

01

TEMA: DESIGN

**FORMGIVNING ELLER
PROBLEMLØSNING?**

INDHOLD

04 LEDER

05 VOXPOP: 8 BUD PÅ GODT DESIGN



08 SAMTALE: ET PARADIS FOR DESIGNERE

Hvad er designerens rolle i dag? At designe verden eller holde sig til formen? Leder af Center for Designforskning, Thomas Binder, og filosofen Sten Nepper Larsen diskuterer de grundlæggende spørgsmål.

14 DESIGNSTUDERENDE KLÆDES PÅ

22 DESIGNÅR 2005



16 FINSK DESIGN

Finsk design har stor succes i disse år. Vi ser på historien bag.

26 DANSK DESIGN TIL JAPAN

31 OL SLUTSPURT OM MILLIARDER

36 KORT NYT

40 KLUMME: KANON

43 VIDSTE DU



11 DANSK DESIGN - EN GAMMEL STOL ELLER ET STÆRKT BRAND?

Der er uenighed i designbranchen. Nogle mener, fremtiden tegner lys for dansk design. Andre ser mørke skyer. Med hjælp fra designere, producenter og analytikere tegner vi et portræt af dansk design nu og i fremtiden.

19 DISCOUNTDESIGN ELLER KARRIERESCOOP?



24 DESIGN PÅ SKOLEBÆNKEN

På designskolerne er de begyndt at forske i design. Vi ser på, hvad det betyder.

28 ESSAY: IDEALISTISK UTOPI ELLER KOMMERCIEL FIDUS

34 VOXPOP: ORDFØRERE

37 GAMLE TRAVERE

42 PORTRÆT: SLÆGTFORSKERNES PARADIS

FRA MYTER TIL VIDEN

Mars er det store mål i rumforskningen lige nu, og i løbet af de næste par år vil en række missioner gøre os meget klogere på den myteomspundne planet. Læs med, når Weekendavisen rapporterer og reflekterer fra rumforskningens frontlinie. Blandt meget andet.



SAMFUND OG DEBAT. Vi analyserer begivenheder og holdninger for at vise sammenhænge, forhistorie og konsekvenser. Reflekterende, perspektiverende og skarpt til sidste punktum.

KULTUR. Vi skriver kontant og lidenskabeligt om kunst, tanker og meninger. Anmeldelser, reportager og samtaler om forskning, arkitektur, billedkunst, film, musik og teater.

BØGER. Vi anmelder den nyeste litteratur, både dansk og udenlandsk, og vi lægger lige så meget mod og hjerteblod i sagen, som forfatterne selv har lagt i deres værker. Sammen med artikler, essays og debat om både skønlitterære og faglige værker og forfatterskaber.

NYT! HELE WEEKENDAVISEN PÅ NETTET

Læs Weekendavisen på nettet allerede fredag morgen – hvor som helst i verden. Og brug arkivet til at finde gamle artikler i deres fulde længde, otte uger tilbage.

Alle abonnenter på den trykte udgave af Weekendavisen har ubegrænset adgang til netavisen. De kan også abonnere på netavisen alene. Hvis De bor i udlandet, undgår De dermed porto.

TEGN ABONNEMENT

Ring på 80 30 12 30 eller gå ind på www.weekendavisen.dk. Unge under uddannelse kan få 50 % rabat.



weekendavisen
Personlighedernes avis

LEDER DESIGNÅRET ER I GANG

2005 er udnævnt til designår. Derfor har vi gjort design til tema i årets første nummer af Kulturkontakten, hvor vi skriver om, hvad der kommer til at ske i designåret, og diskuterer udfordringerne på designområdet lige nu.

I artiklen "Dansk design – en gammel stol eller et stærkt brand?" har vi bedt en række designere, erhvervsfolk og analytikere om at give deres bud på, hvad det er for udfordringer, dansk design står over for, hvis det skal klare sig i den hårde konkurrence fra både USA, Europa og Asien.

En væsentlig udfordring er designerens rolle. Tidligere var en designer først og fremmest en formgiver, der skabte smukke stole, bestik, tøj eller andre genstande, der var til at tage at føle på. Sådan er det ikke længere. Mange mener, at designere i dag skal løse problemer på en anden skala. De skal med et slogan hentet fra den kommende designfestival INDEX: 2005 skabe "design to improve life". Vi har sat den nye designerrolle til debat i artiklen "Et paradys for designere", hvor filosofen Steen Nepper Larsen møder leder af Center for Designforskning Thomas Binder.

Men skal designere løse nye opgaver, skal de også uddannes til det. Og netop derfor er man på designskolerne i færd med at gøre undervisningen mere teoretisk. De studerende skal ikke bare undervises i håndværksfag, men også f.eks. i designprocesser. Og lærerne skal præcis som på universiteterne være forskere. Vi ser på designforskningen i artiklen "Design på skolebænken".

Ny rolle eller ej, så er designerens vigtigste opgave at skabe godt design. Men hvad er det? Vi bad 8 designere om at vælge hver en ting, der for dem er godt design. Eneste krav var, at tingen skulle koste under 100 kr., så både designerbiler og designerbriller var udelukket. Mød dem og deres ting i "8 bud på godt design".

Alt er dog ikke design. Siden sidste nummer har der været valg, og i den kulturpolitiske verden betød det nye kulturordførere for tre af Folketingets syv partier. Vi har spurgt alle syv ordførere om, hvad deres tre vigtigste mål for kulturen er.

Sidst men ikke mindst kan du læse om kampen om OL. Fem byer kæmper lige nu om at blive vært for sommer-OL i 2012, mens der i Danmark sidder et udvalg og ser på Københavns muligheder for at få legene en dag. Journalisten Joakim Jakobsen fortæller historien om de mange fine og mindre fine metoder, en by i dag må benytte sig af for at få fat i legene.

God læselyst!
Redaktøren

VINDEREN TEGNESERIEKONKURRENCE

I sidste nummer udkrev vi en tegneseriekonkurrence. Vinderen af konkurrencen blev tegneren Thomas Thorhauge, der også redigerer tegneserietidsskriftet Rackham. Han vil i 2005 lave en stribe til denne side.



Voxpop. Når vi tænker på design, tænker vi som regel på dyre ting. Designermøbler, designerbiler, designerbriller osv. Men godt design kan ikke altid kendes på prisen. Vi bad otte designere vælge en ting til under 100 kroner, som de mener er indbegrebet af godt design.

Af Trine Beckett og Charlotte Jul
Foto: Simon Ladefoged

8 BUD PÅ GODT DESIGN



TOMMESTOK - TO METER I LOMMEN

"Tommestokken er godt design. Den er i træ, bæredygtig og funktionel. Og så har designet overlevet i mange, mange år. Tommestokken er et ikon med et praktisk enhåndsbetjent, sammenklappeligt element, som gør, at man pludselig kan gå rundt med to meter i lommen! Tommestokslommen er for øvrigt også et kapitel for sig! Hvilket andet design kan man komme på, som har sin egen lomme!?"

Jesper Kofoed Thomsen

Industrielt designer og medlem af Nonproduction – et designfælleskab for unge designere og arkitekter. Indehaver af IDLab, som laver produkt-, møbel- og udstillingsdesign for danske og udenlandske producenter.

ØREPROPPER FJERNER EN SANS

"Ørepropperne er godt design, fordi de fjerner en sans. Og det har man brug for. Normalt skal design altid forstærke en sans. Et stereoanlæg forstærker lyden, briller forstærker synet, høreapparater gør, at man kan høre noget, man ellers ikke ville kunne høre ... Der er selvfølgelig også andet design, som nedsætter sanserne – solbriller f.eks., eller handsker, men ørepropperne fjerner en sans fuldstændig. Normalt er design både funktion og kommunikation. F.eks. tøj, eller smykker – de er kun kommunikation. Ørepropperne har en funktion og løser et problem."

Mikael Forth

Grafisk designer, indehaver af Forth Kommunikationsdesign. Designer både til digitale og trykte medier og har lavet alt fra pladecovere til cd-rom'er og websites.



NØGLERINGEN ER ENKELT DESIGN

“Vores 'Keyhanger'-nøglering er vi enige om, at vi ikke kan undvære. Vi har købt den uafhængigt af hinanden i MoMA's butik i New York, så det er ret pudsigt. 'Keyhanger' er indbegrebet af enkelt design, der virker, fordi man ikke skal have alle nøglerne af, for at få en af dem ud.”

CopenHAGEN

Rikke Hagen og Marianne Britt Sørensen er henholdsvis glas- og skodesigner. Parrets firma CopenHAGEN designer produkter for flere virksomheder. Et af de nyeste er lysekronen "Fusion" i akryl for Normann Copenhagen.



FOLDEKARTOTEK GEMMER PÅ ALT

“Mit Moleskin foldekartotek kan jeg ikke undvære. Her gemmer jeg alle mulige og umulige ting, som inspirerer mig i mit arbejde, og som ville fylde i min pung og rode på mit skrivebord. Her er ting, jeg har fundet på gaden, en fortegnet serviet, et bananklistermærke, småstumper i underlige størrelser samt praktiske ting som visitkort og frimærker. Tingene får større værdi ved at blive gemt i en mappe. Og desuden er Moleskinmappen nem at have i lommen.”

Flemming Dupont

Illustrator, webdesigner og grafiker på Gul Stue, hvor magasiner, aviser, forlag og private kunder kommer under grafisk behandling. Flemming Dupont er desuden gæstelærer på Den Grafiske Højskole.



DÅSEÅBNEREN GØR EN FORSKEL

“Jeg har overvejet meget andet. Men dåseåbneren er bare en fuldstændig enkel ting, der gør en stor forskel. Det er fantastisk, at den bare er bøjet på en måde, der gør, at man kan komme til at spise noget på en telttur. Og med alt andet end en dåseåbner er det rigtig besværligt at åbne en dåse.”

Anna Gulmann

Beklædningsdesigner, medindehaver af butikken Könrog. Kendt for sine grafiske og humoristiske kollektioner, der alle er inspireret af Kirsti – en fantasipige, med brunt krøllet hår.



DECILITERMÅL TIL MAD OG KERAMIK

“Vi har valgt decilitermålet i stål, fordi vi bruger det hele tiden. Målet kan bruges som en lille kop, det kan hænge på en kant, og så kan man selvfølgelig måle med det. Vi bruger det på værkstedet til glasur, eller når vi laver mad eller bager derhjemme. Desuden kan decilitermålet købes de mest almindelige steder som i Brugsen eller hos isenkræmmeren.”

CLAYDIES

Keramikerne Karen Kjældgaard Larsen og Tine Broksø – tilsammen Claydies. Twister de vante forestillinger om keramik med skåle og fader inspireret af damehatte og frisurer. Senest har de skabt et spisekoncept for DSB, duge for Södahl og lavet udstilling på Malmø kunstmuseum.



GENBRUGSTASKEN GØR GLAD

“Jeg har valgt en genbrugstaske, som jeg har hængende på skabet inde i soveværelset. Jeg har valgt den, fordi godt design for mig er design, som gør mig glad. Hvis det kan få mig til at smile, er det rigtig godt. Om det er enormt funktionelt og kan noget specielt, er jeg ligeglad med. Typisk når man tænker på design, tænker man på noget nyt og klart farvet i plastik. Det skal have en funktion eller hjælpe med at gøre hverdagen nemmere. Men hverdagen bliver jo også nemmere, når man er gladere.”

Stine Østergård

Tekstildesigner. Har udstillet på Kunst- og Industrimuseet, Biennalen for Kunsthåndværk og Design på Trapholt og Nordjyllands Kunstmuseum. Er til efteråret aktuel på den svenske biennale for kunsthåndværk og design.

KAFFESTAMPER BRUGES HELE DAGEN

“Min kaffestamper fra Riccos bruger jeg hele tiden. Inden jeg sætter espressohåndtaget i maskinen, stamper jeg kaffen på plads. Vi drikker meget espresso i de mange timer, vi er i studiet, og derfor bruger jeg min kaffestamper rigtig mange gange om dagen. Den er i aluminium, ligger godt i hånden og beriger min oplevelse af at lave en god espresso. Vores piccoline har ikke en chance, jeg styrer maskinen med hård hånd!”

Johannes Torpe

Autodidakt designer i bred forstand. Johannes Torpe udfolder sig inden for grafik samt produkt- og møbeldesign og har ud over tegnestuen i København også studier i Italien og England.





BLÅ BOG

Steen Nepper Larsen (f. 1958), cand. mag. i historie og samfundsfag. Ekstern lektor i filosofi og videnskabs teori på RUC. Desuden kritiker og forfatter.

I øret på Steen Nepper Larsen hænger et styk klassisk dansk design: Kay Bojesens træabe.

BLÅ BOG

Thomas Binder (f. 1960), ingeniør, leder af Center for Designforskning, der er et fælles forskningscenter for Designskolen Kolding, Danmarks Designskole, og designafdelingerne ved Kunstakademiet's Arkitektskole og Arkitektskolen i Aarhus. Har arbejdet både i industrien og i forskningen med brugerorienteret design og med digitale medier.

Samtale. Skal designere designe verden, eller skal de bare lave godt håndværk? Verdensdesign er nonsens, mener filosof Steen Nepper Larsen. Måske, svarer, Thomas Binder, der leder designforskningen ved Kunstakademiet, men de tider er forbi, hvor designernes opgave var at skabe den smukkeste stol.

ET PARADIS FOR DESIGNERE?

Af Mikael Jalving, Ord der Virker
Foto: Klaus Holsting

Hvad er egentlig designerens rolle i dag? Er designeren blevet en ny superhelt, der ikke blot har de æstetiske svar, men også de politiske og moralske svar? Vi bad lederen af Center for Designforskning ved Kunstakademiet i København, Thomas Binder og filosof Steen Nepper Larsen diskutere, hvad det er, vor tids designere kan og skal.

I sin nye bog "Massive Change" hævder den canadiske designguru Bruce Mau, at vi nu kan udrette alting, og derfor går han i gang med at designe en ny verden. Er det designerens opgave i dag?

SNL: Hallo, vi kan jo ikke udrette alting! Heldigvis, havde jeg nær sagt. Citatet indeholder en kolossal selvovervurdering af designerens rolle. Designeren bliver en ny, omnipotent Gud. En, der forsoner alt lige fra biotech til byplanlægning og konkrete brugsgenstande. Det er som om, at alt kan bruges. Fra alle sider løber venlig og opbyggelig sirup fra skrånholdte kander; det vælter derudad med oplevelsesøkonomi

og branding, som ikke lader den katolske kirke noget efter i sin metafysiske stræben. Der er tilsyneladende ingen modsætninger, ingen modsigelser, designeren kan og skal alting. Bruce Mau og Co. er ikke særlig beskedne; de er tværtimod fuldstændig overstyrede. De vil være futuristiske sociologer, de vil diktere praktiske løsninger, som samtidig sørger for, at designeren og arkitekten kommer til at tjene det, som entreprenøren tidligere scorede. I stedet for det gamle slogan om, at design følger funktion, så er design kommet til at følge fortælling eller "fun" eller hvad som helst.

TB: Det er rigtigt, at vi ikke skal overdrive designerrollen. Der findes naturligvis designere, der slet ikke kender deres grænser, og tror, de har alle svarene. Designere skaber form og bearbejder materialer, der giver os nye afsæt for at forstå os selv og for at handle i en verden, hvor vores omgivelser flyder langt mere end tidligere. Den tid er forbi, hvor designerne skulle lære os, hvordan den smukkeste stol til vores

stuer ser ud. Nu gælder det om, at designere f.eks. er med til at skabe nye læringsmiljøer til børn eller viser os, hvordan vi kan skabe grundlag for en demokratisk dialog om byud-

lakonisk står "Under konstruktion i Japan". Det, der før var en nærmest obskur disciplin, bliver nu opført i virkeligheden som et ikon for en by eller et firma, og det er noget nyt. For

"Der er imidlertid masser af ting, designere ikke kan hjælpe os med, vi er f.eks. stadig i krig i Irak, og vi kan ikke løse fattigdoms- og ulighedsproblemerne i verden fra et designerbord!"

Steen Nepper Larsen, filosof

vikling. Designernes bidrag skal bæres af visioner for, hvordan fremtidens omgivelser skal se ud, men heldigvis har de fleste designere opdaget, at visionerne ikke skal støbes hverken i plast eller beton.

SNL: Jamen, det mest syrede er jo, når man f.eks. går rundt på arkitekturbienalen i Venedig, så ser man et skilt ud for de vildeste og mest avantgardistiske konstruktioner, hvor der er sat konkret pris på herlighederne og

dagens stjernearkitekter er der inciterende kort vej fra tanke til handling, fra idé til dollars i turbanen.

TB: Det er da fantastisk, at der i dag bliver konstrueret og bygget så tankevækkende! Det er et nyt land, der åbner sig. For mig handler design om at skabe billeder af mulige fremtider, og her ser jeg en tendens blandt mange yngre designere til at frasige sig superrollen. Designeren bliver i højere grad →

en medspiller, der netværker og samarbejder, og som også formgiver mere frit. Jeg har lige været ovre på Trapholt og se de nye udspil fra danske kunst-håndværkere, og de ser ganske fornuftige ud. Man leger med form og genrer på en meget mere åben måde end tidligere.

SNL: Der netværkes på livet løs, det er da rigtigt. Min fornemmelse er, at designere, ligesom arkitekter, firmaer, politikere, enkeltpersoner og alle andre kæmper på liv og død om opmærksomhed og anerkendelse. Store dele af livet er blevet svejset sammen i et slags imperium – Negri og Hardt kalder det for Empire – og der er ikke noget udenfor. Indenfor har du varer, penge, iscenesættelse, human ressource, arbejdsiver og begær... Sådan én stor plamage, hvor synlighed er blevet det allervigtigste. Derfor er design nu også blevet ramt af opmærksomhedsøkonomien. Og derfor glider den genuine afsøgning af materialet, selve håndværket og det sociale møde mellem mennesker stadig mere i baggrunden. Man kan sige, at rockgruppen The Who genopstår – når alle synger med på omkvædet See me, Feel me, Heal me, Touch me!

TB: Vent lidt... Du har meget travlt med at slå tidens mange stemmer og tendenser sammen under én suspekt hat. Er det nu også så slemt at være synlig? Du skulle se min teenagedatter: Hun og hendes veninder minder mig om, at æstetik er noget, vi leger, et område for eksperimenter. Hendes omgang med det kulturelle spil er frisættende, og det fortæller os, at du og jeg ikke kan holde æstetikken under kontrol. At designere på samme måde vil ud på denne nye bane og bidrage til, at vi alle kan mærkes og ses, ja, det kan jeg ikke se noget forkert i. Tværtimod.

SNL: Jeg lever selv i en familie med teenagepiger, så jeg véd, hvad du snakker om; men det hører med til historien, at nogle af de moderne anerkendelseskampe stadig foregår langs konventionelle akser, sådan at man bare skal træde en lille smule ved siden af for at blive udråbt til at være en taber.

Er vi på vej derhen, hvor design bliver vigtigere end teknologi?

TB: Teknologien er naturligvis stadig meget vigtig, men den kan ikke længere hjælpe os med, hvilken retning vi skal gå. Der er sket et afgørende skift over de seneste 20 år. Virksomheder og institutioner kan ikke længere definere fremskridtet ved at kigge på teknologien. Det giver designere nye muligheder, og dem skal de da selvfølgelig gå ind i med et åbent sind.

SNL: Du har da ret i, at teknologien ikke synes at være determinerende på samme måde som før, bl.a. fordi stort set de samme printplader og styresystemer ligger inde bag de forskelligt designede overflader. Men den futuristiske begejstring glemmer, at den faktiske verden er bundet op i enorme interessermodsatninger og for-

“Den tid er forbi, hvor designerne skulle lære os, hvordan den smukkeste stol til vores stuer ser ud. Nu gælder det om, at designere f.eks. er med til at skabe nye læringsmiljøer til børn eller viser os, hvordan vi kan skabe grundlag for en demokratisk dialog om byudvikling.”

