

NORSKE møbler+ interior

nº01 2011

Profil:

Grindberg VAD

TUNGE TIDER - NYE VEIER

Møbelindustrien framover

MØBELKONFERANSEN 2011

100%NORWAY & INSIDENORWAY

Eksport - nye markeder

Sett av 4. og 5. mai **na!**

Møbelkonferansen 2011 har et spennende faglig innhold med stort fokus på hva som skjer i markedet for bolig- og kontraktsprodukter innen møbel og interiør. Hvor går kjedene og viktige aktører i kontraktmarkedet?



Kronprinsesse **Mette-Marit** besøkte konferansen i 2009



Forrige Møbelkonferanse samlet ca 120 deltagere i fra ca 50 bedrifter og andre miljøer rundt bransjen. – Vi håper på like god deltagelse i år sier, adm. direktør Odd Tore Finnøy, Wonderland AS, som er styreleder i bransjeforeningen Norsk Industri møbel + interiør.

Det siste året har vært meget utfordrende, selv om det nå kan se ut til at det bunnar ut. Vår visjon er vekst og økt konkurransekraft for møbel- og interiørindustrien i Norge. Skal vi komme dit må vi stille de rette spørsmålene, utfordre hverandre og alle bidra til at bransjen synes og får et godt omdømme. Møbelkonferansen er et viktig virkemiddel i denne sammenheng – og det er derfor viktig at DU er med å bidra! Bakteppet for årets konferanse er om finanskrisen egentlig er over? Overkapasitet i produksjon en rekke steder gir tilbudsoverskudd og prispress. Norsk lønns- og kostnadsvekst gir seg ikke helt. Anslag viser 7 % vekst i møbelmarkedet i år. Likevel tyder mye på at 2011 blir krevende, selv om flere bedrifter synes å komme greit ut av de vanskelige årene.

Konferansens første dag er viet endringer i konsument- og kontraktmarkedet. Andre dag ser vi på utviklingstrekk i markedene, trender, miljø, design og internasjonisering. ■



! Invitasjon og program finner du på vår web www.norskindustri.no/mobel



Forsidebilde: **HÅG Sideways** - design: Formel Industridesign og HÅG

SAMLENDE FORNYELSE!



Egil Sundet bransjesjef.

VELKOMMEN TIL EN fornyet utgave av bladet Norske møbel+interiør. Med dette nummeret starter den 9. årgangen av bransjebladet, og navneendringen er ikke bare grafisk men også for å bekrefte at vi arbeider for interessene til den samlede norske møbel- og interiørindustri. Bladet sendes ut til om lag 1.800 adressater blant våre medlemmer i industrien, arkitekter, designere, forhandlere og andre interesserte.

VED FØRSTE UTGIVELSE I 2003 ønsket vi at bladet skulle bli en møteplass for våre medlemmer og bransjen, og at et bredere miljø skulle bli bedre kjent med det norske leverandørnettet. Ved utvelgelse av stoff vektlegges derfor viktige saker for industribedrifter innen møbel og interiør og å gi mer kjennskap til bransjen. Slik vil du som leser bli bedre kjent med den norske møbel- og interiørindustrien,

BLADET SKULLE BLI EN MØTEPlass FOR VÅRE MEDLEMMER

OG BRANSJEN, OG AT ET BREDERE MILJØ SKULLE BLI BEDRE

KJENT MED DET NORSKE LEVERANDØRNETTET

og Norsk Industri møbel+interiør. Droyt 40 % av det som omsettes av møbel og interiørprodukter i det norske markedet har sin produksjonsmessige opprinnelse her. I tillegg er det en omfattende eksport.

Egil Sundet

- 2 Møbelkonferansen 2011
- 3 Leder
- 3 Innhold
- 4 Best på senga
Grindberg Trevarefabrikk
- 7 Dypdykk i møbelindustrien
Industrirettet møbeldesign
- 8 Ny tid – nye tanker
VAD
- 11 100%Norway
London Design Festival
- 11 insidenorway
ICFF New York
- 12 Tunge tider – nye veier
Møbelindustrien framover
- 14 Messetider
Oppsummering
- 16 Siste side
Medlemstilbud
Møbelkonferansen 2011

Ansvarlig utgiver

Egil Sundet

Redaktør

Knut Skoe

Bidragstere dette nummer

Kristian Hansen, Bjørn Wad

AD, lay-out

Juve

Opplag 1800

Trykk: Brandprint AS, Oslo

9. årgang

For annonsepriser eller om du ønsker å motta bladet, kontakt es@norskindustri.no

Neste nummer

juni 2011

Utgiver

Norsk Industri – møbel+interiør
Pb.: 7072, Majorstuen, 0306 OSLO
Tlf.: 23 08 88 00
www.norskindustri.no/mobel



Best på SENGA

En presentasjon av Grindberg Trevarefabrikk burde vært skrevet på lokal dialekt. Den må

være den vakreste i landet og står som en bunad til omgivelsene. Fabrikken ligger i Kilegrend ved enden av Fyresvatnet. «I hjertet av Norge» er antakelig den upresise beskrivelsen.



EKSTRAKT:

Grindberg Trevarefabrikk

Omsetning:	Ca. 12 millioner
Ant. ansatte:	12 årsverk
Web:	www.grindberg.no
Eiere	Olav Gunnar Vik, Ingunn Vik Launes, Georg Vik, Trygve Vik og Rolv Arne Vik

Ingunn Vik kan ønske velkommen til Grindberg i Kilegrend

HER, MIDT I NASJONALROMANTIKKEN, har familien Vik produsert senger, møbler og fluktstoler siden 1930. Tredje generasjon er godt i gang med sin etappe, annen generasjon deltar entusiastisk, når de ikke heller vil være pensjonister. Dagens produksjon er konsentrert om soverommet. Ja, også litt bord og kanskje litt til - hvis man spor.

