

Connect

Et indblik i CPH

Julie Rudbæk er Danmarks nye comedy-stjerne – og aktuel i CPH's seneste kampagne

INDHOLD: Olivia & Julie – bliv klogere på den nye kampagne | Siden sidst – nyheder fra din hverdag | Oh! By Kopenhagen Fur har gjort pels moderne | Nye oplevelser i lufthavnen – Airport Tours tager ikke-rejsende med på tur | Evakuering af lufthavnen er et fælles ansvar

December | 2018

Connect

Connect udkommer fire gange årligt og bliver udgivet af Københavns Lufthavn til ansatte og forpagtere af butikker og spisesteder i CPH. Connect skriver om nye tendenser inden for detailhandlen og travel retail og sætter fokus på lufthavnens generelle udvikling. Derudover giver Connect også læserne et indblik i hverdagens CPH. De dedikerede medarbejdere, de glade rejsende og alt det overraskende og nyskabende, der hver dag foregår rundt om på Danmarks største arbejdsplads.

Ansvarshavende redaktør

Peter Krogsgaard

Redaktør

Henriette Koustrup Madsen (barsel)
Morten Køhler

Journalist

Julie Elver

Fotografer

Andreas Bro
PR

Art Director

Mathias Ambus

Korrektur

Nadia Pedersen

Oversættelse

Bob Salter

Tryk

KLS PurePrint

For redaktionelle henvendelser kontakt venligst redaktør Morten Køhler, morten.koehler@cph.dk. Indhold fra magasinet må ikke eftertrykkes uden tilladelse. Næste nummer af Connect udkommer i marts.

Connect bliver trykt efter den ultimativt strengeste miljønorm, Cradle to Cradle. Cradle to Cradle er en helhedsorienteret miljøcertificering, der sikrer, at magasinet ikke forurener, at det produceres med størst mulig respekt for jordens ressourcer og bidrager til det naturlige kredsløb. Magasinet kan genanvendes igen og igen, hvilket også indebærer, at der ikke genereres affald, og at det hverken er giftigt for mennesker eller miljø.



PurePrint® by KLS
Produceret 100 % bionedbrydeligt
af KLS PurePrint A/S



Kære Læser,

2018 går snart på hæld, og med det kan vi lukke et af de mest spændende kapitler i lufthavnens nyere historie. Det har på alle måder været et travlt år. Vi har færdiggjort udvidelsen af Security-området, hvilket har givet langt bedre plads til vores mange passagerer. Vi har åbnet flere nye enheder Landside, ombygget TAX FREE-butikkerne og taget de første spadestik til den nye Finger E. 2018 blev også året, hvor vi endelig kunne byde vores gæster velkommen i den nye tilbygning Airside mellem Finger A og B. 4.000 kvadratmeter indrettet med gedigne materialer af tårnhøj kvalitet og med masser af nye butikker, spisesteder og barer. Det har været en lang rejse at nå hertil, og jeg er stolt af at kunne sige, at det blev præcis lige så godt, som vi havde drømt om.

Når vi kigger lidt fremad mod 2019, går vi også et spændende år i møde. I kommer blandt andet til at møde et helt nyt ansigt her på Lufthavnsboulevarden, da vi pr. 1. december har ansat Pia Jeanette Lynggaard som ny Director of Airport Sales & Marketing. Pia kommer fra en stilling som kommerciel chef hos Deas A/S, der driver 17 af landets største shoppingcentre. Hun har med andre ord solid erfaring, når det kommer til salg, marketing og drift af netop shoppingcentre, og jeg glæder mig til at få hendes kompetencer i spil her i lufthavnen. Jeg håber, du vil tage varmt imod hende.

Til slut skal der lyde en stor tak for året, der er gået. Det har endnu engang været et godt år for lufthavnen, hvor vi atter har slået rekord inden for antallet af passagerer og vundet mange flotte priser. Æren for de flotte priser tilfalder dig, kære læser, og alle dine kolleger. Hver dag tager I på allerbedste måde imod vores mange passagerer og sikrer en enestående god betjening og vejledning.

Tak for indsatsen og tillykke med de flotte resultater. Jeg glæder mig til samarbejdet i det nye år.

Rigtig godt nytår,

A stylized, handwritten signature in black ink, which appears to read 'Peter Krogsgaard'.

Peter Krogsgaard

Kommerciel direktør i CPH

Siden sidst

Større ombygninger

Den store ombygning af TAX FREE ved Finger A er færdig. Butikken har fået en make-over, der matcher TAX FREE Main Shop, så de to enheder har samme 'look & feel'. Nu er der som noget nyt også mulighed for indgang fra Finger A og derudover er enheden udvidet til næsten dobbelt størrelse. Det betyder, at du nu kan finde et langt bredere udvalg af parfume, kosmetik, spiritus og slik.

Le Sommelier har ombygget baren, så der er blevet bedre plads til flowet ved Finger B og nedgangen til bagageudleveringen.

Excess Baggage har opgraderet butikken og er genåbnet

Bar Jacobsen har fået et nyt og udvidet siddeområde, som nu er åbent mod flowet. Det gør enheden langt mere synlig for alle passagerer, der kommer fra Terminal 3.

F&B enhederne i Terminal 2 Landside har fået tilknyttet et fælles udeområde, som passagererne kan gøre brug af.