Thomas Binder, leder af Center for Designforskning

skelle. Hele Afrika er f.eks. ikke koblet op. Alligevel lader vi som om, at der kun findes én stor, glad kapitalisme, One Big Family. Der er imidlertid masser af ting, designere ikke kan hjælpe os med, vi er f.eks. stadig i krig i Irak, og vi kan ikke løse fattigdoms- og ulighedsproblemerne i verden fra et designerbord!

TB: Jeg er enig i det sidste, men lad mig nu gentage, at jeg nødig vil bruge så meget tid på Bruce Mau. Jeg mener, vi ser mange andre tendenser. Der er en generation af stærke designere på vej, som i stedet for at forsøge på at blive selvstændige ikoner arbejder i team, og som sammen med klienter og brugere skaber de spændende opgaver. Her ligger det skabende: at skabe opgaven frem for blot at løse den. Når det så er sagt, så vil jeg gerne understrege, at vi i Danmark har en uheldig elitetænkning om-

TEMA: DESIGN

kring design. Nok er der mange styrker ved vores kunstneriske uddannelser, men der ligger også en arv af elitær tænkning, sådan har det været historisk, og det skader os: Alt for mange tror stadig, at der findes en ny Arne Jacobsen eller en ny Børge Mogensen.

SNL: Det, man skal gøre med traditionen, er i mine øjne at arve den kritisk, overskridende, snarere end at smide den væk. Man skal kende traditionen for at kunne virke frit i forhold til den. Vi kan ikke begynde på ny hver gang eller hver dag, men arve de klassiske forestillinger fornuftigt. Vi skal væk fra den der tankegang a la Tvindskolerne, hvor man hele tiden bildte sig ind at leve i år 0 og ønskede at se fremad. Designere og arkitekter har meget korte forelækkelser. For nogle år siden var det kunsten, de var forel-

sket i, så var det filosofien, og lige nu er det tilsyneladende en blanding af politik, samfundsøkonomi og management.

TB: Der er, hvad jeg vil kalde for en del letfodethed blandt arkitekter og designere. Men det vil formentlig ændre sig, når der kommer større vægt på designforskning og forskningsbaseret undervisning på skolerne. Alt for længe har designere klaret sig med at være publikum til andres diskussioner om deres felt. En designforskning, der tager sit afsæt i designernes egne arbejdsformer og problemstillinger, kan give designområdet en stærkere selvforståelse.

Hvordan ser det ud i Danmark?

TB: Dansk design har haft et problem med at komme videre efter tidligere tiders succeser. De har på en måde lammet os. Jeg er med andre ord enig i

noget af den kritik, der har lydt, ikke mindst på udstillingen ”Too Perfect: Seven New Denmarks” (omtalt i sidste nr. af Kulturkontakten, red.). Samtidig har opmærksomheden omkring de store navne og den statslige kunststøtte måske gjort det svært for unge og uprøvede navne at komme til, fordi vi hele tiden var på udkig efter et nyt geni. I dag ser vi, at mange af de yngre designere er et helt andet sted, men hele det miljø, der findes omkring designerne, har svært ved at frigøre sig fra den gamle branding af dansk design. Dansk designs nye muligheder er for mig at se at tage fat om rødderne og genopdage designerens mulighed for at blive en medspiller i fortolkningen af de nye ting, der sker i samfundet.

SNL: Vi skal passe på med gøre dansk design lig med Danmark. I virkeligheden er Danmark jo fyldt med hæslige parcelhuse, sovebyer, uendeligt grimme motorveje, nye transparente glas- og stålkasser, gyseligt, dyr og social eksklusiv arkitektur på Holmen, etagebyggeri, carporte, IKEA, gør det selv-udestuer, og så påstår man, at Danmark er lig med de store designikonener – Børge Mogensen, Arne Jacobsen m.fl. – og det er jo løgn! Deres berømte design er ikke slået igennem som hverdagens design. Det, man skulle diskutere, er den grimme kapitalisme, vi lever med i Danmark. Dansk design står snarere på Kunstindustrimuseet eller på Dansk Design Center end hjemme i folks stuer.

TB: Jeg er ingen vanvittig stor beundrer af Bruce Mau og hans kritik, men jeg mener, at hans bidrag har nogle kvaliteter, fordi det udfordrer hele den dér gode smag, som mange af os stadig er rundet af. Jeg tænker på forestillingen om designerrollen som en slags æstetisk hygiejne, der skal fortælle os, hvad der er smukt og godt og sandt. Den rolle oplever jeg, at de fleste unge designere har kastet af sig. Udfordringen må være at byde de nye samfundsendagerede designere velkommen og møde dem med forventninger og krav i en åben dialog om, hvordan form og materialer kan spille med i de spændende forandringer, vi står midt i. ■

TEMA: DESIGN

Af Andreas Fugl Thøgersen

DANSK DESIGN – EN GAMMEL STOL ELLER ET STÆRKT BRAND?

Rundt omkring i verden hedder det sig efter sigende, at “Danish Design is an old chair”. Den kække formulering dækker over den opfattelse, at den danske designbranche i for høj grad har antikverede ideer om, hvad design er, og at man hænger fast i en forestilling om, at design er lig med svaner, æg og ellipser. En forestilling, der kan medføre, at Danmark bliver udkonkureret af alle de vildere, billigere og dygtigere designere i Europa, Asien og USA.

Andre kommentatorer er af den modsatte opfattelse. De mener, at den danske designarv er enestående og derfor med rette bliver fremhævet og hyldet.

Endelig er der dem, som mener, at sandheden om dansk design sandsynligvis er et sted midt imellem. Der har måske været et lidt ensidigt fokus på Wegner, Jacobsen, PH, Finn Juhl og hvad alle de store folk nu hedder. Men – det ene udelukker ikke det andet. Man kan godt hylde de gamle stjerner og skabe nyt oveni.

Uanset hvad – dansk design er en interessant størrelse, der i disse år står over for væsentlige udfordringer. På den baggrund er Kulturkontakten taget på rundtur blandt tøjdesignere, industrielle designere, designvirksomheder, kulturhistorikere og forskere, for at tage temperaturen på dansk design af i dag og få et fingerpeg om, i hvilken retning branchen ser ud til at bevæge sig.

Vi begynder hos mag.art., lektor i design ved Københavns Universi-

Portræt. Hvad vil det sige, at noget er Made In Denmark? Findes det typiske danske design? Kan vi noget, som de andre ikke kan? Hvilke udfordringer og muligheder står designbranchen i Danmark overfor? Med hjælp fra en stribe designere, producenter og analytikere tegner Kulturkontakten et portræt af dansk design i dag – og i morgen.

tet, og tidligere museumsinspektør ved Det Danske Kunstindustrimuseum Lars Dybdahl. “Lad mig for en god ordens skyld slå fast, at der ikke er en essens af dansk design. Der er ikke noget genetisk bestemt, som siger, at danskere udtrykker sig på den og den måde, når de designer. Dansk design er mange ting, og dansk produktkultur er igennem århundreder influeret af andre kulturer. Men man kan godt tale om en dansk designtradition. Uanset om vi taler møbler, industri eller objekter til boligen, er vi i Danmark gode til at skabe brugervenlighed,” siger han.

Ingen kruseduller

I samme spor bevæger designeren Flemming Madsen sig. Han er oprindeligt uddannet på tekstillinjen på Danmarks Designskole. I dag driver han CPH Square sammen med sin bror, Martin Madsen. Firmaet fremstiller luksuskøkkener, badeværelser med mere.

“Et særkende for danske designere er, at de tør vælge en masse fra. Overordnet set skiller vi os herhjemme ud ved, at folk er gode til at skære ind til benet, til at vælge gode materialer, til at vælge det enkle. Vi pynter ikke med kruseduller, men lader i stedet formgivningen tale for sig selv. Det, synes jeg, er en kvalitet,” siger han.

“Der sker mange gode ting i den danske designbranche. Mange taler om, at vi bare holder fast i de forrige generationers møbelklassikere. Det gør vi også, men med

rette, det er jo ikke et problem, at man har den arv med sig, når der samtidig tænkes nye tanker, og sker så meget spændende, som jeg mener, der gør. Danmark er for lille til, at alle kan få en chance, men der er mange, som får den og er i gang med fede ting,” tilføjer Flemming Madsen.

Lars Dybdahl supplerer: “Danske designere har en tradition for empati. Når designere ser analytisk på deres arbejdsopgave, så integrerer de det produkt, de skal lave, i en sammenhæng. Vi har ikke en tradition for at lave de der hyperprodukter eller fetichagtige kunstobjekter. Vi er derimod gode til at løse opgaver, som relaterer sig til hverdagskulturen. Det er en styrke, hvad enten vi taler om boligen, medicinalsektoren eller noget helt tredje,” mener han. Også designdirektør Karsten

er formen. Hvor man ofte andre steder lægger en dekoration på formen, da arbejder vi med formen som selve dekorations-elementet. En broche hos os har naturligvis en forside og en bagside, men vi siger altid, at den har to forsider, fordi begge sider skal være lige smukke. Et smykke er også noget, man står med i hånden. Det handler om at skabe en helhed i designet,” mener han.

Globale udfordringer

Så langt, så godt, i forhold til hvad dansk design – også – er for en tilstand. Men én ting er, hvor vi kommer fra, noget andet er, hvor vi er på vej hen. Er den danskdesignede stol for tryk? Er den blevet for magelig at sidde i?

“Skal vi se på tingene i et nationalt perspektiv, står vi helt klart over for flere store udfordringer.

”Hvis Danmark skal klare sig internationalt, kræver det, at designerne derhjemme allerede under deres uddannelser bliver presset til originalitet. Der er lige nu for få designere og producenter, som tør tage de store chancer.”

Rikke Ruhwald, designer hos Christian Lacroix

Ravn fra Georg Jensen peger på, at man trods alt, et sted i det brogede billede, med fornuft kan tale om noget særligt dansk.

“En ting, som igennem mange år har været karakteristisk for dansk design, er, at dekorationen

Der er eksempelvis et boom i designverdenen i Asien. De er godt på vej med nye uddannelsesinstitutioner. Men samtidig må man sige, at globaliseringen ikke bare er en trussel, den er i høj grad også en mulighed. Der er perspektiver i →



ILLUSTRATION: JESU

den, både for designere og producenter herhjemme. Danske designere kan for eksempel sagtens entrepere med en dansk, skandinavisk eller amerikansk producent og så få deres produkter lavet i Asien. Der er således ikke noget i vejen for at fremstille veludformede danske plasticobjekter til husholdningen i Kina," konstaterer lektor Lars Dybdahl.

Spørger man Rikke Ruhwald, der er designer hos Christian Lacroix i Paris, om hendes syn på dansk design af i dag – og i morgen – svarer hun med et både-og. "Et plus er, at danskerne er opdraget til ikke at købe ting, bare fordi de er dyre. Vi har et godt forhold til sammenhæng mellem produkt og pris. Når det gælder tøjdesign, har vi i Danmark ramt en bredere kundegruppe end for eksempel hernede, hvor de primært henvender sig til meget rige kunder eller til den lille skare, der går helt forrest og bare skal have det nyeste," mener hun, idet hun tilføjer, at det til gengæld betyder, at det af og til kniber lidt med originaliteten. Det er først og fremmest i den lave og brede ende af markedet, at der sker noget på tøjfronten.

"Jeg ved godt, at folk er trætte af at høre om det, men der var engang i 1950'erne og 1960'erne, hvor vi havde en personlighed i for eksempel vores møbeldesign, som vi slet ikke har i dag. Det hele ligner lidt for meget hinanden i dag. Vi har måske nok stadigvæk en dansk stil, der er lidt mere ren end de andres, når det gælder møbeldesign, men jeg savner personlighed. Hvis Danmark skal klare sig internationalt, kræver det, at designerne derhjemme allerede under deres uddannelser bliver presset til originalitet. Der er lige nu for få designere og producenter, som tør tage de store chancer," tilføjer hun.

Et ryglapperland

Rikke Ruhwald deltog sidste år i udstillingen "Unik: Danish Fashion" på Dansk Design Center. Hun fortæller, at det var en interessant oplevelse at stifte bekendtskab med det danske designmiljø efter i en årrække at have arbejdet i Paris.

"Danmark er virkelig et ryglapperland. Man er glad, måske lidt for glad, for at fortælle historien om, hvor dygtige folk er, og hvor godt det går," siger hun.

I samme spor bevæger den industrielle designer John Sebastian

sig. Han formgiver for blandt andre Gubi, Biomega, Holmegaard og Stelton, og han mener, at dansk design helt overordnet i dag befinder sig i en slags identitetskrise.

"Vi har ikke en klar profil herhjemme. Folk tør ikke nok, der er for mange medløbere. Skal der rykkes ved tingene, kræver det, at flere designere tør være frontløbere. Grunden til at vi fik en så stærk profil i tidernes morgen, var, at der var folk, der turde bryde med konventionerne og de vante forestillinger. De skabte helt nye ting. Det er svært at komme videre efter det peak, der har været i dansk design. Der er helt sikkert mange designere, som i årenes løb har stået i skyggen af de gamle stjerner," mener John Sebastian.

"Det gode er, at folk herhjemme er begyndt at få øjnene op for, at der skal ske noget nyt. Producenterne, inklusive de store virksomheder, ikonerne i dansk design, tager fat i os unge nu. De er med på vognen," tilføjer han.

"Vi kan faktisk noget særligt i Danmark. Jeg tror ikke, du finder noget andet land i verden, hvor der i den grad er så udbredt en forståelse og fornemmelse for æstetik. Det er unikt. Det gør, at de designere, der bliver skolet her eller kommer herfra, begynder på et andet og langt højere niveau, end de for eksempel gør i Fjernøsten. Det er svært at finde samarbejdspartnere i Asien, der er så enestående i deres formsprog og ideer, som danskerne er. Det skal vi bygge på i kampen for igen at få en stærk profil," siger John Sebastian.

Ikke mere retrosnak

Designdirektør Karsten Ravn fra Georg Jensen er inde på det samme:

"Alt det skriveri om, at vi hænger fast i de gamle møblers tid, at det hele er en stor retrobølge, bryder jeg mig ikke om. Jeg kan ikke lide ordet retro. Bare fordi et design holder ved i mange år, er det vel ikke retro? Det er meget ungt at sige sådan, synes jeg. I Danmark bygger vi på et solidt fundament. På de bærende elementer, der i årevis har kendetegnet dansk design. Vi lægger lag på lag. På den måde udvikler vi os. Der er tale om en evolution, ikke en eksplosion," siger han.

Også hos Bang & Olufsen ser man positivt på udviklingen i Danmark:

"De danske designere, som

kommer fra designskolerne, har et ekstremt godt fundament. De har en solid base at stå på. De har et bredt perspektiv. Der er mange gode unge kræfter i Danmark, både håndværksmæssigt og akademisk. Mange evner det at kunne tænke konceptuelt. De er i stand til at fortælle en historie, til at få et budskab ud i deres arbejde. Vi går derfor en spændende fremtid i møde," mener Robert Nurgberg, der er konceptudvikler i Bang & Olufsens såkaldte Idéland.

Han tilføjer dog, at designverden er en hård en af slagsen, der forandrer sig ekstremt hurtigt. Og han mener, at der er mange industrier, som i øjeblikket ikke rigtig ved, hvad de vil have designmæssigt, og at vi står midt i et paradigmeskift.

"Det er vigtigt at tænke i helheder. Ikke bare den rent fysiske

"Vi kan faktisk noget særligt i Danmark. Jeg tror ikke, du finder noget andet land i verden, hvor der i den grad er så udbredt en forståelse og fornemmelse for æstetik. Det er unikt. Det gør, at de designere, der bliver skolet her eller kommer herfra, begynder på et andet og langt højere niveau, end de for eksempel gør i Fjernøsten."

John Sebastian, industriel designer

del af designet er interessant, det handler også om indhold og interaktion," siger han. Det bringer os til fremtiden. Hvad kan danske designere forvente af den? Tøjdesigner Rikke Ruhwald og lektor Lars Dybdahl peger begge på økologi og bæredygtighed som områder, der kan gøre gode ting for dansk design.

"Mange udlændinge, der besøger Danmark, taler jo om, hvor sunde vi ser ud, hvordan alle cykler rundt, hvordan vi sætter børnenes tarv højt, hvordan vi tager hensyn til miljøet. Det er en livsstil, som folk gerne vil købe," mener Rikke Ruhwald.

Lars Dybdahl supplerer med en bemærkning om, at man i forlængelse heraf skal holde fast i, at man i Danmark har en demokratisk designtradition, det vil sige en tradition for at tænke bredt, for at have et socialt element i designprocessen.

Den moderne designdefinition

Andre, som Silje Kamille Friis, efterlyser et bredere udsyn, når man taler om design og design-

professionens arbejdsfelt. Silje Kamille Friis er uddannet industriel designer, ph.d.-studerende ved Learning Lab Denmarks forskningskonsortium, Den Kreative Alliance, og ansat som erhvervsph.d.-studerende i designbureauet e-Types.

"De fleste danske designbureauer er i dag ganske små set i forhold til, at de projekter, som de står over for, bliver mere og mere komplekse. Det skyldes blandt andet den globale revolution, den teknologiske udvikling og det faktum, at mange designbureauer i dag har flyttet fokus fra udelukkende at beskæftige sig med formgivning til også at omfatte strategisk innovation. Det modsætningsforhold trænger vi til at få gjort noget ved. Vi skal tænke større. Skal vi klare os internationalt, skal vi også være i stand til at gå ind i netværk, der

inkluderer designbureauer og andre samarbejdspartnere i udlandet," mener hun.

Det handler med andre ord om at udvikle sig, om at udvide sit felt af kompetencer, om at tage springet fra håndværk til strategisk ledelse.

"Der er flere og flere typer af opgaver, hvor et strategisk designbureau kommer ind så tidligt i processen, at designerne kan være med til at identificere, hvad det egentlig er for et problem, der skal løses. Er der brug for en ny bygning, er der brug for efteruddannelse af personalet eller er der brug for en ny identitet? Designerne kan derfor fremover i højere grad være med til at styre udviklingsprocesserne. Det kræver så bare, at designbureauerne bliver langt bedre til at orkestrere og lede den slags processer. Det kræver mere uddannelse og flere frontløbere," tilføjer hun.

Så mange var ordene. Skrevet på en computer fra Fjernøsten, ved et svensk skrivebord, iført tøj fra Italien og USA. Men telefonen er dansk design. ■

Praktik. Nyuddannede designere skal i job. Derfor etablerede Kulturministeriet sidste år en praktikordning for de studerende ved designuddannelserne. Praktikopholdet skal klæde de studerende bedre på til dét arbejdsmarked, der venter efter studietiden. Kulturkontakten har talt med syv studerende fra Danmarks Designskole om deres erfaringer med praktikophold.

Af Mette Størum Krogh,
Kulturministeriet

DESIGNSTUDERENDE KLÆDES PÅ

Mikkel Venge (27), produkt/industrielt design

Var i praktik hos Westfalia Van Conversion i Tyskland, der er et datterselskab til Mercedes. Tanken er, at Mikkels projekt skal blive til en såkaldt showcar, der præsenteres på en messe, hvor man vurderer, om den skal sættes i produktion.

“Opholdet har først og fremmest givet mig indblik. Jeg har siddet til bords med de høje herrer for at præsentere mine egne ideer. Det er lidt en drengedrøm.

Der er stor forskel på beslutningsprocesserne på praktikstedet og på skolen. Den klassiske designløsning går ud på, at man går ud fra helheden og ned i detaljen. Der er en form for tælletræ, man arbejder ud fra. Når man er en del af en stor virksomhed, kommer der en chef og træffer nogle beslutninger, der ikke nødvendigvis passer ind i det træ.”

