

INNOVATIVA FÖRETAG



CIENCIA RESEARCH

Från data till bättre vård-
så driver Ciencia Research
utvecklingen framåt | 3

Från pionjär till framtidens kontor-
Nybrogatan Business Center | 5

Carpe Diem Beds gör prisbelönad
succé | 8-9

Framtiden flyter -
SF Marina bygger nästa
generation infrastruktur på
vatten | 13



När komplexiteten ökar – då blir kvalitet avgörande

I en värld där produkter blir alltmer avancerade, regelverken strängare och konkurrensen global, ställs helt nya krav på industriföretag. För Wedeaq handlar innovation inte om att uppfinna något helt nytt, utan om att göra avancerad kunskap tillgänglig, användbar och affärskritisk.

Wedeaq, som grundades 2016, arbetar i skärningspunkten mellan internationella kvalitetsstandarder och svensk industri med målet att hjälpa företag att omsätta teori till praktik.

– Det vi gör är egentligen att över-sätta och tillgängliggöra de bästa metoderna som redan finns, men på ett sätt som fungerar i praktiken, säger Gunnar Bergstedt, grundare av Wedeaq.

Wedeaq har sina rötter i den tyska fordonsindustrin, en av världens mest kvalitetsdrivna branscher. Genom samarbeten med etablerade organisationer som VDA

QMC och AIAG har bolaget byggt upp en stark position i Norden. Samtidigt är det inte bara innehållet i sig som skapar värde, utan hur det används.

– Det räcker inte med att materialet finns. Det måste vara begripligt, applicerbart och fungera i vardagen. Där har vi ett tydligt försprång, säger Gunnar.

Jennifer Denneman, som är ansvarig för affärsutveckling, arbetar nära kunderna i deras utvecklingsresa och lyfter vikten av anpassning:

– Alla företag har olika behov. Vår roll är att förstå deras verklighet och hitta rätt lösning, ibland snabbt, ibland mer långsiktigt. Det handlar om att skapa verklig nytta.

En industri i “perfekt storm”

Inom industrin, särskilt fordonssektorn, talar man om en “perfect storm”. Det innebär en situation där flera komplexa faktorer samverkar samtidigt. En modern bil består av upp emot en miljon komponenter, samtidigt som den måste uppfylla omfattande säkerhetskrav, produceras i högt tempo och fungera i globala leverantörskedjor.

– Det är kombinationen av komplexitet, lagkrav, massproduktion och leverantörskedjor som skapar den här stormen, förklarar Gunnar.

Till detta kommer nya utmaningar i form av elektrifiering, digitalisering och ökad global konkurrens. Samtidigt förändras konsumenternas förväntningar och varje ny produkt ska vara säkrare, smartare och mer avancerad än den förra.

Wedeaqs erbjudande handlar i grunden om kompetensutveckling, men med ett starkt affärsfokus. Målet är att företag inte bara ska förstå metoder och processer, utan också kunna använda dem i praktiken.

– Vi säljer inte utbildning i första hand, vi säljer förmågan att omsätta kunskap i verkligheten, säger Gunnar.

Från kunskap till verklig effekt

Just implementeringen är ofta den största utmaningen. Att ta till sig ny kunskap är en sak, att få den att fungera i en komplex organisation är en annan.

– Det handlar om att få in arbetssätten i vardagen. Först då skapas verkligt värde, säger Jennifer.

För internationella företag innebär standardiserad kompetens en stor fördel. Medarbetare kan arbeta enligt samma metoder, oavsett var i världen de befinner sig, vilket skapar en gemensam grund i organisationen. Samtidigt ser Wedeaq en stor breddning framåt. Även om fordonsindustrin länge varit kärnan, finns

liktande behov i flera andra sektorer, från vindkraft till avancerad tillverkningsindustri.

– Vi når redan idag fler branscher som elkraftindustrin där kraven också är höga och komplexitetet är stor, men vi kan göra riktig skillnad i fler branscher säger Jennifer.

Framåt väntar ytterligare förändringar. Elektrifiering, AI och autonoma system ställer nya krav på kvalitet, säkerhet och tillförlitlighet, samtidigt som myndigheter och konsumenter höjer ribban. För företag innebär det att kontinuerlig förbättring inte längre är ett val, utan en förutsättning.

– Den som inte utvecklas blir snabbt omsprungen, avslutar Gunnar.

Text: Isabelle Ibérrer

Läs mer på :
www.wedeaq.se





Från data till bättre vård – så driver Ciencia Research utvecklingen framåt

Genom att kombinera nordiska hälsodata, avancerad analys och AI hjälper Ciencia Research läkemedelsbolag och vårdaktörer att förstå sjukdomar på ett helt nytt sätt. Bakom varje datapunkt finns en människa och målet är att skapa bättre behandlingar för framtidens patienter.

I en tid där medicinsk innovation går snabbare än någonsin har tillgången till rätt data blivit avgörande. För Ciencia Research handlar det inte bara om att analysera siffror, utan om att förstå verkliga patienters liv och sjukdomsförlopp.

Bakom bolaget står ett team med djup erfarenhet från både läkemedelsindustrin och akademien. Vd:n Pernilla Meijer har arbetat internationellt inom läkemedelsbranschen i över 20 år och haft ledande roller inom affärsområden och marknadstillträde. Hon har byggt upp en global organisation med ansvar för analys, marknadstillträde och kommersiella funktioner.

– Jag har länge arbetat med hur man skapar värde av data inför lansering av nya läkemedel. Här får jag möjlighet att gå ännu djupare och bidra tidigare i kedjan, säger hon.

Kollegan Jennie Medin, som är Forskningschef på bolaget, har en bakgrund från bland annat AstraZeneca och har i över 25 år arbetat med real world data och hälsoekonomi.

– Det som driver mig är att bakom varje datapunkt finns en människa vars liv vi faktiskt kan förbättra, säger hon.

Från datapunkt till patientnytta

Till skillnad från traditionell klinisk forskning, som ofta bygger på selekterade patientgrupper, arbetar Ciencia Research med så kallad real world data, information från verkliga patienter över tid.



Teamet på Ciencia Research

– Vi arbetar med data från verkliga patienter i den kliniska vardagen. Det ger en mer komplett bild av hur sjukdomar faktiskt utvecklas och behandlas, säger Jennie.

Den nordiska datamiljön ger dessutom unika möjligheter. Tack vare omfattande register och möjligheten att koppla data över tid kan forskarna följa hela patientresor och identifiera samband mellan diagnoser, behandlingar och utfall.

– Vi kan förstå hur sjukdomar utvecklas över tid och var det finns behandlingsgap. Det skapar helt nya möjligheter att

fatta bättre beslut, säger Pernilla. Detta är särskilt värdefullt eftersom traditionella kliniska studier ofta har begränsningar. Vi får till exempel många förfrågningar om att generera forskning baserad på hälsodata inom områden som cancer, neurologi och sällsynta sjukdomar.

AI förändrar branschen

Med plattformen EpiX tar Ciencia Research ytterligare ett steg. Här kombineras dataanalys med AI, expertinsikter och vetenskaplig evidens i ett mer dynamiskt arbetssätt. I stället för att leverera en statisk rapport i slutet av ett projekt kan kunder arbeta iterativt och testa hypoteser, justera analyser och fatta beslut löpande.

– Det förändrar hur man arbetar med evidens. Det blir ett mer levande beslutsstöd snarare än en slutprodukt, säger Pernilla.

Efterfrågan är stark och växande. Den globala marknaden för real world evidence väntas tredubblas fram till 2032, drivet av ökade regulatoriska krav och behovet av snabbare, mer träffsäkra beslut. Samtidigt blir kraven på kvalitet, etik och datasäkerhet allt högre, något som bolaget ser som en central del av sitt arbete.

