand: K8370**

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



I mere end 20 år har vi designet, udviklet og produceret dyner og puder på vores fabrik i Vamdrup. Vores mest kendte brand er Quilts of Denmark®, som tilbyder et bredt udvalg af kvalitetsdyner og -puder med dunfyld.

Den bedste søvn – en søvn, der gavner dit helbred og velvære – får du med perfekt komfort. Med vores brand Temprakon får du dyner, puder og rulle madrasser, der ikke bare er ualmindelig lækre, men også temperaturregulerende.

Teknologien er oprindeligt skabt af NASA og er baseret på termokapsler, der optager overskydende varme, så du ikke sveder, og frigiver varme, hvis din kropstemperatur falder.

Vi står også bag designet og udviklingen af Borås Cotton® og Turiform® sengetøj, som er kendt for sin høje kvalitet og nye kollektioner hvert forår og efterår.



## Keramikkrukker i skønne nuancer

Moodfolks Amaris krukker er fremstillet af keramik i et flot ternet mønster. Farven på krukkesættet er en skøn blanding af lys sand og brunlige nuancer. Krukkerne er håndlavede og farverne vil fremstå forskelligt.

Lauvring har en lang tradition for at sælge smukke keramik krukker. De fås i mange designs, former og udtryk. Brug keramik krukkerne til at forvandle udendørsrummet til en livlig oase med blomster eller frodigt grønt. En stor krukke med et træ eller en samling af krukker i forskellige højder og strukturer kan gøre stort indtryk og skabe rum i haven.

**Formland Stand: K8160**

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



QUILTS OF DENMARK®  
Inspired by Danish islands

temprakon®  
Improve your sleep

turiform®  
Scandinavian design

borås cotton  
Details for your Bed since 1993



## Stilrent til entréen

by Brorson præsenterer en helt ny og stilren kollektion til entré og gang. Serien omfatter danskproducerede og bæredygtige løsninger, hvor kvalitet, minimalistisk design og lang levetid er i fokus. Det gælder hattehylde, bøjler, knagerækker, skohylde og skohorn. Produkterne er fremstillet af certificeret eg og valnød og metal. Alle produkter er fremstillet lokalt her i Danmark, hvilket sikrer os et højt kvalitetsniveau, kort leveringstid samt et formindsket CO<sub>2</sub> aftryk.  
**Formland Stand: F5202**  
[www.bybrorson.dk](http://www.bybrorson.dk)



## Nye silhuetter

Tilføj et strejf af charme og varme til dit hjem med de nye vaser fra Trademark Living. Disse vaser, med deres afrundede silhuetter og lækre glasfinish, skaber en tidløs atmosfære i ethvert rum. Perfekte til både blomsterarrangementer og som stilfulde dekorationer alene, men vaserne komplimenterer hinanden på smukkeste vis i både form og nuancer. De viste vaser fås i tre skønne nuancer, røgfarget, chokolade og grå.  
**Formland Stand: J7156**  
[www.trademarkliving.dk](http://www.trademarkliving.dk)

## Dekorativt til jul

Hvem siger, at julen skal være rød og hvid. Pip Studio, der forhandles af Eurotex, lancerer en næsten dekadent julekollektion i mørke nuancer og med smukke mønstre. Og den eksklusive julekollektion kan også sagtens bruges til at skabe stemning på bordet, når der er andre højtid eller festlige lejligheder, der skal markeres med en smuk borddækning.

**Formland Stand: H6336**  
[www.eurotex.dk](http://www.eurotex.dk)



## Perfekt til servering



Steltons Pilasto serveringsfade er ovnfaste og perfekte til alt fra fisk til grønsager og andre retter, der skal bages i ovnen. Fadene fås i forskellige størrelser.  
**Formland Stand: M9860**  
[www.stelton.dk](http://www.stelton.dk)

## Lamper til enhver stil



House Nordic er klar på Formland med et stort udvalg af nyheder indenfor belysning. Alt fra bordlamper i LED til udendørs LED lamper med forskellige funktioner, som følger med nutidens trends, såsom indbygget Bluetooth højttaler, USB lade station til telefon og tablet, touch lysdæmper og genopladelige lamper.  
**Formland Stand: H6240**  
[www.house nordic.dk](http://www.house nordic.dk)



## Fine tekstiler

Blåmst er en familievirksomhed, hvor generationerne arbejder sammen for at skabe tekstiler. Det gælder bordduge, viskestykker, stofservietter og dækkeservietter med broderede mønstre. Kollektionerne rummer motiver af broderede hummere, muslinger, markblomster og skovbær som all-over broderi. Derudover er kollektionerne af 100% økologisk og GOTS certificeret bomuld.  
**Formland Stand: F5000**  
[www.blaamst.dk](http://www.blaamst.dk)

## Lækkert sengetøj

Tell Me More Interiors tilbyder en kollektion af sengelinned lavet i 100% hør og i 100% økologisk bomuld. Sprøde og bløde materialer, der holder i lang tid.  
**Formland Stand: F5204**  
[www.tellmemore.se](http://www.tellmemore.se)



## Nordisk stil i badeværelset

Hvorfor ikke lade den nordiske stil gå igen på badeværelset? EKTAs badeværelseskollektion i bæredygtigt egetræ og læder tilfører varme og et strejf af spa og kollektionen rummer:

- Towel Rack er en praktisk og stilren håndklædeopbevaring i bæredygtigt egetræ og sprøjtelakeret metal.
- Bathroom Rack Bathroom er en opbevaringsløsning af op til 4 ekstra toiletruller.
- Toilet Paper Holder er en toiletrulleholder i egetræ og læder, udført i nordisk stil.
- Towel Hanger er en håndklædeholder, der giver mulighed for at bruge smukke tekstiler som udsmykning.
- Wood Knot er knager som er lavet med et indhak, så håndklæder og andre genstande ikke glider for nemt af knagen. Fås i tre størrelser og fire farver.
- Mirror You er en serie af væghængte spejle til at hænge på vores små Wood Knot knager. Spejlene findes i tre forskellige faconer.

**Formland Stand: D3106**  
[www.ektaliving.com](http://www.ektaliving.com)







## Cirkulær keramik

At støtte cirkulære produkter er bedre for os og for vores planet. Det mener man hos Kunstindustrien, der præsenterer ANIA keramik, designet i Danmark af danske grafisk designer Anja Skov. Hendes inspiration udspringer fra den nordiske mytologi og design arv samt naturens farver, former og materialer. Fremstillet i Europa.

**Formland Stand: D3014**  
[www.kunstindustrien.dk](http://www.kunstindustrien.dk)



## Retroinspireret design

Hübsch står bag det retro-inspirerede makkerpar til den passionerede te- eller kaffedrikker. Og er man den farveglade type, så er sættet i keramik også perfekt. Den fine skinnende glasur giver et smil på læben selv på en mandag morgen, og så kan man nyde, at både kop og underkop går i opvaskeren.

**Formland Stand: F5056**  
[www.hubsch-interior.com](http://www.hubsch-interior.com)



## Spansk keramik

Familanna er på Formland med håndlavet spansk keramik, som denne Andalusia Water Pitcher i en smuk, grøn nuance.

**Formland Stand: D3040**  
[www.familianna.com](http://www.familianna.com)

## En hyldest til enkelhedens skønhed

Ultima hedder den nyeste serie krystalglas fra det danske designbrand aida, skabt i samarbejde med den anerkendte designer, Karim Rashid. Serien omfatter vin-, vand-, champagne- og cocktailglas, og er en hyldest til enkelhedens skønhed og raffineret smag. Rashids unikke designvision skinner igennem i detaljen, hvor rene linjer og skulpturelle former forenes for at skabe et visuelt udtryk på dit bord. På den måde bliver den nye glasserie meget mere end blot et redskab, men en æstetisk tilføjelse, der inviterer dig til at omfavne hverdagen med lidt kærkommen elegance.

Med enkle og tidløse designs skaber Rashid og aida et universelt udtryk, der passer perfekt ind i enhver stilfuld hjemmeindretning. Uanset om du vælger at bruge dem til et formelt middagselskab eller til en afslappet sammenkomst med venner, vil de nye krystalglas være med til at sætte rammerne for en god stemning. Så inviter elegance og enkeltheden ind i dit hjem og lad disse krystalglas være den ultimative signatur på et flot dækket bord.

**Formland Stand: M9748**  
[www.aida.dk](http://www.aida.dk)



## Coffee dripper dropper

Den er skæv og skøn, sjov og farverig. Coffe dripper dropperen fra TheClayPlay.

**Formland Stand: F5050**  
[www.theclayplay.dk](http://www.theclayplay.dk)



## Earthy udtryksfuldhed

Rhombe Color er synonym med koloritten i moderne borddækningskultur og en keramisk iscenesættelse af Stillebens farvelære. Sammen med Lyngby Porcelæn har designduoen hidtil arbejdet i et spektrum af candy colors og klare blåtoner, men nu er der anderledes afdæmpet tonalitet på paletten med lanceringen af Rhombe Earth. Et selvstændigt søsterstel af tallerkener, skåle og krus, som fortolker det geometriske artiskokmønster i kontrastfulde neutraler fra naturens materialebibliotek af marmor, mos, skifer og ler med diskret nik til Ditte Reckweg & Nordentofts egen baggrund som keramikere.

**Formland Stand: M9760**  
[www.rosendahl.com](http://www.rosendahl.com)

## Romantisk og poetisk

KOYOI glassene fra Blomus er designet af Kazushige Miyake. Koyoi betyder "denne aften" på japansk, og glassene har da også en romantisk, poetisk følelse. De fem omhyggeligt håndlavede og mundblæste glas-typer med tyk isbund er blevet udvalgt til en række af danskernes yndlingsdrinks - to vidt åbne former til Martini og Champagne, et højt Prosecco-glas og to mindre til dine brandy- og spiritusmagninger

**Formland Stand: F5148**  
[www.blomus.com](http://www.blomus.com)



## Bølgende silhouet

En bølgende silhouet kombineret med farvet glas er opskriften på Repeat Vasen fra Stences, der står med et let og legende udtryk, som løfter indretningen. Den blåilla farve kan let kombineres med andre nuancer og materialer i hjemmet, og med sin aflange åbning udfordrer designet den klassiske vase, hvilket giver blomsterbuketten mulighed for at falde på nye, spændende måder.

**Formland Stand: F5200**  
[www.stences.dk](http://www.stences.dk)



## Original elegance

Hjemmet får et strejf af original elegance med den unikke stentøjs-vase, Amaia fra Jakobsdals. Vasen tilføjer personlighed til rummet. Den er udformet med et design i stentøj, hvilket giver den en unik karakter. Dens oprindelige form og struktur vil henlede opmærksomheden og sætte tonen for et rum med personlighed. Amaia er fremstillet med præcision og omhu og udstråler autenticitet og individualitet. Placer den som et centralt fokuspunkt på bordet, hylden eller i vinduet for at fremhæve dens unikke skønhed. Bag Jakobsdals kollektion står den visionære designer Storm Storm.

**Formland Stand: H6126**  
[www.jakobsdals.com](http://www.jakobsdals.com)



## Et unikt, håndlavet stel

Der er noget helt specielt ved at dele mindeværdige øjeblikke, med dem du holder af rundt om bordet. Når vi omgiver os med holdbart design og service af kvalitet vil enhver spiseoplevelse blive helt unik, uanset om det er en hurtig snack, en velsmagende middag eller en hyggelig kop kaffe. SAND GRAIN er en serie af service baseret på Mette Ditmers egne, håndformede kreationer og inspireret af traditionelle håndværksteknikker, som omfavner det perfekte, uperfekte som en kunstart. Den rå overflade leder tankerne hen på keramik i sin oprindelige, rene form og den kornede overflade giver serien en spændende taktilitet. Inderstiden i hvert produkt er prydet med krystalglasur, som under brænding opfører sig forskelligt og efterlader overfladen helt enestående med små fregner, som gør hvert enkelt produkt unikt. Serien er fremstillet af keramik og har bløde, organiske former, der skaber et personligt og kunstnerisk udtryk. Kombinationen af den rå, afdæmpede glasur udvendigt og den legende, farvede glasur indvendigt komplementerer og fremhæver hinanden og gør hvert enkelt produkt unikt med et håndgjort udtryk. Stellet er tilgængeligt i to forskellige glasurer, som står smukt alene eller i kombination med hinanden for at skabe, så brugerne kan skabe deres egen personlige stil.

**Formland Stand: F5004**  
[www.metteditmer.dk](http://www.metteditmer.dk)



## Snemænd til december

Hele juletiden kan de søde snemænd fra Klarborg skabe hygge i hjemmene, og man kan næsten ikke lade være med at trække på smilebåndet, når de to snemænd bolttrer sig glade og veltilfredse.

**Formland Stand: M9748**  
[www.klarborg.dk](http://www.klarborg.dk)



## Art of Nature

Natures Collection er klar med puder i det lækreste New Zealand short-wool sheepskin på den kommende Formland messe.

