

# Udfordringer og muligheder for den danske møbel- og interiørbranche

---

Resumé: Dokumentet opsummerer den virkelighed, som den danske møbelbranche befinder sig i netop nu. Der peges på en række konkrete forhold og udfordringer, som forhindrer mulighederne for at skabe øget vækst, beskæftigelse og eksport i branchen. Endelig fremsættes en række konkrete anbefalinger til at kick-starte innovation og udvikling i branchen med henblik på øget vækst og beskæftigelse.



---

## INDLEDNING

Der er en lang tradition for design og møbelproduktion i Danmark, og den danske møbelbranche har spillet en vigtig rolle for omsætning, vækst og beskæftigelse.

Finanskrisen, og ikke mindst faldet i boligbyggeriet og omsætningen af boliger, kombineret med lav forbrugertilid, har ramt den danske møbelbranche relativt hårdt. Branchen er kommet sig langsommere end den øvrige industri med hensyn til omsætning, beskæftigelse og eksport.

*Vækstplanen for kreative erhverv*, nedsat af Erhvervs- og Vækstministeren, pegede dog på, at der fortsat er et stort potentiale i møbelbranchen, særligt på det internationale marked. Samtidig er produktivitet for den møbelproduktion, der i dag er tilbage i Danmark, gennemsnitligt større end i andre EU lande.

*Vækstplanen for de kreative erhverv* opfordrede derfor til, at der blev nedsat en tværgående tænketank, som har til formål at se på hvilke behov og muligheder for udvikling og innovation, der er i møbelbranchen, hvor erfaringer fra nye vækstvirksomheder inddrages.

*Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning* i samarbejde med *Træ- og Møbelindustrien* (TMI) nedsatte i september 2012 en tænketank med 21 medlemmer, som består af store og små virksomheder i møbelbranchen, designvirksomheder, uddannelser og organisationer. Der har været afholdt 4 fælles møder og individuelle møder med deltagere, som var forhindrede i deltagelse i de sidste 2 møder. Oplæg har været slået op offentligt på brancheportaler, og alle input er blevet inddraget.

Følgende dokument er derfor en opsummering af de tiltag og muligheder, der bredt i branchen menes, der er behov for til at understøtte udvikling og innovation i møbelbranchen på kort, mellem og lang sigt.

### Deltagere i tænketanken

*Hans Sandgreen Jakobsen, Jens Bach Mortensen, Jeldwien, Jørgen Rasmussen, Arkitektskolen Århus, Jens Overbye, Kunstakademiet, Peter Frandsen, Verpan, Anders Nørgaard, anpdesign, Torben Paulin, BoConcept, Preben Rasmussen, Skovby, Christian Grosen Rasmussen, Fritz Hansen, Henrik Sørensen, One Collection, Poul Madsen, Normann Copenhagen, Knud Erik Hansen, Carl Hansen & Søn, Niels Knudsen, Magnus Olesen, Jacob Gubi, Gubi, Niels J. Eilersen, Eilersen, Brian Djernes, Cane-Line, Flemming Larsen, TMI og Betina Simonsen, Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning.*



## 1. Møbelbranchen i Danmark

Der er – uanset en række fundamentale udfordringer - mulighed for, ved de rette betingelser, at understøtte og kickstarte innovation og udvikling af den danske møbelbranche.

Det seneste år har vist positive takter for møbelbranchen. Det skyldes bl.a., at virksomhederne er mere trimmede end før krisen, og at der er sket en betydelig konsolidering i branchen. Derudover har ikke mindst virksomhedernes øgede fokus på salg uden for Danmarks grænser udmøntet sig i en vækst i eksporten.

Der har historisk set og er fortsat stor interesse for nordisk/dansk design på de globale markeder. *New nordic* trenden er medvirkende til stor international opmærksomhed om vores livsstil, som i høj grad inkluderer indretning.

Der er derfor god grund til, gennem ændringer i rammevilkårene og en række konkrete aktiviteter, at understøtte denne positive udvikling, således at der bliver bedre muligheder for øget omsætning, eksport og beskæftigelse.

Regeringens vækstplan indeholder gode skridt på vejen til at forbedre virksomhedernes muligheder for udvikling. Sænkelse af skatter og afgifter på en række områder er væsentlige forbedringer af virksomhedernes forhold og vil kunne bidrage til at holde omkostningerne i ro. Men der er behov for at fastholde dette sigte.

Tænketanken har drøftet muligheder for at stimulere en positiv udvikling i møbelbranchen, således at vækst, beskæftigelse og eksport på dette område kan fremmes.

Anbefalingerne omfatter generelle rammevilkår, strukturelle forbedringer og ikke mindst oplæg til konkrete aktiviteter, som kan danne grundlag for udviklingen i møbelbranchen.

Hovedanbefalingerne er opsummeret i oversigt på næste side.

