

Nye gjenstander fra gamle teknikker

Bærekraftige produkter gjennom bruk av materialitet og historiefortelling

Caroline Olsson

Master i Produktdesign - Høgskolen i Oslo og Akershus - Våren 2013

Forord

Med en bakgrunn som faglærer i Kunst og Håndverk (bachelor, 2008) spiller håndverkets betydning en viktig rolle som arbeidsmetode i min designprosessen. I løpet av produktdesignstudiet har mine arbeider blitt mer rettet mot industri, men fortsatt med håndverk som inspirasjon. Valgt fordypning i masterutdanningen har vært materialer, og da med møbel- og interiørprodukter som resultat. Det skapes mange slike produkter i dag, og det er derfor viktig for meg som designer å tilføre en ekstra verdi for å forlenge levetiden til produktet – i et miljøperspektiv, men også for integriteten som designer.

I løpet av masterstudiet er det jobbet parallelt med å starte egen bedrift, jeg retter derfor stor takk til avdelingen for at de ikke har motarbeidet dette. Avdelingen og instituttleder Gunnar H. Gundersen har også vist stor medgjørighet for utvidete åpningstider på verkstedet under hele studiet.

En stor takk rettes til høgskolelektor og veileder Arild Berg, som har bidratt med verdifull veiledning og viktige innspill til den skriftlige delen.

Samarbeidspartner Magnor Glassverk som har vært raus å sponse meg med prototyper i glass. Samboer Ole Erik Berget, som på samme tid skrev egen masteroppgave, men allikevel har tatt seg tid til å hjelpe til med utstillingsmoduler og koble elektronikk i lampene. En stor takk rettes også til Eline Mari Ilag, min faste oversetter til engelsk.

Ellers har de ansatte ved produktdesign vært uunnværlige. Dag Fossum af Darre er alltid positiv og låner bort det meste, og har minnet meg på de glemte dreiekunnskapene i metall. Høgskolelektor Nils Seiersten, som kjørte meg til legevakta da jeg kuttet meg i fingeren på sirkelsaga. Takk til rådgiver Kurt Ragnar Ollila som alltid ordner verkstedene litt lengere åpent og bestiller materialer for meg. Det rettes også takk til medstudentene Katrine Høgh og Ane Domaas, som også stilte ut i Milano. Uten de som kjørekollegaer, samboere under messen, og hjelp til opprisset hadde det vært vanskelig å gjennomføre utstilling i Milano.

Jeg vil også rette stor takk til Blaker-stipendiet og reisetilskuddet fra Utenriksdepartementet/Norsk Form som gjorde det mulig å finansiere reisen til Milano.

Sist men ikke minst vil jeg takke Kaja Bruskeland for fine produktbilder og Mari Grafsrønningen for utvikling av grafisk profil.

Caroline Olsson

Oslo, 21. mai 2013

Summary

This thesis has been written as part of the Master's Degree at Høgskolen in Oslo and Akershus (HIOA) in the department of product design, spring 2013. The thesis looks at how associations and storytelling can be used as a strategy in product design in order to influence the longevity of a product.

TITLE: Reinventing old techniques and objects - Sustainable products through the use of materiality and storytelling.

ISSUE: How can old crafts techniques and objects be used in a new way, and be promoted to create products that create meaning and emotional attachment with the consumer?

As a method the focus has been mainly on the actual process of developing a concept and working with materials at the school's workshop. The products were displayed on their own exhibition stand at the Milan Furniture Fair in April 2013. The preparations for the fair included working with product development, branding, exhibition design, graphic profile, product images and PR.

Field observations and interviews have been conducted at Stockholm Furniture Fair and with the local business Magnor Glassverk, Rønning Treski and Arild Tolsen. This was done to map and gain an understanding of how other businesses work with old techniques and products in an innovative way.

The thesis has resulted in three product lines which show old techniques and objects in a new way. The products can act as a reminder of our past, generate memories and contribute in preserving handcraft traditions and techniques. Through the feedback from others on my own work I have found the properties, that are related to the defined issue, and which can create products with an added emotional attachment;

- The use of personality and associations (to old techniques and objects)
- The use of materials with tactility, especially wood.
- The use of functions in the product that gives room for movement and change in appearance and usage
- Products which encourage physical contact/touch
- User-friendly products with signs/semiotics as an instrument
- Coherence in profiling.

Sammendrag

Denne masteroppgaven er utarbeidet som en del av mastergradstudiet ved Høgskolen i Oslo og Akershus (HIOA), avdeling for produktdesign, våren 2013. Oppgaven tar for seg hvordan man i (interiør)produkter kan bruke assosiasjoner og historiefortelling som påvirkningsstrategi for å forlenge levetiden til et produkt.

TITTEL: Nye gjenstander fra gamle teknikker - Bærekraftige produkter gjennom bruk av materialitet og historiefortelling.

PROBLEMSTILLING: Hvordan kan gamle håndversteknikker og gjenstander brukes på en ny måte, og promoterer for å skape produkter som gir mening og økt tilknytning hos brukeren?

Som metode er det lagt størst fokus på selve prosessen med konseptutvikling og arbeid i materiale på skolens verksted. Som en produkttest er produktene vist fram på egen utstillingsstand under møbelmessen i Milano i april 2013. I den anledning ble det arbeidet med produktutvikling, branding/merkevarebygging, utstillingsdesign, grafisk profil, produktbilder og presedekning.

Ved Stockholm Furniture Fair er det gjort samtaleintervju med andre designere for å finne ut om det er en sammenheng mellom bruk av assosiasjoner i produkter og tilknytning. Det er gjennomført feltobservasjoner og samtaleintervjuer hos de lokale bedriftene Magnor Glassverk, Rønning Treski og enkeltmannsforetaket Arild Tølfesen. Dette for å kartlegge hvordan andre bedrifter jobber med gamle teknikker og produkter på en innovativ måte.

Oppgaven har resultert i tre produktserier som viser gamle teknikker og gjenstander på en ny måte. Produktene kan fungere som en påminnelse om vår fortid, generere minner og bidra til å bevare håndverksstradisjoner og teknikker. Gjennom tilbakemeldinger på egne arbeider har jeg kommet fram til egenskaper, knyttet til problemstillingen, som kan skape produkter med økt tilknytning:

- Bruk av personlighet og assosiasjon (til gamle teknikker og objekter)
- Bruk av materialer med en taktilitet, særlig tre.
- Bruk av funksjoner i produktet, som gir rom for bevegelse, endring i uttrykk og bruk.
- Produkter som oppfordrer til fysisk berøring.
- Brukervennlig produkter med tegn/semiotikk som virkemiddel.
- Sammenheng/coherence i profilering.