**Formland Stand: H6140**  
[www.naturescollection.dk](http://www.naturescollection.dk)

## Skulpturelle bogstøtter

Et højre øje i serien af store ansigtsfragmenter skabt af Jacob Lauro, er motivet, der danner bogstøtten til bogreolen eller vindueskarmen. Bogstøtterne kan stå med både højre og et venstre øje for den fulde effekt, men fungerer også alene og som skulpturelt element i indretningen. De kan desuden hænges på væggen.

**Formland Stand: F5326**  
[www.jacoblauro.dk](http://www.jacoblauro.dk)



## Borde fra naturens hånd

VOLOS travertinborde er designet af Sebastian Herkner for Blomus. Travertin er en porøs kalksten, og karakteristisk for denne natursten er hullerne og porerne samt farveforskellen, der netop er det, der gør denne sten så behagelig at håndtere.

Fås i flere farver og størrelser.  
**Formland Stand: F5148**  
[www.blomus.com](http://www.blomus.com)

## Bubble lysestager

Smuk krystallysestage med boblelignende form fra Stences. Lysestagen er en finurlig og smuk tilføjelse til hjemmet. Den anderledes form, der er inspireret af sæbebobler, gør stagen spændende at se på fra alle vinkler. Hver glaskugle reflekterer på fineste vis sollys, når den eksempelvis placeres i en vindueskarm.

De farverige lysestager i krystalglas kan også sagtens fungere som en lille skulptur til pynt uden stearinlys. Bubble lysestagen fås i farverne orange, grøn, lilla, blå og lysegul.  
**Formland Stand: F5200**  
[www.stences.dk](http://www.stences.dk)





## Lanterner hele året

A2 Living lanternen har et simpelt, minimalistisk og rustikt design. Den er skabt af solide materialer og designet til at kunne stå ude året rundt i al slags vejr. Lanter- nen kan med sit enkle design anvendes i talrige indretninger både ude og inde.

Lanternen er fremstillet i kraftig galvaniseret plade (0,8 mm) og glasset har en tykkelse på 3 mm. Hængsler, nitter og håndtag er i rustfrit stål. De farvede lanter- ner har ydermere fået en kraftig pulverlakering uden på den galvaniserede plade og udgaven i kobber er udført i 100% massiv kobberplade.

det gælder velovervejede valg af solide materialer og en løbende produktud- vikling igennem det seneste årti, hvor al unødigt er skåret væk og kvalitet samt brugsværdi er sat i højsædet.

**Formland Stand: K8058**

[www.a2living.dk](http://www.a2living.dk)



## Muslinge- skal-skål

Muslingskallen fra by Chrillesen er 100% originalt design, tegnet og designet af by Chrillesen.

De søde små muslingskaller er formet som små skåle, og de er derfor gode til at opbevare de fineste smykker på natbordet, eller som saltkar i køkkenet.

Muslingskallen fås i to størrelser.

**Formland Stand: D3237**

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



## Genanvendt træ med sjæl

At give nyt liv til gamle skatte, er en fundamental del af Chic Antique. Vi lægger stor vægt på at genanvende træ og gamle artefakter, og den kommende sæson er ingen undtagelse. Træets kvalitet er fantastisk, og har mange år i sig endnu. Dets sjæl, historie og den varme, du får igen, er blot en ekstra bonus.

**Formland Stand: H6222**

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

## Avocado pot

Der er ingen tvivl om, at avocadoerne har stået model til den håndlavede krukke fra Jakobsdals i robust stentøjsmateriale med en reaktiv glasur, der giver hver overflade en unik og levende karakter.

Avocado er ikke bare en krukke; Det er et kunstværk, der tager form af avocadoer. Denne legende berøring giver ikke kun krukken et charmerende udseende, men skaber også en lys atmosfære i hjemmet. Hver detalje, fra avocadoens tekstur til dens unikke nuancer, er omhyggeligt udformet for at tilføje en ekstra dimension af glæde og livlighed til din indretning.

**Formland Stand: H6126**

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



FAMILIANNNA  
Homemade ceramics





## Alt til borddækningen

Svanefors of Sweden, der forhandles at Hove Home, er klar med alt til borddækningen. Fra bordskånere, dækkeservietter, løber, duge, mundservietter til servietringe i forskellige farver og materialer som jute, bomuld, bomuld/hør til 100% hør. Alle tekstilerne er certificeret i henhold til STANDARD 100 by OEKO-TEX® Nyhederne på Formland er:

Sabina fås som rund og firkantet dug. Dugene fås i henholdsvis Ø160 + 20 cm og 160x280. Sabina er lavet af hør og bomuld og vævningen med chambray effekt, som gør, at dugen ligner hørstof. Munderservietter fås også.

Siri er en bomuldsdug i hvid med en smuk brun stribe for neden. Mundserviet i samme design kan også fås. Dækserviet og løber Adam fås i str. 33x45 og 33x120

Sengetøj og sengetæpper. Sengetøj og sengetæpper fås i flere forskellige farver men fælles for begge er, at det er lavet af bomuld.

**Formland Stand: H6142**

[www.svanefors.se](http://www.svanefors.se), [www.hovehome.dk](http://www.hovehome.dk)



## Skærebæret til lakrids

Bagsværd Lakrids har lanceret et skærebæret med logo designet i olieret egetræ. Skærebæret er perfekt i størrelsen til en plade af det lære lakrids.

**Formland Stand: E4350**

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



## Vaser i tidens trends

House Nordics kollektion af vaser rummer udgaver i forskellige former og afstøbninger. Vaserne er bl.a. designet i glas og keramik, og de afspejler tidens trends med lækre designs og flotte farver.

**Formland Stand: H6240**

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



## Crush Me & Salt Me

Crush Me er kværne til salt og peber i enkelt tidsløst design fra EKTA Living.

Kværnene er oliebehandlede og findes i farverne Nature, Oiled, Smoked og Black, og indeholder en high-end keramisk kværn fra CrushGrind. Under udformningen af Crush Me er der lagt vægt på lækkert design, god funktionalitet, ligesom målet har været at skabe en kværn, der drysser mindst muligt på bordet. Kværnene ligger derfor godt i hånden, er lette at påfylde, rummer en stor pladskapacitet til salt/peber og så er de effektive og holder i mange år! Kværnene kan indstilles i grovheden, og alt efter, hvordan de vinkles spredes indholdet forskelligt.

Crush Me har en flad bund der skærmer for damp, så man undgår at indholdet klumper. Crush Me passer sammen med saltkarret Salt Me, æggebægerne Egg Me samt serien Serve Me.

**Formland Stand: D3106**

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



## Jordfarver til badeværelset

Hübsch udvider sit udvalg af badeværelsestekstiler og bringer et nyt, grafisk print til samlingen med Block. Tekstilerne er fremstillet af 100% OEKOTEX-bomuld, og kollektionen rummer skønne jordfarvede badeværelses-musthaves, der giver et komfortabelt og luksuriøst kram. Vælg mellem to forskellige størrelser og farvekombinationer.

**Formland Stand: F5056**

[www.hubsch-interior.com](http://www.hubsch-interior.com)

## Lyset svinder og årstiden skifter

Lyset svinder, bladene falder, og du er ikke i tvivl, - årstiden skifter. Det er tid til at fordybe dig i roen i dit hjem, mens naturen maler sine fascinerende efterårsfarver uden for dit vindue. Omgiv dig med dem, du elsker, og værdsæt de upolerede øjeblikke, hvor der er plads til, at autenticitet, kærlighed og vidunderlige minder kan opstå. Chic Antique er klar med produkter, der støtter op om netop det.

**Formland Stand: H6222**

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



## Buket af filtblomster



Biku Bouquet hedder den unikke filt-blomsterbuket, der er designet af Gry & Sif og er 100% håndlavet i Nepal af dygtige nepalesiske kvinder.

Gry & Sif er et Fair Trade certificeret firma.

**Formland Stand: D3140**

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



## Fint bord til børn

Oaklings står bag Asta Børnebordet, der er designet af Nina Bruun. Bordet er produceret i massiv eg af erfarne snedkere i Italien.

Bordet kan benyttes både som fritstående bord i børneværelset eller stuen, som skrivebord op mod en væg eller som side- eller sengebord for husets voksne.

Asta Børnebord passer smukt sammen med den prisvindende børnestol Storm. Bordplade og armlæn på stolen flugter smukt og giver et stilistisk og minimalistisk udtryk til sættet.

Bordet findes i naturlig eg, røget eg og sortlakeret eg.

**Formland Stand: D3350**

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



Tema: Formland

# Inspireret af japansk Zen



SAND dørmåtte fra Walnut Street er en høj kvalitets dørmåtte specielt velegnet til uden-dørs brug. Måtten har en ru overflade og en gummieret bagside, den har gode snavsfangende og absorberende egenskaber, god skrabeffekt, bagbeklædningen forhindrer fugt i at nå gulvet, og den er fremstillet i 100% genbrugsmateriale (PET). Sand er inspireret af japanske zenhaver. Den findes i en rolig beige farve, der matcher måttens navn smukt. Det tredimensionelle mønster er både taktilt og meditativt og skaber en rolig atmosfære lige uden for døren. Design: Kristine Five Melvær.

**Formland Stand: F5204**  
[www.walnutstreet.dk](http://www.walnutstreet.dk)

## Til yndlingsblomsterne

Den nye Winslet vase fra Trademark Living er unik med sin karakteristiske buttede figur, hvilket gør vasen perfekt perfekt, når yndlingsblomsterne skal præsenteres. Vasen i genbrugsglas er skabt under hensyntagen til miljøet og er designet til at bringe naturens skønhed ind i dit hjem.

Den nye runde og voluminøse Winslet-vase fås i to størrelser og tre farver.

**Formland Stand: J7156**  
[www.trademarkliving.dk](http://www.trademarkliving.dk)



## Skønne nisser

Klarborgs nissenyheder er klar til julesæsonen. Blandt sæsonens nyheder er to herlige nisser Sia og Marley, der er opkaldt og inspireret af Etly Klarborgs to børnebørn. På Formland er Klarborg repræsenteret med hele den store og hyggelige julekollektion.

**Formland Stand: M9748**  
[www.klarborg.dk](http://www.klarborg.dk)



## Stentøj til servering

Eva Solos Nordic kitchen lave salatskåle fra Nordic kitchen-serien i sort stentøj og brug kan bruge til praktisk talt alt. Det hårdføre stentøj tåler hverdagsbrug, både ovn, mikroovn og fryser, og skålen er tilmed dekorativ at have stående fremme på køkkenbordet. Skålenes rustikke look matcher de øvrige elementer i det elegante Nordic kitchen stentøjsstel. Kan stables så den ikke bruger unødigt plads.

**Formland Stand: J7388 og M9714**  
[www.evasolo.com](http://www.evasolo.com)



LAKRIDSHÅNDVÆRK FRA ÆRØ  
*Hattesen's Konfektfabrik*

« LAKRIDSKONFEKT »  
[www.konfektfabrikken.dk](http://www.konfektfabrikken.dk)

### DIT FØRSTE MØDE MED HATTESENS KONFEKTFABRIK?

I JULEN 2013 FOSTREDE CLAUS HATTESEN IDEEN TIL EN NY LAKRIDSKONFEKT.

”VI FORTJENER NOGET BEDRE” VAR MANTRAET I DE FØLGENDE ÅR, HVOR FAMILIEN VENDTE OG DREJTE IDEEN OM EN ”GOURMET LAKRIDSKONFEKT”.

I JUNI 2016 SOLGTES DE FØRSTE ÆSKER HATTESENS LAKRIDSKONFEKT I FAMILIENS ÆRØ ISMAGERI OG CAFÉ AROMA PÅ HAVNEN I ÆRØSKØBING.

### LAKRIDSHÅNDVÆRK FRA ÆRØ

”MINDRE SUKKER, MERE SMAG” ER KONGSTANKEN BAG LAKRIDSKONFEKTEN.

IGENNEM VORES KLARE VALG AF NATURLIGE OG RENE RÅVARER LIGE FRA BEGYNDELSEN, VAR KVALITETEN NÆSTEN GIVET.

RIGELIGT MED BÆR ERSTATTER EN DEL AF SUKKERET I KONFEKTMASSEN, OG GIVER STÆNGERNE OG FIRKANTERNE KLARE FARVER OG EN FANTASTISK SMAG.

LAKRIDSEN ER KOGT PÅ ØKOLOGISK FULDKORNSRISMEL OG 10% RÅLAKRIDS. DETTE GIVER LAKRIDSKONFEKTEN FØRRYGENDE DYBDE OG EFTERSMAG.

### EN GULDVINDER

VORES LAKRIDSKONFEKT ER VEGANSK, GLUTENFRI OG UDEN ALLERGENER, SÅ ALLE KAN VÆRE MED! VI LÆGGER STOR VÆGT PÅ AT PASSE GODT PÅ MILJØET.