## Hovedanbefalinger:

<i>Grønne felter er initiativer, der er planer om eller er igangsat, hvide felter er endnu ikke påbegyndt.</i>	DET LANGE SIGT	MELLEMLANGT SIGT	HER & NU INITIATIVER
<b>Økonomiske rammevilkår</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Et attraktivt skatteniveau</li> <li>• Afdæmpet lønudvikling</li> <li>• Reduktion af afgifter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bedre muligheder for finansiering</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sikre mulighed for recirkulation af energi</li> <li>• Sikring af fødekæden mellem træproduktion og træforbrugende virksomheder</li> </ul>
<b>Ændringer i regelgrundlag og praksis</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• En offentlig udbudspolitik, der afspejler virksomhedsstrukturen, og ikke omfatter udokumenterbare krav</li> <li>• Fjernelse af tendens til overregulering i forhold til EU med hensyn til krav til produkter m.v.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Udarbejdelse af en brancheanalyse, der vil sætte fokus på fastholdelse og tilbagetrækning af arbejdskraft i branchen, struktur af branchens virksomheder, eksportandele og eksportfokus</li> </ul>
<b>Image boost</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Øge rekruttering af faglærte gennem image boost og udvikling af kvalitet i lærlingeuddannelserne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fremhævelse og udvikling af priser</li> <li>• Iværksætter initiativ (made in Denmark pris), mentorforløb og fond</li> </ul>
<b>Eksport boost</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Øget fokus på nærmarkederne i eksportindsatsen</li> <li>• Øget kvalitet af eksportrådgivning og fokus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fælles tiltag</li> <li>• Delegationsbesøg, int. konference og udstillinger i forbindelse med Wegner og Børge Mogensens 100 års fødselsdage.</li> </ul>
<b>Design boost</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Større samarbejde mellem designuddannelserne og virksomhederne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Design- og produktivitets vouchers</li> </ul>
<b>Vidensgrundlag</b>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brancheanalyse med forslag til Eksportstrategi og "Made in Denmark" fastholdelse og tilbagetrækning af produktion.</li> </ul>
<b>Kompetencer</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Udvikling af de håndværksmæssige uddannelser.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etablering af en dialoggruppe blandt deltagere fra design- og arkitektskolerne og etablerede virksomheder.</li> </ul>



## 2. Den danske møbelbranche

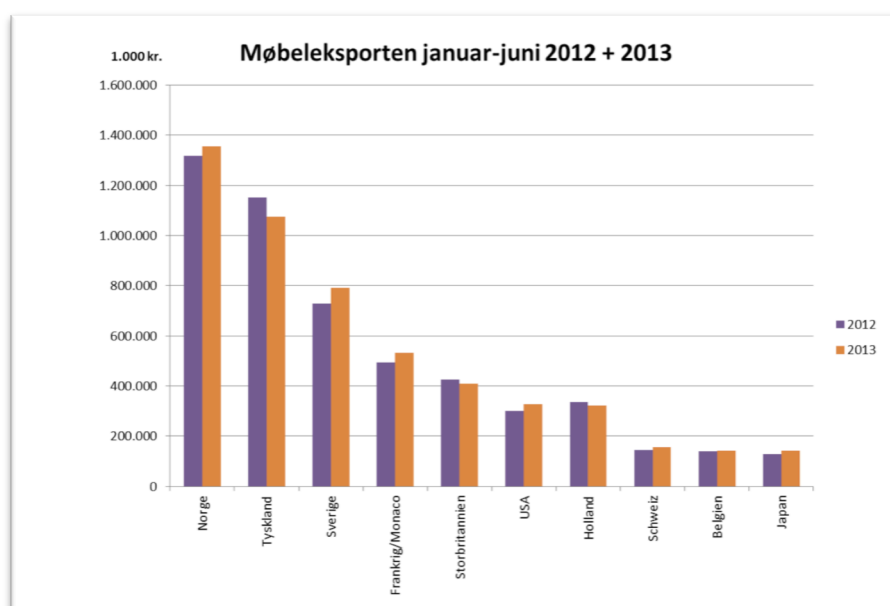
### *Profil af den danske møbelbranche*

#### Beskæftigelse

Den danske møbelbranche beskæftiger i dag godt 10.000 mennesker. Hertil kommer den afledte beskæftigelse hos underleverandører, bl.a. i den træindustrielle sektor. Det vurderes, at den afledte beskæftigelse udgør omkring 5.000 mennesker, således at omkring 15.000 mennesker er beskæftiget i og omkring møbelindustrien.

#### Eksport

Eksporten udgjorde i 2012 omkring 10 mia. kr. med en opadgående tendens. Ca. 80 pct. af eksporten retter sig mod nabomarkedene Sverige, Norge og Tyskland (tilsammen 60 pct.) og EU eksklusiv Sverige og Tyskland (tilsammen 20 pct.) Under 1 pct. af eksporten retter sig mod det kinesiske marked.



---

## Produktkategorier

Dansk møbelindustri er karakteriseret ved, at en række highend produkter profilerer og brander branchen, men størsteparten af omsætningen kommer fra mellemsegmentet eller lavprissegmentet. Omsætningen og mere end halvdelen af beskæftigelsen og eksporten kommer fra lav- og mellemsegmentet.

