

Tilbagevendende møbelseminar kom godt fra start

Indblik i undervisningsforløb, forskning og daglig praksis i danske design- og møbelvirksomheder var stikordene for et netop afholdt møbelseminar på kunstakademiet (KADK) i København. Her mødtes møbelbranchen for at udpege nye veje for samarbejde mellem undervisning, forskning, designpraksis og erhverv.

”Seminaret var arrangeret på anbefaling af Tænk tanken, som arbejder for at fremtidssikre Danmarks førende position inden for møbeldesign og –produktion”, forklarer direktør Betina Simonsen fra Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning, der stod bag et møbelseminar spækket med talere fra branchen og dens uddannelsesinstitutioner.

Betina Simonsen var selv på talerlisten for at fortælle om Tænk tankens arbejde. Det blev igangsat i 2012, efter at Erhvervs- og Vækstministeriet udtrykte tro på branchens potentiale i ’Vækstplanen for kreative erhverv’ og tilkendegav, at regeringen vil følge Tænk tankens arbejde og forslag.

”Efter finanskrisen havde møbel- og interiørvirksomhederne sværere ved at komme i gang igen end andre brancher. Men potentialet er stort. Eksempelvis har den danske produktion, som er tilbage, den højeste produktivitet i EU, og derfor ønskede man at sætte fokus på, hvad der kan accelerere udviklingen. Blandt andet ved at se på de virksomheder, som gør det rigtig godt og arbejde for et større samarbejde mellem videninstitutionerne, som jo har den sidste nye viden. Desuden et større samspil mellem designere og virksomheder, der ikke plejer at samarbejde tæt”, sagde Betina Simonsen og løftede sløret for, at med dagens store tilslutning og interesse bliver møbelseminaret en årlig tilbagevendende tradition for branchen.

Samspil mellem forskning og virksomheder

Rektor Lene Dammand Lund fra Det Kongelige Danske Kunstakademis Skoler for Arkitektur, Design og Konservering – i daglig tale kaldet KADK – bød velkommen til en dag med fokus på møbelbranchen og dens bæreevne og gav ordet videre til nogle af akademiets medarbejdere.

Institutleder for Bygningskunst og Design, Mathilde Aggebo, præsenterede Innovationsnetværkets møbelfaggruppe samt uddannelsesstrukturen på KADK, som har både et design- og arkitektspor, men hvor de to fag mødes på møbeldesigns kandidatuddannelse.

Mathilde Aggebo fortalte, hvordan institutionen arbejder sammen med virksomhederne for at integrere praksis mest muligt i uddannelserne. Konkrete opgaver, individuel samarbejde, Innovation Cups, praktik og forskningsprojekter er nogle af eksemplerne på, hvordan viden kan strømme mellem uddannelse og branche.

Lektor Nicolai de Gier fortalte om, hvordan KADK er forpligtet til at levere forskningsbaseret undervisning og kobler forskning, undervisning og praksis for at sikre, at de studerende kan agere i et kompliceret samfund.

Han gav et indblik i, hvordan der arbejdes med møbler; det nære som form, proportioner, materialer og ergonomi og det ydre som den demografiske udviklings påvirkning af menneskers behov for møbler.

Nicolai de Gier fortalte også, hvordan der arbejdes med dansk design kontra internationalt, og han opfordrede virksomheder til at benytte sig af studerende:

”Husk, at forskning har tid til fordybelse på en måde, som I ikke har på virksomhederne. Vi vil gerne invitere jer ind i vores forskning, så henvend jer endelig”, sagde Nicolai de Gier og gav ordet til Michael Lysemose, der netop er startet på et ph.d.-projekt. Han vil finde frem til teknologier og materialer, der i fremtiden kan anvendes i dansk møbelproduktion. Herunder se på, hvordan virksomheder kan arbejde med bæredygtighed.

Projektet er stadig åbent for kommentarer og samarbejdspartnere, så derfor var Michael Lysemoses

spørgsmål til dagens deltagere enkelt: "Vil I lege med?".

--

Her følger korte rids over dagens øvrige indlæg – i stikordsform og frit efter skribentens fortolkning:

- Digital produktion – internationale og nationale tendenser
- Generation Jones – de ældre som målgruppe
- Case: Bolia
- Case: Salto & Sigsgaard
- Case: Andersen Furniture
- Case: Line Depping og Jakob Jørgensen

Digital produktion – internationale og nationale tendenser

Underviser Eva Paarmann fra VIA Teko Design & Business har for Innovationsnetværket udarbejdet en helt ny rapport om internationale og nationale tendenser inden for digital produktion og hvilke nye forretningsmodeller aktiviteterne afføder – eller kan tænkes at afføde.

[Denne rapport kan hentes her](#)

En af rapportens medforfattere er den spanske designer Beltran Berrocal, som på møbelseminaret præsenterede tilhørerne for en række tendenser, ja ligefrem revolutioner. Som 'Arduion', der er blevet en afgørende game changer for designteknologi – en kombineret open hardware og open software, som mere end 4 millioner mennesker indtil nu har skabt projekter ud fra. Arduino beskrives nærmere i ovennævnte rapport på side 18-19.