DERFOR ER VORES ÆRØSTANG ER PAKKET I PAPIR, DER KAN SORTERES SOM PAPIRAFFALD.

FAGFOLK OG LAKRIDSNØRDER HAR KÅRET OS TIL AT VÆRE DET MEST PRISVINDENDE PRODUKT VED DEN DANSKE LAKRIDSFESTIVALEN IGENNEM ÅRENE, SENEST FIK VI LAKRIDSFESTIVALLENS GULDMEDALJE I 2024.

”FORDI VERDEN HAR FORTJENT EN BEDRE LAKRIDSKONFEKT”







## Vandet er sat til vægs

Steltons Brus, der laver forfriskende dansk vand på ingen tid, er nu sat til vægs, og dermed optager den ikke bordplads, og den er et dekorativt element i køkkenet.

**Formland Stand: M9860**  
[www.stelton.dk](http://www.stelton.dk)



## Skammel i nye genbrugs-klæder

Trademark Living lancerer nu en mørkere udgave af skamlen Nordic, som også er fremstillet af genbrugstræ. Med dens unikke struktur og patina i træet, vil skamlen tilføje både karakter og charme til dit hjem. Nordic skamlen kombinerer et tidløst design med en rustik æstetik, hvilket gør den perfekt i enhver skandinavisk indretning. Den alsidige skammel er perfekt som den ekstra siddeplads eller et råt sidebord i et hvilket som helst rum, fra entreen til soveværelset.

**Formland Stand: J7156**  
[www.trademarkliving.dk](http://www.trademarkliving.dk)

## Hvidt og guld til julebordet

Hvid og guld er en klassisk kombination, men når Pip Studio, der forhandles af Eurotex, lancerer en serie i netop hvidt og guld til den forestående jul, sker det på utraditionel vis. Store prikker pryder servicet, dugen er enkel og hvid med små elementer i guld, og tilbehøret har guldstriber. På den måde leges der med de geometriske former, men på en understillet og smuk vis, der understreger højtid.

**Formland Stand: H6336**  
[www.eurotex.dk](http://www.eurotex.dk)

## Skærebæret i akacietræ

Dette flotte skærebæret fra Ib Laursen er lavet af akacietræ og fås i to størrelser. Den omfattende serie af akacietræs-skærebæret passer i det naturlige køkken og understøtter det rustikke, nordiske præg i køkkenet eller det smukt dækkede bord.

**Formland Stand: H6110**  
[www.iblaursen.dk](http://www.iblaursen.dk)



## Håndlavet og miljøvenligt

Håndlavet og bæredygtigt fremstillet med solenergi. Ania lysestagen er designet af Lübech Living, og en del af en smuk, tidløs serie. Stagen er karakteristisk ved den flotte rundede bund, som danner en lille skål samt de flotte former. Stagen står flot med stagelys i alle længder og passer flot til blandt andet Vance Kitira's mange flotte stagelys. Lysestagens elegant look og den flotte karakteristiske overflade gør den nem at matche med alle stilarter.

"Ved at vælge et håndlavet produkt er du med til at beskytte miljøet for store energibesparelser, og samtidig får du et smukt unikt produkt", lyder det.

Alle OOHH keramik produkter er brændt ved brug af solenergi og med genanvendelse af vandet fra produktionen. OOHH arbejder udelukkende med bæredygtige materialer og bæredygtig produktion. Keramik brændt ved brug af solenergi er et vigtigt skridt imod fremtidens bæredygtige interiør.

**Formland Stand: J7152**  
[www.lubechliving.dk](http://www.lubechliving.dk)



## Tænkere

E.O. Engros præsenterer en fin aluminiumsskulptur "The Thinker", der kan stå som et smukt dekorationselement i boligen – og måske give anledning til nye tanker...

**Formland Stand: J7112**  
[www.eo-engros.dk](http://www.eo-engros.dk)

## Upcycledede og veganske lys

Hos Kunstindustrien bestræber man sig på at upcycle og genbruge så meget som muligt.

og serien af olivenvokslys er et upcycling-produkt fremstillet af den resterende råmasse efter olivenolie presning. Det betyder også, at de er 100% veganske.

"Oliventræer er en ressourcestærk "leverandør" af oliven gennem mange år, og når man genbruger den resterende råmasse til fremstilling af voks til bl.a. lys, er det en fantastisk måde at hjælpe med at reducere vores påvirkning af miljøet", lyder det.

**Formland Stand: D3014**  
[www.kunstindustrien.dk](http://www.kunstindustrien.dk)



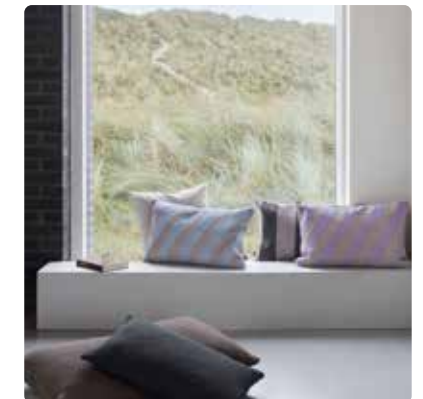
## Nyfortolkning af Kelim

Pudebetrækket ACROSS fra Mette Ditmer nyfortolker det traditionelle kelim-håndværk og kombinerer Mette Ditmers ikoniske måde at sammensætte farver, så det nemt kan styles i boligen.

På de rektangulære puder prydes pudebetrækkets ene side af smalle diagonale striber, mens den anden side har brede striber – begge i afstemte farver. De kvadratiske pudebetræk prydes af smalle striber på begge sider af betrækket. ACROSS-pudebetrækkene er fremstillet i en tyk kelimvævning, der tilføjer tekstur og ekstra blødhed til stoffet, og de rolige farver og geometriske mønstre kan skabe en varm og hyggelig atmosfære. Mix og match med puder i samme stil eller med ensfarvede puder

ACROSS pudebetrækket kommer i tre rektangulære designs og tre kvadratiske designs.

**Formland Stand: F5004**  
[www.mettetditmer.dk](http://www.mettetditmer.dk)







## Skønne pander

Eva Solo er klar med to nye pander. Mosaic stegepande 24 & 28 cm keramisk Slip-Let® belægning.

En allround stegepande med banebrydende keramisk belægning, der gør panden hårdfør i særklasse. Pandens unikke mosaikmønster i overfladen består af rustfrit stål i toppen og keramisk Slip-let® belægning i bunden og tåler brug af metalredskaber. Belægningen gør det muligt at reducere mængden af fedtstof, giver den perfekte stegeskorpe og gør rengøringen nem.

Stegepandens multi-layer 3 lags teknologi sikrer optimal varmefordeling og en hård yderside modstår slid og brug.

Stegepanden tåler en tur i ovnen op til 400° C og er velegnet til alle varmekilder, også induktion. Tåler maskinopvask og rengøring med stålsvamp.

Belægningen er fri for fluorstoffer.

**Formland Stand: J7388 og M9714**

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



## Bakken der samler

"Ellie bakken var vores første 100% originale design", fortæller Made by Chrillesen. Det betyder, at silikoneformen, som Ellie bliver støbt i, er designet af os.

Bakken er perfekt til opbevaring, dekoration, i køkkenet, på badeværelset, mulighederne er mange.

**Formland Stand: D3237**

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



## Krus i farver

Det danske designbrand aida RAW lancerer en helt ny stentøjskollektion af farverige krus – RAW Colour. Med seks unikke RAW-glasurer, hver med sin egen subtile nuance og tekstur, er kollektionen en hyldest til det rå og autentiske. Fra de jordagtige toner af terracotta til de blide skygger af grøn og blå, giver den nye RAW-kollektion en kop til hvert humør.

**Formland Stand: M9748**

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

## Badeværelsesluksus

Ib Laursen er klar med ALTUM® serien til badeværelset. Det gælder naturlige ingredienser, der plejer og tilføjer en følelse af nærvær og luksus i hverdagen.

Serien består af fire dufte – alle med inspiration fra naturens egne, naturlige dufte.

**Formland Stand: H6110**

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



## Det ultimative match

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



**MOCCAMASTER**  
HANDMADE SINCE 1969



Lær mere



# En ekstra ressource på udvikling og sourcing

Vi er en ekstra ressource - et alternativ til egne medarbejdere, eller vi fungerer som produktudviklingsafdelingens forlængede arm. Det siger Jan Helmer Freij, der er CEO i Global Design Partner, som igennem 10 år har skabt et stort netværk af fabrikker og samarbejdspartnere i Europa og Østen, der kan hjælpe design- og interiørvirksomheder med at være mere agile og få produceret bedst og til den rigtige pris.

Tekst: Pia Finne | Foto: Global Design Partner og Pia Finne

”Vi er en produktudviklingsvirksomhed der hjælper med at bringe en design-idé til markedet, og som står for hele processen indtil varen ligger på kundens lager.

Global Design Partner er med andre ord en ekstra ressource - et alternativ til at ansætte nye medarbejdere i en verden som er foranderlig og i konstant turbulens”, siger Jan Helmer Freij, der er CEO i Global Design Partner, og som igennem de sidste mange år og i eget virke de sidste +10 år har skabt et stort netværk af fabrikker og samarbejdspartnere i Europa og Østen.

”Vi fungerer som virksomhedens forlængede arm i forhold til at kigge på eksisterende eller nye produkter. Oftest hvis man vil udvide med nye indsatsområder, men ikke ønsker at binde dyr kapital i kapacitetsomkostninger, eller blot vi have et tilbud som alternativ til nuværende producent. Vi kan træde til med det samme, og kan agere hurtigt i forhold til at finde de rigtige producenter, og få analyseret økonomi og tidsperspektiv, og dermed hjælper vi design- og interiørvirksomheder med at være agile og finde den rigtige producent til opgaven til den rigtige pris”.

Dermed skal samarbejdet med Global Design Partner ikke ansues som et fordyrende led i produktudviklingen og produktionen af et nyt produkt.

”Vi er i højere grad en sparringspartner og leverandør, som kan være en stor hjælp for virksomhederne i disse tider, og spare på interne ressourcer. Vi tager ansvaret for produktion, og står

på mål for at finde de rigtige fabrikker for dermed sikre, at kvaliteten er i orden, og at produktet produceres under de rigtige forhold. Herudover sørger vi også for at varen er emballeret rigtigt i forhold til alle forskrifter, vi laver droptest og sikrer at artiklerne overholder gældende krav, og vi hjælper med at sørge for at transportere varen fra produktion til virksomhedens lager”.

Vi sidder i Global Design Partners kontor på

*... Vi tager ansvaret for produktion, og står på mål for at finde de rigtige fabrikker for dermed sikre, at kvaliteten er i orden, og at produktet produceres under de rigtige forhold...*

Frederiksberg der også fungerer som materiale showroom, og her kan man mødes og drøfte projekterne igennem med kunderne. Her har man også mulighed for at se på forskellige materialer fra prøver på træsorter til sten, glas, kork, porcelæn mv.

Og Jan Helmer Freij har virkelig noget at have sin ekspertise i. Han har været i design- og interiørbranchen siden 1998, han er supply-chain

uddannet, og har arbejdet med indkøb og logistik. Han har tidligere været ansvarlig for indkøb i Royal Scandinavia, og han har arbejdet hos Royal Copenhagen og Georg Jensen, hvor han var med til tidligt at åbne deres kontor i Kina. Sidenhen som en del af Direktionen hos Rosendahl hvor Jan var med ved etablering af Rosendahl Design Group. Her var ansvarsområdet i en længere årrække, at stå for produktudviklingen ”idé til hylde”.

I 2013 - for lidt over 10 år siden - blev Global Design Partner startet op, ud fra et ønske om at bruge sin viden og netværk, og siden har han hjulpet en lang række store og mindre, kendte og veletablerede samt nystartede designvirksomheder med at styre processen netop fra første streg ”idé” til varen ligger på lager.

## Vi går langt

Jan Helmer Freij fortæller, at man lægger et stort arbejde i at etablere et stabilt netværk i produktionslandene, om det er i Europa eller i Østen, og han fortæller, at det kræver mange kilometer på landevejene af personalet at besøge alle fabrikker og produktionsfaciliteter. Vi starter kun produktion op når vi har besøgt og godkendt stedet.

Der er jo mange hensyn, der skal tages: Vægt, fragt, emballage og selvfølgelig produktion og materialer med meget mere. For nogle produkter kan det bedst betale sig at producere i Europa, men for andre er det en fordel at rykke produktionen til Østen. Men det betyder også, at vi skal



kende brandets DNA samt kundens krav og ønsker, så vi ved præcis hvad vi skal arbejde ud fra”.

