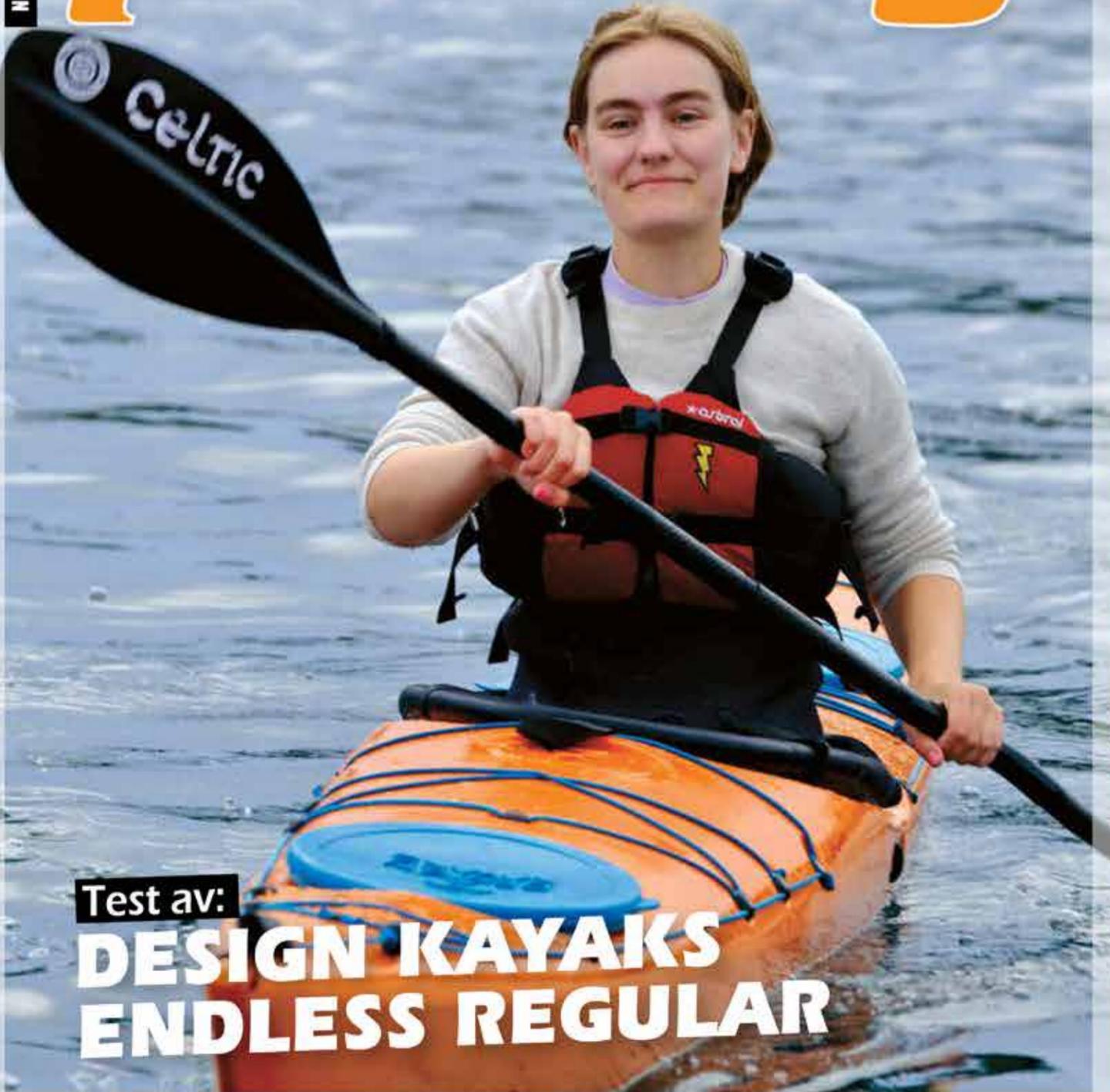