Den danske møbelbranche har historisk udgjort en vigtig del af dansk erhvervsliv. Det gælder både med hensyn til design, produktion og handel med produkter. Branchen er karakteriseret ved følgende hovedkategorier:

- Virksomheder, der sælger produkter med højt designindhold og kvalitet, der både produceres i Danmark og udlandet. De produkter, der produceres i udlandet, bliver for det meste importeret og videresendt fra danske lagre. De virksomheder, der stadig producerer i Danmark gør det ud fra en håndværksmæssig begrundelse eller på grund af store investeringer i produktionsanlæg.
- Et mellem-segment, som fortsat er meget presset, men som har overlevet gennem en stram optimering af produktionsprocessen og

outsourcing af hele eller dele af produktionen. Derudover har direkte salg til slutbrugerne eller god positionering på eksportmarkeder været strategier, der har virket for dette segment.

- Et lavpris-segmentet, hvor volumen og private label produktion/levering er udbredt. Den begrænsede produktion, der stadig er i Danmark, er meget automatiseret. En række aktører er startet som handelsvirksomheder og agerer globalt mht. produktion, design og distribution.

## Virksomhedsstruktur

Virksomhedsstrukturen i branchen er karakteriseret ved mange små, mellemstore og mikro-virksomheder. Kun et begrænset antal virksomheder har over 100 ansatte. Branchen er karakteriseret ved mange ejerledede virksomheder. Det vurderes af ca. 35 % af produktionen foregår i udlandet.

## Geografisk lokalisering

Virksomhederne er overvejende placeret i Midtjylland og på Fyn.

## Mange ufaglærte og faglærte

De producerende virksomheder er karakteriseret ved at have mange ansatte, som er ufaglærte eller faglærte. Disse to kategorier udgør omkring  $\frac{3}{4}$  af de ansatte. Omvendt er antallet af højtuddannede i virksomhederne meget begrænset, omend antallet er stigende.

## Branchens situation

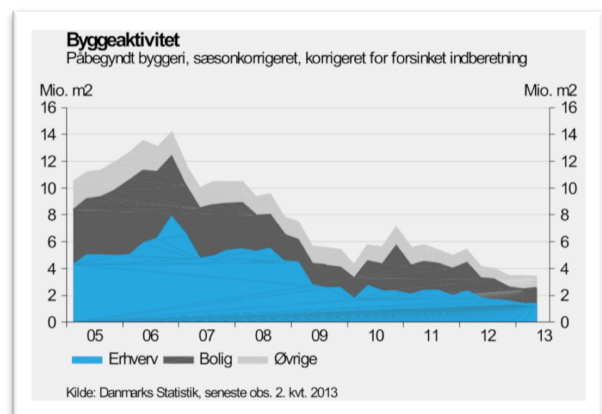
### Omsætning afhænger af udviklingen på boligmarkedet og forbrugertilliden

Omsætningen i møbelbranchen er stærkt afhængig af følgende faktorer:

- Byggeri
- Boligomsætning
- Forbrugertillid

### Lav byggeaktivitet

Alle disse parametre har været i bund siden finanskrisen. Det gælder i væsentlig grad på hjemmemarkedet og i de sydeuropæiske lande. I lidt mindre grad på nabomarkedene, og slet ikke i Norge, som har været i vækst i hele perioden.



### Omsætningsfald i møbelbranchen

Det har samlet set påvirket omsætning og beskæftigelse stærkt negativt.

