

Norske møbler

Møbler, innredning, tre- og andre konsumvarer. Design



Foto: Fora Form AS

Kistefos Møbler AS

Er spesialisert på produksjon av eksklusive møbler og innredninger i gammel stil. Resultatet er vakre og funksjonelle møbler av høy kvalitet.

Side 4-7

Danske møbler i krise?

Danmark er kjent for sin møbeldesign, men hva vet de om norske møbler? Hvordan er tilstanden i det danske møbelmarkedet.

Side 8-9

Møbelkonferansen - 100 år

Markering av møbelforeningens 100 år. Dette gir et spennende program med godt innhold, oppmerksomhet og gjester!

Side 10-11

Om permitteringsreglene, lønnsplikt og muligheten til bedriftsintern opplæring

Norsk Industri har jobbet for å få endret permitteringsreglene det siste året. Vi har vært opptatt av muligheten for mer fleksible permitteringer, lønnspliktperioden og hvor lenge man kan være permittert, sier bransjesjef Egil Sundet. Her er en oppsummering av status nå.

Ved behandlingen av revidert nasjonalbudsjett i juni vedtok Stortinget at det var adgang til å permittere ned til 40 % av arbeidstiden med dagpenger. Vi har ønsket å få denne muligheten helt til 20 %, sier Sundet, men vi er glad for at det som har kommet. Perioden man kan være permittert er også blitt utvidet til 52 uker.

Etter påtrykk fra blant andre Norsk Industri endrer NAV nå praksis mht. beregning av lønnsplikt under permittering. Heretter blir det den samme for heltids- og deltidsansatte. - En god løsning for bedriftene, sier Tore Sellæg, direktør i arbeidsgiverpolitisk avdeling, Norsk Industri.

Etter dagens regler må arbeidsgivere betale lønn i fem dager før den permitterte kan søke dagpenger. Hittil har NAV krevd at arbeidsgiver dekker lønn for fem hele dager også for deltidsansatte uansett stillingsbrøk. For en som var permittert fra en 50 prosent stilling ble det altså tidligere krevd utbetalt lønn for ti halve dager. Nå endrer NAV praksis. De nye retningslinjene inntre

med umiddelbar virkning. - Perioden arbeidsgiver må betale lønn for settes til samme antall dager uavhengig av om den ansatte jobber heltid eller deltid. Dermed blir det enklere for arbeidstakere som jobber deltid og deres arbeidsgivere å finne ut når lønnsplikten opphører og retten på dagpenger inntreffer, sier Erik Oftedal, direktør i NAV. Det blir like regler for heltid og deltid.

Nye retningslinjer innebærer at både arbeidstaker og arbeidsgiver nå kan forholde seg til én beregningsmåte. Arbeidsgiver kan også med denne endringen i større grad fordele hele og delvise permitteringer på flere personer uten betydning for det samlede antall lønnsplikt dager. Dette er viktig for adgangen til rullerende permitteringer, som det er åpnet opp for.

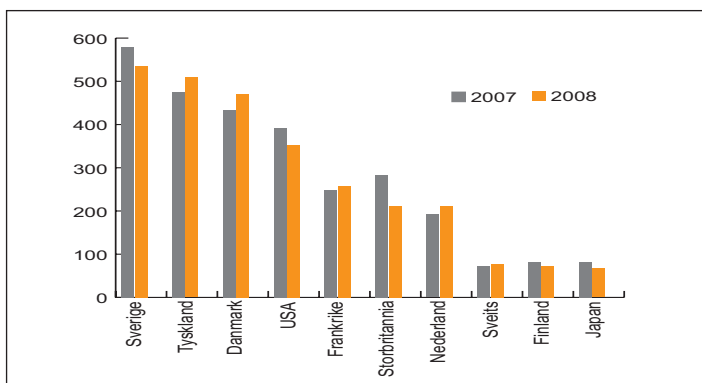
NAV har vurdert praksis opp mot de endringer som er gjort i andre deler av permitteringsregelverket den senere tid, og kommet til at beste hensyn taler for at arbeidsgiverperioden settes til samme antall dager uansett stillingsandel den permitterte er tilsatt i.

Lønnspliktperioden ble redusert 1. april i år fra ti til fem dager. Praksis har vært å telle opp arbeidsgiverdagene slik at deltidspermitteringer ble regnet om til full stilling. Det er altså denne praksisen som nå er endret.

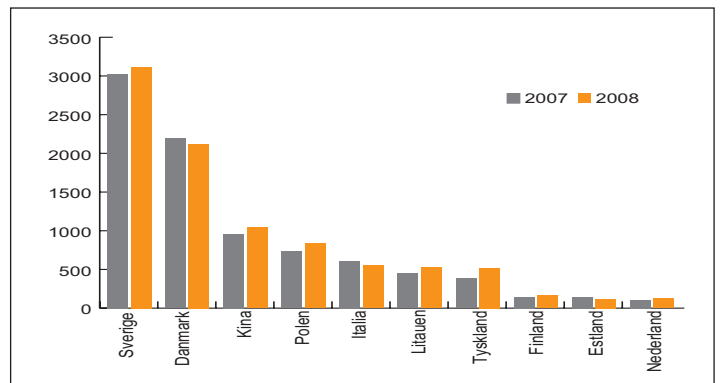
Det er nå lettere å få støtte til bedriftsintern opplæring. Norsk Industri så tidlig at bedriftsintern opplæring (BIO) ville bli et viktig virkemiddel med hensyn til krisen, og har handlet deretter overfor myndighetene. Muligheten til å kunne velge kompetanseheving i stedet for permittering er bedre for arbeidstakeren, og også en mulighet for bedriften til å investere i kunnskap. BIO-ordningen går ut på at NAV gir støtte til opplæringstiltak og noe av lønnsutgiftene under opplæringsperioden.

