

designbase

DESIGNBASE.DK – FORUM FOR INTERIØR- OG DESIGNBRANCHEN

STYLISTIC

stylistic-online.com



PRO-VISION

For further information contact Pro-Vision support on: support@pro-vision.dk or contact +4531370002

Microplane

Microplane, berømt for sine exceptionelt skarpe, effektive og højkvalitets køkkenredskaber med uovertruffen præcision og overlegen ydeevne. Microplanes originale, karakteristiske blade har revolutioneret den kulinariske verden og gjort rivning nemmere og mere effektiv end nogensinde før.

CLARION
Sign Event
Stockholm
14.1. - 16.1.25

AMBIENTE
Hal 9.0
Stand E06
7.2. - 11.2.25

Besøg os på januar- og februar-messerne for at se vores enestående produkter i aktion og udforske det fulde sortiment af køkkenredskaber af høj kvalitet

www.microplaneintl.com



Velkommen til vores verden



STATE OF ART

Oplev hele Näsgrängsgårdens kollektion her.
ngg.se tel +46787100 | stateofart.dk tel 2081 8687

Indhold

Tema: Formland

8 Tiden er til netværk og samarbejde
Formland er klar til at støtte op om livs-
stils- og designbranchen, når der holdes
Formland Spring fra 2.-4. februar 2025. Det
sker med et oplevelsesunivers, der byder
på trends, talks og masser af inspiration.
Og projektchef på Formland Flemming
Andersen melder om en utroligt høj grad
af loyalitet.

10 Glædens æstetik
Living Collage curated by Studie Flyhel-
sted er trendområdet på Formland denne
gang.

13 AL FRESCO
Trendhunter Anette Eckmann fortæller
i sin trendtalk på Formland om, hvordan
man kan skabe AI Fresco events i butikken
året rundt.

14 Talks, der inspirerer
Formland Spring 2025 byder på spænden-
de og lærerige foredrag og debatter med
eksperter inden for bl.a. trendforskning,
digitalisering, branding og cirkularitet, og
programmet er fyldt med input, ideer og
strategier, der kan udvikle forretningen.

16 Halplan

Interior

18 Fra kapsejlad til direktør for Stelton
Mads Ring Damgaard havde ikke set sig
selv om direktør i Stelton, men udviklingen
i tiden og omstændighederne ville det
heldigvis anderledes. Han kalder det at
overtage Stelton for en ære – og en mulig-
hed for at forene arv og innovation.

**21 Vi er drevet af at skabe
forandringen**
Målbar hjælper danske virksomheder
med at få styr på deres klimaaftryk, med
at lave virksomhedens grønne regnskab,
og analysere, hvor det er mest effektivt at
sætte ind. Jakob Aaen slår fast, at der er
et stigende pres fra mange sider for netop
at få styr på klimaregnskabet, men at den
altoverskyggende udfordring er at få de
data, der skal bruges.

24 Det er mit livsprojekt
Maria Manel Bøge startede virksomheden
Manelleh med et klart purpose: at hjælpe
kvinder i Bangladesh med at få et værdigt
job og derigennem få en frihed. Det er nu
tre år siden, og i dag er hun godt på vej, og
hun udbygger onlinevirksomheden med
salg til detailhandlen.

**28 Fra tradition til innovation:
Heimtextil Trends 25/26**
'Future Continuous' åbnede op for spæn-
dende nye perspektiver på tekstilindustri-
ens fremtid på Heimtextil.

Branchen

31 Nyheder

34 Branchenyt



8 Tiden er til netværk og samarbejde

Formland er klar til at støtte op om livs- og designbranchen, når der holdes Formland Spring fra 2.-4. februar 2025. Det sker med et oplevelsesunivers, der byder på trends, talks og masser af inspiration. Og projektchef på Formland Flemming Andersen melder om en utroligt høj grad af loyalitet.



18 Fra kapsejlad til direktør

Mads Ring Damgaard forener arv, tradition og innovation i Stelton.



24 Det er mit livsprojekt

Maria Manel Bøge startede virksomheden Manelleh med et klart purpose: at hjælpe kvinder i Bangladesh med at få et værdigt job og derigennem få en frihed.



14 Blev inspireret til trenden 2025

Formland Spring 2025 byder på spændende og lærerige foredrag og debatter med eksperter.



28 Heimtextil Trends

'Future Continuous' åbner op for spændende nye perspektiver.

LIFE IN COLOUR IS NOW MUCH MORE THAN CONFETTI PORCELAIN



ART GLASS NOW IN 6 COLOURS



Aqua/Apricot 0,6 l
Candyfloss/Blueberry 0,6 l
Pistachio/Chili 0,6 l

CONFETTI ALU BOTTLES



CONFETTI CUTLERY

Mozzarella 16 pcs set
Pepper 16 pcs set
Blueberry 16 pcs set
Chili 16 pcs set
Olive 16 pcs set
Candyfloss 16 pcs set



CONFETTI PLACEMATS IN 10 COLOURS

aida®
life in colour

@aida_lifeincolour @aida_denmark
www.aida.dk

En dynamisk designbranche der udvikler sig



Pia Finne, redaktør

Selvom design- og interiørbranchen er en dynamisk branche i en konstant udvikling, er der en del elementer, der er konstanter. Ikke mindst lige nu, hvor alle messerne rammer branchen. Det gælder danske Formland, svenske Formex og norske Oslo Design Fair, og det gælder de store internationale messer Ambiente, Christmasworld, Heimtextil og Maison&Objet.

Men selv om messerne er gengangere, er der tendenser og den udvikling, der er i branchen det bestemte ikke, og derfor er messtiden også den allermest spændende tid på året. Det er her, man ser, hvad der rører sig i branchen. Både på det forretningsmæssige plan og på det trendmæssige plan, og det er her, man som indkøber skal sørge for at skabe sig det overblik, der gør, at man kan drive en sund og ikke mindst rentabel forretning i det kommende halve år.

Maison&Objet lavede sidst på året i 2024 et barometer, der angiver, hvordan det går i branchen på internationalt plan, og hvor man hører branchefolks synspunkter om det aktuelle forretningsklima og deres fremtidsudsigter. Det er ingen tvivl om, at situationen fortsat er kompleks, men lige under halvdelen af de adspurgte var dog ganske tilfredse med udviklingen. Så vi krydser fingre for, at den positive tendens fortsætter ind i 2025.

På trendsiden hersker der ingen tvivl om, at bæredygtigheden og ansvarligheden spiller en stadig

større rolle, og det går igen på alle de store internationale messer.

"Hurtigt forbrug og en brug-og-smid-væk-kultur dominerer verden i dag. Men vigtigheden af omhu og fremsynethed bliver mere og mere tydelig. Sektoren er på randen af forandring: Mod en bæredygtig, forbundet og gennemsigtig fremtid," siger Dirk Vantyghem, generaldirektør for Euratex i forbindelse med et interview til Heimtextiltrenden. Han siger videre: "I en tid med global usikkerhed vokser behovet for holdbare, funktionelle og bæredygtige produkter. Mange producenter bruger ofte udtryk som "bæredygtig" eller "cirkulær" vilkårligt. Derfor kæmper Europa-Parlamentet for mere sporbarhed i forsyningskæden - og dermed bekæmper man greenwashing og gør det muligt for forbrugere at træffe mere informerede købsbeslutninger."

På den hjemlige front supplerer Mille Fly og Sofie Helsted fra Studio FlyHelsted, der står bag Formland trenden med at så fast, at Living Collage, som trenden på Formland hedder denne gang, ikke handler om at fylde rummet med ting - det handler om at fylde rummet med liv. Indretningen er legende og bevidst, hvor intet er overladt til tilfældigheder, men hvor der samtidig er plads til det unikke, personlige og ægte.

Så der er endnu engang rigtig mange spændende indgangsvinkler og nye tendenser at arbejde med for alle branchens aktører.



F&H GROUP

www.fh-group.dk

@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 fortrinnsvis 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

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



EMMA - GREB OM DET HELE

Emma er en serie funktionelle køkkenredskaber af høj kvalitet. Smukke, praktiske, slidstærke og holdbare. Håndtagene på alle Emma-redskaber følger et simpelt, ergonomisk designprincip, som forener æstetik og funktionalitet. Med sit enkle, nordiske design binder grebet i al sin enkelhed seriens redskaber sammen, og de bliver dit førstevalg – hver gang!

Serien af bageredskaber indeholder to dejskrabere, der giver fuld kontrol og præcision til at skrabe, folde og skære dej, en innovativ 3-i-1 dejskraber-ske og en bagepensel med et ekstra langt håndtag for optimal rækkevidde. Materialerne er plast og silikone, og det er danske VE2, der står bag det elegante design.

Design: VZ



Rosti

www.rosti.design

Tiden er til netværk og samarbejde



Formland er klar til at støtte op om livsstils- og designbranchen, når der holdes Formland Spring fra 2.-4. februar 2025. Det sker med et oplevelsesunivers, der byder på trends, talks og masser af inspiration. Og projektchef på Formland Flemming Andersen melder om en utroligt høj grad af loyalitet.

Tekst: Pia Finne | Foto: Formland

”Vi må jo erkende, at tiderne er turbulente for design- og livsstilsbranchen. Det er ingen hemmelighed. Men når det er sagt, oplever vi en utrolig høj grad af loyalitet på Formland. På trods af at udstillerne er pressede, ser vi, at de holder fast i Formland eller lige frem vælger den til. Den loyalitet tager vi ikke som en selvfølge. Udstillerne støtter op om os, og derfor gør vi alt, hvad vi kan for at støtte op om dem i den tid, vi befinder os i.” Det pointerer Formlands projektchef Flemming Andersen forud for Formland Spring, der holdes fra 2.-4. februar 2025 i Messecenter Herning.

Samtidig slår han fast, at tendensen både internationalt og nationalt er, at nok kommer der generelt færre besøgende på livsstilsmesserne. Butikkerne og kæderne vælger at rejse med færre medarbejdere, men de mennesker, der kommer på messerne, er de rigtige. ”Det er indkøberne, og det er de dygtige branchefolk og dem, der har noget på hjerte, og det anser vi

for at være positivt. Der bliver med andre ord fokuseret mere på kvalitet end på kvantitet, både når det gælder antallet af produkter, der præsenteres på messen, og når det gælder de besøgende, der gæster messen.”