Innholdsfortegnelse

Forord	5
Summary	6
Sammendrag	7
Prosjekttilnærming	11
Lokale bedrifter som holder liv i gamle håndverksteknikker	16
Stockholm Furniture Fair – hva sier andre designere om tilknytning til produkter?	18
Inspirasjonsinnhenting	20
Konseptutvikling	22
Konsept 1: Lampe med dreide detaljer i metall og med to funksjoner	24
Konsept 2: Lampe inspirert av gammel lysbryter	32
Konsept 3: Dreie i tre på en ny måte	40
Branding av egen merkevare - designe en sammenheng	44
Tilknytning til produkter gjennom COE som metode	46
Profilering, utstilling og produkttesting - Milano Furniture Fair 2013	48
Bærekraftige produkter gjennom bruk av historiefortelling - diskusjon	56
Konklusjon	63
Litteraturliste	65

Vedlegg med nummeroversikt bakerst.



Figur 1: Tredreing på skolens verksted. (Fotograf: Ole Erik Berget)

Prosjekttilnærming

Mange designere jobber med ulike påvirkningsstrategier i design for at brukeren skal bli knyttet til produkter. Dette kan være strategi som kan brukes både i kjøpsøyeblikket, men og som en strategi for å forlenge levetiden til et produkt for å skape mer bærekraftige produkter. I den sammenheng har det blitt jobbet med historie knyttet til produkter gjennom å la meg inspirere av gamle teknikker og objekter, og forsøkt å gjøre dette mer innovativt ved å introduserer teknikken eller objektet i et nytt type produkt.

Produktene som presenteres som et svar på oppgaven er forsøkt tilpasset både vår tid og er tenkt for en større produksjon. Det er et ønske om å bevare noe av det håndverksmessige som kan tilføre produktet en ekstra verdi. Produkter som er i grenseland mellom industri og håndverk. I teksten "Word Wide Sløyd" hevder Ulla Suojanen og Mia Porko-Hudd at håndens verk i dag har lav status i utdanning, yrkesliv og samfunnsplanlegging (Suojanen & Porko-Hudd, 1999). Sløyd eller det å jobbe i materialer blir av mange oppfattet som gammeldags. I denne teksten og arbeidene som er knyttet til den, skal det forsøkes å overbevise om det motsatte: ved å bruke gamle teknikker og gamle produkter som inspirasjon kan det skapes innovative produkter som betyr noe mer for forbrukeren.

Det har vært naturlig å jobbe med tre som hovedmateriale, da det som materiale har lange tradisjoner innenfor håndverk og industri i Norge. Tre er også et materiale som mange ha et godt forhold til og som det knyttes mange følelser til. Der er også brukt andre materialer og teknikker. Konseptene har vært i fokus, og det er de som har styrt hvilket materiale som egner seg best.

I flere tidligere prosjekter er det jobbet med produkter som har en assosiasjon ved seg. Det er erfart gjennom det å stille ut produkter på ulike designmesser at betrakteren av produktet blir interessert når de kan

knytte det mot for eksempel en gammel håndverksteknikk eller kan assosieres på en eller annen måte. I et produkt som er designet tidligere under masterutdanningen; Turn lampen (figur 7) er det brukt en gammel håndverksteknikk, dreide gjenger i tre - på en ny måte. Denne formen for strategi i produkter er det jobbet videre med i masteroppgaven.

For å gjennomføre en produkttesting for å finne ut om prototypene som er utviklet gir mening, er produktene stilt ut på egen stand under Milano Furniture Fair. Messen er først og fremst en arena for promotering mot presse og produsenter, men også et sted for samtale med publikum og andre utstillere – og kan dermed fungere som produkttesting. Gjennom hele masterstudiet har det vært et ønske om å bygge opp et merkenavn som designer gjennom å delta på ulike messer og promotering gjennom ulike medier. Dette for å forberede drift av enkeltmannsforetak etter endt studie.

PROBLEMSTILLING

“*Hvordan kan gamle håndverksteknikker og gjenstander brukes på en ny måte, og promoterer for å skape produkter som gir mening og økt tilknytning hos brukeren?*”

UTDYPNING AV PROSJEKTTILNÆRMING

Det vil bli lagt vekt på å jobbe i materiale på verkstedet for skape produkter med assosjoner til gamle teknikker og objekter. Det er forventet en leveranse som består av en serie med interiørprodukter. Produktene skal stilles ut på egen stand under Salone Satellite ved møbelmessen i Milano april 2013. Dokumentasjon og diskusjon rundt forberedelser, gjennomføring og etterarbeid vil derfor være en del av leveransen. Mediestrategi er noe de fleste designere innenfor denne formen for produktdesign må ta stilling til, og vil i den anledning bli diskutert. Det vil også jobbes med andre påvirkningsstrategier i produkter, som semiotikk/tegn og interaksjon i produkter.

LØSNINGENE MÅ VÆRE

- Bærekraftige ved bruk av gamle teknikker og objekter som en strategi for forlenget levetid til produktene.
- Enkle å forståelige og bruke – gjennom semiotikk/tegn i produktet.
- Produkter som skaper interaksjon mellom bruker og produkt.
- Produkttestet ved egen stand på møbelmessen i Milano.
- Samhørige til hverandre og resten av min merkevare - markedsstrategisk i forhold til grafisk utforming, messedeltakelse, kontakt med presse og produsenter.

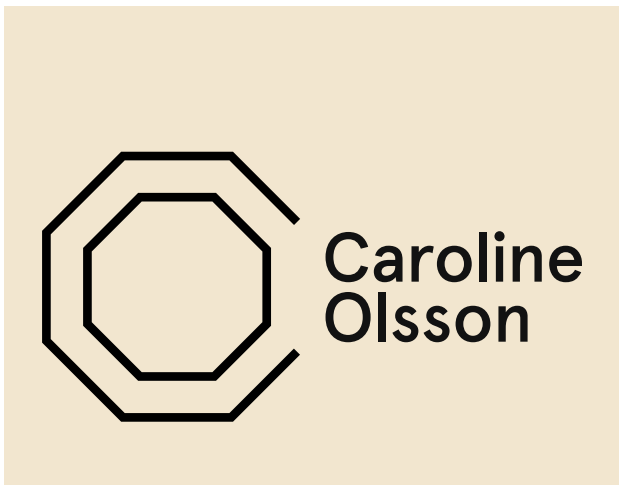
“ *Det vil bli lagt vekt på å jobbe med materialer på verkstedet* ”



Figur 2: Bord med to funksjoner: spisebord eller stuebord. Designet ved HIOA 2010. (Fotograf: Linn Vandli)



Figur 3: Liten skrivebordslampe som kan lukkes igjen til en boks. Pencil Light (som er et svar på oppgaven) er en videreføring og forbedring av denne. Designet ved HIOA 2009. (Fotograf: Linn Vandli)



Figur 4: Grafisk profil og logo ble utført av Mari Graftsrønningen og Commando Group høsten 2012. Logo er inspirert av årringer og umbraconøkkel - en blanding mellom det naturlige og maskinelle.



