

Revolutionärerna

The Revolutionaries

Mark Isitt

Vad får man om man delar ett A4-ark i två delar? Ett norskt pusse!
Vad står det i norska rondeller? Max åtta varv!
Varför föddes inte Jesus i Norge? De kunde inte hitta tre vise män!
Att skämta om norrmän är verkligen jätteroligt. Tycker vi svenskar.

Och är man en skadeglad arkitektur- och designskribent, som jag, då har man kunnat skratta hejdlöst i snart ett halvsekel. För medan danskarna, finnarna och svenskarna erövrat världen med sina möbelklassiker har Norge tillverkat mycket lite. Bortsett från de där ergonomiska kontorstolarna i björträ, vill säga, så konsekvent monstruösa att det närmast framstod som en tanke, som om man ville markera sitt förakt för grannländernas framgångar, säga att här skulle minnans inte läggas någon tid på produktutveckling eller marknadsanalyser eller affärer med välsnordade italienare. Inte för all oja i världen.

What do you get when you cut a piece of paper in two? A Norwegian jigsaw puzzle!
What do the traffic signs in Norwegian roundabouts say? No more than eight rounds!
Why wasn't Jesus born in Norway? They couldn't find three wise men!

Making jokes about the Norwegians is really great fun. For us Swedes. And for a malicious commentator on architecture and design such as myself, Norway has provided plenty of laughs for almost half a century. While the Danes, Finns and Swedes conquered the world with their classic furniture designs, Norway produced very little. Except for those ergonomic office chairs in bent wood, that is, so consistently monstrous that they more or less appeared like a notion intended to express disgust at their neighbouring countries' successes, as if to signal an unremitting unwillingness to spend any time whatsoever

Oljan ja. Inte ens den fick oss att sluta skratta. Att Norge plötsligt blev ett av världens rikaste länder spelade liksom ingen roll så länge möblerna förblev så där löjligt rediga och fordrande och – "norska". Oljefyndigheterna verkade rent av göra norrmännen ännu mer världsfrånvända och skrattretande. Om där någonsin funnits innovativa idéer drunknade dessa nu i de väldiga naturtillgångarna; vad brydde sig Norge om visioner när de hittat det svarta guldet.

Det där skrattet, det fastnade i halsen på mig den 6. februari 2004. Visst hade jag hört talas om dem tidigare. Året innan hade de tilldelats en utmärkelse, tror det var Norsk Designråds hederspris – något inhemskt och obetydligt hur som helst – och de hade ställt ut en serie faner-möbler på Stockholms möbelmässa. I och för sig inga ergonomimonster, men objekten kromade sig och stod i och var lite väl inställsamma och lustiga. Men finishen var imponerande, allt såg ut att vara producerat av en av de där välsnordade

on product development, market analyses or business transactions with well-greased Italians. Not for all the oil in the world.

Ah, the oil. Even that couldn't stifle our laughter. It just seemed to make no difference that Norway had developed into one of the wealthiest nations in the world as long as their furniture remained so ridiculously proper and wholesome and – "Norwegian". The oil reserves actually seemed to make the Norwegians even more provincial and laughable. If there ever were any innovative ideas, they drowned in those massive natural resources; what did Norway care about visions now that they had their black gold?

I choked on my own laughter on the 6th of February 2004. I had, admittedly, already heard about them. The previous year they had received some award – I think it was the Norwegian Design Council's Honorary Prize, something local and insignificant at any rate – and they had exhibited a series of plywood furniture at the Stockholm



Fig. 9 Sofa Break, L.K. Hjellev, 2004

italienarna, trots att det bara rörde sig om prototyper. Och namnet var kaxigt förstås. Liksom montern, klädd i en retrochic vasstapet som de måste ha stulit från någon gammal ungdomsgård.