Det personlige møde

”Selv om det kan lyde som en kliche, ser vi også, at interessen for det personlige møde eskalere. Det gælder faglig vidensdeling, faglig matchmaking og networking, og det gælder oplevelser, der begge dele betyder mere og mere for de besøgende på Formland. Det betyder, at det er en rolle, vi som messearrangører også skal påtage os”, lyder det fra Flemming Andersen, og han understreger, at også udstillerne er klar til at tage den nye rolle på sig. ”Der skal naturligvis handles på en messe, men udstillerne er også bevidste om, at det i lige så høj grad handler om netværk og faglig matchmaking”.

På Formland sker det med Formlands forskellige trendområder, der er yderst besøgte og meget vellidte, og det sker fra Speak Up-scenen, hvor en række udvalgte foredragsholdere fortæller om alt fra trenden 2025 til livsstilstendenserne, Social Media udviklingen og udviklingen i e-handelslandskabet, hvor 2024 har markeret sig som et skelsættende år for den digitale markedsplads.

Fokusområder

På Formland vil man som besøgende og udstiller kunne hente inspira-



tion på de tre trendinstallationer, der er skabt i forbindelse med Greenhouse. Det gælder:

”Genbyg”, hvor der sættes fokus på genbrug og kreativ udnyttelse af materialer, som kan få nyt liv sammen med planter. Bliv inspireret til, hvordan gamle ting kan transformeres og få ny funktion, så de beriger boligen eller plante salgsområdet i butikken og bidrager til en mere cirkulær livsstil.

Sundt indeklima og grønt design er omdrejningspunktet for en anden trendinstallation, hvor fokus er på de fantastiske egenskaber, luftrensende planter har. Planter spiller ikke blot en dekorativ rolle i indretningen, men de bidrager også til et sundere indeklima ved at rense luften.

I hal K inspireres de besøgende til at lave et ferieparadis hjemme i sin egen have. Skab små magiske haverum, der bringer følelsen af afslapning og ferie tættere på. Med inspiration til haveindretning og kreative løsninger vises, hvordan man kan skabe din helt egen oase.

Living Collage kuerateret af Studie Flyhøstet er dette års store trendområde.

”I en tid, hvor vi søger det, der føles rigtigt, åbner Living Collage

døren til en verden, hvor hjemmet er et kreativt lærred, og hvert objekt fortæller en del af din historie.

Her mødes inspirationen fra den victorianske æras overdådighed og kærlighed til overflod med nybrutalismens rå minimalisme. Det er en dristig sammensmeltning af kurateret vintage og moderne design, hvor maksimalismens glæde balanceres af funktionalitetens enkelhed,” lyder det fra Mille Fly om trendområdet.

Trendhunter Anette Eckmann står bag daglige Trend Talks. Hvordan genopfinder man sig selv - og ikke mindst sin forretning - midt i et paradigmeskifte og i en kaotisk tid, der betyder store ændringer for stort set alle brancher og mennesker. Hvordan finder man lysten, modet og energien til at være en succesfuld forretningsdrivende?

Det mener Anette Eckmann, man bl.a. gør ved at være omstillingsparat, fleksibel og ultra elastisk. Derudover skal man være myreflittig og blæksprutteagtig, og man skal tilegne sig et mindset, der konstant er parat til at ”sadle om”!

Formland sætter også fokus på talent, kreativitet og iværksætteri i Creators Community. Her er talentfulde og spændende iværksættere samlet i et område, der byder på guldkorn, inspiration, masser af energi og måske nogle helt nye og uopdagede trends og brands.

”Creators Community har til formål at få talentfulde iværksættere til at udleve deres drøm som succesfulde selvstændige.

På Formland Spring kan de udvalgte iværksættere få mulighed for at afprøve sit brand, koncept og produkt overfor tusindvis af indkøbere og professionelle aktører i branchen - heriblandt nogle af Nordeuropas største indkøbere,” forklarer Flemming Andersen, der er rigtig glad for at kunne fortælle, at antallet af deltagere på Creators Community holder et flot niveau. ”På trods af de tider, vi lever i, har de holdt både kvaliteten og kvantiteten. Det er positivt at mærke af det danske iværksætteri stadig lever, og det er positivt, at vi ad den vej kan være med til at støtte op om branchens designmæssige fødekæde,” siger han.

Det cirkulære og bæredygtige perspektiv har også fået sin plads på Circular Formland Days. ”Som messecenter har vi en klar ambition om at integrere cirkularitet og ansvarlighed i alt, hvad vi gør. Derfor arbejder vi målrettet på at starte 2025 med en ISO-certificering, ISO20121 - en milepæl, der sætter nye standarder for, hvordan vi afvikler messer. Det handler om alt fra affaldshåndtering og materialebrug til madlavning og reduktion af madspild - og ikke mindst vores mindset,” forklarer Flemming Andersen.

Han fremhæver, at certificeringen er en prioritet fra messen og efterhånden også noget udstillerne efterspørger. ”ISO20121 er ikke bare en anerkendelse af vores indsats, men også en forpligtelse til at fortsætte vores målrettede arbejde med at udvikle ansvarlige og mere bæredygtige løsninger, der skaber reel værdi for både miljøet og samfundet,” siger Flemming Andersen.

Messeformatet lever

Flemming Andersen er ikke i tvivl om, at messeformatet også lever i fremtiden.

”Der er bl.a. lavet en stor international undersøgelse af AUMA, Association of the German Trade Fair Industry, med udgangspunkt i 10 messelokationer, og den slår fast, at 99 pct. af udstillerne regner med at fortsætte deres messeaktivitet de kommende fire-fem år og måske endda trappe messeindsatsen op. Samtidig viser undersøgelsen, at 75 pct af de tyske messer faktisk klarer sig bedre eller på niveau med de forrige år.”

Men når tiden er udfordrende, sker der også positive ting. ”Vi ser, at der opstår et sammenhold. Der er flere samarbejder på tværs af udstillere i branchen generelt end tidligere og den udvikling, tror jeg kun, vil øges i 2025 og 2026, branchen ykker sammen i bussen, og dermed sikrer man, at den har et ståsted på den anden side af de pressede tider.

Glædens æstetik

Living Collage curated by Studie Flyhelsted er trendområdet på Formland denne gang.

Tekst: Pia Finne | Foto: Formland

”Vi kigger ind i mange tidsaldre, vi kigger på samarbejder, og vi åbner op og deler. Tingene flyder sammen, og grænserne forsvinder.” Det siger Mille Fly, der er den ene halvdel af Studie FlyHelsted, som står bag trendområdet Living Collage på Formland, der løber ad stablen fra 2.-4. februar.

”Der er en større åbenhed, og vi lukrerer på hinanden på den positive måde. Vi er ikke længere så bange for at dele, for det er gået op for os, at det givet dobbelt netværk og dobbelt så mange kontakter.”

Derfor beskriver hun også Living Collage som et dif-fust collagebillede, hvor der både er plads til det kunstneriske unika og det enkle stilrene. Og på trendområdet vil der derfor også være en række spændende samarbejder, som hun dog endnu ikke kan løfte sløret for, men som de besøgende kan glæde sig til.

Living collage handler om at vi sammensætter tingene, og Mille fortæller, at collage er netop det. ”Forbrugere skal kuratere i deres hjem, og der skal kurteres ude i detailbutikkerne,” lyder det fra Mille, der videre forklarer:



Fra Formland Autumn 2024



Fra Studie FlyHelsteds trendområde autumn 2024



→ "Der er ikke plads til noget, der er lige meget. Det handler om glæden ved at se på tingene og om at skabe gode minder, og i den personlige sammensætning, får vi netop skabt en collage af minder".

Denne gang ligger Formlands trendområde midt i hallen, så der er ingen vægge at "lege" med. "Men det har været en rigtig god udfordring, og når man udfordres, sker der noget nyt. Denne gang håber vi på i højere grad at kunne trække hallens summen ind på den ø i et åbent rum, som trendområdet er blevet," forklarer Mille.

Trendområdet er bygget op med et soveværelse, en stue samt workshops og café men med glidende overgange, så flowet i området i højere grad giver inspiration til en livsstilsbutik, hvor der både skabes kontraster og nye sammensætninger.

"Vi viser tingene, så det også bliver en collage af produkter, materialer og farvetendenser. Her mødes inspirationen fra den victorianske æras overdådighed og kærlighed til overflod med nybrutalismens rå minimalisme. Det er en sammensmeltning af kurateret vintage og moderne design, hvor maksimalismens glæde balanceres af funktionalitetens enkelhed."

Rummet skal fyldes med liv

Living Collage handler ikke om at fylde rummet med ting – det handler om at fylde rummet med liv. Indretningen er legende og bevidst, hvor intet er overladt til tilfældigheder, men hvor der samtidig er plads til det unikke, personlige og ægte.

"Personlighed i indretningen er en tendens i

tiden. Hvert element er nøje udvalgt. Det handler ikke bare om at vælge en lampe, men lige præcis den lampe, der går mig glad. Det betyder også, at udtrykket er kunstnerisk og statementpræget."

Farverne er intense og dramatiske, fulde af kontraster. Mønstre pryder tapeter, tekstiler og møbler, og der er plads til både det organiske, bløde og det kantede, skarpe design fra 80'ernes ikoniske æstetik. Væggene er fyldt med kunst og dekorationer, og reolerne prydes af samlinger, der vidner om interesser, historier og liv. Vaserne bugner af store buketter, og materialerne spænder fra blød velour til køligt aluminium.

Alt indgår som en del af en helhed, hvor hvert element bidrager til at fortælle din historie.

Living Collage er et opgør med det perfekte, der nogle gange glemmer livet. I stedet inviterer denne stil os til at omfavne en æstetik af glæde – hvor det personlige, skæve, sammensatte og overdådige får lov at blomstre. Det er en hyldest til det uperfekte og unikke, hvor hvert rum bliver en refleksion af personen bag. Glædens æstetik!



AL FRESCO

Trendhunter Anette Eckmann fortæller i sin trendtalk på Formland om, hvordan man kan skabe Al Fresco events i butikken året rundt.