– Det handlar inte bara om att ha data, utan om att använda den på rätt sätt. Etik och integritet är en del av vårt sätt att arbeta, inte något som kommer i efterhand, avslutar Pernilla.

Med ett internationellt team av forskare och experter vill Ciencia Research bidra till en mer datadriven och träffsäker utveckling av framtidens vård. För i slutändan handlar det om att förstå sjukdomar bättre och därigenom ge fler människor rätt behandling i rätt tid.



Jennie Medin, Forskningschef
Ciencia Research



Pernilla Meijer,
VD Ciencia Research



Vi arbetar med data från verkliga patienter i den kliniska vardagen. Det ger en mer komplett bild av hur sjukdomar faktiskt utvecklas och behandlas.



Text: Isabelle Ibéer
www.cienciaresearch.com

Från idé till operativ effekt – FMV öppnar för nästa generations försvarsinnovation

Hur kan civila innovationer snabbt bli en del av morgondagens försvar? Genom initiativ som Battle Week och en ny innovationsutmaning kopplad till Ukraina vill FMV nu få fler företag att bidra med lösningar i ett läge där behovet aldrig varit större.



Den säkerhetspolitiska utvecklingen i Europa har på kort tid förändrat förutsättningarna för hur innovation inom försvar behöver bedrivas. Förmågan att snabbt identifiera, testa och implementera nya lösningar har blivit avgörande, och här spelar näringslivet en allt viktigare roll. Med två parallella initiativ, Battle Week och en innovationsutmaning för Ukraina med fokus på skydd mot drönarsvärmar, öppnar FMV nu upp för en bredare innovationsbas där även aktörer utanför den traditionella försvarsindustrin välkomnas.

Test i verkligheten – inte i teorin

Battle Week riktar sig till företag med relativt mogna lösningar och fokuserar på skydd av kritisk infrastruktur, som

radaranläggningar. Hotbilden är bred och komplex, från drönare och telekrig till fysiska angrepp mot både anläggningar och tillhörande stödfunktioner.

– Vi tänker oss inte att en enskild lösning skyddar mot alla hot. Även delsystem kan vara en viktig del av helheten, säger Jonas Linde, marknadsförare på FMV T&E och huvudprojektledare för Battle Week.

Det som särskiljer Battle Week är möjligheten, att mot avgift, att testa lösningar i realistiska miljöer och mot relevanta hot. Erfarenheterna från kriget i Ukraina visar att innovation kan ske snabbt, men också att den måste verifieras innan den kan omsättas i praktiken. Svenska företag kan ansöka om stöd till avgiften hos Vinnova via Civil Militära Innovationsprogram-

met CMIP.

För deltagande företag innebär det tillgång till FMV:s provplatser, möjlighet att demonstrera sina lösningar inför både svenska och internationella aktörer och i förlängningen potentiella affärsmöjligheter.

Snabba svar på nya hot

Samtidigt adresserar innovationsutmaningen ett av de mest akuta problemen i dagens konflikter: drönarsvärmar.

– Det finns ett tydligt förmågegap när det gäller att hantera små, snabba och billiga drönare som används i antal, säger Johan Gullman-Strand, enhetschef för forskning och utveckling, FMV.

I Ukraina används FPV-drönare i stor skala, ofta i koordinerade attacker även långt bakom frontlinjen. Det har gjort tidigare skyddade funktioner sårbara, och skapat ett behov av nya typer av lösningar.

Till skillnad från Battle Week välkomnar denna utmaning även idéer i ett tidigt skede. Genom en stegvis process med expertgranskning, pitch och möjlighet till finansiering får företag utveckla sina koncept vidare.

Fokus ligger på så kallad dual-use – civil teknik som snabbt kan anpassas till militära behov, ofta inom ett år.

En ny väg in i försvarssektorn

En gemensam nämnare för båda initiativen är ambitionen att nå innovation

utanför de traditionella strukturerna. Mycket av den tekniska utvecklingen sker i dag i små och medelstora företag, ofta långt från försvarssektorn. För dessa aktörer kan initiativen bli en första kontakt med en ny marknad. Att få sina lösningar testade i skarpa miljöer, och i vissa fall direkt i Ukraina, skapar inte bara teknisk validering utan även en möjlighet att etablera sig som leverantör inom Europa och NATO. Samtidigt finns en större dimension.

– Det är också en möjlighet att bidra till ett land som kämpar för sin överlevnad, och i förlängningen Europas säkerhet, säger Johan Gullman-Strand.

Genom att kombinera snabbhet, testning i realistiska miljöer och en öppenhet för nya aktörer vill FMV nu korta vägen från idé till operativ effekt, och samtidigt lägga grunden för nästa generations försvarsinnovation.

Text: Isabelle Ibéer

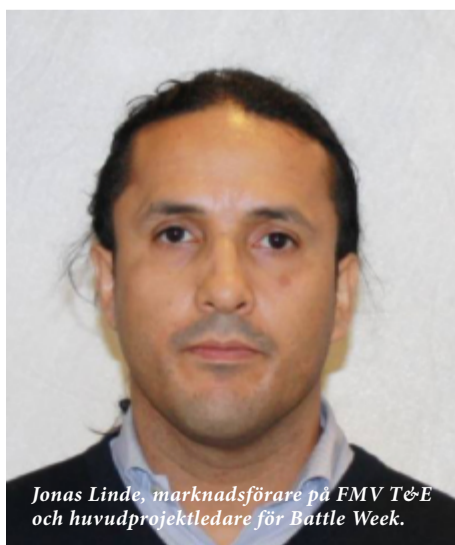
Läs mer här:

www.fmv.se/battleweek

Innovationsutmaningen:
www.fmw.se



Johan Gullman-Strand, enhetschef för forskning och utveckling, FMV



Jonas Linde, marknadsförare på FMV T&E och huvudprojektledare för Battle Week.





Från pionjär till framtidens kontor

Kontorshotell växer snabbt i popularitet, men få känner till att fenomenet har rötter som sträcker sig över tre decennier tillbaka i tiden. På Nybrogatan i Stockholm finns ett av branschens första exempel, där historia, affärsmässighet och framtidens arbetsliv möts. Under ledning av vd Helene Claesson har Nybrogatan Business Center utvecklats från en exklusiv herrklubb till en modern och nischad arbetsmiljö för företag med höga krav på integritet och kvalitet.

I dag dyker kontorshotell upp i snabb takt, men redan för över 30 år sedan lades grunden till det som skulle bli en helt ny typ av arbetsplats.

– Det är många som inte vet att det här faktiskt började för över 32 år sedan. Det var Magnus Briggert som startade, och det skedde nästan av en slump. Han hade ett stort nätverk och plötsligt ville fler och fler sitta tillsammans, berättar Helene.

Det som från början liknade en exklusiv herrklubb, med reception, sekreterarservice och gemensamma ytor, utvecklades snabbt till något större. Med tiden för-

ändrades både kundbasen och behoven, och därmed också hela konceptet. När Helene Claesson tog över verksamheten för elva år sedan fortsatte utvecklingen, med nya lokaler och en tydligare position på marknaden.

Från social mötesplats till strategisk arbetsmiljö

Under åren har kontorshotell gått från att vara sociala mötesplatser till att bli strategiska verktyg för företag.

– Idag nischer sig många kontorshotell. Vissa riktar sig mot kreativa branscher, andra mot tech. Hos oss har det vuxit fram en tydlig inriktning mot advokater, finans och verksamheter där sekretess är avgörande, säger Helene.

Den utvecklingen speglas också i utformningen av lokalerna. På Nybrogatan Business Center arbetar alla företag i egna, läsbara kontorsrum, en lösning som kombinerar flexibilitet med hög integritet.

Det är en kontrast mot många moderna coworking-miljöer, där öppna landskap dominerar. Här handlar det i stället om fokus, trygghet och professionalitet.