Men nu ringde telefonen. Och det var Matti Klenell. Året innan hade han vunnit Forum AID's +1-pris för att ha designat Stockholmsmässans bästa nya produkt och i år var det följaktligen hans tur att utse vinnaren. Han hade vandrat mässgolvet i två dagar. Och nu hade han bestämt sig. "Kom till L.K. Hjellevs monter så ska jag visa dig!" Sa han inte alls förresten, för ingen svensk visste vad L.K. Hjellev var vid den här tidpunkten. Men vi fann varandra i mässvillet och vi fann produkten han ville belöna och vi fann de tre omtumlade designerna och vi fann en lycklig producent och vi fann ett Norge som vi aldrig sett tidigare (fig. 9). Matti pinpointade kvaliteterna i detta nya Norge i sin motivering:

Norway Says' samarbete med stoppmöbelproducenten LK Hjellev har givit en mycket sammanhållen kollektion samtida och intelligenta möbler. Till dessa har formgivarna tagit fram en serie möbeltextilier som produceras av Gudbrandsdalens Uldvarefabrik vilket ytterligare förstärker intrycket av ett både lustfyllt och ambitiöst samarbete. Mest glänsar pausmöblen Break. Dess form signalerar tydligt både gemenskap och avskildhet i det offentliga rummet. Trots sin diskreta form tar den plats, den rör på sig och markerar att den finns. Den klarar utan problem balansgången mellan att vara en uttrycksfull gestalt, ett praktiskt sittredskap och användbar möbel för offentliga sammanhang. Dessutom utstrålar Break ett beundransvärt kvalitetstänkande som andas mer Udine än Sykkylven.

Prestigelösa, omsorgsfulla, kvalitetsmedvetna, formsäkra, kommunicerande ... Se där en norgehistoria som även normän kan skratta åt.

Furniture Fair. No ergonomic monsters, far from it, but the objects twisted and turned and were slightly too subservient and comical for their own good. But the finish was impressive, everything looked as if it could have been produced by those well-greased Italians, even though they were only prototypes. And the name was cocky, of course. Just like the exhibition stand, dressed in a retro chic tammy wallpaper they must have stolen from some rundown youth club.

But now my phone rang. And Matti Klenell was at the other end. Last year he had won Forum AID's +1 Prize for designing the best new product at the fair, and thus it was up to him to pick this year's winner. He had spent two days trawling the fair and now he had arrived at a decision. "Come over to L.K. Hjellev's stand and I'll show you!" He said not, because at that time no Swede had an inkling what L.K. Hjellev even was. But we found each other anyway and we found the product he wanted to reward and we found three dumbfounded designers and we found a thrilled producer and we found a Norway we had never seen before (fig. 9).

A few hours later, at the prize ceremony, Matti pinpointed the qualities of this new Norway in his speech:

The collaboration between Norway Says and the furniture producer L.K. Hjellev has resulted in a highly consistent collection of contemporary and intelligent furniture. For these pieces the designers have used a series of furniture textiles produced by Gudbrandsdalens Uldvarefabrik, a choice that fortifies the impression of joy and ambition underlying their collaboration. The brightest star in the collection is the leisure furniture piece called Break. Its form signalizes both community and enclosure in the public space. Despite its discrete form it occupies a space, it moves and asserts its existence. It balances elegantly between being an expressive manifestation, a practical tool for sitting and a practical piece of furniture for public occasions. In addition, Break exudes an



Fig. 10 Y-stolen, Hans J. Wegner, Carl Hansen, Danmark, 1950

Norden. Smaka på namnet. På engelska blir det ordagrant "The North". Vem kom på det? Någon söder om oss uppenbarligen. Som om det fanns ett fågel, fisk eller mittemellan på jordklotet och vi bodde uppe vid världens ände vid stupet till drakarna dit ingen vettig människa vågade ta sig för att fråga oss vad vi själva ville bli kallade.

Norden eller Skandinavien – var bör vi egentligen? Det ena har fem länder, det andra har tre. Alla är kalla, visst, men ändå radikalt olika. Men om detta bryr sig kanske ingen i "The South" eller "The West" eller "The East". Det som fått avgöra vår adress, vår hemvist, är istället namnen som sådana. Hur de ligger i munnen. Och då är svaret givet. "The Nordic Countries" låter vadmalskt och trolskt och rent förhistoriskt. Medan "Scandinavia" klingar blont och sexigt och urbant och det bara porlar ut över läpparna lätt och friskt som en fjällfors vid töväder. Förföriskt. Men också förrådiskt. Åtminstone för formgivare.