Figur 5: Bacehloroppgave ved HIOA våren 2011: lampene Skog laget i samarbeid med Magnor Glassverk. Senere satt i produksjon. (Fotograf: Espen Grønli)



Figur 6: Rammesystemet Epaulette laget i samarbeid med Ida Noemi til utstillingen "Tingenes Tilstand" arrangert av Klubben (Klubben for norske Formgivere). (Fotograf: Kaja Bruskeland)



Figur 7: Lampen Turn laget med inspirasjon til gamle arbeidsbenker. Gjenger i tre i et nytt type produkt. Ved å skru på gjengene dimmes lyset. (Fotograf: Kaja Bruskeland)

LITTERATURVALG

Med utgangspunkt i forskningsspørsmålet er det valgt ut litteratur som skal forsøke å gi svar på denne. Samtalene som er utført på de ulike messene og bedriftsbesøkene er gjennomført med støtte fra "Interviews" (Kvale & Brinkmann, 2009). Når det gjelder markedsstrategier ha Philip Kotlers bok om temaet vært nyttig (Kotler 2007), samt "Storytelling" (Fog, Budtz & Munch, 2009). Kompendiet "Produktdesign, psykologi og marked" (Gulden & Moestue, 2011) har også vært sentralt innenfor merkevarebygging og strategier, samt Monika Hestads bok om "Branding and Product Design" (Hestad, 2013). Boken "Design for Product Understanding" (Monö, 1997) har vært sentral i forhold til bruk av semiotikk/tegn i produktene. For inspirasjon til gamle teknikker og arbeid i tre, har jeg anvendt bøkene "Sammenføyninger i tre" (Noll, 2004) og "De gamla handtverken" (Seymour, 1984). Med en bakgrunn som faglærer i Kunst og håndverk har jeg sett på verdien av faget ved hjelp av "Slöyda för livet - om pedagogisk slöyd" (Borg & Lindström, 2008). Det er også brukt støttelitteratur som er nevnt i bakerst i litteraturlisten.

VALG AV METODER

BASERT PÅ PROSJEKTTILNÆRMINGEN

Designmetode - produktutvikling

Den mest sentrale metoden eller arbeidsmåten i prosjektet er konseptutvikling der bøkene "Sammenføyninger i tre" (Noll, 2004) og "De gamla handtverken" (Seymour, 1984) har vært til inspirasjon. Bruk av tegn/semiotikk i produktene er utarbeidet med støtte fra boken "Design for Product Understanding" (Monö, 1997). En annen viktig del av prosjektet er å stille ut på møbelmesse i Milano. I den anledning er det jobbet med utstillingsdesign, grafisk profil, produktbilder og pressesdekning (branding). "Branding and Product Design" (Hestad, 2013) og "COE" (Gulden & Moestue, 2011) som metode for dette. Fotografering og utforming av grafisk profil vil bli utført med hjelp fra Kaja Bruskeland og Mari Grafsrønningen. Det vil også bli gjort ulike former for informasjonsinnhenting gjennom å teste på verkstedet, museumsbesøk og besøke bruktbutikker.

Feltobservasjoner ved bedriftsbesøk

Som en feltobservasjon er det gjort bedriftsbesøk ved Magnor Glassverk, Rønning Treski og enkeltmannsforetaket til Arild Tolsen på Blaker. Det er observert ulike måter disse bedriftene bruker gamle teknikker på en ny måte. Kvaes bok er brukt som støttelitteratur her (Kvale & Brinkmann, 2009).

Messe og bedriftsbesøk som deltakende observasjon og samtaleintervju

I februar 2013 ble rammesystemet Epaulette (Figur 5) stilt ut ved Stockholm Furniture Fair. Der ble det gjort deltakende observasjon og samtaleintervju med andre designere med støtte fra boken "Interviews" (Kvale & Brinkmann, 2009). Hensikten med denne metoden er å prøve å finne en sammenheng mellom bruk av assosiasjoner i produkter og tilknytning – har de erfart dette med sine egne produkter? Under Møbelmessen i Milano er det gjort uformelle samtaler med de besøkende, samt observasjon i hvordan produktene og standen blir tatt imot. Det er også gjort et uformelt samtaleintervju hos enkeltmannsforetaket Arild Tolsen. Da har råd fra boken "Interviews" som sier at det skal unngås ledende spørsmål, samtidig som intervjuer skal være aktiv deltaker for å jevne ut styrkefordelingen. Den som blir intervjuet skal ikke føle seg underlegen den som intervjuer (Kvale & Brinkmann, 2009).

COE som metode for å kartlegge de ulike stadiene i produktets livssyklus

COE - Context og Experience (Gulden & Moestue, 2011) er en metode som kartlegger de ulike stadiene i produktet, og hvordan man kan påvirke de enkelte stadiene for å skape en forlenget levetid. Pencil Light er kartlagt innenfor de ulike fasene.



Figur 8: Sløydbenken som inspirasjon til lampe (Figur 7) og senere utstillingsmodul. De gamle verktøyene som ble brukt til å lage gjengene i lampen ligger oppe på benken. (Fotograf: Caroline Olsson)

Lokale bedrifter som holder liv i gamle håndverksteknikker

Bedriftsbesøk viser eksempler på hvordan ulike bedrifter har en praksis som er relevant i forhold til mitt forskningsspørsmål. Det er gjennomført tre besøk hos ulike bedrifter som ligger på bygda øst for Oslo. Hensikten med besøkende har vært å kartlegge hvordan de på ulike måter holder liv i gamle håndverkstradisjoner, og hvordan det er mulig å tenke nytt for å kunne bevare lokale arbeidsplasser.

MAGNOR GLASSVERK (Figur 9) er en bedrift med ca 40 ansatte. Det meste av produksjonen blir gjort i øst i Europa, men de har fortsatt noe produksjon og all kontorvirksomhet i Norge. De siste årene har Magnor Glassverk innført ulike samarbeid med unge designere, blant annet egen bacheloroppgave som ble gjort som et samarbeidsprosjekt (Figur 5). De er også åpne for å hjelpe unge designere med prototyper. Produksjonen i Norge er begrenset. Glassverket har for eksempel bare én ovn i drift – noe som gir begrenning i fargene på det ytre delen av glasset. Teresa Bergerud, designsjef ved glassverket har designet en vase hos glassverket, der hun har tatt i bruk gamle redskaper som tilfører små luftbobler i glasset. Glassverket bruker treformer for blåste produkter, framfor mer varige former som granitt og jern. Ulempen er at formene ikke varer så lenge, fordelene er at det kun tar et par dager fra innlevert skisse til ferdig glassprodukt. Det kan virke som produksjonen i Norge består av små og eksklusive serier, mens det som prises lavere og blir gjort i større kvantum blir laget i utlandet. Bedriftsbesøk hos Magnor ble også gjort for å få utført en av prototypene i besvarelsen.