Få frokosten leveret til dit pauserum

IFKL har lanceret en ny virtuel maddordning i CPH. Via IFKL.dk/catering kan du med få klik bestille mad og få det leveret til dit pauserum tre gange om dagen. På menukortet vil du altid finde forskellige udgaver af 'dagens ret', hvoraf en af dem altid er halal, en håndfuld sandwich, hvor mindst én er uden svinekød, smørrebrød, salater og en skål med frisk frugt. Er du medlem af IFKL, sparer du i øvrigt fem procent på regningen.

Fredag den 12. oktober blev den største afrejsedag i lufthavns historie med 60.644 rejsende igennem check-in og sikkerhedskontrollen.

Her er et udpluk af, hvad der ellers er sket i fjerde kvartal.



Nye butikker

HUGO
The Mallows
Noa Noa
Flying Tiger
Mulberry
Tiger of Sweden

Kommende butikker

Polo Ralph Lauren
Saint Laurent
Espresso House

Nemmere at finde vej

CPH har opstillet ti nye digitale informationsskærme, der hjælper de rejsende sikkert rundt i lufthavnen og skaber overblik over butikker og restauranter. Fire af dem er placeret Landside og seks Airside, hvoraf en af skærmene er placeret i non-schengen.

De rejsende kan selv indstille skærmens sprog, som fra forsiden findes på dansk, engelsk og kinesisk. Senere vil også tysk, spansk, fransk og russisk blive tilføjet. Derudover er der også monteret holdere på siden af skærmene til fysiske kort over lufthavnen.

Kortet, der også er tilgængeligt i Informationen, er blevet uddelt i knap 50.000 eksemplarer til passagerer indtil videre.

Nyt rum til fordybelse

I november åbnede en ny Silent Lounge med indgang overfor gate A2. Her byder et lyst, skandinavisk design gæster velkomne, der har brug for et roligt rum til refleksion og fordybelse eller plads til at bede. I forbindelse med den store udvidelse mellem Finger A og B blev den tidligere Silent Lounge i Finger B lukket, men nu har I igen mulighed for at henvise de gæster, der har behov for stilhed, til den nye lounge.



På

sight



Nu kan du og resten af Danmark komme helt tæt på fly, udrykningskøretøjer og snemaskineri, når lufthavnen igen byder indenfor på guidede ture langs banelegemet. Connect har sat Susanne Frank, chef for CPH's VIP-afdeling, stævne for at blive klogere på, hvorfor det giver god mening at invitere ikke-rejsende på besøg.





seeing i



luft —

havnen



Efter 17 års pause vendte det populære koncept Airport Tours tilbage til lufthavnen i efteråret. Her inviterer CPH ikke-afgående gæster indenfor og byder dem på en unik mulighed for at komme bagom en af landets største arbejdspladser og opleve flyenes vingesus helt tæt på. For ansatte, der har været i lufthavnen længe, vil konceptet måske vække genklang. Det kørte i bedste velgående i 1990'erne med 25.000 årligt besøgende, hvor skoleklasser, foreninger og virksomheder flittigt lagde vejen forbi. Men efter terrorangrebet i New York den 11. september 2001 strammede EU reglerne for besøg i Europas lufthavne, som fremover kun måtte besøges af decideret rejsende. Og det betød et farvel til Airport Tours, forklarer Susanne Frank, chef for lufthavnens VIP-afdeling, der igen står bag turene.

"Heldigvis blev det jo kun et 'på gensyn'. Vi har i mange år holdt øje med mulighederne for, hvornår vi kunne åbne op igen, og nu har vi endelig fået lov af Trafikstyrelsen. Rammerne er lidt strammere, end dengang. Det betyder, at vi blandt andet har fået angivet en meget specifik rute, vi må køre, og den må vi holde os til."

Ruten byder heldigvis stadig på nogle af de største trækplastre fra tidligere, siger hun. Den store hal med de gigantiske snerydningsmaskiner og brandstationen med sine glitrende gule køretøjer er blandt de mest populære stop på ruten.

Imponerende maskiner

Man behøver da heller ikke at være maskin-nørd for at blive fascineret af de kæmpe kræfter, der gemmer sig i de voldsomme maskiner. Til fods bliver gæsterne lukket ind i en af Markservice' store haller, hvor de enorme gule snerydningsmaskiner holder til. Med militærisk præcision og efter et nøje tilrettelagt V-mønster kører mellem otte og fjorten sneplove og fejmaskiner i forskudt kolonne med op til 40 kilometer i timen, når sneen rammer. Det betyder, at det blot tager 20 minutter at rydde en start- og landingsbane på 3.600 meter i længden og 45 meter i bredden. Sammen med sne-slynger, der kan katapultere sne op til 80 meter væk, står de klar til udrykning ti måneder om året. Chaufførerne tæller blandt andet nogle af CPH's buschauffører, brandmænd og håndværkere, der - hvis alarmen går - dedikerer sig 100 procent til snerydningen.

"Det har været et stort arbejde at skruer fortællingen om CPH sammen. Der er så meget at vise, men vi har trukket en del på, hvad vi

gjorde tidligere, og hvad, vi vidste, var populært. For de fleste børn, unge og legesyge voksne er både brandstation og snemaskinerne virkeligt et hit," siger hun.

Turen indeholder en lang række fortællinger og fakta om lufthavnen, og indtil videre har de vist sig vældigt populære. Siden 1. september har en bus og to guider stået klar tre gange om dagen til at tage imod, og der har været rift om de 36 pladser. For almindelige grupper varer turen to en halv time, som følger vejen rundt langs det 32 kilometer lange hegn rundt om lufthavnens areal. Kun for de mindste skoleklasser er turen kortet lidt af. Halvanden time med base omkring brandstationen, hvor drømme om selv at blive pilot og brandmand får ekstra liv.