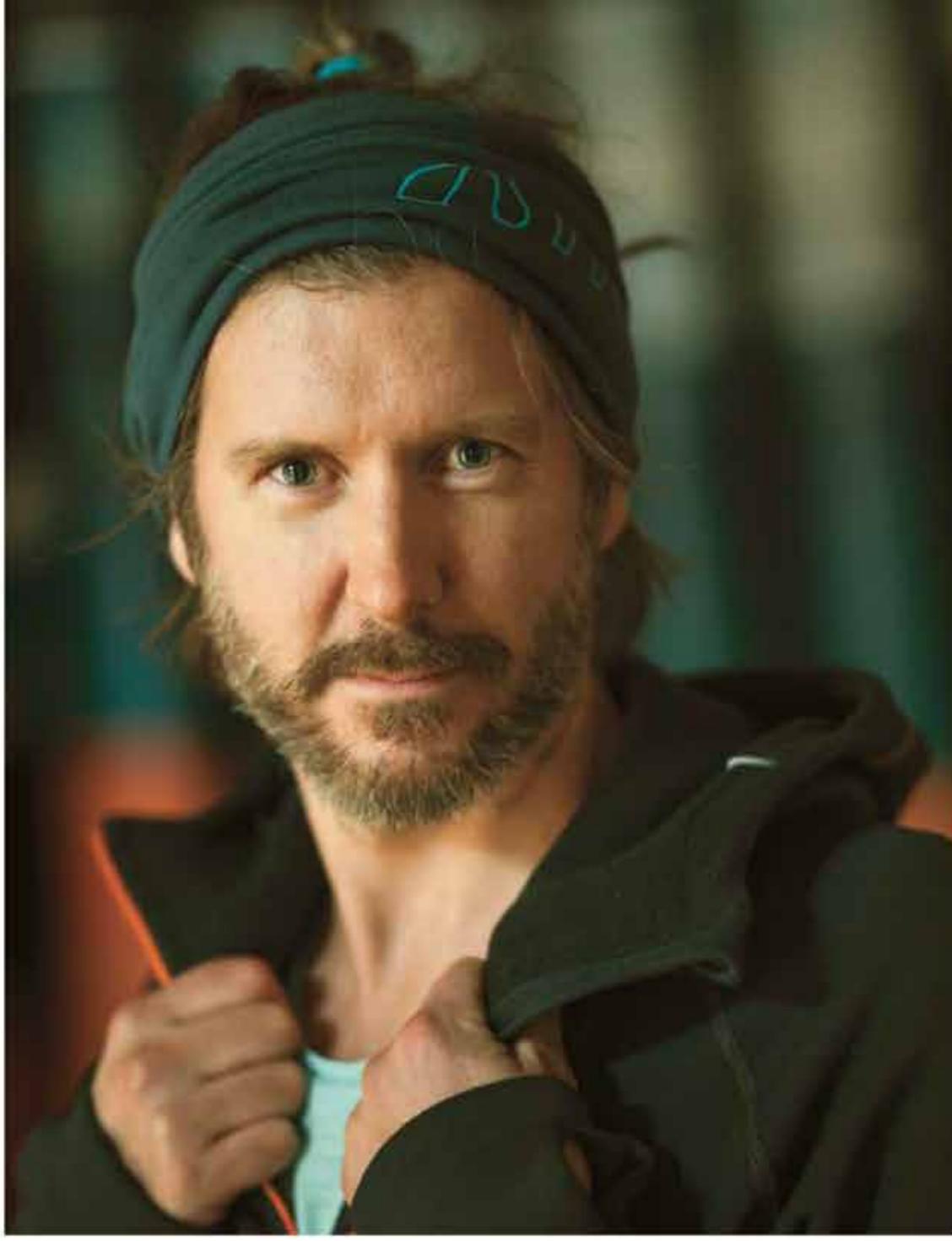