Tekst: Pia Finne | Foto: Anette Eckmann

Hvordan genopfinder man sig selv - og ikke mindst sin forretning - midt i et paradigmeskifte og i en kaotisk tid, der betyder store ændringer for stort set alle brancher og mennesker, og hvordan finder man lysten, modet og energien til at være en succesfuld forretningsdrivende?

Det gør man bl.a. ved at være omstillingsparat, fleksibel og ultra elastisk. Derudover skal man

være myreflittig og blæksprutteagtig, og man skal tilegne sig et mindset, der konstant er parat til at "sadle om"! Sådan lyder det fra trendhunter Anette Eckmann, der holder trendtalks under overskriften AL FRESCO hver dag på Formland Spring 2025.

Anette er inspireret af begrebet Al Fresco, der stammer fra Italien og oprindeligt betyder "på det friske" og som refererer til en malerteknik, hvor

motivets males på et fugtigt, friskkalket underlag. Al Fresco hentyder også til at spise under åben himmel og til sund og god mad, tilberedt af sæsonens bedste friske, og lokale råvarer, Al Fresco!

I sin trendtalk giver Anette ideer og inspiration til, hvordan man som forretningsdrivende selv kan planlægge en AL FRESCO aktivitetskalender med, friske, aktuelle, kreative og idérige aktiviteter i butikken året rundt.

Formland Spring 2025 byder på spændende og lærerige foredrag og debatter med eksperter inden for bl.a. trendforskning, digitalisering, branding og cirkularitet, og programmet er fyldt med input, ideer og strategier, der kan udvikle forretningen.

Tekst: Pia Finne | Foto: Formland

Blev inspireret til trenden 2025 og forretningsudvikling



Både søndag, mandag og tirsdag 2.-4. februar er der arrangementer på Formlands Speak Up Scene, og de foredrag, der kan vælges imellem, kan du se her:

Søndag kl. 10.00 - 10.30 fortæller Jill Hawkins, der er fashion psykolog, stylist og trend researcher om "Designing for creativity and health".

Hun vil fortælle om den stærke indvirkning, som vores miljøer, tankegang og livsstilsvalg har på kreativitet, sundhed og velvære. For kreativitet og sundhed er tæt forbundet, og ved at designe vores rum med omtanke kan vi forstærke kreativ energi og forbedre vores følelse af velvære.

Hun vil mikse teori og praktiske strategier og guide tilhørerne i at kuratere miljøer, der understøtter både sundhed og kreativt potentiale. "Lær, hvordan du former dine omgivelser, tankegang og vaner for at skabe inspiration, forbedre dit helbred og bringe mere liv til dit liv og arbejde", siger hun forud for foredraget.

Søndag kl. 11.00 - 11.30 samt mandag og tirsdag kl. 11-11.30 vil Mette Lykkegaard From, trendaktør, pej fortælle om "Trends til SS25".

Foredraget har udgangspunkt i pej gruppens kommercielle trends og farver til sæsonen, og indeholder både en beskrivelse af tidsånd, megatrends og fire trendemaer med hver deres moodboards, farvekombinationer og konkrete anbefalinger til indkøb, styling og kommunikation. Søndag kl. 13.00 - 13.30 og mandag kl. 14-14.30 er det trendforsker og livsstilseksperter Mads Arlien-Søborg, der står på scenen med foredraget "Stay, Taste, Shop, Explore".

Hvad rører sig i storbyer som London, Paris og Stockholm - eller endda lige rundt om hjørnet i København? Tag med på en inspirerende rejse gennem 2025's mest spændende byoplevelser. På kun 30 minutter dykker han ned i, hvad der gør netop disse steder til trendsættere i moderne livsstil og kultur.

Mads Arlien-Søborg fortæller om, hvordan de nyeste strømninger former alt fra hoteller og kaffebarer til unikke butikker og innovative museer. Oplev byernes sjæl gennem både de skjulte skatte og de nyeste hotspots - en sand insideroplevelse, der giver dig nye perspektiver på storbylivet.

Søndag kl. 14.00 - 14.30 samt tirsdag kl. 10-10.30 giver trendforsker hos pej gruppen Louise Byg Kongsholm en Trend update.

En opdatering på samfund, tidsånd og trends og en undersøgelse af, hvordan vores verden udvikler sig, og hvordan forbrugsmønstre påvirkes. Oplægget giver mulighed for at opdatere viden om de nyeste trends, tendenser og forbrugeradfærd samt udstyre tilhørerne med værktøjer til at navigere i en konstant foranderlig verden og give konkrete strategier og redskaber, der kan hjælpe med at tilpasse virksomheden den skiftende virkelighed.

Mandag kl. 13.00 - 13.30 fortæller Christina Roed Gaarde, Social Content & Strategy Specialist, Group M, om "Nutid til fremtid: Social medie trends 2025".

Her belyser hun de sociale medietendenser, der forventes at dominere i 2025, med særlig vægt på relevansen for design- og livsstilsbrands. Foredraget giver indsigt i både de brede SoMe-strømninger og specifikke platformes udvikling.

Eksempelvis vil TikToks eksplosive vækst blive belyst, og hvordan platformen i stigende grad overtager rollen som inspirations- og informationskilde for det yngre publikum, som nu ofte vender sig mod TikTok fremfor google til søgninger. Foredraget indeholder konkrete tips til, hvordan brands kan udnytte og implementere disse trends i deres egen strategi.

Tirsdag kl. 13.00 - 13.30 står der "5 cases showing the path to an excellent customer ex-

perience på programmet, hvor Kristoffer Okkels, digital forretningsudvikler, vil tage tilhørerne med på en verdensturné med nogle af de brands, der sætter standarden for enestående kundeoplevelser i design- og livsstilsbranchen. Oplev fem helt nye globale eksempler på virksomheder, der forstår, at oplevelser er den mest effektive måde at opnå differentiering, kundetilfredshed og vækst på. Emnerne vil omfatte at være til stede, hvor kunderne sænker paraderne, levere ekstraordinær kundeservice og skabe unikke købsoplevelser for hver enkelt kunde.

Tirsdag kl. 14.00 - 14.30 gør Carsten Rose Lundberg, Branchedirektør for digital handel hos Dansk Erhverv status på E-handel: "Nye indsigter, nye muligheder"

E-handelslandskabet er i konstant udvikling, og 2024 har markeret sig som et skelsættende år for den digitale markedsplads. Få de nyeste indsigter og opdag de nye muligheder, som for-

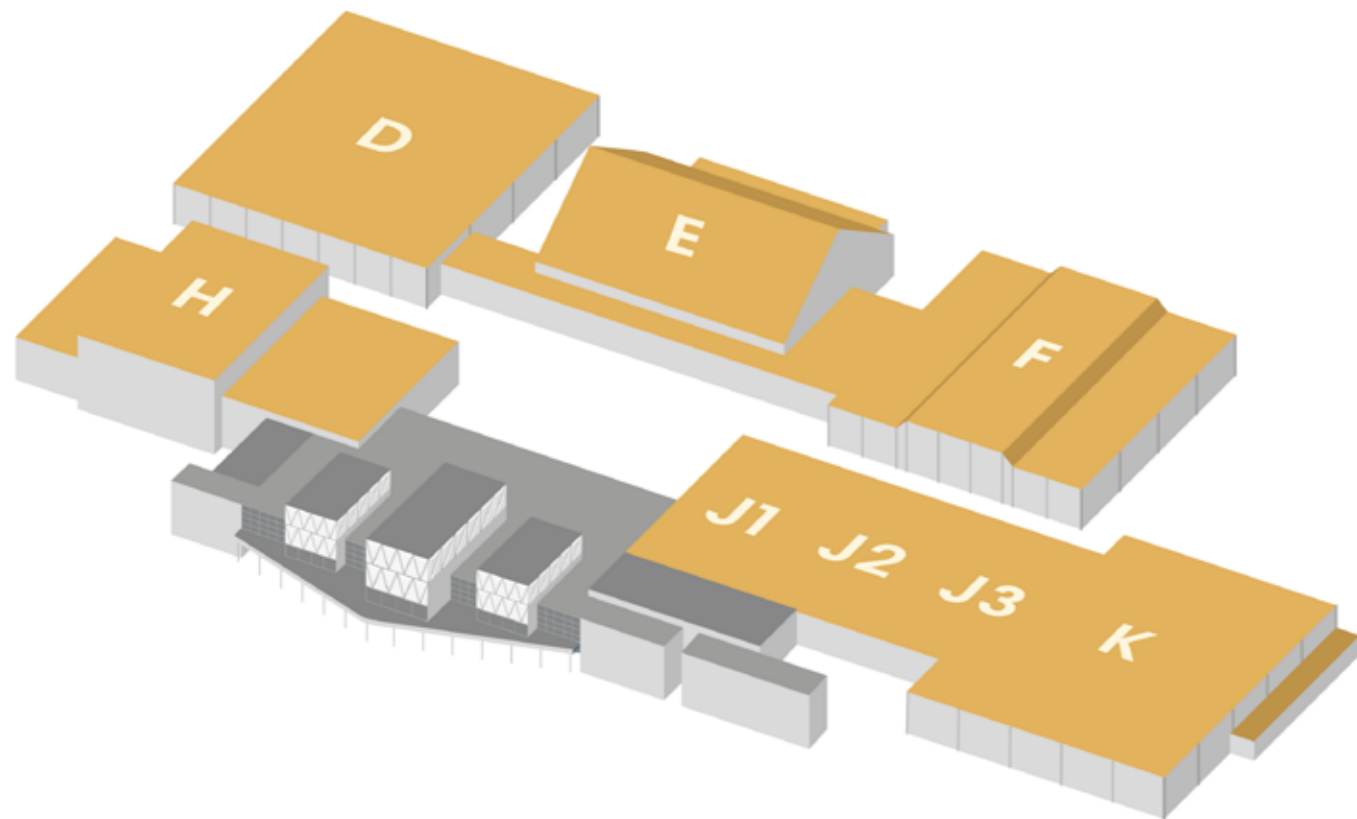
andringerne i forbrugernes onlineadfærd og markedstendenser bringer med sig.

Carsten Rose Lundberg præsenterer den aktuelle status for e-handel med udgangspunkt i Dansk Erhvervs nyeste E-handelsanalyse for 2024. Med friske tal og tendenser fra hele året får du en dybdegående forståelse af de største ændringer og udfordringer, som præger online handel netop nu. Foredraget giver dig konkret indsigt i forbrugerforventninger, nethandlens indflydelse og fremtidens vækstområder - essentiel viden for alle, der arbejder med digital handel.