Giver værdi til næste besøg

At vise lufthavnen frem på denne måde giver rigtig god mening, selv om det på ingen måde er en økonomisk guldgrube, siger Susanne Frank.

"Vi gør det, fordi vi er ret sikre på, at vi kan levere en god omtale af lufthavnen. Vi er på mange måder et nervecenter for hele landet. Det er noget, vi er – og kan være - stolte af, og derfor vil vi også gerne vise det frem. Os, der arbejder i lufthavnen, fungerer lidt som et orkester. Hvis violinisten mangler, er der mislyde. På samme måde er vi nødt til at arbejde sammen i en helhed for, at det fungerer, og det, tror jeg, man får en fornemmelse af, når man er på rundtur herude og får et kig ind bag gardinet."

Samtidig giver det også de besøgende noget ekstra til rejseoplevelsen, næste gang de er på vej ud i verden.

"Jeg var til et privat arrangement for noget tid siden, hvor jeg sad til bords med et ældre ægtepar, der havde været på rundvisning. De fortalte, at det havde været en fantastisk oplevelse. At de havde rejst hele deres liv, men pludselig så de lufthavnen fra en helt anden vinkel. Sådan tror jeg mange har det. Den gode oplevelse tilfører værdi til besøget herude, når de rejser næste gang. Når vi stolt fortæller om vores arbejdsplads, smitter det jo."

1. Selv om kalenderen viser april, kan en voldsom haglbyge hurtigt skabe forsinkelser i flytrafikken. Derfor er CPH's snerydningsmaskiner i beredskab ti måneder om året.

2. Alle gæster får udleveret en blå vest, der skal bæres under hele turen. Det er et sikkerhedshensyn, der blandt andet sikrer, at de arbejdende på flypladsen hurtigt kan se, hvem der kommer.



Vidste du, at?

CPH's guider kender fakta og særlige detaljer om alle dele af driften af lufthavnen. Connect giver dig et indblik i nogle af dem.

- Det smukke trægulv er af sorten Jatobatræ og er fra Sydamerika. Det har ligget der siden åbningen i 1960 i Terminal 2 og siden 1998 i Terminal 3.
- Der er 259.245 fly, der letter og lander om året, hvilket svarer til 710 om dagen i gennemsnit eller 1 fly hvert 50. sekund hele dagen eller 30 i timen.
- CPH har ansat cirka 70 personer i rengøringen. Hver ansat går 10 kilometer om dagen, hvilket på årsbasis løber op i 255.000 kilometer, eller det samme som 6 gange rundt om jorden.
- I 2017 blev der håndteret 365.000 tons cargo i Københavns Lufthavn (ca. 1000 tons om dagen).
- Benzinforbruget er ved almindelige vejrforhold på ca. 10-12.000 liter om ugen. Når der fejes sne, kan forbruget komme op på 5.000 liter om dagen.

Hvem kan besøge lufthavnen?

Alle kan besøge os, men CPH har valgt at sætte en nedre aldersgrænse til at være skolernes 1. klasse. I den anden ende sætter kun førlighedsgrænse, idet turen også foregår til fods.

Hvornår kan man besøge os?

CPH afvikler tre besøg om dagen i hverdage og to besøg om dagen i weekenderne. I hverdage er det for grupper, mens enkeltpersoner kan melde sig til turene i weekenderne.

Hvem viser rundt?

Airport Tours har et fast hold af guider i alderen 23 - 50 år.

Hvad oplever man undervejs?

På turen besøger man blandt andet brandstationen og garager med nogle af de store køretøjer. Man kører på lufthavnens område helt tæt på flyene, og man besøger brandøvelsespladsen og fragtområdet.

En rundvisning tager normalt 2½ time, og turen foregår dels til fods og dels i bus. For børn i 1. - 5. klasse tager turen ca. 90. min.



Julie Rudbæk får danskerne til at krumme tæer

Hun er mere intelligent humor-typen end falde-på-halen komedie og ha-ha jokes. Danmarks ukronede comedy-dronning kan med sit satiriske blik og fornemmelse for timing få os til at se indad og blive klogere på os selv og vores omverden. Mød Julie Rudbæk der netop nu er aktuel i lufthavnens seneste kampagne.



Julie Rudbæk har haft et travlt år. I foråret lancerede hun den anmelderroste webserie '29', som hun både har skrevet, spillet og instrueret i tro makkerskab med sin ven og kollega Jesper Zuschlag. Med underspillet humor, ærlighed og en sublim fornemmelse for timing sætter serien fokus på 30-årskrisen, hvor nogle får børn, andre går fra hinanden og hvor voksenalivet for alvor tager sin begyndelse. Et par måneder senere kom '30', seriens anden sæson, og gennem hele efteråret har hun været aktuel i lufthavnens humoristiske kampagne for det nye område mellem Finger A og B. Her genkender du hende måske, som kvinden der ræser på kufferter gennem lufthavnen med Olivia Joof, spilder jordbærsmoothie ud over selvsamme og vækker barndommen til live på lufthavnens nye legeplads til stor undring for en far og hans søn. Den 31-årige Julie Rudbæk er på mange måder dansk comedys store lysende stjerne, men det lå aldrig i kortene, at det var den vej, hun skulle gå med skuespillet, siger hun, da Connect fanger hende til en snak om samarbejdet med CPH. I 2009 færdiggjorde hun en privat skuespilleruddannelse, men der var langt mellem opkaldene fra casterne. I stedet for at sidde og vente på, at nogle ringede og tilbød hende en rolle, begyndte hun i stedet at skrive og indspille små historier til nettet. Et par år efter så hun et opslag fra DR, der søgte unge til et særligt satire-talenthold, hvor man over et år ville modtage undervisning og træning i comedygenren til et TV-format. Hun sendte en ansøgning, og som eneste pige blev hun optaget på det ni mand store hold. De andre talenter på holdet talte blandt andre Frederik Cilius, der senere sprang ud som Kirsten Birgit Schiøtz Kretz Hørsholm i Radio 24syv's satireprogram Den Korte Radioavis, Mathias Helt, der efterfølgende blev radiovært på 'Er du sunshine', som Radio 24syv ligeledes står bag, samt skuespiller Claes Quaade, der blandt blev kendt i TV-serien Sjit Happens.