RØNNING TRESKI (Figur 11) er en lokal bedrift på Skotterud i Eidskog med to ansatte. De produserer 300 par ski i året, og er Norges eneste produsent av treski. Treski er produsert uavbrutt siden 1936. De bruker en lamineringsteknikk for å lage skiene. Det er en komplisert prosess, enkelte av skiene inneholder opp mot 50 lameller. Det er tydelig at de er en effektiv bedrift, det er ryddig og oversiktlig på verkstedet. For å tenke

nytt tilbyr Rønning Treski også mer moderne ski, men det er fortsatt de tradisjonelle skiene som selger best. Mest selges det ski til barn, de er slitesterke og kan fint gå i arv. Rønning Treski er også flinke til å promotere seg gjennom ulike typer medier som radio, TV, lokalavis, Facebook-side og en nettside med butikk.

ARILD TOLFSEN (Figur 10) er tidligere student ved Blaker skole. Fra 1992 har han drevet enkeltmannsforetak i garasjen hjemme. Med enkle midler lager han alt fra møbler til båter. Etter å ha har drevet eget verksted i flere år, trives han fortsatt godt i jobben. Aldri har han laget ting som er like, og da blir det ikke kjedelig som han sier. Det viktigste rådet han kan komme med er å jobbe hardt. Han har aldri gjort noen form for markedsføring, og alle oppdrag er kommet via folkemunn. Arild er opptatt av å ta vare på møbler. Han sier at det er en viss type mennesker som ser verdi i produkter, og kommer til verkstedet slik at han kan reparere. Han virker uredd og har pågangsmot: er det noe han ønsker å lære, finner han en bok om emnet og prøver på egenhånd (A. Tolfsen, personlig kommunikasjon, 4. mars, 2013).

REFLEKSJON: Bedriftsbesøkende viser at det er mange mulige måter å drifte på, og at design kan brukes på flere og mer bevisste måter. Alikevel er det alltid rom for forbedringer i hvordan man bruker design som strategi for tilknytning. Dette ønsker jeg å undersøke videre, og se om det er rom for forbedringer.



Figur 9: Det er fortsatt produksjon hos Magnor Glassverk - og det er spennende å se og være med glassblåserne i glasshytta. Her tester vi en teknikk høsten 2012, der opak farge blandes sammen med transparent farge for å skape en gradering i glasset. (Fotograf: Caroline Olsson)



Figur 10: Arild Tolfsen har eget verksdet på Blaker. (Fotograf: Caroline Olsson)



Figur 11: Laminering av treski hos Rønning. (Fotograf: Caroline Olsson)

Stockholm Furniture Fair – hva sier andre designere om tilknytning til produkter?

Mange designere jobber bevisst med tilknytning til produkter. Under Stockholm Furniture Fair er det gjort samtaler og intervjuer med unge designere om deres mening om teamet.

SIV LIER er tidligere masterstudent fra Kunsthøgskolen i Bergen. Hun jobber deltid i en design- og møbelbutikk i Bergen samtidig som hun designer egne produkter. Vi stilte ut sammen med Klubben (Klubben for norske Formgivere) i Stockholm. Under opprigg av stand jobbet vi sammen, og ble også bedre kjent under dagene i Stockholm. Det var naturlig å snakke om masteroppgaven og hun uttalte seg derfor om emnet. Hun sa blant annet at bruk av assosiasjoner i et produkt kan gjøre at produkter blir bedre likt, men det er viktig å ikke gjøre det for tydelig – da tror hun at kunden lett kan bli lei produktet. (Siv Lier, personlig kommunikasjon, 4. februar, 2013)

ANNIKEN MAANA OG GINA ANDERSEN, kaldt M&A er masterstudenter ved Høgskolen i Oslo og Akershus (Figur 12). Når de beskriver sine to produkter, har de et ønske om å overraske og skape nysgjerrighet. Anniken sier at hun har en rød tråd i sine produkter som er taktilitet. De bruker noen ganger assosiasjoner, som for eksempel i lampene til Anniken som ligner på genserermer. De liker å designe gjenstander som har assosiasjoner til minner, og tror dette også kan bety noe for en eventuelt kunde. (M&A, personlig kommunikasjon, 6. februar, 2013)

GRIG består av Tron Wisløff og Henrik Ødegard, begge utdannet arkitekter fra Arkitekthøgskolen i Oslo. Produktene de stilte ut under messen kan beskrives som abstrakte (figur 13), de har ingen tydelige assosiasjoner, men de bruker trolig virkemidler i sitt design – både bevisst og ubevisst. Grig liker ikke å bruke titler på produktene som definerer, fordi de mener at det sjelden fungerer. For å forklare nærmere hevder der at det gjør ting mer banalt, og det begrenser og snevrer inn oppfatningen av produktet. De finner inspirasjon og assosiasjon i sine produkter, selv om det ikke er så tydelig. De har jobbet med tau, og fant inspirasjon blant annet ved å se hvordan fenderen på en båt som er knyttet på gammelmåten. (Grig, personlig kommunikasjon, 6. februar, 2013)

REFLEKSJON: Intervjuene viser at også andre designere bruker inspirasjon som en strategi (både bevisst og ubevisst). Spesielt samtale med Lier gjorde inntrykk – og utsagnet om at bruk assosiasjoner ikke bør være for tydelig. Temaet og de ulike meningene til de overnevnte designerne blir det sett nærmere på i diskusjonsdelen.

“*Bruk av assosiasjoner i et produkt kan gjøre at produkter blir bedre likt, men det er viktig å ikke gjøre det for tydelig – da tror hun at kunden lett kan bli lei produktet (Lier, 2013)*”



Figur 12: Standen til M&A under Stockholm Furniture Fair. (Fotograf: Caroline Olsson)



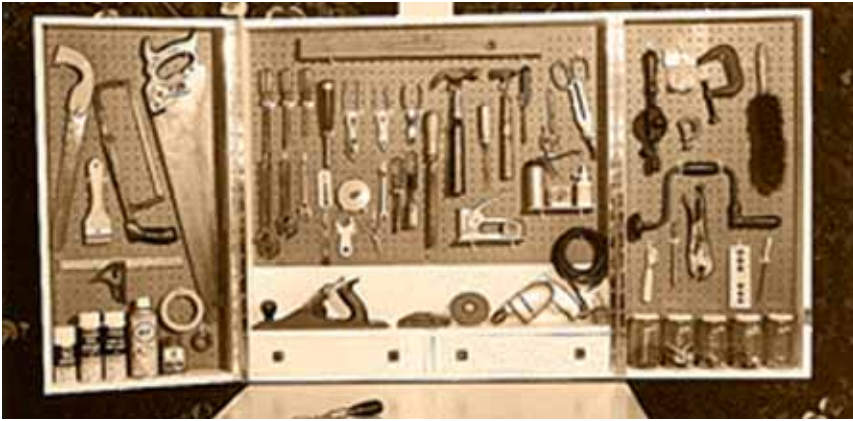
Figur 13: Standen til Grig under Stockholm Furniture Fair. Serien som ble stilt ut ble kalt "April Grey". (Fotograf: Grig)