Formland halplan

Få et godt overblik over, hvor du kan finde de respektive haller på Formland.

Tekst: Pia Finne | Foto: Messecenter Herning/Formland



Hall D: Interior & Kids

Hall H: Interior & Fashion

Hall E: Taste

Hall F: Interior & Creators Community

Hall J1: Interior

Hall J2: Garden & Outdoor

Hall J3: Garden & Outdoor

Hall K: Garden & Outdoor



SLOW JUICER
til hele frugter
og grøntsager

AUTO 10

Det perfekte valg med stor
3-liters beholder kombineret
med unik skæreteknologi!



reddot winner

NYHED!



**Automatisk
snittesystem**

Forbedret beholder med integreret snittesystem: mindsker oxidering og sikrer optimal juiceudvinding fra dine ingredienser.



**Markedets største
juicebeholder**

Den rummelige 3-liters beholder gør det nemt at tilføje hele ingredienser uden forarbejdning – spar tid og få frisk juice hurtigere!



**Praktisk
påfyldningsåbning**

Tilføj nemt ingredienser undervejs gennem påfyldningsåbningen, selv mens maskinen er i gang.



**Roterende
rengøringsbørste**

Fjerner effektivt rester og gør rengøringen let som en leg.



Fra kapsejladts til direktør for Stelton

Mads Ring Damgaard havde ikke set sig selv om direktør i Stelton, men udviklingen i tiden og omstændighederne ville det heldigvis anderledes. Han kalder det at overtage Stelton for en ære – og en mulighed for at forene arv og innovation.

"Min ambition er at modernisere virksomheden med digitalisering og bæredygtige initiativer, så vi er relevante i en verden i konstant forandring," siger Mads Ring Damgaard, der overtog direktørposten i Stelton for knap et år siden.

Tekst: Pia Finne | Foto: Stelton

Mads Ring Damgaard overtog i marts 2024 ansvaret for at lede aktiviteterne i Stelton A/S, da Michael Ring valgte at overlade styrepinden til den næste generation. Nu efter lige under et år på posten tager Designbase en snak med ham om, hvordan det har været at sætte sig i direktørstolen i den ikoniske virksomhed.

For Mads Ring Damgaard begyndte rejsen mod direktørposten hos Stelton på en lidt uventet måde. I 2015, da han og hans kone fik deres

første søn, oplevede han, hvad han selv kalder en eksistentiel krise. Selvom han som konsulent havde styr på karrieren og var på vej mod en partnerrolle, manglede han en kreativ udfordring.

Gennem mange års kapsejladts med sin svingerfar, Michael Ring, havde Mads opbygget et stærkt samarbejde og en gensidig respekt. Michael stod på et tidspunkt over for et stort spørgsmål – skulle Stelton sælges, eller skulle den drives videre i familien? Med en MBA i bagagen og en tydelig skabertrang trådte Mads til

som salgsdirektør med en aftale: Hvis han kunne bevise sit værd, kunne han overtage nøglerne. "Det fungerede – heldigvis!," smiler han, og han beskriver det, at overtage Stelton som en ære – og en mulighed for at forene arv og innovation.

"Det handler om at udvikle vores klassikere som bl.a. EM77-termokanden og samtidig skabe nye designs, som fx BRUS der ligger tæt på vores design DNA.," fortæller han.

For Mads er det vigtigt, at Stelton forbliver en nøglespiller inden for både dansk og interna-

tionalt design. "Min ambition er at modernisere virksomheden med digitalisering og bæredygtige initiativer, så vi er relevante i en verden i konstant forandring."

Han fremhæver også betydningen af arbejdsro og frihed til at sætte en klar retning.

"Michael har været utrolig respektfuld og tilidsfuld som bestyrelsesformand, og det har givet os alle et nyt drive."

Sammen med et stærkt team har Mads skabt

en fornyet dynamik i virksomheden.

"Vi er hurtige til at tilpasse os og tage action – noget, som både kunder og samarbejdspartnere sætter stor pris på. Vi er kun lige begyndt," siger han med et smil.

En personlig rejse

For Mads har det været en personlig rejse at finde den rette balance mellem privatliv og lederrolle. "Min familie er min trygge base. De giver mig både

ro og perspektiv – noget, der er uundværligt, når beslutningerne på jobbet presser sig på," fortæller han, og selvom arbejdsdagene ofte er lange, prioriterer han at være hjemme til aftensmad så ofte som muligt.

Som leder har han lært, at det ikke er muligt – eller effektivt – at tage sig af alle detaljer selv.

"I begyndelsen havde jeg en tendens til at gå for meget ned i småting, men jeg har lært, at nogle beslutninger skal tages hurtigt og med →



< Emma



Interior



Amphora



Fjord

Brus

rettet på at forbedre det interne samarbejde og styrke relationerne til designere for at sikre Steltons relevans og nytænkning.

"Vi har også taget et skridt tilbage for at vurdere, hvordan vi ville strukturere virksomheden, hvis vi startede den i dag. Det har givet os en klar plan for, hvordan vi kan optimere og udvikle os, samtidig med at vi holder fast i det solide fundament, Stelton allerede står på," forklarer han.

Hvad er planerne for Stelton fremadrettet

Fremtiden for Stelton handler om at bygge videre på det stærke fundament og samtidig tilpasse sig en verden i forandring. Med Stelton, Knabstrup Keramik og RIG-TIG samlet under ét tag har virksomheden en unik mulighed for at nå forskellige målgrupper, mens den stadig deler kerneværdier som kvalitet, funktionalitet og æstetik.

"Vi vil fortsætte med at udvikle klassikerne – men også skabe nye designs og interessante collabs, der kan bringe os tættere på et bredere internationalt marked," forklarer Mads. Samtidig er bæredygtighed og digitalisering vigtige pejlemærker i virksomhedens fremtidige strategi.

Når det gælder designbranchen i fremtiden, ser Mads en tydelig konsolidering, hvor store spillere bliver større, og færre dansk-ejede brands står alene tilbage. Men han ser det som en fordel for Stelton: "Vi er ikke fanget i tunge organisationsstrukturer eller langsomme beslutningsprocesser, og det giver os en unik position i markedet."

Han peger også på forbrugernes højere krav: "Folk vil have design, der giver mening – noget, der er funktionelt, æstetisk og langtidsholdbart. Det er præcis dét, vi arbejder med hos Stelton."

For Mads handler det også om at bevare det personlige i produkterne.

"Vi vil fortsætte med at udvikle produkter, der kan holde i årtier og samtidig bringe glæde og funktion ind i hverdagen."

Fremtiden er tænkt ind

"2024 har været et stærkt år med godt momentum, og vi er kun lige begyndt," siger han med et glimt i øjet. Han erkender, at året har været præget af et udfordrende marked, men med et dedikeret team og klare ambitioner er han fast besluttet på at føre Stelton ind i et nyt kapitel – hvor både designarven og innovationen kan trives.

Arne Jacobsen



Interior

Vi er drevet af at skabe forandringen

Målbar hjælper danske virksomheder med at få styr på deres klimaaftryk, med at lave virksomhedens grønne regnskab, og analysere, hvor det er mest effektivt at sætte ind. Jakob Aaen slår fast, at der er et stigende pres fra mange sider for netop at få styr på klimaregnskabet, men at den altoverskyggende udfordring er at få de data, der skal bruges.

Tekst: Pia Finne | Foto: Målbar

Der er et stigende pres i forhold til at få styr på sit klimaregnskab". Det mærker Jakob Aaen, der for fire år siden etablerede Målbar sammen med Anders Koefoed, tydeligt.

"De kunder, vi fik ind i begyndelsen, var drevet af indtægt og forandring, og det er der mange, der stadig er, men rigtig mange af vores nye kunder kommer i dag, fordi deres B2B-kunder nu efterspørger dokumentation for, at man lever op til de CSDR-krav, der stilles. Faktisk fornemmer vi, at det er ved at være en præmis for rigtig mange samarbejder".

"Præmissen har ændret sig, og dermed også

vores rolle. Vi er drevet af at skabe forandringen, og vi har synliggjort, at man kan skabe forandringen uden at vende virksomheden på hovedet", forklarer Jakob Aaen, der videre forklarer, at der er to sider af sagen.

"De første skridt kan tages uden at vende alting på hovedet, men skal vi ikke kun kradse i overfladen, og skal vi helt i bund, så handler det om at systematisere den databaserede bund for forandring, kigge på forretningsmodeller, og se på, hvor det kan betale sig at sætte ind".

Det Målbar typisk rådgiver til, er at analysere de produkter, der driver omsætningen. "For noget

af det, vi taler mest om, er proportionaliteten. Det kan være, vi kan opleve en stor reduktion på et enkelt produkt, men akkumulerer det ikke til noget, er det ikke værd at bruge energi på. Alle kan påstå reduktioner, men er de 80 pct. af et lille tal, er det ligegyldigt. Vi ser på, hvor det giver mening, at bruge sit krudt, og så at sige, plukke de lavthængende frugter", forklarer Jakob Aaen.

De altoverskyggende udfordringer er data, fastslår han. For de er svære at indsamle igennem en hel forsyningskæde. Det tager lang tid at skaffe dem, og det er et nyt sprog for os alle sammen. Jakob Aaen fortæller også, at Målbar hjælper



Jakob Aen og Anders Kofoed startede Målbar for fire år siden



Målbar var med på Lifestyle & Design Clusters event under 3daysofdesign

med GHG-rapportering, og han forklarer, at over 90 pct. af klimareduktionen hænger på produkterne. "Så skal der ske reelle forandringer, skal der ske i forhold til produkterne; materialer, transport med videre. Men vi må også sande, at vi er i vores leverandørers nåde, for er de ikke med, så kommer det ikke til at ske".