"Det var stort, men også en udfordring for mig, at jeg pludselig skulle være sjov. Nogle gange havde vi 30 minutter til at skrive en tekst, som vi skulle opføre for de andre. Selvom det var hårdt, viste det sig også at være helt rigtigt for mig, for jeg fandt ud af, at jeg kunne bruge mere af mig selv her end bare som skuespiller. Samtidig kunne jeg udvikle paletten, og det var en kæmpe gevinst for mig," siger hun.

Som ansøgning til talentholdet havde hun lavet en video med to piger, der var de bedste veninder, og samtidig hinandens værste fjender. En ærlig reportage om to piger, der

altid ender med at 'fucke det up' for hinanden, som hun siger. Den ærlige stil er også den, hun siden har holdt fast i.

"Jeg har aldrig været gakket, og jeg er langt mere 'krumme tæer'-agtig i min tilgang til humor end haha-jokes. De absurde situationer, der samtidig er sande betragtninger, er dem, jeg holder mest af at beskæftige mig med."

Kvinder kan også være sjove

På talentholdet begyndte hun for alvor at finde ud af, hvem hun var som skuespiller – og ikke mindst at hun kunne noget specielt.

"Jeg oplevede, hvordan jeg kunne byde ind med min vinkel som kvinde i et humoristisk univers, og på talentholdet havde jeg jo ikke rigtig nogle konkurrenter på det felt. Sådan er det også i dag. Meget få kvinder ser comedy som en arbejdsmulighed, og det betyder, at comedybranchen generelt er meget mandsdomineret," påpeger hun.

Det er egentlig underligt, siger hun, for hun kender masser af sjove kvinder. Men modet til at være selvironisk svigter i højere grad kvinderne, mener hun.

"Hvis man tænker tilbage på folkeskolen, var det jo heller aldrig pigerne, der indtog rollerne som 'klassens klovn'. Der ligger lidt en forfængelighed gemt hos kvinder, hvor mænd har en lettere tilgang til at dumme sig. Samtidig tror mange i dag, at man skal kunne fyre en masse jokes af for at lave comedy. Det behøver man ikke. Man kan også sagtens være en god iagttagere og have fornemmelse for timing."

Det er komikerparret Ditte & Louise, kendt fra DR's TV-serie af samme navn, et rigtig godt eksempel på, siger hun. De er snarere dygtige skuespillere end komikere, og de tør for alvor at bruge sig selv.

Historier fra eget liv

At finde inspiration i eget liv er da også præcis, hvad Julie Rudbæk gør i serierne '29' og '30'. Foruden at dele navn med hovedkarakteren, forlod Julie Rudbæk ligesom Julie i serien også en kæreste som 29-årig, de har ingen børn og er begge på vej ind i voksenalivet med alt, hvad det medfører af kriser, relationer og tvivl.

"Rigtig mange af historierne er inspireret af vores eget liv og vores venner. Det er tematikker, der går igen, og som fylder meget for vores aldersgruppe. Derfor syntes vi også, det var oplagt, at vi brugte vores egne navne. Vi ville gerne lave serien så ærlig som muligt, derfor blev vi også nødt til at give noget af os

3 korte til Julie Rudbæk om CPH

Hvorfor sagde du ja til at samarbejde med lufthavnen?

”Som regel siger jeg ikke ja til reklame, men lufthavnen er et godt brand, der repræsenterer noget så dejligt som at rejse. Samtidig har de lavet godt indhold før. CPH er for mig et kvalitetsstempel, og noget jeg gerne ville være ansigt på. Da de præsenterede ideerne for mig var jeg helt solgt. Jeg synes, tankerne bag er så fine og sjove, og jeg kunne godt lide tilgangen til, at det skulle være indhold og ikke bare ren reklame. Det er jeg ikke god til.

Hvad betyder det at rejse for dig?

”Det betyder en del, som det sikkert gør for de fleste. Det er dejligt at rejse med fly, og det er sådan en god følelse, når man kommer i lufthavnen. Nu skal man på eventyr. Jeg rejser tit for at komme lidt væk fra hverdagen og fordybe mig i nogle processer. Jeg er eksempelvis lige kommet hjem fra Sydspanien, hvor jeg har været af sted med Jesper (Zuschlag, red.) på manus-skrivetur. Det fungerer godt at trække stikket og isolere sig lidt, når jeg skal skrive. Et af mine bedste rejseminder er i øvrigt også sammen med Jesper. Vi var lige blevet færdige med første sæson af vores serie, '29', det var januar, og vi havde arbejdet helt vildt hårdt for at få den færdig. Vi fejrede det ved at rejse til Thailand og hoppe rundt mellem øerne. Det var virkelig en dejlig ferie, og det er så imponerende, hvor hurtigt man faktisk kan komme hen et sted, der er varmt.”

Har du en fast rutine i CPH, når du rejser?