Hovedformålet med bedriftsintern opplæring er å hindre utstøting av arbeidstakere ved å styrke kompetansen til ansatte i bedrifter med alvorlige omstillingsproblemer. Regelverket vil nå bli endret slik at også bedrifter som blir rammet av markedssvikt på grunn av konjunkturmessige forhold, kan bli innvilget støtte til bedriftsintern opplæring. Det vil gjøre det lettere for mange bedrifter å tilby ansatte opplæring uten at bedriften nødvendigvis planlegger omstilling til nye produkter eller markeder. Varigheten av støtten kan også i særlige tilfeller bli utvidet fra inntil 13 til inntil 26 uker.

Norsk Eksport, landsfordelt 2007 - 2008



Import til Norge 2007 - 2008



Kilde: SSB
(Alle tall i mill. kr.)

Leder:



Hva er omdømmet til norsk møbelindustri og møbel-design? Hva er et omdømme egentlig? Er det summen av merkevarekjennskap? Er det hvor mange som kjenner norske møbler, merkenavn eller design, eller er det knyttet til opplevelser eller oppfatninger som Ola og Kari eller Fritz og Heidi har til norske møbler? Kanskje er svaret begge deler, både målt kjennskap og hvilke oppfatninger eller opplevelser som er tilknyttet.

Vi har målt kjennskap til merkenavn i det norske møbelmarkedet, samt tilhørende oppfatning av pris, design, kvalitet og funksjon, både i konsumentmarkedet og i det profesjonelle møbelmarkedet. Resultatene viser at nesten bare norske merker som er kjent i Norge, norske produkter er foretrukket av forbrukerne og oppfatning av design, pris, kvalitet og funksjon er opp mot meget god.

Bransjeforeningen har i løpet av de siste månedene fått utført en større omdømmeundersøkelse av norske møbler og design i 16 nasjonale markeder. Gjennom dette ønsker vi å få en mer systematisk kunnskap om hva slags omdømme og kjennskap som er i markedene, og hva slags innhold som legges i vårt omdømme. Denne rapporten legges fram på Møbelkonferansen 2009 i Ålesund i november. Sammen med rapporten legges også fram til diskusjon et forslag til omdømme-strategi for bransjen.

Akkurat som en god merkevare tjener en bedrifts interesser, så viser flere undersøkelser at et godt omdømme for norske møbler og design (en bransje) gir økt oppmerksomhet og interesse, og derigjennom salg og verdiskapning i bedriftene og for Norge. Omdømmeundersøkelsen gir oss muligheten til å spisse vårt omdømmebudskap og å arbeide målrettet for å bygge et omdømme som tjener bedriftenes (og herigjennom) designerens kommersielle interesser. Den sjansen bør vi benytte!

Egil Sundet

Bli med på Møbelkonferansen! Den 11.-12. november arrangeres Møbelkonferansen på Radisson SAS i Ålesund.

I år er den også markeringen av møbelforeningens 100 års jubileum. Det er invitert flere gjester og konferansen åpnes av H.K.H Kronprinsesse Mette Marit.

Møbelindustrien er en av få ferdigvareindustrier i olje- og energinasjonen Norge. Våre utfordringer skiller seg derfor noe ut sammenlignet med andre bransjer. Møbelkonferansen er den viktigste møteplassen og arenaen for å diskutere vår bransjes utfordringer, sier Gunnar Hareide, styreleder i Møbelindustriens bransjeforening og adm. dir. i Fora Form AS. I fjor deltok vel 90 personer fra ca 35 bedrifter og miljøet rundt bransjen.

Møbelindustrien er 100 år, men hva med de neste?

Vi har sterk tro på en framtid med vekst og utvikling for bedriftene i bransjen. Men det krever at man tar tak i utfordringene vi står overfor, sier Hareide. I det året som ligger bak oss har vi analysert både våre utfordringer og muligheter for internasjonal vekst, gjennom en analyse Sintef MRB as har utført. Vi har og fått Møre-forskning Molde AS til å lage bransjens første klyngeanalyse, som har pekt på klare forbedringsområder. Sist, får vi i disse dager levert en omdømmeundersøkelse omkring oppfatningen av norsk møbelindustri og design i hele 16 markeder.

Funnene i disse analysene blir presentert og diskutert på årets Møbelkonferanse, bl.a. presenterer styret et forslag til strategi videre for bransjen spesielt tilknyttet omdømme. Diskusjonene på årets konferanse vil danne grunnlag for Møbelindustriens bransjeforenings videre strategier og arbeid i tiden framover, sier styreleder Hareide.



Det er ingen tvil om at vi både i felleskap og som enkelt bedrifter har store muligheter, men det krever at vi møter utfordringene både i felleskap og i den enkelte bedrift. - Vi må markere oss som en bransje med viktige leveranser, også for landets myndigheter, sier Gunnar Hareide.

-Skal vi få dette til er det viktig at vi kan bruke Møbelkonferansen både som et verksted for bransjen og som et utstillingsvindu overfor myndigheter og vår omverden, og da er det viktig at alle som kan delta i bransjen er med, avslutter Hareide. - Det er derfor viktig at Du og din bedrift deltar!

- at Kronprinsessen er med å åpner Møbelkonferansen og vårt 100 års jubileum er vi veldig glad for, sier Hareide. Vi er jo også Norges største designindustri!