Ane Rørdam Hoffmeyer (32), beklædning

Har været i praktik i det danske modehus Bruuns Bazar. Under praktikopholdet rentegnede Ane og lavede detaljetegninger til produktionen og oversigter over kollektionerne. Men der var også kopieringsarbejde.

“Mit praktikophold bestod af halvt kreativt og halvt forefaldende arbejde. Men jeg lavede ikke mere kedeligt praktisk arbejde end designerne. Der er mere cirkulation i branchen, end jeg troede – og flere job. Praktikopholdet har givet mig en tro på, at der er et job til mig, når jeg er færdig. Der er en helt anden argumentation end på skolen. Man må lære at tage højde for, at man arbejder i en kommerciel virksomhed. At tøjet også skal



kunne sælges. På skolen er man meget fokuseret på sig selv og sit eget projekt, hvor man i praktikken arbejder uden for sig selv. Og så får man kontakter. Det er guld værd, når man skal ud og søge job.”

Mathias Elovsson (37), tekstildesign

Har været i praktik hos Fusion Cph., som er et lille tekstildesignfirma, der laver mønsterdeer til beklædning. Mathias har i sin praktik lavet alt fra blomsterprint til 60-årige kvin-

der i New York til T-shirtprint til 12-årige piger.

“Under mit praktikophold har jeg fået indblik i flere aspekter af tekstildesignernes hverdag. Arbejdet foregår i et meget højt tempo i forhold til på skolen. Her producerer man 20 mønstre om ugen, hvor man på skolen måske kommer op på to-tre mønstre. Man lærer at gå på kompromis på grund af leveringsfristerne. Man får del i firmaets erfaring og indblik i, hvad der sælger. På svensk har vi et udtryk, der hedder 'beskyttet værksted'. Sådan

oplever jeg nogle gange skolen.”

Liv Bruun (33), visuel kommunikation

Har været i praktik hos Point Five Design i New York. En lille virksomhed, der arbejder med magasindesign, plakater mv. Hendes største opgave på praktikstedet var at layoute en kunstkalendar, der skulle promovere 12 kunstnere.

“Jeg føler mig mere klar til at få et job efter at have set, hvordan en virksomhed fungerer. Produktionstiden og idéfasen

til Østeuropa, hvor møblerne bliver produceret.

“Jeg havde meget travlt og lærte at have mange bolde i luften på én gang og koordinere min tid. Det går meget stærkere ude i den virkelige verden end på skolen. Man lærer at arbejde ud fra deadlines, fordi der er nogen, der forventer noget af én. Personligt har jeg lært at fremlægge mine projekter for store direktører og tale over mine håndskitser. Jeg er blevet meget bedre til at sælge mig selv og mit arbejde.”

Christopher Adam (30), visuel kommunikation

Har været i praktik hos Leo Scherfig på The Legalizer, der er en grafisk tegnestue. Under sit praktikophold udarbejdede Christopher primært fontdesign. Men der var også tid til hans eget arbejde, som han fik hjælp til på stedet.

“Der er en god politik omkring arbejde på The Legalizer. De lever for Rock 'n' Roll om man så må sige. Arbejde de tror på. Det handler aldrig om penge, og det er meget inspirerende. Det var et meget personligt ophold, der frem for alt har givet mig selvtillid. En følelse af at mine spørgsmål og teknikker er værdige. Også i en verden fyldt med designere, hvor man ofte føler sig lille. Af teknisk kunnen har jeg på tre måneder lært dobbelt så meget som på et år på skolen. Skolen kan være lidt klaustrofobisk. Der handler det meget om dine egne projekter. Praktikopholdet lærer dig at placere dig selv i en verden udenfor dit eget hoved.”

på tanden og tænker. Dét er det jeg gerne vil.”

Line Nørtoft Thomsen (26), industrielt design

Har været i praktik i fire måneder hos Twenty 1 – et internationalt handelsfirma, der laver og eksporterer møbler. Under opholdet designede hun møbler – sovesofaer, spiseborde, sofaborde mv., hvoraf nogle er gået i produktion. Således kan man f.eks. finde et af de spiseborde, hun har tegnet, i det nye Ilva katalog. Desuden rejste hun under opholdet meget

fungerede han som assistent for Christian Friedländer. Han byggede modeller, lavede tekniske tegninger, kostumetegninger og deltog i hele processen omkring opsætningen af et teaterstykke.

“Der er en verden til forskel på, hvordan tingene gøres på skolen og i branchen, der er mindre skolet. Man lærer at samarbejde, og det er alfa og omega i teaterverdenen. Efter tre år i skolens osteklokke mister man kontakten til verden uden for, men når man kommer ud i praktik, får man nogle netværk. Man får blod

er kortere ude i den virkelige verden, end på skolen. Og så har jeg fået erfaring med kundekontakt. Efter praktikopholdet har jeg et mere klart billede af, hvad jeg kan vente mig af arbejdsmarkedet, og frem for alt hvad jeg er interesseret i at arbejde med.”

Johan Kølkjær (28), scenografistuderende.

Har været i praktik i seks måneder hos scenograf Christian Friedländer, der arbejder i Turbinehallerne på Det Kongelige Teater. Under praktikopholdet

Udland. Finsk design erobrer verden i disse år med Nokia i spidsen. Kulturkontakten har bedt redaktøren for det finske designmagasin Arttu, Lisa Sounio, om at fortælle om baggrunden for succesen.

Af Lisa Sounio

FINSK DESIGN

FRA KUNST TIL STORINDUSTRI

BLÅ BOG

Lisa Sounio, MSc. Econ, IDBM, Lisa Sounio er chefredaktør for designmagasinet Arttu, der udgives af "University of Art and Design" i Helsinki. Lisa Sounio arbejder også med branding og kommunikation. Hun har blandt andet arbejdet med rebranding af det finske designikon Iittala, med markedsføring af tekstilvirksomheden Marimekko og skabt designevents for the Alvar Aalto Foundation.

Finsk design oplever lige nu en renaissance. Nye designbaserede virksomheder opstår i slipstrømmen af kendte virksomheder som Marimekko og Nokia. Og de spænder bredt: fra teknologivirksomheden Elqotec, der begyndte som Nokias lille underleverandør og nu er blevet en stor international gigant, til det lille, men aktive modefirma Ivana Helsinki, ledet af den unge designer Paola Suhonen, som har slået mange internationalt velanskrevede navne af banen.

Bag succesen ligger et samarbejde mellem designere og producenter, der har historiske rødder.

Udspring i kunsten

Den første designguldalder i Finland oplevede man allerede inden landets selvstændighed i 1917. Omkring århundredeskiftet brugte man bevidst kunstnere, designere og arkitekter til at sætte ansigt på Storheretugdømmet Finlands ønske om

selvstændighed fra Rusland. Kunstnerne opfordredes med stipendier til at rejse ud og studere de europæiske strømninger, så de kunne tage verdens nye vidundere med hjem til det fjerne Finland. De nye Art Nouveau-strømninger, der var fulde af nationalromantik, var med til at forny gadebilledet. Arkitekttrioen Herman Gesellius, Armas Lindgren og Eliel Saarinen, som senere blev verdensberømte, skabte i Finland en egen stil, der med inspiration fra den skovrige kulturarv lod eventyrvæsner udhugget i granit spøge på husenes facader.

Til tidsånden hørte også designerens helhedsbetonede greb om projekterne. Alt fra dørklinken til tallerkner og gardinernes farvetoner blev designet på én gang. Dele af disse helhedskunstværker blev sendt på udstillingerne om moderne bolig og industri i Europa og USA med det formål at løfte Finlands profil. Udstillingerne opmuntrede de finske virksomheder til

at ansætte designere, og bl.a. porcelænsfabrikken Arabia og glasfabrikken Karhula-Iittala arrangerede allerede i starten af århundredet designkonkurrencer. Fra disse konkurrencer stammer bl.a. Alvar Aaltos berømte Aalto-vase, der blev sat i produktion i 1930'erne.

Kunstnere spillede en central rolle, fordi de skabte produkter som interesserede den urbani-

serende befolkning, og som fik industrilederne til at ansætte designere. Men en egentlig designuddannelse opstod først årtier senere.

Kunstindustrien opstår

I 1920'erne og 1930'erne begyndte de store andelsselskaber Elanto og Sokos, som ejede og drev dagligvareforretninger, at ansætte unge mennesker med sans for design til bygningsprojekter, produktudvikling og reklamevirksomhed. Forretninger, der repræsenterede den strømlinede modernisme, spredte sig nu ud over Finland og oversåede landet med urbaniseringens tegn. Maire og Harry Gullichsen, som repræsenterede den unge industrigeneration, skrev historie, da de hyrede den unge arkitekt Alvar Aalto til at udvikle omfattende fabrikskomplekser i Sunila Kotka, Norrmærk og Uleåborg. Projekterne vakte

opmærksomhed også internationalt. Tanken var socialdemokratisk: hverdagen skulle forbedres for masserne. Nøglen til denne fremsynethed var ægteparret Gullichsens brændende interesse for kunst og deres ideologi om en smukkere hverdag for alle.

Guldalderen i 1950'erne

Den egentlige designguldalder og den internationale succeshistorie begyndte dog først i 1950'erne, hvor befolkningen var kommet sig oven på 2. verdenskrig og længtes efter skønhed. Man ville glemme fortiden og tro på fremtiden. De nye produkter symboliserede frihed. På denne tid opstod bl.a. Marimekko, som nyfortolkede den karelske bondekulturs enkle påklædning, Aarikka, som fremstillede smykker i træ, og Sarvis og Rosenlew, der fremstillede køkkenredskaber, og som havde ansat unge designere til at male kunst på

lofterne. Virksomhederne deltog med iver i de internationale udstillinger, og guldmedaljer fra bl.a. triennalen i Milano satte skub i eksporten. Pludselig blev Kaj Franck, Tapio Wirkkala, Timo Sarpaneva og Vuokko Nurmesniemi nationalhelte på linje med sportsstjerner og skønhedsdronninger. Og medierne rapporterede begejstret fra udstillingerne og fortalte om skaberne. I den centrale rolle som talsmænd stod personer med en lidenskabelig interesse for design, bl.a. indretningsarkitekten og den senere rektor for den finske kunstindustrihøjskole Arttu Brummer, lederen af Finlands kulturindustriforening H. O. Gummerus og Armi Ratia, som havde grundlagt Marimekko i 1950'erne. Disse kosmopolitter skabte sammen med landets visionære ambassadører et internationalt netværk og gav via deres forbindelser støtte til

eksportbestrebelse i mange virksomheder, som tidligere kun havde opereret på hjemmemarkedet.

Fra æstetik til industri

I 1980'erne og frem skete der store ændringer, fordi man begyndte at se industrielt design som en uadskillelig del af den finske industris konkurrenceevne. Design var ikke længere bare et ydre symbol og slutproduktets finish; det var ikke et produkt af en enkelt kunstners færdigheder, men et resultat af et bredt forsknings- og produktudviklingssamarbejde. Og det var vel og mærke et resultat, som havde stor betydning for virksomhedernes konkurrenceevne. Det var tydeligt i en virksomhed som Nokia, der i 90'erne begyndte at designe mobiltelefoner, som blev efterspurgt på det globale marked hurtigere end konkurrenternes. →



Succesfuldt samarbejde. Porcelænsfabrikken Iittala, der bl.a. producerer Arabiastellet med Tove Janssons mumitegninger, er en af de finske virksomheder, der i over hundrede år har haft et udbytterigt samarbejde med designere. F.eks. arrangerede de i begyndelsen af forrige århundrede konkurrencer for designere, som blandt andet Alvar Aaltos berømte blomstervase er et produkt af.

Designs nye betydning er en af grundene til, at design i slutningen af 1990'erne fik en ny medierenæssance i Finland – man begyndte at skrive og tale om design som en del af det finske økonomiske mirakel.

Nokia var kommet på top-ti over verdens mest kendte brands, og gennem deres succes forstod man designets nationaløkonomiske værdi. Design blev nu en fast del af forretningen i store virksomheder som Metso, der

producerer papirmaskiner, og Ponsse, som fremstiller maskiner til skovbrug. For selv om design umiddelbart spiller en større rolle, når det gælder forbrugsprodukter som f.eks. elektronik og de såkaldt bløde brancher som

mode på grund af deres hurtige nyhedsrytme, har det vist sig, at papirmaskinens eller svejsehjelmens brugssikkerhed, ergonomi, produktcyklus og endda arbejdernes motivation kan forbedres mærkbart ved hjælp af design. ■

ASIEN TRUER

Af Lisa Sounio

Historien om finsk design er ikke den rene succes. Asien truer den finske industri og en stadig større del af produktionen bliver flyttet til udlandet. Det har også betydning for finsk design, og derfor har den finske stat iværksat forskellige initiativer, der skal styrke designområdet.

For det første har staten satset betydeligt på forskning i design. Senest har den finske industris udviklingscenter Tekes, der blev oprettet af den finske stat i 2002, igangsat et forsknings- og udviklingsprojekt til flere hundrede millioner euro. Projektet, der har fået navnet Muoto-2005! (Design-2005!), har til formål at forene forskellige brancher, at øge bevidstheden om industrielt designs muligheder og at løfte kvaliteten af design i industrien.

For det andet er der satset på

uddannelse. Den finske kunstindustrihøjskole regnes for en af verdens mest interessante designhøjskoler. I øjeblikket kommer hver femte af skolens studerende fra udlandet, bl.a. Kina, Korea, Italien, USA og Storbritannien. Udover Finlands historiske designry lokkes de studerende af den enestående evne til at forene højteknologi og design. På baggrund af forskningsrapporter om design og en vurdering af behovet for uddannelse er antallet af uddannelsespladser i branchen øget, og uddannelserne er spredt rundt om i Finland for bedre at kunne samarbejde med lokale virksomheder.

Endelig har man iværksat en række initiativer i forbindelse med designåret 2005. F.eks. arbejder den finske nationale designpromoveringsorganisation Design Forum Finland på at

inspirere til begivenheder rundt om i Finland, som skal medvirke til at få salgskurverne til at stige og få manden på gaden til at indse, at han ikke kan leve uden design.

Samarbejde i Norden

Et gammelt udtryk fortæller, at man skulle lade finnerne om det nordiske design, svenskerne skulle tage sig af markedsføringen og danskerne af salget. Man burde dog snarere stræbe efter et øget samarbejde og deling af kunnen mellem landene.

Designåret er en udmærket anledning til at indlede en diskussion om deling af designkompetencer mellem de nordiske lande. Finlands præsident, Tarja Halonen, henviste i sin nytårstale 1. januar 2005 til designs internationale rolle. Formålet med designåret, der har statsminister Matti Vanhanen

som protektor, er også at gøre design til en del af en national innovationsstrategi.

Udover denne velvillighed på højt plan over for design, er det også den siddende regerings mål at skabe 90.000 nye selvstændige erhvervsdrivende i stedet for de 60.000 der går på pension. Dette er en ambitiøs målsætning, hvor design kan komme til at spille en vigtig rolle. For udover at design gør produkter og ydelser mere attraktive, forbedrer det også produktionsprocesserne. En udfordring i 2005 er således at sørge for, at det design, der nu oplever sin renaissance med hensyn til popularitet, vil blive brugt bredt i virksomhederne. Der er allerede mange eksempler på dette, men ifølge Muoto-2005!-rapporten er det kun 30 % af de finske virksomheder, der aktivt bruger design. ■



Renæssance. Marimekko, hvis klassiske blomster var populære i 60'erne, er en af de finske designvirksomheder, der i disse år oplever en renæssance. Her ses resultatet af et samarbejde mellem Volkswagen og Marimekko: en blomstret Marimekko-Golf på gaden i Helsinki.

IKEA har ændret store dele af verdens syn på design. Før IKEA var design for de få, nu er det for de mange. Men mens der i USA er prestige i at arbejde som designer for IKEA, er det ikke helt tilfældet i Danmark. Vi ser på, hvad designere og IKEA betyder for hinanden.

Af Ulrikke Moustgaard



Havenisse. En kontroversiel markedsføringskampagne for den svenske møbelkæde IKEA dagen før åbningen af en ny IKEA-butik i den tyske by Regensburg. Billboardreklamen viser tyske haveentusiasters kæreste eje – havenissen – i klassisk selvmordsposition på togskiner med teksten: "Slut med gnomen. IKEA kommer."

DISCOUNTDESIGN ELLER KARRIERESCOOP?

Saudi-Arabien, Kina, Tyskland eller Israel. Næsten uanset hvor man bevæger sig i verden, kan man være sikker på at støde på Niels Gammelgaards møbler – enten i private hjem eller i virksomheder. Den danske designer er en af den svenske møbelgigant IKEAs yndlingsdesignere gennem mere end 25 år – et 'klassisk designikon' kalder de ham i IKEA. Han er efterhånden blevet vant til at støde på sine møbler alskens steder. Både hos venner og bekendte hjemme i Danmark og hos forretningsforbindelser i udlandet. For eksempel har tv-producenten Sharp i Tyskland indrettet hele sit kontor

med nogle af Niels Gammelgaards borde.

"Det er da fascinerende. Lige-gyldigt hvor jeg kommer i verden, så står mine produkter i IKEAs varehuse, og folk går ind og køber dem, det er jo helt utroligt", siger Niels Gammelgaard, der blandt andet er fader til IKEAs klassiske og prisvindende MOMENT-serie.

Det er netop rækkevidden hos møbelkæden, der tiltrækker mange designere:

"Spredningen af produkterne er enorm, den er global, man bliver kendt gennem IKEA, og derfor står svenske designere i kø for at designe for firmaet", siger svenske

Filippa Eneroth, der også har designet møbler for IKEA.

Tredje mest kendte brand

IKEAs vision er at lave "demokratisk design", det vil sige godt og billigt design til så mange mennesker som muligt. Og sådan har det altid været. Som der står på koncernens hjemmeside, så er 'smukt designede møbler ofte skabt for en lille del af befolkningen – de få, der har råd til at købe dem. Helt fra starten har IKEA valgt en anden vej.'

Med 208 varehuse i 32 lande, som årligt besøges af 365 millioner mennesker, har firmaet nu i meget konkret forstand levet sin vision

ud i livet. Kombinationen af pris, design og kvalitet har gjort IKEA så populær, at det velansete, britiske designmagasin Icon netop har kåret møbelkæden som nummer ét på en liste over de 21 personer, organisationer, produkter eller ideer, der har haft størst indflydelse i det moderne designlandskab verden over:

"IKEA er for stort til at ignorere. Der er intet, der til sammenligning har ændret så meget ved folks attitude til og bevidsthed om design. IKEA har ændret, hvordan folk indretter deres hjem på kun få år og har givet almindelige mennesker en fornemmelse af, hvad design



FOTO: STEFAN KIEFER/SCANPIX

egentlig er” siger Kieran Long, redaktør på Icon.

Samme melding lyder fra den internationale brand- og markeringvirksomhed Interbrand. På Interbrands hitliste over verdens 100 mest kendte brand lå IKEA i 2003 på en 43. plads. I 2004 er virksomheden rykket op som nummer tre kun overgået af Apple på førstepladsen og søgemaskinen Google på andenpladsen.

Design starter med prisen

IKEAs succes er knyttet tæt op til virksomhedens designere. I alt 12 designere og fire studerende arbejder fast for IKEA. Dertil kommer 70 freelancedesignere som Niels Gammelgaard og Filippa Eneroth fra hele verden, dog er størstedelen fra Skandinavien. IKEA bruger bevidst sine designere i markedsføringen af sig selv ved at give dem en fremtrædende og synlig plads eksempelvis med navn og billede i sine kataloger:

“Vores designere er en vigtig del af hele konceptet, for det er dem, der sammen med produktudvikleren og leverandøren skal sikre, at vi laver produkter, hvor både form, funktion og pris er tænkt ind. Derfor er det også en udfordring at designe for IKEA, for hos os starter designprocessen ved prislappen”, siger Annette Buck, kommunikationsschef i IKEA i Danmark.