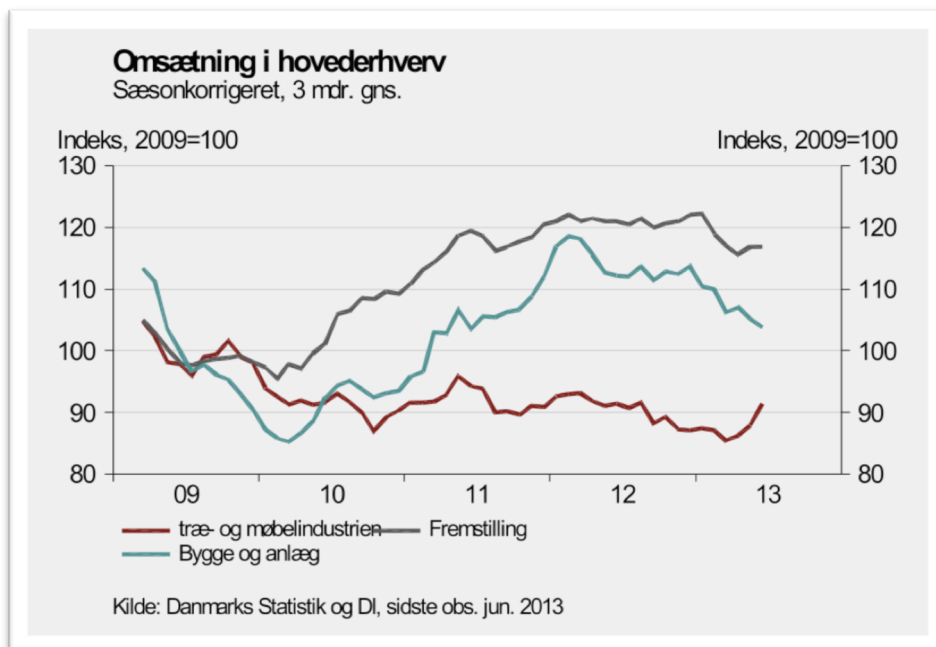




## Langsommere genopretning efter finanskrisen

Afhængigheden af boligområdet og forbrugertilliden betyder også, at møbelbranchen er væsentligt mere konjunkturfølsom end f.eks. industrien generelt. Det har derfor været vanskeligt for møbelindustrien at genvinde omsætningstabene i kølvandet på finanskrisen.

Men det betyder omvendt også, at det – under de rette betingelser – vil være muligt at genvinde omsætning hurtigt, hvis udviklingen går i retning af højere samfundsøkonomisk vækst og større forbrugertillid.



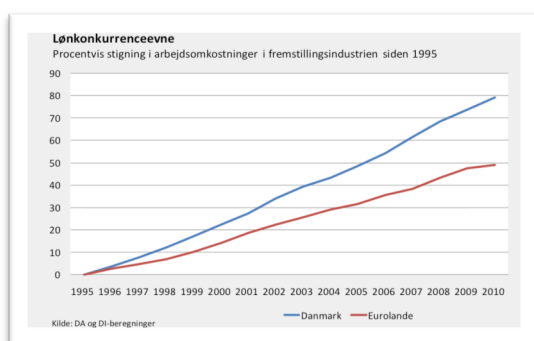




### 3. Møbelbranchen – udfordringer og muligheder

#### Konkurrenceevne

Det er karakteristisk for udviklingen i møbelindustrien, at omfanget af outsourcing er betydeligt. Det gælder især den løntunge produktion, hvor de samlede lønomkostninger - ikke blot i forhold til fjernere konkurrenter - men også i forhold til Sverige og Tyskland - har udviklet sig i en uheldig retning. Noget er hentet hjem over de senere år, men en opretning af 10-15 års over gennemsnitlig lønstigning vil kræve tid.



#### Skat

Et højt skattetryk, høje priser på energi og det generelle afgiftsniveau har bidraget til at presse virksomhederne til at henlægge produktionen til andre lande.

#### Energipolitik og omkostninger

På det energipolitiske område og på miljøområdet er der igangsat en udvikling i retning af mere CO<sub>2</sub>-venlig energiproduktion og en større grad af økonomisering med ressourcerne via øget genbrug.

Det er vigtige og rigtige initiativer. Det er samtidig afgørende, at disse initiativer tilrettelægges på en måde, så de ikke påvirker møbelvirksomhederne negativt.

Der er særligt to opmærksomhedspunkter på dette område, som berører den gruppe af møbelproducenter og underleverandører, der har træbaseret materiale som væsentlig ingrediens i produkterne.

Det ene er, at det øgede fokus på biomasse som energikilde ikke reducerer adgangen til og øger priserne på denne råvare. Den nuværende anvendelse af biomasse til energiformål beror i væsentlig grad på træbaseret biomasse. Den fremtidige vækst i anvendelsen af biomasse vil øge omfanget af dette.



Hvis den kommende biomassesstrategi medfører, at træbaseret materiale, som kan anvendes til produktionsformål, i stedet anvendes til energiformål vil det medføre reduceret adgang, forøget transportbehov og højere priser på råvarerne. Det vil presse en lang række virksomheder på konkurrencekraften og vil kunne påvirke vækst og beskæftigelse i sektoren negativt.

Der er en række erfaringer fra andre lande, som tyder på, at en øget biomasse-anvendelse vil påvirke priser på træ-råvarer generelt og dermed risikere at påvirke træ- og møbelvirksomhedernes konkurrencevilkår. I forbindelse med det biomasse-baserede Herningværk kunne det også konstateres, at en sådan effekt havde en kraftig negativ indflydelse.

Det er derfor afgørende at sikre, at den biomasse, som bliver anvendt til energiformål, består af træbaseret biomasse, som ikke er egnet til produktionsformål.

Det vil kunne ske ved øget fokus på *cascade use* og øget fokus på genbrug i forlængelse af regeringens ressourcestrategi.

Den kommende forsynings sikkerhedsafgift vil i henseende til at anvende

træ til energiformål, lægge en bremse herpå, hvilket vil påvirke ovenstående i den rigtige retning.

Imidlertid vil ikke mindst anvendelse af affald til pladeproduktion kunne blive vanskeliggjort, da afgiftsfritagelse på en del af råvarerne, der anvendes til energiformål, kan medføre at denne genbrugsmulighed ikke vil kunne fortsætte. Det kan medføre, at dansk pladeproduktion vil ophøre, og at de mange aftagere af plader i møbelindustrien vil skulle importere plader fra udlandet med risiko for betydelige meromkostninger. Det vil svække konkurrencekraften i mange af disse virksomheder betragteligt.

