

## Kreativt rum for virksomheder i storbyen Odense

Emontspool, Julie

*Published in:*  
Fyens Stiftstidende

*Publication date:*  
2014

*Document version:*  
Forlagets udgivne version

*Citation for pulished version (APA):*  
Emontspool, J. (2014). Kreativt rum for virksomheder i storbyen Odense. *Fyens Stiftstidende*, 29-30.

Go to publication entry in University of Southern Denmark's Research Portal

### **Terms of use**

This work is brought to you by the University of Southern Denmark.  
Unless otherwise specified it has been shared according to the terms for self-archiving.  
If no other license is stated, these terms apply:

- You may download this work for personal use only.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying this open access version

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details and we will investigate your claim.  
Please direct all enquiries to [puresupport@bib.sdu.dk](mailto:puresupport@bib.sdu.dk)



Trang og Berit Berg er i gang med at tilpasse et parti tøj på systuen i Odense.

# Arbejds(miljø)tøj

Tøjet er en del af arbejdsmiljøet - og ikke mindst sikkerheden

Arbejdstøj handler ikke mere kun om slidstyrke og om, at lommen til tomstokken sidder praktisk.

Nu handler udviklingen og produktionen af arbejdstøj mere om EU-regler, nationale lovkra v og sikkerhedsregler.

Med andre ord er tøjet blevet en vigtig del af arbejdsmiljøet.

Og det er godt for arbejdstøjrproduceren Fristads Kansas. Det er en stor udfordring at konkurrere med Kina, Vietnam og Østeuropa, når det gælder løntung produktion - som i så mange andre brancher. Men når det handler om udvikling og produktion af specialiseret arbejdstøj, så har Fristads Kansas et forspring, som ikke lige bliver indhentet.



Pernille Stage med det arbejdstøj, der lever op til EU's krav om synlighed.

- Vi følger intenst med i de nye love og EU-forordninger, der påvirker vores branche, fortæller marketingschef Pernille Stage.

- For det nytter jo ikke noget, at vi først begynder at producere tøjet, den dag reglerne træder i kraft.

Og der er stigende krav til arbejdstøjet. Derfor må Fristads Kansas hele tiden være på forkant med reglerne. F.eks. er der varslet et lovkra v om, at alle arbejdere på en byggeplads skal kunne identificeres. Så nu arbejder Fristads Kansas på at finde ud af, hvordan man nemmest ind-

bygger navn i tøjet, eventuelt ved hjælp af elektroniske chips.

Der er helt specielle krav til arbejdstøjet til de mennesker, der arbejder med syre, flydende kemikalier eller svejsning af aluminium. Det gælder også for de brancher, der arbejder med elektricitet og højspænding. Deres tøj skal være antistatisk og afledende, så de skades mindst muligt, hvis de får stød. Der er også specielle krav til det tøj, der skal være synligt - i trafikken og på havet.

- Det er en kraftig specialisering, som vi er glade for.

- Både fordi det er godt for dem, der bærer tøjet, og godt for os, fordi vi har en specialviden, der styrker os i konkurrencen, siger Pernille Stage.

## Dårligt vejr

Der er ikke mere noget, der bare hedder tøj til dårligt vejr. Det kommer helt an på hvilket vejr.

Gælder det offshore-branchen, skal tøjet være helt specielt, mens udendørs tøj til håndværkere stiller andre krav. Men på trods af specialiseringen fylder traditionelt arbejdstøj stadig godt på

markedet. Her gælder det om hele tiden af skabe forbedringer, når det gælder stikninger, lommer, reflekser og andre features. Det gælder også om at følge moden. I perioder "stjæler" modedesignere ideer fra arbejdstøjet, men det går også den modsatte vej.

F.eks. er "hængerøven" fra jeansmoden også kommet til arbejdstøjet.

- Håndværkerne vil gerne have noget praktisk tøj, men de vil også gerne se moderigtige ud - især tømrere og elektrikere, siger Fristads Kansas' marketingschef.

- Så vi prøver at inddrage elementer fra det performance- og sportsunivers, der præger moden. Og de traditionelle kedeldragter og overalls er stadig det, Fristads Kansas sælger mest af.

På det marked er virksomhedens styrke, at et helt parti arbejdstøj afleveres i personlige pakker, som er tilpasset hver enkelt medarbejder.

- Alle i samme størrelse har ikke lige lange ben, så i Odense kan vi tilpasse tøjet og distribuere det til medarbejderne. Vi kan også sætte navne og slogans på tøjet i systuen. Hvis virksomheden selv skulle sørge for tilpasning og distribution, ville det være helt uoverskueligt.

Af Peter Jensen  
Foto: Kim Rune  
pje@fyens.dk, kru@fynskemedier.dk

## Arbejdstøj siden 1952

Kansas blev introduceret i 1952, af Poul Larsens virksomhed PALO. Fabrikken havde siden 1920'erne produceret bl.a. amerikansk inspireret arbejdstøj.

Salget steg, og Kansas blev det førende arbejdstøjsnavn. I 1970'erne voksede virksomheden fra sin fabrik.