Inspirasjonsinnhenting

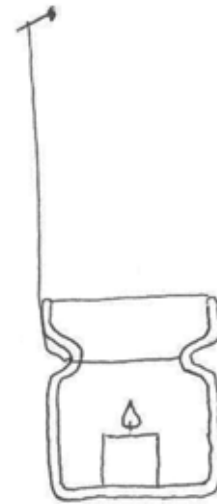
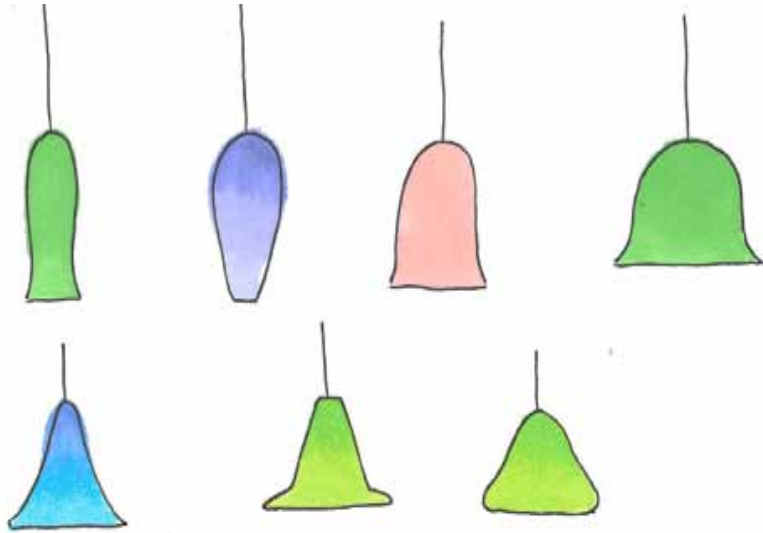
Det er hentet inspirasjon i gamle bøker på bibliotek ved Høgskolen i Oslo og Akershus, bruktmarked, antikvitätsbutikker, Kunstindustrimuseet i Oslo, Utopia Retro Modern, i gamle hus, blant arvede gjenstander, bedriftsbesøk og i skolens verksteder.



Figur 14: Bildene er et utvalg, som viser produkter som fanget min interesse og som jeg ønsket å videreføre i nye produkter. Alle bildene er tatt med eget kamera og med tillatelse fra butikker og museum.



Konseptutvikling

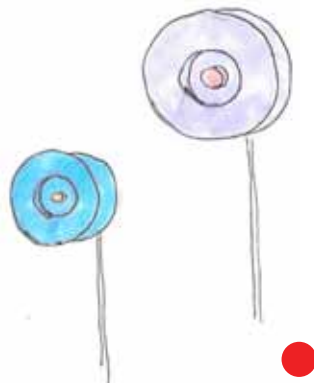


Gradert lampe: teknikk testet hos Magnor Glassverk høsten 2012. Transparent og opak fargetapp kombinert. En ny måte å blåse kunstglass - i en lampe kan en sparepære bli skjult i den opake delen. Gradering er en trend for 2013 - produktet vil ikke skille seg ut.

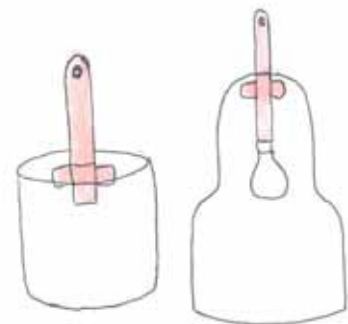
Henge - glass.



Lame inspirert av nøtter
- i glass og dreid tre.

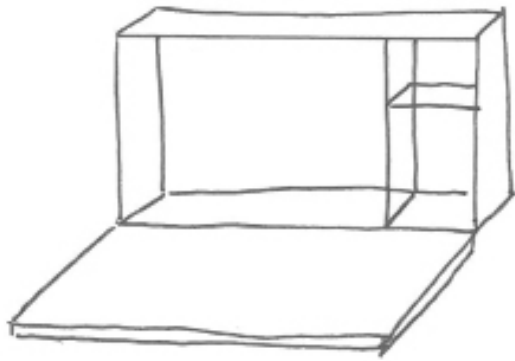


Lampe inspirert av gammel lysbryter.

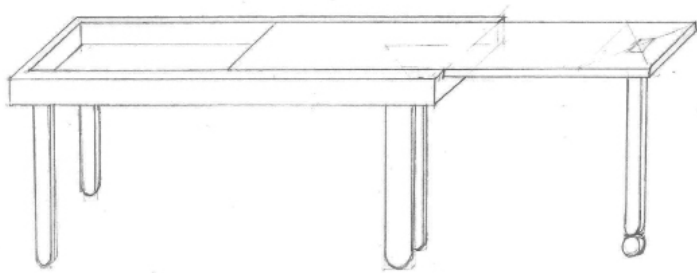


Inspirert av kile-teknikk.

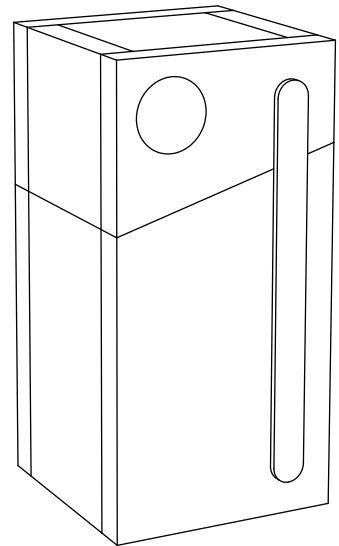
● Viser valg som er tatt igjennom prosessen.



Inspiret av verktøyskap.



Bord inspirert av gammelt trepenal.



Beholder og lampe i en. Penneholder som kan åpnes til en skrivebordslampe.