På begge ovenstående punkter er det nødvendigt, at reglerne indrettes på en måde, som ikke skaber problemer for møbelindustrien og dens underleverandører.

### **Anbefaling:**

*Den kommende biomassesstrategi skal udformes, så anvendelse af biomasse til energiformål ikke omfatter træbaseret materiale, som vil kunne anvendes produktivt.*

*Der er i implementeringen af forsynings sikkerhedsafgiften behov for at*



*fjerne incitamentet til at afbrænde de råvarer, som hidtil er genbrugt i pladeproduktionen.*

## Recirkulation

Det er i Danmark forbudt at recirkulere procesvarme. Dette forhold giver virksomhederne øgede udgifter til energi. Forbuddet er begrundet i hensynet til arbejdsmiljøet.

Det er klart, at hensynet til arbejdsmiljøet skal sikres. Imidlertid er det muligt at få hensynet til virksomhedernes økonomi og arbejdsmiljøet til at balancere på en bedre vis.

Således er reglerne for recirkulation anderledes i en række andre lande. Her er recirkulation tilladt, forudsat at grænseværdierne overholdes, så hensynet til arbejdsmiljøforholdene sikres. Det gælder for eksempel i Norge.

Tilsvarende regler i Danmark vil give muligheder for, at virksomhederne gennem investeringer vil kunne sikre overholdelse af fornuftige grænseværdier. Samtidig vil de kunne forbedre konkurrenceevnen. En yderligere positiv effekt af sådanne regler er en positiv klimaeffekt gennem reduktion af energiforbruget.

Der har allerede været dialog med arbejdsmiljømyndigheder om dette emne. Men der er behov for at få gennemført disse ændringer hurtigst muligt.

### *Anbefaling:*

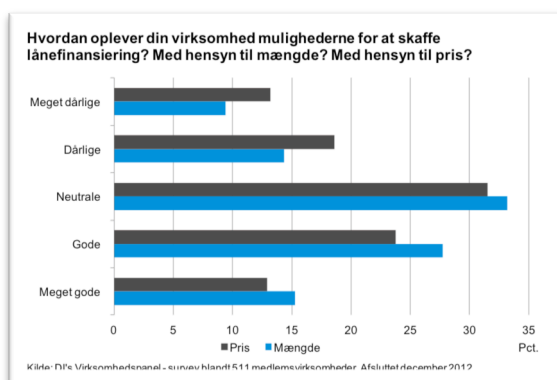
*Der er behov for at gennemføre ændringer i arbejdsmiljøreglerne, så genanvendelse af energi kan fremmes uden negative virkninger på arbejdsmiljøet.*

## Adgang til finansiering

Møbelvirksomhederne er i lighed med mange andre virksomheder præget af, at investeringsniveauet ligger forholdsvis lavt på grund af vanskelighederne med at opnå finansiering – eller at få den på rimelige vilkår.

Mange virksomheder er påvirket af dårlige muligheder for finansiering. Selv virksomheder med en sund drift og med sunde, velargumenterede og fremadrettede forretningsplaner, oplever problemer med den nødvendige finansiering. Og hvis finansieringen endelig opnås, er det ofte forbundet med meget høje omkostninger. Bankerne har ikke brancheindsigt, men agerer i stedet som bremseklods for ikke bare

effektivisering og vækst hos de allerede etablerede virksomheder men også for hele vækstlaget og de iværksættere, som skal være medvirkende til at udvikle branchen og blive de næste SMV'er.



### Anbefaling:

*Der bør hurtigst muligt findes en løsning, så virksomhedernes adgang til finansiering og kreditter på attraktive vilkår understøttes bedst muligt.*

### Overdreven regulering

Mange virksomheder er ramt af uensigtsmæssige og overlappende reguleringer; både generelt og i forbindelse med offentlige udbudsforretninger.

Der stilles således ofte krav, der rækker ud over EU-krav. Krav, hvor det er vanskeligt at dokumentere, at de bliver overholdt.

Møbelvirksomhederne oplever et stigende antal krav til produkter og materialer. De udspringer typisk af ønsker om at forbedre miljøet, sikkerheden og sikringen af, at frembringelse af materialer ikke sker fra ukendte og/eller ulovlige kilder. Konkrete eksempler er ISO-certificering, privat organiserede certifikater, miljøkrav, oprindelsescertificering og meget andet.

Mange af kravene er hensigtsmæssige og understøtter varers fri bevægelighed, fornuftige miljøhensyn og meget andet.

Problemet er imidlertid, at mange af kravene er overlappende, og at myndighederne, for en sikkerheds skyld, stiller krav om, at alle kendte certificeringer og standarder mv. er dokumenteret overholdt.

Det udgør en betydelig omkostning og giver betydelige administrative byrder for virksomhederne.