# padling



Test av:  
**DESIGN KAYAKS  
ENDLESS REGULAR**



▲ Firmaet har han kalt Melker, men selu heter han Pelle Stafshede, kommer fra Karlstad og vil ha det gøy!

## Når du vil padle med **ren samvittighet**

Husker du den litt koselige mannen i TV-serien Livet på Saltkråkan? Den svenske kajakkprodusenten Melker er oppkalt etter ham. Navnet gir assosiasjoner til hav og sol. Gründeren Pelle Stafshede vil også at vi skal tenke miljø. Ja, han tenker på hele verden!

TIDSAM 1126-03  
9 74503 182005  
RETURKE 27



**Norge på tvers**  
Kraftig utvidet dagstur



**Pelle Stafshede**  
Miljøbevisst grunder



**Sjeldne muslinger**  
Elvas vernede veteraner

**D**ette er en organisk virksomhet, sier Pelle på telefon fra sitt hjem i Karlstad. I sannhet er det innovasjon, design og klima han er mest opptatt av. At hele ville dreie seg rundt kajakk, nei, det var, som han sier, - nærmest bare en slump.

#### Ikke mye fritid

Likevel, da Pelle Stafshede skulle gi slipp på sin faste jobb, da ville han holde på med noe gøy, være aktiv og fri. Etter oppstarten i 2015, var det likevel ikke mye fritid å hente.

– De tre første årene var fullstendig dedikert til Melker, innrømmer Stafshede. Han vil på ingen måte klage. Men i denne tiden måtte han kombinere gründerskap med familie, med sport, med reiser og med markedsføring. Alt han gjorde var koplet opp mot bedriften. I dag er det annerledes.

– Jeg er snarere på tur med kjæresten enn på tur i forbindelse med reklame og profileringsreiser, sier han. Gründeren ønsker fremdeles å være et forbilde, en mann som praktiserer en bevisst livsstil og som er motivator og innovatør.

#### På en bølge av rent hav

Å få til et intervju med Pelle har tatt oss flere måneder. – Ja, unnskylder han seg, – det har vært litt mye. Nå er planen å ikke snakke så altfor lenge. Også i dag har Pelle annet å gjøre: Designe et par praktiske utstyrsboder til oppbevaring av kajakkutstyr, sjekke ut et par nye prototyper, tenke ut et nytt konsept for den nyopprettede og svært luksuriøse butikken i Stockholm, og i lunsjen skal han ut på en rask sykkeltur med kompis. Temaene ruller. Og på Melkers hav er det flotte bølger.

For jovisst kan Pelle Stafshede snakke fort. Språket er presist. Ordforrådet ekstraordinært. Men når hele Melkers historie, filosofi og framtidsutsikter skal tas med, da er det umulig å fatte seg i korthet. Spesielt ikke når samtalen også skal ha et miljøaspekt. De to temaene kan man rett og slett ikke splitte. Kajakk og miljø bør være en og samme sak!

#### Fra langtransport til gjenbruk

For bare tre år siden reklamerte Melker med kajaker av bambus. Det var hipt og kult, men gikk man igjennom sjekklisten for miljøvennlighet, trakk båtene ned grunnet materialenes lange transport. Det gikk jo ikke!

– Transport er en av verdens største miljøtrusler, sier Pelle. – Jo mer vi jobber lokalt, jo mindre utslipp får vi.



▲ Meningen er å bygge opp et produksjonsanlegg i Sverige og etter hvert ekspandere til hvert kontinent. Alt materialet skal kunne resirkuleres, men kan også være resirkulert av andre ting.



▲ Når det sagt er Melkers kunder heller ikke dem som teller på kronene. Bedriften florter i stedet med dem som uet hva de vil ha og er villige til å betale for det.



▲ Det var på en tur i Geiranger at Melker ble til. Produksjonen av kajakkene lå da i Polen. I 2018 ble den flyttet til Estland. – Vi jobbar med Tahe Outdoors som er bedriftens tredje part.

Med disse verdiene i bunn har Melker forsket på bruken av linfiber. Lin er faktisk CO2 positiv og bruker ikke mer energi enn ved tradisjonell produksjon, forsikrer Pelle. I dag kommer linen fra Frankrike og Finland. I skrivende stund eksperimenteres det med en laminering bestående av resirkulerte kaffesekker. – Når man kikker ned i cockpiten, kan er det mulig å se bokstavene som opprinnelig sto på sekkene, ler Pelle.

#### En produsent nær deg

Det er dette som er målet; Materialene i kajakkene skal være resirkulerbare, være produsert i Europa og helst nettopp fra den byen der produksjonen finner sted. I dag er det et firma i Polen som tar seg av alt sammen. Planen er at kajakkene skal lages i Sverige. Rettere sagt, de skal produseres i alle land der det finnes padlere. Usjenert ramser Pelle opp ekspansjonsplanen, – til slutt har vi ganske sikkert en produksjon gående i USA! Igjen presiserer han at ingenting skal fraktes. Heller ikke materialene.

– Det kan eksempelvis være skalljaker som smeltes om, sier Pelle og nevner i forbiarten et fruktbart samarbeid med norske Bergans. Når det er sagt, Pelle kan ikke få sagt det ofte nok:



▲ **Melker ble kjent for sine smekre bambuskajaker.** Men den lange transporten av materialene krasjet med deres filosofi. I dag er det linfiber som benyttes. Alt materiale kommer fra Europa.