DETTE ER IKKE stor volumindustri, snarere målsom med innslag av ren skreddersom. - Vi må være fleksible, sier Ingunn Vik – tredje generasjons

daglig leder ved Grindberg, som driver sammen med broren Georg og syskenbarn Olav Gunnar.

FLEKSIBILITET ER KJENNETEGNET ved Grindberg og deres produksjon av senger for hytter og hus. Ingen Prokusteres senger (gresk mytologi forteller om hotellverten som skar bena av gjester som var for lange for sengene og strakk ut de som var for korte) her i gården. Om kundene trenger særlig lange senger, eller korte, eller sengen skal ha gjerde på tre sider i stedet for to, om den skal passe inn i en spesiell åpning – eller hva det skal være – ingen

problem. – Vi får det til, sier Georg Vik. Det er han som er ansvarlig for produksjonen i det romslige anlegget. Farge, høyde på ben, eller om kommoden skal seriekoples til en lang rekke, spiller liten rolle. Georg ser få problemer til tilpasninger av det som er standardsortimentet. Ønsket er selvfølgelig å produsere serier, men skal en være en lokal produsent og utnytte fordelene ved å være nær markedet og ha fagmessig kvalitet, må en være fleksibel.

DET KUNDENE BESTILLER kommer ferdig montert – og kanskje kommer det tilkjørt



Treblad Vik utgjør tredje generasjon på Grindberg Trevarefabrikk. f.v. Olav Gunnar, Georg og Ingunn

av Olav Gunnar Vik. I den familiære arbeidsdelingen er han ansvarlig for transport og logistikk. Fabrikken disponerer røslige kjøretøy som smyger møblene ut av Kilegrend og buksere dem videre på svingete veier mot markedene. – Dette er en av utfordringene for en utkantbedrift, sier Olav Gunnar. – Veiene er både smale og svingete, så selv om vi ligger nær de større markedene på øst-, sør- og vestlandet er det ikke alltid like enkelt å få produktene frem. Men, frem kommer de og ferdig montert er de også. Vi har sågar påtruffet alle Vik-familiens karfolk på eksklusive Osloadresser, i god avstand fra

vanlig kontortid, hektisk opptatt med levering og montering av hele soverom.

NOE AV FABRIKKENS PRODUKSJON selges direkte i Fyresdal og på ferieområdet Hovden i Setesdal. – Vi drev møbelbutikk her i Kilegrend en tid. Det manglet ikke på advarsler da min mor og tante startet møbelforretning i Fyresdal. Det er jo ikke akkurat sentral beliggenhet. Man rusler ikke innom i Kilegrend på spontan shopping. Men, både her og på Hovden er viktige hytteområder som har hatt til dels stor utbygging de senere årene, forteller



Senger, kommoder og møbler til soverommet er Grindbergs spesialitet - med tilpassninger og individuelle løsninger kan møblene brukes i mange rom



Olav Åge Dale, Birgit Vik, Sergej Sumicikis, Stijn Peters, Ingunn, Georg og Olav Gunnar Vik

Ingunn, som selv har brukt mye tid på prosjekter på Hovden i det siste.

GRINDBERG HENTET I SIN tid navnet fra hjemgården - Grindberg. Familien Vik har drevet fra starten. Og, begynnelsen var som den pleier - basert på naturlige forutsetninger i bygda og området. Tilgangen til virke, tilgang til elektrisk kraft, ledig byggetomt - og med fravær av egen odel var antakelig møbelproduksjon en god idé. 23 år gammel startet i alle fall Georg Vik møbelproduksjon i Kilegrend i 1930. Den unge gründeren fikk tilgang til en fire hesters elektromotor som kunne brukes mellom 0800 og 1700 hver dag. Strømmen kom fra kraftverket til en av naboenes og tomta til verkstedbygningen lå på naboeiendommen, Austvang. Faren Tarald hadde bakgrunn som sagmester på ett av bru-

kene i området, så kunnskapen om trevirke var sikret. Den første tiden var 6 ansatte beskjefte med kjøkkeninnredninger, møbler, vinduer og dører. Under okkupasjonen ble det holdt liv i

På det meste kjørte 4000 komplette køyesenger de svingete veiene ut av Kilegrend



Møbelproduksjon er en livsstil. Annen generasjon er fortsatt å se - når de ikke vil være pensjonister. I.v: Greta, Tone Trygve og Rolv - alle med etternavnet Vik

virksomheten gjennom produksjon av skap, stoler og senger for datidens bygg og etter krigen startet en spesialisering mot kjøkkenstoler og hagemøbler. Kanskje står det fortsatt en og annen tilårskommen fluktstol rundt omkring, som kan ha sitt opphav i Fyresdal.

Tidlig ute med mønstrebeskyttelse og med gode avtakere av produktene i Oslo ble femtallet gode år. Økende produksjon av senger ble fulgt opp av investeringer i moderne utstyr og påbygg av produksjonslokalene. På det meste kjørte 4000 komplette køyesenger de svingete veiene ut av Kilegrend - fra det som den gang var landets største produsent av kategorien. På åttitalet ble Grindberg leverandør av senger for IKEA. Volumene var det lite å si på -25000 senger i løpet av et år på det meste. Men, marginene skrumpet inn. Jappetiden på 80-tallet brakte med seg ynkelige finansielle kår hos bankene landet over - også lokalt i Fyresdal. - Opp mot 22% debetrente erindrer dagens pensjonist Rolv Vik. - Vi måtte forhandle med de lokale bankene for å klare oss gjennom slike finansielle betingelser, og lykkes etter hvert. Det er viktig at lokale banker har forståelse for næringslivets behov.

