



EWAS KRÖNIKA NR 3, MARS 2008

## PRODUKTPLACERING ELLER OBEROENDE UTSTÄLLINGSVERKSAMHET?

I samband med möbelmässan i Stockholm öppnade vi en utställning på Skeppsholmen om det legendariska amerikanska designparet Ray och Charles Eames. Framför allt deras möbler, nya och gamla, och processen bakom. Möbler som producerats av företaget Vitra, som också hade sammanställt utställningen. Den visade även delar av Eames livsgärning, utveckling och starka inflytande under 1900-talet. Därutöver ordnade vi en fullsatt föreläsning med dottersonen Eames Demetrios i samarbete med Arkitekturmuseet.

Detta har föranlett en del diskussioner om huruvida vi kan behålla vårt oberoende och trovärdighet, när vi väljer att samarbeta med ett kommersiellt företag. Suraste uppstötningen kom från Sara Kristoffersson i Svenska Dagbladet. Främst mot Arkitekturmuseet, som samtidigt visade en möbelutställning i samarbete med företaget Artek, men även mot Svensk Form, som enligt Kristoffersson begick samma dundertabbe. Ren produktplacering, reklamjippo, en simpel utsträckning av mässan. Annonstavla för företag. Missbruk av vårt offentliga uppdrag att oberoende och kritiskt granska.

Det är lika bra att ta tjuren vid hornen och ta en öppen diskussion. Har vi verkligen sålt oss till vargarna? Lurar vi medborgarna? Har vi inte kommit lite längre? Är det utslag av gammal moralism? Innan jag går vidare vill jag först slå fast, att beslutet att visa Eames hos oss under möbelmässan har vi fattat med höguret huvud. Vi står för det fullt ut.

Den frågeställning som Kristofferson tar upp är intressant, men hade tjänat på om hon utvecklat resonemanget. Ifrågasatt om de offentliga institutionerna har tillräckliga resurser för att driva sin publika verksamhet. De flesta som idag jobbar med utställningsverksamhet trollar med knäna och arbetar aktivt med sponsring. Alla har inte lyckan att ha en Robert Weil i ryggen.

När det gäller näringslivssponsring har det ändå hänt en del, toleranströskeln har höjts och är idag allmänt accepterad. I alla fall så länge det sker utan påverkan på innehållet. Helst med så diskret exponering som möjligt. (Tyvärr tycks det dröja innan avdrag för kultursponsring genomförs.) Men redan när det börjar handla om turnerande utställningar, rynkar kritikerna på näsan, oberoende av kvaliteten. Vi hörde från annat håll, att även Moderna Museet fick en släng av slevan för att de tagit emot en färdig Andy Warhol-utställning. Det är väl ändå så att en bra utställning är en bra utställning, oavsett vem som har producerat den?

När det gäller tidskrifter är acceptansen annorlunda. Man kan visserligen ifrågasätta balansen mellan annonser och innehåll, men inte behovet av annonsörer. Det finns ändå en grundmurad tilltro till att journalister jobbar oberoende och kritiskt. Oavsett ägare och annonsörer. I bästa fall leder fler annonser till mera resurser till innehållet, och därmed ökad kvalitet. Vi har just inlett den resan med FORM, även om det inte är helt okontroversiellt inom föreningen. Jag är ändå övertygad om att Staffan Bengtsson behåller sitt oberoende och kan kritisera Svensk Form när han anser det befogat, samtidigt som han gläder sig när han kan satsa mera på innehållet.

Kvalitet och innehåll måste alltid komma i första rummet. Men design har inte samma utgångspunkter som konst. I designprocessen finns ett naturligt, ofta nödvändigt, samspel mellan designer, producenter och brukare. Eames hade aldrig kunnat utveckla hela sin multidisciplinära och omfattande gärning utan en nära relation till företag och tillverkare. Som t ex med IBM, med Herman Miller eller med Vitra. Svenska designer skulle inte ha haft sin internationella framgång utan samarbeten med goda producenter.

För Svensk Form har det alltid varit naturligt att arbeta med producenter. Se bara på designens historiska utveckling och koppling till produktion och ekonomi! Vi är stolta att ha fångat upp möjligheten att visa upp en förebildlig producent som Vitra och hur de arbetar med Eames produktion. Av stort intresse för både allmänhet och designer. Något vi aldrig kunnat göra utan samarbetspartners. Vi tog även kontakt med Nordiska Galleriet för samarbete kring logistik och ville gärna få hit deras Eamesintresserande kunder. Utställningsgestaltningen, som gjorts av arkitekten Tiziano Barachino är av hög kvalitet och visar både visionen och arbetsprocessen. Roligt att så många unga kommit till föreläsningen och utställningen och inspirerats av Eames skaparkraft och lekfullhet, som fått förnyad aktualitet.

Ett plus var att vi, liksom en rad andra institutioner, gallerier, butiker, hotell och restauranger på detta sätt kunde delta i det som vuxit till en Stockholm Design Week. Att så många samverkar kring design ökar bara kraften. Besökare och journalister har strömmat till från hela världen. En välgörande vitamininjektion.