I det omfang danske krav overstiger det, der er aftalt på f.eks. EU-niveau, stiller det virksomhederne i en vanskelig konkurrencemæssig situation i forhold til andre lande. Det gælder f.eks. Svanemærket. Virksomhederne skal ikke kun dokumentere, at der ikke anvendes stoffer, som er optaget på lister over stoffer, som efter EU-regulering ikke må optræde. Det gælder også stoffer, som ifølge EU-regler er lovlige nu, men som overvejes at blive forbudt.

De offentlige udbydere synes at gå forrest i denne overimplementering.

Der synes ikke at være noget samlet overblik over, hvilke krav der kan eller skal stilles, da de udspringer af ønsker hos mange forskellige myndigheder. Resultatet er en dyr, konkurrenceforvridende overregulering.

Ikke mindst for mindre og mellemstore virksomheder, kan kravene være en meget betydelig byrde.

I forbindelse med en række offentlige udbud er det konstateret, at de udbydende myndigheder ofte "risikominimerer". Det sker ved at bede potentielle leverandører om at overholde en lang række krav, som rækker udover, hvad der er gældende på EU-plan.

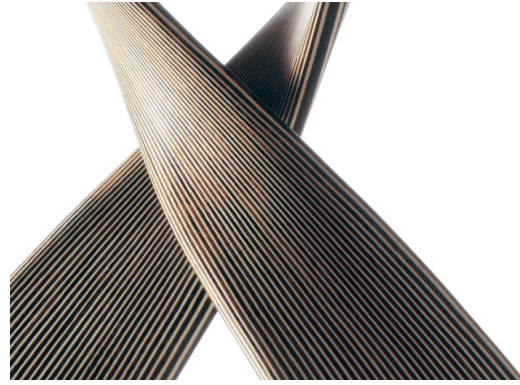
I praksis har virksomhederne ikke altid mulighed for at kunne dokumentere overholdelse af kravene, herunder især kravene til underleverandører, som muligvis af konkurrencehensyn ikke ønsker at give oplysninger om, hvilke stoffer der indgår i en komponent.

Det betyder dels at virksomhedernes omkostninger ved at afgive tilbud bliver uforholdsmæssigt høje; dels at den i praksis manglende mulighed for at kunne dokumentere overholdelsen af de stillede krav, stiller virksomheder i en vanskelig situation. Både ved udarbejdelse af tilbud og hvis virksomhederne kommer på indkøbsaftalerne.

Det giver virksomhederne uforholdsmæssigt store krav til dokumentation, svækker konkurrencekraften i forhold til vore naboer og efterlader virksomhederne i en retslig usikkerhed.

### **Anbefaling:**

*Overregulering skal søges begrænset mest muligt, og der bør hver gang en øget regulering foreslås, etableres et overblik over, hvilken regulering der findes i forvejen, som kan erstatte den foreslåede og/eller sikre, at reguleringen sker under hensyn til de administrative og økonomiske byrder.*



*Kravene i de offentlige udbud skal begrænses til krav, som med sikkerhed vil kunne dokumenteres overholdt.*

## Offentlige udbud

En væsentlig del af den indenlandske efterspørgsel sker gennem offentlige udbud på møbelmarkedet. En væsentlig del af efterspørgslen på kontraktmarkedet genereres ad denne vej.

De offentlige udbud spiller derfor en stor rolle for afsætnings- og udviklingsmulighederne i møbelindustrien.

De udbydende offentlige myndigheder og SKI har omlagt udbudsstrategien, så der opereres med et færre antal virksomheder på indkøbsaftalerne, udbud af bredere produktsortimenter, og med at myndigheder er forpligtede til at anvende de valgte udbydere - og i en længere årrække.

Omdrejningspunktet for denne strategi er at reducere myndighedernes omkostninger ved at gennemføre og administrere indkøbsordningerne, og selvfølgelig for at kunne opnå attraktive tilbud.

Møbelindustrien er karakteriseret ved mange mindre og mellemstore virksomheder, som ofte har karakter af nichevirksomheder uden en bred palette af produkter. De vil med den valgte udbudsstrategi blive ringere stillet med hensyn til at kunne komme med på indkøbsaftalerne, mens de større – og måske udenlandske leverandører, som typisk er meget større – vil blive stillet bedre.

Med den valgte udbudsstrategi vil vækstlaget i møbelvirksomhederne blive påvirket negativt, da det offentlige marked udgør en væsentlig del af virksomhedernes hjemmemarked og giver færre muligheder for mindre virksomheder for at opnå erfaringer og referencer, som kan benyttes i tilbud på andre markeder. Der bør overvejes muligheder for at fremme strategiske partnerskaber for mindre møbelvirksomheder med henblik på at kunne komme i betragtning til f.eks. offentlige udbud.

Der er derfor – med respekt for myndighedernes ønske om at økonomisere – behov for en udbudspolitik, der tager klarere hensyn til den danske virksomhedsstruktur.



### **Anbefaling:**

*Der bør udarbejdes rammer for udbud, der tager afsæt i den danske virksomhedsstruktur og dermed sikrer vækstlaget i træ - og møbelvirksomhederne bedre muligheder for at fastholde vækst og beskæftigelse og erfaringer med at deltage i internationale projekter.*

### **Eksportindsatsen**

Både før – og især efter krisen – er det eksporten, som har sikret, at det trods alt er lykkedes at opretholde en væsentlig aktivitet i branchen. Branchen har en betydelig eksportandel og det er også på de internationale markeder, at branchens kommende vækst skal findes.

Den internationale gennemslagskraft som flere danske brands har opnået skal der bygges videre på fremover.

Regeringens indsats på eksportområdet er hovedsageligt koncentreret om den voksende og købedygtige middelklasse i BRIK-landene. Kendskabet til dansk design er dog minimal, og der skal iværksættes en større og mere grundlæggende branding og oplysningsindsats, før det resulterer i større

afsætningsmuligheder for de danske producenter. Derudover kræver det andre kompetencer og store ressourcer at sælge på disse fjerntmarkeder. Ressourcer og kompetencer, som ofte ikke er til stede hos de danske møbelvirksomheder. Der er store potentialer i at indgå i samarbejder på disse markeder med fælles indsats, fælles koncepter og direkte salg.

Nærmarkederne spiller en væsentlig rolle for møbelvirksomhederne. På flere nærmarkeder er der stadig et potentiale for større markedsandele, hvor kendskab og afsætningsstruktur er mere kendte og nemmere at håndtere.

Der er derfor behov for en differentieret indsats og et yderligere fokus på mulighederne på nærmarkederne.

For mange virksomheder i branchen – ikke mindst de mindre og mellemstore – udgør nærmarkederne både et stort marked, og et marked, som er nemmere for dem at håndtere.

### **Anbefalinger til Eksport boost**

*Der udarbejdes en brancheanalyse, hvor markedsandele og potentialer analyseres på eksportmarkederne.*



*Der er behov for, at eksportfremmeindsatsen også fokuserer på muligheder på nærmarkeder og EU.*

Der skal planlægges flere fælles tiltag så som Danish Living Room, som tager afsæt i "the Danish way of living", altså en måde hvorpå flere danske virksomheder sammen er en del af et fælles koncept, der gør det nemmere og mere attraktivt, da udgifterne for den enkelte virksomhed bliver mindre, og der opnås store synergifordele på markeder, hvor dansk design endnu ikke er så kendt. Foruden messer kan sådanne koncepter eller fælles tiltag også være oplæg til samarbejde omkring showrooms og retail/etail koncepter, specielt målrettet mod markeder, der kan være svære for den enkelte virksomhed at få succes på.

I forbindelse med Hans J. Wegners og Børge Mogensens 100 års jubilæum i 2014 planlægges flere aktiviteter både i Danmark og i udlandet, der har fokus på at fejre de to store møbelarkitekter. I den forbindelse er det vigtigt at få benyttet lejligheden til at vise/fortælle hvad dansk møbeldesigns fine arv har betydet for dansk møbeldesign i dag.

Der inviteres delegationer til Danmark, der afholdes konferencer, og de danske museer, der har fokus på design, har større udstillinger.

## Kompetencer

*Samspil mellem branche og uddannelsesinstitution.*

En af den danske møbelindustri styrkepositioner er møbler med et excellent designgrundlag.

Godt design er en vigtig årsag til opkomsten af de danske møbelklassikere, og der er fortsat efterspørgsel efter den æstetik og funktionalisme, som præger dansk design. Ikke blot fra det øverste segment af møbelproduktionen, men i alle kategorier.

Samspillet mellem design, håndværk og produktion er afgørende for dansk møbelproduktions succes. Der er derfor brug for, at vi sikrer dette samspil.

Det gælder specielt i dag, hvor produktionen i mange tilfælde foregår langt fra, hvor de nye designs undtages og gennemtænkes. Der er behov for, at designuddannelserne har fokus på designideer, som er produktionsegne og ikke individuelle kunstværker.



---

Ellers bliver gabet mellem industrien og de studerende for stort - også med henblik på krydsbestøvning i uddannelsestiden og efter endt uddannelse. Der er også behov for, at industrien tager større andel i samarbejdet med uddannelsesinstitutionerne, specielt de videregående uddannelser.

På det tekniske område er der behov for adgang til de nødvendige kompetencer. Det gælder på det faglærte område og på det tekniske område, herunder ingeniøruddannelserne.

Rekrutteringen af dygtige faglærte er en udfordring for virksomhederne. Der har i mange år været et betydeligt overudbud af praktikpladser i forhold til de unges efterspørgsel. Der er ledige praktikpladser, uanset den store indsats for at finde unge til praktikpladserne. Det er afgørende for møbelindustriens udvikling, at den kommende reform af erhvervsuddannelserne sikrer et højere niveau og en generel stimulering af de unges interesse for uddannelse i industrien. Der er behov for at få screenet sammenhængen mellem disse uddannelser og aftagernes behov og for at få identificeret mulighederne for et øget samarbejde.