Sedan Scandinavian Design-begreppet blev en kassako västvärlden över har många designers varit nära att gå ner sig i den där fjällforsen. Det som en gång började som en ganska bokstavstrogen omtolkning av en lokal hantverkstradition har idag reducerats till en stil som

admirable sense of quality that smacks more of Udine than of Sykkylven.

Unprestigious, attentive, quality conscious, clean-styled, communicative ... See, there's a Norwegian tale that even Norwegians can laugh at.

"Norden". Consider it. In literal English, "The North". Who coined that appellation?

Probably someone from further south. As if there were some bird or fish, or something in-between, on the planet Earth and we lived up at the far end of the world on the edge of a cliff where dragons lurked and no sane person would dare venture to ask us what we ourselves would prefer to be called.

The Nordic countries or Scandinavia – where do we really live? One appellation includes five nations, the other three. They are all cold, to be sure, but still radically different. But perhaps that is of no concern to peoples in "The South" or "The West" or "The East".

Instead, the names themselves have come to define our address, how well they fit the mouth. And that determines the answer: "The Nordic Countries" has an air of homespun frieze, trolls and archaism, whereas "Scandinavia" conjures up blond, sexy, urban associations and just rolls over the lips as lightly and refreshingly as a mountain waterfall in springtime. Seductive. But also treacherous. At least for designers.

Ever since the Scandinavian Design concept turned into a money machine all over the Western world, many a designer has been on the verge of falling down that waterfall. What once started as a rather literal interpretation of a local tradition of craftsmanship is today reduced to a style that is indiscriminately tacked on products just in order to jack up their price by a few hundred kroner. So formalized that one might think it was invented by a publisher of coffee-table books.

It wasn't. Open the coffee-table book, and you will see that the origins of Scandinavian Design instead were peasantlike and quite spartan

utan urskilning klistras på produkt efter produkt i syfte att få upp priset ett par hundralappar. Så formaliserad att man skulle kunna tro att den är uppfunnen av en förläggare av coffee-table-böcker.

Det är den inte. Öppna coffee-tableboken så får du se att upprinnelsen till Scandinavian Design snarare är bondsk och tämligen torftig – mer osofistikerat nordisk än elegant skandinavisk, om du förstår. Till och med när det rör sig om en sådan graciös skapelse som Hans Wegners Y-stol (fig. 10). Den ritades för omkring 60 år sedan och medan amerikanerna gjorde glasfibermöbler och italienarna flexibla och ledade stoppmöbler tog Wegner vad han hade och sågade och sandpaprade och limmade och snörde ihop en ekstol. Bara så där. Ungefär som man alltid gjort i generationer här uppe vid stupets rand.

Medan danska formgivare har haft svårt att axla arvet efter Wegner och de andra titanerna har de tre normmännen i Norway Says varit lite som kokkar i England: de har haft allt att vinna, inget att förlora. Och medan danskarna nöjt sig med att förvalta snarare än förnya har Norway Says kunnat accelerera ut i omkörningsfilen som tagit dem till Stockholm och Milano och ICFF och en position som slutligen gjort deras namn rättvisa: Vad Norway Says säger är idag verkligen det Norge säger.

Vilket är lustigt med tanke på hur ironiskt namnet måste ha varit tänkt från början. Du ser det framför dig: i den ena ringhörnan en elitistisk och mått möbelsvärld, i den andra ett gäng nyklädda designers. Ett klassiskt underdogdrama. "Tre normmän. En dröm. Noll erfarenhet", som det skulle hetat på Hollywoodlingua. Och av trions agerande att döma verkade man inte ens känna till hur den norska möbelindustrin arbetade. Eller så var det just det man gjorde, man bara valde att göra precis tvärtom.

Så här säg verkligheten ut i design-Norge i slutet av 90-talet, då Torbjørn Anderssen, Andreas Engesvik och Espen Voll tog sin examen:

– more unsophisticated Nordic than elegantly Scandinavian, if you see what I mean. That even applies to as graceful a creation as Hans Wegner's Y-chair (fig. 10). It was designed about 60 years ago, and while the Americans were making glass fibre furniture and the Italians were creating flexible, jointed upholstered furniture, Wegner just grabbed whatever materials were at hand and sawed and sandpapered and glued and strung together an oak chair.

Just like that.

More or less like people always had done up here on the edge of the cliff.