”Nej. I hvert fald ikke udover, at jeg altid lige går igennem TAX FREE for at se, hvad jeg har glemt. Jeg skal selvfølgelig også have en sandwich og en kop kaffe – ofte fra Lagkagehuset – inden jeg boarder. Og så et blad! Det er det eneste tidspunkt, jeg kan finde på at købe et blad, og det bliver ofte Euroman. Jeg kan godt lide at være herude i god tid. Jeg hader at stresse, og så elsker jeg at kigge på flyafgange oppe på skærmen og drømme mig lidt væk.”



selv. Jo mere hudløst ærligt vi kan gøre det, jo mere fanger det også folk,” siger hun.

Jesper Zuschlag, som hun laver serierne med, lærte hun at kende på højskole. De har været venner i over ti år og har samme tilgang til tingene. Foruden serierne har de også lavet satireprogrammer til både DR1 og DR3, og ofte er det en samfundstematik, de tager op til debat.

”Rigtig meget comedy i Danmark er baseret på punchlines. Ikke at der er noget galt i det, men vi syntes, der manglede noget underspillet, situations-baseret humor, der kunne give stof til eftertanke og ikke bare et hurtigt grin. Der er et gran af sandhed i det meste af det, vi laver. Det handler om noget, der er vigtigt for os og har en dybde. For mig ligger håndværket i at kunne berøre folk. Jeg synes, det er meget federe, at folk kommer og fortæller mig, at de har kunnet genkende sig selv i noget af det, jeg har lavet, end at de grinede højt af en specifik scene.”

Derfor tager de heller aldrig udgangspunkt i en joke, men en specifik situation, når de skriver manus. Det kan være et møde med chefen, en akavet Tinder-date eller den pinlige samtale med veninderne. Magien opstår derfor lige så meget i skuespillet og leveringen, for det er ikke nødvendigvis altid sjove situationer, de skriver ud fra.

Legen fortsætter

Gennem arbejdet med serierne har hun skullet lære at stole på, at hun faktisk var sjov nok. På DR lavede hun som regel meget karikerede sketches sammen med Jesper, men da ’29’ rullede over skærmen, blev hun i tvivl, om de havde skudt ved siden af, og om folk ikke fangede de små momenter. Men noget gjorde de rigtigt. Soundvenue kvitterede i hvert fald med at kalde dem for ’sprudlende danske komedietalenter’, mens DR roste dem til skyerne under overskriften ’Ubehageligt og sjovt: Dansk genistreg gør det, ingen amerikanske serier kan’. I dag arbejder makkerparret på sæson 3, der selvfølgelig er blevet døbt ’31’, og ligesom de foregående sæsoner skriver, instruerer og spiller Jesper og Julie det hele selv.

”På mange måder er både skrivearbejdet og instruktionen selvlært, og det var en stor mundfuld at skrive en hel serie i starten. Men vi er helt klart vokset med opgaven, og jeg synes, det er superfedt at have alle hattene på. Serierne er heldigvis gået rigtig godt, og dét at være nået hertil har jo været en drøm, siden jeg var lille. Jeg har altid været interesseret i relationer og har nok også altid vidst, at jeg gerne ville være skuespiller. Det er en måde at få lov til at sætte sig ind i andre mennesker og indleve mig i andre typer. Jeg føler mig privilegeret over at kunne blive ved med at lege på denne her måde.”

Om serierne 29 og 30

I ’29’ og ’30’ følger man de to venner Julie og Jesper i deres op- og nedture i livet omkring de 30 år – hvor presset om at finde den perfekte partner, få nogle børn, have den perfekte karriere og generelt få styr på sit liv rammer dem. Heldigvis har de to venner hinanden og mødes ugentligt for at dele deres oplevelser.



Om Julie Rudbæk

31 år. Skuespiller, manuskriptforfatter, instruktør og tilrettelægger. Uddannet fra Det Danske Filmskuespillerakademi i 2009 og fra DR’s Satire Talenthold i 2012. Står blandt andet bag serierne ’29’, ’30’, Generation SoMe! og ’Julie og Jesper’, som hun har skrevet, spillet og instrueret i samarbejde med Jesper Zuschlag.

5 spørgsmål om Olivia og Julie-kampagnen

Senior Brand Manager Louise Koldsgaard fra CPH svarer på, hvad tankerne er bag de nye kampagnefilm, og hvorfor de har klaret sig så godt.

Hvorfor har I valgt at lave kampagnen om det nye område?

"Det er svært at ændre passagerernes adfærd. Mange er nervøse for, om de når flyet, og den utryghed betyder, at de fleste gæster har faste rutiner. Nu har vi fået et nyt område, der henvender sig til mange forskellige målgrupper og med masser af nye brands. Dem ville vi gerne vise frem, så folk husker dem, når de kommer næste gang."

Kampagnen bruger humor som greb – hvorfor?

"Brugerne bliver hver dag udsat for rigtig meget content, og vi ved, det er svært at få folk til at se indholdet til ende. Derfor skal vi lave indhold, der fastholder seerne, så de får lyst til at se mere. Humor som koncept rammer mange målgrupper og samtidig er det et stærkt redskab til at få folk til at engagere sig. Men det er vigtigt, at det ikke bliver plat, men sofistikeret og finurligt. Derfor har vi også valgt at bruge skuespillere og ikke influenter eller bloggere som tidligere. Det var afgørende, at de fiktive karakterer kom rigtigt frem, og det krævede nogle, der var vant til at arbejde professionelt med skuespillet."

Hvordan har brugerne taget imod kampagnen?

