

ÅRETS MØBELSEMINAR

**Nye tendenser - Nye markeder
Nye kanaler**

Den 1. december bød vi i **Lifestyle & Design Cluster** inden for hos vores konsortiepartnere VIA Design, der havde stillet de fine lokaler i Angligården til rådighed.



Starten på julemåneden blev også starten på årets store møbelseminar. Den 1. December bød vi i Lifestyle & Design inden for hos vores konsortiepartnere VIA Design, der havde stillet de fine lokaler i Angligården til rådighed. Dagen bød på oplæg for møbelbranchen med et fælles afsæt i de tre tematikker for dagen; nye tendenser, nye markeder og nye kanaler. Her rundede flere oplægsholdere dominerende emner, der fylder meget på dagsordenen. Vores direktør Betina Simonsen bød velkommen til de 130 fremmødte designere, virksomhedssejere og ledere samt andre interesserede.

Herefter tog vores egen digitale nørd Heidi Svane over. Hun tog en virtuel temperatur på, hvordan den digitale udvikling ser ud i dag. Mange danske møbelvirksomheder er godt med, men der er også dem, der halter efter udviklingen.

Nye kanaler

Annabel Kilner fra britiske MADE.COM fortalte om, hvordan de har opnået stor succes med at crowdsource design, producere og levere med lynets hast og ikke mindst udelukkende sælge via onlinekanaler. MADE.COM har endnu ikke gjort deres indtog på det danske marked, men de satser kraftigt på, at de skandinaviske markeder bliver de næste i deres omfattende udvidelse af det udelukkende onlinebaserede firmas enorme produktkatalog.

Mette Rode fra Lauritz.com fortalte om, hvordan hun og Lauritz.com har udviklet sig over de senere år. Fra at være et udelukkende offline auktionshus til nu at være massivt til stede online, hvor 160.000 mennesker daglig frekventerer hjemmesiden eller deres app. En vigtig del af deres strategi har været at skabe en form for community, hvor der opbygges en loyal følgerskare. Og det må siges at være lykkedes for firmaet.

“At være digital betyder ikke bare, at man sætter en praktikant til at gøre noget ved ”det der Facebook”. Hvis man vil noget i dag, rent digitalt, så er man nødt til at ofre både tid, ressourcer og penge på at udvikle sin virksomhed i en digital retning. Man kan godt lade være med at gøre noget digitalt, men så skal du, for din egen skyld, være ualmindeligt skarp på alt, der er offline-baseret”



Hver nyhedsmail fra Lauritz.com lander i indbakken hos 400.000 modtagere, der sidste år hjalp firmaet med at runde den magiske milliard i omsætning. Udfordringen for Lauritz.com er derfor ikke online-baseret, den er langt mere analog. - Noget af det, der udgør en udfordring for os i en meget digital tidsalder, er, at vi stadig skal fysisk hjem til kunder, eller sælgere, der har et produkt, vi gerne vil sælge for dem. Vores udfordring er helt konkret at få varer på hylden. Vi var selv disruptive, før det blev et buzzword, men i dag er der mange andre, der disrupter branchen og muliggør salg af den type varer, vi traditionelt har levet af, via andre kanaler. Dét er vores primære udfordring i disse år, fortalte Mette Rode, der er medejer og bestyrelsesmedlem hos Lauritz.com. På en Skype-forbindelse tonede den tyske landechef for Etsy, Arne Erichsen, frem. Han fortalte om, hvordan Etsy modererer og styrer de over to millioner sælgere af hjemmelavede produkter og andre produkter.

Nye markeder

Kina har i lang tid været en dominerende faktor i møbelmarkedet. Først primært som producent, men over de senere år også som aftager af danske møbler i forskellige afskygninger. En af de afskygninger står danske FLEXA A/S, der sælger børnemøbler, for. De entrerede Kina for en håndfuld år siden og er siden vokset eksplosivt.