Der, hvor man kan møde modstand, er ofte, når man f.eks. skal have informationer om, hvor meget spildmateriale der er, eller andet forretningskritisk data, som leverandørerne ikke altid er villige til at dele, og det er faktisk en stor udfordring. Typisk gælder det i lange forsyningskæder, som f.eks. i forbindelse med belysning, hvor der er montage, skærme, lyskilder og meget mere, der produceres forskellige steder, fortæller Jakob Aen

Digitalt produktpas

Alle produkter i dag skal have et digitalt produktpas. Vi skal vide, hvad der er i vores varer. Men i bl.a. designbranchen er det nyt og ikke noget, vi er vant til. "Designbranchen har været drevet af designet og af de mere emotionelle grunde til, at produkter ser ud, som de gør. Derfor var det også indenfor møbler og belysning, vi startede for fire år siden. I begyndelsen med et avanceret Excel-ark udviklet til branchen, og snart arbejder vi med en webbaseret platform, der kan beregne på ethvert industrielt produceret produkt", forklarer Jakob Aen.

Ideen til Målbar opstod, da han og Anders Kofoed var kollegaer i FDB Møbler som international salgschef og CSR ansvarlig. "Vi opdagede, at vi manglede et sprog, for vi var hele tiden bange for greenwashing". Så drevet af at skabe et fælles sprog, og at gøre det nemmere at bruge det kommercielt og i høj grad også i produktudvikling, skabte de Målbar, og han forklarer:

"I dag kigger vi bl.a. ind i, hvad der sker, hvis man bruger én type træ fremfor en anden, eller hvis man producerer i det ene land frem for det andet. Dog oplever vi ofte, at vi kommer for sent ind i processen, så muligheden for at gå den rigtige vej fra begyndelsen forspildes. Det betyder reelt, at man kunne have gjort mere for færre midler, hvis man havde været på forkant".

Det, Målbar arbejder med, er data, og derfor er



"Der er et stigende pres i forhold til at få styr på sit klimaregnskab". Det siger Jakob Aen fra Målbar

det vigtigt, at have hele fortællingen, så man kan regne på, om noget er godt eller skidt.

I forhold til, hvad Målbar kan beregne på i dag, forklarer Jakob Aen, at det gælder 16 kategorier inden for alt fra ødelæggende påvirkninger af ozonlaget til mikropartikler og forurening af verdenshavene. Alt i alt; den samlede skadelige effekt af produktet.

I den kommende webbaserede løsning har kunderne selv mulighed for at beregne på de 16 miljøpåvirkninger, så virksomhederne kan få en komplet oversigt over den samlede miljøpåvirkning – ikke kun klimabelastningen; men også uledningen af CO2 ækvivalenter.

Man skal se på helheden

Klimabelastningen er dominerende, som det ser ud lige nu, men der findes altså mange andre parametre, og Jakob Aen mener klart, man skal kigge på helheden. Blandt de første, der har gjort det, er møbelvirksomheden TAKT, der i samarbejde med Målbar har offentliggjort de første fulde PEF-beregninger (den nye og omfattende måde, man beregner på) på deres stoleserier. "Der har ikke været mange facitlister at holde sig til, og den første PEF-beregning på et møbel tog halvandet år, men nu er deres leverandørkæde dokumenteret af Bureau Veritas. Så det handler om at have ro i maven og tro på at den vej, vi bevæger os, er den rigtige, og vores opgave er at hjælpe

virksomheden med at tage de rigtige kampe – der hvor det batter".

Jakob Aen er ikke i tvivl om, at der fremadrettet vil ske rigtig meget på området, og at dokumentationskravene kun vil stige.

"Det betyder noget i forhold til de virksomheder, man samarbejder med, men vi hører også, at det betyder noget i forhold til at tiltrække medarbejdere. Er man ikke aktiv på miljøfronten, er man ikke interessant som arbejdsplads".

Fællesnævneren er data

At fællesnævneren for arbejdet med at dokumentere miljøpåvirkningen er data, slår Jakob Aen helt fast. Hvor køber man varerne, af hvem og hvordan. Det er data, der gør, at vi kan træffe beslutninger, der giver mening".

Han anbefaler, at man ikke laver en målsætning, før man har lagt en plan, så man kan se, hvad der er realistisk. Men han siger også, at man ikke skal håbe på, at det bliver nemmere om nogle år, for det gør det ikke.

Så step 1: få skabt en base af data. Step 2 er forandring i virksomheden.

"Tiden hvor arbejdet med ESG kunne bo på to skriveborde er forpasset. ESG skal forankres hele vejen igennem virksomheden og på tværs af afdelinger, ellers er det en umulig kamp at kæmpe, og ledelsen har et ansvar for at få lavet en plan, der kommer ud og lever".

Han understreger også, at det er en god idé løbende at arbejde med det grønne regnskab, så det ikke laves i panik lige inden deadline for derefter at ende i en skuffe, så man kan starte forfra næste gang, det skal afleveres. "Man skal acceptere, at det er en løbende proces".

For Målbar handler det om hele tiden at være på forkant. "Vi vil helst være et års tid foran vores kunder med nye teknologier, nye data, nye materialer og nye muligheder, der er værd at undersøge. Der sker meget på produktionsformer, nye metoder til overfladebehandlinger med mere, og det er vigtigt for os at være en del af løsningen frem for at stå i hjørnet og påpege fejlene", fastslår Jakob Aen, der beskriver Anders Kofoed og ham selv som nysgerrige mennesker, der hele tiden har følehornene ud på konferencer i mange forskellige brancher, så man får ny viden om alt fra metaller til fibre og meget andet.

"Håbet er, at vores virksomhed bliver en kollektiv hjerne for branchen", siger han, og han oplever, at der er en større vilje i den danske designbranche til at dele gode og dårlige erfaringer.

Verden har ikke brug for flere stole

Jakob Aen mener, vi bliver nødt til at gentænke den måde, vi driver designvirksomhed på. "Verden har ikke brug for flere stole. Vi har allerede flere stole, end vi er mennesker, så vi er nødt til at tænke over, hvordan vi bedst udnytter de ressourcer, der er i spil, vedligeholder dem og holder dem aktuelle. Og tilføjer vi et nyt produkt, skal vi gøre os klart, hvad det tilføjer, hvad kan det, og hvad det erstatter, for er det en ny variant af noget, der findes i forvejen, er det en stakket frist i forhold til forbrugeren".

Der sker en del nu, men om det går hurtigt nok, er Jakob Aen ikke sikker på. "Virksomhederne skal tænke over, hvordan de skaber en forretningsmulighed, der er bæredygtig for de produkter, der er på markedet. Det gælder service, take back, muligheden for at pleje og vedligeholde sine produkter og måske leasing, for hvorfor skal vi eje 47 vaser?".

Han kalder tiden netop nu for spændende. "Alt er oppe i luften lige nu, og vi har ikke helt fundet lyset, men vi synes dog, vi ser det".

Det er mit livsprojekt

Maria Manel Bøge startede virksomheden Manelleh med et klart purpose; at hjælpe kvinder i Bangladesh med at få et værdigt job og derigennem få en frihed. Det er nu tre år siden, og i dag er hun godt på vej, og hun udbygger nu onlinevirksomheden med salg til detailhandlen.

Tekst: Pia Finne | Foto: Manelleh

For tre år siden, startede Maria Manel Bøge Manelleh op i sin private bolig. Siden har virksomheden udviklet sig. Missionen er stadig den samme; at gøre en forskel, at sætte et aftryk og at hjælpe kvinder i Bangladesh til værdige jobs, der gør det muligt for dem at forsørge sig selv og deres familier.

For tre år siden lavede vi et interview til Designbase hjemme ved spisebordet, i dag foregår det i et kombineret showroom, kontor og lager på Islands Brygge, hvor Maria driver sin virksomhed fra, og hvor hun har fået overskud til at ansætte en sælger og en praktikant.

"Da jeg startede Manelleh var det med "lidt har også ret" som udgangspunkt. I dag er det en forretning, der sikrer, at over 50 kvinder i Bangladesh har fast arbejde og dermed mulighed for et bedre liv," fortæller Maria.

Hun arbejder stadig med upcycledede sari'er, økologisk bomuld hvor det er muligt, jute og kurveflet. "Vi søger de materialer, der skader miljøet mindst muligt, men ingen er 100 pct. bæredygtige, og det er vi heller ikke, for vi har ikke mulighed for at tjekke alle materialer hele vejen tilbage i værdikæden," lyder det.

Og forbrugerne køber helt klart ind på Manellehs mission, og rigtig mange af Marias kunder

vender tilbage, fordi de kan lide kombinationen af smukke, håndlavede produkter, som man kan købe med god samvittighed, fordi man gør en forskel. Og kundegruppen vokser.

"Mit mål har været at doble omsætningen hvert år. Det er ikke helt lykkedes, men salgskurven er støt opadgående," siger Maria. Det betyder også, at hun nu er nået dertil, hvor hun første gang i 2024 har kunnet give sig selv en lille løn, bl.a. fordi hun har fået investorer ind i virksomheden, Annette og Poul Due Jensen, og det har gjort det muligt at tage Manelleh til et nyt niveau.

"At flytte ind i lokalerne på Langebro og få to gode investorer med, det var virkelig en af de milepæle, der gjorde, at vi kunne tage et stort skridt på rejsen i forhold til at opbygge virksomheden."

Bordet fanger

Med vækst og succes kommer også flere forpligtelser, og som Maria selv siger det: "Nu fanger bordet på en anden måde, end da jeg bare var mig selv. Nu skal der betales en husleje, og så føler jeg et ansvar for, at over 50 kvinder, som jeg efterhånden er kommet til at lære at kende, og som jeg har besøgt i deres hjem, har et job."

Og Maria vil gerne gøre det muligt at beskæf-



ambiente

7.–11. 2. 2025
FRANKFURT / MAIN

MEET
UP AT
THE
MARKET

christmasworld

7.–11. 2. 2025
FRANKFURT / MAIN

creativeworld

7.–10. 2. 2025
NEW: Friday to Monday
FRANKFURT / MAIN

Et stort udvalg er afgørende: nye produkter, trends, brancheinformation og inspiration. I Frankfurt præsenterer tre førende messer dig for en enestående række muligheder på det internationale marked – fra sæsonbestemt dekoration til gør-det-selv, med et imponerende udvalg af forbrugsvarer til alle livsstile.

Besøg Frankfurt.
consumergoods.messefrankfurt.com
dimex@dimex.dk
Tlf. 39 40 11 22

messe frankfurt

→ tige endnu flere kvinder, så de fremadrettet kan bidrage på lige fod med mændene, sende børnene i skole og i det hele taget have frihed.