Eller som virksomheden skriver på sin webside: “At designe et skrivebord, der koster en formue, er let. Men at designe noget, som alle har råd til – det kan kun den talentfulde designer.”

Og et hurtigt opslag på internettets søgemaskiner tegner da også et billede af IKEA som storleverandør af talere til designkonferencer, seminarer og andre events verden over. IKEA-designere holder oplæg om alt lige fra designproces til sammenhængen mellem design og emotionalitet.

Alligevel er der visse i designmiljøet, der rynker på næsen af IKEA. “Her i Danmark får man et dårligt ry, hvis man arbejder for IKEA, hvis man skal sige det groft”, siger Niels Gammelgaard.

“Jeg hører jo alle bemærkningerne fra kolleger, det er nærmest lidt fy fy, fordi vi er småsnobbende i Danmark. Sådan har det altid været. Men jo længere væk du kommer, desto mere prestigefyldt er det at arbejde for IKEA. Hvis du er i USA eller Italien, siger de: ‘Åh, arbejder du for IKEA? Så må du være vældig dygtig.’”

Møblernes fast-food

Kritikken af IKEAs designkoncept går for eksempel på, at man som designer ikke kan bestemme ret meget selv, fordi IKEA tager udgangspunkt i prisen.

“Produktudviklingen hos IKEA lider af en kortere og kortere designudvikling, hvor lavpristænkningen i højere og højere grad spiller den afgørende rolle. Kvaliteten bliver ignoreret”, siger den islandske designer Hrafnkell Birgisson, der i 2004 stod bag en ironisk udstilling om IKEA og Democratic Design i Island.

Her udstillede en gruppe unge designere fra det islandske kunstakademi – efter en workshop ledet af Hrafnkell Birgisson – IKEA-

... I den amerikanske IKEA-reklamekampagne kaldet Unböring ser man en stakkelt lampe, der er blevet smidt ud, mens en mand med overdrevent svensk accent siger: ‘Many of you feel bad for this lamp. That is because you’re crazy.’

produkter, som de havde lavet om med et personligt præg. Resultatet var f.eks. en stol, der havde fået knækket benene. Nogle plastik-kander, der var smeltet sammen. Eller IKEAs Benjamin-stol, der havde fået syet et gammelt islandsk broderi på sig.

Hrafnkell Birgisson er i det hele taget meget skeptisk over for IKEAs indflydelse på design: “Som designer bliver du konfronteret med IKEA på den ene eller anden måde, og der findes ikke nogen anden virksomhed, der

IKEA-optøjer

IKEA er ikke bare blevet et tilløbsstykke for designere – men også for såkaldt ganske almindelige mennesker, der vil have IKEAs varer.

I Storbritannien opstod den såkaldte ‘IKEA Riot’, da et nyt IKEA-varehus i et arbejderkvarter i det nordlige London slog dørene op den 9. februar i år. IKEA havde regnet med at cirka 2.000 briter ville lægge vejen forbi til åbningsudsalget, men mere end 6.000 mødte op, og efter kun 30 minutter måtte varehuset lukke. Seks mennesker blev såret og kørt på hospitalet. Og i Saudi-Arabien blev to personer i 2004 trampet ihjel under et IKEA-åbningsudsalg, hvor kunderne væltede rundt for at få fat i de bedste ting. På billedet her står mere end 1.000 shoppelystne malaysere i kø til åbningen af Asiens største IKEA butik i Kuala Lumpur i august 2003.

har så stor indflydelse på myten “skandinavisk design” som IKEA. Men IKEA repræsenterer et stagnere ideal om skandinavisk design og livsstil, siger han.”

Hrafnkell Birgisson bryder sig heller ikke om de signaler, IKEA udsender om design:

“IKEA er blevet en slags møblernes fastfood-kæde med ‘lækre’ billige møbler uden sundt design.

Jeg har hørt så mange folk sige, at de godt kan lide IKEA og de lave priser, fordi det gør dem i stand til

at købe ting, de uden at tøve kan smide ud, når de funktionelt eller æstetisk ikke virker længere.”

Penge er ikke alt

Et andet kritikpunkt af IKEAs designere går på, at det ikke er så fint at designe produkter til masseproduktion, fordi kunstneren mister sit personlige særpræg. Men den kritik preller af på Niels Gammelgaard:

“Jeg er jo industriel designer, og for mig ligger der en særlig fascination i at producere mange emner. Jeg synes jo ikke, at eksempelvis



Alternativ produktudvikling. En gruppe islandske designere lavede sidste år en udstilling med IKEA-produkter, som de havde bearbejdet for at give dem et mere personligt præg. Her knap så vandtætte udgaver af IKEA's blomsterkander.

biler som er et masseproduceret produkt er noget dårligt produkt, tværtimod. En enkelt kunsthåndværker, der sidder og fedter med sine hænder og laver fejl...det er jo bare en anden virkelighed.”

Sidst, men ikke mindst, er også designernes økonomiske vilkår hos IKEA et kritikpunkt, der af og til bliver taget op i miljøet. Det hedder sig, at IKEA udnytter unge studerende til lav løn, og at designere, der er færdiguddannede, er underbetalt. Det er en påstand, Filippa Eneroth kan bekræfte:

“Helt klart, der findes ingen royaltys. Man får timebetaling på designopgaver, så det er klart, at lønnen ikke er så god, når man tænker på, hvor meget dine produkter sælger. Men man må veje det op imod den markedsføring,

man får ved at arbejde for IKEA, og den kan man ikke vurdere i penge”, siger hun.

Hun fik selv foden inden for hos IKEA gennem et praktikophold i forbindelse med sin uddannelse: “Selvfølgelig udnytter de studerende på en vis, for som studerende får man ikke særlig meget i løn, men når man er færdig, går man ind i aftaler som alle andre. På den måde bliver IKEA for mange en slags forlængelse af uddannelsen kan man sige, en skole i designbranchen. Og det gavner så absolut din karriere. På modesiden ser man det samme med H&M – med møbeldesign er det IKEA.”

Derfor rynker de svenske designere i modsætning til de danske heller ikke på næsen af kolleger, der arbejder for IKEA, siger hun:

“I Sverige giver det høj status, for det er så svært at komme ind til IKEA som freelancedesigner. Det gør indtryk, at man arbejder for IKEA, det giver opmærksomhed og synlighed, netop fordi du når ud til hele verden”, siger Filippa Eneroth.

Snobberi som markedsføring

Selv har IKEA forsøgt at bruge snobberi inden for design som markedsføringsstrategi. I Storbritannien har den fiktive kampagne “Elite Designers Against IKEA” fået en del opmærksomhed. I front for den fiktive modkampagne står figuren Van der Puup, der med sin overdrevne påklædning, lille skødehund og snob-attitude brokker sig over, at IKEA laver billigt design. “Vi designer dyre og smukke møb-

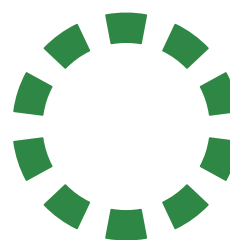
ler for de rige og smagfulde, og derfor gør IKEA os vrede,” som der står i manifestet på Van der Puup og Elite Designers Against IKEA's hjemmeside.

Kampagnen var medvirkende til, at magasinet Icons kårede IKEA som nummer et på listen over den mest indflydelsesrige ide, der er blevet udøvet i moderne design.

“Deres markedsføring er fremragende. Og det er gennemkampagner som Elite Designers Against IKEA, at IKEA har formået at skabe et gennemgribende paradigmeskifte i folks bevidsthed, når det gælder møbler og design”, siger redaktør Kieran Long.

Også i USA har IKEA i sine markedsføringsfremstød med stor succes brugt fordomme og indgroede forestillinger om, hvad design og “det gode møbel” skal være for at ændre amerikanernes holdninger til materielle ting. Budskabet fra IKEA til amerikanerne er, at møbler ikke behøver at holde livet ud, fordi mennesket skifter livsstil og dermed behov og smag. Med andre ord er der ingen grund til at beholde sin gamle sofa i årtier, når man kan købe en ny og billig hos IKEA, der passer ind i livet lige nu. Som IKEAs administrerende direktør på produktudviklingsafdelingen i Sverige Josephine Rydberg-Dumont siger til New York Times: “Vi siger: Det er jo bare møbler. Skift dem ud.”

I den amerikanske IKEA-reklamekampagne kaldet Unböring ser man således en stakkelt og forladt lampe, der er blevet smidt ud, mens en mand med overdrevent svensk accent siger: “Many of you feel bad for this lamp. That is because you're crazy.” ■



EXPO
2005 AICHI
JAPAN

Standard pakke Dkk 10.995

Følgende er inkluderet:

- Flybillet til Tokyo og retur fra Osaka.
- Lufthavnsskatter
- 2 nætter på Hotel Gimmond, Tokyo
- Togbillet fra Tokyo til Odawara i Hakone.
- 1 nat på japansk ryokan inkl. japansk middag og morgenmad i Hakone Nationalpark
- Togbillet fra Odawara till Nagoya.
- 1 nat på APA Hotel i Nagoya.
- 2 heldagsbillerter til EXPO 2005.
- Togbillerter fra Nagoya til Kyoto.
- 2 nætter på Kyoto Gimmond Hotel.

Se vore andre rundrejser og aktuelle tilbud på www.japanspecialisten.dk.



NET TRAVEL SERVICE
A COMPANY WITHIN TUMILARE CORPORATION
Japanspecialisten
Vester Voldgade 94
1552 København K
Tlf. 33 45 40 00
info@japanspecialisten.dk

DESIGNÅR 2005

2005 er udnævnt til designår i Danmark. Det er sket for at styrke markedsføringen af dansk design herhjemme og i udlandet. Designåret bliver markeret med en række arrangementer, konferencer, konkurrencer og udstillinger. Kulturkontakten præsenterer her designårets største begivenheder.

Af Mette Størum Krogh,
Kulturministeriet

DESIGNPULJEN

I oktober 2004 indgik regeringen og Folketingets partier en aftale på kulturområdet, der skal styrke dansk design. I januar i år blev de enige om at fordele en pulje på 40 millioner kroner til designområdet.

Designpuljen fordeles på fem hovedområder:

- International markedsføring af design og kunsthåndværk: 3,5 mio. kr. i 2005 og derefter 4 mio. kr. årligt frem til 2008.
- Rådgivning af unge designere og arkitekter, der vil etablere sig på arbejdsmarkedet: 1 mio. kr. i 2005 og 2 mio. kr. årligt i 2006-2008.
- Designår 2005: 2 mio. kr. i 2005.
- Rejselegater for unge talenter inden for design, kunsthåndværk og arkitektur: 0,5 mio. kr. i 2005 og 1 mio. kr. årligt fra 2006-2008.
- Sikre grundlag for Center for Designforskning: 3 mio. kr. årligt.

INDEX 2005

Et af de mest markante tiltag på designområdet finder sted i efteråret 2005, hvor INDEX: 2005 afvikles. INDEX er en international designfestival, der finder sted for første gang i København, hvor den fremover skal afholdes hvert 4. år.

INDEX: 2005 fokuserer på design, der forbedrer livet og tilværelsen for mennesker, og temaerne på den første designfestival er krop, hjem, arbejde, leg og samfund.

Ud over designudstillinger over hele København – ude som inde – er der tre hovedbegivenheder på INDEX: 2005: Prisen INDEX Award, topmødet Views og kongressen ERA. Se beskrivelserne af disse.

INDEX AWARD

INDEX Award-prisen er med sine 100.000 euro inden for hvert af de fem temaer under den overordnede kategori 'Design to improve life' den største designpris, der nogensinde er uddelt. Den gives til fundamentalt nye design, der er skabt inden for de seneste fem år, og overrækkes ved en prisceremoni i København.

Alle professionelle designinstitutioner, centre, institutter, organisationer og skoler – offentlige som private – i Europa, Nordamerika, Japan, Korea og Singapore har kunnet indsende nomineringer til 15. marts. Herefter har den internationale jury udvalgt i alt 100 topnominerede, hvoraf 10 er udvalgt blandt de designløsninger, der er nomineret af almindelige mennesker. Der kåres i alt fem vindere.

I forbindelse med åbningen etableres desuden en designnat, hvor forretninger, kulturelle institutioner og restaurationer vil være vært ved en række designbegivenheder.

UDSTILLINGER

Et nyt designkoncept udformet af Montana ved navn GRID får en central rolle på INDEX: 2005, hvor den danner ramme om festivals to hovedudstillinger – selve prisudstillingen INDEX: Award Exhibition (samtlige 100 nominerede) og den såkaldte 'Future Scenarios', der finder sted på centrale pladser i København. GRID er en struktur, der rummer nye multidimensionale rum og interiører. 'Future Scenarios' er lavet af elever på designskoler i Kina, Indien, De Forenede Arabiske Emirater, Sydafrika, Chile, USA og Danmark. Den består af videoværker baseret på fire af verdens førende fremtidsforskeres forudsigelser over de fem INDEX-kategorier. Endvidere har førende designere og virksomheder kreet visualiseringer af fremtidsvisionerne til udstillingen.

VIEWS

Views er et topmøde for 25 af verdens kreative ledere og ledere fra erhvervslivet i Øresundsregionen, som i dagene 25.-28. september skal diskutere, hvordan design kan medvirke til løsningen af en række globale problemer inden for INDEX:'s fem hovedområder. Views organiseres i samarbejde med tænketanken, Ugebrevet Mandag Morgen, og afvikles som fem sideløbende workshopper.

NYT FRIMÆRKE

I anledning af INDEX lancerer Post Danmark et særligt INDEX:-frimærke til 4,50 kr., designet af kunstneren Olafur Eliasson.

DANSK DESIGN I TYSKLAND

I januar 2005 arrangerede Danmarks Designskole et modeshow på den danske ambassade i Berlin. De nyuddannede danske beklædningsdesignere præsenteredes på det tyske marked i forbindelse med to store modemesser i Berlin.

Det planlægges at gentage arrangementet, hvor de studerende fra Designskolen i Kolding også inddrages.

ERA

Under afviklingen af INDEX: 2005 har en række internationale designorganisationer arrangeret verdenskongressen ERA i København. ERA afvikles i København i dagene 26.-28. september 2005.

CUMULUS

Hvordan kan livet forbedres for mennesker via design? Det er det vigtige og gennemgående tema for den store europæiske Cumulus Designkonkurrence 2005, der tilrettelægges efter de samme temaer som INDEX: 2005, hvor de vindende løsninger også skal præsenteres. Cumulus er et netværk af designskoler i Europa, USA og Asien. Konkurrencen er åben for designstuderende fra en lang række designuddannelser i hele Europa. Danmarks Designskole er ansvarlig for Cumuluskonkurrencen.

DESIGNSPORT 2005

I maj afvikler Danmarks Designskole Øresundsprojektet 'Designsport 2005', der inddrager både skoler og erhvervsliv i regionen.

DesignSport 2005 er en konkurrence på fortællinger om værdier mellem et dansk og et svensk hold af virksomheder, organisationer og designskoler. Den omfatter de studerende på 4. og 8. semester på

Danmarks Designskole (DKDS) og Konst, Kultur och Kommunikation (K3), Malmö Högskola.

Der deltager ca. 300 studerende fra hver skole samt lærere og eksterne aktører fra kulturlivet og erhvervslivet.

Designworkshoppen afsluttes med en offentlig udstilling af alle gruppernes arbejde. Den endelige innovationsdyst foregår i DesignSports civilisationsarena i København den 20.-22. maj.

Designforskning. I 2002 fik de danske designskoler en negativ evaluering. Der var for meget praksis og for lidt teori på skoleskemaet. Uddannelserne skulle i stedet være forskningsbaserede præcis som universiteternes. Det er de så ved at blive. Men hvad er designforskning egentligt - og hvad kan den bruges til?

DESIGN PÅ SKOLEBÆNKEN

Af Jeppe Villadsen

Design og forskning har ikke traditionelt gået hånd i hånd i Danmark. Design er blevet udført af formgivere med udgangspunkt i overleveret praksis snarere end i forskningsbaseret teori. Sådan var det indtil for nylig. Men efter en negativ evaluering af de danske designuddannelser i 2000, hvor der blev konstateret, at der var behov for teoribygning og forskning, blev det besluttet, at design ligesom litteratur, musik, og billedkunst er noget, der skal forskes i. Beslutningen blev til i sjælden fælles forståelse mellem undervisere, praktikere og politikere.

I 2003 blev Center for Designforskning så etableret. Centeret danner rammen om en satsning på designforskning inden for en række af de kunstområder, der hidtil har udgjort relativt små miljøer uden nogen egentlig forskningskultur. Centeret skal virke som en form for koordinerende instans mellem de to arkitektskoler og de to designskoler.

“Center for Designforskning skal bidrage til at sikre en kritisk masse inden for de forskellige forskningsområder, så de kan gå sammen om deres forskningsindsats og få et netværk, hvor de kan mødes og udvikle design-forskningen,” siger centerets leder, Thomas Binder.

Behovet for mere forskning i design hænger sammen med de ændrede krav til designerne i dag, mener han.

“Vi har i mange år haft nogle ganske faste modeller for, hvordan designere blev involveret i virksomhedssammenhænge, men nu ser vi en udvikling, hvor designeren skal løse stadig mere åbne opgaver. Vedkommende er med til at formulere den opgave, som han eller hun påtager sig, dvs. det handler i højere grad om at udvikle og gribe muligheder, som klienten dårlig nok kender selv,” siger Thomas Binder.

“Desuden har tegnestuer og designfirmaerne ofte ikke selv tilstrækkeligt rum til at gribe de nye designmuligheder. Derfor bliver skolerne og forskningsmiljøerne vigtige, fordi de skaber nyt land for designfeltet.”

Design er også analyse

Når der er blevet behov for at udvikle designforskning som en selvstændig disciplin, handler det også om, at design er kommet til at spille en større rolle, når virksomhederne ruster sig til fremtiden, mener Thomas Binder.

“Vi har haft en lang periode, hvor ny teknologi i meget høj grad har drevet virksomhederne frem og været med til at bestemme den udviklingsretning, de har taget. Men vi oplever en udvikling, hvor det i langt højere grad er blevet et spørgsmål om at tænke designmæssigt og også lidt forretningsmæssigt for at give retning for virksomhedernes udviklingsbestræbelser. Og for at kunne det, er der brug for en forskning, som er

eksperiment- og udviklingszone for designere og dem, der bruger designere,” siger han.

Thomas Schødt Rasmussen er forskningsleder på Danmarks Designskole. Han har siden 2002 haft som job at udvikle forskning og teoribygning på skolen, og han er ikke i tvivl om, at der kommer bedre design ud af, at der bliver forsket i det.

“Når man kigger på design, fokuserer man ofte på produktet: hvordan formen er på den ting, man har med at gøre. Men reelt er design 90 procent problemløsning og 10 procent formgivning. De danske designere har bare traditionelt været ret svage i hele den analytiske del,” siger Thomas Schødt Rasmussen med henvisning til, at der i Danmark findes 1900 enkeltmandsvirksomheder på designområdet. Disse har ofte hverken fornøden kapacitet eller evner til at gennemføre et større analysearbejde.

“Derfor må vi lære designerne, at de er nødt til at arbejde sammen med andre, og at de selv skal blive bedre til analyse og til at finde frem til, hvem der kan hjælpe dem med analyseopgaven. I det øjeblik, vi lærer designerne det, kommer der bedre designere ud af det. Det kan godt være, der ikke kommer smukkere stole, men det er også kun én del af det, for selv om skønhedsaspektet er en kernekompetence for designere, er det langt fra alt, hvad design handler om.”