Derfor flyttede Poul Larsen og hans ansatte til en nyopført fabrik i Odense ikke langt fra Blangstedgårdsvej, hvor virksomheden ligger i dag.

Kansas blev børsnoteret i 1984, og i dag er virksomheden en del af Kwintet Group.

I 2005 blev Fristads og Kansas lagt sammen.

Hovedkontoret ligger nu i Malmø, men i Odense har man stadig administration, marketingsafdeling og systue.

# Kreativt rum for virksomheder i storbyen Odense



Odense forandrer sig i disse år fra at være en stor dansk by til dansk storby, og i kølvandet på det følger centrale spørgsmål. Hvad betyder en storby for virksomhederne? Og hvilke fordele har det for mentaliteten blandt byens borgere?

For at besvare disse spørgsmål studerer forskere de såkaldte globale byer, som er karakteriseret ved, at der er en høj koncentration af virksomhedsaktivitet inden for servicebranchen.

Dette tiltrækker både mange mennesker fra det omkringliggende opland samt fra andre lande. Selvom Odense ikke på byens størrelse kan konkurrere med globale byer som London, New York eller Singapore, så kan byens centrale placering på Fyn og omdannelse til en storby bane vejen for at opnå nogle af de samme fordele, som opstår i globale byer.

De fordele viser sig ved øget mangfoldighed, mobilitet og kreativitet, som hver især belyses i kronikken.

Storbyer samler mennesker fra forskellige socioøkonomiske og etniske baggrunde på ét sted, og mange flytter til Odense og andre storbyer for både at arbejde og bo i storbyen.

Organisationer såsom Syddansk Universitet hilser et stort antal internationale studerende og medarbejdere velkommen. Mens nogle ikke sætter pris på denne mangfoldighed, kan det generelt siges, at mødet mellem mennesker med forskellige baggrunde tilbyder nye perspektiver på

vores eget samfund og livsstil til gavn for alle involverede.

Mangfoldigheden blandt indbyggerne er især gunstig for virksomheder, når det gælder om at udvikle nye og fremme eksisterende produkter.

Virksomheder kan på den ene side bruge globale byer som et marked, hvor de kan lancere og teste nye produkter. De kan dermed studere, hvordan en ny produktlinje, en marketingkampagne eller en ny butik bliver modtaget i byen, før der udvides til resten af landet eller andre byer og lande.

På den anden side kan virksomheder udvikle deres markedsudbud til en bestemt type af forbrugere, som ofte bor i de store byer, nemlig kosmopolitiske forbrugere. Disse forbrugere nyder at lære af andre kulturer - såsom at smage en ny ret, opdage en ny fitness-aktivitet eller se en udenlandsk film på Odenses Internationale Filmfestival.

En storby fremmer præcis denne type oplevelser og samler derfor dette forbrugerssegment. Uanset om det er etniske restauranter eller sportsklubber, som tilfører en vifte af eksotiske aktiviteter, eller virksomheder med speciale i import af de bedste produkter fra hele verden, så vokser markedspotential og forretningsmulighederne automatisk mere i en storby.

Globaliseringen betyder ikke kun, at samfundet bliver mere forskelligartet. Den har også ændret markedet og øget



Kronik

Af Julie Emontspool, adjunkt ved Institut for Marketing og Management, SDU

➤ Fortsættes på side 30



Odense har med et væld af musikalske og kulturelle tilbud ligeså stort et potentiale for at udnytte de kreative muligheder ligesom Bruxelles og andre store byer. Ved at kombinere mangfoldighed, mobilitet og kreativitet kan vejen til, at Odense udvikler sig til en storby derfor gavne både byens borgere og erhvervsliv.

Uddrag fra kronikken

>> Fortsat fra side 29

virksomhedernes internationale aktiviteter især som følge af internettets mange muligheder. Derfor er mobilitet en anden fordel, som ligeledes er essentiel i studierne af globalisering.

Ud over den øgede forskelligartethed i storbyen skifter folk oftere job og flytter regelmæssigt, og det skaber en mere mobil befolkning.

Mobiliteten påvirker virksomheder positivt på to måder. For det første kan virksomheder lære af de nye erfaringer og perspektiver, som mobile medarbejdere tilfører virksomheden. Det gælder, uanset om ekspertisen stammer fra tidligere jobs eller medarbejdere med udenlandsk baggrund.

For det andet kan virksomhederne udvikle en højere grad af fleksibilitet og være bedre gearet til at tilpasse deres aktiviteter til forskellige situationer og forbrugere på relativt kort tid.

Servicevirksomheder, som for eksempel banker, ejendomsmæglere og kommunale forvaltninger, er nødt til at tilpasse deres tilbud og levere tjenester, der er skræddersyet til folk, der måske opholder sig i en storby midlertidigt, men som alligevel ønsker at investere i et hus eller i andre finansielle tjenesteydelser.

Mobilitet i globale byer tilskynder dermed, at der er et fleksibelt produkttilbud, ligesom at mobiliteten blandt indbyggerne kræver, at der er medarbejdere ved for eksempel kommunen, der kender til det mobile liv - og kan hjælpe borgere med fleksible løsninger, når behovet opstår.