"Så når jeg er træt og synes, der er lidt for meget modstand, så tjekker jeg ind i mit purpose", siger hun med et smil.

I de tre år, Maria Manel Bøge har drevet virksomhed, har intet været normalt. Markedet er utilregneligt, og det bevæger sig op og ned. "Det har helt klart være stressende ind imellem, men så siger jeg til mig selv: Er jeg glad for det, jeg laver? Ja. Vokser forretningen? Ja. Vil jeg gerne gøre mere? Ja. Og så er der jo ikke så meget at tale om."

Hun fortæller også, at hun fra begyndelsen indlagde en økonomisk buffer, og at hun har haft sit bagland med hele vejen. "Ellers kan det ikke lade sig gøre."

En af Marias store fordele er, at hun kommer fra et topjob i en stor concern. Det betyder, at hun fra begyndelsen har haft styr på den økonomiske planlægning. Men der er også rigtig mange ting, hun bestemt ikke havde prøvet før, og som kom bag på hende.

"I begyndelsen var det sværeste ikke at føle panik, når salget bevægede sig op og ned. Nu føler jeg mig på nogenlunde sikker grund. Noget andet, der har været rigtig svært er faktisk at være alene om alt, og selv om man har en god familie og venner, der støtter, så står man alligevel alene med hele ansvaret. Samtidig skulle jeg jo så også finde ud af, hvordan man driver en onlineforretning med onlinemarkedsføring og -kommunikation, og det har været en kæmpe mundfuld - og er i øvrigt stadig svært. Men noget af det, man i hvert fald må sande er, at det koster penge at tjene penge - også online."

Men nu er hun også klar til at tage skridtet videre, for når salget vokser, vokser også sårbarheden, og derfor vil Maria udbygge med firmajulegaver, ligesom hun netop har ansat en sælger, der skal tage fat i relevante detailbutikker, der har lyst til at købe ind på Manellehs purpose, og som har samme tanker om social ansvarlighed. "Med andre ord vil jeg gerne finde butikker, der kan fortælle historien om Manelleh, og som har lyst til at være en del af den. Jeg føler, Manelleh nu står et sted, hvor vi kan levere, og hvor vi har helt styr på produktion og kvalitet, for det, mener jeg, man skylder dem, man samarbejder med."

Men hun slår fast, at onlinebutikken fortsat vil være hendes motor.

Jeg har bestemt ikke fortrudt

Selvom udfordringerne har været mangfoldige, har Maria ikke fortrudt et øjeblik, at hun tog springet og startede Manelleh.

"Det er mit livsprojekt. Det føles godt og uanset, hvordan det går, vil det altid give mening at skabe jobs til kvinder i den tredje verden. Men når det er sagt, det er ikke et charity-projekt, og der skal omsætning til, ellers er der ingen forretning. Derfor er det også en fornøjelse at se, at virksomheden vokser. Jeg er nået dertil nu, hvor jeg kan



Maria Manel Bøge står bag Manelleh, som hun kalder sit livsværk

sætte det lange lys på, og se det store perspektiv, og med det glæder jeg mig til at se, hvad de næste niveauer med Manelleh bringer i de kommende år", slutter Maria Manel Bøge.



Fra showroomet og butikken på Islands Brygge

messe frankfurt

christmasworld



7. – 11. 2. 2025
FRANKFURT / MAIN

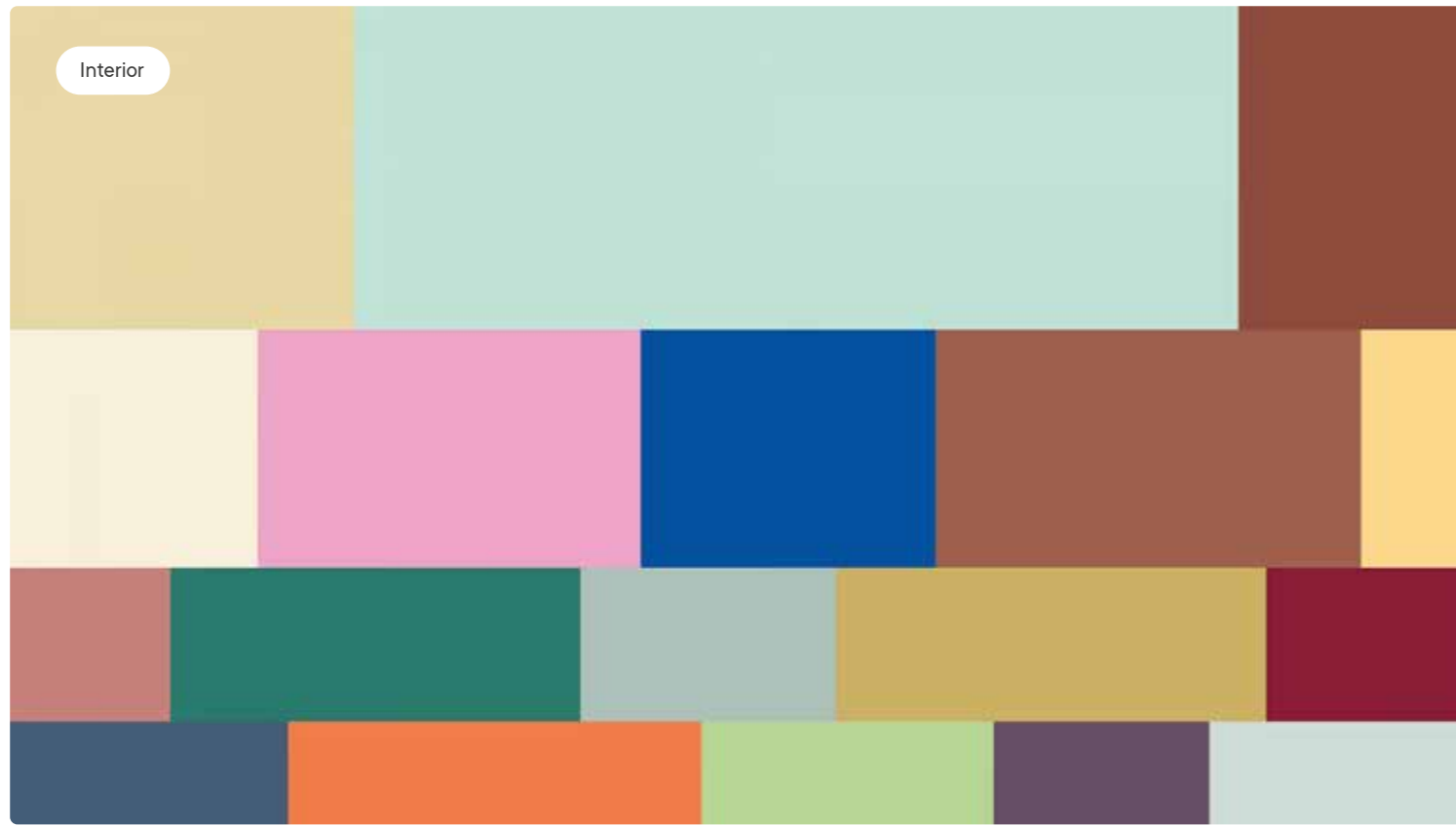
where
wishes
come
true

Sæson- og festdekorationer, blomsterhandlerartikler og havepynt

Glæd dig til at opdage verdens største udvalg af sæson- og festdekorationer, blomsterhandlerartikler og havepynt. Et enestående eventprogram, der fremviser de nyeste temaer og trends, venter dig.

Få din billet på
christmasworld.messefrankfurt.com

dimex@dimex.dk
Tlf. 39 40 11 22



Farvepaletten

Fra tradition til innovation: Heimtextil Trends 25/26

'Future Continuous' åbnede op for spændende nye perspektiver på tekstilindustriens fremtid på Heimtextil

Tekst: Pia Finne | Foto: Messe Frankfurt

Tekstiler fortæller historier. De bærer på minder, afspejler identiteter og dokumenterer sociale forandringer. Et kig ind i deres fortid muliggør en dybere forståelse af status quo og genopliver glemte praksisser. Men hvordan kan vi lære af fortiden i forhold til at forme en mere bæredygtig og bevidst fremtid?

Heimtextil Trends 25/26, kurateret af Alcova,

forsøger at give svaret. Gennem seks inspirerende interviews får tekstilerne en stemme, og deres historier bringes til live.

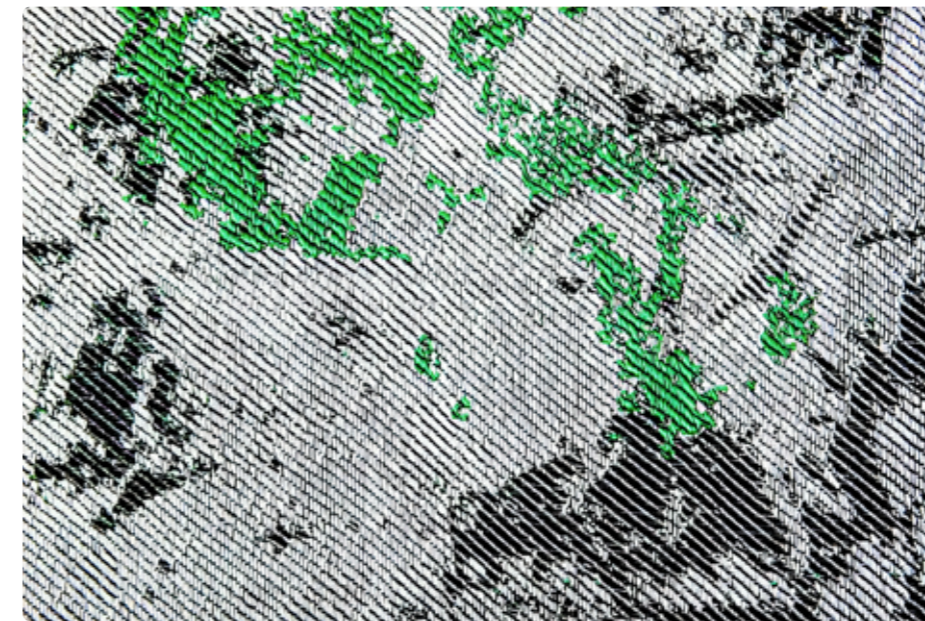
I samarbejde med grundlæggerne af Alcova præsenterede Heimtextil i Frankfurt Heimtextil Trends 25/26 under titlen 'Future Continuous' - der giver et visionært perspektiv på tekstilers vidtrækkende betydning ved at vise deres cen-

trale rolle i den teknologiske, kulturelle og økologiske udvikling.

