



Tre har alltid vært en viktig del av møblene fra IKEA. Her er det selskapets grunnlegger, Ivar Kamrad, som viser fram seriene Øgla, Sampo, Idun og Tore. IKEA ble grunnlagt i 1943.



Duften av furu

IKEA vender tilbake til røttene når de skaper nye møbler til unge, urbane mennesker. Oppskriften er miljøriktig skogsdrift kombinert med naturmaterialer som dufter. Nå skal alle sanser stimuleres, og sentralt står saktevoksende, svensk furu.

Tekst: Knut Werner Lindeberg Alsén. Foto: IKEA.

Designsjefen i IKEA, Marcus Engman, mener at skognæringen bør la seg inspirere av måten IKEA arbeider på med sin produktutvikling.

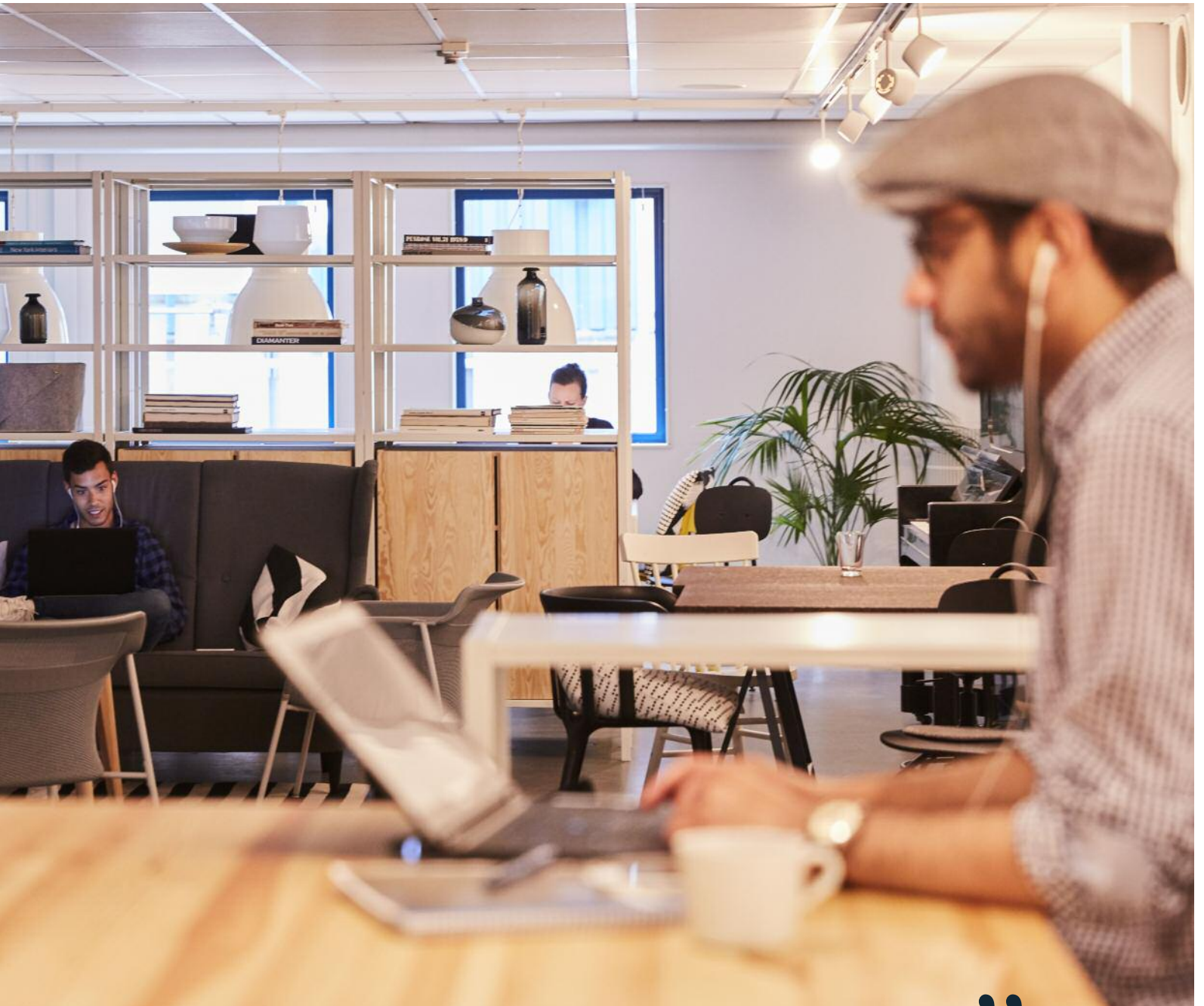
– Jeg mener at både skog- og trenæringen og møbelindustrien ellers bør la seg inspirere av det IKEA har gjort gjennom prosjektet New Generation Pine. Prosjektet har blitt en plattform som benyttes i produktutviklingene mot våre nye markedssegmenter, der tre er svært viktig. Måten vi gjorde det på, var å involvere alle relevante aktører fra