Her kan vi lære noget af tidligere tiders formgivere, mener Thomas Schødt Rasmussen. I dag klassiske møbeldesignere som Wegner og Arne Jacobsen koncentrerede sig ikke kun om formgivningen, men tænkte arbejdet ind i en kontekst.

“Når vi i dag ser på Ægget og Svanen osv., er det formgivningen, vi ser på. Vi får kun øje på overfladen. Men dengang møblerne blev lavet, talte møbeldesignerne og designerne med filosoffer, politikere og kunstnere. Møblerne var indskrevet i en politisk, mental kulturhistorisk bevægelse og var en del af en modernistisk helhedsstanke.”

Mere åbent end universitetet

Men hvorfor omdanne de traditionelt materialebaserede designskoler til universitetslignende forskningsinstitutioner? Kunne man ikke lige så godt lægge designforskningen på universiteterne?

“Vi har blandt andet hentet en antropolog fra Copenhagen Business School, en designhistoriker fra kunsthistorie i Århus, en ingeniør fra interaktiv instituttet i Malmö og en medieforsker fra IT-Universitetet. De kunne udmærket blive ved med at være, hvor de var,” siger Thomas Schødt Rasmussen.

“Men for det første ville det ikke komme vores studerende til gavn, og for det andet sker der noget, i det øjeblik vi sætter personer med forskellig baggrund sammen. Når de danner et team og begynder at snakke sammen, så opstår der nye måder at tale



Thomas Schødt Rasmussen

Leder og udvikler forskningsstrategier, formulerer ansøgninger og arbejder for akademiseringen af Danmarks Designskole i ledelsesgruppen.

Anne-Louise Sommer

Forsker i designteori og forholdet mellem erkendelse og artefakt. Har blandt andet skrevet en bog om kirkegårde og er i færd med at skrive en om den nye opera.

Erik Hansen-Hansen

Forsker i den nutidige internationale luksusmode i forhold til globalisering og kulturøkonomi med særlig fokus på branding og immaterielle værdier. Har praksiserfaring fra modebranchen.

og tænke på. Det er det, jeg vil kalde en specifik teoridannelse på designområdet,” siger han.

Anne-Louise Sommer er en af de nystartede forskere på Designskolen. Hun har i en år-række været ansat som lektor i kunsthistorie ved først Københavns siden Aarhus Universitet, og hun mærker stor forskel på at sidde på Designskolen frem for universitetet.

“Forskellen er rigtig stor. Blandt andet er det en meget mere broget kollegagruppe, man befinder sig i på Designskolen, hvilket jeg ser som en styrke. Og så mærker jeg en stor nysgerrighed fra andre i forhold til, hvad jeg laver, og hvad det vil sige at lave designforskning, hvor jeg ofte oplevede univer-

sitetsverdenen som temmelig tillukket. Folk interesserede sig mest for deres egne projekter og ikke så meget for, hvad kollegerne henne ad gangen lavede,” siger Anne-Louise Sommer.

Hun mener, at det burde resultere i bedre forskning, at den er flyttet fra universiteterne til designskolerne.

“Det bør i sagens natur være en fordel, at man er midt i miljøet frem for at sidde på en universitetsinstitution som f.eks. kunsthistorie, hvor design kun udgør en lille del af instituttets virkerum.”

“Men det kommer an på, hvordan man forvalter det. Hvis de forskellige grupper – de udøvende designere, os med

akademisk baggrund osv. – bliver ved med at være adskilte, så man alligevel bare laver sin egen forskning på hvert sit kontor og ikke har fingrene nede i tingene, er det selvfølgelig spørgsmålet, om forskningen på Designskolen vil adskille sig væsentligt fra universitetet,” siger hun.

Bedre kandidater

Når undervisningen bliver forskningsbaseret, kommer det også de studerende til gode, fremhæver Thomas Schødt Rasmussen. Den øgede vægt på teoriundervisning giver simpelthen bedre kandidater med bredere kompetencer.

“Ved at give kandidaterne nogle analytiske redskaber, der

gør, at de bedre kan tale med ingeniørerne og med marketingsfolkene og økonomerne, bliver de simpelthen mere attraktive på arbejdsmarkedet. I gamle dage gik mange af vores kandidater ud og blev arbejdsløse. Nogle lavede eget firma, men efter nogle år endte de fleste af dem i relativt lavtlønnede job, f.eks. pædagogmedhjælpere og den slags.”

“Vi ønsker at give dem en uddannelse, der gør, at de bedre kan generalisere deres viden, så de kan komme ind mange flere steder – også i job, der ligger uden deres snævre fagområde, ligesom f.eks. humanister og journalister har gjort det,” siger Thomas Schødt Rasmussen. ■

DANSK DESIGN PÅ VEJ TIL JAPAN

Af Charlotte Jul og Tine Nygaard

1775-80, Mussel

Det musselede stel blev udviklet i 1775-80 og er siden blevet synonymt med Den Kongelige Porcelænsfabrik. Det musselede stel har overlevet og berettiget sin eksistens som det bedre borgerskabs spisestel i mere end 200 år og har i dag – takket være Karen Kjældgaard-Larsens nyfortolkning i form af Mussel Mega – opnået fornyet interesse. Musselemønstret er samtidig et eksempel på, at et mønster kan være identitetsskaber.

Design: Den Kongelige Porcelænsfabrik, 1775-80, Royal Copenhagen A/S



1940, Daisybroche

Margueritten er indbegrebet af danskhed ifølge mange af de nulevende designere, vi har interviewet i forbindelse med kurateringen. Margueritten er et ikon og optimistisk og positivt symbol, der stadig inspirerer mange smykke- og beklædningsdesignere.

Design: A. Michelsen, 1940, Georg Jensen A/S.

1949, Høvdingestolen

Finn Juhl er et moderne forbillede, fordi han forener et organisk formsprog med generationens håndværksmæssige traditioner og forkærlighed for materialet. Finn Juhls høvdingestol viser desuden, at størrelse, kvalitet og formsprog i tæt dialog kan skabe merbetydning – i dette tilfælde en lænestol, der udstråler pondus, seriøsitet og magt.

Design: Finn Juhl, 1949, Hansen & Sørensen ApS.



1963, New York-bestik

Henning Koppel er en uomtvistelig del af den danske modernisme. Med sit stilrene og enkle formsprog rammer han en international tidløshed. New York-bestikket er designet til verdensudstillingen i New York i 1963, hvor materialet i rustfrit stål pegede frem mod en ny materialeforståelse og nye tider.

Design: Henning Koppel, 1963, Georg Jensen.

Designudstilling. Fra 18. april kan japanerne se dansk design i Tokyo, hvor særudstillingen "Use it! Danish Design in Everyday Life" åbner. Udstillingen viser 90 danske designgenstande, som alle er i produktion i dag. Nogle er lige kommet på markedet, mens andre har været produceret i mange år. Derfor tegner udstillingen et øjebliksbillede af dansk design.

For alle os, der ikke lige når til Tokyo, har vi bedt udstillingens to kuratorer skabe et udvalg af genstandene og fortælle, hvorfor de er valgt.

1997, Air Titanium Rim Kid Fox

Børn har ofte været overset, når det gælder kvalitetsprodukter – paradoksalt nok. For det er her, produktet for alvor skal stå sin prøve. Hvis et par briller kan holde til en dag i børnehaven, så kan de holde til det meste. Air Titanium er briller i titaniumstråd, der tåler stød og slag. Og så vejer de næsten ingenting.

Design: LINDBERG design team, 1997, LINDBERG A/S.



2003, Politiets Uniformsjakke

Politiets nye uniformsjakke integrerer et nutidigt formudtryk med mange praktiske og pragmatiske hensyn. Resultatet er et bevis på, at det kan betale sig at kaste sig ud i samarbejdet med unge innovative designere – taget genstandsfeltet i betragtning".

Design: Sidsel og Mads Kjøller Damkjær, Johan Llewellyn King, 2003, Mammut Work Wear A/S.

2004, Corsinel

Stomipatienter har i mange år døjet med korsetter. Corsinel-trussen overtager korsettets funktioner på en lang behageligere måde. Den første prøvetrusse er udstyret med et gridsystem bestående af koordinater, så man præcist kan krydse af, hvor stomihullet sidder. Derefter individualiserer man trussen efter koordinaterne, så de passer til den enkelte patient. Trusserne ligner normale trusser og højner livskvaliteten hos stomipatienter, der før har følt sig fysisk og psykisk generet af deres handicap.



Design: Astrid Krogh og Annette Meyer, 2004, Coloplast A/S.

2004, Guaraná Power

Guaraná Power er et eksempel på socialt design, der gør en forskel. Design- og kunstnergruppen Superflex indgik i et politisk samarbejdsprojekt med lokale bønder i Brasilien for at yde modstand mod den monopoliisering, der gør bønderne til slaver af multinationale virksomheder – Guaraná sodavand i dette tilfælde. Intentionen med Guaraná Power er at bruge globale brands og deres strategier som modreaktion mod økonomiske interesser, der trælinder den lokale arbejdskraft og forringer deres levevilkår.

Design: Superflex, 2004, Søbogaard A/S.



1775

1860

1940

1942

1949

1959

1963

1997

2000

2003

2004

Fra 1860, Livgardens gallauniform

Livgardens gallauniform med blå bukser, rød frakke og bjørneskindshue opererer på linje med det danske flag, når det kommer til nationalsymboler. Dronningens soldater har været ikoner for Danmarks royale stab siden midten af 1800-tallet. Livgardens gallauniform er ligeledes en kilde til inspiration for flere beklædningsdesignere, der har peget på uniformen som et forbillede på en sammensat helhed.

Design: Historisk udvikling siden 1860, Hærens Materielkommando.



1942, Palle Alene i Verden

Arne Ungermann har været kilde til inspiration blandt de unge grafiske designere – ligesom mange af os er vokset op med hans illustrationer. "Palle alene i verden" er et billede på, hvordan et grafisk udtryk kan gøre indtryk – længe!

Design: Arne Ungermann, 1942, Gyldendal.



1959-60, Pantone Chair

Gennem vores interview i kurateringsprocessen pegede de fleste af designerne på Verner Pantons, fordi hans helhedstænkning og farverige formsprog appellerer til de nulevende designeres måde at tænke design på i dag. Dertil kommer, at "Pantone Chair" var den første plastikstol skabt i ét stykke i verden.

Design: Verner Pantons, 1959-60, Vitra via Herman Miller.



2000, Ladder HochAcht

Stigen udfordrer den vante opfattelse af en stige, da den har et indbygget siddebræt. Samtidig er stigen en hybrid mellem et stramt formsprog i et klassisk materiale og en moderne måde at tænke møbler på.

Designer: Cecilie Manz, 2000, Nils Holger Moormann.



2003, One

"One" varslar en ny tid for dansk møbel-design med et moderne og organisk formsprog, der appellerer til et internationalt publikum. "One" er en moderne form for "democratic design" med udgangspunkt i individualiteten, da hvert møbel kan tilpasses kundens farve- og materialeønsker uden at prisen bliver elitær. Samtidig tager "One" afsæt i en ny møbelkultur udsprunget af modeindustrien, hvor møbler og koncept tilpasses tidens strømninger.

Design: Leif Jørgensen, 2003, hay.

2004, Kangaroo-cykel

Kangaroo-cyklen er eksponent for idéen om at transportere sine børn på cykel. Det er en dagligdagshandling, der er udbredt i Danmark, og som er med til at karakterisere os som folkefærd.

Design: Leif Hagerup og Lars Malm-borg, 2004, A. Winther A/S.



2004, Pip og papegøje

Spild af Tid repræsenterer en ny generation inden for moderne grafik, hvor asymmetri og antiæstetik dyrkes. Spild af Tids kendetegn er samlingen mellem genrer, hvor der lånes fra graffiti, frihåndstegning, klassisk grafik, animation og collage. Pip og Papegøje er tegne-stuens bud på animerede figurer, der træder ind i et realistisk univers – der i øvrigt kan ses på DR1 om lørdagen.

Design: Spild af Tid, 2004, Frontier Media A/S.

Essay

DESIGN – IDEALISTISK UTOPI ELLER KOMMERCIEL FIDUS?

Af Christian Holmsted Olesen

BLÅ BOG

Christian Holmsted Olesen, f. 1970, Cand.mag. i kunsthistorie og tysk. Forskningsstipendiat ved Kunsthistorisk Museum. Forfatter til bøger om design, senest monografien Jacob Jensen 2003.

Nu skal den danske kultur kanoniseres; måske et godt initiativ, fordi det skaber debat om kulturarven. Ingen kan dog efter min mening sammensætte en fornuftig dansk designkanon på blot 12 værker. Danske formgivere har skabt for mange internationalt anerkendte, absolutte mesterværker. Designkanonen har dog den positive effekt, at den tvinger os til at diskutere, hvad vi mener med ordet design. Er vikingeskibe design? Og hvad med hårdesign eller designerdrugs?

Design har mange ansigter. Forskere har registreret mere end 600 definitioner af begrebet design, og det virker, som om begejstringen for begrebet og udvidelsen af det ingen ende vil tage. Men et kig på historien viser, at det er ikke en ny situation.

Kunst eller salgspromotion?

Adskillelsen af formgivning og tilvirkningsarbejde ved produktfremstilling slog for alvor igennem med industrialiseringen. Efter den første verdensudstilling i London i 1851 blev det klart for englænderne, at hvis de ville konkurrere med deres industriprodukter i udlandet, så måtte der sættes på kvalitet og æstetik. Man grundlagde det, som i dag hedder Victoria & Albert Museum i London. Der var tale om en helt ny museumstype, et kunsthistorisk museum. Det primære mål var ikke at bevare fortiden, men at spille en aktiv rolle i samtiden. Samlingerne og de til museet knyttede håndværksskoler skulle forbedre forbrugernes dømmekraft og inspirere producenter. Målet var at

højne samfundsmoralen og eksporten ved hjælp af bedre produkter. Altså et etisk og idealistisk projekt, som skulle styrke markedsøkonomien.

Det var først i slutningen af 1920'erne, at designerprofessionen opstod i kølvandet på lavkonjunkturen i USA. Det amerikanske marked var mættet med de mange nye ingeniørpfindelser. Reklametegnerne fandt på at overføre deres streg til varerne selv, man stylede produkterne. Streamlineformer gjorde produkterne attråværdige og salgbare. Industriel design slog som så meget andet i USA igennem, fordi det kunne få den kapitalistiske pengestrøm til at flyde. Man skrev om designerstjernen Raymond Loewy, at han strømlinede salgskurverne.

I Europa begyndte man også at beskæftige sig med moderne industridesign i de første årtier af det 20. århundrede. Flere mere eller mindre utopiske bevægelser og skoler ønskede at forbedre samfundet gennem design. Kunsten skulle forenes med industrien. Mest kendt er den tyske Bauhausskole, som er blevet synonym med funktionalismens etik. Hverdagsgenstande skulle ikke udvikles med afsæt i æstetiske koncepter, men udelukkende afspejle deres brug, fremstillingsproces og materialer. Målet var at skabe et nyt samfund og nye former, som afspejlede den nye teknologi og livsform.

Den europæiske, funktionalistiske doktrin var universalistisk; man troede på, at der fandtes optimale



FOTO: P. WESSEL

designløsninger. Skønt målet for de tidlige modernister var at udvikle klasseløst design, ja så forblev det europæiske "Good Design", som det kaldtes i USA, særdeles elitært.

Alt er design

Den amerikanske profitorienterede designer var mere tilbøjelig til at lytte til forbrugernes ønsker og følelser, hvorimod den idealistiske og rationelle europæiske formgiver mente at vide, hvad der var bedst for alle. Derfor måtte det nødvendigvis komme til et opgør.

Ændringen af designbegrebet startede allerede i årtierne efter anden verdenskrig. Det amerikanske designerægtepar Ray og Charles Eames mente, at design var problemløsning. I 1960'erne begyndte man ved internationale designskoler at argumentere for, at design ikke er en kvalitet ved et objekt, men den proces, som designeren betjener sig af under udviklingen af et produkt, et koncept eller en service. På designskolen i Ulm (1953-68) gjorde man op med Bauhausskolens enhed mellem kunst og teknik. Design blev gjort til en videnskabelig disciplin. Man troede, at man kunne forske sig frem til en designmetode, som man så efterfølgende kunne lære alle. I dag står det dog klart, at de bedste design fra skolen blev designet af de kunstnerisk bedst begavede elever og lærere.

I 1980'erne kom så det postmoderne værdisammenbrud, hvor man gjorde op med den europæiske traditions smagsdommeri. Man ledte ikke længere efter de optimale designløsninger, men ville imødekomme masseforbrugernes uskoledede smag. Distinktionen mellem *high* og *low* udviskedes. "Design er planlægning af alt kunstigt," sagde man. Designere og forskere overbød hinanden i relativisering og udvidelse af begrebet.

I dag er designbegrebet blevet så luftigt, at det rækker langt ud over produktkulturen. Gud skabte verden, men mennesket designede drivhuseffekten, og vi er alle sammen designere i vores eget postmoderne livsstilsprojekt. Men selv om de postmoderne teoridannelser har blotlagt, at kvalitet i design er en relativ størrelse, har vi stadig behov for konstant at diskutere et kritisk og normativt designbegreb på linje med arkitekturbegrebet, hvis vi vil udvikle andet end markedsøkonomien. Problemet for Good Design-begrebet er, at det er blevet misbrugt kommercielt. Det er blevet et tarveligt salgsplussord, som fungerer som en løftestang for markedsføringen af hvad som helst.

"Dansk design – en ny stol"

Nogle mener, at Danmark bør ruste sig til global konkurrence på vore dages markedsfikserede designbegrebs præmisser. Her er designe-

rens kreative autonomi bundet op af analyser af, hvilke segmenter i markedet, der kunne tænkes at tilføre deres livsstil et bestemt image med et brand, som indeholder en særlig storytelling og added values. Spørgsmålet er, om vi skal sætte på dette parfumekapløb, hvor vi som udgangspunkt først skal tilegne os de andres kompetencer, eller om vi skal fortsætte traditionen for at udvikle elitære produkter med et højt kunstnerisk indhold, som anerkendes som Good Design på institutioner som Museum of Modern Art i New York (MoMA).

Markedstilpasning er ganske vist en vigtig ting for at økonomien hænger sammen, og de mange greb, som dybest set skal narre forbrugere til at købe sand i Sahara, kan i nogle tilfælde være nødvendige for at klare konkurrencen. Når alt kommer til alt drejer design sig dog om produkternes substans, formgivning. Det kan måske synes fornuftigt at sætte på at forbedre verden gennem design til et meget bredere marked, end vi traditionelt har gjort i Danmark. Desværre viser al historisk erfaring, at fornyelse ikke kommer ved markedsanalytisk at målrette design til den brede masse. Den vil nemlig helst leve med eksisterende ideer og former. Forbedring af verden gennem design kan kun være et elitært avantgardeprojekt, som kræver en stor grad af autonomi hos designeren. Men der findes også en lille markedsniche →

“Desværre viser al historisk erfaring, at fornyelse ikke kommer ved markedsanalytisk at målrette design til den brede masse. Den vil nemlig helst leve med eksisterende ideer og former. Forbedring af verden gennem design kan kun være et elitært avantgardeprojekt, som kræver en stor grad af autonomi hos designeren. Men der findes også en lille markedsniche for elitært design, der er stor nok til dansk afsætning.”

for elitært design, der er stor nok til dansk afsætning.

Det er sandt, som det for tiden hævdes, at Danish Design er en gammel stol. Men hvorfor kassere stolen, når vi kan forske i dens tilblivelse i Kunstindustrimuseets arkiver? Man kunne styrke den forskning, som undersøger, hvorfor og hvordan den danske stol blev så succesfuld, og så bruge de erfaringer i tilrettelæggelsen af en fremtidig designstrategi.