While Danish designers have been burdened under the heritage of Wegner and the other titans, the three Norwegians in Norway Says have found themselves in a situation slightly resemblant to that of English chefs: All to win and nothing to lose. And while the Danes settled for administration rather than renewal, Norway Says were free to shift into the fast lane that brought them to Stockholm and Milan and New York and a position that finally did justice to their name: Today, what Norway Says says is really what Norway says.

Which is quite funny considering the ironic undertone they probably intended the name to have at first. One can picture it: In one corner an elitist and complacent world of furniture and in the other a gang of newly hatched designers. A classic underdog story. "Three Norwegians. One dream. No experience." To phrase it in Hollywood lingo. And judging by the trio's actions, they didn't even know the first thing about the business, not even how the domestic furniture industry operated.

Or perhaps they did, but just decided to do the opposite.

This was the reality of Norwegian design in the late 90's when Torbjørn Anderssen, Andreas Engesvik and Espen Voll graduated:

1. A designer worked alone, under his or her own name.

2. You worked for the same producer throughout your whole career.

1. Som designer jobbade man ensam, under eget namn.
2. Man jobbade för en och samma producent hela karriären.
3. Och man jobbade i Norge för norska producenter.

Alla de där oskrivna reglerna bröt Norway Says emot. Och lade grunden till en vitalare norsk designindustri.

Förändringen var inte bara deras förtjänst naturligtvis. Den låg i tiden, Claesson Koivisto Rune hade genomfört en liknande revolution i Sverige tio år tidigare. Claesson Koivisto Rune som för övrigt är svåra att kringgå när man talar om Norway Says. På avstånd kan det framstå som om norrmännen modellerat hela sin karriär på den svenska trion. Men bara delvis. Medan Märten Claesson, Eero Koivisto och Ola Rune drivit företag ända sedan examen från Konstfack är Norway Says snarare en slumpmässig konsekvens av ett utställningsprojekt som inte gick som det var tänkt. Det som skulle ha blivit en scen för det bästa inom samtida norsk design blev istället en utställning för fem enskilda formgivare som i sin tur blev ett företag med tre delägare. Det var först under utställningsarbetet som Anderssen, Engesvik och Voll insåg hur kompatibla deras respektive uttryck faktiskt var.

Därefter blir beröringspunkterna fler. Förutom de allra mest uppenbara – båda grupperna är tre, alla är män, alla är från samma generation – finns stora likheter i formgivarnas personligheter. Anderssen och Claesson är filosoferna, Voll och Koivisto praktiker, Engesvik och Rune de trendkänsliga navigatörerna. Mycket förenklat förstås. Och även estetiskt rimmar de. Elegansen, det avskalade, de rena linjerna. Ett i grunden mycket skandinaviskt formspråk. Inte redigt och fordrande och "norskt", men skandinaviskt så som vi känner det från Wegner, Alvar Aalto och Bruno Mathsson. Eller Jasper Morrison, för att ta ett mer aktuellt exempel – den säregne engelsmannen som hjälpt till att popularisera "vår" minimalistiska stil i västvärlden.

3. And in Norway you worked for Norwegian producers.

Norway Says broke all those unwritten rules. And by doing so they laid the foundation for a more vital Norwegian design industry.

It was not all their doing, of course. The time was ripe. Claesson Koivisto Rune had conducted a similar revolution in Sweden ten years earlier. Claesson Koivisto Rune who, by the way, are hard to circumvent in any discussion of Norway Says. Seen from a distance one may form the impression that the Norwegians modelled their whole career on the Swedish trio. But only to a certain extent. Whereas Märten Claesson, Eero Koivisto and Ola Rune started a company as soon as they had taken their exams at Konstfack, Norway Says was more of a coincidental consequence of an exhibition that didn't turn out as expected. What should have been a staging of the best achievements in Norwegian design, came out as an exhibition featuring five separate designers, which in turn developed into a partnership of three. It was only in the course of the exhibition that Anderssen, Engesvik and Voll realized just how compatible their respective forms of expression were.