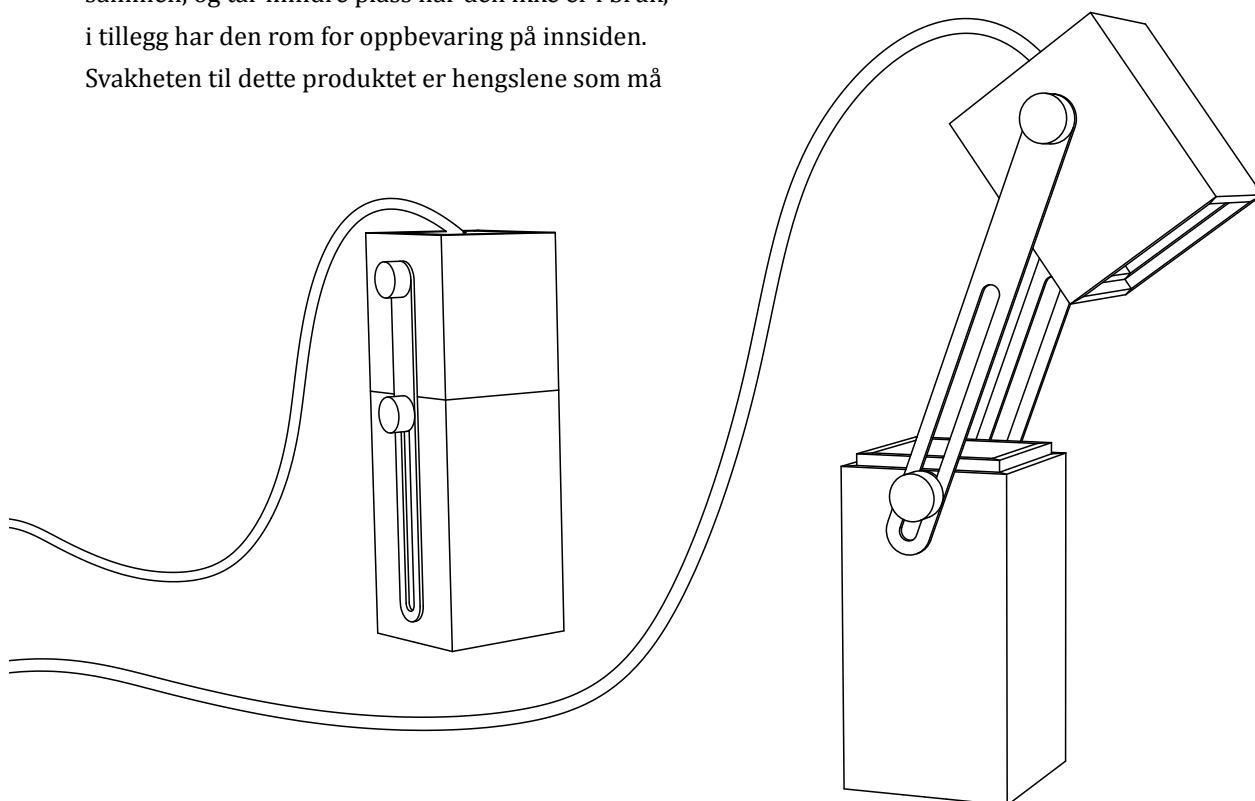
Figur 15: Inspirasjon til å skape detaljer i lampe. (Fotograf: Caroline Olsson)

Produkt 1: Lampe med dreide detaljer i metall og med to funksjoner

I dette kapitlet vil det blir introdusert en lampe som har tatt inspirasjon fra blant annet et gammelt trepenal, og serrateringsteknikk i metall. Lampen har et ønske om å inspirere til å skrive og tegne mer for hånd både gjennom å framheve skrivesakene, men også gjennom elementer i designet som vekker assosiasjoner og minner. Lampen vil etter en tids bruk få merker etter fargeblyanter og pinner, dette vil gi en patina som kan sammenlignes med gamle og brukte trepenal.

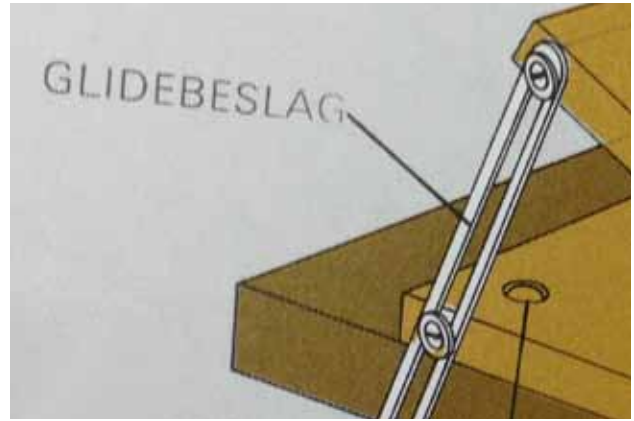
Dreid metall knyttes ofte til gamle volumknapper på stereoer og gamle maskin- og verktøydeler. De er vakre, og er nesten som et smykke på maskiner og verktøy. Ofte er det en serratering i metallet, som betyr en preging i metallet som gjør det lettere og skru med fingrene. Teknikken blir fortsatt brukt, men ikke så ofte. Det var derfor ønskelig å bruke dette i et mer moderne produkt som kan være tilgjengelige for folk flest. Konseptet er også en videreføring fra et tidligere produkt, en lampe fra andre året bachelor i produkt-design (Figur 3). Dette er en lampe som kan lukkes sammen, og tar mindre plass når den ikke er i bruk, i tillegg har den rom for oppbevaring på innsiden. Svakheten til dette produktet er hengslene som må

etterstrammes eller slakkes for å holde den stabil oppreist, men også lukket som boks. Lampen virker også skjør i bruk. Inspirasjonen til dette produktet kommer fra gamle trepenal. Dette var en fin inspirasjonskilde som det var et ønske om å ta med videre. Ved å lage en lampe med plass til skrivesaker, kan det fungere som en inspirasjon til å skrive og tegne mer analogt. Det nye produktet skal være mer produksjon- og brukervennlig enn den tidligere lampen.



GLIDEBESLAG

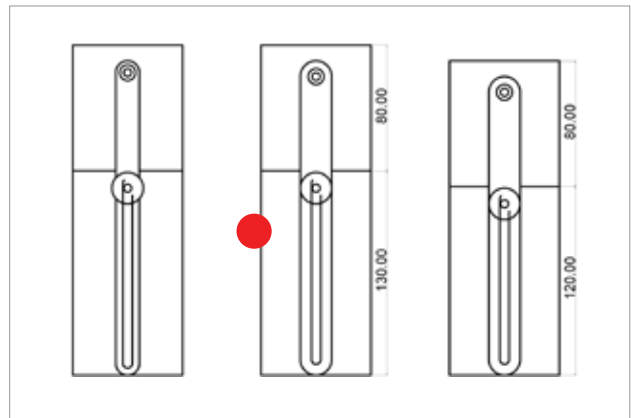
Når det gjelder selve mekanismen for å heise lyset opp og ned, ble det prøvd ulike muligheter (Figur 16 og Figur 18). Men jeg kom fram til at to skinner med stramming fra skruer var det enkleste i forhold til produksjon og for å vise fram metallet på en minimalistisk måte.



Figur 16: Inspirasjon til glidebeslag på lampen.