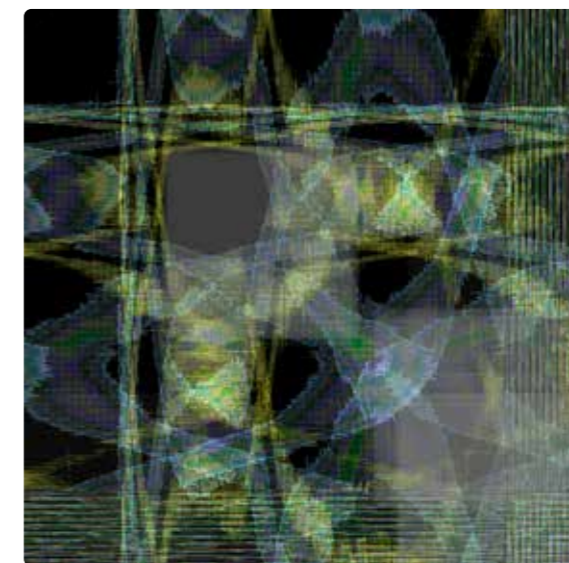
'Future Continuous' åbner op for spændende nye perspektiver på tekstilindustriens fremtid. Alcova har gennemført seks banebrydende interviews med internationale designere, tekstilforskere og repræsentanter for foreninger og institutioner fra deres netværk, der belyser forskellige



Ilse Crawford



Grren Source code. mutation of Ava Maria og MIT



Woven sound. Janis Jefferies og Tim Blackwell

aspekter af tekstilindustrien. Disse historier fletter tradition og innovation, håndværk og moderne teknologi sammen - og inviterer os til at udforske nye veje for den tekstile fremtid.

Tekstiler er meget mere end bare stoffer - de er dybt indlejret i historie og kultur. Selv ordet 'tekst' kommer fra det latinske 'texere', som betyder 'at væve' og viser, at tekstiler fungerede som et udtryks- og kommunikationsmiddel længe før skrivningen. De forbinder fortællinger, fletter historier sammen og har været en central komponent i vores teknologier i tusinder af år.

Janis Jefferies, en pioner inden for tekstilforskning, gør det klart i interviewet: Spinding og vævning af fibre var den første menneskelige teknologi og dermed grundlaget for arkitektur og matematik. I dag er tekstiler i fokus for en ny, bæredygtig måde at tænke på: Væk fra ren "genbrug, reduktion og genbrug" til regenerativt landbrug og et sprog, der taler om "genopretning, fornyelse og genopfyldning".

Denne udvikling markerer et dybtgående skift i bæredygtighedsdiskursen - mod en holistisk tilgang, hvor tekstilerne ses som nøglen til en bæredygtig fremtid.

Renæssance for naturfibre og traditionelt håndværk

Midt i den hurtige, digitale verden vokser der en bevægelse, der fører tilbage til de fysiske, håndgribelige aspekter af livet. Tekstiler spiller en central rolle i det: De forbinder mennesker med deres kulturarv og skaber en kontrast til den virtuelle eksistens gennem deres taktile kvalitet.

I den nuværende brug-og-smid-væk-kultur, der favoriserer kortlivede, ofte ikke genanvendelige produkter, står tekstiler og håndværk for autenticitet, bæredygtighed og ægte værdier. De skaber et øjeblikks mindfulness i en verden domineret af skærme - og giver følelsen af virkelig at kunne røre ved noget igen.

Ilse Crawford, anerkendt indretningsarkitekt og grundlægger af Studiollse, understreger også: I en stadig mere digital og kropsløs verden er der et dybt behov for fysisk forbindelse. Naturfibre som hamp, jute, hør og brændenælde gør et bemærkelsesværdigt comeback. De er blevet værdsat i århundreder for deres holdbarhed og komfort.

Christine Ladstætter, Innovation Manager hos Salewa, påpeger et andet vigtigt aspekt: I de seneste årtier har der været en tendens til en større påskønnelse af lokale materialer og teknikker. Hendes projekter understreger håndværkets voksende betydning. Fokus er på at fremme lokalt landbrug og bevare traditionelle pastorale landskaber.

→ Cirkularitet og gennemsigtighed som grundlag for fremtiden

Hurtigt forbrug og en brug-og-smid-væk-kultur dominerer verden i dag. Men vigtigheden af omhu og fremsynethed bliver mere og mere tydelig - også i tekstilindustrien. Sektoren er på randen af forandring: Mod en bæredygtig, forbundet og gennemsigtig fremtid.

Dirk Vantghem, generaldirektør for Euratex, understreger, at tekstilsektoren i EU i øjeblikket mere end nogensinde er i centrum - ikke mindst takket være den europæiske grønne pagt. I en tid med global usikkerhed vokser behovet for holdbare, funktionelle og bæredygtige produkter. Mange producenter bruger ofte udtryk som "bæredygtig" eller "cirkulær" vilkårligt. Derfor kæmper Europa-Parlamentet for mere sporbarhed i forsyningskæden - og dermed bekæmper greenwashing og gør det muligt for forbrugerne at træffe mere informerede købsbeslutninger.

Simone van der Burg og Lucas Evers, begge gruppeledere i WAAG Future Lab, understreger vigtigheden af åben og samskabende produktion. Deres tilgang sigter mod at bruge lokale ressourcer såsom farvestoffer og fibre fra naturlige kilder. Fokus her er på demokratisering af produktionsprocesser: Designere og kreative får adgang til open source-værktøjer og ressourcer til at eksperimentere frit - uden høje omkostninger.

Den italienske designer og foredragsholder Eugenia Morpurgo opfordrer til en grundlæggende gentænkning af landbrugspraksis i teks-

tilproduktion og en bevægelse væk fra oliebase-rede materialer. Hun advarer mod økonomiske modeller, der favoriserer engangsprodukter frem for langtidsholdbare alternativer. Hendes projekt 'Syntropic Materials' undersøger regenerativt landbrug som en bæredygtig løsning for tekstiler og fødevarer. Målet er at forbedre jordens sundhed og biodiversitet.

Morpurgo understreger, at de reelle omkostninger - fra ressourceforbrug til jordens frugtbarhed på lang sigt - skal tages i betragtning ved vurderingen af bæredygtighed.

Farver, der fortæller historier

Fra naturligt grøn til petrol og ufuldkommen pink - Heimtextil Trends 25/26 præsenterer en visionær farvepalet, som Alcova har fortolket både visuelt og sprogligt.

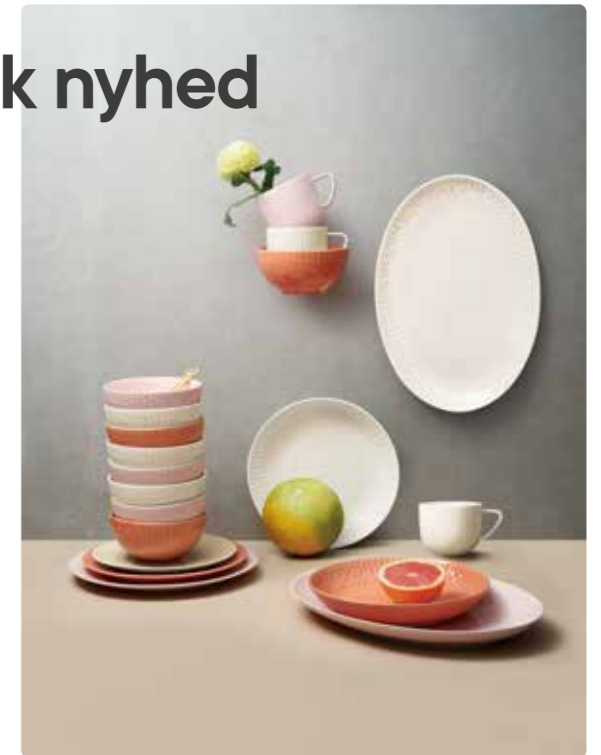
Inspireret af de seks interviews fletter farverne de ideer og koncepter, der kom frem i diskussionerne. På den måde fortæller de en levende historie. Naturlige, ublegede toner møder dynamiske, levende farver og afspejler spændingen mellem tradition og innovation. Denne kontrast repræsenterer en aktiv balance, der konstant udvikler sig - kendetegnet ved fornyelse, vækst og en fremadrettet vision, der rækker ud over blot bæredygtighed.



Wellbeing Collection, Studiollse x Nanimarquina, 2019

En cremet og smuk nyhed

Det farverige Confetti stel fra designhuset aida udvider nu deres populære LIFE IN COLOUR univers med en ny og elegant farve: Vanilla.
www.aida.dk - sponseret



Shea Bloklys

ASP-HOLMBLAD's nye Shea lys er de første bæredygtige, 100% plantebase-rede lys.
www.asp-holmblad.dk - sponseret



Cathay Pacific first lounge. Interior design by Studiollse

temprakon®

Improve your sleep

Temperaturbalance

Temprakon dyner og puder er designet til at regulere din kropstemperatur, så du oplever en jævn og behagelig temperatur hele natten.

Made in Denmark

Med Temprakon får du certificerede kvalitetsprodukter, designet og produceret i Danmark af de fineste råvarer.

Komfort

Temprakon kombinerer omhyggeligt luksuriøst dun, blødt bomuld, termokapsler og ergonomisk skum for at give dig en optimal komfort.

www.temprakon.dk

80 år med Moomin-magi!



I anledning af Moomins jubilæum i 2025, lancerer Teministeriet to nye, unikke Moomin tindåser til te-elskere og entusiastiske samlere.

www.witt.dk - sponseret

LIFE IN COLOUR Confetti udvider serien

Det populære Confetti stel fra designhuset aida udvider nu serien med en elegant 20 cl kop, der er designet til at være både alsidig og stilfuld.

www.aida.dk - sponseret



Gode redskaber

En skarp universalkniv er uundgæelig i køkkenet, til syltning eller marmelade. Universalkniven fra Tamahaganes San-serie er særligt god til at skære frugt og grøntsager, mens skærebrættet i egetræ fra Global giver en sikker overflade at arbejde med dine knive på.