- Ingen av miljøhensynene må gå ut over kajakkens kvalitet, funksjon eller smidighet.

**Litt ditt og litt mitt**

-Vi tester hele tiden ut, forsikrer Pelle Stafshede. Men også her er Melker spar-



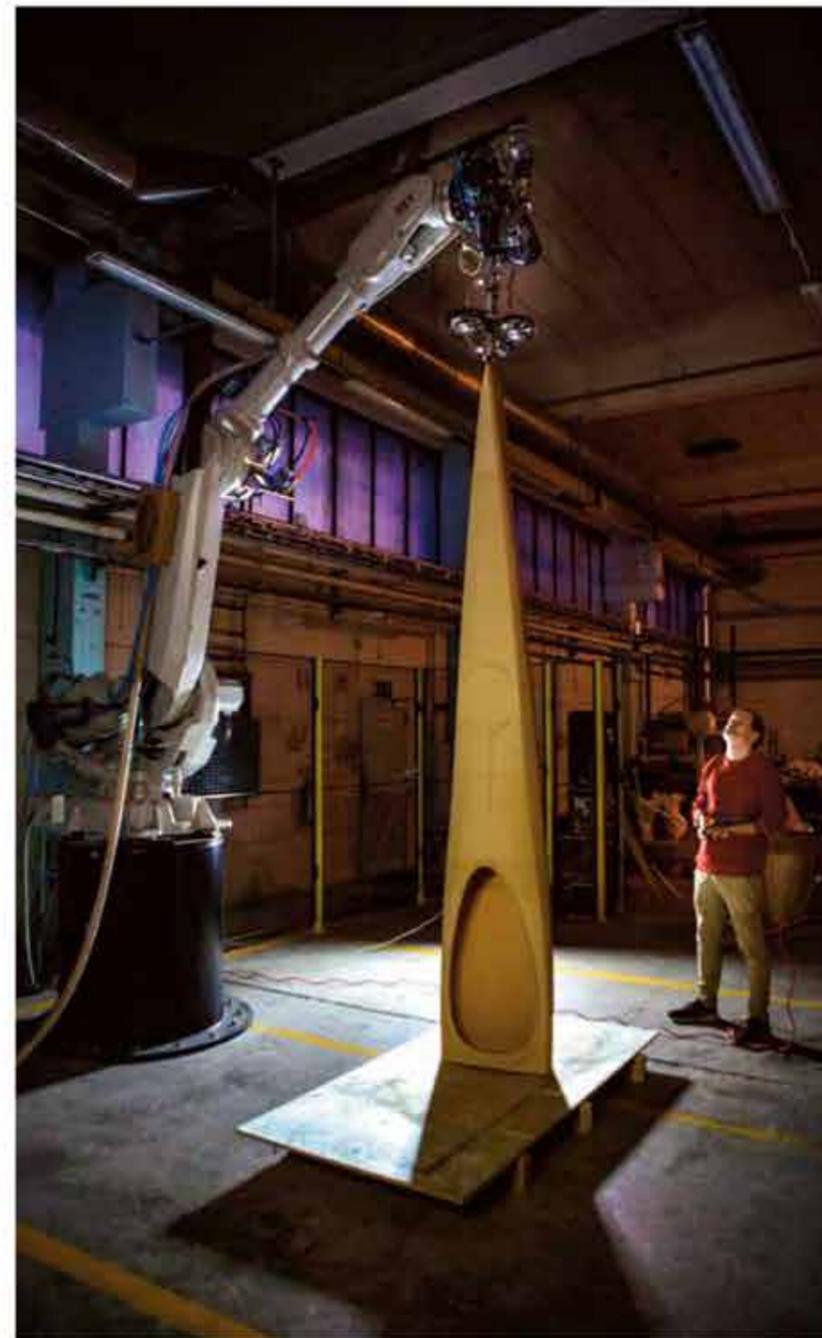
▲ **Jeg vet det er en utopi,** sier Pelle, - Men jeg skulle ønske jeg kunne dyrket lin i min egen bakgård. Så langt tar han seg av innovasjonen, men lar andre dyrke råvarene.

