



Design og miljø på ruller

Siden starten i 1938 er Ege blevet en af Europas største gulvtæppeproducenter. De 75 år er omsat til et dynamisk mix af erfaring og vitalitet. Her blandes mode og kunst med tæpper, og CSR har været en del af forretningen længe før nogen fandt på dén forkortelse. Vi tog et smut forbi Ege og fik en snak om design, bæredygtighed og hvordan både speeder og bremse måtte i brug for at navigere sikkert igennem finanskrisen

Eges tæpper produceres i Danmark. På fabrikkerne i Herning og Gram kører store fuldautomatiske maskiner, som kan lave stort set alt det, en designer kan tænke. Kvalitet, tempo, en unik maskinpark og indgående know how sikrer, at det er Ege, som ruller tæpper ud på hoteller, kontorer og institutioner i hele verden. Og adm. direktør Svend Aage Færch Nielsen er da heller ikke i tvivl om, at noget af det mest spændende ved Ege netop er kompetencerne til at omsætte selv de vildeste ideer til tæppeluv. "Vi arbejder med rigtig mange interiør-designere fra hele verden og når vi går tur i produktionen, så kan vi se et konkret resultat af dette samarbejde," siger direktøren og fortæller, at virksomheden altid har haft tradition for at investere i nye teknologier og produktionsformer, så fabrikkerne er blandt de mest moderne i verden.

Kunst og design flytter grænser

Ege samarbejder med nogle af de største designere og modehuse i verden som Mr. Christian Lacroix, Versace, Jean Paul Gaultier og Chanel. Man har desuden tradition for at arbejde tæt sammen med kunstnere, blandt andet som fast deltager i Socle du Monde-biennalen, hvor en kunstner og en virksomhed går sammen om at fremstille et værk.

"Det ligger i Eges DNA at arbejde med kunst og design. Virksomhedens grundlægger, Mads Eg Damgaard, tænkte allerede print ind i sine allerførste produkter og tanken om tæpper og design blev derfor født meget tidligt," forklarer Svend Aage Færch Nielsen, som desuden peger på, at der i branchen også er meget nytænkning, fordi der hele tiden kommer nye generationer af designere og bygherrer; eksempelvis hotelkæder, hvor ejerne selv ønsker at udvikle designløsninger. Derfor drives man som tæppevirksomhed også med i en strøm af innovation.

Som eksempel fremhæver Svend Aage Færch Nielsen Hotel Fox, hvor Ege for ca. 10 år siden leverede tæpper til Volkswagens unikke hotel. Kunstnere indrettede 65 værelser med vidt forskellige farver, mønstre og designs, hvilket gjorde opgaven ret krævende.

"Et sådant samarbejde rykker ved grænserne for, hvad der kan lade sig gøre og dermed udfordres vores egne grænser. Kunstnerne er ikke kommercielle og derfor stiller de os spørgsmål, som vi lærer noget af." Samtidig skabes der masser af storytelling, så Eges gode historier omtales i mange sammenhænge. Det giver kontakter til nye og spændende alliancer og synlighed i brancher, man ikke normalt forbinder tæpper med.



Senest har Ege samarbejdet med designeren David Andersen, som under modeugen i København præsenterede couture på catwalken skabt af Eges tæpper. David Andersen er meget dedikeret til bæredygtighed, og derfor peger dette samarbejde også hen på Eges meget klare miljøprofil.

Miljø som konkurrenceparameter

At Ege har fokus på CSR og bæredygtighed er måske en logisk konsekvens af rødderne i 1930'ernes Herning. Det ligger i den midtjyske DNA at spare på ressourcerne. Samtidig havde virksomhedens grundlægger en forkærlighed for Verdensnaturfonden og donerede et beløb dertil pr. solgt tæpperulle.

Da den danske lovgivning desuden har opsat ambitiøse miljøkrav i årevis, ja så er CSR og miljø blevet en indgroet del af Ege, som har investeret grundigt i miljøteknologi og er klimapartner i DONG. 70 % af Eges energi kommer desuden fra vindmøller; en lidt dyr løsning, som bidrager til virksomhedens klare miljøprofil.