DAGENS MARKEDSKANALER omfatter for det meste frittstående møbelhandlere i et tilnærmet landsdekkende nett. Noen av kjedeforretningene forhandler Grindberg. Det er viktig å få gode utstillinger ute i forretningene. - Vi er avhengig av å få vist frem kvaliteten, følelsen og mulighetene, sier Ingunn. - Vi har ingen ansatte selgere som reiser, heller ikke agenter, så jeg søker selv forhandlerne. Prøver å få tre dager ukentlig i markedet. Men, som liten er det en utfordring. - Jo, det er vel den viktigste utfordringen, sier Ingunn

- VI HAR ALDRI HATT PROBLEMER med å få fatt på god arbeidskraft. Vi har hatt lærlinger i alle år og vi holder et høyt faglig nivå. De fleste ansatte har fagbrev og er møbelsnekkere. Faget konkurrerer mot mange andre ungdom er opptatt av. Vi er derfor bekymret over at den siste møbelsnekkerlinja i Telemark nedlegges fra neste år. Det er ikke bra for fagets utvikling her i Telemark. Vi vil jo gjerne fortsette her minst 80 år til, vi! ■



Produktutvikler Thor Haugen hos Helland kan fortelle om møbeldesign i praksis

Fra venstre: Henrik Bie, Åshild Kyte og Vera Kleppe - i showrommet hos Stordal Møbler. De tre blir å finne hos hhv. Stordal Møbler, Varier Furniture og Fora Form i praksisperioden.

DYPDYKK I MØBELINDUSTRIEN

møbelindustri. De deltar i årets stipendiatprogram, Industrirettet Møbeldesign (IMD), i regi av Norsk Industri Møbel og interiør.

Studentene Vera Kleppe, Åshild Kyte og Henrik Bie får sett både bredden og dybden i norsk

I løpet av tre måneder får tre studenter et godt innblikk i hva som rører seg i møbelindustrien. De får alle et fem ukers praksisopphold i én møbelbedrift, og i tillegg en rekke bedriftsbesøk rundt om i Norge. Studentene får også se hvordan bedriftene markedsfører seg på messer i utlandet.

Vera Kleppe (23) og Åshild Kyte (27) kommer fra begge fra Bergen og går fjerde året på Kunsthøgskolen der. Henrik Bie (44) er fra Oslo og studerer ved Kunsthøgskolen i Oslo, også han på fjerde året. De er alle begeistret over det de får oppleve gjennom IMD.

INSPIRERT AV 1000 STOLER. - Å drive med møbler har jeg hatt lyst til å gjøre helt siden jeg var ganske så ung, sier Vera. - Da jeg var barn husker jeg at jeg fikk en bok av søsteren min som het 1000 chairs. Boken viste bilder av 1000 forskjellige stoler, og jeg undret meg over hvorfor alle stolene vi hadde hjemme var så kjedelige i forhold til disse. Jeg fant ut at jeg fascineres veldig av møbler, og at det er min vei til å få et yrke.

- Gjennom dette IMD-stipendiatet får vi et dypdykk i møbelindustrien, og vi får et mer helhetlig bilde av mulighetene som finnes. Miljøproblematikk, design, kostnader og funksjonalitet er interessante elementer som

det er viktig å se i en helhet, sier Vera.

- Jeg er klar til å komme med nye ideer og til å produsere, sier hun. - Det blir spennende å se hvor veien går framover. Fra før har hun laget bl.a. flere typer lamper og ståbord.

UTVIDER HORIZONTEN. Åshild har fra før en bachelor i medievitenskap, men ønsket å fokusere mer på design. - Da jeg begynte på kunsthøgskolen og fikk prøvd meg på møbel-design var jeg ikke i tvil lenger. Magefølelsen stemte virkelig, forklarer Åshild og smiler bredt. - Jeg blir fort oppslukt av det enkelte prosjektet jeg er involvert i. Gjennom studiet har det vært spennende og selv få lage sofa, stoler og lamper.

- Jeg synes det er fantastisk bra å få delta i IMD-prosjektet. Her får vi sett mange bedrifter, vi utvider horisonten og nettverket vårt. Vi blir tatt godt imot, og vi føler at det er greit å kontakte dem i etterkant om det er noe vi skulle lure på. Det er gull verdt å få innblikk i teknikker og tankegangen i de ulike bedriftene.

TIDLØST OG FUNKSJONELT. Henrik har jobbet som muremester, håndverker og møbelsnekker i mange år. Det var etter å ha laget nesten alle møblene hjemme hos seg selv

at han virkelig bestemte seg for å gå mer i retning møbel-design. - Det er et toft marked å få jobb i, men jeg skal drive med dette om jeg så må starte helt for meg selv, sier Henrik. Hjemme har han eget verksted, og han har startet flere virksomheter for. - Jeg føler meg ikke helt som en gründertype, men jeg liker å være min egen sjef, sier han og ler. - Møbel-design er så spennende!

