



Ting mug – Figgjo
kun for illustrasjon

RELANSERING AV SERVICE

Vekstplan 2026 – 2029

Nina J Habberstad
2026

Relansering av servise og vekstplan 2026–2029

Bakgrunn

Baker Kunstforvaltning representerer en kombinasjon av norsk kunsthistorie, lokal identitet og funksjonelle kunstprodukter.

Relanseringen bygger på en dokumentert historisk etterspørsel samtidig som moderne distribusjon gjennom Lucurate.com gjør produktene tilgjengelige for et betydelig større marked enn ved lanseringen rundt år 2000.

Målet er ikke kun å relansere et produkt, men å gjenoppbygge Baker som merkevare frem mot kunstnerens 90-årsjubileum i 2029.

Jan Baker
Oslo 2026

TING MUG - FIGGJO



Funksjonell

Møter behov i 2026

Series / Ting

Ting mug

Ingegerd Råman

2842HH

Ø8.2cm

H9.8cm

V28cl



HISTORISK REFERANSE

Ved lanseringen i år 2000 ble det produsert en begrenset serie på 1000 enheter av hver artikkel.

Sortimentet besto blant annet av:

- Kaffekopper (4 ulike motiver)
- Frokosttallerkener
- Middagstallerkener
- Serveringsfat i ulike størrelser
- Muligens suppeskåler
- Store dekketallerkner

Tilgjengelig informasjon tilsier at hele serien ble utsolgt.

Dette dokumenterer at det historisk har eksistert et marked for Baker-produktene og at kombinasjonen av kunst, begrenset opplag og lokal forankring har hatt kommersiell appell.

Relanseringen bygger derfor ikke på en uprøvd idé, men på en merkevare med dokumentert historikk.

HVORFOR RELANSERING NÅ?

Relanseringen kommer på et tidspunkt hvor interessen for kunst, lokalhistorie, begrensede opplag og autentiske merkevarer er økende.

Samtidig gir samarbeidet med Lucurate tilgang til:

- Nettbutikk
- Teknologisk plattform
- Distribusjon
- Markedsføring
- Fremtidige utviklingsmuligheter

Baker Kunstforvaltning kan dermed fokusere på produkt, kunst og merkevare, mens Lucurate håndterer den digitale infrastrukturen.

PRODUKTER VED LANSERING – HØST 2026

Baker Signert Collection Box

- 6 ulike motiver (Dorrih ønsker gjenbruk av to motiver + 4 nye)
- 1 kopp av hvert motiv
- Premiumemballasje
- Samler- og gaveprodukt
- Egnet for både private og bedrifter
- Limited Edition
- Nummerert serie dersom dette lar seg gjennomføre hos Figgjo

Planlagt førsteopplag:

200 bokser

Tilsvarende:

1.200 kopper

Målet er at størst mulig del av opplaget forhånd selges til medlemmer i Baker Signert, kunstnerært fellesskap.

Enkeltkopper

- Selges stykkvis
- Kunden velger motiv selv av de 6 tilgjengelige motivene
- Lavere kjøpsbarriere
- Større fleksibilitet

Planlagt førsteopplag:

- 100 kopper per motiv, 6 motiver
- Totalt:
- 600 kopper

Totalt:

- 1.800 kopper
- Produksjonsvolumet vurderes som konservativt sett opp mot de historiske volumene fra lanseringen rundt år 2000.

PRISSTRATEGI

Figgjo-kopper selges i dag gjennom norske kjedebutikker til priser som typisk ligger mellom 239 og 399 kroner, avhengig av modell. Baker-koppene skal posisjoneres som kunstprodukter med begrenset opplag og sterk historisk forankring.

ENKELTKOPPER

Veiledende utsalgspris:

299 kr inkl. mva

BAKER SIGNERT COLLECTION BOX

Veiledende utsalgspris:

1.790 kr inkl. mva

Prisnivået plasserer produktene i premiumsegmentet samtidig som de forblir tilgjengelige for målgruppen.

ØKONOMISKE FORUTSETNINGER

Kostpris

Figgjo Ting 28 cl:

Ca. 120 kr per kopp eks. mva.

Dekor og trykk er inkludert.

Designkostnader

1.600 kr per motiv

6 motiver

Totale designkostnader:

9.600 kr

SALGSPLATTFORM (Lucurate.com)

Lucurate mottar en fast plattformavgift på:

25 kr per solgte kopp (ment som et eksempel)

Dette inkluderer:

- Nettbutikk
- Drift
- Synlighet på Lucurate.com
- Teknisk plattform
- Ordrehåndtering

Frakt

Frakt betales av kunden og inngår derfor ikke i kalkylen.