En växande marknad – och en ny standard

Efterfrågan på flexibla kontorslösningar

fortsätter att öka. Fler företag väljer bort traditionella hyresavtal till förmån för lösningar som kan anpassas i takt med verksamheten.

– Det bara växer och växer. Företag i alla branscher söker sig till kontorsgemenskaper i stället för att ha egna lokaler, säger Helene.

Utvecklingen märks inte minst genom att allt fler fastighetsägare själva börjar driva kontorshotell i sina fastigheter, i stället för att hyra ut lokaler på traditionellt sätt. Samtidigt har branschen mognat. En ny branschorganisation har bildats för att skapa gemensamma riktlinjer och struktur i en snabbt växande sektor.

– När vi hade vårt första möte var vi över 50 kontorshotell representerade. Det visar hur stort det har blivit, och hur viktigt det är att vi utvecklas tillsammans, säger hon.

Ett personligt ledarskap i en föränderlig bransch

Mitt i denna utveckling står Helene som både äger och driver verksamheten, något som fortfarande är ovanligt i branschen.

– Ofta är det flera delägare eller investerare bakom, och någon annan som dri-

ver. Här är det jag som gör båda delarna, tillsammans med mitt team, säger hon.

Det personliga engagemanget genomsyrar hela verksamheten, från relationen till hyresgästerna till den löpande utvecklingen av lokalerna.

Resultatet är en miljö som inte bara erbjuder en arbetsplats, utan en stabil och genomtänkt plattform för företag som värdesätter kvalitet, diskretion och långsiktighet.

Text: Isabelle Ibéer



Helene Claesson,
VD Nybrogatan Business Center

Läs mer på:
www.nybrogatanbc.se



NYBROGATAN
BUSINESS CENTER



Leif Jensen, Chief Business Officer på ESET

Cybersäkerhet i en ny geopolitisk verklighet – varför företag måste tänka om

Digitala hot har blivit en del av vår vardag, men många företag underskattar fortfarande riskerna. Samtidigt förändras spelplanen snabbt, där geopolitik, AI och nya lagkrav sätter helt nya ramar för hur data ska skyddas. För ESET handlar framtidens cybersäkerhet inte längre bara om teknik, utan om kontroll, ansvar och proaktivt tänkande.

Under de senaste åren har cybersäkerhet gått från att vara en IT-fråga till att bli en strategisk och geopolitisk angelägenhet.

– Den geopolitiska agendan har blivit en integrerad del av vår vardag, även inom IT och datasäkerhet, säger Leif Jensen, Chief Business Officer på ESET.

Ett begrepp som vuxit fram är digital suveränitet, alltså kontrollen över var data lagras och vem som har tillgång till den. I takt med nya EU-direktiv och lagstiftning, som exempelvis NIS2 och den

kommande Cyber Resilience Act, ökar kraven på organisationer att ta ansvar för sin data. Samtidigt uppstår en komplex verklighet där teknik, politik och affärsstrategi vävs samman.

– Många organisationer letar efter europeiska alternativ, ibland av rationella skäl, ibland av mer emotionella eller geopolitiska skäl, säger Leif.

AI – både en möjlighet och ett hot
Utvecklingen inom AI accelererar i hög takt och påverkar cybersäkerheten i grunden.

– AI gör det möjligt för cyberkriminella att snabbt identifiera sårbarheter och skapa ny skadlig kod, förklarar Leif.

Men tekniken är samtidigt en viktig del av lösningen. ESET har arbetat med maskininlärning sedan 1990-talet för att analysera stora datamängder och upptäcka hot i realtid. Problemet, enligt Leif, är att utvecklingen går snabbare än regleringen.

– Vi gjorde samma misstag med AI som vi gjorde med internet. Vi blev för exalterade och började använda tekniken innan vi förstod konsekvenserna.

Resultatet är ett digitalt landskap där ansvarsfördelningen fortfarande är oklar, samtidigt som riskerna ökar.

Från reaktiv till proaktiv säkerhet

Trots den snabbt föränderliga hotbilden arbetar många företag fortfarande enligt en föråldrad modell.

– Många investerar i en säkerhetslösning och tänker att ”nu är vi klara”. Men hotbilden förändras varje dag, säger Leif.

Den största utmaningen framåt handlar därför om ett skifte i mindset: från reaktivt till proaktivt arbete. Det innebär att företag kontinuerligt måste:

- kartlägga sina sårbarheter
- ha kontroll över var data finns och vem som har tillgång
- övervaka sina system i realtid
- agera snabbt vid avvikelser

– Företag behöver förstå sina egna svagheter och arbeta med dem varje dag, inte bara en gång, betonar han.

En ny era för cybersäkerhet

I en värld där cyberbrottslighet beskrivs som en av världens största ekonomier,

ställs helt nya krav på både företag och beslutsfattare. Cybersäkerhet handlar inte längre enbart om att skydda system, utan om att skydda affärer, förtroende och samhällsstrukturer. Och i takt med att digitaliseringen fortsätter, blir frågan alltmer central: Är vi verkligen i kontroll över vår egen data?

Text: Isabelle Ibéror

Fakta: ESET

Grundat: 1992
Huvudkontor: Bratislava, Slovakien
Verksamhet: Cybersäkerhet och IT-skydds lösningar för företag och privatpersoner
Närvaro: Globalt, med kunder i över 200 länder och territorier
Teknik: Har arbetat med AI och maskininlärning inom hotdetektering sedan 1990-talet
Fokus: Proaktiv cybersäkerhet, dataskydd och hotanalys i realtid
Kunder: Små och medelstora företag, enterprise-segmentet samt privatpersoner
Position: En av Europas ledande aktörer inom cybersäkerhet och medlem i initiativet Cybersecurity Made in Europe

www.eset.com

”

AI gör det möjligt för cyberkriminella att snabbt identifiera sårbarheter och skapa ny skadlig kod

”



Foto: Ulrika Lundholm Ericsson

FAKTA/KRAFTPLAN AB

Kraftplan AB grundades 2014 med säte i Falun. Idag har företaget kontor i Borlänge, Mora, Västerås och Falun med 16 medarbetare. Kraftplan erbjuder tjänster inom rekrytering, ledarskaps- och ledningsgrupputveckling, arbetsmiljökartläggning, förändringshantering, medarbetarutveckling samt HR-tjänster.

Exempel på kunder: Enerco AB, Leksands IF, Quant AB, Isolerab AB, Maserfrakt AB, CW Lundberg Industri AB, Falu kommun, Borlänge kommun, Gävle kommun, Västerås Stad, Enköpings kommun, Sala kommun.

Dotterbolag är: Kraftplan Dalarna/Gävleborg AB, Kraftplan Mälardalen AB, Nordpuls AB och Nordpuls Utbildning AB.

KRAFTPLAN LANSERAR UNIKT KONCEPT:

”Alla blir vinnare när rekrytering och utbildning kombineras”

Efter tio år av framgång inom rekrytering och ledarutveckling lanserar Kraftplan AB ett unikt och nyskapande koncept. En rekryteringsmodell som inte bara matchar rätt chef med rätt roll – utan också stärker individen och organisationen.

– Vi har jobbat i många år för att komma dit vi är nu; en trygg samarbetspartner av kompetensförsörjning och utveckling, säger Jörgen Fältsjö.

Kraftplan har under ett decennium jobbat med utveckling av chefer och medarbetare. Nu höjer man ribban med ytterligare en produkt inom rekrytering. Om detta berättar företagets grundare Jörgen Fältsjö och vd:n Christian Wagneryd.



Christian Wagneryd, vd Kraftplan.

Mötet med de båda företagsledarna sker en solig höstdag på bolagets trivsamma kontor i Falun. De ser nöjda ut och förklarar snart varför.

