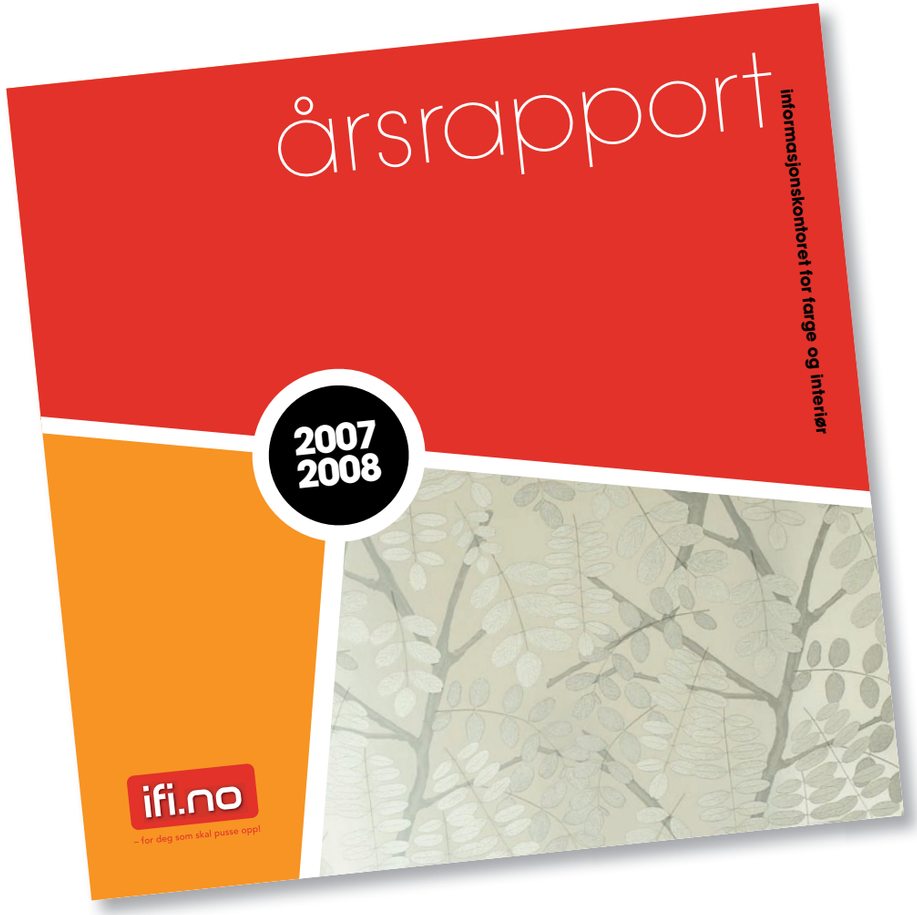
årsrapport
informasjonskontoret for farge og interiør
2007
2008
ifi.no
– for deg som skal pusse opp!

ÅRSRAPPORT

vi
ansatte
i ifi
Bjørg Owren
ADM. LEDER/
ANSVARLIG REDAKTØR
Bjørg har den daglige ledelse av IFI, hvilket innebærer bl.a. administrasjon, økonomistyring, personalledelse og strategi- og produktutvikling. I tillegg er hun ansvarlig redaktør, og skriver/i både i interne og eksterne publikasjoner. Hun jobber deltid med mediekontakt og foredragsvirksomhet, og er blir god kontrolls ansikt utad, for eksempel gjennom opptredener på «God Morgen, Norge!».
Trine Midtsem
PROSJEKTLEDER
Trine er ansvarlig for oppusingsprosjektene, der hun tilbyr hele prosessen med utvelging, koordinering, oppfølging og skiver faktura av tilsfåt. Hun hor i tillegg ansvar for showroom, assisterer ved forbeveldelse fl «God morgen, Norge!» og tilgjer oss Mydley Shopping. Ellers prioritegger hun eksterne arrangementer, hor medlemskontrollt, holdar sentrlsbrod og sender ut fakturaer tlemshefter.
Øistein Lie
JOURNALIST
Øistein er tidligere redaktør av Fargemagasinet, men jobber nå som journalist. Han driver med idé, tekst og foto hovedsakelig fl Fargemagasinet, men også fl Inspirasjon og fl.no. Han generer stoff fl bransje-statistikk, økonomi og handel, offentlige bygg, innovativt hand & hett og produkt-nyheter.