Eksempelvis har situationen for de danske snedkermestre i slutningen af 1920'erne visse lighedspunkter med den globale konkurrenceudfordring, vi står over for i dag. Dengang var Danmark et landbrugsland, der slet ikke var rustet til at konkurrere med store industrilande. Tyske møbelfabrikanter truede med at overtage det danske marked. De københavnske snedkermestre valgte at profilere sig ved at sætte sig uden for konkurrencen. Man satsede benhårdt og indgik såkaldte ægteskaber med arkitekterne, som fik mulighed for at konkurrere om fremtidens indretning på de årlige lavsudstillinger i Kunstindustrimuseet. Samtidig påbegyndtes uddannelsen af møbelarkitekter på Kunsthåndværkerskolen og på Kunstakademiets Arkitektskole. Professor Kaare Klint mente ikke, man skulle gå samme vej som på Bauhaus og opgive traditionen for at skabe nyt. Ældre tiders møbelkunst studeredes indgående i Kunstindustrimuseet. Ved forbedring af fortidens mesterværker ville man skabe fremtidens klassikere. Resultatet af bestræbelserne

på at gå mod den internationale udvikling og fokusere på de styrker, man havde, blev det store gennembrud for Danish Design i 1950'erne.

Et eksempel fra 1970'erne er B&O, som sikrede sit eksistensgrundlag og blev en international designekvilibrant på få år. I begyndelsen af 1960'erne var B&O en gennemsnitlig dansk "Bella"-virksomhed, som var ved at blive udkonkurreret af udenlandske giganter, der pga. stordrift kunne producere billigere. Ledelsen indså problemet: Man ville aldrig kunne konkurrere på de andres præmisser. Derfor satsede B&O på produkter, som var helt uden for den almindelige konkurrence. Man havde var rustet til at konkurrere med store industrilande. Tyske møbelfabrikanter truede med at overtage det danske marked. De københavnske snedkermestre valgte at profilere sig ved at sætte sig uden for konkurrencen. Man satsede benhårdt og indgik såkaldte ægteskaber med arkitekterne, som fik mulighed for at konkurrere om fremtidens indretning på de årlige lavsudstillinger i Kunstindustrimuseet. Samtidig påbegyndtes uddannelsen af møbelarkitekter på Kunsthåndværkerskolen og på Kunstakademiets Arkitektskole. Professor Kaare Klint mente ikke, man skulle gå samme vej som på Bauhaus og opgive traditionen for at skabe nyt. Ældre tiders møbelkunst studeredes indgående i Kunstindustrimuseet. Ved forbedring af fortidens mesterværker ville man skabe fremtidens klassikere. Resultatet af bestræbelserne

Risikofond til dansk design

Risikovillighed og viljen til at gå mod strømmen er grundlaget for dansk designsucces. For snedkermestrene var indsatsen ikke så høj. Det kostede jo ikke alverden at producere et nyt møblelement til lavsudstillingen. Anderledes stil-

ler det sig med vore dages industrivirksomheder. Her er meget på højkant, når der lanceres et nyt produkt, og det er måske årsagen til, at tidens danske talenter har svært ved at slå igennem. Det synes (på kort sigt) sikrere at vælge veldokumenterede markedsføringsstrategier og så give den gamle stol en ny farve til møbelmessen.

Seriøs satsning på dansk designs fremtid er ikke at tilføje flere midler til markedsføring af eksisterende produkter eller at skabe opmærksomhed med store konferencer og priser. Det må dreje sig om at tilvejebringe betingelser, så vore designtalenter kan udfolde deres visioner. Virksomheder, som endnu lever af Danish Design, har en forpligtelse. Der er behov for politiske initiativer, som tilskynder til at bryde med den kortsigtede profittænkning. Man kunne eksempelvis oprette en risikofond, der fungerede som en slags forsikring for mindre virksomheder, som satsede dyrt på designudvikling. Hvis ikke udviklingen af ny design tilskyndes nu, så følger flere talenter de danske topdesignere, som i dag formgiver for udenlandske virksomheder.

Dansk design kan blive en ny stol. Faktisk er det allerede: Læg mærke til stolen på billedet, et af de nye danske designgennembrud, man kan se på MoMA i New York. Gummistolen NON er designet i 2000 af Komplot Design (Boris Berlin og Poul Christiansen). Den fremstilles af Källemo... i Sverige! ■

Fem byer kæmper stadig indædt i kapløbet om at blive vært for sommer-OL 2012. Kampen skærpedes i dette forår, og byerne tog nye midler i brug. Afgørelsen falder i begyndelsen af juli, og det er et spil om kæmpesummer og vækst.

Af Joakim Jakobsen



OL-overskud. Los Angeles var den eneste by, der søgte om at få OL i 1984. De fik legene og gjorde OL til en strålende forretning for både myndigheder og erhvervsliv. Siden da er antallet af byer, der søger om at få legene, vokset kraftigt. Billedet er fra åbningsceremonien i Los Angeles Memorial Coliseum.

OL-SLUTSPURT OM MILLIARDER

For 25-30 år siden var det nemt nok. Det bystyre, der var dumt nok til at påtage sig et OL-værtskab, skulle sandelig også have lov til det. Så kunne verdens øvrige byer og medlemmerne af Den Internationale Olympiske Komité (IOC) forsøge at undertrykke skraldatteren.

Et OL var garanti for underskud. Borgerne kunne være nogenlunde sikre på skattestigninger og inflation, og de kunne også regne med, at byfornyelse, vejbyggeri og andre kommunale projekter blev sat i stå i en lang årrække. Frem til 1984 var det så uattraktivt at være vært for et sommer-OL, at København i 1966 fik smidt sommerlegene 1972 lige i skødet: Tag det, hvis I vil have det. München var ellers sikker foran Detroit, Montreal og Madrid. Dels skulle begivenheden tilbage over Atlanten efter Mexico 1968, dels faldt Franco-diktaturet i Spanien ikke i IOC's

smag, hverken politisk eller i infrastruktur. Men München var heller ikke politisk korrekt. I 1966 lå anden verdenskrig kun 21 år tilbage i tiden, og et flertal var modstandere af at præmiere tyskerne. IOC så sig om efter alternativer, og det danske IOC-medlem Ivar Vind fik kraftige opfordringer: Kom så, København. Men byens socialdemokratiske overborgmester, Urban Hansen, sagde blankt nej. Det ville også have været stærkt risikabelt. Det viser de følgende OL-arrangementer i München 1972, Montreal 1976 og Moskva 1980. München blev ramt af en frygtelig terroraktion mod israelske deltagere, og legene i Montreal og Moskva var devalueret af omfattende boykot. Alle tre byer kom til at trække med kolossale underskud.

Det var så grelt, at Los Angeles fik lov at være eneste ansøger i 1984. Her ændrede billedet sig radikalt. Californierne leasede

hele begivenheden til private investorer, og OL blev en strålende forretning for både myndigheder og erhvervsliv. Siden har OL-kapløbet været knivskarpt, for alene kvalifikationen giver imageløft og investere →

OL til Danmark?

Kulturminister Brian Mikkelsen har besluttet at igangsætte en undersøgelse, der skal afdække barrierer og potentialer i forhold til at gøre København til værtsby for OL i 2024. Undersøgelsen forløber hen over foråret og sommeren 2005. Undersøgelsens design er skabt af en ressourcegruppe bestående af Lars Lundov (Ildrætsfonden Danmark), Morten Mølhøj Hansen (DIF og Danmarks Olympiske Komité), Finn Lyck (Sport Aarhus Events), Carsten Haurum (Københavns Kommune), Lars Bernhard Jørgensen (Wonderful Copenhagen), samt repræsentanter fra Kulturministeriet.



FOTO: KIRSTY WIGGLESWORTH/SCANPIX

Lang vej. Hvis London vinder værtskabet for OL i 2012, vil byen istandsætte en stor bydel i Østlondon og gøre den til OL-by. Her ligger blandt andet London Stadium, der ses på billedet.

ringer af et kolossalt omfang. Det mærkede Seoul efter 1988 og Barcelona efter 1992. Begge byer blev pludselig metropoler, der blev regnet med på verdenskortet. Begge arrangementer gav kæmpe overskud, og de to byer oplevede et stort løft i infrastruktur og erhvervsliv. OL i Los Angeles markerede, at verden var på vej ind i en global orden, hvor regioner og byer må slås på kreativitet og handlekraft.

Nu om dage er OL-værtskabet så attraktivt, at det for mange er nok bare at være med i kampen. Det kan bruges som et kraftigt signal om dynamik og vækst. For eksempel skal Istanbuls bud på 2008 og 2012 ses i sammenhæng med Tyrkiets EU-ansøgning. Og Leipzigs deltagelse i 2012-kapløbet var et vink om, at byen vil regnes som en kulturel og industriel faktor i Nordeuropa – blandt andet som konkurrent til København – samtidig med at Tyskland fik markeret, at det gamle DDR er ved at rejse sig efter genforeningen.

Særlige konti til bestikelse

I alt har omkring 30 byer meldt deres interesse for sommer-OL 2012, men der er nu kun fem seriøse bud tilbage i kampen: Paris, Madrid, London, New York og Moskva – opstillet efter chancefordeling. Afgørelsen falder 6. juli 2005, når IOC holder møde i Singapore. Derfor har foråret været præget af en hektisk slutspurt, hvor de fem byer én efter én har fået besøg af IOC's evalueringskomité.

Komiteen blev nedsat efter de skandaler, som blev oprullet omkring vinter-OL i Salt Lake City i 2002. Det viste sig, at mange IOC-medlemmer hver især kom på besøg i ansø-

gerbyerne, hvor de blev trakteret med alt fra byggematerialer, prostituerede og kontanter til universitetslegater til deres børn. En af Salt Lake City-medarbejderne, som senere blev dømt for bestikelse, fortalte, at Salt Lake i løbet af et år havde brugt 750 millioner kroner på at smøre IOC-medlemmerne. Andre ansøgerbyer havde også særlige konti til bestikelse, som til tider har haft en næsten komisk effekt. Sydney betalte således et hæderkronet australsk symfoniorkester for at akkompagnere en elendig pianistinde fra Sydkorea. Så sad de dygtige musikere dér og kiggede desorienteret på hinanden, mens koreaneren klimprede løs. Hun var datter af Sydkoreas IOC-medlem, Kim Un-Jong, som også havde fået Salt Lake City til at ansætte sønnen i en proformastilling til 750.000 kroner om året. Kim overlevede endda som IOC-medlem, men fik i 2004 en langvarig fængselsdom for bedrageri og korruption i hjemlandet.

Kommandocentraler for frivillige

Det vil være håbløst naivt at tro, at korruptionen er udryddet i IOC, hvor hvert enkelt medlems – og dermed hvert enkelt lands – stemme kan være milliarder af kroner værd. Den britiske tv-kanal BBC afslørede med skjulte optagelser i 2004, at stemmekøb stadig foregår. Men procedurerne er strammet op, og en af forholdsreglerne er altså, at en særlig inspektionskomité besøger ansøgerbyerne i samlet flok.

I løbet af foråret er IOC-folkene allerede i lufthavnen blevet mødt af en heftig plakatkampagne. Ja, måske allerede i den lufthavn, som de er fløjet af sted fra – i hvert fald var flere afgangshaller og korridorer i

Berlins lufthavne i januar og februar fyldt med plakater, der reklamerede for Paris som OL-by. Det var også efter, at Leipzig havde trukket sin kandidatur.

De fem tilbageværende byer i 2012-kapløbet har hver især oprettet kommandocentraler, og de summer af såvel højtlovnede konsulenter og reklamefolk som et hav af frivillige. Byerne bruger på lokalt plan OL-ansøgningen til at skabe en fælles sag, som får byens borgere til at rykke sammen. Alle steder er der oprettet kontorer, hvor man kan melde sig som volontør for at styrke byens chancer – præcis som kampagnecentre i en amerikansk præsidentvalgkamp. Og det er ikke nok at fremlægge arkitekttegninger: IOC-komiteen skal have noget beton at kigge på, når de ankommer. Derfor ryger prisen for de fem tilbageværende byers kandidatur gerne op over en milliard kroner.

De enkelte byer har hver især hyret en mindre hær af landets sportsstjerner og andre kendte til at udbrede budskabet – sådan som fodboldspilleren David Beckham og den tidligere løbestjerne Sebastian Coe er blandt de mest synlige i Londonkampagnen. Men ud over reklamekampagner og ihærdig indsats for at sprede positive, hyggelige nyheder om den enkelte by til alverdens medier er ansøgerne nødt til at fortælle en ganske særlig historie. De er nødt til at anvende hver sin strategi for at bide sig fast i opmærksomheden.

Kongehuset hjælper London

London har vendt økonomisk usikkerhed til en styrke. Helt frem til årsskiftet 2002/03 var der tvivl om, hvorvidt den britiske metro-pol ville have råd til en OL-ansøgning. Det

var på forhånd et alvorligt minus, da IOC for alt i verden vil undgå finansskandaler. Nu går det lige så godt, og en tilbagevendende til underskudsårene ville være et frygteligt slag for IOC's forretninger og image. Men London har fremlagt planer for en OL-by i en nedslidt del af Østlondon, som efter et værtskab vil være et funklende og sundt kvarter til gavn for menige borgere. Det vil IOC sandelig gerne være med til. London fik også sine OL-planer stemplet som "grønne", da Verdensnaturfonden WWF for første gang nogensinde har givet sin velsignelse til et OL-arrangement. Premierminister Tony Blair, borgmester Ken Livingstone og Sebastian Coe har forklaret, at London i slutspurten vil holde igen med reklamekampagner. I stedet sætter man hårdt ind på en såkaldt "sizzle factor", det vil sige sludre- og simremetoden. Briterne vil trykke indædt på alle kontakter i det globale erhvervsliv og i det politiske liv. Tony Blair har således sikret sig taletid ved den afgørende IOC-samling i juli. London har også tangenter at spille på, som de øvrige kandidater ikke har: kongehuset. Da de 13 komitémedlemmer var på besøg i februar, var de til middag hos dronning Elizabeth på Buckingham Palace. Dronningen stillede sig endda ud på balkonen og vinkede farvel til OL-flokken, da de forlod residensen.

NY som verdens andet hjem

New York vandt i november 2002 den amerikanske OL-kandidatur i konkurrence med syv andre byer. En væsentlig faktor var den sympati, som newyorkerne kunne regne med efter terrorangrebet 11. september 2001. Bystyret har således udskiftet sit hæderkronede slogan The Big Apple i samme anledning. Nu kalder OL-kampagnen byen for "The World's Second Home" – dels for at slå på immigranthistorien, dels for at appellere til den omsorg og solidaritet, som hele kloden følte i 2001. Byen har fremlagt nogle af konkurrencens mest storstilede byggeplaner, hvor blandt andre Henning Larsens Tegnestue skal stå for en meget fornem OL-by. Den skal siden bruges til boliger for 50.000 mennesker. Bystyret har fremhævet, at et OL-værtskab vil sikre 100.000 arbejdspladser som kærkommen erstatning for dem, der gik tabt under byens økonomiske nedtur efter terrorangrebet. Det var dog en stor skuffelse for

Stillingen i kapløbet

Et indeks på hjemmesiden gamesbids.com viste i slutningen af februar følgende stilling i OL-kapløbet:

| | |
|----------|-----------------------|
| Paris | 66,51 (66,63 – 61,83) |
| Madrid | 61,91 (61,91 – 55,32) |
| London | 61,08 (61,97 – 60,07) |
| New York | 58,89 (60,15 – 56,40) |
| Moskva | 50,28 (50,28 – 45,58) |

(februar 2005 – højest – lavest)

OL 2012 køreplan

- **Maj 2003:** IOC indbyder medlemslande til at foreslå værtsbyer

New York-kampagnen, at præsident George W. Bush valgte at rejse til Europa i februar, netop som IOC-komiteen var på besøg.

Moskva er dårligst placeret i alle prognoser. Men den russiske hovedstad kan slå på en folkelig opbakning, som slet ikke er til stede i de fire andre byer, hvor miljøorganisationer, bekymrede skatteydere og andre grupper har opnået bred støtte til protester mod OL-planerne. Men ifølge meningsmålinger går 91 procent af alle moskovitter varmt ind for OL-

... Mod slutningen af 2004 begyndte London og Madrid at hale ind på Paris. Det skyldtes ikke kun, at Paris meddelte, at byen alligevel ikke kunne få et nyt svømmestadion færdig til VM i 2009. Nej, det skyldtes i højere grad mangel på historier. London og Madrid havde nyt at berette, mens de imponerende Paris-planer næsten var forberedt alt for godt.

værtskabet. I begyndelsen af 2005 iværksatte Moskva også en intens kampagne for at vise, at byen er klar. Store russiske selskaber stod klar til at støtte projektet med hundredvis af millioner kroner, og byggeplanerne blev opgraderet. Et imponerende projekt, hvor den længste transporttid fra Moskvask centrum vil være 28 minutter.

Madrid besejrede Sevilla i et internt spansk opgør, men byen har sammen med Moskva længe udgjort bagtroppen hos bookmakerne. Men stiltfærdigt og meget overraskende er Madrid krøbet opad, så byen faktisk har overhalet London og New York. Spanien har siden nytår indledt en heftig offensiv for at understrege, at Madrid-planerne er de mest miljørigtige. Således lover bystyret, at det strømlinede byggeri og transportsystem ikke vil føre til større udledning af drivhusgasser.

Strejker kan skade Paris

Paris har gennem hele forløbet været favorit, og den franske hovedstad har taget langt til løb. For byen meldte sig tilsyneladende kun i 2008-ræset for at forberede sit 2012-bud. Dengang tabte franskmændene som ventet til det højtgearede bud fra Beijing.

Den langsigtede planlægning er en konsekvens af den skærpede konkurrence, hvilket også sås, da Australien snedigt lancerede Brisbane til 1992 og Melbourne til 1996 for at få OL 2000 til Sydney. Et forsøg eller to for

at varme op, og så sættes alle kræfter ind. Pariserne står klar med storladne byggerier, frugfrie transportsystemer og en god portion postkortromantik i et overvældende OL-projekt til 6,2 milliarder euro, lig med 46 milliarder kroner. Plus 19 milliarder kroner til afvikling af selve arrangementet. Dette kunne tage pusten fra samtlige konkurrenter, men mod slutningen af 2004 begyndte London og Madrid at hale ind på Paris. Det skyldtes ikke kun, at Paris meddelte, at byen alligevel ikke

kunne få et nyt svømmestadion færdig til VM i 2009. Nej, det skyldtes i højere grad mangel på historier. London og Madrid havde nyt at berette, mens de imponerende Paris-planer næsten var forberedt alt for godt. Det fik pariserne op fra skrivebordene, og i februar iværksattes kolossale kampagner for at appellere til følelser og romantik.

Det strømlinede image havde spillet sin rolle, men nu var der ikke andet at gøre end at slå på gammelkendte pariscenscener med kys og harmonikamusik. Blandt andet på 170 lysreklamer i byen, hvor publikum fra hele verden kunne sende e-mails om deres OL-kærlighed i anledning af Valentine's Day. Byens rådhus stillede sig også til rådighed med gratis fotografering, så tusinder af par drog hjem med et foto af deres forelskelse med Paris' OL-logo som baggrund. Men netop som de 13 IOC-folk var på vej til at inspicere Paris i begyndelsen af marts, dukkede et andet velkendt og alt andet end velkomment pariserfænomen op: De strejker, som et par gange om året sætter Frankrig i stå. En stribe fagforeninger, herunder postbude og togførere, planlagde omfattende demonstrationer netop den dag, da IOC-medlemmerne skulle rejse rundt mellem de planlagte arenaer.

Det har dog ikke ændret på, at de globale bookmakere stadig har Paris som klar favorit. Den franske hovedstad giver kun pengene 1,5 gang tilbage, i flere tilfælde endnu mindre. Men byens egne regnestykker viser tydeligt, hvorfor der stadig er kamp om OL-værtskabet.