"Rigtig mange har set de små film til ende, og det er meget imponerende. Vi er blevet målt op imod alle digitale kampagner i Danmark, og normen er,

at content generelt er kedeligt, ligegyldigt og ligner alt andet. Det er tre parametre, man absolut ikke vil ramme. Vores kampagne derimod har ramt det helt modsatte og er blevet vurderet af brugerne til at være 'engagerende', 'motiverende', 'relevant' og 'enestående'. Når man ligger i det niveau, betyder det, at vi har skabt content, folk er positive over for at tage imod."

Hvad er du mest overrasket over i forhold til analysen?

"Det overrasker mig, at kampagnen har perfomet så godt set i lyset af, at vi har brugt nogle hovedpersoner, der ikke er så kendte, som dem vi tidligere har arbejdet med. Olivia og Julie har 'kun' omkring 7-10.000 følgere, men de har en skøn personlighed og er i øjenhøjde med vores brugere. Det, at man kan grine af dem og relatere sig til dem, har fungeret, og deres evne til at spille rollerne med en finurlighed har været stærk."

Hvorfor viser I den igen til foråret?

"Området er stadig nyt for mange rejsende til foråret, selv om det ikke længere er nyt for os. Samtidig er den målgruppe, vi gerne vil ramme, meget bred, hvilket betyder, at der fortsat er potentiale for at ramme endnu flere. Derfor giver det rigtig god mening at give den et comeback som optakt til sommerferien."



1. Pelsfrakker er dyre, men de holder til gengæld længe. Man taler om, at pels har tre til fem liv, fordi de let kan sys om, uden at det kan ses.

2. For at holde prisen nede designer Oh! By København Fur ofte frakker i uld med applikationer af pels.

Få din pels på

1

Pels skal bruges – og ikke kun en gang om året. Oh! By København Fur blev i 2012 født ud fra en tanke om at gøre pels tilgængeligt og hverdagscool. Connect zoomer ind på brandet, der i sommer åbnede butik i CPH, og som har haft stor betydning for, at pels atter er moderne.

En næsten metallisk orangerfarvet fluffy kugle på størrelse med en knyttet hånd pryder et par lilla PVC-såler. De lysende pelsbolde gør de klassiske badesandaler svære at ignorere, og det er heller ikke meningen. I dag vil vi gerne skille os ud i mængden, og de orange pelssandaler er med sit intense blikfang et bevis på netop det. Af samme grund strøg de også hurtigt til tops på Oh! By Kopenhagen Furs bestseller-liste, forklarer Trine Storm, Head of Marketing and PR hos det fremadstormende danske brand, da de lancerede dem sidste år. Oh! By Kopenhagen Fur har med visionære samarbejder og nytænkning af pels som materiale været en markant driver i at gøre pels moderne blandt en yngre og mere urban målgruppe. Fra primært at have lavet charms og accessories har brandet i dag sendt en fuld kollektion på gaden bestående af frakker, ready-to-wear, tasker og sko og åbnet for et halvt år siden deres allerførste butik her i CPH.

”Vi fik lyst til at vise vores brand frem som en hel fortælling, og derfor ønskede vi at åbne en butik. Fra begyndelsen havde vi en ambition om, at det skulle være her i lufthavnen, hvor vi kunne ramme en bred målgruppe. Danmark er et snævert marked for os som brand, og qua vores ejerforhold gennem Kopenhagen Fur møder vi også deres kunder her, hvor vi fungerer som et udstillingsvindue. I CPH rammer vi med andre ord hele vejen rundt,” forklarer Trine Storm.

Væk fra teatergængereren

Før Oh! By Kopenhagen Fur blev etableret, arbejdede Kopenhagen Fur sammen med designskoler og selvstændige brands om at sætte fokus på pels som materiale. Auktionshuset så det som en langsigtet investering i at samarbejde med fremtidens designere allerede fra ’barns ben’ og indvie dem i pelsens designegenskaber. Gennem co-labs med brands som danske Saks Potts lykkedes det også at få pelsen ’ud at gå’ på gaden, men det var aldrig med Kopenhagen Fur som direkte afsender.

”Fælles for vores samarbejder dengang var, at vi ikke fik vores eget navn ud.





1

Bæredygtigt materiale

Vidste du, at man ofte taler om, at pels har mellem tre til fem liv? Pels kan syes om, uden at man kan se samlingerne. Det gør til dels også pels bæredygtig, fordi man ikke smider den væk efter en sæson, men kan tilpasse den til tiden.

Kopenhagen Fur

Kopenhagen Fur er ejet i et andelsfællesskab af de danske minkavlere og er det største pelsauktionshus i verden med en markedsandel på 60 procent. Under fem årlige auktioner møder opkøbere fra hele verden op for at få fingre i nogle af de 30 millioner skind, der hvert år sælges her. Særligt opkøbere fra Kina og Rusland indfinder sig i auktionshuset i Glostrup, og netop derfor er der også perioder i Københavns Lufthavn, hvor du typisk vil møde mange gæster fra netop disse lande.

Før hver auktion er der fem-seks dages eftersyn, hvor opkøberne inspicerer og vurderer skindene. Der er mellem 400 og 800 købere fra hele verden under hver auktion.

Hos Kopenhagen Fur anvendes hammerslag til højstbydende, og når hammeren er banket i podiet, er verdensmarkedsprisen på minkskind fastsat. På hver auktion udbydes flere millioner minkskind og en række andre pelstyper.