## Et netværk på 60 fabrikker

Global Design Partner har tilknyttet et netværk på 50-60 fabrikker verden over, der arbejder inden for alle typer materialer, og Jan fortæller, at en af styrkerne helt klart er, at man samarbejder med lokale folk, der både sourcer og sørger for kvalitetskontrol på stedet. ”Vi står i sidste ende som leverandør til kunden og derfor skal vi sikre os at alle parametre er i orden”.

På mange måder hjælper Global Design Partner derfor sine kunder med at drive en forretning, hvor man i højere grad lægger ansvaret ud.

”Det betyder også, at man kan satse mere på at gå nye veje og teste af. Får man ikke det forventede salg på det nye produkt, så er der ikke flere omkostninger hos os der er forbundet med produktet som kan lukkes hurtigt ned igen. Vi har en høj grad af fleksibilitet, og vi kan rumme mange opgaver”.

”Vi har valgt, at vi kun arbejder med leverandører, der er kvalitetsbevidste og har eller er i gang med certificering, og vi bruger QARMA online system til kvalitetssikring. Det betyder, at uanset hvor vi arbejder henne i verden udføres inspektionerne på en ensartet og sporbar måde, hvilket giver kunden en sikkerhed for, at vi fysisk har været på fabrikken og kontrolleret produkterne. Kunden kan selv følge med i inspektionen og se billeder eller video af produkterne og en udfyldt rapport. Det betyder, at man kan sidde på kontoret hjemme i Danmark og følge med og godkende produktet inden afskibning”, forklarer Jan Helmer Freij.

Han kommer med et andet godt eksempel på, hvordan Global Design Partner arbejder: ”Skal en kunde have produceret en lampe er der ofte mange producenter involveret for at sikre at hver komponent opnår den bedst mulige kvalitet. Skærmen skal produceres et sted, lampedele er andet som kan være træ, stål, osv. Ledninger og elektriske dele et tredje sted, og så skal det hele samles og certificeres. ”Når vi er inde over, afgiver kunden én ordre til én pris, og så er det vores opgave at sikre alle underleverandører”.

Man kan som virksomhed også vælge at tage samarbejdet endnu længere, for kommer man med en idé, kan Global Design Partner hjælpe med at finde den rigtige designer til opgaven og



Fra Global Design Partners nye showroom. Her kan samarbejdspartnere se prøver på de forskellige materialer, det er muligt at arbejde med.

sørge for hele processen fra en stregtegning til et færdigt produkt. Vi har også i mange tilfælde hjulpet med at udvikle lineextensions til eksisterende serier i alternative materialer. Dette varetager vi selv internt og hjælper med tegningsgrundlag og billeder.

”Vi synes, det er sjovt og spændende at være med på rejsen uanset om virksomheden er stor eller lille, for det er lige så interessant at være med på rejsen og hjælpe en mindre virksomhed med at komme frem”, siger Jan Helmer Freij.

## Udvider arbejdsområder

Global Design Partner har netop udvidet sine indsatsområder og kigger lige nu på børne og unge universet.

”Vi er begyndt med de første træartikler som hylder, senge, og uroer i egetræ, og med det seg-

ment vil vi også komme til at se en del artikler i recycled materialer i alt fra opbevaring og lamper til børneværelset.

Den større interesse for genbrugs- og organiske materialer i dag betyder også at vores at vi arbejder meget i materialer som glas, FSC certificeret træ, kork med videre, og vi tænker bæredygtighed ind, hvor det kan lade sig gøre, og hvor kunderne er interesseret i det.

Recycled plast er interessant og i det hele taget affaldshåndterede produkter som genbrugt rustfrit stål og aluminium, ligesom vi ser ind i, hvordan materialerne kan genanvendes efter brug. Vi gør hvad vi kan for løbende at følge med i de nyudviklinger, der sker og i de tendenser, der er på markedet, og at vi selvfølgelig sørger for, at alle produkter, der arbejdes med, lever op til alle gældende compliance krav og certificeringer.



# Producentansvar for emballage

Automatisk indberetning  
Fuld integration til dit  
ERP / økonomi system



XILIUM

+45 7070 7006 www.xilium.com

# Direkte-til-forbruger er det nye "sort"

D2C er det nye, men det kræver, at man har styr på sin logistik for at det kan lade sig gøre, og ikke mindst for at man får det optimale ud af det. Droppery har specialiseret sig i netop D2C-løsninger, og CEO og grundlægger Marco Mulder fortæller, at man lige nu ekspanderer kraftigt, og at målet er at nå ud i hele Europa.

Tekst: Pia Finne | Foto: 123rf.com



”Droppery optimerer kontinuerligt direkte-til-forbruger (D2C) forsyningskæden for leverandører og forhandlere i design- og møbelindustrien. Det Amsterdambaserede firma hjælper leverandører og forhandlere med at skalere op ved at forenkle logistikken og dermed fremme salg over grænserne. ”Det opnår vi ved at tilbyde en omfattende pakke af tjenester”, forklarer grundlæggeren og CEO Marco Mulder, og han tilføjer, at man netop nu accelerer med 20+ nye partnere, og at man dermed bevæger sig fremad mod næste skridt.

Droppery’s mål er at sikre en gnidningsløs integration af produkt-synkronisering, lagerstyring i realtid og automatiseret ordrebehandling, forklarer Marco Mulder, og han forklarer, at løsningen herudover gør det muligt for grossister, leverandører og brands at aktivere en ny forhandlerkanal.

”For Droppery er det afgørende, at leverandører og brands altid har friheden til at vælge, hvem de ønsker at samarbejde med. Derfor tilbyder vi også flere logistikløsninger, så leverandører ikke behøver at ændre deres arbejdsmetoder, samtidig med at de kan drage fordel af hjemmelieferancer”, siger han.

Og branchen har taget Droppery til sig, og senest er der etableret samarbejder med internationale partnere bl.a. Zuiver Group, De Eekhoorn, Starfurn, Hudson Valley Lighting, Steinhauer,

Eurofar, Theuns, Classic Collection, Sit Design, Cobra Art, RV Design, Modus Furniture, Pole to Pole, Unit14, Label51, Pot & Vaas, DTP Home, Umo Art, Stalux, Must Living, it’s About RoMi, Present Time og Light & Living.

## International ekspansion

For mange virksomheder kan det være udfordrende at gå ind på et ukendt marked.

”For leverandører, der ønsker at udvide til nye regioner, tilbyder Droppery en komplet service på tværs af grænser. På den måde sigter vi mod at støtte vores kunder i at nå flere internationale kunder og øge deres salg over grænserne”, fastslår Marco Mulder.

Droppery er i øjeblikket aktiv i 18 lande, men planlægger at udvide yderligere og fremme flere samarbejder.

”Vores mål er at levere i hele Europa, og vi er altid åbne for nye logistikpartnere, der ønsker at vokse med os”, forklarer Marco Mulder.

Han understreger, at netop fleksibilitet for le-

verandører og forhandlere er utroligt vigtige elementer.

Selv brands og leverandører, der ikke umiddelbart er gearet til hjemmelieferancer, finder en løsning, der passer dem med Droppery.

”Vi stræber kontinuerligt efter at fremme effektiviteten ved at springe et eller flere trin i forsyningskæden over, og med den tilgang skabes en bæredygtig ordrebehandlingsprocedure”, forklarer Marco Mulder.

Specifikt for denne gruppe tilbyder virksomheden forskellige løsninger:

- Leverandøren sender selv direkte til forbrugeren.
- Leverandøren sender sine kollektioner til Dropperys lager i Amsterdam. Droppery forbereder tilpassede ordrer til forhandleren og sender direkte til forbrugeren.
- Leverandøren forbereder ordren til afhentning. Droppery indsamler ordrene fra leverandøren og håndterer levering til slutkunden gennem en af sine logistikpartnere.

”I tilfælde af mulighed 2 eller 3 fakturerer vi forhandleren direkte, hvilket minimerer yderligere administrative opgaver for leverandøren. Dermed behøver leverandøren ikke at foretage ændringer i deres interne processer for at kan drage fordel af forbrugerlevering og ride med på D2C-bølgen”, slutter Marco Mulder”.

Buy your ticket today!



# we are. Formex

August 27-29, 2024

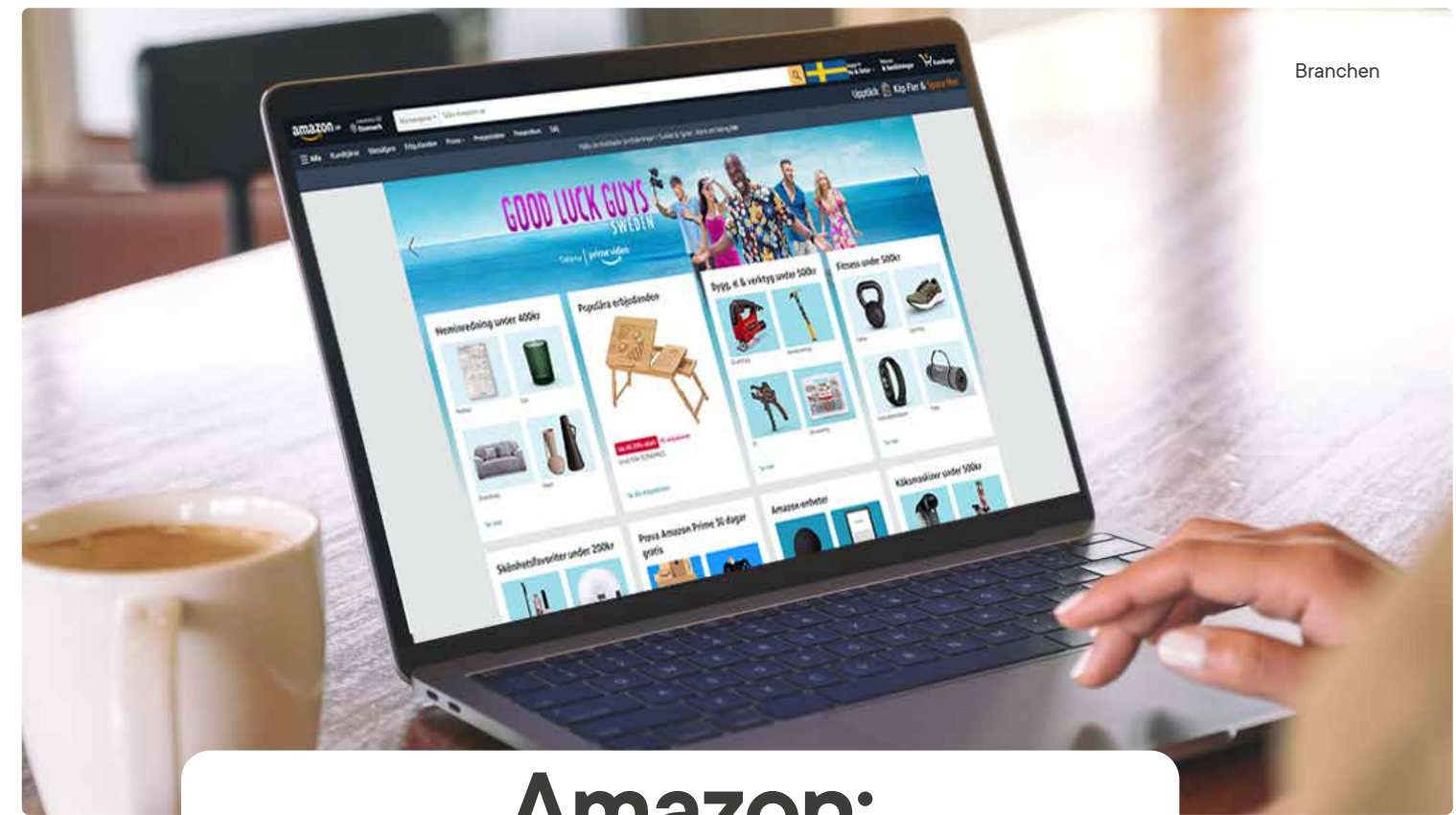
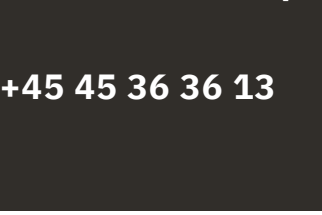
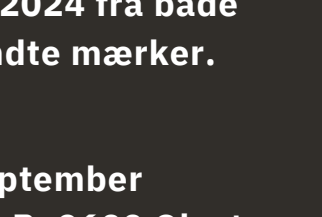
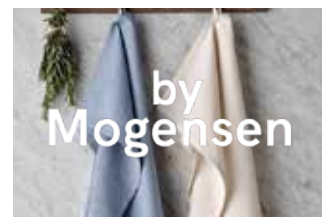
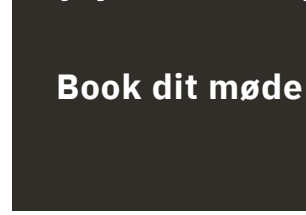
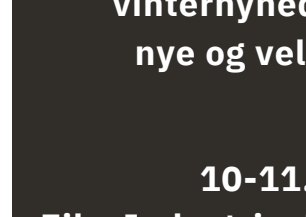
Formex is the meeting place where the entire industry gathers to do business, gain knowledge, network, and be inspired.