Following that, the similarities increase. Besides the most obvious – both groups consist of three persons, they are all male, all part of the same generation – there are great similarities in the designers' personalities. Anderssen and Claesson are the philosophers, Voll and Koivisto the practical minds, Engesvik and Rune the trend sensitive navigators. In a simplified sense, of course. And there are even aesthetic similarities. The elegance, the bareness, the clean lines. All in all a very Scandinavian formal language. Not proper and wholesome and "Norwegian", but Scandinavian in the way we have come to know it in the works of Wegner, Alvar Aalto and Bruno Mathsson. Or Jasper Morrison, to include a more contemporary example – the characteristic Englishman who helped turn "our" minimalist style into a hit throughout the Western world.



Fig. 11 Stolen Tennis, Andreas Engesvik, prototype, 2000. Nasjonalmuseet

Norway Says bidrar i det här sammanhanget med en vägfarande grad av sensualism. Datorm, med dess möjligheter att generera organiska volymer, har ersatt dätidens vassa vinkelhakar och pionjärens verk framstår inte sällan som onödigt asketiska vid sidan av norrmännens skulpturala skapelser. Det kan vara en färg, en ytbehandling, en funktion, en komposition – en typisk Norway Says produkt rymmer alltid ett element av överraskning och humor som skänker extra personlighet åt den välkammade ytan. Denna vilja, att addera en humanistisk touche till modernismens svala uttryck och strikta doktriner, markerar trios intresse för de stolta skandinaviska designtraditionerna (fig. 11). "Skönhet åt alla", "brukskonst", "vackrare vardagsvara" – vi känner alla slagorden så som de formulerades i början av förra seklet. Rent estetiskt tycks 50-talets produktion inspirera mest, dess förförande kurvor i naturmaterial. Samma önskan, att ge sina objekt en själ, utmärker Norway Says' produktion.

Kanske i syfte att styra fritt från den mest formalistiska skandinavismen har dagens skandinaviska formgivare utvecklat en osedvanlig omvärldskoll. De kan konstnerna att sitta på jobbet med alla tio fingrar i luften och snappa upp nya trender, fingrarna virvlar i luften som flimmerhår, fladdrar i vindar från Milano och London och Tokyo. Inom musiken talar man om "sampling". Idag är detta de flesta formgivares föredragna arbetsform, inte bara Norway Says, att väva samman fragment till något eget. En no-nonsense metod som i denna globaliserade era känns minst lika pragmatisk som någonsin Wegners vilja att gräva där han stod. Bara mindre nationalromantisk.

Att möta kulturer, att läsa de mest progressiva tidskrifterna, att besöka de mest innovativa mässorna, att knyta kontakter med de mest riskvilliga producenterna – att vara uppdaterad – det är vad en skapelseprocess på högsta nivå handlar om idag. Och Norway Says är mer uppdaterade än de flesta. Delvis som ett resul-

In that context, Norway Says provides a refreshing sense of sensualism. The computer, with its capacity for generating organic volumes, has replaced the sharp old composing sticks, and the works of the pioneers often display an unnecessary asceticism in comparison to the Norwegians' sculptural creations. It may appear in a colour, a surface treatment, a function, a composition – a typical Norway Says product always contains an element of surprise and humour that adds extra personality to the highly polished surface.

This willingness to add a touch of humanity to Modernism's cool expression and strict doctrine marks the trio's interest in the proud traditions of Scandinavian design (fig. 11). "Beauty to the people", "implemented art", "prettier everyday objects" – we know all the slogans they coined at the beginning of the last century. From an aesthetic point of view the 50s seems to provide the most inspiration with its seductive curves and natural materials. The same desire to infuse their products with a soul is characteristic for the output of Norway Says.

Perhaps in an attempt to steer clear of the most formalistic Scandinavianism, contemporary Scandinavian designers have developed a unique awareness of what is going on in the rest of the world. They master the art of sitting in their offices with all ten fingers to the weather, picking up new trends, their fingers whirl through the air like cilia, fluttering in winds from Milan and London and Tokyo. In the music business they use the term "sampling". Today, this is the preferred working method of most designers, not only those in Norway Says; to interweave fragments into a personal expression. A no nonsense method that feels just as pragmatic in the age of globalism as Wegner's willingness to dig where he stood did in his day. Only less national romantic.