Stikord fra Beltran Berrocal's præsentation:

- Muligheder for at printe forskelligt mønster på hvert ens stykke tøj – det har industrien hidtil blot kunnet drømme om.
- Customization. Kunden kan ændre dimensioner, mønstre, materialer etc.
- Personalization. Personaliseret til DIN krop. F.eks. at man slår til en boksebold og får skabt et produkt ud af det; dvs. at slutresultatet bliver lige så forskelligt som folk er / et individuelt produkt, der afhænger af, hvor hårdt du slår.
- Designeren har ikke designet produktet, men opsat nogle regler, som kunden selv kan arbejde med.
- Printe et smykke, man selv har lavet. Eller få sit tapet lavet ud af det email-spam, man selv har modtaget.

Beltran Berrocal's fortalte også om platforme, der involverer kunden som www.quirky.com og www.threadless.com, ligesom han gennemgik "The evolution of crowdfunding".

Generation Jones – de ældre som målgruppe

Kender du generation Jones? Hvis du er født mellem 1955 og 1966, er du selv en af dem; fremtidens ældre pengestærke og kyniske forbruger.

Lektor Birgitte Geert Jensen fra Arkitektskolen Aarhus fortalte om en målgruppe, som venter lige om hjørnet: Ældre forbrugere, der har penge i seniorfasen i et omfang, som vi ikke tidligere har set. Som går op i design og produkter, der er produceret etisk forsvarligt. Og vil have lækker service og produkter, som emmer af status.

Det gælder for virksomhederne om at forstå denne gruppes behov og de vilkår, som ældre mennesker skal leve med. At hørelse, syn og muskler svinder ind. At man får tynd hud, der gør én så sensitiv, at kolde materialer gør ondt. At balancen er dårlig, så møbler skal være lette at komme op af.

Seminalets deltagere fik indsigt i nogle af de områder, som er vigtige at vide noget om for at designe og producere til netop denne gruppe. En perspektivrig tendens, der kan blive katalysator for nye ideer og design, hvis produktudviklingen gribes rigtigt an. Birgitte Geert Jensen har for Innovationsnetværket udarbejdet en metode, som skal bruges til at komme tættere på generation Jones' behov for nye produkter og koncepter. Denne metode benyttes som udgangspunkt for to udviklingsprojekter inden for møbler og interiør og beklædning, hvor der i samarbejde med udvalgte virksomheder vil blive udviklet produkter/koncepter ud fra de reelle behov.

Case: Bolia

Da Bolia blev etableret i 2000, var der ikke mange, som troede på ideen med at sælge møbler via web, men adm. direktør for Bolia International, Lars Lyse Hansen, fortalte på seminaret om en succes, hvor der ikke produceres til lager, men laves individuelle løsninger. Kunden vælger mellem mange materialer, modeller og varianter, og når der klikkes 'køb', igangsættes den specifikke ordre, som leveres direkte fra fabrikken til kundens hjem.

Lars Lyse Hansen indviede tilhørerne i Bolias tilgange til design og produktion:

- Der arbejdes systematisk med produktdesign, butiksdesign og digital design.
- Bevidsthed om at booste kreativitet ind i virksomhed + sortiment.
- Arbejder med unge talenter
- New Scandinavian Design kan defineres af hele verden – hvordan er eksempelvis en ung japansk designers bud på det skandinaviske udtryk?
- Bolia foretrækker nærhed til producenterne.
- En stor gruppe designere er fast tilknyttet Bolia.
- Man har en meget struktureret designproces. Cirka 18 måneder før launch, sendes et kollektionsbrief til designerne: "Vi har lært, at de briefs rigtig gerne må være løse – det giver mere".
- Bolia Design Award blev startet i 2007 – og er blevet et kæmpe arrangement siden da.
- Der er en kontinuerlig udskiftning af designs for at holde kollektionen 'crispy'.

Lars Lyse Hansen fortalte, at Bolia ser et stigende ønske fra kunder om selv at kunne vælge og sammensætte produkterne.

"Der har vi perfekt set up, fordi vi ikke har noget på lager. Vi laver kun en prototype til butik, mens det bestilte produkt går direkte fra producenten til kunden".

Alt sker omkring Bolias hjemmeside, som alle aktiviteter og arbejdsgange snor sig omkring. Det er her, at designernes ideer præsenteres for kunden, som selv kan arbejde videre med dem. De fire ugers ventetid på varen vendes til noget godt ved, at Bolia sender film til kunden, lavet specielt efter den enkelte bestilling – med defunktion til sociale medier.

