**ALMEDAHLS LÅTER STUDENTER UTVECKLA NYA KONCEPTET ALMEDAHLS HOME**

**Studenter hos Nordiska Textilakademin har tidigare ritat skor åt Tommy Hilfiger, sportkollektioner åt Scott och designat haute couture för Gina Tricot. Nu är ytterligare ett prestigefyllt samarbete inletts, ett treårigt utbildningsavtal med klassiska Almedahls från Kinna. Första kollektionen i samarbetet, som bygger på Almedahls mönsterskatt, ställs ut på Formex 17-20 januari.**

– Bakgrunden är att Almedahls har behov av att tänka nytt och annorlunda. Vi ville ha inspiration för vårt Home-koncept och utifrån det har vi nu kommit överens om ett treårigt avtal och det känns fantastiskt kul. Med Nordiska Textilakademins tidigare erfarenheter av att jobba tillsammans med stora varumärken så vet vi att de har kompetensen att klara av det på ett utmärkt sätt, säger Gry Hege Sølsnes, vd på Almedahls.

Arbetet startade den 8 september med en heldag hos företaget där studenterna fick en övergripande presentation och genomgång av verksamheten med alltifrån den stora fabriken till företagets långa varumärkeshistoria. Studenterna har därefter fördjupat sig i Almedahls som varumärke, målgruppen och den mönsterskatt man har samlat på sig sedan företagets grundande 1846.

Man har skapat ett koncept för Almedahls, The New Herritage, som ska hålla över tid och vara grunden i de designbeslut som tas i de nya kollektionerna under samarbetes gång. En grundlig trendanalys har också gjorts där man bl. a har gjort research på Première Vision och olika trendbyråer och anpassats för att passa Almedahls varumärke och målgrupp. Konceptet kommer att leva över tid medans trenderna förnyas säsongvis. Studenter från både design- och inköpsutbildningarna hos Nordiska Textilakademin har varit involverade.

– Hela arbetet handlar om att hjälpa Almedahls att ta nästa steg och det är att utveckla produkter för hela hemmet. Att kombinera mode för hemmet och styling. Alla rum i hemmet passar för Almedahls egentligen, det handlar om hur de bygger sortiment och tar hand om den fantastiska mönsterskatt som finns hos företaget, säger Minna Engström Heino, creative director på Nordiska Textilakademin.

**Mode i hemmet med Almedahls**

Gry Hege Sølsnes utvecklar resonemanget hur Almedahls tänker kring det framtida sortimentet:

– Tidigare var Almedahls mycket fokuserat på sovrum, solskydd och gardiner. På senare år har vi smalnat av och fokuserat på köket, men nu ska vi bredda oss igen och därav temat ”Mode i Hemmet”. Vi vill gå från att vara enbart kök till att anpassa oss och våra mönster till hela hemmet, berättar Gry Hege Sølsnes.

Under hösten har man haft veckovisa möten hos Almedahls i Kinna, för att presentera, diskutera och få feedback från företaget. Först på koncept, målgruppstolkning och trender, senare på mönster- och produktidéer. Feedbacken har man tagit med sig tillbaka till klassrummet, där handledningen har fortsatt med skolans lärare. Nordiska Textilakademins undervisning bygger till stor del på att införliva näringslivssamarbeten i kursmomenten och läroplanerna, och man anpassar schemat efter samarbetsföretagens timlines. Allt handlar i grund och botten om att arbeta så verklighetsnära som möjligt.

– Vi anpassar hela vår verksamhet och scheman efter de projekt som vi gör tillsammans med Almedahls. Det måste finnas en enorm flexibilitet i undervisningen, då blir också skolan mer verklighetsanpassad. Det ska bli oerhört spännande att se vilka produkter och idéer som studenterna skapar, säger Christian Lundell, vd för Nordiska Textilakademin.

**Designprocessen är ett team Work**
En viktig del i arbetet blir de tydliga deadlines som sätts upp där studenterna får jobba för att möta verklighetens krav, inte minst från andra avdelningar inom Almedahls. Processen under hösten har varit snabb och kontakten tät när man under hösten har designat produkter som ska finnas till försäljning redan under våren.

– Alla på ett företag är inblandade i hur framgångsrik en produkt är. Inköp, design och produktion måste arbeta tillsammans för att det ska fungera, säger Minna Engström Heino. Många har ofta en romantiserande bild över designyrket. Designprocessen och produktutveckling är ett teamwork där alla strävar mot samma mål. Och att få in alla yrkesgrupper som i det här projektet är verkligen mycket värt, säger Minna Engström Heino.

**Lär känna en framtida medarbetare**

Samarbetet mellan skola och företag fungerar också som en rekryteringsbas. Tillsammans med LIA (Lärande I Arbete) som är en viktig del i yrkesutbildningen ger det företagen en unik möjlighet att lära känna studenterna i arbetet, och en potentiell ny medarbetare. Studenterna i sin tur får prova på sin framtida yrkesroll, får arbetslivserfarenhet under utbildningen, och uppdrag att lägga till sin portfoilo.

– En designer måste känna till vad som går att tillverka och ha dialog och förstå de olika yrkesgrupper som är inblandade i tillverkningsprocessen. Inte minst den ekonomiska biten, till exempel vad en produkt får kosta och vilket material som ska användas. Det finns mängder av begränsningar för en designer. De som är duktiga kan förhålla sig till de givna ramar och förutsättningar som finns, säger Minna Engström Heino.

**Den svenska textilhistorien på köpet**

Förutom nuvarande studenter har också tidigare studenter fått möjlighet att delta i arbetet.
– Det är ju vår roll som utbildningssamordnare att förbereda studenterna för det verkliga livet och det här upplägget är fantastiskt att kunna erbjuda. Det är inte alla företag som skulle våga låta studenter vara delaktiga i utvecklingen av deras produkter. Samtidigt är det en gåva att studenterna får med sig den svenska textilhistorien som finns hos Almedahls, säger Minna Engström Heino.

Gry Hege Sølsnes avslutar:

– Vi börjar på en lagom nivå och sedan blir det svårare och mer komplicerat ju mer tid som går så att studenterna får komma in i arbetet på ett bra sätt. Det ska bli spännande att involvera inköpsstudenterna i arbetet också. I slutändan handlar det här om tillväxt för oss på Almedahls. Vi vill ju växa och sälja ännu mer till yngre målgrupper.