Beregninger viser, at byens status som verdens største turistmagnet vil blive styrket med yderligere 6,2 millioner besøgende om året. Og selv om OL i Paris vil koste 8,8 milliarder euro, er der penge at hente. Paris har vurderet, at selve OL-arrangementet og den forøgede vækst kan indbringe 8 milliarder euro i 2012. Altså et minus på 800 millioner euro, men så begynder det også at skæppe: De følgende seks år vil der hvert år rulle ekstra 6 milliarder euro ned i byens kasseapparater. ■

VOXPOP DE TRE VIGTIGSTE MÅL FOR KULTUREN

Af Marianne Strøm Hansen,
Kulturministeriet



Mette Frederiksen,
Socialdemokraterne



Ellen Trane Nørby,
Venstre

Tre vigtigste kulturpolitiske mål

1. Socialdemokratiet foreslog i september 2004 gratis entre til de større danske museer. Det arbejder jeg stadig hårdt på at få gennemført. Regeringens plan om gratis entre på kun to store museer i København er alt for uambitiøs.
2. På medieområdet vil vi arbejde for at stoppe privatiseringen af TV 2 samt sikre, at DR's bestyrelse ikke længere sidder med det overordnede programansvar; DRs redaktionelle frihed skal sikres.
3. Vi vil have oprettet flere kulturskoler i kommunerne, så børn får de bedste muligheder for aktivt at udøve drama, billedkunst osv.

Største kulturoplevelse det sidste år

Jeg bruger det meste af tiden uden for Christiansborg sammen med min datter. Enkelte kulturoplevelser er det dog blevet til. Især "Sommergæster" på Betty Nansen-Teatret gjorde stort indtryk.



Louise Frevert,
Dansk Folkeparti

Tre vigtigste kulturpolitiske mål

1. At styrke den musikalske fødekæde, så vi kan nå et mål, hvor vi har så stor en talentmasse, at vi hovedsageligt har danske musikere i vores symfoniorkestre.
2. At sikre, at de kunstneriske uddannelser har en så høj kvalitet, at vores standard inden for alle genrer kan konkurrere internationalt.
3. At få publikumsfyldte teatre og koncertsale.

Største kulturoplevelse det sidste år

Åbningen af Operaen, hvor jeg var så privilegeret at have mulighed for at være til stede. Et nyt operahus til Danmark er en fantastisk kulturgave.



Per Clausen,
Enhedslisten

Tre vigtigste kulturpolitiske mål

1. At sikre, at der fortsat er to offentligt ejede public service-tv-stationer i Danmark.
2. At sikre danske kunstnere en forsikringsordning, så de har mulighed for at overleve i perioder uden indtægter.
3. Gratis adgang til de danske museer.

Største kulturoplevelse det sidste år

At deltage i gallapremieren på "Nordkraft" i Aalborg.

Valget er overstået, og der er kommet fire nye kulturordførere, mens tre andre fortsætter. Vi har spurgt både nye og gamle kulturordførere, hvad deres tre vigtigste kulturpolitiske mål er, og hvad deres største kulturoplevelse var i det forgange år.



Jakob Axel Nielsen,
Det Konservative Folkeparti

Tre vigtigste kulturpolitiske mål

1. Kulturkanonen er det, jeg brænder mest for, det er godt til at identificere os som danskere, og det kan give os en fælles almen viden på højt niveau.
2. En generel debat om, hvad kultur er, og hvorfor det er vigtigt at beskæftige sig med. For at vi som mennesker skal identificere os selv.
3. Danmark på verdenskortet. Flere store kultur- og idrætsbegivenheder til København og landet i det hele taget. Ikke mindst fordi vi nu har fået det store fine operahus, som kan tiltrække mennesker fra hele verden. Selv om jeg er nordjyde og har mit hjerte der, så mener jeg, at København er noget særligt.

Største kulturoplevelse det sidste år

"Spindoktor" på Nørrebro Teater med Flemming Jensen.



Ole Sohn,
Socialistisk Folkeparti

Tre vigtigste kulturpolitiske mål

1. At få den kulturpolitiske dagsorden til at stå mere centralt i samfundsbatten. Kunsten og kulturen giver samfundet livsenergi og skaber sammenhængskraft.
2. At sikre bedre forhold for landets musikskoler. Musik skaber glæde, og børns faglige indlæring styrkes i sammenhæng med musisk og kreativ udfoldelse.
3. At sikre børn indblik i musik og teater. Alle folkeskoleelever bør jævnligt overvære teaterforestillinger og skolekoncerter.

Største kulturoplevelse det sidste år

At se Asger Jorns enestående vægmalerier i Havanna, Cuba.



Elsebeth Gerner Nielsen,
Det Radikale Venstre

Tre vigtigste kulturpolitiske mål

1. At byde nationalismen og den indadvendte, kanoniserende dyrkelse af danskheden modstand. Det danske udvikles bedst i blæst.
2. At gøre demokratiseringen af kulturen til et politisk korrekt projekt. Igen. Altså: Hvad gør vi for at sikre, at alle i dette land ser biblioteket, museet, teateret eller musikskolen som en reel mulighed for dem?
3. At bruge kulturpolitikken som løftestang til et stadig mere kreativt Danmark. Det er i kulturen, vi finder byggestenene til det, vi skal leve af i fremtiden. Hvad nu hvis... landbrugsstøtteordninger blev forvandlet til kulturkroner?

Største kulturoplevelse det sidste år

En middag hos en somalisk familie. "Hvad er der ved Jeres frihed, hvis man er alene?", blev jeg spurgt i en stue klædt i rødt fra gulv til loft, fra væg til væg, med mennesker i et antal, som ville få ethvert dansk samtalekøkken til at blegne af misundelse.

KORT NYT FRA KULTURMINISTERIET

Af Mette Størum Krogh, Kulturministeriet



NYE UDFORDRINGER

Brian Mikkelsen fortsætter som kulturminister i den borgerlige regering, der i den kommende valgperiode blandt andet har tænkt sig at gennemføre følgende:

- Bedre adgang til kulturarven i form af fri entré til Nationalmuseet og Statens Museum for Kunsts permanente samlinger samt gratis adgang til alle museer for børn og unge
- Udvidelse af skattefrihed for legater og hæderslegater til skabende kunstnere
- Fjernelse af arbejdsmarkedsbidraget på forfatteres indtægt fra bibliotekspenge
- Liberalisering af bogmarkedet. Regeringen har nedsat et udvalg, der skal følge udviklingen på bogmarkedet og fjerne regler, der virker konkurrencebegrænsende. I forlængelse af udvalgets afrapportering vil regeringen fremlægge forslag om liberalisering af bogmarkedet
- Bedre vilkår for frivillige idrætsledere
- Udformning af handlingsplan for at trække flere store idrætsbegivenheder til Danmark
- Privatisering af TV 2
- Flere valgmuligheder på lokalradio- og tv-området



REGLER FOR GOD CITATSKIK

Kulturministeriet vil i den kommende tid være vært ved en række møder med repræsentanter for forfattere, forlag og andre relevante parter. Det sker for at drøfte, hvordan man på bedst mulig vis kan udarbejde retningslinjer for god citatskik, og hvornår der foreligger plagiat i litterære værker.

På grundlag af drøftelserne vil Kulturministeriet nedfælde et sæt vejledende retningslinjer for alle typer af litterære værker, som det litterære og videnskabelige miljø kan støtte sig til i deres arbejde. Det er hensigten, at branchen skal nå til enighed

om retningslinjerne, som dog ikke vil være juridisk bindende.



LISELUND SIKRES FOR EFTERTIDEN

Kulturministeriet har indstillet til Folketingets Finansudvalg, at den romantiske have Liselund på Møn med tilhørende have slot overgår til Nationalmuseet, der vil sikre anlægget for eftertiden.

Med opbakning fra Møn Kommune har kulturministeren fået mulighed for at erhverve slottet og dets park- og haveanlæg fra den nuværende ejer Niels Henrik Rosenkrantz. Det sker på baggrund af donationer fra VELUX FONDEN, Fonden Realdania og Ny Carlsbergfondet.

Liselund blev i 2000 omfattet af loven om bygningsfredning. En selvejende institution har siden 1938 lejet slot og park af ejerne og har stået for driften. Men på trods af mere end 60 års støtte fra private fonde og offentlige driftstilskud, har bestyrelsen for Liselund haft svært ved at få driften til at hænge sammen. Derfor er bygningerne og haveanlæggets historiske ide gradvist blevet nedslidt. Ifølge forslaget overtager Nationalmuseet såvel ejerskabet som ansvaret for drift og vedligeholdelse. Samtidig sikres den fremtidige drift ved øgede tilskud fra staten og Møns Kommune.



TEGNESERIE OM OPHAVSRET

Kulturministeriets tegneserie om ophavsret sendes nu til elever på landets folkeskoler samt til handelsskoler og gymnasier.

Tegneserien af Thomas Thorhauge, der blev sendt til landets biblioteker, da den udkom i august 2004, har nemlig vist sig at være meget efterspurgt. Med udsendelsen af 185.000 eksemplarer til ca. 2.100 skoler rundt i landet er den oppe på ca. 230.000 trykte eksemplarer. Desuden downloades den i stor stil fra Kulturministeriets ophavs-

retshjemmeside www.infokiosk.dk, der har til formål at øge kendskabet til og udbrede forståelsen for de ophavsretlige regler.



INTERNATIONAL JAZZLANCERING

Kulturministeriet har valgt at støtte et nyt internationalt fremstød for dansk jazz med i alt 750.000 kroner over tre år. Det er Dansk Jazzforbund, som står i spidsen for initiativet Jazz.dk – International Jazzlancering.

Målet med Jazz.dk er at hjælpe et udvalg af danske orkestre eller artister med internationale ambitioner og potentiale med at etablere sig på den internationale jazzscene. Dansk Jazzforbundet lancerer initiativet i samarbejde med en række musikorganisationer og økonomisk støtte fra Kulturministeriet.



EVENT DANMARK

2005 bliver et stort event-år i Danmark. Ikke mindst takket være fejringen af H.C. Andersens fødselsdag. For at hjælpe flere og bedre kulturelle events frem i de følgende år, er der nu i VisitDenmarks regi etableret Event Danmark. Event Danmark har nedsat et ekspertpanel, som kan vurdere oplæg og give professionel sparring og vejledning for projekter. Samtidig kan man finde en nyetableret interaktiv webbaseret håndbog for eventmagere på www.eventdanmark.dk. Hos VisitDenmark arbejder man sideløbende med den internationale markedsføring af større events, der kan have interesse for turister. Eventsatsningen er ét af fem større initiativer, som Kulturministeriet og Økonomi- og erhvervsministeriet i fællesskab har gennemført som led i "Vækst med vilje"-programmet under overskriften, "Danmark i kultur- og oplevelsesøkonomien".

Reportage: For et par årtier siden var trav og galop blandt Danmarks mest populære sportsgrene. Siden kom en voldsom nedtur, og i dag er der al for god plads på tilskuerpladserne på travbanen i Charlottenlund. Men måske ikke så længe endnu, for også i Lunden arbejder man på at tiltrække cafégenerationen. Vi har set på, hvem der ser på trav på en helt almindelig løbsdag i februar.



Af Lars Madsen
Foto: Henrik Stenberg

GAMLE TRAVERE

Om søndagen er 78-årige Henning Hansen aldrig i tvivl om, hvordan han skal få dagen til at gå. Sådan har det været i årtier. Søndag er en tur med S-toget fra hjemmet i Hillerød og nogle timer på travbanen.

"Jeg er kommet her i Lunden de sidste 50 år," siger han en søndag i februar mellem to af dagens løb og tilføjer: "Hver søndag."

Henning Hansen sidder alene ved et bord i Charlottenlund Travbanes store spillehal og fortæller, mens hans øjne sjældent viger fra opvarmningen til dagens næste løb. Han er lidt træt af at sidde alene, siger han. Men den faste travkammerat, som han førhen altid så løbene med, synes, at det er blevet for koldt ude i Lunden om vinteren.

"Det er nu sjovere, når man er et par stykker og kan diskutere hestene," mener Henning Hansen. I starten var det bare spilleriet, han kom for, men som så mange af de andre tilstedeværende kom han

jo til at holde af sporten i sig selv. Han lærte den at kende.

"Jeg kan næsten se på en hest, om den er god," siger han lavmælt. Men det er også kun næsten, for alt i alt går det mere eller mindre lige op i totalisatoren. På en gennemsnitssøndag som denne regner han med at skyde omtrent 300 kroner i den stak kuponer, der ligger foran ham. Og gevinst tror han ikke meget på.

"Jeg er inde i en downperiode lige nu," siger han.

Entusiaster

Som travsportspublikummer er Henning Hansen en arketype. Fordi han er mand, stamgæst og oppe i alderen. Det vrirler simpelthen med mænd på mindst 40-50 år i spillehallen, hvor op imod et par hundrede af dagens cirka 450 tilskuere opholder sig. Mange af de resterende gæster hygger sig i en af travbanens restauranter, hvor man sidder mere bekvemt end på de gemene

træbænke og plaststole, som Spillehallen tilbyder. Det er i det hele taget mere behageligt med Restaurant Pegasus' tykke gulvtæpper og opmærksomme tjenere end spillehallens slidte, umalede betongulv, burgerbaren, fadølene, de løse omkringsnusede hunde og den konstante larm fra udsagningsanlægget, der hidst konkurrerer med løbskommentatorens højtaltersnak.

Men det er i spillehallen, man kan mærke passionen. Her stormer folk med Løbsguiden under armen ud ad dørene og ned mod banen, når ekvipagerne drejer ind på opløbsstrækningen. Tag nu bare Merete Gorm, 56, og Ellen Schacke, 65. De står mellem bænkene i deres noble damefrakker med den uundværlige Løbsguiden i hånden og diskuterer, om de til maj skal tage over og se det legendariske Elitløppet i Stockholm. De kunne snildt finde på det, for de brænder for hestene. Merete Gorm så meget, at hun er medejer →



af et par galopheste. Ellen Schacke så meget, at hun i sin håndtaske går rundt med et slidt billede af en smuk, cognacbrun hest ved navn Nichols, der med Ellen Schacke selv på ryggen er i færd med at springe over en forhindring. Nichols var hendes helt egen hest. Den travede i 1970'erne og døde i 1984.

"Se," siger Ellen Schacke ivrigt og peger.

"Den minder lidt om Tarok. Den har også hvide sokker."

Så tager hun straks sig selv i det og ler og siger "nej, nej" – for selvfølgelig var Tarok en ener.

"Jeg er bidt af en gal hest," siger hun.

De to kvinder har set utallige travløb sammen, siden de lærte hinanden at kende på den nærliggende galopbane, hvor især Merete Gorm også kan lide at komme. Nu mødes de hver søndag til trav i Lunden. Fordi det giver frisk luft, fordi det er afslappende, fordi det er spændende at følge hestene. Og for spillets skyld, selvfølgelig.

"Jeg køber programmet om onsdagen og bruger rigtig mange timer på at studere det," indrømmer

Merete Gorm.

Denne dag har hun taget 3-400 kroner med at spille for, og Ellen Schacke noget af det samme. Hvis de vinder, får de sig måske et glas vin i Tarok Bar ovre i hjørnet af den lange hal. Men som alle andre siger de, at det her bestemt ikke er noget, man bliver millionær af.

"Jeg ville lyve, hvis jeg sagde, at det gav overskud," bemærker Ellen Schacke.

"Men jeg har altid trøstet mig med, at det går til hestesportens ve og vel."

De to kvinder er begge opmærksomme på, at det ikke just strømmer til med nye publikummer, og Ellen Schacke siger, at hun simpelthen har været bange for, at Lunden helt skulle lukke. Merete Gorm siger, hun har på fornemmelsen, at det går lidt bedre nu.

Nedturen standset

Oppe i restaurant Pegasus sidder Lundens direktør, Lars Hoffmann, og kan bekræfte Merete Gorms fornemmelse. I hvert fald hvad angår det økonomiske.

"De sidste 25 år er det gået dén

vej," siger han indledningsvis om omsætningen i Lundens spilleboder og peger nedad med hele armen.

"Men nu er det stagneret. Sidste år var første gang, at 20-25 års nedtur for banespillet blev stoppet." Lars Hoffmann siger, at der oven i

for høj."

Derfor har direktøren planer. Den store spillehal skal deles op i mindre, hyggelige miljøer. Der skal gøres mere for at tiltrække cafégenerationen, altså voksne mennesker i 20'erne og 30'erne, der er vant til at gå ud og vant til, at det

"Når jeg har min 10-årige søn med herude og han har fået sin is, pølse og sodavand, så begynder vi allerede at diskutere, hvor mange løb vi skal se. Og det går ikke."

Lars Hoffmann, direktør for Lunden

købet kan registreres en marginal stigning i spilleomsætningen, men den er så marginal, at han ikke kan sige noget om tendenser. Han regner dog med, at publikumstilstrømningen omtrent har fulgt udviklingen i totalisatoren.

Og under alle omstændigheder vil han godt bekræfte det indtryk af tilskuernes gennemsnitsalder, man uvilkårligt danner sig nede i spillehallen:

"Den er for høj," siger han prompte. "Den er mærkbart

koster penge at have det sjovt. Der skal også gøres noget for børnefamilierne. En mulighed er at indføre nogle ikke-ryger-områder, for hvem er i dag interesseret i at lade sit barn tumle rundt i tobaksrøg? En anden mulighed er at gøre det sjovere for børnene at komme i Lunden.

"Når jeg har min 10-årige søn med herude," siger Lars Hoffmann, "og han har fået sin is, pølse og sodavand, så begynder vi allerede at diskutere, hvor mange



løb vi skal se. Og det går ikke."

Nede i spillehallen er der faktisk et diminutivt (og relativt nyt) legehjørne til børnene, men det virker ærligt talt noget skrabet, og direktøren ved det godt. "Det er dødsygt, for at sige det ligeud," observerer han.

De gode gamle dage

Nede ved bemeldte legerum sidder noget af det, Lars Hoffmann drømmer om mere af. Næmlig en 32-årig skatterevisor ved navn Søren Vittarp, der er taget i Lunden for at hygge sig med sin familie. Spise medbragt mad, drikke et glas vin og spille lidt.

Med sig har han hustruen Micha og børnene Caroline på to et halvt

og Markus på halvandet. Sidstnævnte er for øvrigt faldet i søvn – inde i legerummet. Søren Vittarp var nok cirka otte år, første gang han var til trav i Lunden. Det var hans far, der tog ham med, og Søren syntes straks om stedet.

"Det var det der med, at man kunne have sin lille bon og sidde og håbe på at vinde 12 kroner til en is i kiosken," husker han.

"Et eller andet sted er det spillet, der drager. Og så den der hurtige afvikling – man får hurtigt at vide, om man har vundet. Så det er ikke så meget det sportslige, der trækker, men på den anden side er man jo nødt til at sætte sig lidt ind i det."

Engang kom Søren Vittarp hver eller hver anden uge i Lunden, men i dag kan der let gå halve år mellem besøgene. Dels på grund af familien, dels på grund af en ting, alle tilskuerne nævner, når man taler med dem. Stemningen. Det var simpelthen noget andet at gå til trav for 20 år siden.

"Dengang var der mange flere mennesker og mere liv," siger Søren Vittarp.

42-årige Jesper Eulers, der er kommet i Lunden gennem 25 år og denne dag sidder på en bænk nede ved panoramavinduerne, husker også de gode gamle dage. "Dengang var det simpelthen meget mere spændende at komme herude," siger han.

Som forholdsvis ung stamgæst og mand for at spille et par hundrede kroner i hvert løb er han umiddelbart lige det, travsporten har brug for. Men hvor han førhen kom en gang om ugen, er han nu nærmere nede på en gang om måneden.

