

13 danske livsstilsbrands drog i efteråret 2016 til New York for at hente inspiration, viden og netværk. Det gav vellykket matchmaking på tværs af Atlanten.



MATCHMAKING I NEW YORK

Alerede få uger efter at en gruppe livsstilsvirksomheder kom hjem fra en fire-dages Masterclass i New York, er det blevet til flere flyturer mellem USA og Danmark, og der er masser af business i luften.

”Som innovationsnetværk kan vi skabe netværk, der hjælper virksomheder med hurtigt at nå deres mål; som her at komme godt ind på det amerikanske marked,” forklarer projektleder Heidi Svane fra Lifestyle & Design Cluster, der havde arrangeret en række aktiviteter, som gav de danske deltagere værdifulde kontakter. Desuden var der sammen med det danske generalkonsulat i New York opsat møder med agenter, distributører, indkøbere og bloggere.

Stinne Gorell fik amerikansk distributør

Med på turen var Stinne Gorell, som har tøjmærke i eget navn. Hun designer bæredygtig mode i strikkede naturmaterialer, der produceres i Bolivia, Nepal, Litauen, Grækenland og Danmark.

Stinne Gorell startede virksomhed i 2008 med lancering af en enkelt style. I 2017-kollektionen er der 48 styles. Hun har egen butik i Næstved og sælger desuden via forhandlere i ind- og udland.

Turen til New York resulterede i aftale med en distributør, så Stinne Gorell nu lanceres i bl.a. Seattle og det nordlige Californien.

”Først sagde jeg nej til turen, for jeg følte mig færdig med USA. Sidste år havde jeg en agent dér, men det var en ren pengemaskine. Jeg har senere hørt om andre med samme erfaringer: Agenter, som ikke prioriterer små kunder, men blot afkræver os et fast månedligt beløb, imens de servicere store kunder. Da jeg opdagede, at de slet ikke havde pakket mine varer ud, var jeg helt færdig med det samarbejde,” forklarer Stinne Gorell.

Et eller andet fik hende alligevel til at prioritere turen til New York – og det lykkedes at sætte spor. For da Stinne Gorell kom hjem, blev hun kontaktet af det danske generalkonsulat, som var involveret i Masterclass og havde inviteret en række distributører til en ’minimesse’ for Masterclass-deltagerne. ”Lines of Denmark” havde ikke mulighed for at komme, men modtog Stinne Gorells katalog og ønskede derefter et møde i København.

”Det viste sig at være den helt rigtige repræsentant for mit design, fordi de også arbejder med andre danske mærker, der harmonerer med mit; Rosemunde

og Ilse Jacobsen. De vil kun have få brands og synes, at jeg skiller mig ud på design og produktion,” forklarer Stinne Gorell, som tjekkede den nye partner grundigt: ”Jeg ringede til Ilse Jacobsen, og de er meget begejstrede for samarbejdet, så derfor gik jeg ind i det og har nu vildt travlt med at blive klar til de kommende messer.”

ARKK Copenhagen tog fat på Lemonsqueeze

Deltagerne besøgte også Lemonsqueeze, der er stiftet af danskeren Mik Strøyberg, som blandt andet står bag koncepterne Sweetdeal, Taylr og issuu. Lemonsqueeze hjælper virksomheder med at komme ind på det nordamerikanske marked, og Mik Strøyberg fortalte levende om alle de detaljer, der er med til at skabe resultater. Sneaker-brandet ARKK Copenhagen var blandt lytterne, for de havde allerede planer med USA, så mødet med Mik Strøyberg og Lemonsqueeze kom på et godt tidspunkt.

”Vi har længe planlagt vores US launch til at ske i løbet af 2017. For os er USA uden sammenligning det største marked i verden, og den skal nailes. Mik og Lemonsqueeze har en god viden om markedet, og de kan potentielt være en mulig partner ved vores indtræden på amerikansk

grund. Vi satte et møde op og fik skabt en forbindelse, som vi overvejer at benytte os af, når vi ruller US-forretningsplanen ud i 2017,” forklarer CEO Thomas Refdahl fra ARKK Copenhagen.

Skagerak skruer op i USA

Også interiørvirksomheden Skagerak havde held med New York.

”Vi er i forvejen aktive i USA, men vil gerne være større, så vi tog med på turen for at få bedre fodfæste. I forvejen tænkte vi på at kontakte ’Goods We Love’, fordi det er agenter, vi tror på kan sælge vores produkter. Så for os var det rigtig god timing, at vi blev introduceret for dem,” fortæller salgsdirektør og partner, Camilla Vestertjele, fra Skagerak og fremhæver, at ’Goods We Love’ har et kæmpe netværk og kender nogle af de kunder, Skagerak allerede har. Parterne er netop nu ved at lægge sidste hånd på en samarbejdsaftale, så endnu flere amerikanere kan få fingrene i dansk design.



MASTERCLASS I NEW YORK

I efteråret 2016 inviterede Service Platform, Lifestyle & Design Cluster, Dansk Mode & Textil, FDIH og Headstart Fashion til Masterclass i New York. Målet var at matche danske livsstilsbrands med relevante amerikanske samarbejdspartnere og lære af best practice. De deltagende virksomheder var InWear, ARKK Copenhagen®, Kähler Design, Skagerak, Carriwell ApS, Pilgrim, RICE, Yab Yum Clothing Co ApS/GABBA, LauRie, Gudrun & Gudrun, RVL / Revolution, Stinne Gorell og Encoded.

Matchmaking-turen er finansieret af Styrelsen for Forskning og Innovation under Innovation Express-ordningen.