- Gjennom IMD-prosjektet får vi innblikk i hvordan ting fungerer på ordentlig. Jeg er spesielt nysgjerrig på det med kommersialisering, og det å bli utfordret i å tenke enkelt, og hvordan produsere på en effektiv måte. Tidløse og funksjonelle møbler er hva jeg ønsker å bidra med! ■

- Jeg blir fort oppslukt av det enkelte prosjektet jeg er involvert i.



EKSTRAKT:

VAD

Omsetning 2010 var 40,5 millioner
Antall ansatte: 57
Web: www.vad.no
Eiere: Håkon Vad med tre søsken med Håkon Vad som hovedaksjonær

Ny tid – nye tanker

Møbelbedriften VAD i Stordal produserer innovative designmøbler med høy kvalitet. Det er tid for nye tanker, mener bedriften, og kaller de for Value Added Design (VAD). Lokal verdiskaping, kortreiste råvarer og bedre miljø er viktige stikkord.

Håkon Vad - her i bedriftens showroom i Oslo - er gründer med familiebakgrunn i møbelbransjen



- Lokal verdiskaping gir langsiktighet og stabilitet, samt kortreiste møbler og bedre miljø.

VAD AS HAR SIDEN OPPSTARTEN i 2000 blitt en etablert leverandør, spesielt i det skandinaviske markedet. Målsetningen er å bidra til gode, funksjonelle og elegante møbleringsløsninger, til kunder innen kontor, konferanse, helse, institusjon, skip og offshore. Bedriften produserer siteløsninger og tilhørende produkter, også til det private markedet.

Håkon Vad er hovedaksjonær i bedriften. – VAD er opptatt av lokal verdiskaping, og tar kontroll og ansvar for hele verdikjeden, så sant det er mulig, sier eieren.

– Lokal verdiskaping gir langsiktighet og stabilitet, samt kortreiste møbler og bedre miljø. Våre ansatte utgjør kjernen i virksomheten, med sin sterke kompetanse og erfaring, sier Håkon Vad.

– Vi er glad for å bidra til å opprettholde lokalt næringsliv i nærområdet vårt. Slik bidrar vi til å holde hjulene i gang her i fjordene på nordvestlandet, sier Kaspar Bjørkavåg som jobber med eksport og marked i VAD.

EFFEKTIVISERING OG FORBEDRING-ER nødvendig. Selskapet har 50 ansatte. Produksjonen skjer på 8500 kvadratmeter i Stordal. Omsetningen var i 2008 på 60 millioner kroner. Finanskrisen ga en sterk nedgang, omsetningen sank ned til nesten 40 millioner kroner.

– De siste årene har man jobbet hardt og fått til en vesentlig forbedring og utvidelse av kolleksjonen, man har styrket kapasiteten og fått høyere kvalitet i produksjonen, sier Vad.

FABRIKKEN HÅNDBTERER laminering, bearbeiding av heltre og laminat, lakkering og

montering, produksjon av bord og platemøbler, samt tilskjæring, som og trekking. Selskapet har endret profil, etablert 450 kvadratmeter stort showroom i Oslo og etablert relasjoner med nye designere.

NYE TANKER SOM GJELDER. – Nå er det tid for nye tanker, sier Bjørkavåg. – Vi holder til i Stordal, men kaller det gjerne Stoldal, sier han og smiler fra øre til øre. Gjennom lansering av møblene med navn som Sculp, Contura, Nord og Pivot skal VAD forsterke sin posisjon og innta nye markeder.

– Contura er et helt spesielt konsept, forteller Bjørkavåg. – Utgangspunktet er en innovativ utviklet stol tenkt brukt i oversjøiske fly. Prosjektet ble fullført og gjort klart for produksjon, men av ulike grunner ble det stopp der. De ble aldri å finne i fly. Stolene er herlige å sitte i, og egner seg godt på kontor og i hjemmene. For finanskrisen produserte vi 3000 slike stoler i året, nå er vi på litt under 1000 stoler, men vi har et potensial på å kunne produsere 5000 stoler i året. Dette er et godt produkt å gå ut i markedet med, og vi tror økningen vil komme. Det er også produsert en Contura stolvariant med separat fotskammel til.

FRA "STOLDAL" TIL RESTEN AV VERDEN. – Selskapet forventer nå en betydelig vekst, kanskje opp i mot 65 millioner i år, sier Bjørkavåg. – Målet er å komme opp i 100 millioner på tre år. Noe av utfordringen er å få kundene til å forstå historien vår. Nærhet til naturen, det kortreiste i forhold til at vi får råvarer fra nærområdet, og alt det miljøvennlige i vår produksjon. Se ut på naturen utenfor



VAD kan tilby kapasitet og kompetanse på laminering. Kasper Bjørkavåg har lang erfaring.

produksjonsdørene våre. Naturen skal gjenspeiles i det vi gjør.

VAD er representert i 12 markeder, deriblant hele Europa og Japan. – Vi jobber nå for å gjenåpne det amerikanske markedet, sier Bjørkavåg. – Vi har en meget god forhandler i Montreal, og det virker som folk der også liker Contura. Vi tenker faktisk å kunne starte produksjon i USA. Da i den forstand at vi vil sende ferdigmateriale herifra, for det sys sammen og monteres i USA. Dette er en ny spennende tanke, som vi tror vil kunne bidra til større vekst og effektivitet.

Selskapet har et eget produksjonsnettverk som tar de strategiske avgjørelsene i selskapet. Her avgjøres det om man tror en vare er et markedsrettet produkt, om det er estetisk godt nok og

En av de største utfordringene er å bygge ut bedriften i takt med hva vi ønsker.

om det har en touch som gjør det til et godt eksportprodukt.

