



Ewas krönika nr 3 2009 Swedish Love Stories

Har ni sett hur maskrosstjälkar krullar upp sig när man lägger dem i blöt? Formen har inspirerat Nina Jobs eleganta klädhängare Loop för Gärsnäs, som premiärvisades under Stockholms möbelmässa i år. Referenser till naturen dök upp på många ställen under designveckan. Thomas Sandell ramade in Lammhults monter med böljande trästavar.

Konstfackseleverna utforskade trädgården som förbindelse mellan natur och människa. Martin Bergströms undervegetationsmönster vällde ut över Carl Malmstens klassiska fåtöljer och vassen rör sig subtilt i vinden på dörrarna till CKR:s växande skåpserie hos Asplunds.

Temat återkommer i utställningen Swedish Love Stories under möbelmässan i Milano. Naturen och skogen, våra svenska berättelser. Platserna och människorna bakom produkterna, relationen mellan formgivare och företag, materialen och tillkomstprocessen. Titeln flirtar förstås också med myten om Sverige. Tack vare Giulio Cappellini, kreativ ledare för Superstudio, har vi erbjudits denna prestigefyllda plats mitt i Zona Tortona. Svensk Form är projektägare i samarbete med Stockholm Furniture Fair, VisitSweden, Stockholms stad och Exportrådet. Ett urval designere och producenter deltar i utställningen, som är den första i en treårssatsning. Syftet är att positionera svensk design internationellt. Hög tid. I Milano samlas hela världen under en intensiv vecka. Några hundra meter därifrån firar Ikea 20-årsjubileum i Milano, med produkter från senaste PS-serien, som trendriktigt plockat upp de svenska rötterna. Parallellt ställer en stark trupp svenska företag ut på själva Salone del Mobile. Glädjande nog lika många som vanligt, trots sjunkande konjunktur.

Svensk Form har ett uppdrag att främja svensk design nationellt och internationellt. Visserligen ringa, ca 2 miljoner kronor per år, men angeläget, och något vi vill växla upp i nya samarbeten. Vi koncentrerar oss i nuläget på design för hållbar utveckling och internationella relationer. Design S och UNG är två budbärare. En förutsättning för god design i dagens termer är etisk och miljömässig hänsyn i produktionsprocessen, utöver de funktionella och emotionella värdena. Det finns ingen genväg, samtidigt som konsumtion och samhällstillväxt must go on. Svensk design står sig fortfarande internationellt, ofta förknippad med vårt historiska, sociala och humanistiska perspektiv. Aktuellare än någonsin. Samma värden är del av framgången för svensk design i Japan. Till hösten firar vi tioårsjubileum för Swedish Style in Tokyo, med bl a UNG på Sveriges ambassad.

Något som faktiskt skiljer oss från våra nordiska grannländer, är att vi har fler framgångsrika kvinnliga designere. Utställningen 17 Swedish Designer, som tidigare visats i New York och Europa, har tack vare efterfrågan uppgraderats och fortsätter nu till betydelsefulla visningsplatser runtom i USA. Svensk Form står som avsändare, med generöst stöd från Barbro Osher Pro Suecia Foundation.

Att hitta vad som är specifikt nordiskt har varit utgångspunkten i diskussioner med våra nordiska kollegor, när vi på initiativ av Nordiska Rådet samlats inför en ny nordisk designutställning för World Expo i Shanghai 2010. Om och om igen återkommer den demokratiska designen, design för ett bättre liv, vårt nordiska DNA, effekten av nordisk design, design som positiv utvecklingskraft. Vi funderade mycket på den förväntade kinesiska publiken, ca 70 miljoner, men även på den fortsatta turnén när vi slutligen enades kring temat Play For Life. Vikten av lek och avkoppling, ett värdigt liv. Från barndom till ålderdom.

Rätten till livsnödvändig lek är också utgångspunkten för utställningen Semillas Suecas – Svenska Frön. Svensk Form står för produktionen i samarbete med Sida/SI. Svensk design för barn, initiativ och projektledning Margarita Bergfeldt Matiz, colombianskfödd svensk industridesigner. Efter Bogotá och Mexico City fortsätter turnén till Tyskland och USA.

Vad kan få oss att känna verklig vilja till förändring mot en hållbar livsstil? Det är den största utmaningen vi brottas med i arbetet med BISTRO 3000 – Serving the Future, där vi istället för en konventionell produktutställning valt att utgå ifrån mat och måltid i kommunikationen om hållbar design. Mer därom i nästa krönika.