MARKEDSPOTENSIAL

Privatmarked

Aktuelle kundegrupper:

Kunstinteresserte

Tidligere Baker-kunder

Samlere

Gavemarkedet

Lokalt og regionalt publikum

Bedriftsmarked

Aktuelle kundegrupper:

Kommuner

Banker

Eiendomsselskaper

Kulturinstitusjoner

Organisasjoner

Lokale bedrifter

For Baker vil det være naturlig å bearbeide virksomheter på Hedmarken, i Ski-regionen og andre områder med tilknytning til kunstneren i tillegg til nye markeder.

BEDRIFTSMARKEDET

Bedriftsmarkedet representerer en betydelig oppside utover volumene som er lagt inn i basisbudsjettet.

Eksempel:

10 bedrifter × 50 kopper
= 500 kopper

Dette tilsvarer nesten hele volumet som er planlagt for løssalg.

Siden Figgjo har et minimumsopplag på kun 48 enheter per motiv, kan de fleste bedriftsbestillinger produseres etter ordre.

Volumrabatter (eksempel)

25–49 kopper:	284 kr per kopp
50–99 kopper:	269 kr per kopp
100–249 kopper:	254 kr per kopp
250–499 kopper:	239 kr per kopp
500+ kopper:	Pris etter avtale

BUDSJETTFORUTSETNINGER

Lagerført volum ved lansering

Baker Signert Collection Box

200 bokser

= 1.200 kopper

Løssalg

100 kopper per motiv

6 motiver

= 600 kopper

Totalt lagerført volum

1.800 kopper

Dette er volumet som planlegges produsert og
lagerført ved lansering

Produksjonsvolumet vurderes som konservativt sett opp mot de historiske volumene fra lanseringen rundt år 2000, hvor det ble produsert om lag 1.000 enheter av hver artikkel og hele serien ble utsolgt.

Potensielt bedriftssalg

Bedriftsmarkedet er ikke inkludert i det planlagte lageropplaget.

Siden Figgjo har et minimumsopplag på kun 48 enheter per motiv, kan de fleste bedriftsbestillinger **produseres etter ordre**.

Dette gjør det mulig å skalere salget uten tilsvarende økning i lager og kapitalbinding.

Eksempel:

- 10 bedrifter - 50 kopper per bedrift gir 500 kopper

Dette tilsvarer nesten hele volumet som er planlagt for løssalg.

VURDERING “TING MUG”

Strategien kombinerer et kontrollert lagerført volum med muligheten til å skalere gjennom ordrebasert bedriftssalg.

Dette gir:

Lav kapitalbinding - Lav risiko - God lagerkontroll - Høy fleksibilitet - Betydelig oppside dersom bedriftsmarkedet responderer positivt

Konservativt scenario

Planlagt lagerført volum:

1.800 kopper

Omsetning:

537.400 kr inkl. mva

Realistisk scenario

Planlagt lagerført volum:

1.800 kopper

Potensielt bedriftssalg:

500 kopper

Totalt potensielt volum:

2.300 kopper

Omsetning:

664.400 kr inkl. mva

Ambisiøst scenario

Planlagt lagerført volum:

1.800 kopper

Potensielt bedriftssalg:

1.000 kopper

Totalt potensielt volum:

2.800 kopper

Omsetning:

776.400 kr inkl. mva

BAKER KUNSTFORVALTNING



TREÅRSPLAN FREM MOT 90-ÅRSJUBILEET

2026

Relansering av Baker gjennom kopper.

Målet er å validere markedet, bygge merkevaren og samle kundeinnsikt

2027

Markedstesting og kundeinnsikt.

Vurdering av nye produktkategorier som:

- Frokosttallerkener
- Serveringsfat
- Andre produkter fra det opprinnelige sortimentet

Beslutninger skal baseres på dokumentert etterspørsel fremfor antagelser

2028

Videreutvikling av de mest populære motivene og produktkategoriene.

Planlegging av jubileumsåret.

Målet er å identifisere hvilke produkter som har størst kommersielt potensiale

2029 – BAKER 90 ÅR

90-årsjubileet bør representere kulminasjonen av tre års markedstesting, kundeinnsikt og produktutvikling.

Det anbefales derfor ikke å beslutte jubileumsproduktet i dag.

Målet er å lansere et flaggskipprodukt eller en jubileumskolleksjon basert på dokumentert kundeinnsikt, salgsdata.

LANGSIKTIG POTENSIAL

Kopplanseringen bør ikke vurderes isolert.

Den representerer **første steg** i relanseringen av servise.

Potensialet ligger ikke bare i salget av kopper, men også i utviklingen av:

- Nye porselensprodukter
- Samlerutgaver
- Limited Edition-serier
- Bedriftsgaver
- Jubileumskolleksjoner
- Fremtidige kunstrelaterte produkter

Verdien av Baker Kunstforvaltning bør derfor vurderes både ut fra forventet salg og merkevarens langsiktige utviklingsmuligheter.