– Många som söker en chefs-tjänst är erfarna och kompetenta, men vi tror också att alla kan fylla på med ny kunskap. Det är där vi kommer in med våra chefs- och ledarskapsutbildningar som tar avstamp i den senaste forskningen, säger Christian Wagneryd.

Den rekryteringsidé som Kraftplan utvecklat handlar om att ta ytterlig-

are steg efter rekryteringsprocessen. Detta genom att erbjuda den nya chefen eller specialisten möjlighet att fylla på och vidareutveckla sina kompetenser och förmågor.

Utbildningar utgår från behovet hos den nya medarbetaren. Välj mellan:

- *Leda utan att vara chef (2+2 dagar)*
- *Ny som chef (2+2 dagar)*
- *Utvecklande ledarskap för mellanchefer (3+1 dagar)*
- *Indirekt ledarskap för högre chefsbefattningar (2+2 dagar)*

Dessutom kan medarbetaren tillsammans med arbetsgivaren välja en extra utbildningsdag inom exempelvis Arbetsmiljö, Förändringsledning eller Psykologisk trygghet.

– Kraftplan är ensamma på marknaden med att leverera en produkt där vi kombinerar rekrytering av chefer och specialister med utbildning som ökar kundens attraktivitet och förstärker varumärket, säger Jörgen Fältsjö.

Vad blir kostnaden för företaget som beställer er rekryteringstjänst?

– Det tillkommer ingen extra kostnad. Det ingår i vår rekryteringstjänst där flera behov tillgodoses – vårt, den sökandes och inte minst vår samarbetspartners. Faktum är att ungefär hälften av pengarna går tillbaka till företaget genom den kompetensutveckling vi erbjuder, förklarar Christian Wagneryd.

Varför ska man välja Kraftplan?

– För att vi förenar många års erfarenhet av ledarutveckling, HR och arbetsmiljö med forskningsbaserade metoder och träffsäker rekrytering. Och framför allt: för att vi brinner för att varje chef och ledare ska känna sig trygg och bekväm i sin roll och för att varje medarbetare ska kunna verka i en sund och inspirerande arbetsmiljö.

KRAFTPLAN 
HR BUSINESS PARTNER

Telefon: 070-844 77 98
E-post: christian.wagneryd@kraftplan.com
Webb: www.kraftplan.com

CARPE DIEM BEDS GÖR PRISBELÖNAD SUCCÉ

Carpe Diem Beds har genom att kontinuerligt fokusera på och arbeta med innovation inte bara blivit marknadsledande inom "luxury"-sängar i Sverige, utan har nu också fått stor uppmärksamhet internationellt. Lanseringen av den nya Iconic Collection har kombinerat patenterad komfortteknologi med ett helt nytt, svävande designuttryck. Iconic Collection har genom sin speciella och nytänkande design resulterat i en rad prestigefyllda internationella utmärkelser, exempelvis Red Dot Award, London Design Award, Iconic Award, Furniture News Readers' Choice Award och Best of Design by Schöner Wohnen. Iconic Collection är därmed den mest internationellt uppmärksammade sängkollektionen och den som har mottagit flest utmärkelser inom Hilding Anders varumärkesportfölj.



Carpe Diem Beds innovationsresa började med utvecklingen av en helt unik, patenterad pocketkärna där de individuella pocketfjädrarna anpassar sig efter din kroppsform. Detta gör att du, oavsett hur du ligger i sängen, alltid har bästa följsamhet och får en bättre sömnkvalitet utan att behöva vända dig eller ändra sovställning under natten. Detta ger suverän komfort och den ultimata sömnupplevelsen samt de bästa förutsättningarna för en bra morgondag.

Andra steget på innovationsresan

Innovationsresan för Carpe Diem Beds fortsatte sedan med att bryta mönster och försöka tänka nytt när det gäller sängens designuttryck. Tanken var att differentiera designen från de traditionella sängarna på marknaden samt att göra sängen till en vacker och unik möbel i sovrummet. Det som, efter många olika uppslag, blev den vägledande inriktningen var att skapa en "Floating Design" – en svävande design för att, tillsammans med den unika följsamma pocketkärnan, även skapa en visuell känsla av att sova på ett svävande moln.

– Vi ville ta nästa steg designmässigt och skapa något som känns nytt, fräscht och attraktivt, och det är det som blev Iconic Collection, berättar Mikael Johansson, Chef för produktutveckling på Hilding Anders Sweden.

Vi hämtar mycket av inspirationen från Bohusläns karga landskap, där hav, vind och klippor skapar en stillhet och lugn. Samma känsla ville vi fånga i sängens design. Det är också härifrån idén om den mönsterskyddade designen "floating beds" växte fram. Genom en innovativ konstruktion med en centrerad pelare skapas en optisk illusion där sängen tycks sväva fritt i rummet. Samtidigt reflekterar

underlaget ljuset på ett sätt som förstärker effekten och gör att gränsen mellan möbel och arkitektur suddas ut.

Den patentsökta konstruktionen är noggrant testad och utvecklad för att kombinera stabilitet med estetik, något som tidigare inte setts i fristående sängar.

– Det som är patentsökt och unikt är att den står helt fritt, utan att vara fäst i vägg eller gavel. Det ger en helt ny frihet i hur man kan inreda ett rum, säger Mikael.

Där design möter komfort

Det är lätt att låta sig förföras av formen, men Iconic Collection är lika mycket en teknisk innovation. Resåren utgörs av Carpe Diem Beds patenterade Contour Pocket System, som tillsammans med det tröglastiska bottensegmentet, ger bästa tryckavlastning för kroppen och individuellt anpassat stöd som ger en känsla av viktlöshet.

Här möts två världar: den visuella upplevelsen av att sväva, och den fysiska

”

Vår unika patenterade pocketkärna som vi är ensamma om anpassar sig helt till din kroppsform och oavsett hur du ligger i sängen har du en följsamhet som ger bästa möjliga sömnkvalite för en bra morgondag.

”





känslan av total avlastning. Tillsammans skapar det en sömnupplevelse som går bortom allt man upplevt tidigare. Kollektionen består av fem modeller, däribland den eleganta kontinentalsängen Sandö och den exklusiva sängen Hällsö i valnöt. Varje modell bär spår av det skandinaviska arvet, men är samtidigt skapad för en internationell designpublik.

Innovation som känns, inte bara syns
I en tid där konsumenterna i allt högre grad prioriterar design, välmående och

återhämtning, förändras också synen på sovrummet. Här fyller Iconic Collection en viktig position. Den löser inte bara behovet av komfort, utan också en längtan efter något mer, en upplevelse som påverkar hela sinnesstämningen.

– Vi hade en referensgrupp där vi bjöd in våra viktigaste kunder. Responsen var otroligt positiv, jag har aldrig varit med om något liknande under mina 30 år i branschen, berättar Mikael.

Hållbar lyx med svensk själ

Bakom varje säng finns också ett hantverk och ett medvetet materialval. Certifierade textilier, noggrant utvalda råvaror och



Vi sökte en perfekt match mellan den fysiska upplevelsen av total följsamhet genom vår unika pocketkärna tillsammans med den visuella upplevelsen av att sova på ett svävande moln.



en produktion som präglas av kvalitet snarare än kvantitet. Alla sängarna byggs för hand i Sverige av Carpe Diem Beds kvalificerade sängbyggare. För Carpe Diem Beds handlar premium inte bara om estetik, utan om ansvar. Det svenska arvet är närvarande, inte minst i färgpaletten där naturens toner från västkusten återkommer i allt från tyger till detaljer.

– Det svenska arvet är vår grund. Det är något vi alltid bär med oss i utvecklingen, säger Mikael.