Utgiver: Møbelindustrien
- en bransjeforening i Norsk Industri,
Pb. 7072 Majorstuen, 0306 Oslo,
Tlf 23 08 88 00
www.norskindustri.no/mobel

Ansvarlig redaktør: Egil Sundet
Medarbeidere i dette nummer:
Cecilie Feen
Helene Jellestad
Knut Skoe
Marit Ekstrand (layout)

Opplag: 1800
Trykk: OK trykk
7. årgang

For annonsepriser eller dersom du ønsker bladet tilsendt kontakt: es@norskindustri.no

Forsidebilde: Copenhagen chair fra Fora Form AS. Design Lars Tornøe. Fikk Merket for god design 2009

Neste nummer: Desember 2009

Der furua fortsatt er best

- Det var nok itte den beste timingen, kommenterer Yngve Hansebakken sin egen inntreden i stolen som daglig leder i Kistefos Møbler. Et temmelig drøyt understatement. Hyttefolket utgjør hovedmarkedet for Dokka-produsenten, som bruker "det beste til hytta" som pay-off. Etter mange år med voldsomt tempo i hyttebyggingen og tilsvarende ekspansjon hos produsenter av tilbehør og innredning av hytter - så også Kistefos Møbler - møtte bransjen veggen i fjor. Utfordringene er flere for den unge sjefen, som har vært i bedriften siden han var 21.

Tekst og foto: Knut Skoe

Bedriften er del av et konglomerat som gjerne finner veien til finansspaltene for langt andre nyheter enn nye møbel-

modeller. Vanligvis handler det om større transaksjoner, kunstsamling, museumsvirksomhet eller tomtekrangel med kommunen. Majoriteteieren Christen Sveaas er synlig i mange sammenhenger, og har sine representanter til stede i styringen av møbelproduksjonen på Rosteinsvegen. Møbelproduksjonen på Dokka har vokst ut av stadig større lokaler og har tjent penger hele tiden. De siste fem årene viser fasiten en fortjenestemargin gjennomsnittlig rundt ti prosent. Parallelt med hytteboomen har bedriften økt produksjon og inntekter inntil i år.

Ut av skauen

Selskapene i gruppen omfatter næringsvirksomhet som springer så å si rett ut av skauen; under forstavelsen Kistefos driver gruppen foruten "Møbler" også "Træsliberi", "Viltkjøtt", "Møbelkomponenter" og "Skogtjenest-

er". Med 230.000 mål skog - og appetitt på mer, skulle det bli nok å bearbeide av både furu og beitende vilt. Og, det er furu det handler om i de romslige verkstedlokalene et godt haglekudd fra Dokka sentrum. Furu i rause dimensjoner. Elegante linjer på modeller som like gjerne kan bringe tankene til franske bondemøbler som norske dalføre. Selv om det også er uomtvistelig norsk. Slik folkevisene og folkeeventyrene er nasjonale og internasjonale på samme tid kan også møblene til Kistefos være det. Kanskje røper den vanligste farge- settingen det norske, men her er også valgmulighetene så store at det er en smal sak å få matskapet til å være vel så Provençalsk som "Geilosk". Det er sparsomt med accantus eller "rose- maling" men med motivmaling kan møblene eller kjøkkenet bli unikt og individualisert for den enkelte kunde. Motivmalingen er små kunstverk i seg



Daglig leder Yngve Hansebakken er stolt av Kistefos' kjøkkenmodeller.



Erland Øverby midtveis i prosessen med et dørbord

selv - og kommer, for øvrig, med et forunderlig lite tillegg i prisen.

Fjøsplank

- Bearbeidingen og overflatebehandlingen er utrolig tid- og arbeidskrevende forteller Hansebakken, og vi ser det med selvsyn. En enkelt dør bearbeides i operasjoner for maling, pyntemaling, pussing, beising, sverting og voksing. Individuell tilpasning av de fleste produktene er dessuten med på å senke det industrielle nivået langt bort fra masseproduksjon og store volumtall. Alle deler av møblene og kjøkkenene fra Kistefos er heltre, de er skrudd og limt og pusset, pusset og pusset. En kunstferdig liksomslitasje gir likevel ikke et slitent inntrykk - slik det muligens var i begynnelsen da møblene fra forløperen Rønningen Eiendom. - De første møblene ble laget av gamle materialer og var inspirert av antikviteter. Det gikk med en del gammel fjøsplank i den tiden ja, forteller Hansebakken og høres utgammel for sine 37. - Vi har nok gått litt bort fra museumsinspirasjonen og 1800-tallsmøblene i de senere årene. Firmaets historie går gjennom tre navneskifter - fra Rønningen eiendom via Norske Bygdemøbler og til Kistefos

Møbler. Den opprinnelige eierfamilien Rønningen er i dag representert ved mangeårig daglig leder Torunn Rønningen Lindahl i styret. Hun eier 30% av bedriften og bestyrer ellers Kistefos Skogtjenester. - Styret er profesjonelt og sikrer god sparring og en kompetent diskusjon og vurderinger, sier Hansebakken. Dette er særlig viktig i tider som de vi er inne i nå.

Utfordringer, Hansebakken?