Bolia er således i fuld gang med den digitale verden, og Lars Lyse Hansen opfordrede alle virksomheder til at se på [www](http://www.bolia.com) som et væld af gode forretningsmuligheder.

www.bolia.com

Case: Salto & Sigsgaard

I 2011 vandt designer Kasper Salto og arkitekt Thomas Sigsgaard konkurrencen om at skabe nye møbler til Formynderkabsrådssalen i FN – også kendt som Finn Juhl-salen. Her skulle de supplere Finn Juhs ekstremt forarbejdede træmøbler, og Thomas Sigsgaard fortalte på seminaret om oplevelser fra denne prestigefyldte opgave samt hvordan han og Kasper Saltos produktudvikling har relevans som omdrejningspunkt.

”Det mest bæredygtige er jo at lade være med at lave noget. Det næstmest bæredygtige må være kun at lave det, som har relevans. Derfor tænker vi os grundigt om, inden vi går i gang, for fuldt ud at forstå det, der er behov for,” forklarede Thomas Sigsgaard og fortalte også om designet af Guest, der er produceret af Montana. Guest er en sammenklappelig stol, hvor man med et enkelt greb slår benene ud og sætter sædet på; relevant for storbyhjem med begrænset plads og dermed designet til sin tid.

Thomas Sigsgaard fortalte om vigtigheden af at kunne overbevise producenten om sin ide og hvorfor den passer ind. Desuden kom han omkring de muligheder, som makkerparret ser i disse år, hvor digitaliseringen skaber et designmæssigt paradigmeskifte.

www.saltosigsgaard.com

Case: Andersen Furniture

Andersen Furniture. Det er det nye navn på virksomheden, som tidligere hed Brødrene Andersen. Direktør Jørgen Grosen Andersen fortalte om en rejse fra nye lokaler og en travl produktionsvirksomhed i 2007 over finanskrise og nytænkning, så man i dag har nedlagt den tidligere produktion og nu køber halvfabrikata hjem, som passer ind i virksomhedens nye selvforståelse: At være en designvirksomhed med internationale ambitioner.

Jørgen G. Andersen fortalte også om, hvordan man nu ikke længere er bundet af kun at designe produkter, som tager udgangspunkt i virksomhedens egne maskiner, men har friheden til at gå nye veje.

Derfor er der lavet en strategiplan for design og oprettet en designafdeling. Den nye strategi skaber produkter i et meget raskere tempo end før, og Andersen Furniture kommer med adskillige nyheder i 2015. Planen er samtidig at skabe vækst ved at designe til nye målgrupper, blandt andet småmøbler i andre materialer, end man hidtil har arbejdet med.

At definere sig selv som designvirksomhed er naturligt for virksomheden, der har stolte snedkertraditioner og mange årtiers tæt samarbejde med designere bag sig.

Andersen Furniture har ikke en fast køreplan for samarbejdet med designere. Nogle gange gives et design brief til flere og andre gange stilles en defineret opgave til en specifik arkitekt.

”Jeg ved ikke, hvad der er bedst, og vil nødig arbejde med en bestemt model”, sagde Jørgen G. Andersen, som prioriterer højt at have en tæt relation til designerne, fordi dialogen mellem designer og producent er vigtig for at skabe optimale resultater.

Også hos Andersen Furniture var der ingen tvivl: Det skaber værdi at inddrage unge designere i virksomhedens produktudvikling.

www.andersen-furniture.dk

Case: Line Depping og Jakob Jørgensen

Line Depping og Jakob Jørgensen er uddannet på KADK i henholdsvis 2007 og 2008 og har begge deltaget i en række møbeludstillinger, både sammen og hver for sig. På seminaret fortalte de om deres arbejde og vigtigheden af at være tæt på arbejdsprocesserne i værkstedet, når designet skal tage form.

Samtidig fortalte de om erfaringerne med at være en del af produktudviklingen hos HAY, hvor de begge blev deltidsansat umiddelbart efter end uddannelse - og om et samarbejde så tæt, at HAY nærmest blev som en mentor for dem.

<http://linedepping.dk/>
www.jakob-jørgensen.dk

Møbelseminar 2014

Møbelseminaret var arrangeret af Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning, der er et netværk under Uddannelses- og Forskningsministeriet, som skal fremme vækst og innovation i bolig- og beklædningsbranchen.

Læs mere på www.innonetlifestyle.com

Baggrunden for seminaret var en rapport fra Tænk tanken, som arbejder for at fremtidssikre Danmarks førende position inden for møbeldesign og –produktion. Læs rapport fra Tænk tanken her:

<http://innonetlifestyle.com/wp-content/uploads/2014/02/Udfordringer-og-muligheder-den%20danske-moebel-og-interioerbranche.pdf>

Bilag:

<http://innonetlifestyle.com/wp-content/uploads/2014/02/Taenketank-bilag-a.pdf>

Møbelseminaret blev afholdt i december 2014 på KADK, som er en del af Innovationsnetværkets møbelfaggruppe. De øvrige fire institutioner er Arkitektskolen Aarhus, VIA Teko Design & Business og Designskolen Kolding. Læs mere om møbelfaggruppens arbejde her: <http://innonetlifestyle.com/faggrupper/moebler/>