Kristian Owren
MARKEDSLEDER/
REDAKTØR FI NO
Kristian er redaktør for fl.no, og hor ansvaret for markedsføring og salg av IFI som helhet. Ø.no, Inspirasjon og Fargemagasinet. Hon jobber deltid med nøksprosbygging, medlemsworving og pressekontrakt, samt strategi- og produktutviklingsarbeid. I tillegg for hen en del bilder og tor seg av den daglige driften av dotcomtheme/ø.
Linda B. Hartz
GRAFISK DESIGNER
Linda er ansvarlig for layout på samtlige av IFIs publikasjoner: Fargemagasinet, Inspirasjon, Temaheftet, IFIs grafiske profil, utforming av annonser, brobeskriving, messemateriell og fyldsaker.
Rolf G. Lundberg
ANNONSELEDER
Rolf driver egen selskap, Annonsehuset DA, men deltar i interne plenmøter og er en integrert del av miljøet hos IFI. Hun er ansvarlig for annonsesalg til både Fargemagasinet og Inspirasjon.
Åshild Nyhus Tyssen
INFORMASJONS-
KONSULENT
Åshild driver med idé, research, tekst og foto fl Fargemagasinet, Inspirasjon og fl.no, og er medforfatter i Bolig Plus. Åshild hor tost mediemskontrakt med Adax, Bergen Malingfabrikk, Brynsalesen, Fibotex, Dulux, Interface, Polyflor, Scanox, Interfloor, Tosø og Inspirasjon Interior.
Gitte Granstrøm
JOURNALIST/INFORMA-
SJONSKONSULENT
Gitte driver med idé, research, tekst og foto fl Fargemagasinet, Inspirasjon og fl.no, og er medforfatter i Åtterpostler. Gitte hor tost mediemskontrakt med Alanor, Alfort & Cronholm, Backers, Cosco, Deco Systems, Egeskjær, Fiskjær, Höganäs, INTAG, Jotun, Kosthall, Kemetyl, MAL og Tapethuset.
Eleni Maria Stene
JOURNALIST/INFORMA-
SJONSKONSULENT
Eleni driver med idé, research, tekst og foto fl Fargemagasinet, Inspirasjon og fl.no. Hun hor tost mediemskontrakt med Bisi Topat, Borga, Dorrfloor, Forbo, Green Apple, Herkel, Herdins, IBG, Stilina, Jordon, Nordsjø, Steen-Hansen Moling, Tappeeto og Torkett.
Vera Fogh
ADMINISTRASJONS-
SEKRETÆR
Vera er ansvarlig for medlemsbasen, abonnementsbasen og innkreving av produktbygfl. Hun sorrtar og arkiverer pressekrip fl mediemme, og sitfr for utsendelse av post, samt inntjøge av nøksists. Hun hor ogsåt et økonomisk ansvar, og sørger for at fakturaringer og betalinger blir gjort i fl-lagg er hun fast kontaktperson og assistent på Interiørforum.
4
5

Trine hovedoppgave er å vurdere potensielle store oppusingsprosjekter. Ø.spinne her da som blir en redaktø og søkge for at de kommer på hvile og blir tegl yl på ø.no.
FØR
prosjekter
trine midtsem
PROSJEKTLEDER I IFI
IFI deltar i prosjekter for å få vite hva som inspirerer folk og hvilke behov for kunnskap de har
fakta
I skrivende stund har vi 27 prosjekter i gang, i samarbeid med privatpersoner rundt i landet. Medlemmenes produkter og løsninger brøyftes og gjøsøsnes i interiørene. Krav fl og forutsetninger for prosjektene er blant annet at de har løsninger som er av interesse for folk, at de er ny nitetsakter og at det takskikker fl produksjonen er bake handel fast avtale med oss om å låne tekster og bilder fra ifi.no. Dette bidrar fl at prosjektene lever lenge etter at de har vårt på hvile hos oss og hos enkeltpersoner i vårt nett. Prosjektene våre er gjennomsnittlig for mye oppmerksomhet, og vi hor mange henvendelser fra leserø som hor spørsmål om produkter og løsninger.
For IFI er det viktig å ha god kontakt med folk som pusser opp. Da er kunnskap fra folk som har erfaringsbakgrunn for å kaste lysen over nyttig informasjon for oss, og en godkilde fl at vi kan bli den hjelpenen vi hor ambisjoner om å være. Hussiene er jo de som best vet hvor skoen trykker, og når de kommer fl oss med sine spørsmål, utfordringer og behovsfinger, danner dette ofte utgangspunktet for et prosjekt. Ettherfl spørsmål er grunnlag for en ny artikkel. Henskikten med prosjektene er ø. inspirere leserne fl å pusse opp og vedlikeholde - på riktig måte. Det er viktig for inspirasjonen fl folk hor at Bofrontingen.no å falge folk tett i deres boligprosjekter. Det er viktig fl folke for oss og for eksempelvis, vi hor mulighet fl å publiske folk fl.o.i i valg av produkter, framgangsmåter, fakrikker, former og farger.