- Nok av dem i disse tider, ja! Etter seks års kveldsstudier ved BI og spesialisering i bedriftsutvikling kom likevel en slik praktisk "eksamen" litt brått på. Utfordringene til den lille bedriften kommer fra flere kanter etter Hansebakkens analyse. Det alminnelige hyttemarkedet er langt fra hva det var. - Jeg tror ikke vi kommer inn i en slik stim med store mange millioner hytter igjen. Men, vi har jo ikke sluttet å bygge hytter i Norge - langt ifra. Hyttene blir litt mindre fremover, derfor må også vi utvikle flere modeller i dimensjoner som passer inn i slike hytter. Det er nok også slik at om man har brukt flere millioner på hytta vil

en stor investering i møbler være en som utsettes. En viktig utfordring for oss vil være å få enda bedre fotfeste i rehabiliteringsmarkedet. Det er definitivt slutt på tiden da man tok gamle møbler til hytta. Pusser en opp hytta - vil også behovet for nye møbler komme. - Vi har dessuten utfordringer i distribusjonen. Kjedekonsentrasjonen gjør det vanskelig for oss. Vi har inntrykk av at vi ofte står i forretninger og bidrar til salg av rimeligere modeller i samme sjanger, i større grad enn salg av våre egne. Det kreves stor kompetanse for å selge våre møbler. Man må kunne fortelle hele historien om møblene for å få kunden til å forstå at Kistefosmøbelet koster mer enn ett tilsynelatende likt møbel. Vi mener jo å kunne forsvare vår pris med kvaliteten vi leverer, men det er ikke så lett for butikkselgerne å få kunden til å forstå denne sammenheng.

Fremskutte utsalg

Kistefos Møbler produserer og selger kjøkken med suksess. Basert på det samme formspråket og tilpasset alle moderne funksjoner som man ønsker



Geir Åge Byfuglien og Helge Rolstad - og en spisegruppe i tidsmessige dimensjoner



Yngve Hansebakken, med assistent – og en spisegruppe i tidsmessige dimensjoner

Men, det koster penger! Det siste kommer med et lite smil, slik man smiler når ting ligger litt frem i tiden.

- Målet i første omgang er å komme opp på tidligere nivå. Pr. i dag har vi fem personer permittert og ytterligere noen som har sluttet etter oppsigelser. Heldigvis har de fleste funnet seg arbeid annet steds. ●

på kjøkkenet på hytta selvfølgelig. Hyttekjøkkenet er gått en lang vei siden det var en liten benk med gassbluss i hjørnet av stua. - Vi selger kjøkkenene direkte fra fabrikken - og gjennom hytteleverandører. - Kundene kommer gjerne hit til Dokka og kan se hvordan deres kjøkken produseres, og vi kan gjøre deres tilpasninger. Dette er en markedsmodell som også kan være fristende å se på for møblene, ifølge Hansebakken. - Vi har ikke tatt noen beslutning om endringer i vår markedsmodell, men vi vurderer løpende, sier han og forstetter; vi er i dag til stede

gjennom enkeltstående kjedebutikker og frittstående møbelhandlere ved de fleste viktige destinasjoner i fjellet. Vi har nok innsett at vi har mindre å gjøre i sjønære områder, men vi skulle gjerne vært bedre representert i Oslo, Asker og Bærum og i de øvrige større byene i landet. Publikum kjøper jo hyttemøblene sine både lokalt ved hytta og hjemme. Vi vurderer nærmere samarbeid med flere aktører og ser nok for oss en større del av distribusjonen gjennom det vi kan kalle fremskutte utsalg. Enten som avdelinger eller studios i strategisk riktige butikker.

Kistefos Møbler AS:

Omsetning:	ca. 37 millioner kroner
Ant. ansatte:	48 årsverk
Eiere:	Kistefos Træsliberi 70%
	Torunn Rønningen Lindahl 30%

www.kistefosmobler.no



Motivmalte dører blir små kunstverk

mobelfakta.no - miljø- og produktkvalitet!

Velkommen til deltagelse på miljøkurs i regi av mobelfakta.no - som er navnet på sammenslåingen av eksisterende Møbelfakta og Møbelindustriens bransjeforenings Miljøprosjekt. Møbelindustrien vil med dette sette seg i førerretet i forhold til å ta miljøhensyn og tilby miljødokumentasjon.

Tekst: Helene Jellestad

Det har vært en omfattende utviklingsprosess på gang i miljøprosjektet siden Møbelindustriens miljøprosjekt ble startet høsten 2008. Vi er derfor nå svært fornøyd med den retningen prosjektet har tatt og det innholdet vi nå kan tilby nye deltagerbedrifter, sier prosjektleder Helene Jellestad (bildet). Oppstart av nye kurs vil bli tidlig i januar 2010, og invitasjon vil bli sendt ut i god tid, sier hun.



Organisatorisk sett betyr dette at dagens Møbelfakta med eksisterende kvalitetsstandard er sammenslått med bransjeforeningens (Norsk Industri Møbel) miljøprosjekt og intensjoner, verktøy og mål. Resultatet er et kursprogram skreddersydd for både små og store møbelprodusenter, som vil gi en innføring i kvalitetstesting av møbler, miljøsertifisering av bedrift - etter norsk eller internasjonal standard, og miljødeklarerer av møbler i form av EPD eller Svanemerking.

Det nye kursprogrammet er utviklet for å tilby fleksibilitet og i møtekomme de ulike deltagerbedriftene sine behov og muligheter i så stor grad som mulig, sier Jellestad. I praksis betyr dette at deltagerbedriftene tilbys mulighet for gjennomføring av tre ulike kurspakker: Kurspakke 1 - Miljø, Kurspakke 2 - Kvalitet, og Kurspakke 3 - Miljø og Kvalitet. Gjennomføring av en av de tre kurspakkene kvalifiserer deltagerbedriftene til medlemskap i mobelfakta.no, og gir rettighet til å benytte logo/merkenavnet: mobelfakta.no, ved markedsføring av bedrift eller på møbler som er kvalitetstestet eller miljødeklarererte - i tillegg til eventuell miljødokumentasjon i form av EPD eller Svanemerke og/eller miljøstyringsssystem.