”Vi er som den første tæppeproducent i verden blevet CSR-certificeret og har stor fokus på at ressourcebegrænse hele fremstillingsprocessen,” siger Svend Aage Færch Nielsen og fortæller, at man aktuelt samarbejder med Teknologisk Institut om udvikling af et take back system, så produkter kan genbruges.

Han peger på, at hele arbejdet omkring miljø er et konkurrenceparameter, for internationalt ved man godt, at Norden som samfund har miljø højt på dagsordenen. CSR er ikke længere et ’nødvendigt onde’ dikteret udefra, men derimod en naturlig del af professionelle virksomheders arbejdsgange.

Eksempelvis har Eges CSR-chef netop været inviteret til et møde hos en international byggekongcern, som ønskede at drøfte holdninger frem for kun at fokusere på konkrete stempler.

Finanskrisen med både bremse og speeder

Med sine mange kunder i byggebranchen blev Ege hårdt ramt, da finanskrisen rullede fra efteråret 2008. To regnskabsår i træk faldt omsætningen med 20 % og det blev nødvendigt at skille sig af med mange medarbejdere, ligesom et garnspinderi i Vejle måtte lukkes. Fra starten var man meget bevidst om, at kunderne skulle kunne genkende Ege både før, under og efter krisen. Derfor skar man ikke ned på kundeservice og produktudvikling. Personalereduktionen skete i produktionen, som fik færre ordrer ind, samt i back office. Samtidig var man offensiv ved at købe en anden tæppefabrik og en uldgarnsfabrik i Litauen.

”Vi valgte at fortsætte vores produktudvikling, så vi hele tiden kunne vise noget nyt. Kunderne oplevede, at Ege var der og stort set agerede, som vi plejede. Det blev en blanding af at træde på både bremse og speeder,” siger Svend Aage Færch Nielsen og beskriver, hvordan Ege også satte hårdt ind på at udvikle sin salgsorganisation geografisk, så man nu har datterselskaber i Dubai, Shanghai og Singapore. Næste skridt er Mellem- og Sydamerika, som der allerede er taget hul på.



”På den måde er vi til stede i de dele af verden, hvor der sker meget, og hvor eksempelvis hotelkæderne også søger hen. Vi følger med dem derud og tilknytter lokale designere, så vi kan udvikle kollektioner, der passer til de steder,” forklarer Svend Aage Færch Nielsen og fremhæver, hvorfor det kan lade sig gøre at producere tæpper i Herning og Gram, som rulles ud i hele verden: ”Det er vores evne til at lave skræddersyede løsninger og producere dem hurtigt i høj kvalitet.

Vi kan nå at producere og shippe ud hurtigere, end de lokale konkurrenter, og samtidig kan vi indgyde tillid, fordi vi også konkurrerer på slitage, brand og en række andre centrale parametre. Vi er desuden meget stærke til projektstyring, så kunderne ved, at vi leverer til tiden. Et nyt hotel, som allerede har booket værelser ud, har ikke råd til flere ugers forsinkelse. Ved at handle hos os har kunderne en tryghed, som de gerne betaler for.”

Om Ege

Egetæpper er en af Europas største producenter af gulvtæpper.

Koncernens hovedaktivitet er produktion og salg af tuftede tæpper til kontrakt- og boligmarkedet. Ege har over 30 forskellige standard tæppeprodukter til kontraktmarkedet og knap 30 standard boligprodukter, som ved hjælp af avanceret teknologi farvelægges i et utal af farver og mønstre. Koncernen producerer årligt omkring 5 mio. m² tæpper på to fabrikker i Danmark.

Desuden består ege-koncernen af datterselskaber i Danmark, Frankrig, Tyskland, Norge, Sverige, Storbritannien, Kina og et salgskontor i De Forenede Arabiske Emirater. Her har Ege sine primære markeder. Derudover har man agenter og distributører i 48 lande.

Læs mere på www.ege.dk

Ege er en af dialogvirksomhederne i Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning