



Nye BRIK'ker til Fritz Hansen

Det var to glade vinderhold, som i starten af december løb med designklassiker-præmierne ved Innovation Cup 22. TEKO-studerende har i fem uger arbejdet intenst med at udvikle et nyt koncept til Republic of Fritz Hansen. Med øjnene stift rettet mod væksten i Brasilien, havde vinderne udviklet et helt nyt koncept til eksponering af møbler fra Fritz Hansen

"I har skabt det mest forretningsorienterede koncept, fordi det bygger på en international platform, som kan bredes ud i både Brasilien og andre lande," sagde designdirektør Christian Grosen fra Fritz Hansen til vinderne og henviste til, at Fritz Hansen lægger vægt på at være en dansk virksomhed, som agerer globalt.

De studerende fra TEKO havde set på, hvordan Fritz Hansen kan etablere sig i BRIK-landene; Brasilien, Rusland, Indien og Kina. De fokuserede på Brasilien, fordi landet har en voksende middelklasse, en aldrende overklasse samt et luksusmarked i hurtig udvikling.

"Vi foreslår et 'House of Fritz Hansen' med møbler og accessories, som kan afsættes til alle BRIK-landene. Desuden udvikles en lokal kollektion i samspil med lokale designere, så der bliver noget, som er skræddersyet til det enkelte land og matcher dets traditioner, værdier, smag og stil," forklarer en af de studerende fra vinderholdet, Lea Toft Holm.

Kommercielt og anvendeligt

De studerende forestiller sig, at de nye internationale butikker skal etableres på unikke adresser i udvalgte metropoler. Indretningen skal afspejle Fritz Hansens design-dna og mikses med de nye markeders smag for indretning. Dermed skabes rammerne for at blive mere end blot en møbelbutik, men i højere grad være et community med oplevelser, som knytter kunderne tæt til sig.

"Vinderne har givet den gas og turdet gå ind at røre ved Fritz Hansens dna. Det er modigt, men også et vigtigt element ved Innovation Cups, hvor der jo netop skal komme ny og anderledes inspiration til virksomhederne og deres

udvikling," siger projektleder Finn Christensen fra Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning, som står bag Innovation Cups. Men selv om ideen var god, var der også kritiske spørgsmål til de studerende. De havde fokuseret på Brasiliens middelklasse, og her mente Christian Grosen, at den naturligvis er interessant, men at landet jo sideløbende har en velhavergruppe, som også vokser frem i rask tempo i disse år. Dem er det oplagt at fokusere på i første omgang.

Det ændrede dog ikke på, at Christian Grosen var godt tilfreds med konceptet: "Det er kommercielt og anvendeligt med et rigtig godt hold i virkeligheden."

Myre-præmier

Også hos TEKO var der tilfredshed med forløbet. Underviser Pia Hansen fortæller, at de studerende uddanner sig inden for entrepreneurship, og derfor har gode forudsætninger for at arbejde med konceptudvikling.

"Et projekt som dette er godt, fordi de studerende skal forholde sig til problemstillinger i en eksisterende virksomhed. De har været meget koncentrerede og jeg synes, at alle grupperne på hver deres måde har givet gode bud på nye koncepter, som bygger på Fritz Hansens nuværende brand dna," siger Pia Hansen, som til dagligt underviser de 17 studerende, som deltog i Innovation Cup 22.

Den anden vindergruppe, som foreslog et unikt innovationsmiljø via et netværk, der udvikler eksempelvis events på egen hånd, men med afsæt i Fritz Hansens organisation. Også dette koncept var interessant for dommerne, som især hæftede sig ved netværkets internationale potentiale samt muligheden for at skabe unikke oplevelser og synergi med folk udenfor organisationen.

Præmierne for de studerendes ideer var Arne Jacobsen-taburetter og den originale myrestol på tre ben. Og således sluttede dagen helt i Fritz Hansens ånd.



Fakta

Vindere og bedømmelse - Innovation Cup 22

Vinderne fra TEKO var de fire studerende Lea Toft Holm, Louise Kronborg Jensen, Maria Raahauge Clausen og Ane Louise Trier Kreutzfeldt, som blev præmieret for det bedste idé- og projektforslag. Præmien for bedste innovationsforløb gik til Christina Emig, Anne Kathrine Laursen, Malene Vesterholm Volert og Kristina Helbo.

Forslagene blev bedømt af designdirektør Christian Grosen fra Fritz Hansen, direktør Betina Simonsen og projektleder Finn Christensen, begge fra Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning samt underviser Pia Hansen fra TEKO Design & Business.

Innovation Cup

Innovation Cup afholdes af Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning i samarbejde med uddannelsesinstitutioner og virksomheder. På få uger får bolig- eller beklædningsvirksomheder udviklet nye designs af bl.a. designere, arkitekter og studerende fra design-, arkitekt- og produktionsteknologi-uddannelser. I tværfaglige grupper arbejder de involverede med en konkret opgave, direkte afledt af virksomhedernes behov for design- og produkt- eller konceptudvikling. Formålet med Innovation Cup er at udbygge og sikre samarbejdet mellem virksomheder og uddannelsesinstitutioner i Danmark. Samtidig er Innovation Cup med til at promovere nyt, dansk design og synliggøre danske virksomheders innovationsevne.

Se mere på www.innonetlifestyle.com