Meeting cultures, reading the most progressive magazines, visiting the most innovative fairs, networking with the producers willing to take the highest risks – being updated – now-



Fig. 12 Glass Same Same but Different, Muuto, Danmark, 2006

tat av att man är tre; i studion på mångkulturella Grünerløkka i Oslo studsar referenserna mot de vita väggarna, man spelar skisstenis med varandra, snackar sig fram till lösningar. Därtill förestår man en designbutik i direkt anslutning till kontoret. Ett effektivt sätt att hålla sig à jour och tjäna en extra slant på all denna samtidskunskap man samlat på sig.

Vissa skulle säkert hävda att denna arbetsmetod inte är riktigt ärlig. Att skapelseprocessen inte bör handla om att komponera en form utifrån en samling lånade referenser, att den snarare bör handla om "blixtar från klar himmel, och "gudomlig inspiration" och om att låta pennan glida förutsättningslöst över papperet tills en besjälad form plötsligt uppenbarar sig. Norway Says internationella framgångar betonar hur föräldrat det synsättet är. Det gemensamma och de kommunikativa kvaliteter deras möbler besitter visar bara på betydelsen av att stå bredvid mitt i informationsflödet. Och förresten, vad vore alternativet? Att avskärma sig från omvärlden har norska formgivare redan prövat. Som sagt.

Man skulle kunna tro att den där diskussionstenis som killarna spelar på kontoret

adays that is what creative processes on the highest level are all about. And Norway Says are more updated than most. Partly due to the fact that they are three; in their studio, situated in multicultural Grünerløkka, the references bounce off the white walls, they play idea tennis, discuss their way to solutions. In addition they run their own design outlet next door to the office; an efficient way of staying à jour and earning an extra buck or two on all that contemporary expertise they have acquired.

Some might claim that this is a slightly dishonest working method. That creative processes shouldn't be about composing some design based on a hodgepodge of borrowed references, but rather about "flashes out of the blue" and "divine inspiration" and about letting the pen glide unrestrained over paper until some animated form suddenly appears. The international success of Norway Says illustrates how outdated that view is. The independence and the communicative power of their furniture only go to show how important it is to have a sure foothold right in the middle of the information flow. After all, what alternative is there? Norwegian design-

nöter sönder deras förhållande, särskilt som de gör allt inför publik, inför butikens kunder. Men nu är det tio år sedan samarbetet startade och de är fortfarande tillsammans och i slutändan handlar det förstås om personkemi. Och om att koka drägligt kaffe. Att trios snackiga arbetsmetod påverkar slutresultatet är tydligt. Att vara tre innebär att varje idé och varje linje får sig en rejäl genomkörare. Skall man övertyga de andra två måste man ha gjort sin analys och vaskat fram en tydlig argumentationslinje. Därför kommunicerar Norway Says produkter ovanligt direkt med sina användare. Praktiskt taget allt de ritar är signaturprodukter. Eller som Matti Klenell beskriver det när jag ringer för att fråga hur han tycker att våra pristagare utvecklats sedan 2004:

Visst, de har en påtaglig hit-känsla. Det har de alltid haft. Med åren har de blivit skickligare på att trolla med det konventionella, att göra det redan existerande på ett nytt sätt. *Break* var ett tidigt exempel. På senare tid utmärker sig vattenkannen *I'm Boo* och glaset som ser olika ut men rymmer lika mycket (fig. 12) (båda för Muuto). Och stolen *Spline* (Offectt) (fig. 13) förstås, deras kanske bästa produkt hittills. Där plockar de upp Bertola och Eames och fusionerar dem på ett helt nytt sätt. *Spline* har dessutom lite av en illusorisk kvalitet, man funerar för ett ögonblick hur den sitter ihop och är konstruerad, en kvalitet som flera av deras senare produkter också besitter.

Om allt tycktes logiskt uppdelat förr – kreatörerna skapade och producenterna producerade och sällan möttes de två – så handlar allt om ta och ge numera. Om den småländske företagaren inte ska förlora sina bästa designer till kosmopolitiska italienare eller belevade tyskar måste han coacha dem, vara ett initierat bollplank, fokusera mer på förädling än försäljning. För idag finns det ingenting som stoppar skandinaviska formgivare från att söka sig utomlands – så homogena är världens alla formspråk numera.

ers have already tried seclusion from the world.