Mer info?

For mer info kontakt prosjektleder *Helene Jellestad*, tlf 23 08 88 57 eller helene.jellestad@norskindustri.no

Kursprogrammet starter med et omfattende introduksjonskurs (1 dag) som redegjør både

for innholdet i mobelfakta.no og det miljøfaglige innholdet. Dette introduksjonskurset gir en god oversikt over hva som er status mht miljødokumentasjon, hvordan man kan styrke miljøvennlige innkjøp, imøtekomme krav om miljødokumentasjon for møbler og beskriver også offentlige innkjøpsordninger.

Introduksjonskurset er spesielt innrettet mot ledere og mellomledere i møbelindustrien, sier Helene Jellestad, men det egner seg også svært godt for møbelforhandlere, arkitekter, interiørarkitekter/konsulenter og møbeldesignere, samt øvrige faggrupper tilknyttet møbel- og interiørbransjen, som alle har anledning til å delta på dette kurset.

Det har vært et poeng for mobelfakta.no å kunne tilby et kursprogram som forenkler deltagerbedriftenes prosess vedrørende tilegning av nødvendig og oppdatert informasjon om offentlige føringer og krav gjeldende miljødokumentasjon. Etter endt gjennomføring av kursprogram i mobelfakta.no vil møbelprodusenter som har innført internt miljøstyringsystem og startet miljødeklarerer av møblene de produserer, kunne besvare den stadig økende etterspørselen etter miljødokumentasjon med tilfredsstillende dokumentasjon. Dette styrker selvfølgelig miljøaspektet og ikke minst bedriftenes konkurransekraft både nasjonalt og internasjonalt.

Offentlig lansering av mobelfakta.no markeres 3. desember 2009. Oppstart av nytt kursprogram for gamle og nye deltagerbedrifter blir 4. januar 2010, med forventet avslutning 24. mai.

Det miljøfaglige innholdet i mobelfakta.no er utviklet i samarbeid med Bergfald & Co, som også står til disposisjon som miljøkonsulenter for deltagerbedriftene både ved gjennomføring av kursprogram og etter avsluttet deltagerprosess i regi av mobelfakta.no.

For mer informasjon om innholdet i mobelfakta.no eller påmelding til nye kurs, besøk hjemmesiden: mobelfakta.no, som relanseres med både ny grafisk profil og innhold i november, eller kontakt prosjektleder Helene Jellestad.

Se også norskindustri.no/mobel.



Nødvendig nytenkning i Danmark

Sterkt fall i det danske møbelmarked. Dansk møbelindustri har lange og sterke tradisjoner for å markere seg internasjonalt både innen kvalitet og design. Etter at finanskrisen har satt dype spor i industrien, etterlyses det vilje og evne til fornyelse i forretningskonsepter og løsninger.

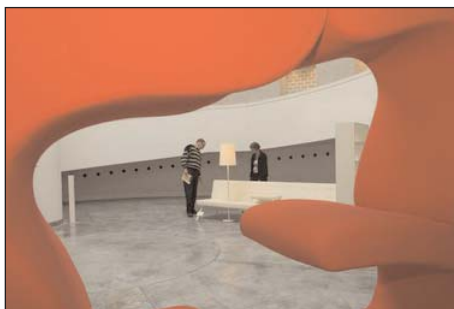
Tekst: Cecilie Feen Foto: Visitdenmark

De gamle, danske designnavn som Arne Jacobsen og Hans J. Wegner har sikret Danmark en solid plassering på det internasjonale møbelmarkedet i mange år, men skal posisjonen opprettholdes må bransjen fornye seg og utvikle designere med markeringsbehov. Finanskrisen kan tvinge frem den nødvendige nytenkningen, og få etterlengtet innovasjon i Danmarks 6. største eksportbransje.

Den danske møbelbransje omsatte i 2008 for 17.7 mia. DKK, og 80 % av dette kom fra eksport. I første halvår av 2009 falt den totale omsetningen i dansk møbelbransje med 25 %, og eksporten gikk ned med 22 % sammenlignet med året før. Det er aldri registrert tilsvarende nedgang i dansk møbelindustri, og spesielt ser det ut til at produsenter av kontormøbler er hardt rammet. Dette bør vekke bransjen til nytenkning, mener fagfolk som over lengre tid har kritisert den danske møbelindustri for å hvile på de store klassikere fra femtitallet.

I årene med blomstrende økonomi var etterspørselen etter eksklusive ikonmøbler stor, nå går trenden i retning av at forbrukerne tenker helhet og pris i alle deres innkjøp. Dette understrekes blant annet ved at de store aktørene som Ikea og Idémøbler har økt omsetningen under finanskrisen.

Ikea sitter i dag på 23 % av det danske markedet, men Idémøbler tar stadig større markedsandeler med blant annet oppkjøpet av varehuset Ilva. IDdesign, som eier Idémøbler og Ilva, har varslet



at de ønsker å bli en betydelig aktør i Skandinavia, og ser flere interessante kjeder i Norge og Sverige som de hevder vil være på danske hender i løpet av 2010.