Mer än en säng – en ny standard

Iconic Collection är inte bara ett svar på hur vi kan få så bra sömn som möjligt, utan också något för den designintresserade som vill skapa sitt alldeles egna sovrum, en plats där man kan finna lugn och balans. Den svävande designen bidrar dessutom till återhämtningen. Att lägga sig i en säng som tycks sväva är mer än en visuell upplevelse. Det är en känsla som stannar kvar i kroppen, i rummet och i minnet. Och kanske är det just där, i mötet mellan innovation och känsla, som framtidens sömn börjar.

Text: Isabelle Ibéer



CARPE DIEM BEDS
SWEDISH LUXURY

FAKTA: HILDING ANDERS

Grundat: 1939 i Bjärnum

Verksamhet: En av Europas ledande sängtillverkare

Närvaro: Verksamhet i över 40 länder

Varumärken: Bland annat Carpe Diem Beds, Hilding, Jensen och Ekens.

Produktion: Carpe Diem Beds är tillverkad i Sverige.

Fokus: Design, Sömnkvalitet, innovation och högsta kvalitet i material och hantverk

Huvudkontor: Malmö, Sverige

Läs mer om Carpe Diem Beds här:

www.carpediembeds.se
www.hildinganders.com



Mikael Johansson, Chef för produktutveckling på Hilding Anders Sweden

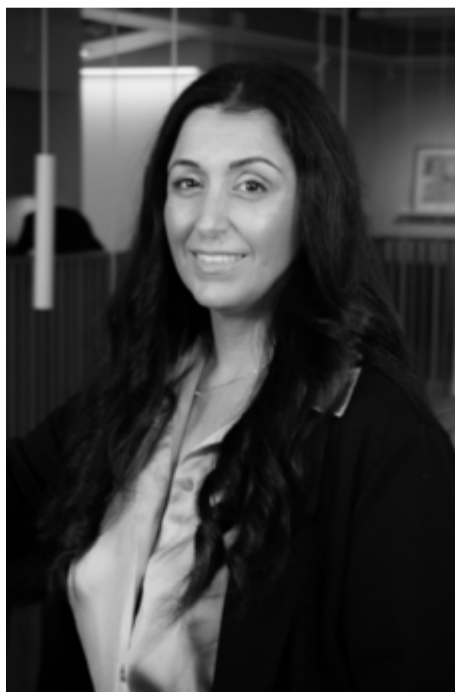
Innovation i grunden – ett nytt sätt att bygga badrum

Hur byggs badrumsmöbler som faktiskt klarar verkligheten? För Dahl Sverige AB och varumärket Alterna började svaret i en insikt som utmanar hela branschens standard: problemet är inte hur vi använder våra badrum, utan vad vi bygger dem av.



Bakom Alterna står den franska industrikoncernen Saint-Gobain, grundad 1665 med uppdraget att tillverka spegelglas till slottet i Versailles. Över 350 år senare lever arvet av materialinnovation vidare, nu i en helt annan miljö, nämligen svenska badrum.

– Det här är en bransch där det inte har hänt så mycket på materialsidan. Man har fokuserat på design och funktion, men inte på vad produkterna faktiskt ska klara av, säger Marjam Fooladi, Marknadschef för Alterna.



Marjam Fooladi, Marknadschef Alterna

”
Det här är vanliga badrum, med familjer, barn och vatten som skvätter. Produkterna måste fungera i människors vardag.”

När verkligheten inte matchar produkterna

Som en av Sveriges största VVS-grossister, med produkter i en stor del av landets badrum, fick Dahl tidigt signaler från fastighetsägare. Vid utflyttningsbesiktningar uppstod samma problem gång på gång: relativt nya badrumsmöbler hade redan börjat ta skada.

– Efter bara några år kunde det börja spricka i nederkant av kommoden. Det ledde till diskussioner om slitage, men när vi tittade närmare såg vi att det inte handlade om användning, utan om materialet, säger Marjam.

Traditionellt tillverkas badrumsmöbler i träbaserade material, ofta samma som används i kök. Samtidigt är badrummet hemmets mest fuktutsatta miljö, där vatten, ånga och bristande ventilation är en del av vardagen.

– Det finns skötselråd som säger att man ska torka av möblerna efter dusch. Men det är inte så människor lever. Då måste man fråga sig om det är rimligt att ställa de kraven eller om det är produkterna som behöver förändras, säger hon.

Ett materialskifte med långsiktiga konsekvenser

Insikten blev startpunkten för utvecklingen av Alternas serie *Aqua*, där man helt lämnat träbaserade material till förmån för termoplast. Ett material som inte påverkas av vatten på samma sätt och därmed klarar den miljö det faktiskt används i. Resultatet är möbler som inte sväller, inte spricker och som kan hålla i decennier, i stället för några få år.

– I exempelvis studentbostäder kunde man tidigare behöva byta ut möbler vid varje utflytt. Det är varken ekonomiskt eller hållbart. Med en lösning som håller i 20 år förändras hela kalkylen, säger Marjam.

Samtidigt innebär materialvalet en utmaning. I Norden är trä starkt förknippat med kvalitet, medan plast ofta ifrågasätts. Därför har utvecklingen också handlat om att förändra synen på vad hållbarhet faktiskt innebär.

– Tittar man bara på produktionen ser plast sämre ut. Men ser man till hela livscykeln, hur länge produkten håller och hur många gånger den behöver ersättas, blir bilden en annan, säger hon.



I dag är möblerna delvis tillverkade av återvunnet material och fullt återvinningsbara, vilket gör dem till en mer cirkulär lösning jämfört med exempelvis MDF eller kompaktlaminat som ofta förbränns. Men kanske viktigast av allt är att de är utvecklade för verkliga hem, inte idealiserade miljöer.

– Det här är vanliga badrum, med familjer, barn och vatten som skvätter. Produkterna måste fungera i människors vardag. Det är där innovationen börjar, avslutar Marjam.

Ljudet som förändrar torkning – ny teknik kan revolutionera lantbruket

Med hjälp av högintensivt infraljud har svenska Infrasonik utvecklat en ny metod för torkning som både minskar energiförbrukningen och öppnar för nya intäktsmöjligheter. Nu bjuder bolaget in lantbrukare att uppleva tekniken i praktiken under en demodag i april.

Torkning är en central del av lantbrukets värdekedja, men också en av de mest energikrävande. Traditionella metoder bygger ofta på uppvärmd luft från fossila bränslen, vilket både driver kostnader och klimatpåverkan. Infrasonik vill förändra det.

– Vi använder infraljud för att sätta luften i kraftig rörelse. Det gör att värmen överförs snabbare till materialet och att fukten lämnar betydligt effektivare, säger Winston Olsson, ansvarig för affärsområdet torkning på Infrasonik.

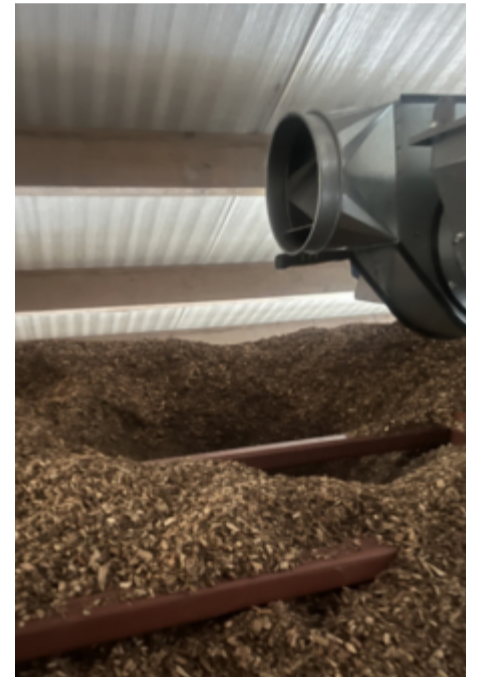
Bolaget samarbetar nära med forskningsinstitutet RISE för att vidareutveckla tekniken som bygger på att skapa ljudvågor med mycket låg frekvens, så kallat infraljud, som inte hörs men känns. Dessa ljudvågor sätter materialet i rörelse och gör att varje partikel exponeras för torkluften.