sommelige med materialene og utslipp. Produktene blir først kjørt ut som 3D-print. Det lages ikke en hel serie for man har forsikret seg om alt er tipp topp. En ytterligere måte å spare på, er å tilby kunden kajaker på deling. - Mange får seg kanskje 4 - 5 solskinnspadleturer i

året, sier Pelle, for disse padlerne må det da være bedre å leie? På en, to, tre har Pelle skissert patenten på et enkelt kajakabonnement. Her skal du kunne ha to aktive bookingen på samtidig, samt leie båt og utstyr i tre døgn. En annen modell er kajakkutstyr implisert



▲ - **Vi skal ha det jækligt gøy** sier gründeren bak Melker, Pelle Stafshede. Bare jeg tjener like mye som hvis jeg hadde arbeidet på et hvilket som helst kontor, da kan jeg klare meg godt.

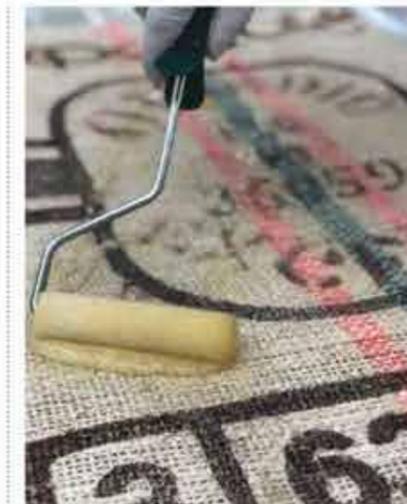


▲ **Produktene** blir først kjørt ut som 3D-print, og det lages ikke en hel serie for man har forsikret seg om alt er tipp topp.

**Fun Facts**

Under en ferie- og padletur i Geirangerfjorden lagde Pelle Stafshede, på privat initiativ, en kort reklamefilm. Filmen sendte han til produsenten av kajakk han da padlet. Han hørte ingenting. Heller ikke da han etterlyste svar andre gang, var det respons. Tredje gang skrev Pelle en ganske sint mail. Han jobbet da med kommunikasjon, programmering og gaming og kjente markedsverdien av en slik reklamefilm. Hvorfor svarte ikke kajakkprodusenten i Polen?

Den som roper i skogen, får svar. Også dem som roper i fjorden får svar, til slutt. Pelle kom omsider i kontakt med kommunikasjonsrådgiveren. Mannen viste seg å være svensk ingeniør. Sammen reiste de to karene til Polen, la om produksjonsvilkårene og gjorde bedriften om til sin.



▲ **Melkers filosofi** strekker seg litt lengre enn fra baugen og akterut. Resirkulering og gjenbruk er tingen her. For tiden testes ut kaffesekker som mulig laminering.

i en avtale med borettslag. Det er til denne ideen Melker nå designer egne utstyrsboder. Selvsagt skal disse være miljøvennlige. Pelle ser i tillegg for seg kasser som kan sittes på, lekes på, benyttes som treningsarena eller også ha stativ til hengekøyer. Dertil skal de være vakre, ja nesten som kunst!

**Flørter med fremtiden**

- Fremtidens generasjon er estetikere og eie vil de heller ikke.  
-Ser vi på brukerne som i dag er i 20 års alderen, da vil de jo ikke eie! Det er oss det, generasjonen før, som vil ha hytte her og hytte der og bil. De unge, de vil være fleksible, gjøre som de vil, gjøre noe i dag og prøve noe nytt i morgen. Pelle er ikke i tvil; - Delingsøkonomien er kommet for å bli. Heller ikke her kan Melker henge etter.  
- Det er både klokt og trendy dette, mener Pelle. At det å dele gir mindre kronasjer til bedriften hans, det er det ikke tid til å bry seg om akkurat nå. - Det vil jo alltid være en kunde som kjøper, sier han. - De to konseptene med kjøp og «member», konkurrer ikke, de snarere komplimenterer hverandre. Tilbudene vil alltid finnes der parallelt.  
Når det sagt er Melkers kunder heller ikke dem som teller på kronene. Bedriften flørter i stedet med dem som vet hva de vil ha og er villige til å betale for det.  
- Slik må det være, mener Pelle og legger til at hvis man kjøper kajakk hos ham, da kjøper man jo ikke bare en kajakk, da investerer man i et helt konsept - ja, for ikke å ta for hardt i, da er man med på å redde verden! ●●