hele verdikjeden, helt fra skogbruker til produktutvikler og designere, forteller Engman.

SOM ET RESULTAT AV SATSINGEN ble saktevoksende, svensk furu relansert til møbelserien Nornäs. Den nye kolleksjonen retter seg mot en helt ny generasjon av unge voksne. IKEA ønsker at unge og urbane mennesker skal ta den svenske naturen med seg inn i boligene i byene.

– Med Nornäs gikk IKEA tilbake til våre opprinnelige røtter, og vi introduserte skjønnheten som kan skapes av naturlig furu for en ny generasjon. Utgangspunktet var å ta ut saktevoksende lokal, lys, furu som blir nøye sortert ut fra skogene i Nord-Sverige. Dette benyttes i kombinasjon med moderne skandinavisk designutvikling og høy miljøbevissthet. At tømmeret vi benytter vokser sakte, betyr at vi får en råvare som er ekstremt slitesterk og som gir oss mulighet til å designe møbler som gir et slankere og lettere designuttrykk, forteller designsjefen.

ENGMAN FORTELLER VIDERE at Nornäs-serien er ut-



Et urbant «New Generation Pine»-miljø i tre, skreddersydd for unge, urbane mennesker.

viklet for optimal utnyttelse av trevirket, med minimum av avfall. Formålet med serien er å gi kundene en god naturfølelse. Derfor er naturlige kvister og merker i treverket beholdt, slik at hvert enkelt møbel fremstår som noe helt unikt, og samtidig vil beholde sitt særtrekk også gjennom mange års bruk.

Kolleksjonen gir et lyst og naturlig uttrykk for hjemmet, i en tidløs skandinavisk stil som reflekter IKEAs identitet.

– Under slagordet «Ta med en liten del av skogen hjem», ønsker vi at de unge skal ta med seg produkter fra den Norrländske skogen inn i sine urbane boliger, forteller Engman. Serien Nordnäs ble lansert i 2014.

DESIGNSJEFEN I IKEA mener konsernet har oppnådd mye ved å være tro mot sin strategiske satsing på tre.

– Tre har alltid vært vesentlig i produktsortimentet vårt og et vesentlig element for å styrke den skandinaviske identiteten IKEA har globalt. Tre spiller også en sentral rolle i selskapets bestselgende produkter gjennom tidene, for eksempel Ivar-serien, sier Engman.

De siste årene har IKEA lansert nye produktserier der tre har fått en helt sentral rolle. Nytt er det også at duften av naturmaterialer skal prege møblene.

KREATIV LEDER MICHAEL NIKOLIC arbeider hele tiden med å finne fram til neste generasjon bærekraftige materialer i utformingen av IKEAs nye møbler.

Nikolic fikk i oppdrag å lede utviklingen av den nye soveromsserien Hjærtelig, som vil bli lansert i et begrenset utvalg i april 2018.