"Det er fordi, det er ved at blive lidt kedeligt. Det er den primære årsag til, jeg ikke kommer så tit mere," lyder begrundelsen.

"Det er de samme kuske, der kører hver gang, og de samme, der vinder hver gang. Jeg synes, det mere og mere bliver Tordenskjolds soldater. Jeg kan genkende de fleste mennesker, der kommer herude. Det er svært at se, der kommer nye til." ■



Klumme. I Danmark er arbejdet med at lave en kulturkanon lige gået i gang. Her i bladet giver to journalister deres bud på, hvordan Frankrig og Italien ville reagere på at få en national kulturkanon.



DE UREGERLIGE

HVER FRANSKMAND

Af Tine Byrckel, journalist, Paris

“Det ville ingen fransk undervisningsminister nogensinde vove at foreslå!”

Svaret falder prompte, kategorisk og uden et gran af humor på spørgsmålet om, hvorvidt man kunne forestille sig indførelsen af en litterær kanon for gymnasium- og folkeskole i Frankrig. Marie-Therese Adam underviser i fransk på et gymnasium i en forstad til Paris og ved som alle andre franskmænd, at intet er sværere at rokke ved end det sakrosankte franske skolesystem.

”Og hvad fransklærerne angår, så holder de endnu mere end andre lærere på friheden til selv at vælge, hvilke tekster de underviser i”.

Så sent som i februar vandrede tusindvis af skoleelever fra Republikpladsen mod Bastillepladsen, for at demonstrere mod undervisningsminister Francois Fillons forslag til en reform af gymnasiet. Dagen efter var det lærerne, der traskede af sted med bannere. Intet er så ømtåleligt i fransk politik som skoledebatten, og det betragtes som noget nær politisk selvmord at sætte sig på posten som undervisningsminister. Det er i øvrigt ligegyldigt, om man så er fra venstre- eller højrefløjen.

Denne gang gik det som så mange gange tidligere: Ministeren trak størstedelen af reformen tilbage, og roen faldt foreløbig over tropperne. Så for Marie-Therese Adam er det fuldkommen sikkert, at ingen vil vove sin hals på forsøget på at gøre bestemte franske forfattere til obligatorisk læsning i skolen.

”Selvom alle sikkert er nogenlunde enige om, hvilke forfattere man bør have læst”.

Men det er altså den enkelte lærer om at gøre

selv at vælge, om det er Racine, Molière, Balzac, Hugo, Baudelaire eller Duras, eller noget helt andet. Som f.eks. Bram Stokers “Dracula”.

“Nogle af de elever, jeg har, lader jeg da simpelthen læse hvad som helst, bare det interesserer dem”, tilføjer Marie-Therese Adam lettere fortvivlet. “I forstæderne kan man jo blive nødt til at arbejde med andre tekster, end dem der læses på de prestigefyldte gymnasier inde i Paris”.

Spørger man udøvere af andre kunstarter, om de kunne forestille sig en kanon for deres fag, viser den helt særlige franske individualisme sig også hurtigt.

“Selvfølgelig kan man da lave en liste over de bedste kunstnere”, svarer installationskunstneren Claire Dehove, da jeg møder hende på en fernisering, og hun umiddelbart synes, en kanon er en god idé. De tre andre billedkunstnere, der står sammen med hende, nikker samtykkende. Men da jeg spørger nærmere til, hvem der skulle være på listen, bryder en heftig diskussion ud.

“Hvordan vil du sammenligne Duchamp med Rodin, eller Buren med Degas?” spørger den ene opflammet, da det viser sig, at deres lister ser vidt forskellige ud, og det er selve grænserne for kunstarterne, de graver sig ned i...

For er der noget, der karakteriserer franskmænd, så er det, at de elsker at diskutere kunst. Meget tyder på, at de også elsker aldrig nogen sinde at blive enige. Selvom det efterhånden foregår senere på aftenen end tidligere, er der stadig flere tv-udsendelser om ugen, hvor adskil-

lige deltagere hidser sig voldsomt op i diskussioner om litteratur, film og kunst. I mange år var journalisten Bernard Pivot guru for de litterære diskussioner, og han har faktisk i 1988 været med til at udarbejde en bog, der hedder “Det ideelle bibliotek”. På over 700 sider remses det op, hvilke bøger man bør have læst fra alverdens lande. Franskmændene er altså ikke blege for at udarbejde en verdenskanon. Det er ikke, fordi de ikke er elitære og kulturelle, der er bare ikke nogen, der skal komme og bestemme over dem.

I verdenskanonen er der så et ret pudsigt kapitel om nordisk litteratur med de henholdsvis 10, 25 og 49 bedste bøger. H. C. Andersen og Blixen er med i første pulje. Kierkegaard er med i anden pulje, men overraskende nok på linje med Henrik Stangerup. Først i tredje pulje dukker I.P. Jacobsen, Seeborg og Villy Sørensen op, men sandelig også Anders Bodelsen. Er der noget, vi er gået glip af i Danmark? Eller har franskmændene bare en helt anden kanon?

“Frihed, lighed og broderskab”. Lighedsdevisen kunne bruges til at formulere, at alle burde lære det samme. Frihedsdevisen blander sig straks hos de egenrådige franskmænd. Lige meget hvor meget de kan blive enige om, at noget er bedst, så har hver eneste franskmænd sin helt egen kanon. Måske ikke så underligt, nikker De Gaulle samtykkende fra en lille sky, i et land med over 400 oste. ■

ITALIENS KANONER

DEN DANSKE KANONDEBAT GIVER GENLYD I ITALIEN

Af Lisbeth Davidsen, journalist, Rom

Italienerne hører sjældent nyt fra Danmark. Mediedækningen af det danske samfund er stort set fraværende, men pudsigt nok og fuldstændig tilfældigt har italienerne hørt om den danske kanondebat. Eller i hvert fald nogle har hørt om den. Jeg havde selv fornøjelsen at fortælle de italienske radiolyttere om kanonerne i et kulturprogram for nylig. Værten havde bedt mig om at fortælle om “en eller anden kulturel debat” i Danmark, og den kulturelle kanon, mente jeg, ville vække interesse hernede.

Programmets værtinde var straks lun. Hun mener, at også Italien kunne have gavn af en kulturel kanon.

“Vi befinder os i en fase, hvor Berlusconi højrefløj arbejder på afskaffelsen af viden og kultur. Han vil have glade forbrugere, ikke mennesker med viden,” siger Giovanna Zucconi, værtinden på programmet, der hedder Sumo.

Man behøver blot åbne for en tv-kanal. Afklædte piger, quizzer og regimetro nyheder har skubbet programmer med et minimum af omtanke langt om på den anden side af midnat. Forfladigelsen maser som en bulldozer hen over det italienske landskab.

Italien er ellers en kultiveret nation med stor historisk bevidsthed. I modsætning til i Danmark, hvor bonderødderne og janteloven inspirerer til nedadrettet snobberi, har en aristokratisk og lærd bykultur været toneangivende i Italien. Her er det fint at være kultiveret.

Resultatet er, at de veluddannede italienere kender nationens historie og kultur og har en

naturlig, sammenhængende viden om landets forfattere, malere, komponister og arkitekter.

Skolen hjælper til med dannelsen. Systemet var – indtil Berlusconi tidsalder – centralistisk og gammeldags i den gode forstand. Præcise læseplaner sikrede, at ikke en elev gik ud af den italienske skole uden en solid viden om Dante, Boccaccio og Manzoni. Skolen havde masser af rester fra risorgimentobevægelsen, hvis formål det netop var at fylde italienerne med en kulturarv, der kunne give dem det fællesskab, de ikke havde før samlingen i 1860.

Men med den omfattende skolereform, der er blevet indført af Berlusconi-regeringen, er de præcise læseplaner afløst af løst formulerede hensigtserklæringer. Moderniteten har indtaget Italiens skole, og det er nu op til den enkelte skole at sælge sig selv.

En skam, mener Giovanna Zucconi: “Jeg tror, man mister den fælles kulturbaggrund, som holder en nation sammen. Den danske ide er god. Enhver nation har brug for kulturelle pejlemærker”, siger Zucconi.

Men man fornemmer i italienske kulturkredse, at kanondebatten ville blive lige så hed, hvis den brød løs her, som den har været i Danmark.

Nej tak, siger lærerinden på mine børns skole. Hun ved nok bedst, hvilken kulturarv hun ønsker at viderefordre til sine elever.

Og forfatteren Andrea De Carlo, hvis bøger

også er nået til Danmark, mener, en kulturkanon generelt set er en dårlig ide.

“Kunst skal vurderes af dem, der oplever den, ikke af et ministerium”, siger Andrea De Carlo.

“Det er jo ondsindet at sætte en bog på en liste over vigtige nationale værker, blot fordi nogle eksperter kan lide den. Hvad nu hvis læserne ikke gider læse den?”

Dog mener De Carlo, at der kan være en idé i en kulturkanon i forhold til bygninger, statuer, malerier og andre kunstgenstande, som i helt konkret forstand har brug for beskyttelse.

“En statue eller et monument kan ødelægges af vind, vejr og tid. For disse værker er det fint at give point for betydningen for den nationale kulturarv”, siger De Carlo.

Italien får næppe nogen kulturkanon lige nu. Berlusconi dagsorden er af en ganske anden karakter, og måske er det godt sådan. En italiensk kanon ville blive lige så lang, som tårnet i Pisa er skævt. Vi nævner i flæng: Colosseum, Forum Romanum, Pantheon, domkirken i Firenze. Men der er også Tempeldalen på Sicilien og Venedig og Peterskirken og Caracallas Termer. Listen over Italiens kulturskatte stopper aldrig, og heldigvis holder italienerne aldrig op med at værdsætte dem ■

PORTRÆT SLÆGTFORSKERNES PARADIS

Portrætserie. Kulturkontakten portrætterer i en serie kulturinstitutioner rundt om i landet. Dette er det fjerde portræt i serien, der skrives af skiftende danske forfattere.

Af Knud Sørensen, forfatter



Landsarkivet for Nørrejylland For medlemmer af en historieløs generation kan navnet være forvirrende. Nok ved de fleste i dag nogenlunde, hvad der menes med Syddjylland, Midtjylland, Nordjylland, Østjylland og Vestjylland, men Nørrejylland??? Forklaringen ligger i Danmarkshistorien. Arkivet, som blev Danmarks første landsarkiv, blev besluttet oprettet i 1889 (indviet august 1891), og på det tidspunkt fulgte Danmarks sydgrænse Kongeåen, og den grænse delte Jylland i et dansk Nørrejylland og et tysk Sønderjylland. Arkivet skulle altså være arkiv for hele den daværende danske del af Jylland, og det er det geografiske område, arkivet stadig dækker. Den nu danske del af Sønderjylland har sit landsarkiv i Aabenraa.

Sådan er den historie.

Landsarkivet er først og fremmest arkiv for de statslige myndigheder, og selv om arkivet altså kun er 114 år gammelt, så dækker samlingerne af kirkebøger, værnepligtsprotokoller, matrikler, skifteprotokoller, retsprotokoller, jordmoderprotokoller og andet materiale fra de statslige institutioner et

langt større tidsrum. De seneste 200-300 år kan man dykke ned i og følge utallige spor fra nu til dengang eller fra dengang til nu. Det er millioner af menneskeskæbner, der her minutiøst er registreret, det er utallige historier, der stiger op fra de tæt skrevne protokolsider eller springer ud af de mikrofilmmede kirkebøger. Og da arkivet ikke bare har materialerne fra de statslige myndigheder, men også rummer et stort privatarkiv stammende fra foreninger, institutioner og privatpersoner, er det ikke underligt, at de oprindelige bygningsmæssige rammer blev for små. I 1964 opførtes en ny magasinbygning i syv etager, hvoraf de to er under jorden, i 1993 erhvervedes militærets gamle eksercerhus, så alt i alt disponerer arkivet i dag – inkl. to fjernarkiver – over ca. 70 hyldekilometer. Så meget fylder vi jyder, selv når vi reduceres til notater.

Og så vil jeg godt prøve at beskrive mit eget indtryk af arkivet og dets brug. Det er snart to år siden, jeg begyndte arbejdet på en biografi om landsbydeggen og dagbogsskriveren Severin Weiersøe, og

i den forbindelse fik jeg stort behov for at sætte mig ind i et ret omfattende materiale. Det drejede sig naturligvis om kirkebøger, folketællinger og den slags, men nok så meget om hans efterladte papirer i form af breve og dokumenter, avisudklip og bøger med afskrifter, alt sammen noget, som en af hans efterfølgere som lærer i Storing havde overladt Landsarkivet til opbevaring i det såkaldte privatarkiv. At jeg som ret arkivfremmed fik upåklagelig og effektiv hjælp af personalet, bidrog i høj grad til mit overvejende positive indtryk af arkivet.

Jeg har dog også lidt negativt at sige om institutionen, og det skal med. Der er for få arbejdspladser, ca. 80 er der vist, og man kan ikke bestille plads i forvejen. Før mit første besøg prøvede jeg, men fik at vide, at det kunne jeg kun, hvis jeg boede i København. Og da jeg ikke havde lyst til at flytte til København, og da jeg ikke ville risikere at køre 128 km forgæves, måtte jeg hver gang tage hjemmefra i så god tid, at jeg kunne være nogenlunde sikker på at komme ind. Det var vi mange, der praktiserede. En vin-

termorgen stod der 20 minutter før åbningstid 72 mennesker i kø. Det var frostvejr (minus fire grader), vi stod i fri luft, og det blæste, og vi frøs. Men intet behjertet medlem af det personale, man kunne se hygge sig i varmen indendørs, kom og åbnede døren, så vi i hvert fald havde kunnet vente inde i forhallen eller i garderoben eller på trappen op til læsesalen.

Men når man så først er kommet ind og nærmest i løb har sikret sig en arbejdsplads, er der en virkelig god atmosfære på stedet. Her er man i slægtsforskernes paradys. Jeg vil ikke helt afvise, at der ved enkelte af arbejdspladserne har siddet nogle og bedrevet grundforskning, men langt de fleste var slægtsforskere, som for manges vedkommende kendte hinanden og interesserede sig for hinandens arbejde, hvilket man ikke kunne undgå at høre ved frokosttid i den såkaldte café (der ikke har servering, og derfor burde kaldes frokoststue). Det emmede – såvel på læsesalen som i frokoststuen – af hygge og engagement.

Betegnende er det nok også, at jeg med mine 76 år følte mig blandt jævnaldrende. ■



BLÅ BOG

Knud Sørensen (f. 1928), Landinspektørensamen fra Den kgl. Veterinær- og Landbohøjskole i 1952, hvor han også debuterede som forfatter i tidsskriftet Hvedekorn. Siden starten af 1980'erne fuldtidsforfatter og

foredragsholder. Tidligere medlem af repræsentantskabet for Statens Kunstfond. Modtager af en lang række priser og legater, herunder Kritikerprisen (1997).

VIDSTE DU

Vi fortæller her om nogle af kulturinstitutionernes nye initiativer. Læs om flere under overskriften "Vidste du" på hjemmesiden, www.kum.dk.

Af Mette Størum Krogh, Kulturministeriet

DK: DESIGNSKOLEN KOLDING PÅ MoMA

To produkter fra Designskolen Kolding er blevet udvalgt til udstillingen "SAFE: Design takes on risk", der finder sted fra oktober 2005 til januar 2006 på MoMA (Museum of Modern Art) i New York.

Det ene projekt, "How to disappear kit", er lavet af Lars Lyngstadaas, Luca Leo Funch Dyrvang, Louise Rosenkrans, Kim Meier, Morten Just Hansen og Anne Mette Karsted Poulsen. Det er en førstehjælpskasse, der består af flere dele, som kan bruges i overvågningssamfundet.

Det andet projekt er en redningsflåde, "Life Raft", udviklet af Nikhil Garde i tæt samarbejde med VIKING Life-saving Equipment A/S i Esbjerg. Redningsflådens konstruktion gør det lettere at redde sig op i flåden fra vandet.



MODTAGERE AF AKADEMIETS MEDALJER

Det Kongelige Akademi for de Skønne Kunster under Akademiraadet er statens rådgiver i kunstneriske spørgsmål. Ved Akademiets stiftelsesfest den 31. marts blev følgende medaljer overrakt:

Thorvaldsen Medaillen – den højeste udmærkelse, Akademiet kan tildele en billedkunstner – til billedhuggeren Kirsten Justesen og billedkunstneren Jytte Rex.

Eckersberg Medaillen – for indsats af høj kvalitet inden for den fri eller den bundne kunst – til arkitekten Steen Høyer, arkitekterne Bjarke Ingels og Julien de Smedt - Plot Tegnestuen, billedhuggeren Jørgen Michaelsen, maleren Ellen Hyllemose, maleren Vibeke Mencke Nielsen, maleren Tal R, fotografen Per Bak Jensen og fluxus-

kunstneren Henning Christiansen.

Thorvald Bindesbøll Medaljen – for indsats af høj kvalitet inden for brugskunst og industriel grafik – til væveren Jette Gemzøe.

N.L. Høyen Medaljen – for indsats af høj kvalitet inden for forskning, fortolkning eller formidling af de skønne kunstner – til kunsthistorikeren Lene Burkard.

Akademiets Guldmedalje tildeles arkitekten Mads Bjørn Hansen, der er vinder af Akademiets Guldmedaljekonkurrence 2004 for unge kunstnere.



HISTORIENS DAG FÅR HJEMMESIDE

På Kulturarvsstyrelsens hjemmeside kan man på adressen www.kuas.dk/kulturarv/ historiensdag nu finde uddybende oplysninger om Historiens Dag 2005.

Siden er åben for alle, men henvender sig specielt til de mange, der vil være med til at gøre søndag den 22. maj til en begivenhedsrig dag for hele familien. Ved at klikke ind på Historiens Dag 2005 kan man finde gode ideer, praktiske oplysninger, materialer og meget mere. Det er også her, de kommende arrangører af den historiske skattejagt skal tilmelde sig.

Primo april åbner Kulturarvsstyrelsen en elektronisk arrangementskalender på hjemmesiden, hvor børn og forældre via et danmarkskort kan finde frem til diverse arrangementer.



H.C. ANDERSEN PÅ DET KONGELIGE BIBLIOTEK

Det Kongelige Bibliotek har valgt at markere H.C. Andersens 200-års fødselsdag med en række udstillinger, udgivelser og arrange-

menter. Her vil man få lejlighed til at opleve udvalgte eksempler på museets samlinger af anderseniana. På hjemmesiden kan man blandt andet læse H.C. Andersens breve, dagbøger og eventyr og se hans papirklip og portrætter. I marts udgav Det Kongelige Bibliotek en eventyrbog som gave til familier med et andet modersmål end dansk. Bøgerne, der indeholder en håndfuld af H.C. Andersens kendteste eventyr, er alle nyoversat til arabisk, tyrkisk, bosnisk, somalisk, farsi og urdu. Bogen distribueres via folkebiblioteket og er udgivet i samspil med integrationsministeren. Desuden vil biblioteket være vært ved en række udstillinger om eventyrdigteren.



DEN DIGITALE TOLLUNDMAND

Tollundmanden rører ikke længere på sig – men næsten. På det nye websted www.tollundmanden.dk kan man læse om Tollundmandens liv og død. Alle aspekter er beskrevet med tekst, fotos, illustrationer og ikke mindst videosekvenser, som er med til at levendegøre historien. Websiden er udviklet som led i et kulturarvsprojekt i samarbejde mellem Silkeborg Museum, Amtscentret for Undervisning i Århus Amt og Silkeborg Bibliotek. De bærende ideer i projektet er at anviser nye veje og aspekter i museumsformidling og formidlingen af vores kulturarv.

Magasinpost

Afsender:
Portoservice Aps
Hjulmagervej 13
9490 Pandrup

ID-NR. : 46421