Welcome to Formex - the most important interior design fair in the Nordics!

www.formex.se

STHLM SMÄSSAN





## Amazon: Kom med på en rejse på en platform i vækst

”Amazon er et indkøbscenter, med 44 mio. kunder, der venter lige uden for døren”. Det siger Jan Röhn Pippert, der er CEO i Substant, som netop specialiserer sig i at hjælpe skandinaviske virksomheder med at få succes på Amazon.

Tekst: Pia Finne | Foto: Substant

Amazon giver danske virksomheder mulighed for at komme i berøring med 44 mio. brugere alene i Tyskland. Det betyder, at man kan teste markedet og starte eller supplere en eksport – uden de store omkostninger”. Det fortæller Jan Röhn Pippert, der er CEO i Substant, som netop specialiserer sig i at hjælpe skandinaviske virksomheder med at få succes på Amazon.

For selv om det er enkelt og mulighederne er mange, der er også mange faldgruber, når man bevæger sig ud på den gigantiske, digitale handelsplatform.

”Der ligger en begrænsning i om potentialet er der, og om det avancemæssigt kan hænge sammen, for Amazon er som bekendt ikke i Danmark, og det betyder, at virksomheden skal være gearret til eksport i forhold til compliance, moms, diverse godkendelser og certificeringer med mere.

For det skal der også være styr på. Men her er vi stærke og kan hjælpe”, fastslår Jan Röhn Pippert, der har arbejdet med Amazon igennem de seneste fem år. I 2019 etablerede han Valuezon Nordic i samarbejde med Valuezon GmbH, og i 2024 så Substant dagens lys med eget navn og setup, som et fullservice Amazon-bureau med syv medarbejdere.

På kundelisten står en bred palet af brands og produktionsvirksomheder som Rosendahl Design Group, Gosh Copenhagen, NUPO og OONO med mange flere.

Substant er 100 pct. fokuseret på Amazon, og det er nødvendigt, mener Jan Röhn Pippert, for Amazon er stor, der stilles mange krav, og platformen udvikles løbende med flere muligheder men også med flere begrænsninger.

På spørgsmålet om, hvorfor det lige blev Ama-

zon, der blev virksomhedens ekspertiseområde, fortæller Jan Röhn Pippert, at baggrunden for det, skal findes i, at han på et tidspunkt, hvor han var lederudviklingskonsulent, fik en del forespørgsler omkring Amazon. ”Her begyndte jeg at sætte mig ind i det, og da jeg samtidig kørte et projekt for Industriens Fond og CBS om onlinemarkedspladser, hvor analyser viste, at Danmark var bagefter i forhold til andre europæiske lande, så jeg en mulighed for forretningsudvikling”.

### Man opretter en butik

Til forskel fra Zalando og Boozt, som man som virksomhed sælger sine varer til, skal man på Amazon selv oprette en butik, og sælge sine varer via den.

”Man kan se Amazon som et indkøbscenter, hvor centeret overordnet sørger for markedsfø-



→ ring, p-plader og kundetraffic med videre, mens du som virksomhed betaler en leje, åbner butik og selv uploader tekst og billeder på de produkter, du gerne vil sælge, og hvor du selv står for den interne markedsføring på Amazon”, forklarer Jan Röhn Pipper.

I Tyskland, England og USA er Amazon et af de første steder, man som forbruger søger efter produkter. Man ser Amazon reklamerne på tv og streaming, og man ser hele tiden pakker, der kommer fra Amazon. De er med andre ord over alt, hvilket er noget helt andet, end vi oplever i Danmark.

”Så kunderne er der, og der er meget trafik. Alene i Tyskland er der 44 mio. brugere på Amazon, og de omfatter også kunder fra Danmark, Polen og Østrig, der har et abonnement, der giver gratis levering. Det betyder, at det er nemt at købe varer der, og er der reklamationer, der ikke

et par produkter. Vælg sine bestsellers, og i takt med at man får succes, kan man lægge flere produkter op.

”Lykkedes det ikke, lukker man bare ”butikken” ned igen, og så er den prøvet af for en forholdsvis lille investering”.

Jan Röhn Pipper fortæller videre, at en af styrkerne ved Amazon er gensalg. Det vil sige salg af produkter, der ikke er sæsonbetonede. ”Algoritmen fungerer på den måde, at når en kunde køber et produkt, skubber Amazon det frem. Så hvide tallerkener, der kan sælge mange af hele året, skubbes altså mere frem, end et krus med påskekyllinger på, som man i sagens natur kun sælger begrænset af til Påske”.

Og lykkes man i øvrigt med at sælge produkter på det tyske Amazon, er det let at udvide til f.eks. Spanien og Frankrig.

*Man kan se Amazon som et indkøbscenter, hvor centeret overordnet sørger for markedsføring, p-plader og kundetraffic med videre, mens du som virksomhed betaler en leje, åbner butik og selv uploader tekst og billeder på de produkter, du gerne vil sælge, og hvor du selv står for den interne markedsføring på Amazon.*

**JAN RÖHN PIPPER**

dokumenter, der skal være i orden, det være sig cvr-oplysninger, oplysninger om ejeren med videre, så man overholder bl.a. hvidvaskningsloven, emballageforordningen i det pågældende land og andre krav. Og de ting, skal der være styr på, for Amazon krydstjekker oplysningerne, og det er typisk her, vi kommer ind i billedet”, siger Jan Röhn Pipper med et smil.

Han fortæller videre, at Substant også kreerer søgeordsanalyser, så virksomhedens produkter findes organisk på Amazon, ligesom man kan skrive tekster på det lokale sprog og hjælpe med billeder. ”Vi er generelt gode til at skabe flotte branduniverser i Skandinavien, men på trods af det æstetiske og smukke, ser man ikke tingene på samme måde alle steder. I Tyskland vil man eksempelvis gerne læse mere om produkterne og se færre billeder, end vi vil i Danmark. Frankrig har et andet syn på det, og i UK er man mere prisorienterede.

Derfor går vi i dialog med kunden omkring opsætningen, og så kan vi faktisk køre forretningen for dem; køre kampagner, lave events som Black Friday og monitorere om det, der lægges op, rent faktisk sælger”, forklarer Jan Röhn Pipper.

#### Få øjnene op for Amazon

Danskerne har ikke for alvor fået øjnene op for potentialet i Amazon endnu. Der er godt 2000 danske virksomheder på Amazon i dag, fortæller Jan Röhn Pipper, men der er langt op til 300.000 virksomheder, der findes. Og der er endnu færre svenske, norske og finske virksomheder på Amazon.



< Fra Amazons lagerfaciliteter.

Röhn Pipper, at det faktisk kan betale sig for hovedparten af alle danske virksomheder, men han lægger også vægt på vigtigheden af, at man får det afklaret, så man ikke bruger tid på at spekulere på, om det er noget, man skal eller ikke skal, og det kan Substant hjælpe med, fastslår han.

”Vi ser på, hvilken type virksomhed, det drejer sig om, hvor man befinder sig i værdikæden, hvilke markeder man allerede er på, om man har egen lagerkapacitet, eller om man vil bruge Amazon logistik og lager, og så handler det egentlig om at få etableret en konto og få præsenteret produkterne flot med nye billeder. For der er 44 mio. brugere, der kigger med, så det er ærgerligt ikke at ofre de sidste få tusinde kroner på flotte billeder. En idé er i øvrigt også at holde øje med konkurrenterne på Amazon og hente inspiration i, hvordan de gør det”, råder Jan Röhn Pipper, der tilføjer, at man i øvrigt også kan hjælpe med brandrettigheder med mere.

”Det vigtigste for virksomheden er egentlig at beslutte, om man vil være med på vognen, og dermed på en rejse på en platform i vækst”, slutter han.

”Vi er mere entreprenante i Danmark, og i modsætning til i Sverige, hvor man har en ”nuskal-vi-helst-ikke-lave-fejl-kultur”, vil vi i Danmark gerne i gang, og der skal ske noget. Derfor mener jeg, det var en fejl, at Amazon startede ud i Sverige i 2021. De skulle være begyndt i Danmark”.

Jan Röhn Pipper har en løbende dialog med Amazon, men om de kommer til Danmark indenfor en overskuelig fremtid, ved han naturligvis ikke.

”Jeg tør ikke give bud på endnu. Men de bliver

stadig mere synlige i Danmark i form af abonnemeter på streamingtjenester og bureauer med videre, og det er generelt set det første skridt. Og de kan jo håndtere det danske marked uden lager, så de kan nemt starte op praktisk talt uden forvarsel. Lige nu er Amazon dog i gang med at etablere sig i Sydafrika og Irland, så der kommer under alle omstændigheder til at gå nogen tid”.

Spørger man ind til, hvilke virksomheder, det kan betale sig for at gå på Amazon, svarer Jan



Jan Röhn Pipper på Substants kontor.

håndteres korrekt af ”butikken”, tager Amazon sig af det”, forklarer Jan Röhn Pipper.

Han ser en stor fordel for skandinaviske virksomheder, der gerne vil ind i bl.a. Tyskland i forhold til at benytte Amazon. ”For her har de en platform, hvor kunderne allerede er, og i løbet af fire-fem uger fra man tager beslutningen, kan man være i gang for en investering på omkring 50.000 kr. Fremfor at gå i gang med at etablere en egen, ny webshop i det pågældende land, eller forsøge at starte en forretning op med en tysk kæde, hvilket er yderst svært, hvis man ikke har et kendt brand”, lyder det.

En anden fordel er, at man kan begynde med

#### De tilbyder hele pakken

Skal man oprette en butik på Amazon, fortæller Jan Röhn Pipper, at det koster ca. 40 euro om måneden i Europa. Herudover betaler man en provision på typisk 15 pct. på den omsætning, man har, og herefter kan man vælge selv at stå for logistikken eller at benytte Amazons logistikløsning.

”Endelig skal man bruge penge på markedsføring på Amazon”, fastslår Jan Röhn Pipper, der ser en stor fordel i, at Amazon kan tilbyde hele pakken, og at man derfor ikke behøver Google adverts eller andet.

”Men Amazon er en stor tech-plattform som Google, Facebook og de andre, og der er mange



**VI ARBEJDER MED ALLE FORMER FOR PROJEKTER I GLAS**



- Frihånd, formgivet, centrifuge, pres, semi & fuldautomatisk maskinglas.
- Vaser, skåle, glas, vinserier, karaffer, lamper og meget mere.
- Fra små serier til stor produktion i blyfri klar krystal og farver.



**GLOBAL DESIGN PARTNER**

We create your design

jhf@globaldesignpartner.com | www.globaldesignpartner.com



# Tag et kig ind i fremtiden med de nye forbrugere

Den bæredygtige æstetiker og Generation Z er en del af fremtiden, og det er vigtigt at kende dem, for indkøbsmønstre og tilgange til produkter forandrer sig, og er man ikke på forkant, risikerer man at blive koblet af. Det siger Anette Eckmann, der sammen med Julia Julia Lahme står bag Fagas trend event i september.

Tekst: Pia Finne



Fra det seneste Faga Trend Event med Anette Eckmann og Julia Lahme. Foto: Faga



Den bæredygtige æstetiker og Generation Z tegner tiden, og som en del af design- og interiørbranchen skal man nødvendigvis og konstant forholde sig til den tid, vi lever i og til de udviklinger, der sker. I design- og interiørbranchen har tendenserne i samfundet - mere end i rigtig mange andre brancher - indflydelse på forretningen.

Netop derfor holder Faga trend event to gange i efteråret i henholdsvis The Normans på Stevns/Sjælland den 16. september og i Højhuset i Herning den 18. september, hvor trendhunter Anette Eckmann har teamet op med etnolog og livsstilsekspert Julia Lahme. De to har to gange tidligere beriget Faga's medlemmer, og der er ingen tvivl om, at deltagelse er et "must", i form af et heldags seminar til en meget lav pris, hvis man vil drive sin virksomhed effektivt i fremtiden.

"Lige nu sker der faktisk noget ret unikt på vores arbejdsmarked. Vi ser nemlig hele fem aktive generationer på arbejdsmarkedet, og det skal vi have til at fungere", fastslår Julia Lahme, der vil komme med sit bud på, hvor udfordringerne ligger i mødet mellem generationerne.

"De fem generationer bidrager forskelligt, de har forskellige kvaliteter og forskellige måder at arbejde på, og det er vigtigt, at vi finder måder at agere i forhold til hinanden og finde sammen på tværs af generationerne", fastslår hun.