FOLKI ENDRING. – Vi ser at folk i Norge og i utlandet tør tenke nytt og annerledes når det gjelder møblering. Vi har sjelden opplevd så stor



Avd. leder laminat og maskinverksted i VAD, Lars Kristian Øvrebus.



Contura er blant de viktigste produktene fra VAD. Håkon Vad tar med seg hviletolen til New York og insidenorway under messen ICFF i mai.

åpenhet når det gjelder design. Folk er mer åpne for nye løsninger, det gleder vi oss over, sier Bjørkavåg.

MÅ HA TILGANG PÅ KAPITAL FOR Å VOKSE. – Kina er også et marked som vi gjør undersøkelser i og vurderer å gå inn i. Vi tenker at Contura og evt. Skulp vil passe der. En av de største utfordringene er å bygge ut bedriften i takt med hva vi ønsker. Og så er det det finansielle, vi må ha tilgang på kapital for å kunne satse så stort som vi ønsker, sier Bjørkavåg. – Vi skal ikke nå ut i alle retninger, men i noen segmenter.

– Vedrørende det finansielle, så er vi avhengig av tilgang på nødvendig kapital for å satse slik som vi ønsker. Har vi en kapitalbase i fabrikk som er god nok, vil dette være en virksomhet det vil skje mye med i tiden framover. ■



Eva - stol og skammel fra LK Hjelte. Lansert på fjorårets 100%Norway. Design: Anderssen & Voll.

100%NORWAY

Også i 2011 planlegger det offisielle Norge og samarbeidspartnere (bl.a. Norsk Industri møbel+interiør) utstilling av norsk design under London Design Festival i september.

Det er 8. gang 100% Norway viser et utvalg av produkter og prototyper på det internasjonale designtorget, 100% Design – Earls Court. Messen er en hovedarrangementene under festivalen i september (22.-25.). Disse dagene samles aktører i den internasjonale designbransjen



Tipp fra Figgjo

samt internasjonal presse i den britiske verdensbyen. Her bedrifter som har tatte markedet og et internasjonalt marked som mål.

Nytt av året i forbindelse med 100%Norway er en designkonkurranse som tar sikte på å oppmuntre produsenter og designere til å ta kontakt for samarbeid om nye modeller/produkter. Konkurransen er åpen for norske produsenter og norske eller Norgesbaserte designere. Man kan delta i konkurransen med alle typer møbler eller interiørprodukter.

Årets utgave av 100% Norway omfatter enkelte endringer fra tidligere år for å dekke de kommersielle behovene bedre enn tidligere. Standområdet er delt inn slik at det skal være enkelt å skille de kommersielle aktørene fra prototypene. Prototypene velges ut av prosjektets kuratorer; Henrietta Thompson og Benedicte Sunde. Disse er også utstillingsarkitekter for

den kommersielle delen. Det har vært et mål at aktørene som deltar på denne delen har konkrete ambisjoner om å arbeide videre på det britiske markedet og at de benytter denne muligheten til å perfektionere sin forretningsplan for eksportmarkedet. Som del av prosjektet tilbys utstillerne derfor bistand fra en britisk forretningskonsulent samt PR-assistanse fra et anerkjent londonbasert byrå. 2011 utgaven får en helt ny form. Arkitektfirmaet Fantastic Norway har fått oppgaven med å forme årets stand. I skrivende stund er denne ikke klar for visning, men er ett av spenningspunktene foran årets messe.

For ytterligere informasjon om 100% Norway – kontakt Merete Hildonen: merete.hildonen@mobelradet.no ■



Tønning Møbler deltar i år. Her med chaiselonguen Surf. Design: Johan Verde



Stolen Spinnaker blir med til New York. Hødnøbs debut i USA

Insidenorway over Atlanteren

Fire bedrifter er med til norsk visning under International Contemporary Furniture Fair (ICFF) i New York 14. – 17. mai.

Det er fjerde gang konseptet har vært å finne i New York, med forskjellige bedrifter representert.

Årets deltakere; VAD, Hødnøb, So-Ro og Roros Tweed representerer stor bredde på beskjeden plass, men vil etter alt å dømme vekke interesse i den amerikanske storbyen. Ved tidligere besøk har man kunnet konstatere at både det skandinaviske formspråket og, ikke minst, materialbruken har stor appell blant det urbane publikumet på Manhattan. Roros Tweed stiller på messen med sine ullpledd i Anders&Voll og i Arne&Carlos' design. Begge designs med klare norske referanser. Det samme kan vel også betegnede VADs stol Nord i Steinar Hindenes og Petter Knudsens design. Med furu og formpresset ull kan vi antakelig garantere stor oppmerksomhet blant et publikum langt mer opptatt av trematerialer enn man kanskje kunne forvente. Hødnøbs Spinnaker har vel også sterke norske referanser med sin seilform og sterke slektskap med det maritime Sørland. Men, det er kanskje ikke langt til den velstående amerikanske østkystens seilmiljø heller? So-Ro er en nykommer i norsk møbelbransje, som har fått stor oppmerksomhet om sine særegne vugger. Vuggene har en særlig enkel og moderne form og en funksjon som skiller dem fra kategorikolleger – den vugger i lengderetningen.

I forlengelsen av utstillingen bidrar konsulatet i New York, Innovasjon Norges kontor og Norsk Industri møbel+interiør med hjelp til pressedekning, kartlegging av forretningsmuligheter. Et særlig samarbeid med magasinet Metropolis startet sensommeren 2010 og fortsetter nå i mai. Blant annet. Vi ønsker deltakerne God Tur! ■



Et styrket samarbeid på tvers vil styrke kompetansen hos den enkelte bedrift og gi en mer rasjonell verdikjede hvor for eksempel utnyttelsen av produksjonsressursene kan bedres og ressursbehovet knyttet til en internasjonal eller hjemlig markeds-satsing styrkes.