### **Anbefaling:**

*De håndværksmæssige uddannelser skal udvikles, så de leverer et højere niveau end i dag, og indsatsen for at rekruttere unge til branchen skal forsættes.*

*Der er behov for en styrket dialog mellem industrien og designuddannelserne. Der nedsættes en dialoggruppe, der har til formål at styrke samspillet mellem uddannelserne og virksomhederne med det formål at få et bedre match mellem uddannelserne og kompetencebehovene i virksomhederne, herunder muligheder for udvikling af uddannelse og efteruddannelse og øget anvendelse af virksomhedspraktikordninger. Sekretariatet bag "Made in School" inviteres også til at deltage i denne gruppe.*

*Der iværksættes et Design Boost projekt, der kobler virksomheder, institutioner, studerende/kandidater omkring konkret design- og produktudviklingsindsats.*

---

## Image boost

Der er behov for at samle de mange spændende initiativer, muligheder og aktiviteter, der allerede findes. De mange afgangsprojekter fra både håndværksuddannelserne og de videregående uddannelser og andre projekter med relevans for branchen udstilles een gang om året et fælles sted.

Der gives adgang til iværksættere, entreprenører og andre kreative talenter med deres ideer. Alle aktører samles og udstiller i forbindelse med en professionel messe, således at der bliver mulighed for at skabe nye forbindelser.

Hele branchens aftagere og aktører inviteres til at deltage. I forbindelse med udstillingen udloddes en "Made in Denmark"-pris. Til priskomiteen skal indsendes ideer af iværksættere eller andre kreative, som har bud på nye løsninger eller succes med at designe og producere i Danmark.

Initiativet skal ikke kun få de mange kreative iværksættere frem i lyset. Det skal også skabe nye forbindelser mellem branchen og afgangene og medføre positiv PR omkring branchen og de spændende muligheder, der findes.

Der etableres et samarbejde med de nuværende designpriser og opmærksomhed mod de møbel- og interiørvirksomheder, der er nominerede og evt. i højere grad kategorier, målrettet møbel- og interiørvirksomheder. De gode historier fremhæves og forsøges spredt i pressen og til de relevante interessenter, herunder de unge.

Der etableres et iværksætterforløb, målrettet møbel- og interiørbranchen med en fond, der giver tilskud til de "vindende" iværksættere.

Der etableres et samarbejde med nuværende tilbud til iværksættere. Indsatsen har form af en mentorordning med etablerede virksomhedsledere i møbel- og interiørvirksomheder.

Forløbet indledes med uddannelses tilbud i samarbejde med nuværende tiltag. Hver iværksætter tilbydes en mentor, og der tilbydes i samarbejde med evt. Connect Denmark et evalueringsboard. På denne baggrund udvælges de vindende iværksættere.

Prisen skal udgøre et årsværk, således at iværksætterne kan få et år til at arbejde med at realisere deres iværksætterpotentiale. Processen har til formål at give så mange som muligt gode råd og netværk gennem mentorer og andre



deltagere i projektet. Lignende tiltag har vist sig at have stor betydning for de støttede virksomheders adgang til yderligere finansiering og samarbejde med banker og andre investorer.

### **Anbefaling til Image boost:**

*Der etableres en fælles udstillingsplatform af alle afgangsprojekter, iværksættere og andre innovative projekter i forbindelse med en professionel messe.*

*Der udvikles en idé/iværksætterkonkurrence "Made in Denmark".*

*Der etableres samarbejde med andre designpriser, således at der evt. kan komme mere fokus på møbel- og interiørdelen, og de gode historier fremhæves.*

*Der etableres et iværksætter/mentor forløb med en fond, der støtter "Made in Denmark" vindende projekter.*

### **Etablering af videngrundlag**

Der er behov for at udarbejde en brancheanalyse, der identificerer danske møblers DNA i dag.

Analysen skal afdække, hvor store markedsandelene er, og hvilke spillere, der er repræsenteret på hvilke markeder.

Brancheanalysen giver svar på danske møblers positionering og potentialer, som bliver grundlæggende for en eksportstrategi. Der skal identificeres 4-6 markeder, hvor der udarbejdes forslag til et samarbejde på tværs af virksomhederne til fælles eksportfremstød i form af messe/udstillings-/retail koncepter, matchmaking møder med relevante partnere i de udvalgte lande, salgssamarbejde både fysisk og online. De gode erfaringer fra Milano skal inddrages og forsøges kopieret, tilpasses og skaleres til andre markeder. På fjernmarkederne skal der overvejes et Nordisk samarbejde.

Der skal som del af brancheanalysen udarbejdes en analyse af nuværende "Made in Denmark"-virksomheder og deres evne til at fastholde produktionen eller dele af produktionen i Danmark. Analysen skal også kigge på, hvilke forhold, der kan påvirkes, så mulighederne for at fastholde eksisterende produktion og på ny insource udflaget produktion til Danmark afdækkes.