– Materialet “fluidiseras”, det vill säga rör sig upp och ner i torken vilket medför att hela torkprocessen går snabbare och blir mer homogen, förklarar Winston.

Stora energibesparingar och nya möjligheter

Effekten är inte bara en snabbare torkprocess, utan också en betydligt mer energieffektiv sådan. Enligt bolaget kan energiförbrukningen minska med upp till 75 procent med att använda infraljudstekniken i kombination med en värmepump. Samtidigt möjliggör tekniken torkning vid lägre temperaturer, vilket gör det möjligt att använda el och förnybara energikällor i stället för gas eller diesel.

– Målet är att kunna driva hela processen med exempelvis sol. Det gör lantbrukaren mer självständig och minskar beroendet av externa energikällor, säger Winston.



En annan fördel är flexibiliteten. Samma tork kan användas för olika material, från spannmål till flis eller restprodukter från livsmedelsproduktion. Det skapar nya affärsmöjligheter.

– I stället för att bara användas under skörden kan torken användas året runt. Till exempel kan lantbrukaren utanför skördeperiod, torka flis och skapa en extra intäktskälla, säger Winston.

Visas upp i april – vill nå innovativa lantbrukare

Trots teknikens potential är det en utmaning att introducera något helt nytt i en traditionell bransch. Därför satsar Infrasonik nu på att visa upp lösningen i praktiken. Den 21 april bjuder bolaget in till en demodag där lantbrukare och andra intresserade får möjlighet att se tekniken i drift och själva uppleva hur infraljud påverkar torkprocessen.

– De som först testar är ofta de som vågar tänka nytt. För oss är det viktigt att visa att det här inte bara är teori, det fungerar i verkligheten, säger Winston.

Med ökade energikostnader och skärpta klimatmål ser bolaget ett växande intresse för lösningar som både är effektiva och hållbara.

– Vi vill bidra till att lantbruket kan bli mer energieffektivt och i förlängningen klimatneutralt. Det här är ett steg på vägen, avslutar Winston.

Text: Isabelle Ibéer



Winston Olsson, ansvarig för affärsområdet torkning på Infrasonik

INFRASONIK

Join Us for Innovation




Medfinansieras av Europeiska unionen

Kom och upplev den nya Infraljudstorken på vår demo-dag i Gävle. Diskutera med oss och experter inom området, upplev fördelarna och möjligheterna med infraljud.

21a april, 2026

8:15 till 17:00

Lunch på Elite Hotel Gävle

OSA till: winston.olsson@infrasonik.se eller skanna QR-koden nedan



Dagens program

08:15 Avgång med buss från Stockholm C
10:30 Ankomst Elite Hotel Gävle
12:00 Lunch ingår
13:30 Uppvisning av Infradryer
15:30 Besök hos RISE Uppsala
17:00 Tillbaka i Stockholm



Platsinnovation – framtidens sätt att skapa levande och hållbara miljöer

Hur skapar vi platser som människor inte bara bor på utan vill vara i, utveckla och känna stolthet över? Placeinnovation Sweden utmanar traditionell stadsutveckling genom att sätta människan i centrum och låta platsens identitet växa fram i samspelet mellan gestaltning, innehåll och kommunikation.

I en tid där städer och orter konkurrerar om invånare, talang och investeringar räcker det inte längre att bygga nytt. Det handlar om att skapa platser som känns och som fungerar i människors vardag. Här har Placeinnovation Sweden etablerat ett nytt arbetssätt. Genom begreppet platsinnovation, som de själva varit med och utvecklat, flyttas fokus från enbart fysisk planering till ett mer holistiskt synsätt där platsen ses som en levande helhet.

– Innovation handlar inte bara om nya byggnader, utan om att omdefiniera vad en plats är och kan bli, förklarar Helena Godotter Karlberg, Platsutvecklare och VD för Placeinnovation Sweden AB.

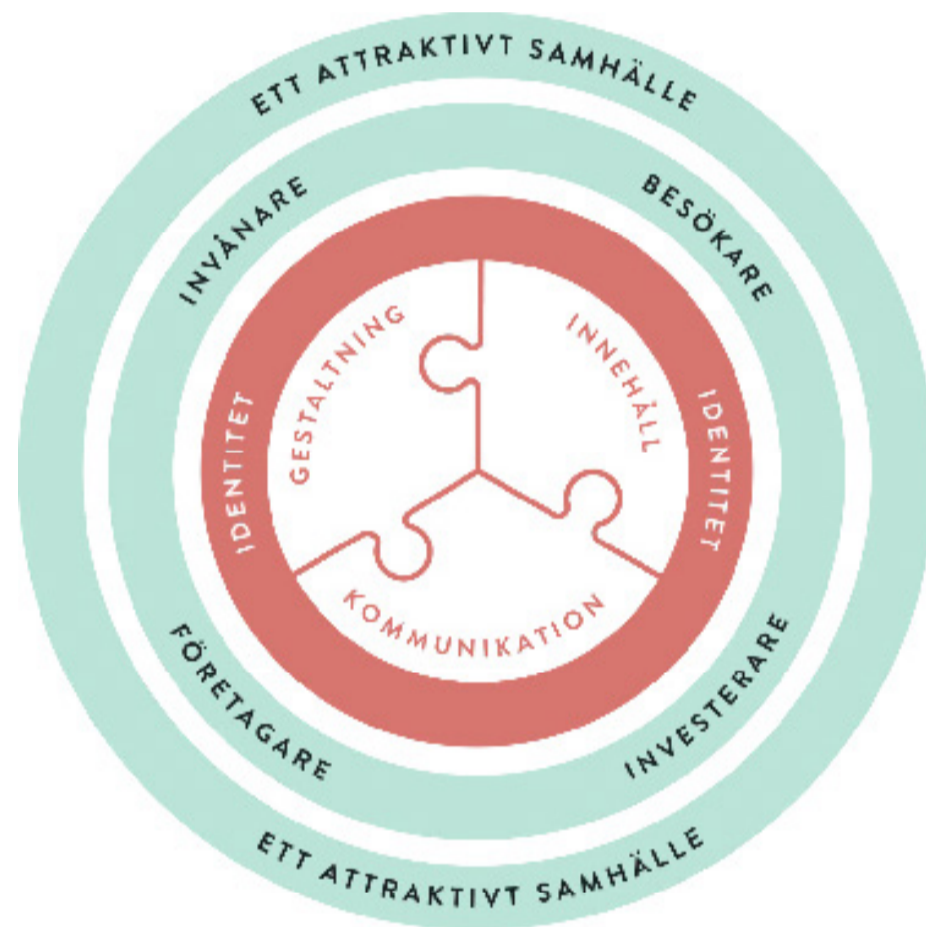
Från planering till samskapande

Traditionellt har stadsutveckling skett genom top-down-processer, där experter och beslutsfattare definierar både problem och lösningar. Genom Platsinnovation, som är ett forskningsområde under ämnet Design vid Luleå tekniska universitet, vänder man på perspektivet. Här ses människor inte som mottagare utan som medskapare.

– Invånare bär på kunskap, erfarenheter och en förståelse för platsens själ. När de involveras tidigt i processen förändras både besluten och resultaten, beskriver Helena.

Genom att integrera lokala perspektiv från början skapas platser som är mer inkluderande, relevanta och långsiktigt hållbara. Samtidigt synliggörs resurser som annars riskerar att förbises sociala nätverk, kultur och lokalt engagemang. Det kräver dock ett nytt sätt att arbeta.

– Det handlar mindre om att leverera färdiga lösningar och mer om att facilitera



Modell av Helena Godotter Karlberg och Malin Lindberg.

processer där olika perspektiv möts och utvecklas tillsammans.