– Målet med denne nye soveromsserien er at møblene skal appellere til sansene, forteller han.

Derfor gikk Nikolic og teamet hans i gang med å skape møbler som har en god form basert på naturmaterialer som også kunne framheve tekstur og duft til rommet. For å finne inspirasjon besøkte designteamet Paris, der de møtte verdens ledende produsenter av dufter og smaker.

Hjærtelig har blitt til en serie sammensatt av furu, kork, rotering og bomull.

– Det ligger alltid spenninger i det å søke etter gull som

” Under slagordet «Ta med en liten del av skogen hjem», ønsker vi at de unge skal ta med seg produkter fra den Norrländske skogen inn i sine urbane boliger.

Marcus Engman

“



Designsjef Marcus Engman mener både skog- og trenæringen og møbelindustrien bør la seg inspirere av det IKEA har gjort gjennom prosjektet med New Generation Pine.

bærekraftig arealbruk og en sosial dimensjon, samtidig som det bidrar til å skape arbeidsplasser og muligheter i distriktene.

IDAG ER IKEA EN AV DE STØRSTE BRUKERNE AV TRE i detaljhandelen. IKEA står i 2017 alene for én prosent (1 %) av alt tømmer i verden som er tilgjengelig kommersielt. I tillegg kommer trebaserte biprodukter fra egne og andres sagbruk.

Om lag 60 prosent av innkjøpsverdien til konsernet er trebaserte råvarer. Det siste året har IKEA benyttet 19 millioner kubikkmeter tømmer, trefiber og pappprodukter.

IKEA opplyser at selv om forbruket av trevirke øker i takt med økt produksjon, økes ikke det totale uttaket av tømmer i samme takt. Dette skyldes at selskapet hele tiden arbeider med å få til en mer effektiv utnyttelse av trevirket og materialproduksjonen.

MÅLET ER Å VÆRE «FOREST POSITIVE» innen 2020. Det betyr at konsernet skal oppfylle et bærekraftig skogbruk, også utover sine egne behov.

IKEA arbeider også for å stoppe avskogingen, derfor har de ambisjoner om å fremme bruken av bærekraftige skogsmetoder utover egne behov og over til resten av næringen. I 2017 var målet at minst 50 prosent av trevirket, innen august skal komme fra bærekraftige kilder. De har klart målet med god margin.

”

For meg handler det om å finne nye materialer som ikke er petroleumsbaserte, eller å gjenbruke resirkulert avfall.

Michael Nikolic

“

er dypt forankret i IKEAs DNA, forteller Nikolics. Han er hele tiden på søken etter å finne bærekraftige, naturlige materialer.

– For meg handler det ofte om å finne nye materialer som ikke er petroleumsbaserte, eller å gjenbruke resirkulert avfall, slik at det kan bli del av materialet vi benytter til våre produkter, forteller Nikolics.

DESIGNSJEF ENGMAN MENER at selskapets bevisste bruk av tre som sentral råvare, har vært viktig for å styrke IKEAs skandinaviske identitet i verden.

– IKEA fokuserer på bærekraftig skogbruk og vi har revitalisert svensk furu, sier han. Engman mener andre sektorer kan ha mye å lære av IKEA, og at det finnes overføringsverdi og inspirasjon å hente i deres strategiske og praktiske bruk av tre, både når det gjelder materialbruk, teknologiutvikling og måten konsernet samarbeider med ulike aktører gjennom hele verdikjeden - fra skog til ferdig produkt.

IKEAs visjoner om bruk av tre er ambisiøs og fremtidsrettet. Konsernet utforsker hele tiden nye måter å få mest mulig ut av trevirket, både gjennom produkter som krever mindre materialer, og gjennom å effektivisere selve produksjonsprosessen. I visjonen heter det at alt av treslag IKEA benytter skal høstes fra et bærekraftig skogbruk, som både er miljømessig, sosialt og økonomisk forsvarlig.