BRUKERVENNLIGHET I STØRRELSE OG FORM

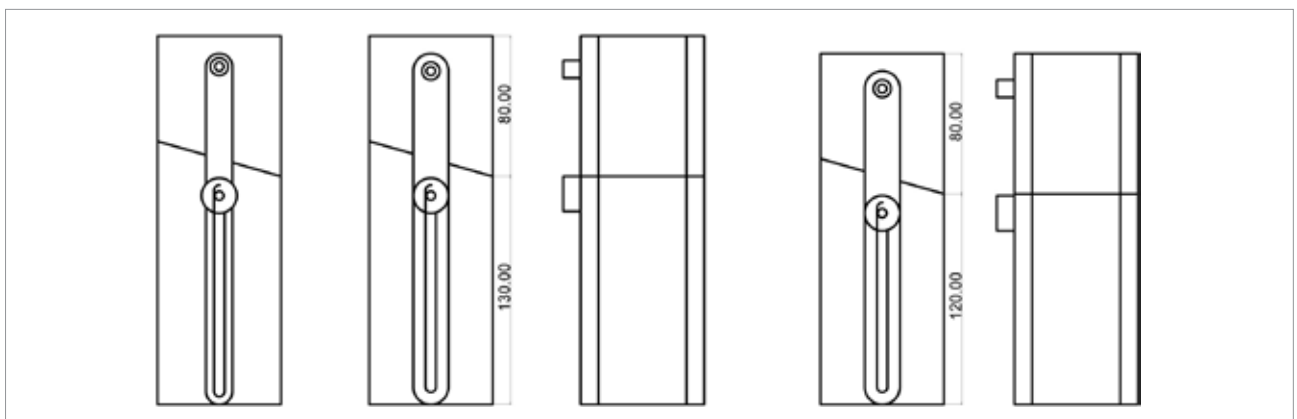
Lampen er utformet som en boks som kan deles i to, og heves opp til en arbeidslampe. Inndelingen ble prøvd ut til å være skråstilt (Figur 18 og 19), men denne oppdelingen ville vært mer komplisert i produksjon. Spor i toppdel og bunnen holder lampen sammen som en boks når den er lukket. Det ble vurdert om magneter kunne brukes i stedet, men da kan det være vanskelig å få til en glidende overgang mellom topp og bunn.



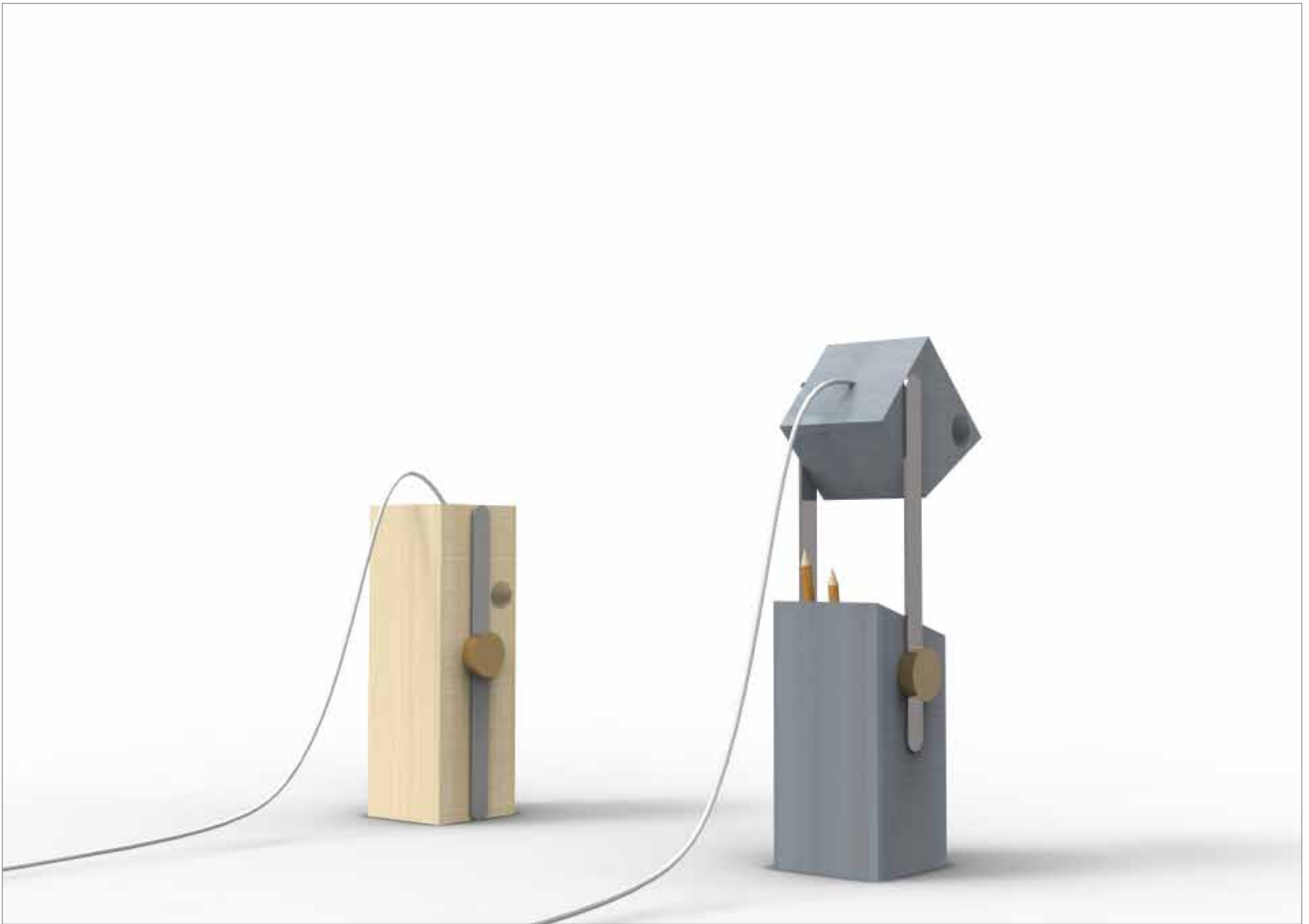
Figur 17: Høyde på form for å gi rom til pære og standardmål på blyanter. Ulike spor - den med lik inndeling gir et mest harmonisk uttrykk.