Helhetssynen skapar attraktiva platser

En central del i platsinnovation är att arbeta parallellt med tre dimensioner: gestaltning, innehåll och kommunikation. Istället för att utvecklas var för sig, vävs de samman från start.

– En plats upplevs alltid som en helhet. När delarna inte hänger ihop uppstår glapp, och även välgestaltade platser kan kännas tomma, säger Helena.

När de tre perspektiven samspelar förstärker de varandra. Den fysiska miljön sätter ramarna, innehållet fyller platsen med liv och kommunikationen formar hur den uppfattas. Resultatet blir platser med tydligare identitet, högre attraktivitet och större användning över tid.

När identitet blir en styrka

I dagens samhälle konkurrerar platser inte bara lokalt utan globalt. För att sticka ut krävs något mer än funktion. Det krävs en tydlig identitet.

– Varje plats behöver hitta sitt eget "Eifelhorn". Det handlar inte om en faktisk byggnad, utan om en symbol eller berättelse som fångar platsens unika karaktär, förklarar Helena.

Det kan vara en naturupplevelse, ett kulturarv, en känsla eller ett sätt att leva. Men det måste vara äkta, och förankrat i platsens historia och människor. Samtidigt är identitet inget statiskt. De mest framgångsrika platserna är de som både förstår sitt ursprung och aktivt formar sin framtida berättelse.

En brygga mellan sektorer

Att arbeta med platsinnovation innebär ofta att navigera mellan offentlig sektor, näringslivet, akademien och civilsamhället, fyra världar med olika logiker och drivkrafter.

– De talar inte alltid samma språk. Därför handlar mycket om att skapa gemensam riktning och förståelse, säger Helena.

Samtidigt är det just i detta gränsland som den verkliga innovationskraften uppstår. När offentlig stabilitet, näringslivets driv, akademins legitimitet, och civilsamhällets engagemang möts, skapas möjligheter som ingen aktör kan nå på egen hand. Här fungerar Placeinnovation Sweden ofta som en brygga, en facilitator som kopplar samman idéer, människor och resurser.

Framtidens platser formas tillsammans

Framåt ser Placeinnovation Sweden en klar riktning: platsutveckling kommer i allt större utsträckning handla om samspel, flexibilitet och delaktighet. Platser ska inte längre färdigställas, de ska växa fram tillsammans med människorna som bor och verkar på platsen.

– Vår roll är att vara en katalysator i den utvecklingen. Vi erbjuder allt från enstaka inspirationsföreläsningar och workshops till längre utbildningar och processledningsinsatser. Vi hjälper aktörer att arbeta tillsammans och skapa platser som är levande, attraktiva och hållbara över tid, avslutar Helena.

I en värld där förändring är konstant blir förmågan att skapa platser som kan utvecklas över tid avgörande. Det handlar om allt från byar och stadsdelar till städer, kommuner och regioner. Och kanske är det också just här som framtidens verkliga innovation finns, inte i vad vi bygger, utan i hur vi formar och utvecklar våra platser.

Text: Isabelle Ibéer
www.placeinnovation.se



Det senaste året har Placeinnovation Sweden arbetat med Arvet – Platsutveckling på uppdrag av Gotlands Museum med syfte att utveckla byar för och med människor med utgångspunkt i platsernas kulturarv och identitet.



STOFIX

- Bygg smartare med Stofix.
- Ett lätt och prefabricerat fasadsystem med äkta tegel.
- Effektiv montering, kortare byggtid och lägre totalkostnader.
- Dokumenterad kvalitet och ett vackert, tidlöst uttryck – utan tunga konstruktioner.
- En flexibel lösning som ger arkitektonisk frihet och en starkare lönsamhet.

Vill du veta mer? Kontakta oss på C2elements.

www.c2elements.se

C2 Elements

Skærmtegl - et moderne og fleksibelt facadevalg

Framtiden flyter – SF Marina bygger nästa generation infrastruktur på vatten

När städer växer, mark blir en bristvara och klimatförändringar ställer nya krav på byggnation, öppnas en ny dimension av möjligheter, på vattnet. För svenska SF Marina är det inte en vision, utan en etablerad verklighet.

Med rötter tillbaka till 1918, då den första betongpontonen gjöts i Nyköping, har bolaget utvecklats till en global aktör inom flytande konstruktioner. Idag finns deras lösningar i över 60 länder och mer än 150 000 båtplatser världen över, från arktiska miljöer till tropiska vatten.

– Vi vill visa på möjligheten att bygga på vatten. Våra lösningar följer vattennivåerna och skapar en flexibilitet som traditionella byggnader inte kan erbjuda, säger Lina Odhe, marknadschef på SF-Marina.

Det senaste projektet som är ett flytande kontor i Göteborg, visar hur framtidens byggande kan ta form. Efter en lång tillståndsprocess är projektet nu i gång, där pontoner först har producerats och bogsersats på plats innan byggnaden växer fram ovanpå.

– Det har varit en lång resa med bygglov och överklaganden, men nu är vi i gång och det känns väldigt spännande, berättar Lina.

Trots att konstruktionen vilar på vatten är upplevelsen stabil.

– Det känns som att gå på marken, med bara en svag rörelse. Det är något speciellt med att komma så nära vattnet, säger hon.

Kontoret byggs i corténstål och fungerar både som arbetsplats och som ett sätt att visa vad som är möjligt när man släpper tanken på att alltid bygga på land.



Flytande kontoret som skall ligga på Eriksberg i Göteborg. Bild gjord av: Nordström Kelly Arkitekter



St Petersburg marina i Florida



Flytande golfgreen i Amata Springs, Thailand

– Vi vill använda det här projektet för att visa vad man kan göra. Att man inte är begränsad av landytor, utan kan tänka helt nytt, säger Lina.

Kärnan i allt är pontonerna. De är massiva, modulära konstruktioner som kan kopplas samman till stora plattformar. I projektet i Göteborg väger varje ponton omkring 160 ton.

– De är enorma, och när man kopplar ihop dem skapar man i princip en helt ny yta att bygga på, förklarar Lina.

Det är just denna flexibilitet som gör tekniken så kraftfull. Samma grundkonstruktion kan bära allt från kontor till hotell, bostäder och avancerad infrastruktur.

Globala projekt och nya behov driver utvecklingen

SF Marina har under åren levererat projekt över hela världen, från marina anläggningar i Florida till installationer i Bali, Brasilien, Mellanöstern, Thailand

och Nya Zeeland. Oavsett plats handlar det om att anpassa konstruktionen efter lokala förhållanden som vind, vågor och strömmar.

– Vi finns i många delar av världen nu, både genom projekt och licenstillverkning. Det gör att vi kan vara nära våra kunder och möta efterfrågan lokalt, berättar Lina.

Erfarenheten från olika klimat, från is och stormar till tropisk värme, är en viktig del av utvecklingen. Tekniken är testad för att klara extrema förhållanden och samtidigt kräva minimalt underhåll över tid. Samtidigt växer nya användningsområden fram. Elektrifieringen av transportsektorn är ett exempel, där flytande lösningar blir en del av infrastrukturen.

– Vi har gjort laddstationer för elfärjor, där våra pontoner används som bas. Det är ett område som kommer växa, säger Lina.

Även produktutvecklingen fortsätter, där nya pontonlösningar tas fram för att kombinera funktion, estetik och hållbarhet som möjliggör smartare installationer av teknik och rördragnings.

– Vi jobbar kontinuerligt med att utveckla våra produkter, både när det gäller konstruktion och material, för att skapa lösningar som håller över tid, säger Lina.

Gemensamt för alla projekt är samma utgångspunkt: att skapa stabila, flexibla strukturer som öppnar upp nya möjligheter.