Som eksempel på det fortalte direktør Carsten Dan Madsen, at FLEXA hver måned får lukket virksomheder, der forsøger at kopiere og slå plat på deres produkter. Og så kunne han berette om, at Kina, trods den vestlige påvirkning, stadig er et markant anderledes land, end vi kender det fra Danmark.

“Kineserne køber hele værelser til deres børn. Ikke noget med en seng her, et bord fra IKEA, en stol fra et andet brand, nej, det hele fra den samme udbyder. De peger bare på det, de vil have, og så bliver det sådan, værelset sådan cirka skal se ud. Vi arbejder også med virtual reality, så køber kan hurtigt se, hvordan de udvalgte møbler vil se ud hjemme i deres egen lejlighed”, lød det.

Også Hans Thyge Raunkjær fra Hans Thyge & co. kunne berette om et anderledes marked i Kina, der dog har rigtig meget at byde på. Han fortalte meget detaljeret om, hvorfor tillid er vigtig i Kina. Noget, vi ofte tager for givet i Danmark, hvor tillid bare er noget, man har.

“Sådan er Kina bare ikke. Du skal gøre dig fortjent til kinesernes tillid, men når du har den, så stoler de også utrolig meget på din dømmekraft. Vi oplevede, at vi sad til et møde med vores kinesiske samarbejdspartnere, der havde bedt os møde op med et designforslag til en ny produktlinje. Der var cirka 100 forskellige forslag, og vi regnede med, at vi måske skulle bruge 20 af dem. Men kineserne var begejstrede og ville have det hele. ”Bare sæt det hele i produktion og se, hvad der virker”. Sådan er vi ikke rigtig i Danmark”, forklarede han.

Nye tendenser

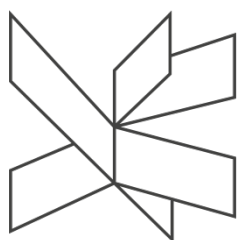
Small Living betyder ikke blot, at ens lejlighed eller hus er i den mindre afdeling. Det betyder også, at man forsøger at udnytte de uudnyttede rum i byen, finde de skjulte kvadratmeter, tænker kubikmeter fremfor netop kvadratmeter og generelt bare lever på en anden måde, end vi hidtil har været vant til.

“Noget af det, der udgør en udfordring for os i en meget digital tidsalder, er, at vi stadig skal fysisk hjem til kunder, eller sælgere, der har et produkt, vi gerne vil sælge for dem. Vores udfordring er helt konkret at få varer på hylden. Vi var selv disruptive, før det blev et buzzword, men i dag er der mange andre, der disrupter branchen og muliggør salg af den type varer, vi traditionelt har levet af, via andre kanaler. Dét er vores primære udfordring i disse år”.

METTE RODE
MEDEJER OG BESTYRELSESMEDELM, LAURITZ.COM

Netop den tendens fremlagde Mads Arlien-Søborg fra We Made It. Han fortalte blandt andet om baggrunden for tendensen med small living, hvordan han har oplevet det på egen hånd under optagelser til flere tv-programmer til DR K samt og hvordan small living kommer til at dominere den måde, vi indretter os på i fremtiden med blandt andet containerboliger og kæmpestore kollegier, hvor andre end bare studerende bor tæt sammen med adgang til fælles køkken og andre faciliteter.

Sidste mand på talerstolen var Jens Mathiasen, der er grundlægger af 2Rethink, som arbejder med bæredygtige og innovative indretnings- og designløsninger. Han forklarede og viste billeder og film fra det, der i hans optik bliver fremtidens arbejdspladser med alt, hvad det indebærer. Der blev bl.a. skubbet grænsen med arbejdspladser designet til en lille lur midt på arbejdsdagen, rekreative rum og ikke mindst teknologiske løsninger, der gør vores arbejdsdag i fremtiden meget mere high tech.



VIA University
College



Lifestyle & Design Cluster.