Tunge tider – nye veier

Levnt over var møbelindustrien i en rekke land i fin utvikling i årene fram til finanskrisen. Det samme var situasjonen for norsk møbel- og interiørindustri.

I 2007 var produksjonsverdien trolig størst noensinne. Men i slutten av 2008 kom omslaget. Forbrukerne og profesjonelle innkjøpere kuttet ned på sitt kjøp av møbel- og interiørprodukter. Etterforspørselen falt kraftig nærmest over natten.

Både her hjemme og i viktige eksportmarkeder falt omsetningen i 2008 og 2009 med fra 10 % til kanskje 30 %. I 2010 har noen av eksportmarkedene vist en liten oppgang, og det samme gjelder det norske markedet, spesielt innen kontraktsmøbler.

OVERKAPASITET OG PRISPRESS. Det sterke og raske fallet på slutten av 2008 førte til stor overkapasitet i produksjonen. Den første reaksjonen for mange bedrifter var å senke prisene og lete etter nye avsetningssteder. Det har fort til at en rekke utenlandske leverandører, som tidligere ikke betraktet Norge som viktig, forsøker å etablere en posisjon her. For de etablerte aktørene har dette gitt et sterkt prispres nedover. Salg til lavere priser gir lavere dekningsbidrag. Behovet for økt volum for å holde

omsetningen oppe, gir økte kostnader.

Den andre effekten er en sterk nedbygging av produksjonskapasiteten i de fleste land. Så også her hjemme. Dessuten har etterspørselsfallet tært på egenkapitalen og flere har vært nødt til å vurdere sin egen verdikjede og strategi kritisk. Forhandler- og distribusjonsnettet har heller ikke kommet skadefritt ut av finanskrisen. De har latt seg lokke til å bli med på en priskarusell som i realiteten har svekket marginene også for dem.

KOSTNADSBILDET I NORGE. Det er positivt at den norske lønnsveksten er på vei nedover. Men, fortsatt har vi en sterkere lønnsvekst enn i de fleste av våre konkurrentland. Den særnorske, oljefyrt økonomien har kanskje gitt mindre fall i møbel- og interiørmarkedet enn internasjonalt. Men, samtidig fyrer den - i tillegg til lønnsveksten - en krone som vil styrke seg over tid. Dertil tror norske politikere fortsatt at de kan velte kostnader over på internasjonalt konkurrerende bedrifter. Vi har en sterkere beskatning av arbeidende kapital enn i

de fleste andre land; særnorsk formueskatt, (snikende) eiendomsskatt og svakere skatteincentiver for maskininvesteringer (avskrivnings-saster).

OFFENTLIGE VIRKEMIDLER – IKKE FOR KONSUMENTINDUSTRI. En ferdigvareindustri som møbel og interiør står stort sett utenfor hovedsatsingene i den offentlige virkemiddelbruken, som vesentlig er rettet mot utvikling av B2B industri og konkurransekraft for bransjer med naturgitte fortrinn her hjemme. Bildet er dog ikke entydig, særlig for bedrifter beliggende i Møre og Romsdal. Kuttene hos Innovasjon Norge har også medført usikkerhet om utekontorenes mulighet for å arbeide med vår bransje. Vi ikke er et satsingsområde.

Vårt ønske om å videreføre den viktige og suksessrike satsningen med et eget møbel og interiør-program hos Innovasjon Norge har ennå ikke båret frukter. Selv om innretningen er adekvat, godt begrunnet og det vi ber om for å starte satsingen er offentlige småpenger.

En stor industri i Norge. Hva gjør så en bedriftsleder eller eier i dette bildet? Dessverre er det første å konstatere at det er få eksterne forhold å glede seg over for tiden eller som kan komme til støtte. Dernest, heldigvis, kan vi konstatere at vi har god konkurransekraft gjennom et solid og viktig hjemmemarked. Nær 45 % av det som omsettes er produsert her hjemme. Eksportomsetningen fra industrien er på ca 4-5 mrd kr. Sammenlignet med andre ferdigvareindustrier her hjemme, eller møbel- og interiørindustrier i våre naboland, har vi i størrelse man ikke skal kimse av.

Jeg vil summarisk nevne noen grunner til at konkurransekraften er sterk;

- En svært kompetent arbeidsstokk.
- Dyktige medarbeidere
- Sterkt fokus på markedsorientert produktutvikling og -design, samt differensiering
- Høy omstillingsevne, fleksibel struktur og fleksible ansatte. Selvhjulpne
- Fornuftig utnyttelse av fordeler her hjemme og innkjøp fra ute
- Veldig ulike forretningsmodeller, som i sum er en styrke for bransjen
- Et bevisst valg av medium pris til høy pris segmentet i markedet, og bortvalg av lavprissegmentet.
- Klare strategier i bedriftene

STRATEGI = SAMARBEID. Møbel- og interiørindustrien trenger en ny offentlig satsing

på utvikling av konkurransekraft i bransjen. Satsingen er nødvendig for å ta ut det potensial vi vet ligger her. Likevel, den viktigste jobben må og kan vi gjøre selv. Etter min mening er den å utvikle et omfattende samarbeid på tvers mellom industribedriftene både innen kompetanseutvikling, produksjon, teknologi, logistikk og marked. Et styrket samarbeid på tvers vil styrke kompetansen hos den enkelte bedrift og gi en mer rasjonell verdikjede hvor for eksempel utnyttelsen av produksjonsressursene kan bedres og ressursbehovet knyttet til en internasjonal eller hjemlig markeds-satsing styrkes. Bare gjennom et bedre samhandlingsmonster kan vi beholde og utvikle viktig kompetanse her hjemme (material, produksjon og produktutvikling) og styrke kompetansen innen områder hvor vi i sum er svake i dag (internasjonalt marked, markedsføring, logistikk og branding).