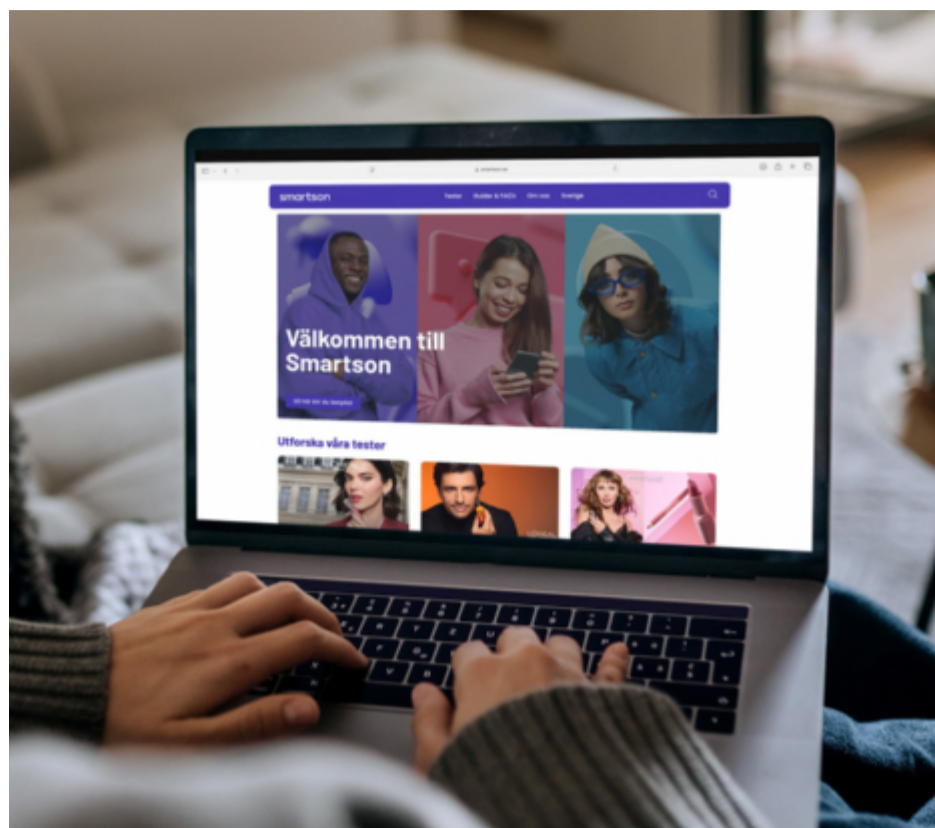
– Vi ser att fler börjar få upp ögonen för vad som faktiskt är möjligt att göra på vatten, säger Lina.

När framtidens städer växer kan nästa steg mycket väl tas bortom land, och istället börja där ytan fortfarande är oexploaterad. På vattnet.

Text: Isabelle Ibérrer
www.sfmarina.com



Lina Odhe, Marknadschef SF Marina



Smartson – där konsumentens röst driver innovation

I en tid där artificiell intelligens kan generera oändliga mängder innehåll på sekunder, blir det mänskliga perspektivet alltmer värdefullt. För Smartson är det just där kärnan ligger, i äkta upplevelser, verkliga tester och rekommendationer från riktiga människor. Nästa steg är lanseringen av en ny plattform som ger användarna en mer personlig upplevelse och snabbare tillgång till relevanta tester.

Det svenska bolaget Smartson som grundades redan 1999, har gjort en lång resa från traditionell testjournalistik till att idag vara en plattform där konsumenterna själva står i centrum för produktutveckling och marknadsföring.

– Vi började med att samla tester från hela världen och skapa innehåll kring dem. Men ganska snart insåg vi att de som faktiskt använder produkterna också borde vara de som testar dem, säger Karl Händel, vd på Smartson.

Under de tidiga åren byggde Smartson upp en stark redaktionell verksamhet och

levererade innehåll till mediehus. Men i takt med digitaliseringens framfart och sociala mediers genombrott förändrades spelplanen. Alla fick plötsligt en röst, och där såg Smartson sin möjlighet.

– Vi började fokusera på kraften i rekommendationer människor emellan. Det blev grunden till det community vi har idag, där konsumenterna själva testar och delar sina upplevelser, säger Karl.

Trovärdighet som konkurrensfördel

I en digital miljö där innehåll kan skapas automatiskt och i stor skala blir trovärdighet en avgörande faktor. För Smartson har det alltid varit en ledstjärna.

– Vi betalar ingen för att tycka på ett visst sätt. Våra testpiloter, som vi kallar dem, delar sina egna ärliga upplevelser. Den journalistiska metodiken är fortfarande en ryggrad i allt vi gör, säger Karl Händel.

Det är just denna autenticitet som skapar värde, både för konsumenterna och för varumärken. Genom att samla in tusentals röster kan Smartson inte bara ge vägledning inför köpbeslut, utan också bidra med insikter som hjälper företag att utveckla sina produkter.

– Vi har levererat projekt i storlek från 5 till över 10 000 deltagare. Den datan och

de insikterna är extremt värdefulla, både för oss och för varumärkena.

Innovation mellan data och människor
Smartsons innovationskraft ligger i förmågan att kombinera teknik med mänskliga erfarenheter. Plattformen fungerar som en brygga mellan individens upplevelse och kollektiva insikter.

– Vi kan förstärka både individens och gruppens rekommendationer. Det är där kraften ligger, i kombinationen av många röster och vad vi kan lära oss av dem, säger Karl.

Samtidigt förändras landskapet snabbt. AI spelar en allt större roll i konsumenternas köpresa, men enligt Karl blir det mänskliga perspektivet snarare viktigare än mindre.

– AI kan skapa hur mycket innehåll som helst. Men det som bygger tillit är fortfarande den verkliga upplevelsen från en annan människa.

En plattform för smartare beslut

Nästa steg för Smartson är lanseringen av en ny plattform, där användarna får en mer personlig upplevelse och snabbare tillgång till tester.

– Vår ambition är att skapa en plattform för smarta beslut. Där du enkelt kan

matchas med tester som är relevanta för dig, och där produkter kan nå testpiloter på väldigt kort tid, berättar Karl.

Visionen sträcker sig även bortom affärsnytta. Genom att hjälpa konsumenterna att göra mer informerade val ser Smartson också en möjlighet att bidra till en mer hållbar konsumtion.

– Om vi kan minska antalet dåliga köp sparar vi både resurser och miljö. Det finns en stor potential i att fler gör genomtänkta val, säger Karl.

Trots den tekniska utvecklingen är Smartson övertygad om att framtidens marknadsföring och produktutveckling kommer fortsätta att bygga på människor. I en värld där allt fler beslut tas med hjälp av data och algoritmer, blir det kanske just det äkta, personliga och mänskliga som gör störst skillnad.

Text: Isabelle Ibéer

Läs mer på:
www.smartson.se



Karl Händel, vd på Smartson

NEW COLLECTION

Inspired by our heritage, designed for the modern bedroom. The Iconic Collection features floating beds with unparalleled comfort and exclusive fabrics. Handmade in Sweden



CARPE DIEM BEDS
SWEDISH LUXURY

HUMLEGÅRDSG. 22 STOCKHOLM | +46 (0)87217400 | ÖSTRA HAMNGATAN 46-48 GÖTHENBERG | +46 (0)31130121 | CARPEDIEMBEDS.SE
COPENHAGEN GÖTHENBERG LONDON SEOUL STOCKHOLM ZÜRICH AND OTHER FINE LOCATIONS

Bed: Vindö | Fabric: Designers Guild's Skye Chalk | Bedside Table: Holme Chrome | Bed Linen: Vindstilla
MADE BESPOKE WITH FABRICS FROM DESIGNERS GUILD, KVADRAT AND THE ROMO GROUP