Generation Z er de nye unge; de 17-årige + (født mellem 1997 - 2015) der ser tingene meget anderledes end de ældre generationer. Ikke mindst når det handler om bæredygtighed. "For bæredygtighed er ikke bare miljø. Det er også kultur, kommunikation og meget mere, og hvordan vi sikrer os, at det spiller sammen, vil Julia Lahme

også komme ind på".

Anette Eckmann kalder den nye Generation Z for de digitale indfødte, og hun mener, det er ekstremt vigtigt, at man som virksomhed; leder, designer eller kommunikationsmedarbejder, sætter sig ind i hvordan generationen tænker.

"Det er nødvendigt at lære noget om de nye forbrugere, hvis man vil kigge ud i fremtiden med sin virksomhed og udvikle frem for at afvikle. Og det, jeg formoder, er målet blandt Faga's medlemmer.

## Bæredygtighed og socialt ansvar

De digitale indfødte har indkøbsmønstre, vi ikke har set før, og de tænker bæredygtigheden ind på en meget mere naturlig måde, end vi er vant til.

For at understrege vigtigheden af at tænke

bæredygtighed på alle plan ind i sine produkter, referer Anette Eckmann til Ilkka Suppanen, designer og indehaver af Studio Suppanen i Helsingfors og Milano og underviser på designskolen i Stockholm, der til et arrangement i foråret fastslog, at de unge designstuderende ikke længere interesserer sig så meget for designets form og stil, men at de i højere grad ser på funktion, bæredygtighed og emballage. "Han vendte så at sige verdensbilledet på hovedet, og hans holdning er, at der slet ikke er behov for at udvikle nyheder i den grad, det sker i design- og interiørbranchen i dag. "Ofte bliver nyheder præsenteret på en messe bare for at præsentere nyheder, men reelt bliver de slet ikke sat i produktion", lød det Ilkka Suppanen. I stedet for at bruge spildte kræfter på det, mener han, at virksomhederne skal have en meget skarpere tilgang til, emballage generelt, genanvendelighed og ikke mindst nedbrydelighed og afskaffelse af indpakningen", forklarer Anette Eckmann og siger videre, at det også nødvendigvis må rykke ved den måde udstillerne og de besøgende på Formland skal tænke i fremtiden.

"Det første, der næsten automatisk bliver spurgt om, når en indkøber træder ind på en stand er: Kan vi se nyhederne? Men fremadrettet handler det måske mere om at sælge et univers,



og at produkterne ikke nødvendigvis behøver at være nye for at være en del af det univers, hvis de eksisterende produkter har en kvalitet, og at man kan formidle det budskab videre".

Anette Eckmann mener, at det er den menneskelige kreativitet og de menneskelige holdninger og følelser, der bliver fremtidens luksusprodukter. Det kommer ikke til at handle om, hvordan hjemmet ser ud, men om, hvilket liv vi ønsker at leve.

"Og vi ser flere og flere, der i højere grad søger en mening med det hele fremfor bare nye trends, og fremadrettet skal design måske defineres af, hvordan en ting fungerer, og hvordan den bliver bortskaftet, end hvordan den ser ud. Og kan man se, der har været mennesker inde over, er det yderligere en fordel", lyder det.

## Location, location, location

På de to trend events vil Anette Eckmann også komme ind på betydningen af locations.

"Det betyder noget, hvor man lægger sin for-



Normann Copenhagens Crooked Candlestick, designet af Uffe Buchard i gul. Det bliver en af de nye farver, spår Anette Eckmann, der ser gul som lykkens, glædens og entusiasmens farve. Foto: Normann Copenhagen



Et eksempel på fremtidens bæredygtighed i design er MorFeus barnesengen, som Tine Mouritsen designede i Danmarks næste klassiker. Sengen kan vokse med barnet fra barndom til ungdom.

Den kan strække sig til 120 cm i længden. Ved at justere sengegavlenes position forvandles MorFeus fra en krybbe til en barneseng og senere til en daybed, der passer til teenageår. Foto: Tine Mouritsen

retning eller sin virksomhed, og for at understrege den pointe, har vi denne gang sørget for at de to trend events ligger på specielle locations, hvor man udover ny viden og inspiration også får en oplevelse omkring indretningen og den måde de to locations har valgt at udtrykke sig på.

I Jylland skal deltagerne op i Højhuset i Herning. "Det er vigtigt at komme ud af de vante omgivelser, for at få en oplevelse på flere fronter. Programmet og de to spændende locations skal også medvirke til, at man føler sig inspireret til networking, diskussioner om holdninger om stil og retninger men også at føle sig som en del af det community, som Faga er. Et sted hvor vidensdeling bør være obligatorisk og naturligt for deltagerne. Højhuset er en tidligere højskole, der er omdannet til et community, hvor alt spiller sammen; stedet, maden, de mange events og arrangementer stedet står for og ikke mindst højskolestemningen, der et besøg en oplevelse værd. På Sjælland rykker vi ud af København og ned til The Normans på Stevns, hvor to skæve og knalddygtige svenskere har købt en gård og indrettet den til et smukt og anderledes Boho retreat, og hvor råvarerne, der indgår i maden, kommer fra egen have og den nærliggende Klippingegård".



# Gratis guide med alt det du bør vide om producentansvar for emballage

Det er usexet og ganske forvirrende, men uanset hvad er det noget, som 41.000 danske virksomheder skal tage alvorligt. For den 31. august 2024 er første deadline for indberetning. Og allerede fra 1. juli 2025 skal al emballage indberettes. "En god idé er at tage fat om problemet allerede nu", siger Joachim Sønderborg Mathiassen fra Xilium, der har lavet en gratis guide, der kan hjælpe på vej.

Tekst: Pia Finne | Foto: Xilium



Joachim Sønderborg Mathiassen, der er indehaver af Xilium.

»Begynd allerede nu at tænke over, hvad producentansvaret for emballage betyder for din virksomhed, og er du omfattet, kan du lige så godt reagere og begynde at finde en løsning, for det går ikke væk". Det siger Joachim Sønderborg Mathiassen, der er indehaver af software og konsulent virksomheden Xilium. Han har indtil videre brugt det, han anslår til godt en måneds arbejdstid på at sætte sig ind i reglerne omkring producentansvar for emballage, og i den forbindelse han har skabt en gratis guide, hvor man kan finde svar på stort set alle de spørgsmål, man som virksomhedsindehaver måtte have på området.

Han medgiver, at producentansvar for emballage er en jungle, og at det for langt de fleste er ganske forvirrende og svært at finde hoved og hale i.

"Det er et meget komplekst område. "Loven tilrettes løbende og er kørt hurtigt igennem, faktisk så hurtigt, at lovgivningen ikke har været helt på plads, før loven blev indført", fastslår han. "Virksomhederne har fået nogen information, men når regelsættet er uklart og kompliceret, stiller det mange i en umulig situation.

Faktum er at det er nu, virksomhederne skal forholde sig til det, fordi første deadline er allerede den 31. august i år.

Xilium har designet en software, der kan hjæl-

pe virksomhederne med at leve op til deres produktansvar for emballage, og i den forbindelse har Joachim Sønderborg Mathiassen samlet al den viden, han i processen har fået om emnet, og skabt en guide, som alle interesserede gratis kan downloade <https://funnels.xilium.com/producentansvar315ekzlf>

"Der findes forskellige guides, men jeg synes faktisk ikke, de er fyldestgørende og lette at forstå. Mit mål er at være et serviceled for de virksomheder, der skal leve op til kravet om producentansvar for emballage, og derfor har jeg nu sammensat en otte siders guide, der er skrevet forståeligt for almindelige mennesker med henvisninger til retsbekendtgørelser, DPA samt til Miljøstyrelsens eksempler med mere, hvis man vil dykke mere ned i det. Vi har med andre ord fyldt al vores viden ned i guiden, trukket essensen ud af materialet og gjort det lettere at gå til, så virksomhederne kan få et overblik over, hvad de skal, og hvordan de kommer videre", forklarer Joachim. Og kommer der opdateringer, hvilket der løbende gør, så indgår de naturligvis også.

## Vi vil gerne hjælpe virksomhederne videre

Xilium samarbejder med VANA, der er en af de kollektivordninger, som virksomheder, der fremadrettet skal angive deres emballagemængde, kan benytte sig af.

"VANA og de andre kollektivordninger er også serviceled og kan vejlede, men en af deres helt store opgaver ligger fremadrettet i selve af-faldshåndteringen fra dele af husholdningerne, erhverv og genbrugspladser. Derfor ser vi en mulighed for i højere grad at tage os af vejledning og rådgivning om producentansvaret og i at hjælpe vores kunder med at forstå, hvad de skal indberette. Samtidig har vi skabt softwaren Pack-Pro, der automatisk kan trække alle de relevante

data, og strukturere dem for efterfølgende at indberette dem til myndighederne. Vores mål er at virksomhederne ikke skal bruge unødigt tid på de kommende indberetninger, derfor vil vi gøre alt for at hjælpe virksomhederne og automatisere emballageindberetningen".

Rent praktisk kan systemet integreres direkte ind i virksomhedens ERP eller økonomisystem og på den måde trække alle de data, der er nødvendige for at lave indberetningen. Først indlæses virksomhedens produkter, hvorefter de beriges med den primære, sekundære og tertiær (transport) emballagedata.

Næst efter hentes virksomhedens kundedatabase – både danske og udenlandske kunder, for på sigt kommer hele EU med. I takt med at salgstallene kommer ind, registreres det, hvor mange produkter, der er solgt, og der genereres en emballageforbrugsrapport. Den kan enten godkendes manuelt eller sendes pr. automatik til den kollektivordning, man samarbejder med.

"Vores software holder kunderne i hånden hele vejen. Derfor sikre vi også at vores kunder har alle redskaber og dokumentation til egenkontrol, jævnfør de lovmæssige krav. Herudover arbejder vi på et intuitivt modul til nem håndtering af transport emballage ved indkøb (det er nemlig ikke virksomhedens ansvar ved ompakning) samt dokumentation og indberetning af emballagedata ved salg i EU", forklarer Joachim Sønderborg Mathiassen.

En betragtelig del af den danske design- og interiørbranche er blandt de 41.000 virksomheder, der skal indberette emballage, for som Joachim Sønderborg Mathiassen afslutningsvis forklarer med forbehold: "Producentansvaret for emballage gælder blandt andet for virksomheder, der importerer varer eller selv får fremstillet varer, og det gælder alt andet lige, en stor del af leverandørerne til den danske designbranche".



## VELKOMMEN TIL NORDENS STØRSTE INDKØBSMESSE

MØD 80 UDSKILLERE INDEN FOR MØBEL- OG BELYSNINGS-INDUSTRIEN – MIDT I HJERTET AF GÖTEBORG



MÖBEL  
MÄSSAN  
GÖTEBORG

16.-18. september 2024, Svenska Mässan

LÆS MERE OG TILMELD DIG GRATIS



mobelmassan.com



# Kosmos inspirerer til trenden

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

Tekst: Pia Finne

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

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

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

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

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

"Forbindelse, fordybelse, virtualitet, smarte materialer, 3D og AI ...En del af fantasien bliver til

virkelighed, og forbrugerne er klar til fordybende, sanselige oplevelser, mens ny æstetik trænger ind i deres hverdag og fortryller dem igen", siger han videre.

## Space (s) fyldt med nye materialer

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

"Materialerne udtrykker en sansefuturisme, der klæder interiører med en mineralsk robusthed. De tilfældige former, rundheden og ovaliteten fremhæver det kosmiske aspekt lige så meget, som de blødgør dets konturer, og der skabes levende glorie i farver i skiftende spektre og magiske projektioner", supplerer Charlotte Cazals, designer og trendforecaster hos Peclers Paris.

## Multisensoriske udflugter

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

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

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

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



Amca Oval. Foto: Anne Emmanuelle Thion



Foto: Signature Factory



Imperfetto Lab, Beetle. Foto: MOM

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

## Dykker ned i metaverset

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

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

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

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

## Maison&Objet-galaksen

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

fastslår Mélanie Leroy.

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

I What's new? In hospitality vil rummet blive tildelt den næste Designer of the Year.

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

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

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

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

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



Signature form. Foto: Selection Peclers

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

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

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

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

Hvilke tendenser tror du umiddelbart repræsenterer temaet?

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



# Unge talentfulde nordiske designere hædres på verdensplan

Når Maison&Objet slår dørene op til messen til september bliver det med Rising Talents fra Sverige, Danmark, Norge, Finland og Island. Dermed sættes der for alvor fokus på det nordiske designudtryk og ikke mindst på de nye upcoming designere fra Norden.

Tekst: Pia Finne

År har Maison&Objet-teamet sat kurs mod nord for at udvælge prisdoptagerne af 2024 Rising Talents Awards. Prisdoptagerne, der kommer fra alle fra de nordiske nationer: Sverige, Danmark, Norge, Finland og Island, er alle under 35 år, og de har grundlagt deres designstudier inden for de seneste fem år.