Uanset om man skærer tynde skiver til at sylte eller rustikke chips, er en mandolin et fantastisk værktøj at have ved hånden. Prøv denne fra Benriner!

www.sundqvist.se - sponseret



Stilfuld og effektiv affaldssortering

Bøvler dine kunder med at få sorteret affaldet? Med Reflect affaldssorteringsspande bliver det nemmere og pænere at komme af med sit skrald.

www.evbasolo.com - sponseret

Gense giver klassisk design nyt liv

Thebe var Genses første moderne bestikserie i rustfrit stål – skabt af den anerkendte designer Folke Arström, der forenede smukke linjer med høj kvalitet og satte en ny standard for bestikdesign. Den tidløse og klassiske form har gennem årene bevaret sin elegance, og Thebe fremstår lige så nutidigt i dag, som da det blev skabt tilbage i 1944. Med Thebe Edition 2024 præsenterer Gense et smukt eksempel på, hvordan klassisk design kan tilpasses den moderne æstetik og funktionalitet, som nutidens borddækning kræver.

www.fh-group.dk - sponseret



Trädgårdsdetaljer för din personliga stil

SVENSK TIDLÖS DESIGN. I nästan två decennier har vi skapat funktionella trädgårdsdetaljer utan att göra avkall på design och stil. Med tidlös formgivning och återvunna rustika material håller våra produkter säsong efter säsong. Oavsett om du har en stor trädgård, liten täppa eller balkong, hjälper vi dig att sätta en personlig stil på ditt gröna rum

Upptäck hela vårt sortiment på Formland J 7352.

eldgarden.se
@eldgarden

Fuldt fokus på EU's konkurrenceevne

"En flot og samtlende tale fra statsministeren". Sådan lyder reaktionen fra Morten Langager, direktør i Dansk Erhverv, på statsministerens nytårstale: "Det er godt med fokus på vores konkurrenceevne, arbejdspladser og et stærkere Europa. Vi står nemlig i en skæbnestund, hvor Europa er kørt over af blandt andre USA og Kina."

Danmark overtager 1. juli 2025 EU-formandskabet. Og det er i Dansk Erhvervs optik et kæmpestort og vigtigt ansvar, som regering skal løfte.

Dansk Erhverv mener, at der er et stort og akut behov for at få saneret en masse af de regler og administrative byrder, som i disse år rammer dansk erhvervsliv.

Lige nu koster de danske virksomheder 36 milliarder kroner hvert eneste år, og på bare to år er mængden af administrative byrder for danske virksomheder øget med hele seks milliarder kroner.

Som Draghi-rapporten mindede os alle om, så halter det med EU's konkurrenceevne. Der skal ske meget, og det skal ske hurtigt.



Nye regler styrker vores forbrugersikkerhed

13. december 2024 trådte en ny produksikkerhedsforordning i kraft. Under betegnelsen GPSR-forordningen fastsættes der nu skærpede regler for sikkerheden ved forbrugerprodukter, som bliver sat til salg indenfor EU. Forordningen omfatter alle de virksomheder, der er med til at bringe produkter ind på EU-markedet. Hos compliance-specialisterne Mediator har man siden 2011 bygget bro mellem producenter og dem, der går til markedet med varer. Her hilser man den nye lovgivning velkommen, og ifølge Jens Haugaard, der er CEO hos Mediator, får især et element afgørende betydning for danskerne.

"De nye regler er en sejr for forbrugersikkerheden i Danmark – ingen tvivl om det. Især de

strengere krav til sporbarhed vil betyde, at importerede varer kommer til at matche europæisk lovgivning. Konkret vil man – uanset om varen er købt i en fysisk butik eller på en dansk webshop – fremover være langt mere sikker på, at produktet, man pakker ud, er identisk med det, som man har bestilt, siger Jens Haugaard og uddyber:

Produksikkerhedsforordningen stiller højere krav til, at alle produkter skal vurderes i forhold til sikkerhed, og det vil give mere sikre produkter på markedet. Hvis man eksempelvis har købt nogle produkter, der senere viser sig at være farlige, er det nu nemmere for producenterne at advare forbrugere og hjemkalde produkterne.

8 ud af 10 danske butikker oplever stigninger af butikstyverier

En ny undersøgelse blandt Dansk Erhvervs medlemmer viser, at 8 ud af 10 virksomheder har oplevet en stigning af butikstyverier de senere år, og samtidig viser tal fra Danmarks Statistik, at udviklingen i anmeldte butikstyverier er steget markant inden for de seneste år. Alene i 2023 blev der anmeldt 25 pct. flere butikstyverier sammenlignet med året før og 50 pct. flere end i 2019. Foreløbige tal for 2024 viser at antallet af butikstyverier steg igen i 2024 med mellem 10 og 15%.

60 pct. af detailhandelsvirksomhederne var udsat for butikstyveri

i 2023. Det gælder 64 pct. af detailhandelsvirksomhederne inden for dagligvarer. Andelen er lidt lavere for dem, som sælger udvalgsvarer. Her var 59 pct. udsat for butikstyverier i 2023.

Blandt virksomheder, der primært beskæftiger sig med udvalgsvarer, er det 69 pct., som har oplevet en stigning i antallet af butikstyverier – 38 pct. har oplevet markant flere butikstyverier, mens 32 pct. har oplevet lidt flere butikstyverier. Knap hver fjerde virksomhed har oplevet et uændret antal butikstyverier.

Positiv ledelsesadfærd mindsker risikoen for depression og angst



Ny forskning fra Det Nationale Forskningscenter for Arbejds miljø (NFA) peger på, at positiv ledelsesadfærd kan være et af de værktøjer, der kan være med til at mindske risikoen for en depression eller angstlidelse. Positiv ledelsesadfærd er for eksempel lederens engagement i medarbejderens faglige udvikling og støtte.

"Den nye undersøgelse viser en sammenhæng mellem niveauet af positiv ledelsesadfærd, som medarbejderne oplever, og medarbejdernes risiko for at blive ramt af behandlingskrævende depression eller angst," siger psykolog, ph.d. Kathrine Sørensen, der har lavet undersøgelsen som en del af sin ph.d.-afhandling på NFA, og hun mener, den kan være en påmindelse til organisationer og virksomheder om at prioritere

ledernes rolle og ressourcer i forhold til arbejdet med at skabe et godt arbejdsmiljø.

"Studiet giver et fingerpeg mod, at hvis arbejdspladserne prioriterer arbejdet med at skabe positiv ledelsesadfærd, kan der kan være noget at hente i forhold til mistrivsel, sygdom og mentale helbredsproblemer hos medarbejderne," siger Kathrine Sørensen.

Kathrine Sørensen understreger dog også, at det stadig er relativt få af dem, der går på arbejde uden at møde positiv ledelsesadfærd, der bliver syge af det.

I undersøgelsen, der inkluderer dem, der ikke har fået behandling før, er det to procent af dem, der rapporterer lave niveauer af positiv ledelse, der ender med at få brug for behandling med medicin eller i psykiatrien.

"Men omfanget kunne ifølge den nye forskning sandsynligvis være endnu mindre, hvis den positive ledelsesadfærd blev øget ude på arbejdspladserne," siger Kathrine Sørensen.

Forskningen er støttet af Arbejds miljøforskningsfonden.



Ny platform på Stockholm Furniture Fair

I 2025 lancerer Stockholm Furniture Fair det spændende initiativ Industry Talks – et seminarprogram dedikeret til tidens mest presserende emner inden for designbranchen. Med fokus på innovation, bæredygtighed og cirkulær transformation inviterer Industry Talks til dybdgående

samtaler og vidensdeling. Programmet er skabt i samarbejde med TMF, den svenske træ- og møbelindustris brancheorganisation, og bringer nogle af de mest indflydelsesrige eksperter, visionære tænkere og beslutningstagere fra design- og arkitektbranchen sammen.



Seks Finalister Nomineret til Formex Sustainability Award

Årets jury består af formand Maria Soxbo, journalist og medstifter af Klimatklubben, Malin Jensen, interiørdesigner, Maria Lagerman, specialist i cirkulære forretningsmodeller, Emma Olbers, designer, og Daniel Svahn, designer og indretningsarkitekt.

"De nominerede i år repræsenterer seks stærke bidrag med

imponerende niveauer af genanvendelse og ressourceeffektivitet. Det var let at nominere, men udfordrende at vælge en vinder. Siden første prisuddeling har vi kunnet se en tydelig tendens til stadig mere gennemtænkte forretningsarkitekt.

Svanemærket tildeler Svanemærket 2023 til Høie

"Det er inspirerende at se, at et stærkt norsk brand som Høie lever op til strenge miljøkrav, har fokus på kvalitet, og kommunikerer det på en eksemplarisk måde til markedet. Det er med til at gøre det lettere for forbrugerne at træffe gode valg." Det sagde Cathrine Pia Lund, administrerende direktør i Svanemærket, da hun forleden overrakte Svanepriisen 2023 til Høie.

"Årets vinder har markeret sig ved at fokusere på produktion af høj kvalitet, innovation og tidløst design, selv i et marked med stor konkurrence på prisen. Det gør, at deres produkter holder i generationer. Ud over at kommunikere de kreative og innovative i deres markedsføring. På den måde når

de også ud til nye og yngre målgrupper, f.eks. på sociale medier og i samarbejde med influencers." Juryen bemærker også, at prismodtageren lægger stor vægt på, at deres produkter er Svanemærkede, og vigtigheden af dette. Annoncer, indhold på sociale medier og andet markedsføringsmateriale har et fantastisk visuelt udtryk. Den høje kvalitet af markedsføringen gælder, uanset om den kommunikeres til private eller professionelle kunder. "Tekstilindustrien har et presserende behov for omstrukturering. Derfor er det særligt imponerende, at en norsk producent med en tradition sætter kvalitet og bæredygtighed først, så kunderne kan sove godt om natten, med lidt bedre samvittighed."





VILLA COLLECTION

DENMARK

En oplevelse for alle sanser

Shoku er et japansk ord, der betyder mad eller spise. At spise handler ikke kun om at stille sulten, men også om nydelsen og fællesskabet omkring måltidet.

Shoku-stellet komplementerer maden, borddækningen og selskabet med sin enkle æstetik, rene, organiske linjer og glasurens silkebløde udtryk.