Det er en tydelig tendens i markedet at det er de store aktørene som klarer seg best. Små møbelprodusenter anbefales å tenke komplimentert og tilby en fullstendig løsning for aktive etterspørere. Enten ved selv å utvide varesortimentet, eller ved å samarbeide med produsenter som tilbyr andre varegrupper enn ens egne. Trenden peker i retning av at flere og flere ønsker et helhetlig inntrykk i interiør, og at den hektiske hverdagen mange opplever øker behovet for flere totalleverandører innenfor møbelbransjen. Dette gjelder for det danske markedet, men også for en overordnet profilering av en skandinavisk design og møbler på det internasjonale markedet.

Innovasjon Norge i København har nylig gjennomført en undersøkelse i Danmark for blant annet å kartlegge den danske kjennskapet til norsk møbelindustri. Resultatene fra undersøkelsen viser at ledende danske fagpersoner fra møbelbransjen og media med

fokus på interiør, mener at også norske produsenter er tjent med å tenke komplimentert og å tilpasse begrepet norsk design under paraplyen skandinavisk design. På det internasjonale markedet er skandinavisk design først og fremst forbundet med tidløs dansk design, men den generelle danske oppfatningen er at utviklingen innenfor norsk møbeldesign i den senere tid kan utvide og forsterke begrepet skandinavisk design. Samtidig etterlyses danskene en mer fremtredende norsk stolthet i design og utvikling.

Trendene har over en periode vist at bæredyktig produksjon og design også gjør seg gjeldene i møbel- og interiørindustrien. Det er ingen grunn til å tro at denne retningen endres, og den generelle oppfatningen er derfor at norske møbelprodusenter har en unik mulighet til å utnytte det Norge er aller mest kjent for i Danmark; avkobling i storslått natur. I den danske bevissthet er nordmenn synonymt med blant annet livsglede og styrke. Kraften i nordmenn hentes fra naturelementer som vann, fjell og skog, og bruken av disse elementene vil øke den internasjonale oppfattelsen av det norske og nordiske.



Danmark er langt hardere rammet av den globale finanskrisen enn Norge. Den konservative regjeringen framla nylig et forventet underskudd på 90 milliarder kroner for 2009, og fagforningene kritiserer styresmaktene for manglende innsats mot en stadig stigende arbeidsledighet.

I 2006 ble 34 000 boliger påbegynt i Danmark, i 2010 faller tallet til antatt 12 000. Og etter en svak optimisme i forbruket sommermånedene, viser de siste tallene at danskene holder igjen på investeringene.

Det er derfor interessant og gledelig at til tross for den historiske nedgangen i møbeleksporten, er det ikke notert økt antall konkurser eller nedleggelse av bedrifter. Dette kan skyldes at dansk møbelindustri har tradisjon for å klare seg godt gjennom økonomiske nedgangstider, blant annet fordi bransjen er omstillingsvillig og har bygget en organisasjonsstruktur som raskt kan tilpasses nye markeder. Møbelindustrien i Danmark er nå et foregangseksempel på at bedrifter som tørr å tenke innovative produkter og markeder overlever og kommer styrket ut av økonomiske kriser.

Internasjonalt etterlyses det nytenkning innenfor dansk design, og går det som regjeringen vil, kan dansk møbelindustri beholde sin sterke posisjon også i fremtiden. Det er enighet blant de danske folkevalgte om en sterk satsning på innovasjon og utdanning. Det danske samfunnet representerer en av

verdens beste levestandarder, og regjeringen har som uttalt mål å opprettholde denne status. Det krever at dansk industri også er i verdensklasse, noe myndighetene ønsker å styrke med de beste utdanningsmuligheter og et fleksibelt næringsliv. Som et resultat av dette har Danmark et gunstig klima for etablering, og er i så måte interessant for norske aktører som ønsker å satse internasjonalt.

Mye tyder på at dansk møbelindustri nok en gang kan komme styrket ut av en nedgangsperiode. Tendensene så langt går i retning av at flere enkeltaktører vil slå seg sammen og tilby fullverdige interiørkonsept, noe som åpner muligheten for norske produsenter. Men det gjelder å lære av våre naboer i sør; viljen til endringer og nytenkning må være grunnleggende tilstede for å gi norsk design og møbelindustri feste i det danske markedets bevissthet.

Innovasjon Norge rådgir og bistår norske bedrifter som ønsker å etablere seg i det danske markedet. Ved kontoret i København sitter erfarne medarbeidere som fungerer som verdifulle døråpnere til blant annet den danske møbelindustri. Norge har historisk gode forbindelser til Danmark, og er derfor et naturlig startsted i en internasjonaliseringsprosess.

Ta kontakt med **Innovasjon Norges kontor i København** for mer informasjon om din bedrifts muligheter i Danmark.
Innovasjon Norge Tlf: +45 33 14 01 24
E-post: copenhagen.trade@innovasjonnorge.no
Nettside: www.innovasjonnorge.no/danmark

Ønsker du Norske møbler tilsendt?



Norske Møbler formidler aktuell informasjon til aktørene i møbelbransjen, presse og myndigheter for på denne måten å opprettholde og øke kjennskapet til norsk møbelindustri - herunder underleverandører, håndverksbedrifter osv.

Kontakt
ba@norskindustri.no

Møbelkonferansen 2009

Velkommen til Møbelkonferansen! Den 11.-12. november arrangeres Møbelkonferansen på Radisson SAS Hotel i Ålesund. I år markeres også møbelforeningens 100 års jubileum på konferansen. Det er invitert flere gjester og konferansen åpnes av H.K.H Kronprinsesse Mette Marit.