"De unge talenter udviser dynamik og drive, og er understøttet af en rig historie med globalt anerkendte talenter og betydningsfuldt håndværk. I Nordeuropa er der en anderledes tilgang til tid og naturmaterialer. Den unge generation definerer et nyt sprog, ofte tæt på håndværk og Samlende Design", siger Dereen O'Sullivan, der er leder af Rising Talents Awards for Maison&Objet.

## En jury med en tværnational flair

Juryen består af etablerede talenter og eksperter fra hvert af de nordiske lande.

Det fransk-svenske designduo **Färg & Blanche** har samarbejdet med Gesa Hansen - en dansk designer bosat i Fontainebleau. **Joanna Laajisto**, hvis arkitektur- og designstudio i Helsinki specialiserer sig i hospitality, detailhandel og workspaces. Islands **Halla Helgadóttir** - konsulent, grafisk designer og direktør for promovingsagenturet Iceland Design and Architecture. **Cecilie Molvær Jørgensen**, Seniorrådgiver hos Design and Architecture Norway. **David Thulstrup** - dansk arkitekt og designer. **Stéphane Galarneau**, formand for Ateliers d'Art de France, har valgt vinderen af Rising Talent Award Craft.

"Vores valg faldt på en svensk keramisk kunstner, der arbejder på grænsen mellem fint håndværk og kunst", forklarer han. "Midt i al den kreative energi fra de nordiske lande har hun formået at gøre sig bemærket ved at skabe store kreatio- ner ved hjælp af en specifik teknik, der er blevet hendes varemærke".

## Talenterne

**Christian + Jade – Materialefilosofi:** Christian Hammer Juhl, 33 år og fra Danmark, og Jade Chan, 29 år og fra Singapore, er begge dimittender fra Design Academy Eindhoven, og har nu etableret deres studie i København.

*Maison&Objet: Hvad husker I mest fra jeres studier?*

Christian: Design Academy Eindhoven tilbyder ikke en grad i industriel design som sådan, men den tilbyder et bredt perspektiv og åbenhed. Vores afdeling hed f.eks. "Man and Communication". Et eksempel på et studieemne kunne være noget i retning af: "Noget, du ikke kan downloade".

Jade: Når vi begynder et projekt, tænker vi ikke: "Vi vil lave en stol". Vi ser på et materiale og tænker over historier, som vi kan lade det fortælle.

*M&O: Aluminium, glas, træ... Hvorfor er jeres designs altid skabt af et enkelt materiale?* Jade: I stedet for at kombinere forskellige materialer foretrækker vi at gå i dybden med alle facetter af et enkelt materiale. Alt for ofte er ting adskilt fra deres oprindelige historie. Du køber en ting, og den fortæller dig intet om de hænder, der har håndteret den, eller hvordan den blev til. Vi er forpligtet til at genoverveje, hvad der gør disse ting så værdifulde.

Christian: Hvor voksede dette stykke træ? Hvad er egenskaberne ved lige præcis denne variant? Det er vores udgangspunkt.

*M&O: Kan I fortælle os nogle af jeres historier?*

Christian: Under vores ophold på Schloss Holenegg Castle i Østrig skabte vi en glasfontæne, der flyder ind i en række stilkede glas. Den blev skabt ved hjælp af 17 kilo sand fra en tunnel under slottet. Dets sammensætning giver den en karakteristisk grøn farvetone. Slottet tilhører Husset Liechtenstein, der producerer vin. Denne fon-

tæne er designet til at dele frugten af denne jord i glas lavet af dens sand.

**Malin Ida Ericksson – Håndværk - At standse tiden:** Malin Ida Ericksson er 31 år og keramikker, og hun har vundet the Rising Talent Award Craft. Hun blev uddannet i kunst fra Göteborg Universitet og derefter fra Bergen i Norge, og hun afsluttede en kandidatgrad på Universitetet for Kunst i Stockholm (Konstfack). Hun har etableret sit studie i Stockholm.

"Mit arbejde kredser om tids passage", fortæller hun. "Da jeg begyndte mine kunststudier, døde min bedstemor, og det gav mig en bevidsthed om denne uudgængelige flugt. Ler er en god måde at udtrykke den opfattelse på - det er formbart, foranderligt; hvis du ikke brænder det, kan du stadig ændre det ved at fugte det; når det har været i ovnen, vil det forblive fast for evigt".

**Ali Sha Gallefoss – Glæden ved det uventede:** Ali Sha Gallefoss er 35 år, og han



Ali Sha Gallefoss. Foto: Daniel Cievetta og DR

## FAKTA

### VIER DYGTIGE TIL FORM OG FUNKTION



Arkitekt og designer David Thulstrup er en del af den jury, der har udvalgt de nye Rising Talents på Maison&Objet. I den forbindelse har vi haft en lille snak med ham om netop de nye skandinaviske designtalenter.

*Hvordan har det været at være en del af Rising Talents juryen?*

"Jeg var utrolig glad for at blive spurgt, og selve processen har været spændende og professionel. Jeg synes, det er et vigtigt og generøst tilbud, som kan fremhæve talenter og navne, og jeg er sikker på, de nominerede samt vinderne får god opmærksomhed".

*Hvordan har det været at skulle finde frem til de nordiske Rising Talents?*

"Det har været spændende, og selvom jeg synes, jeg har fingeren på pulsen og ser masser talent i Danmark, har jeg undersøgt og researchet. Jeg synes arbejdet, eller det at evaluere talent ikke kun må handle om smag eller projekt - men om at kunne se nogle interesser, som sikkert vil blive ved med at inspirere til vedvarende kvalitet".

*Hvilke kriterier har du udvalgt dem ud fra?*

"Som arkitekt og designer arbejder jeg selv ud fra nogle principper, som er bygget op af erfaring og proces - det er, hvad kreativitet består af, og jeg leder ikke efter en genkendelighed, men jeg kigger efter, om jeg kan se en rød tråd, og om talenterne bærer på nogle værdier".

*Er vi stærke på nye upcoming designere i Norden lige nu?*

"Jeg ved ikke som nu og her billede, om vi er stærkere end fortiden. Jeg tror ikke på, at tingene nødvendigvis vokser sig bedre fra A til Z eller fra 1910 vs 2024. Vi lever på andre måder og stiller andre krav, vi omgås og bruger tingene på en anden måde. Uden sammenligning så synes jeg, vi altid har været dygtige i Norden, til at tænke og designe form og funktion, og vi har en stærk tradition for at analysere brugen og sammenhængen".

*Hvad er det de kan?*

"Igen, forbindelsen mellem en form og dens funktion, og hvordan den indgår - kan vi meget om, det har vores historie vist. Jeg synes, vi kan kombinere viden fra fortiden i nye udtryk, og jeg synes, vi er stærke i at formgive".

*Hvor ser du nordisk design i det generelle designbillede i dag?*

"Jeg har mange internationale privatkunder, som jeg tegner huse til og indretter for, og der er en stor interesse for det lille land ude i verden. Det er vores kultur, mad, design, vores byer - folk fra Asien og USA synes, det er virkelig spændende, og jeg tror, at vi i Norden står stærkt på det internationale landkort - og T kikkerten peger herover".



Antrei Hartikeinen. Foto: Robert Lindström og Katja Hagemstam.

Lab La Bla. Foto: DR

voksede op i Bergen i Norge. Han studerede på Kunst- og Designakademiet, før han fik en kandidatgrad på Kunstakademiet i Oslo, hvor han nu bor og arbejder.

*Maison&Objet: Hvorfor vælge en meget kunstnerisk udtryksform i stedet for industriel design?*

Ali: På det tidspunkt inspirerede industrielt design mig bare ikke. Alt føltes som en gentagelse af 1960'ernes gyldne tidsalder. Skandinavisk design er meget veludført og meget subtilt, men en smule kedeligt. Hvorfor skulle du ikke kunne føle regnen, se vejrets farver, opleve bjergenes barskhed? Alt er så smukt. Det er derfor, jeg gik efter en lidt mere kunstnerisk design. Jeg vil gerne have, at min kunstneriske forskning skal føre til fremtidige serieproduktioner.

*M&O: Hvad vil du sige er din filosofi?*

Ali: Jeg har ingen særlig filosofi. Det, du ser, er rent glæde, intuition og accept. Accept af at ting kan være ufuldendte. Jeg bevæger mig meget, når jeg laver noget, og denne bevægelse vises i mine kreationer. Det er det, der skaber en følelse. Jeg er inspireret af naturen, dens subtile bevægelser og det liv, den bringer. Jeg bor i byen, og jeg savner Moder Natur.

*M&O: Hvad er dit forhold til dine materialer?*

Ali: Når du tegner for meget, mister du noget undervejs. Jeg foretrækker at lade materialerne udtrykke sig selv. For eksempel for at skabe mit

Sandcasted Table, hældte jeg smeltet aluminium over et sandet landskab med relieffer. Metallt skabte så sine egne bevægelser, og resultatet er en glat, flad facade på toppen med en overflade, der bevarer sandets formation under ned - fuld af kraterer. Jeg kan godt lide glade tilfældigheder. Når noget går galt og overrasker mig, giver det mig glæde.

**Lab La Bla - At sprænge processen:** Axel Landström og Victor Isaksson Pirtti er begge 31 år, og de voksede op i den lille by Luleå nær Polarcirklen i Sverige. Umiddelbart uadskillelige fulgte de den uddannelse på Lorenzo de' Medici Institute of Jewellery Design i Firenze, efterfulgt af en grad i industrielt design i Sverige. De bor og arbejder nu i Malmø.

*Maison&Objet: Hvilken indflydelse har jeres hjemmemiljø på jeres arbejde?*

Lab La Bla: Luleå huser et stort stålværk, der leverer en stor del af Europas stål. Stål er livsnerven i hele regionen. Samtidig er naturen pragtfuld. Forholdet mellem industri, mennesker og miljø er afgørende for vores arbejde. Vi leder altid efter alternative produktionsmetoder. Designere har et stort ansvar, fordi de befinder sig ved korsvejen mellem innovation, råmaterialer og produktionsmetoder. De skal konstant overveje oprettelsen af et dydigt og bæredygtigt system.

*M&O: Hvordan arbejder jeres duo præcist?* →



L.L.B.: Vi mødte hinanden, da vi var ni måneder gamle, så vi kommunikerer nu intuitivt. Vores studio er vores legeplads, og vores tilgang er baseret på sjov og det absurde. Vi arbejder med teknikere og specialister af alle slags og hacker os ind i deres processer ved at eksperimentere og lege med dem, indtil noget sidder fast. Der er altid noget forstyrrende i gang, og vi stræber altid efter at bryde nye grænser. Vores arbejde er eks-

perimentelt, hvilket forklarer, hvorfor vi sælger til gallerier. Denne kreativitet er tænkt til at indgå i de mere kommercielle produkter i fremtiden.

*M&O: Hvordan oversætter denne proces sig til projekter?*

L.L.B.: Store stålkoncerner borer i klipperne for at finde mineralforekomster. De udvinder sedimentkerner fra dybderne til yderligere analyse, så gemmer de dem. Til vores projekt Prospective Seats tog vi disse prøvecylindre, der indeholder jordens hukommelse, og omdannede dem til sidepladser. Til Tree Trunk Vases-serien skulle vi producere glasobjekter på meget kort tid. Jeg så et dødt træ rådne i en have på vej til gymnastiksalen, og det inspirerede mig. Vi vendte tilbage om natten for at stjæle stykker af hule stammer, som vi derefter formede til vaser. Vi legede med farve og gennemsigtighed for at fremhæve mønstrene og reliefferne.

lige. Det hele begyndte i skolen, hvor vi praktisk talt sov i værkstedet. Der var en tavle, hvor eleverne kunne skrive deres bestillinger på materialer. To navne stod altid sammen: Frederik. Gustav. Folk troede, det var bare én persons for- og efternavn, derfor navnet på vores studio. Vi er altid i konstant dialog.

*M&O: Hvor finder I jeres inspiration?*

F.G.: Vores udgangspunkt er simpelthen arkitektur. Vores High Wire-udstilling blev født af at kigge på de elektriske kabler, der bruges til gadebelysning, og antennerne, der findes på tagene. Selvom de er velkendte elementer, lægger vi sjældent mærke til dem - og alligevel forbinder disse netværk mennesker med energi og information. Vi ved aldrig, hvor vores ideer vil føre os hen... Det handler aldrig kun om "lad os lave en lampe". Som serien Brackets, produceret af Frama og bestående af en stol, en bænk og en hylde, trækker alle inspiration fra den klassiske træramme - et arkitektonisk element, der ofte findes i historiske bygninger.

*M&O: Føler I, at I går i fodsporene af skandinavisk design?*

F.G.: Vores generation skiller sig ud med sin mere personlige udtryksform. Der er næsten en fornemmelse af oprør. Hvad angår os, følger vi traditionen med funktionelt, ærligt dansk design. Måske endnu mere ærligt, fordi alt er tydeligt synligt. En klassisk lampe er en kuvert, hvor ledningerne og mekanismerne normalt er skjult. I vores High Wire-samling er ledningerne, klipsene og pærerne alle en del af designet.