Dette krever en bevisst holdning hos bedriftsledere og eiere. Vi må alle se etter samarbeidspartnere i nærmiljøet eller nasjonalt. Akkurat som en bedrift ønsker et strategisk og langsiktig samarbeid med sine forhandlere/kunder, er samarbeidet like viktig i forhold til egne leverandører og konkurrenter. Og, er det egentlig slik at den største konkurrenten egentlig i nabobygda (på sikt)?

Bare ved langsiktig og tettere samarbeid kan vi løse ut produksjonsfordeler, bli flinkere til å forstå hverandres behov og å styrke kompetansen der den faktisk trengs. Det kan hende

dette er en kostnad i det korte bildet. Men, i det litt lengre bildet sikrer du at din bedrift beholder konkurransekraften hjemme og ute ved å utvikle kompetansen hos deg selv og dine samarbeidspartnere.

Jeg sier ikke at man skal kutte leverandører fra steder hvor lønnskostnaden er lavere eller de innehar en bestemt kompetanse. Mitt poeng er at hvis vi ikke verner om og styrker kompetansen innen egne kjerneområder, så sager vi av den grenen vi sitter på. Får vi levert de fleste kjernekomponentene fra utlandet, vil vi i løpet av kort tid også ha gitt fra oss den kjernekompetansen vi sitter på i dag. Da gir vi fra oss grunnen til at norsk møbel og interiørindustri fortsatt er en sterk faktor. Vi bør utvikle en holdning hos ledere, ansatte og eiere til at vi skal styrke båndene og samarbeide med dem vi har rundt oss. Vi er her for å sitte i båten sammen lenge og dette vil sikre den langsiktige konkurransekraften. Bare gjennom en sterk kompetanse og evne nasjonalt kan vi bibeholde konkurransekraften på lang sikt – og jeg tror også i det kortere bildet.

Egil Sundet bransjesjef

Messereisen – over for denne gang

Kanskje ikke helt sant, men for en periode er det mest oppfølging etter de viktigste messearrangementene som gjenstår. De viktigste; IMM Cologne, Maison&Objet og ikke minst Stockholm Furniture Fair er historie i 2011-utgavene, med god norsk deltakelse. IMM presenterte tre norske utstillere og ditto nyheter.

VARIER FURNITURE ER FAST deltaker på denne messen og valgte i år å presentere den nye stolen Invite under messen. Olav Eldøy er designer – også denne gang. Han har etter hvert signert mange av Variers produkter.

Hos Hjellegjerde var det også høy stemning under årets IMM – der trekkplastret var firmaets siste modell hentet fra danske Lund&Paarmann – Lobster.

Madrassprodusentene Jensen og Wonderland markerte seg godt i hall 9, der det meste handler om god søvn. Wonderland er førstereis og Jensen

veteran. Jensens nyhet er tatt frem i samarbeid med Phillips og omfatter stemningsbelysning for soverommet.

Stordal Møbler var ensom norsk svale ved Maison & Objé i Paris, samt hjertelig tilstede i Stockholm. En ytterligere utvidelse av stolprogrammet – modellen Sandnes – stod sentralt i visningene.

STOCKHOLM FURNITURE FAIR er snart for lokalmesse å regne. Ved årets messe ble norske produsenter ønsket

velkommen tilbake etter en viss nedgang i 2010. I alt 8 medlemsbedrifter var representert – i tillegg representerte produsenter av lys, designskolene i Oslo og Bergen samt frittstående designere norges kontingent.

HÅG var på plass for første gang i Scandinavian Business Seating-sammenheng. Hovedprodukt i visningene var

Capisco Puls, nyskapt i klassikeren Capiscos bilde. Også Fora Form



CAPISCO PULS
Design: Peter Opsvik
HÅG – Scandinavian Business Seating



INVITE
Design: Olav Eldøy
VARIÉR FURNITURE



MONO
Design: Anderssen & Voll
LK HJELLE



COLONNADE
Design: Komplot Design
FORA FORM



DUUN
Design: Helge Taraldsen
HELLAND MØBLER



LOBSTER
Design: Lund & Paarmann
HJELLEGJERDE

hadde satset på en nyskapt klassiker, skallstolen City er fremstilt i plast og åpner for nye bruksplater og ikke minst et mer prisomfintlig sjikt. Kombinert med firmaets nye bordprogram – Collonade.

VAD var representert med en bred visning av sin kolleksjon – med Nord, furustolen de lanserte i fjor, sentralt plassert.

Helland er fast deltaker på Stockholm og viste blant annet Duun, en serie designet av Helge Taraldsen.

Kleppe Møbler er på plass med en rekke nye bord – avventende til hva som til slutt kommer i produksjon. – Salongbordene er avhengig av sofafremtidene, sier Jacob Kleppe.