Møbelindustrien er en av få ferdigvareindustrier i olje- og energinasjonen Norge. Markedsandelen her hjemme er på nær 50 %, og i tillegg går en stor del til eksport. Dette er med på å gjøre møbelindustrien til Norges største designindustri. Våre utfordringer skiller seg derfor noe ut sammenlignet med andre bransjer.

Møbelkonferansen er den viktigste møteplassen og arenaen for å diskutere vår bransjes utfordringer, sier Gunnar Hareide, styreleder i Møbelindustriens bransjeforening og adm. dir. i Fora Form AS. I fjor deltok vel 90 personer fra ca 35 bedrifter og miljøet rundt bransjen.

- Det siste året har vært meget utfordrende, selv om det nå kanskje kan se ut til at det bunner 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, sier bransjesjef Egil Sundet i Norsk Industri Møbel. - Møbelkonferansen er et viktig virkemiddel i denne sammenheng - og det er derfor viktig at DU er med å bidra!

Årets Møbelkonferanse blir spesiell siden det er 100 år siden Møbelindustriens bransjeforening ble stiftet. Det er også 100 år siden møbeleventyret på Sunnmøre startet. Vi er veldig glad for at Kronprinsessen kommer og åpner Møbelkonferansen den 11. november, sier Sundet. Årets konferanse starter på Kunstmuseet KUBE i Ålesund. Her vil Kronprinsessen åpne en liten møbelutstilling, Møbelkonferansen 2009 og hilse til industrien. Videre blir det kåseri om utvik-

lingen av bransjen, sier bransjesjef Egil Sundet. - vi er veldig glad for at Kronprinsessen deltar sammen med oss, og dette avsluttes med lunsj på hotellet. Etter dette går programmet for Møbelkonferansen videre i mer kjent stil med fokus på strategier for merkevarebygging, internasjonalisering og en mest mulig effektiv verdikjede/klynge her hjemme. Også miljøkrav og hvordan møte kravene belyses. På kvelden er det Jubileumsmiddag med gjester. Torsdag er tema situasjon i møbelmarkedene internasjonalt, her hjemme, trender og vi har invitert et par markedsaktører til å presentere sine erfaringer og strategi. Deretter blir mulighet til å være med på workshop enten om strategi for norsk møbelindustri internasjonale omdømme og miljøprosjektet - og hvordan møte markedets krav og muligheter.

Work shop Omdømme

Kan en felles strategi gi økt omdømme og økt salg, og i så fall hvordan kan bransjen

Sted: Radisson SAS Hotel i Ålesund Tid: 11.-12. november 2009

**Onsdag 11. november
Åpning av Møbelkonferansen 2009**

11:00 100 år og fortsatt ung!
Møbelindustriens forening er 100 år i 2009. Bransjen har en sterk posisjon i det norske markedet og en stor eksport er utviklet. Finanskrisen har gitt et tilbakeslag - hva kan vi lære av historien?

H.K.H Kronprinsesse Mette Marit åpner Møbelkonferansen 2009

Deretter bli et kåseri om utviklingen av norsk møbelindustri gjennom 100 år og status i dag. Jubileumsboken blir for første gang presentert. Forfatter *Eidar Høidal*, Norsk Møbelfaglig senter/ Sunnmøre Museum

12:00 Lunsj (med gjester)

Tema: Marked og strategier - i en utfordrende tid

13:30 Om tilstanden i norsk økonomi og internasjonalt

14:15 Merkevarestrategi - hjemme og internasjonalt

Adm. dir. *Peter Sjølander*, CEO Helly Hansen Group

14:45 Pause

15:10 Hva er norsk møbelindustri og designs omdømme og kjennskap internasjonalt?

Presentasjon av Møbelindustriens omdømmeundersøkelse
Director Mng. *Jan Glendrange*, Burson-Marsteller AS

15:40 En møbelbedrift presenterer seg merkevare, strategi og internasjonalt salg

16:10 Er det en møbelklynge?

Presentasjon av funn og resultater
Forskningssjef *Oddbjørn Oterhals*, Møreforskning Molde AS

16:40 Pause

17:00 En strategi for å leve i møbelklyngen - hvordan utvikle bedre konkurransekraft

Adm. dir. *Karl Inge Rekdal*, Sykkylven Stål

17:30 Norsk møbelindustri skal bli best på miljø

Presentasjon av prosjektet, mobelfakta.no og miljøkrav. Prosjektleder *Helene Jellestad*, Norsk Industri Møbel og *Christian Rostock*, Bergfald & co AS

18:10 Slutt

19:30 100 års jubileumsmiddag

Taler/underholdning
Ca kl 22:00 kaffe/avec

gjøre dette? Styret i Møbelindustriens bransjeforening legger frem et notat med forslag til en bransjestrategi. De siste årene har bransjeforeningen jobbet med felles messedeltakelser, utstillinger internasjonalt og lyktes med å øke myndighetenes ressursbruk til fordel for profilering av bedrifter i vår bransje. Med utgangspunkt i omdømmeundersøkelsen inviterer vi til diskusjon av veien videre.

Work shop Miljø

Møbelindustriens bransjeforening presenterer mobelfakta.no – som er navnet på sammenslåingen av eksisterende Møbelfakta og Møbelindustriens Miljøprosjekt. En viktig målsetning er at norske møbelindustri skal være ledende på miljø, og vi er godt i gang og har et bra tilbud til møbelbedrifter og til verktøy for innkjøpere. To bedrifter forteller om sin miljøstrategi og konsulentfirmaet Bergfald & co om utvikling i markedets krav til miljø, og hvordan møte dette.



