Pressemelding, tirsdag 6. august 2013

Høstens trender fra IKEA: **Skandinavisk kvalitet preger høstens hjem**

**Årets IKEA-katalog setter familielivet og de hverdagslige stundene i søkelyset. Hjeminnredning skal forsterke og tilrettelegge for disse stundene og høstens trend er derfor ikke noe unntak – en kombinasjon av funksjonell, skandinavisk stil, med gamle klassikere i ny drakt og grønt tilbehør.**– Når vi bor sammen, ofte på små areal, har vi behov for rom som fungerer for hele familien, samtidig som det gir deg plass til å være alene. Derfor fokuserer IKEA i år på løsninger som skaper både plass og tid til at familier kan være sammen i hele hjemmet. Resultatet er en kreativ og funksjonell plassutnyttelse slik at det blir trygt, morsomt og enkelt for barn og voksne å være sammen, selv når de gjør ting hver for seg, sier Siv Elizabeth Egger, kommunikasjonsrådgiver og trendspesialist i IKEA Norge.

 **Skandinavisk med brytninger**Årets nøkkeltrend har sine røtter i Skandinavia og den enkle, skandinaviske stilen som vi kjenner så godt vedvarer. Karakterisert av lyse tremøbler og fargerike mønstre er det en leken stil, som allikevel har et jordnært og enkelt uttrykk.

– Skandinavisk design har alltid stått vårt hjerte nær på IKEA og vi har spredd stilen til 44 land i verden, om ikke flere. Produktene er enkle og stilrene, noe som gjør at man kan leve med dem i lang tid. Et godt eksempel er VÄLKÄND skål og fat, som med sin lysegule farge og et fat av bambus passer inn i de fleste hjem, sier Egger.

Den skandinaviske stilen lar seg lett kombinere med andre uttrykk, fordi den er leken samtidig som den er helt enkel. Denne høsten møter skandinavisk design den kinesiske kulturen i TRENDIG-kolleksjonen.

– I utgangspunktet ville man ikke tro at to så vidt forskjellige stiluttrykk som den kinesiske og den skandinaviske kunne la seg kombinere, men i stedet fremhever denne unike kombinasjonen de ulike særtrekkene i begge stilartene, sier Egger.
 **Grønt som tilbehør**Den skandinaviske stilen baserer seg mye på naturmaterialer, og det viser seg også i tilbehøret. Det skal bugne av grønne planter, som er noe av det viktigste tilbehøret du kan ha hjemme. Grønt er riktignok ikke bare skjønt på den måten, for i takt med økende miljøbevissthet, har en bærekraftig og miljøvennlig hverdag i hjemmet blitt viktig for mange, spesielt når det ikke går på akkord med verken pris, kvalitet eller design.

– Vi vil se en økende bruk av naturlige materialer i hjemmet. Gode eksempler er møbler og tilbehør laget av bambus, sisalhemp og vannhyasint. Vi blir mer påpasselige med hva vi spiser, hva vi kaster i søppelet og vi dyrker mer selv. Grønn er også en populær farge i år, og planter gir liv til rom, kjøkken og balkonger, sier Egger.

**Gamle klassikere i ny drakt**Uavhengig av trender er kvalitetsprodukter viktig. Produkter som er laget for å tåle hverdager med klissete barnehender, matrester, dyrepoter og aktivitet fra morgen til kveld, og som kan være med deg hele livet.

– Vi lytter til folks behov og utvikler produkter som skal gjøre hverdagen litt bedre. Folk flest vil ha møbler som de kan leve med gjennom livet, og som fungerer i ulike livssituasjoner. Et slikt produkt er nettopp ørelappstolen, som er en gammel klassiker vi nå viser i ny drakt. Spreke farger og lekne mønstre gjør den flere hundre år gamle klassikeren til noe nytt. Det ser man blant annet på lenestolene i STOCKHOLM-kolleksjonen og ikke minst i STRANDMON, med sin nye rødoransje farge, sier Egger.

**For mer informasjon**
Siv Elizabeth Egger, kommunikasjonsrådgiver og trendspesialist IKEA Norge, tlf. 920 29 932 eller e-post siv.egger@ikea.com

IKEAs vakttelefon for presse, tlf. 994 84 950

 **Om IKEA-katalogen**IKEA-katalogen er verdens største trykksak. IKEA-katalogen 2014 ligger snart i postkassen til 1,3 millioner husstander i Norge og blir lest av over 400 millioner mennesker over hele verden. Årets IKEA-katalog kommer ut på 30 ulike språk, i 66 versjoner og i 44 land. Det gjør IKEA-katalogen til en av de viktigste inspirasjonskildene innen hjeminnredning i verden.

**Om IKEA**IKEAs forretningsidé er å tilby et stort utvalg form- og funksjonsriktige hjeminnredningsartikler til så lave priser at så mange som mulig får råd til å kjøpe dem. IKEA-konsernet har i dag 343 varehus i 41 land, som sist år ble besøkt av 776 millioner mennesker. Nettsidene til IKEA ble sist år besøkt 1,1 milliarder ganger. I Norge har IKEA seks varehus; to i Oslo, ett i Bergen, ett i Stavanger, ett i Trondheim og ett i Sørlandsparken. To nye varehus åpner i 2014/2015 i henholdsvis Ringsaker og på Danebo, på grensen mellom Sandefjord og Larvik. 2900 medarbeidere jobber i de norske varehusene.