One might imagine that the discussion tennis those guys play in their office would wear on their relationship, especially seeing as how they do everything in full view of the public, in front of their shop customers. But ten years have passed since their collaboration started and they are still together, and when all comes to all it is, of course, a question of personal chemistry. And about brewing good coffee. It is obvious that the trio's chatty method bears fruit. Being three means that every idea and every line is given a thorough shaking down. If you want to convince the other two, it is necessary to have made a proper analysis and polished one's arguments till they shine. That is why Norway Says' products communicate so unusually straightforwardly with their users. Practically everything they design is a signature product. Or as Matti Klenell puts it when I call him to hear how he thinks our prize-winners have developed since 2004:

They certainly have a tangible intuition for hits. They always have had. With the years they have grown more accomplished at doing magic with conventions, with presenting the already existent in a new way. *Break* was an early example. More recent distinguished products are the water jug *I'm Boo* and the glasses that all look different but contain the same volume (fig. 12) (both designed for Muuto). And of course the chair *Spline* (Offectt) (fig. 13), which is possibly their best product so far. There they have fused Bertola and Eames in an entirely new manner. In addition, there is some illusory quality to *Spline*; you stop and wonder how it hangs together and is constructed, a quality it shares with several of their more recent products.

If things seemed to be more logically divided before – creators created and producers produced and seldom the twain did meet – then everything seems to revolve around take and give nowadays. If the businessman from Småland wants



Fig. 13 Mablene *Spline* for Nasjonalmuseet, 2005. Offectt, Sverige, 2007

Faktum är att de flesta skandinaviska möbelformgivare kan skatta sig lyckliga. Möbelformgivare är trogna som få. Till skillnad från exempelvis modeindustrin, där så gott som alla designer tar examen i förhoppningen att starta ett eget märke, håller möbelskaparna gärna fast vid en och samma uppdragsgivare hela livet. För sådan är traditionen. Ett litet tag till åtminstone. Troligast är att möbelindustrin med tiden kommer att ta ökat intryck av just modevärlden. Ska formgivaren förbli producenten trogen kommer det att kosta, dels i form av höjda arvoden men också via del i vinsten. Och ska de verkligt tongivande designerna tycka det mödan värt att underordna sig producentflaggan är det inte osannolikt att de gör som Lagerfeld, Galliano och McQueen, kräver att få rita en egen kollektion under eget märke som komplement.

Det vore, om inget annat, ett effektivt sätt att markera för producenterna vem som faktiskt är företagets största tillgång. För det är ju med designer som med musiker: det är Jagger och Richards vi vill höra, inte deras skivbolagsdirektör.

Norway Says förhållande till sina producenter är värt ett eget kapitel. Senast jag talade med trion var de på väg till Paris för att ta emot ännu ett Wallpaper Design Award, det andra i ordningen, den här gången för lampan *Ginko* (Örsjö Belysning) (fig. 14). Bland de övriga pristagarna märktes Marc Newson, Norman Foster, bröderna Bouroullec, Yves Saint Laurent och Rolex. Det är i den ligan de tre norrmännen nu spelar. Och ändå väljer de att samarbeta med små norska producenter.

Jag tror det finns två anledningar. Dels vetskapen att den bästa formgivningen alltid springer ur djupgående relationer mellan formgivare och producent. Dels en vilja att stärka den inhemska industrin.

I en analys av Norway Says snabba framgångar går det knappast att övervärdera L.K. Hjelles betydelse. Men när samarbetet initierades hade producenten knappt arbetat med sam-

to avoid losing his best designers to cosmopolitan Italians or worldly Germans, he must coach them, play ball with them, put more energy into refinement than into retail. Because today there is nothing to stop Scandinavian designers from going abroad, now that the global formal languages have become so homogeneous.

The truth is that most Scandinavian furniture producers can thank their lucky stars. Furniture designers are an uncommonly faithful breed. As opposed to, for instance, the fashion industry, where practically every designer aims at establishing his or her own brand, furniture designers tend to stick to one furniture producer till they die. Because tradition says so. At least for a short while to come. Most likely the furniture industry will come to be more influenced by the fashion world. If a producer wants to maintain the fidelity of his designer, he will have to pay a price for it, in part through higher wages but also in part through shares in the profit. And if the really influential designers are to feel that it is worth the effort to submit to a producer's label, they will probably do like Lagerfeld, Galliano and McQueen and demand to design their own collections as a complement to their other work. If nothing else, that would be an efficient way of forcing the producers to acknowledge who the company's biggest assets are. Because the same rule applies to designers as to musicians: it is Jagger and Richards we want to hear, not the chief executive of their recording company.