H.K.H Kronprinsessen



Torsdag 12. november Tema: Markedsutsikter

- 08:30 International Furniture Markets present situation and foresight 2010**
Director *Alessandra Tracogna*, CSIL Milano
- 0900 Er finanskrisen over nå?**
Trender. Bolig og eiendoms-markedet
Seniorkonsulent *Truls Vasvik*, Prognosesenteret AS
- 09:40 Trender og smaksskifter. Norsk design.**
Erling Dokk Holm, Arkitekthøgskolen?
- 10:10 Pause**
- 10:30 Hva skjer i norsk møbelhandel**
- 11:00 Erfaringer med norske møbel-leverandører - med utgangspunkt i Næringslivets Hus**
Interiørarkitekt *MNIL Berit Olderheim*, ZINC AS
- 11:30 Oppsummering**
- 12:00 Lunsj**

Tema: Workshops 13:00-17:00

Workshop - omdømme: Kan omdømmeundersøkelsen utnyttes for din bedrift, bransjen og Norge?

På Møbelkonferansen i fjor ble det i workshop foretatt å undersøke hvilket omdømme og kjennskap norsk møbelindustri og design har. Møbelindustriens bransjeforening legger fram et forslag til en strategisk og operativ satsning på å bygge omdømme og å øke eksporten.

- **Velkommen**
Møbelindustrien Norsk Industri
- **Møbelindustriens arbeid med omdømme og eksport siden 2005**
Egil Sundet/Merete Hildonen
- **Summary av omdømmerapporten**
Jan Glendrange, Burson-Marsteller AS
- **Pause**
- **Forslag til en omdømme og eksport strategiplan for Møbelindustrien**
Egil Sundet
- **Diskusjon** Bordet rundt.
- **Oppsummering** Slutt kl 17:00

Workshop - miljø:

Er miljø en konkurransefaktor? Hvordan kan i så fall norske møbel-leverandører vinne konkurransekraft gjennom å være ledende på miljø?
Møbelindustriens bransjeforening startet miljøprosjektet høsten 2008. Prosjektet har som målsetting å gjøre norsk møbel til ledende på miljø samt benytte miljø til et konkurransefortrinn.

13:00 Presentasjon av mobelfakta.no

Helene Jellestad

- 13:20 - Miljøbelastningen ved møbelproduksjon**
- **Miljøkrav når det offentlige kjøper inn**
 - **Miljøkrav fra store (og noen små) kunder**
 - **Fremtiden**

Christian Rostock, Prosjektleder Bergfald & Co AS

14:20 Pause

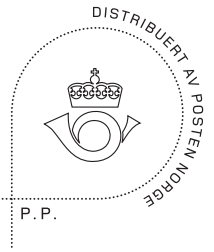
14:40 Hvordan kan vi utnytte miljøkrav til et konkurransefortrinn?

Fora Form AS
Formfin Møbler AS

15:20 Spørsmål/svar og diskusjon Slutt kl 16:0

B

NORGE



P.P.

Returadresse: Norsk Industri, Postboks 7072 Majorstuen, 0306 Oslo

Møbelkonferansen 2009

*Velkommen til
Møbelkonferansen!*

*Den 11.-12. november arrangeres
Møbelkonferansen på Radisson
SAS Hotel i Ålesund.*

Meld deg på!

*For priser og påmelding:
www.norskindustri.no/mobel*

Norsk Industri

Møbel-
KONFERANSEN 2009

11. - 12. november på
Radisson SAS Hotel i Ålesund

Hva får du som medlem i Møbelindustriens bransjeforening?

Bransjeforeningen er del av Norsk Industri og har vel 100 medlemsbedrifter i hovedsak innen møbel- og innredningsindustri, men også noen andre. Innen møbelbransjen organiserer vi mer enn 80 % av norsk produksjon. Medlemmene velger på årsmøtet styre og behandler viktige saker for bransjen.

Våre medlemsfordeler

- informasjon og påvirkning i viktige næringspolitiske og bransjesaker
- gratis arbeidsgiverservice
- tilbyr et bransjefellskap, nettverk og møteplasser (Møbelkonferansen, temamøter mv.)
- rådgivning i en rekke saker
- deltagelse i bedriftsutviklingsprosjekter
- tilbud om deltagelse på messer og utstillinger
- et bredt tilbud innen kompetanseutvikling og kurs
- direkte økonomiske medlemsfordeler
- stort industrifellskap

Ta kontakt med bransjesjef *Egil Sundet* hvis du har spørsmål angående vårt tilbud eller ønsker medlemskap. Kontakt pr telefon 23 08 88 53/ 909 22 192 eller e-post es@norskindustri.no

Vil du bli medlem?

Ta kontakt for å sjekke ut hvilke fordeler et medlemskap kan bety for din bedrift? Ring eller send e-post til **bransjesjef Egil Sundet**, es@norskindustri.no eller tlf 909 22 192.

Bruker du Markedsbiblioteket?

Medlemmer i Møbelindustriens bransjeforening kan bruke det webbaserte Markedsbiblioteket. Der finner du markedsrapporter, statistikk, modellkontrakter, oversikt over hvilke standarder som gjelder osv..

Dette kan du enten laste rett ned på din pc eller få tilsendt i posten.

Send mail til merete.hildonen@mobelradet.no for å få passord og tilgang.

Møbelindustrien - en bransjeforening i Norsk Industri, tlf 23 08 88 00
Kontoradresse: Næringslivets Hus, Middelthuns gate 27, Postboks 7072 Majorstuen, 0306 Oslo

For mer informasjon: www.norskindustri.no/mobel