2

»Vi ville gerne have folk til at bruge deres pels til hverdag og ikke som et objekt i garderoben, de tog ud en gang om året. Det krævede, at vi arbejdede kreativt med designet og dermed kunne ramme et lavere prispunkt.«

Trine Storm, Head of Marketing and PR hos Oh! By Copenhagen Fur



Vi var sparringspartnere på materiale, design og produktion eller fungerede som undervisere på skolerne. Derfra opstod ønsket om at lave et brand i eget navn, der var henvendt direkte til forbrugeren. Vi ville gerne kunne styre brandet i den retning, vi havde lyst til, designe styles, der ramte en bredere målgruppe og fortælle historien om Copenhagen Furs pelsmaterialer og bæredygtige egenskaber.”

I 2012 lancerede auktionshuset derfor Oh! By Copenhagen Fur som selvstændigt brand. Ikke for at erstatte de kreative samarbejder med eksterne designere, men for at nå ud til slutforbrugeren med eget design i eget navn.

Pels til hverdag

Oh! havde som vision at henvende sig til den moderne, urbane og globale forbruger. Vejen dertil skulle blandt andet findes ved at kombinere pelsen med andre materialer i nye, innovative designs og dermed også gøre priserne mere attraktive. For når en 'full fur' frakke sjældent koster under 25.000 kroner, var designteamet nødt til at tænke kreativt.

”Vi ville gerne have folk til at bruge deres pels til hverdag og ikke som et objekt i garderoben, de tog ud en gang om året. Det krævede, at vi arbejdede kreativt med designet og dermed kunne ramme et lavere prispunkt. Mange af vores styles er derfor en kombination af pels og andre tekstiler. Det kan være en applikation på ærmet, på en lomme eller som en stor krave. Det afgørende var, at det skulle være i en facon, hvor man ikke følte sig ekstravagant, men som noget, der kunne tænkes ind i hverdagen.”

Anonymt kan pels dog aldrig blive, pointerer hun. Det er i den grad et materiale, der 'larmer'.

”Modebilledet har ændret sig radikalt gennem de seneste år, og det har været

lukrativt for os. Der er et stort fokus på individualisme, og folk tør godt at skille sig ud i dag. Man tilpasser tøjet til sig selv og sin egen stil, og pels sender på mange måder et statement. Det har et meget visuelt udtryk, der giver både fylde og tekstur, og som gør en frakke dyrere at se på.”

Samtidig er det også et materiale, mange har en holdning til, og diskussionen om netop dyrevelfærd er en, folkene bag Oh! meget gerne tager.

Dansk mink i særklasse

Dansk mink er kendt for en sublim kvalitet og en høj grad af dyrevelfærd. Og de to ting går hånd i hånd. Kvaliteten af det enkelte skind hænger nøje sammen med, hvor godt dyret har haft det, forklarer Trine Storm. Jo bedre levevilkår, jo smukkere skind og jo højere profit for avlerne. Samtidig er markedet grundigt reguleret netop for at sikre dyrevelfærden og certificering af farmene.

”Der er følelser i pels, og det skiller vandene. Selvfølgelig skal man være kritisk, det er jo dyr, vi har med at gøre, men tjekker man produktionsforholdene hos os, har vi et produkt, der er meget langt fremme på etikken og dyrevelfærden,” siger Trine Storm.

Minkenens trivsel er derfor på mange måder også synonym med en god forretning og nøglen til at forstå, hvorfor dansk pels er så populært - herhjemme såvel som i udlandet, påpeger hun. Om det er lidt af den popularitetsbølge, Oh! By Copenhagen Fur også rider på nu, er ikke helt til at sige. Men faktum er, at lidt over 60 butikker herhjemme har valgt at forhandle deres produkter. De har agenter i Kina, Japan og De Forenede Arabiske Emirater, mens deres webshop flittigt sender pakker ud til hele verden. Og nu har de også åbnet deres allerførste butik. Lige her i Københavns Lufthavn.

1. Oh! By Copenhagen Fur har designet en række styles specifikt til lufthavnen, heriblandt en sovemaske af pels.

2. Sandalerne her er et resultat af et samarbejde med H2O.

**Når
alarmen går
— er der
ingen, der
prikker
dig på
skulderen**

Hvis en nødsituation opstår i lufthavnen, og passagerer og personale skal evakueres, er det et fælles ansvar, alle, der arbejder i CPH, skal være med til at løfte. Heldigvis sker det sjældent, men derfor skal du stadig vide, hvor nærmeste flugtvej er, siger Senior Security Advisor Morten Lyngbæk.

”Dette er lufthavnens ledelse. Der er opstået en nødsituation. Forlad straks området via nærmeste markerede nødudgang.”

Det er heldigvis sjældent, at Operationscenteret er tvunget til at sende denne meddelelse ud gennem højtalerne i terminalerne. Men ved du egentlig, hvad du skal gøre, hvis alarmen går? Det er selvfølgelig ikke unormalt, at der opstår kaos i en ekstraordinær situation, siger Morten Lyngbæk, Senior Security Advisor hos CPH, men derfor er det så meget desto mere afgørende at vide, hvordan du skal forholde dig og hvilket ansvar du har, fastslår han.

”Helt overordnet er en evakuering af lufthavnen et fælles ansvar. Det er et meget vigtigt budskab. Der er ikke nogen, der kommer og prikker dig på skulderen og siger, hvor du skal gå hen. Security har masser af andre opgaver med at sikre forpladserne og lukke det evakuerede område ned. Så hvis du hører beskeden, er det dit ansvar selv at finde nærmeste nødudgang,” understreger han.