Selvom mobilitet er udfordrende, er det samtidig en god mulighed for at udvikle

nye forretningstilbud, der også kan matche interessen fra den lokale befolkning, da det åbner for mere frihed i produkt- og servicevalg.

**Kreativitet er afgørende** i storbyen, hvor markedet for kultur og kunst i særdeleshed trives.

Dette omfatter teater, opera, musik, litteratur, film og lignende tilbud, som udbydes af offentlige eller private organisationer, uanset om det skaber profit eller ej. Jo mere forskelligartet en befolkning er, jo større er de kunstneriske tilbud, fordi forskelle får folk til at søge efter nye, kreative måder at leve sammen på.

Kreativitet bygger på mobilitet og mangfoldighed og på evnen til løbende at genopfinde sig selv og levere originale forestillinger.

Derfor er det meget interessant at studere, hvordan kunst udvikler sig i en stor by. Forskning i Bruxelles viser for eksempel, at den lokale udenlandske befolkning manglede et alternativt kulturelt tilbud på teaterscenen, idet de fleste forestillinger kun foregik på det lokale sprog.

Mennesker af forskellig oprindelse har derfor sluttet sig sammen for at skabe multikulturelle, kunstneriske tilbud i løbet af de sidste par år. De opfører moderne fortolkninger af Hamlet samtidigt på fire sprog, forestillinger af Strindberg med engelske, svenske og spanske skuespillere eller deltager i den lokale by-parade Zinneke Parade, der hylder mangfoldigheden i Bruxelles.

Den kulturelle kreativitet gavner ikke kun den udenlandske befolkning, men også den lokale belgiske befolkning, der deltager ivrigt i de forskellige aktiviteter.

Odense har med et væld af musikalske og kulturelle tilbud ligeså stort et potentiale for at udnytte de kreative muligheder ligesom Bruxelles og andre store byer. Ved at kombinere mangfoldighed, mobilitet og kreativitet kan vejen til, at Odense udvikler sig til en storby derfor gavne både byens borgere og erhvervsliv.

Det sidste spørgsmål, der står tilbage, er: vil Odense leve op til udfordringen?



STILLINGEN BESAT

Head of Trading Europe & Americas



Joachim Kjældgaard Pedersen er blevet forfremmet til Head of Trading Europe & Americas. Joachim har været ansat hos Trumf siden 2009

OBH Rådg. Ingeniør A/S



Ane-Maja Sollid er ansat i OBH Rådg. Ingeniør A/S Ballerup som VVS-ingeniør. Ane-Maja Sollid er nyuddannet civilingeniør med specialet "energiforbrug og indeklima i passivhus", og har arbejds erfaring fra tegnestue i Oslo.

Outforce



Outforce har udnævnt Anders Lausen til IT-Consultant. Anders har været ansat hos Outforce siden Januar 2010.

Headhunter & Seniorpartner



Joyce Duncan er pr. 01-10-2014 tiltrådt som Headhunter & Seniorpartner.

Headhunter & Director



Carsten H. Gjortsvang er pr. 01-10-2014 tiltrådt som Headhunter & Director.

A/S Trumf Bunker

Adam Wang er blevet ansat som Bunker Supplier hos A/S Trumf Bunker. Adam har indgående kendskab til salg og har senest været ansat som salgsschef hos et selskab udenfor branchen. 29 årige Adam, som er kineser, vil i sit virke fokusere på det asiatiske marked, der ifølge administrerende direktør i A/S Trumf Bunker, Kenni Goldenbeck, har et enormt potentiale og spiller en vigtig rolle i udvikling og fremtidigt markedsfokus for Trumf Bunker.

OBH Rådg. Ingeniør A/S



Daniel Bauer Rasmussen er ansat i OBH Rådg. Ingeniør A/S Ballerup som konstruktionsingeniør. Daniel Bauer Rasmussen er uddannet bygningsingeniør fra Ingeniørhøjskolen i København, og kommer fra en stilling som sagsingeniør/projektleder i Spæncom A/S

Rechnitzer A/S



Ny administrerende direktør hos Rechnitzer A/S Reklamebureauet A/S i Middelfart, der er en del af USTC-koncernen ejet af Torben Østergaard-Nielsen, har pr. 1. november 2014 ansat Keld Rørmose som administrerende direktør.

Headhunter & Partner



Finn Andersen er pr. 01-10-2014 tiltrådt som Headhunter & Partner.

Headhunter & Partner



Peter Samuelsen er pr. 01-11-2014 tiltrådt som Headhunter & Partner.

En kort præsentation af virksomhedens nyansatte medarbejder fortæller historien om en virksomhed i vækst. Det er med andre ord markedsføring af hele virksomheden - og samtidig en anerkendende velkomst til den nye medarbejder.

Send en mail med et godt foto og en kort præsentation til [business-navne@fynskemedier.dk](mailto:business-navne@fynskemedier.dk)

Månedsmagasinet Business-Fyn udkommer sidste tirsdag i måneden med Fyens Stiftstidende og Fyns Amts Avis samt postomdeles til alle virksomheder og kontorer på Fyn, øerne og i hele Trekantområdet.