Brunstad er blant veteranene som har funnet sin plass på Stockholmsmessen og nyheter presenteres her. Årets Air og Signal er ikke signert Arild Alnes og Helge, men henholdsvis Arild Alnes og Helge Taraldsen. Designerne opptrer ikke som duo lengre, men hver for seg. Helge Taraldsen er kreditert firmaets stolnyhet – Feel. L.K. Hjelles heteste nyhet (ved siden av stolen EVA) var det minimalistiske – i ordets rette forstand – sofaprogrammet Mono. Begge signert Anderssen&Voll.

Svenheim konsentrerte sin representasjon rundt mulighetene i en ny metode for sømløs laminering og bøyning av overflater. ■



COLOR AMBIANCE
Belysningsløsninger i samarbeid med Phillips
JENSEN MØBLER



BENT BY SVENHEIM
SVENHEIM MØBELINDUSTRI AS

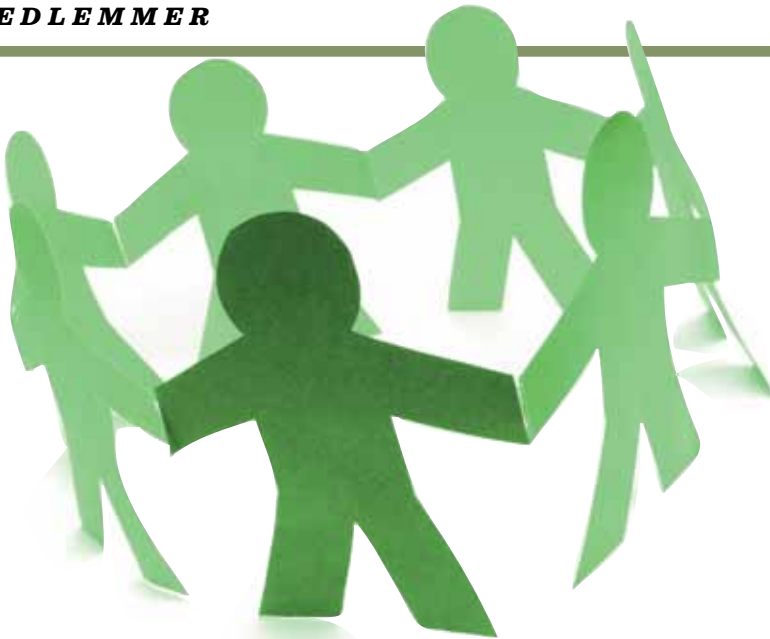


AIR
Design: Arild Alnes
BRUNSTAD



SANDNES
Design: Stordal designteam & Jonas Hallberg Eggen
STORDAL MØBLER

MEDLEMMER



Dette får du som medlem i Norsk Industri møbel+interiør

Norsk Industri møbel + interiør er en bransje- og serviceforening for norske leverandører av møbler og interiørprodukter til bolig- og kontraktmarkedet. Foreningen har om lag 100 medlemmer.

Norsk Industri møbel + interiør visjon er å styrke medlemmenes konkurransekraft. Derfor omfatter vårt tilbud også marked og media - (bl.a. tidl. Møbelrådet). Bransjeforeningen er del av Norsk Industri, og er også en arbeidsgiverforening

BRANSJESAKER

- Talerør for møbel- og interiørbransjen
- Møbel- og interiørfaglig utdanning
- Rådgivning
- Analyse og statistikk
- Sekretariat Mobelfakta.no

ARBEIDSGIVERSERVICE

- Overenskomster
- Møbeloverenskomsten
- Arbeidsgiverrådgivning
- Lønns- og tariffoppgjør
- HMS, IA og kurs
- Økonomiske medlemsfordeler

MEDIETJENESTER

- Pressekontor – hjemme og internasjonalt
- Formidling
- Kommunikasjonsrådgivning
- Bladet Norske Møbler + interiør

MARKED OG EKSPORT

- Messer og utstillinger
- Utstillingskonseptet insidenorway
- Markedsbibliotek – statistikk
- Modellkontrakter og forretningsjuridisk rådgivning
- www.insidenorway.no
- Rådgivning og formidling

NETTVERK OG MØTEPLASS

- Møbelkonferansen
- Årsmøte
- Bransjefaglige møter
- Knutepunkt for bransjen på tvers av enkeltbedrifter

PROSJEKTER

- Miljøprosjektet
- Imd - Industrirettet Møbeldesign
- Proff – Lean production prosjekt
- Møbel og interiør vekst 2011
- Eksportprosjekter



EVENT:

Møbelkonferansen 2011 – også interiør!

Sted:

Scandic Hotel i Ålesund

Tid:

4.-5. mai 2011

Oppdatert program:

www.norskindustri.no/mobel

Deltageravgift:

Pris for medlemmer: kr 3.500
Deretter for flere fra samme bedrift kr 3.000

Ikke medlemmer: kr 4.100
Deretter for flere fra samme bedrift kr 3.500

Prisen inkluderer konferanse, båttur til Runde med middag, overnatting og deltagelse på seminar om internasjonalisering eller miljø og kvalitet).

Hvis ikke behov for overnatting gis et avslag på kr 500 i deltageravgiften.

Påmeldingsfrist: 14. april.

For mer opplysninger kontakt:

Berit I. Anthonen

Telefon: 23 08 88 50

E-post: ba@norskindustri.no

KONTAKT:

Norsk Industri møbel+interiør

Hvis du vil vite mer om innmeldelse, kontingentsatser mv. eller få mer informasjon om vårt medlemstilbud, er du meget velkommen til å kontakte oss.

Telefon: 23 08 80 00
E-post: es@norskindustri.no
Web: www.norskindustri.no/mobel