Derfor er det også vigtigt, at du allerede inden, en alarm lyder næste gang, har orienteret dig om, hvor nødudgangene er, pointerer han.

”Min klare anbefaling er, at man lægger mærke til, hvor flugtvejene er, når man går til og fra arbejde. Lidt som når man er på et fly, hvor man bliver bedt om at lægge mærke til den nærmeste exit inden afgang. I og med at vi bygger så meget i lufthavnen pt., kan man godt risikere, at en nødudgang er flyttet et par meter, og netop derfor er det vigtigt hele tiden at holde sig opdateret,” siger han og understreger, at ombygningerne ellers ikke har betydning for flugtvejene.

”Der er altid det antal flugtveje, der skal være. Men den flugtvej, du så i går, kan godt være flyttet en smule, fordi der nu er en byggeplads. Så hold øje med ikonet med den lille grønne mand – ser du det, kan du med sikkerhed gå ud ad døren og blive ledt hen til et sikkert område.”

Hjælp passagererne med at finde ud

Foruden at have ansvar for selv at finde vejen ud, skal man som havnekortindehaver også trække dem man møder på sin vej med ud, siger Morten Lyngbæk.

”Når man arbejder i lufthavnen, kender man bygningen godt, det gør de rejsende ikke. Derfor er det vigtigt, at man træder frem og hjælper med at skabe ro blandt passagererne og går forrest. Så længe vi går forrest, skal resten nok følge med.”

Og hører man en alarm eller evakueringsmeddelelsen i højtaleren, skal man tage det for gode vare. For det er kun lufthavnens Operationscenter, der kan starte et evakueringssignal.

”Vi kan desværre ikke lave deciderede evakueringsøvelser, da det vil påvirke driften alt for meget, og øvelsen er jo også blot, at man skal gå ud ad en dør. Netop derfor kan det dog være en rigtig god idé at få en snak om, hvad man gør i situationen i de enkelte enheder. Hvordan samler man op på medarbejderne? Mødes I et bestemt sted? Har I pengekasen med under armen? Lufthavnen har sat nogle rammer med en række forventninger til den enkelte om selv at være opmærksom og hjælpe andre på sin vej. Vi forventer hverken mere eller mindre. Resten skal butikkerne og restauranterne selv tage stilling til.”

Ser du noget først?

Ser du noget mistænkeligt, eller er du det første øjenvidende til en ulykke, en ildebrand, et hjertestop etc., skal du ringe til Lufthavnens Operationscenter på telefonnummer: 3231-2000. Det står også bag på dit Havnekort, så du altid har det på dig.

Forvent kaos

Når du hører evakueringsbeskeden, skal du ikke begynde at ringe rundt for at finde ud af, hvad der sker. Du skal gå ud af bygningen hurtigst muligt. Vær forberedt på, at der vil opstå en kaosperiode, hvor du vil mangle information om, hvad der foregår. Men hav tillid til, at du nok skal modtage anvisninger, så snart de involverede har dannet sig et overblik over hele situationen. De arbejder på højtryk for at løse problemet og vil melde noget ud, så snart de har situationen under kontrol.

Evakueringer i CPH

Gennem de seneste tre år er dele af lufthavnen blevet evakueret tre gange for eksempel på grund af mistænkelig bagage. CPH evakuerer kun i det omfang, det er nødvendigt, og når personer er i fare. CPH er inddelt i forskellige zoner, og det er som regel nok blot at evakuere ét af områderne, mens resten af CPH fortsætter sin normale drift.

Du kan læse mere om, hvad du skal gøre i en evakueringssituation i folderen ’Evakueringsinstruksen for terminaler’, der kan hentes på CPH ID kort kontoret.



BAGSIDEN

CPH er en unik arbejdsplads – mest af alt på grund af de mange engagerede mennesker, der hver dag møder ind på arbejde og giver de rejsende en ekstraordinær oplevelse. I hvert nummer af Connect zoomer vi ind på en af dem og beder vedkommende om at færdiggøre ti sætninger.

Charlotte Mortensen

Assisterende driftchef, SSP Danmark

Har du endnu ikke opdaget det, finder du nok snart ud af, at jeg... har utroligt let til latter. Jeg griner ofte højt og længe – også af mine egne jokes til stor irritation/morskab for kollegaer.

Til gengæld kan du glæde dig til, at... jeg har sat mig for at være den bedste udgave af mig selv.

Folk tror altid, at jeg... ved alt!

Men jeg vil gerne sige, at... det er vigtigt for mig at være med til at skabe en kultur, hvor der er højt til loftet og plads til udvikling – også selv om det betyder, at man ind imellem fejler.

Jeg lærer aldrig, at... køre på ethjulet cykel, men jeg er god til at jonglere og have mange bolde i luften.

Der er få, der ved det, men... jeg har en lille drøm om at blive vinterbader. Jeg er ikke glad for koldt vand, men det rush det giver, tror jeg på, man kan blive afhængig af.

Jeg har først for nyligt opdaget, at... jeg slet ikke er så modig, som jeg selv troede.

Når jeg holder fri, kan du finde mig... sammen med familien eller med gode venner. Jeg er også altid på jagt efter en ny rejse – jeg er fan af ferier.

Det bedste ved CPH er... det dynamiske miljø, aktiviteten og den gode stemning i terminalerne – det er et privilegie at have det tæt på hver eneste dag.

Afslutningsvis vil jeg lige sige... jeg arbejder sammen med verdens bedste team! Restaurantchefer og køkkenchefer der har så høj faglighed, stolthed og passion for det, de laver, gør, at det er nemt at være mig.