Engman forteller videre at bruk av tre er viktig for IKEA fordi at det er et fornybart, resirkulerbart og biologisk nedbrytbart materiale. Bruk av tre gir mange fordeler, som en



En av de siste kolleksjonene er Norråker, som er laget i bjørk og som har fått et moderne skandinavisk uttrykk.



Med serien Nornäs vil IKEA at de unge skal ta en liten del av skogen med hjem.



Pause på IKEAs svenske designsenter.

– Per 31. august i år var vår andel av FSC-tømmer og resirkulert tre på 78,6 prosent, så vi ligger foran ambisjonen vår, forteller Ulf G. Johansson, som er IKEAs tre- og skogforvalter. Johansson sier at for å nå målet om 100 prosent miljøgodkjent eller resirkulert tømmer innen 2020, kreves det mye arbeid.

– Når det gjelder andelen bruk av tre i våre produkter er vi langt fra fornøyd, men vi har tatt noen viktige skritt for å styrke tre som uttrykk og for å gjøre våre produkter mer autentisk og ærlige. IKEA har et konstant industrielt fokus på å få mer ut av mindre, blant annet gjennom å redusere svinn, og i tillegg ved å benytte metoder der vi blander trevirke med andre materialer, slik at treet i enda større grad kommer til sin rett, sier Engman.

Å VÆRE EN AV VERDENS STØRSTE forbrukere av skog betyr også at selskapet forvalter et stort ansvar. Som en stor industriaktør og forbruker av skogsråstoff, er det også naturlig at både kunder og miljøvernere følger godt med på hvilken type skog IKEA benytter, og hvordan de bruker den.

IKEA har opplevd både ros og ris. I 2012 mente for eksempel miljøvernerne at selskapet ikke oppfylte sine miljøforpliktelser i Karelen.

Konsernet har også fått støtte for å ha tatt viktige grep. Selskapet har økt sine forpliktelser om å bruke skog fra et bærekraftig skogbruk og ved at de gir støtte til et titalls prosjekter som bidrar nettopp til forbedring av skogforvaltningen.


IKEA HAR BESLUTTET at de vil være med og påvirke og forbedre skogbruksforvaltningen i praksis. Derfor var selskapet i sin tid med på etableringen av Forest Stewardship Council (FSC). Nå jobber et tjuetalls skogforvaltere for å sikre at alt trevirke som benyttes i IKEAs produksjon ivaretar denne standarder for skogforvaltning, samt at andelen av sertifisert trevirke økes i hele leverandørkjeden.

FSC er en global non-profit organisasjon for skogsertifisering som har satt standarder både for miljø og sosiale aspekter rundt skogbruket.

ENGMAN ER OPPTATT AV Å LEVERE KVALITET både når det gjelder miljø og produkter.

– For meg betyr kvalitet at vi har et sterkt fokus på kunden. Hver kunde og hvert produkt teller. Kvalitet er noe som angår oss alle, hver dag, alle steder, overalt. Vi må alltid huske på at i kundens øyne er vi aldri bedre enn den siste opplevelsen vi ga dem. Kort sagt, kvalitet er hardt arbeid, sier designsjefen.

– For å forbli attraktiv i markedet må vi holde fast på visjonen vi har satt oss. For IKEA er det å skape en bedre hverdag for mange mennesker. Den beste måten å gjøre dette på er ved å tilby et bredt spekter av møbler med god design og funksjon til så lave priser at flest mulig har råd til å kjøpe dem, sier Engman.

– Å være relevant er aldri "business as usual". Vi må hele tiden søke etter nye produksjonsmåter. For å være relevant i markedet gjelder det å våge mer, dele mer og å være raskere, sier Marcus Engman. 

” Målet om 100 prosent miljø og resirkulert tømmer innen 2020, krever mye arbeid.

Ulf G. Johansson

“