Norway Says' relations with their producers are worth a chapter of its own. Last time I spoke to the trio they were on their way to Paris to receive another Wallpaper Design Award, their second consecutive and this time for the *Ginko* lamp (Örsjö lightings) (fig. 14). The other prize winners included Marc Newson, Norman Foster, the Bouroullec brothers, Yves Saint Laurent and Rolex. That is the league these three Norwegians are playing in now. And yet they opt to collaborate with small Norwegian producers.

I think there are two reasons for that: In part



Fig. 14 Lampe *Ginko*, Örsjö Belysning, Sverige, 2007

tida design. Man var kända för sin höga hantverkskvalitet, men dess kollektionskataloger vittnade om svaga idéer och en stark vilja att värna status quo. Att Norway Says ändå valde dem framstod vid tillfället som onödigt ängsligt, särskilt med tanke på slagkraften i de produkter de hade att erbjuda. Varför vågade de inte brösta upp sig inför världsvana och trendsättande italiener?

Men beslutet har visat sig vara ett lyckodrag. I VD:n Dag Hjellev har Norway Says hittat den tillskyndare som alla unga formgivare söker: om Norway Says vore en kvartett skulle Hjellev förmodligen vara den fjärde medlemmen. Att få forma ens första seriösa produkter i nära samarbete med en jämgammal och kvalitetsmedveten och orädd landsman, därtill med kapacitet att sprida produkterna internationellt, det är få förunnat (fig. 15).

Så få förunnat, rent av, att Norway Says gör vad de kan för att bryta dödläget. Det går inte många intervjuer utan att de kommenterar Norges brist på kvalificerade producenter och den barriär detta innebär för landets unga designers. Och genom att förlägga produktionen av sina egna, ofta tekniskt mycket avancerade produkter, till hemlandet har man starkt bidragit till ett rörligare och mer konkurrenskraftigt designklimat. Försäljningen ökar, liksom exportframgångarna, hantverkskunnandet och materialkännedomen. Men inte antalet internationellt gångbara formgivare, verkar det. Inte ännu.

Norway Says är fortfarande ensamma norrmän på den stora designscenen.

Fast det är ingen som skrattar åt dem längre.

the certitude that the best design is always a result of deep relations between designer and producer. In part a desire to strengthen local industry.

In an analysis of Norway Says' quick rise it would be hard to underestimate the significance of L.K. Hjellev. But when the collaboration was initiated the company had practically no experience with contemporary design. They were recognized for their high quality of craftsmanship, but their collection catalogues bore witness to weak ideas and a strong inclination to maintain the status quo. When Norway Says still decided to go for them, it seemed like an unnecessarily timid choice, particularly considering the inherent force of the products they could offer. Why were they afraid to strut their stuff for cosmopolitan, trendsetting Italians?

But the decision turned out to be a bullseye. In Vice Director Dag Hjellev, Norway Says found the enthusiastic encouragement any young designer yearns for; if Norway Says were a quartet, Dag Hjellev would probably be its fourth member. To be given the opportunity to design your first serious products in close collaboration with a quality conscious fellow Norwegian of their own age who, to top it all off, had the means of spreading the products worldwide ... well, that is a rare occurrence (fig. 15).

So rare, in fact, that Norway Says do all they can to break the deadlock. Not many interviews are given without them commenting on the lack of qualified Norwegian producers and the barrier that represents for young designers. And by anchoring the production of their own, often technically highly advanced, products in Norway, they have contributed significantly to a more flexible and commercially competitive design climate. Sales are on the increase, so are exports, craftsmanship and material competence.

But not the number of internationally compatible designers, it would seem. Not yet.

Norway Says are still lone Norwegians on the large design scene.

But at least nobody laughs at them anymore.



Fig. 15 Sofa og stoler Tipo og bordene Twin, L.K. Hjellev, 2005

norway says



**NAS, IDNÅLMUSEET
FOR KUNST, ARKITEKTUR
OG DESIGN**