Alle hva, hvordan og hvorfor underveis gir nyttig informasjon om hva det bør fokuseres på.
Vi hor fl enhver tid et fflalls prosjekter gående med og hos privatpersoner. Inspirasjonen av disse folkene er viktig fl oss og Fargemagasinet. De vedkommende er villige fl å stille opp med flere skribenter om, og de kommer på hvile i de respektive bladene, noe som gir oss en unik mulighet fl å spre det gjøde budskap i flere og forskjellige kanaler. Samfflge prosjekter legges etter hvert ut på ifi.no.
22
23

Vi er ef lfle selskap, og trenger ef pressekontor og en mulighet fl å kommunisere med bransjen og markedet på en effektiv og økonomisk fornuftig måte. Vi tlr hjelp fl å nå mediemsbutikker, aviser og fldsleiffer, og ikke minst forbrukerne, med mye og inhenesant informasjon om løsninger på hvierdagsproblemer. IFI er en dyktig og nøytral formidler, som ved sin vaserømtlle opptrathes som seriøs, faglig og kunnskapsrik.
finn wang
STRATEGISK RÅDGIVER I BRYNSLØKKEN
IFIs medlemmer utgjør en variert og representativ miks av bransjens aktører
IFI er en unik bransjeorganisasjon som på neytrall grunnlag setter vår bransje og det vi er gode på i fokus. Konkurransen om forbrukerkronene er stor, og IFI er en viktig bidragsyter fl at forbrukerne tar en riktig beslutning. Pua oppl Kombinasjonen av konsument- og prosjektløsninger er optimal og er også med på fl trygge sikkerledarts beslutninger. Når nedgangstider kommer, er korsiøe plattformen og nettverket IFI hor en utrolig viktig posisjon for fl holde vårt marksed «levende». IFI er også, via Fargemagasinet, en viktig sikse fl Ø.informere, utdanne og inspirere alle medlemmenes medarbeideø. IFI hor også stort kunnskapsnivå og er en neytral instans forbrukerne kan ringe fl eller gå inn på nettet på. Det er svært fl av medlemmene som hor muligheit fl å etabsiere det nettverk IFI hor. IFI vet videre hva pressen generelt er ute etfter. Det drar medlemmene nytte av.
pål kyhring
DIREKTØR I TARKETT
produkt-
leverandørene
om
ifi
fakta
IFIs medlemmer utgjør en variert og representativ miks av bransjens aktører:
38 produsentbeskaper
605 detaljsjøter
441 malermesstere
23 butikkjeder
49 konsulenter/interiørrådgivere
Totalt hor IFI 916 medlemmer
Medlemskapet i IFI gir eksponering av produkter og tjenester i mediene og gjennom IFIs egne kanaler. IFI skaper møteplasser for bransjen, blant annet gjennom treffsemsnarer/kick off fl ganger årlig. Medlemskapet gir også gratis standplass sammen med IFI for produsenter på -Gjør din bolig bedre-messene, videre gir medlemskap opplæring på IFIs bransjesøk, tilgang på IFIs bildevirkr og tilgang inspirasjon og temahefter. Som medlem tlr man også rabatt på annonser og publikasjoner.
janicke sveen
DAGLIG LEDER I INTERIØRAGENTURER J. SVEEN AS
Medlemskapet i IFI gir god nytteverdi i form av mer bløst om produktene vårø. IFI skriver om og markedsfører produktene vårø bladsene og markedsfører trender fra oss på TV. IFI er også med på fl å lage informasjonsmaterialet som fasiøer oss med fl informere markedet generelt. Jeg henser på trøpefleising, gulvlegging osv. Det er viktig for oss at bflde brukere og fahrondlere er godt informert. IFIs styrke er at de kan presentere produkter på en IFI mer nøytral måte enn det vi som leverandører kan. IFI samler bransjen med generell informasjon ut fl pressekunder og bedrifttlunder som ellers ville vært for dyrt og tidskrevende for enkeltmedlemmer. Det spiser oss fl bflde fl.d og kostnader og gir ei objektivt uttrykk ut.ad.
14
15