**Antrei Hartikainen - At fange naturen i bevægelse:** Antrei Hartikainen blev født i landsbyen Outokumpu i østlige Finland, hvor han studerede snedkeri på gymnasiet, før han perfektionerede sine træbearbejdningsfærdigheder på Salpaus Further Education i byen Lahti. I en alder af 32 år er han allerede blevet udnævnt til Designer of the Year af Design Forum Finland og Rising Star of the Year af Scandinavian Design Awards.

*Maison&Objet: Hvordan opdagede du din kald som kunstner?*

Antrei Hartikainen: Min far var snedker, og jeg voksede op i hans værksted, hvor jeg lærte at elske træ i alle dets dimensioner. Jeg er betaget af dets organiske ægthed. Det har aldrig de samme fibre eller den samme farve, og det forbliver levende uanset, hvad du gør med det. Jeg flyttede senere til landsbyen Fiskars i syd. Der er mange tidligere fabrikker her, der huser over 100 håndværkere, designere og kunstnere.

*M&O: Hvor finder du din inspiration?*

A.H.: Ude i det fri. I Finland ændrer naturen sig radikalt med årstiderne. Når sneen smelter om foråret, fødes nye former, og jeg stræber efter at fryse dette øjeblik i tid inden for mine materialer. Jeg bruger meget træ, men også glas, metal og keramik. Mine Melt vaser afbilder overfladen af is opvarmet af strålerne fra forårsolen. Du kan



Christian + Jade. Foto: Olivia Rohde og DR



Malin Ida Ericksson. Foto: Lisa Hallgren

Frederik Gustav - Arkitektoniske proportioner: Frederik Weber og Gustav Dupont er begge 31 år gamle. De mødtes under deres studier på Det Kongelige Danske Kunstakademi, hvor de dimitterede i møbeldesign og derefter i rumlig design. De bor og arbejder nu i København.

*Maison&Objet: Hvordan arbejder jeres duo præcist?*

Frederik Gustav: Vi er fuldstændig uadskille-

lige. Det hele begyndte i skolen, hvor vi praktisk talt sov i værkstedet. Der var en tavle, hvor eleverne kunne skrive deres bestillinger på materialer. To navne stod altid sammen: Frederik. Gustav. Folk troede, det var bare én persons for- og efternavn, derfor navnet på vores studio. Vi er altid i konstant dialog.

*M&O: Hvor finder I jeres inspiration?*

F.G.: Vores udgangspunkt er simpelthen arkitektur. Vores High Wire-udstilling blev født af at kigge på de elektriske kabler, der bruges til gadebelysning, og antennerne, der findes på tagene. Selvom de er velkendte elementer, lægger vi sjældent mærke til dem - og alligevel forbinder disse netværk mennesker med energi og information. Vi ved aldrig, hvor vores ideer vil føre os hen... Det handler aldrig kun om "lad os lave en lampe". Som serien Brackets, produceret af Frama og bestående af en stol, en bænk og en hylde, trækker alle inspiration fra den klassiske træramme - et arkitektonisk element, der ofte findes i historiske bygninger.

*M&O: Føler I, at I går i fodsporene af skandinavisk design?*

F.G.: Vores generation skiller sig ud med sin mere personlige udtryksform. Der er næsten en fornemmelse af oprør. Hvad angår os, følger vi traditionen med funktionelt, ærligt dansk design. Måske endnu mere ærligt, fordi alt er tydeligt synligt. En klassisk lampe er en kuvert, hvor ledningerne og mekanismerne normalt er skjult. I vores High Wire-samling er ledningerne, klipsene og pærerne alle en del af designet.

**Antrei Hartikainen - At fange naturen i bevægelse:** Antrei Hartikainen blev født i landsbyen Outokumpu i østlige Finland, hvor han studerede snedkeri på gymnasiet, før han perfektionerede sine træbearbejdningsfærdigheder på Salpaus Further Education i byen Lahti. I en alder af 32 år er han allerede blevet udnævnt til Designer of the Year af Design Forum Finland og Rising Star of the Year af Scandinavian Design Awards.

*Maison&Objet: Hvordan opdagede du din kald som kunstner?*

Antrei Hartikainen: Min far var snedker, og jeg voksede op i hans værksted, hvor jeg lærte at elske træ i alle dets dimensioner. Jeg er betaget af dets organiske ægthed. Det har aldrig de samme fibre eller den samme farve, og det forbliver levende uanset, hvad du gør med det. Jeg flyttede senere til landsbyen Fiskars i syd. Der er mange tidligere fabrikker her, der huser over 100 håndværkere, designere og kunstnere.

*M&O: Hvor finder du din inspiration?*

A.H.: Ude i det fri. I Finland ændrer naturen sig radikalt med årstiderne. Når sneen smelter om foråret, fødes nye former, og jeg stræber efter at fryse dette øjeblik i tid inden for mine materialer. Jeg bruger meget træ, men også glas, metal og keramik. Mine Melt vaser afbilder overfladen af is opvarmet af strålerne fra forårsolen. Du kan



Mød os på  
**Formland-messen**  
**Autumn 2024**  
 Du finder os på stand H6040





→ se vand dryppe ned i årer, overfladen bliver gen-nemsigtig og flydende, og forskellige farveskyg-ger skinner igennem. Vasen er blæst i udskårne træforme.

**M&O: Hvad er din arbejdsmetode?**

A.H.: Når jeg vil materialisere en idé, ser jeg på, hvad der er blevet gjort før, og prøver herefter at finde mit egen personlige udtryk. Jeg arbejder direkte med materialet, skulpturer og modellerer, og vender derefter tilbage til min tegneplade eller computer for at finjustere proportionerne. Så vender jeg tilbage til det igen. Der er en konstant frem og tilbage.

**Studio Flétta – Et miks af midler:**

Birta Rós Brynjólfssdóttir og Hrefna Sigurðardóttir er henholdsvis 32 og 34 år gamle og bor og arbejder i Reykjavik, Island. De studerede begge pro-duktdesign på Island Academy of the Arts, hvor de mødtes under deres studier, før de grundlagte Flétta Studio i 2018. **Maison&Objet: Hvordan opstod jeres studio?**

Studio Flétta: Under vores studier kastede vi os ud i et stort projekt med at indsamle affald fra omkring 100 virksomheder over hele Reykjavik med det formål at skabe en bank af materialer til andre designere. Vi indsamlede uld, tekstiler, træ, glas, masser af rester fra fiskeriet, net, osv. Vi var



Frederik Gustav. Foto: DR



Studio Flétta. Foto: SunnaBen og DR

meget entusiastiske for projektet, men desværre ville ingen have, hvad vi havde samlet. Vi endte med at skabe vores eget brand og skabe produkter af alt dette "affald". Vi indser nu, at skønhed kan findes i alt, hvis du ser tæt på det.

**M&O: Hvad er jeres arbejdsmetode?**

S.F.: Vi har en holistisk tilgang. Vi er meget nysgerrige, og vi elsker at prøve nye ting. Vi har en bred vifte af færdigheder og arbejder både på store og små projekter. Vores proces begynder altid med en historie, et emne, vi finder interessant. For eksempel er vores Runinn-serie inspireret af vulkaner. Vi var tiltrukket af ideen om, at noget så

ødelæggende kunne skabe så meget liv. Vi besøgte vulkaner, undersøgte, hvordan de fungerer, deres historie og forskellige forskningsprojekter. Og vores serie er en undersøgelse af overfladernes smukke, ødelagte, kaotiske og mægtige form. Vi arbejder altid med vores hænder. Vi vil have, at folk skal se det menneskelige aspekt af vores arbejde, og vi bruger for det meste materialer, der er tilgængelige på Island. Det er mødet mellem den rå, vilde islandske natur og vores værksted, der er vores inspirationskilde.

Opgrader e-conomic og oplev et komplet forretningsystem uden begrænsninger

Skriv på [info@xilium.com](mailto:info@xilium.com) for et uforpligtende tilbud

Vi hjælper dig hele vejen

PIM, Produkt Information Styring

Overskuelig Ordre & Rest-ordre

EDI forsendelse og modtagelse

Et nemt og simpelt Lagersystem

Fuldt integreret til e-conomic

XILIUM

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

VISMA | e-conomic  
Partner

## KUNNE VI FRISTE MED VARM MOCCA?

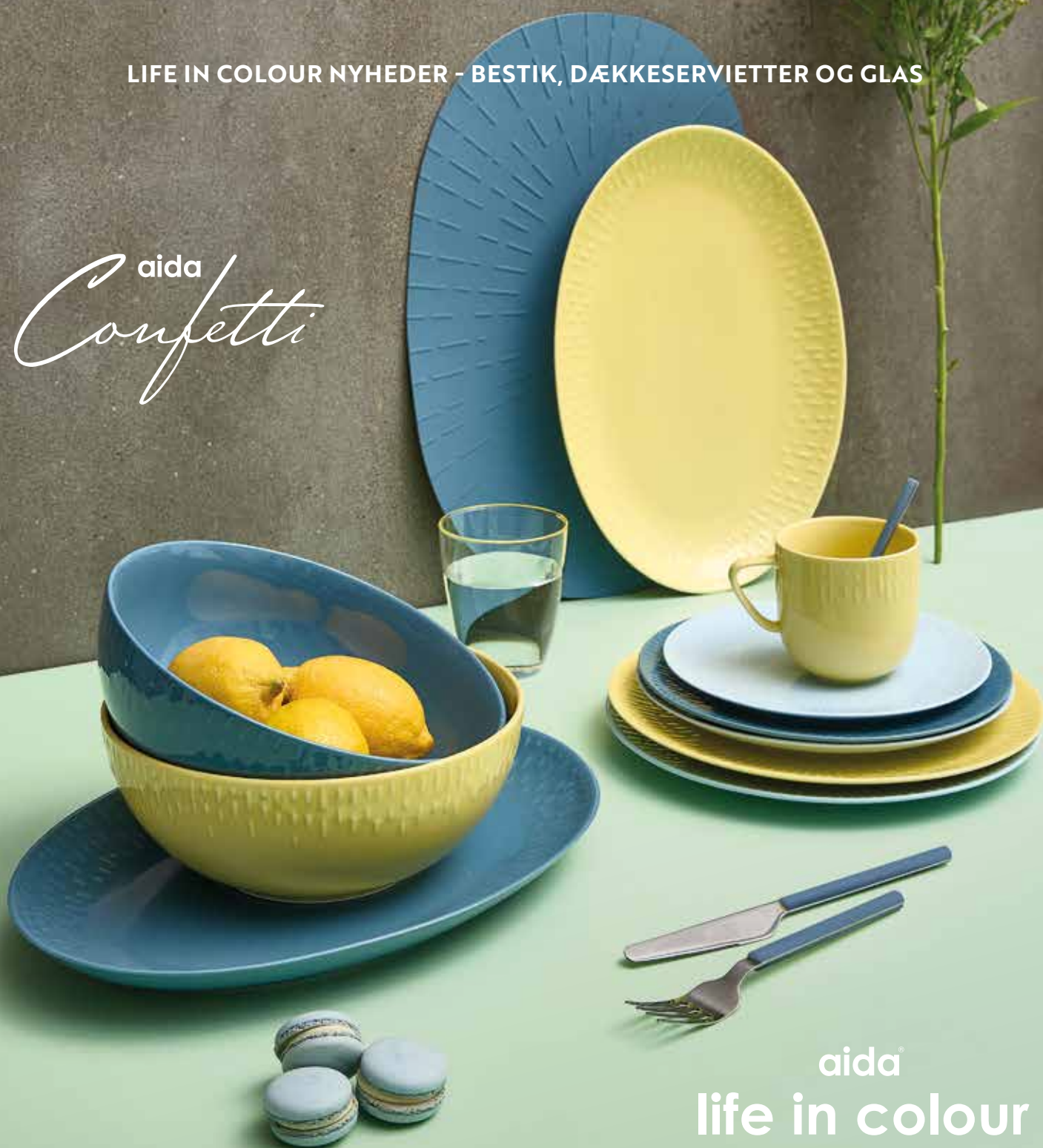
To Go er til dig, der altid er på farten. Med de praktiske **termo- og drikkeflasker** har du altid din foretrukne drik lige ved hånden. De holder kaffen varm, vandet koldt og tasken fri for lækager – selv når du løber efter toget.





LIFE IN COLOUR NYHEDER - BESTIK, DÆKKESERVIETTER OG GLAS

aida  
*Confetti*



aida®  
**life in colour**

Nye tilføjelser til det farverige LIFE IN COLOUR univers fra aida. Både bestik, glas og dækkeservietter kommer i et udvalg af de 10 velkendte farver, der kan mikses og matches.