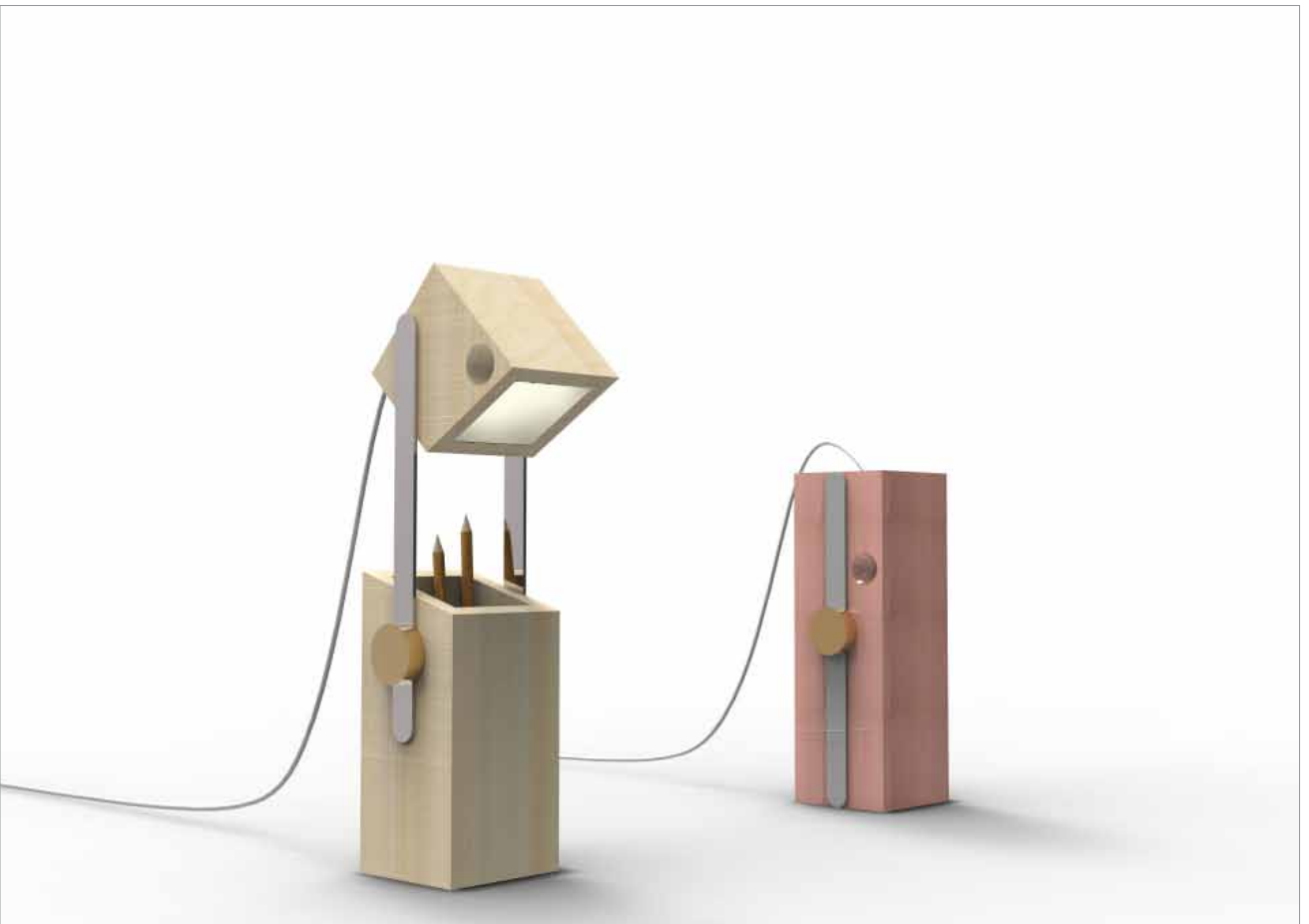
Figur 18: Ulike forslag på lukke og åpne.



Figur 19: Høydeforskjeller.



Figur 20: Forslag på beis. Ble ikke prøvd ut, men er en mulighet. Kan framheve metallet eller det kan gå mer i ett.



Figur 21: Forslag på beis.

METALL – TEKNIKKER OG EGENSKAPER

Første skoleåret ved HIOA produktdesign blir vi introdusert for ulike teknikker og maskiner ved skolen. Det å lære å dreie i metall er en av teknikkene. Konseptet med en lampe som kan åpnes og lukkes kunne blitt løst med deler som allerede fantes, men ved å skreddersy i dreid metall, får de større tilhørighet til produktet der proporsjonene er mer riktige. Det er valgt å bruke ulike metaller sammen. Dette for å framheve de ulike kvalitetene og fargene til materialet. Ved å sette to forskjellige metaller sammen oppstår det en kontrast mellom de to. Stål og aluminium er to metaller som begge er gråfarget, men når de står sammen oppstår det en tydelig kontrast. Kobber og messing har en varm fargetone, men er ulike sammen. På prototypen er delene ubehandlet. Ved produksjon kan delene lakk med klarlakk for å unngå merker, rust og sverting på treverket fra kobberet. Bjørk er valgt som materiale til boksen. Det lyse treverket står i kontrast til metallet, bjørk er også et hardere og mer slitesterkt treslag enn andre lyse tresorter som gran og furu. For at det skal være lettere å stramme i riktig posisjon, er det valgt å serratere delene som det skal skrus på. For å unngå skarpe kanter er skruene kantet med 45 grader. Kobber egner seg dårlig til dreining, men er et materiale som det er lett å frese i. Messing og aluminium er materialer som egner seg godt til dreining, og derfor ble dette brukt som materialer for skruer til lampen.

SEMANTIKK OG TEGN – INVITASJON TIL BEVEGELSE

Skrudelene til Pencil Light har serratering som forteller at fingrene vil få et godt grep. Brukeren vil da også forstå at den skal skrues, og ikke trykke eller dra. Størrelsen indikerer også at det er plass til fingre for å skru. På motsatt side, er det en del som er flatere, og kun ment for å føre skinnen opp og ned. Den er valgt flatere og skrånkjært for at den ikke skal gi signaler om at den skal skrues på. Sematikk og tegn blir utdypet i kapitlet om diskusjon.



Figur 22: Fresing av glidebeslag - messing og stål.



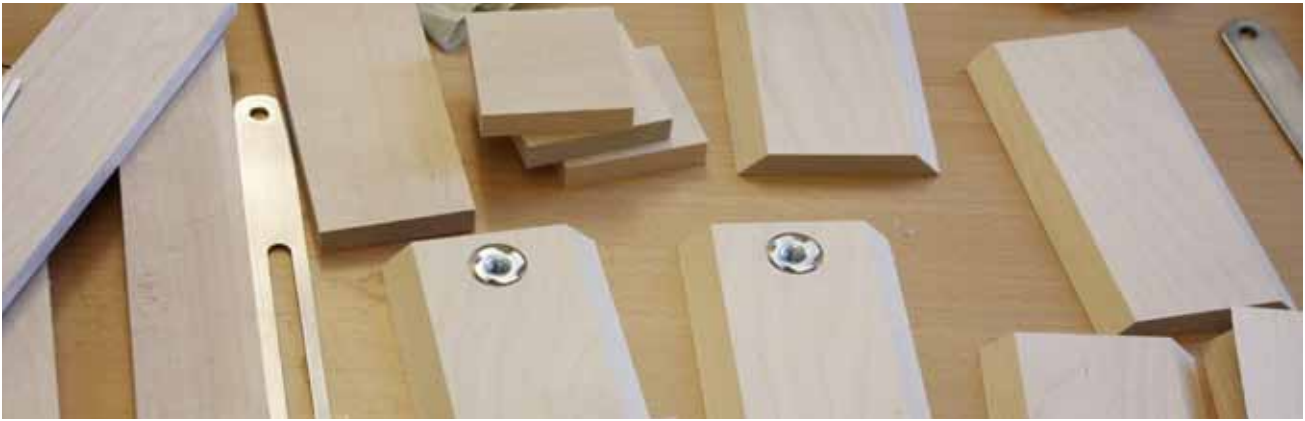
Figur 23: Sliping av glidebeslag.



Figur 24: Serratering for bedre grep på skrudel.



Figur 25: Serratering.



Figur 26: Delene er skråskjært 45 grader for å få en jevn overgang mellom sidene. Det er brukt møbelhylser med innvendige gjenger som er innfelt i treet. Dette er forholdsvis synlig i det ferdige produktet, men også en ærlig måte å vise funksjonen med bevegelige deler.



Figur 27: Gjengebolt i messing er loddet på den dreide delen i messing. Delene i aluminium er limt med epoxy.



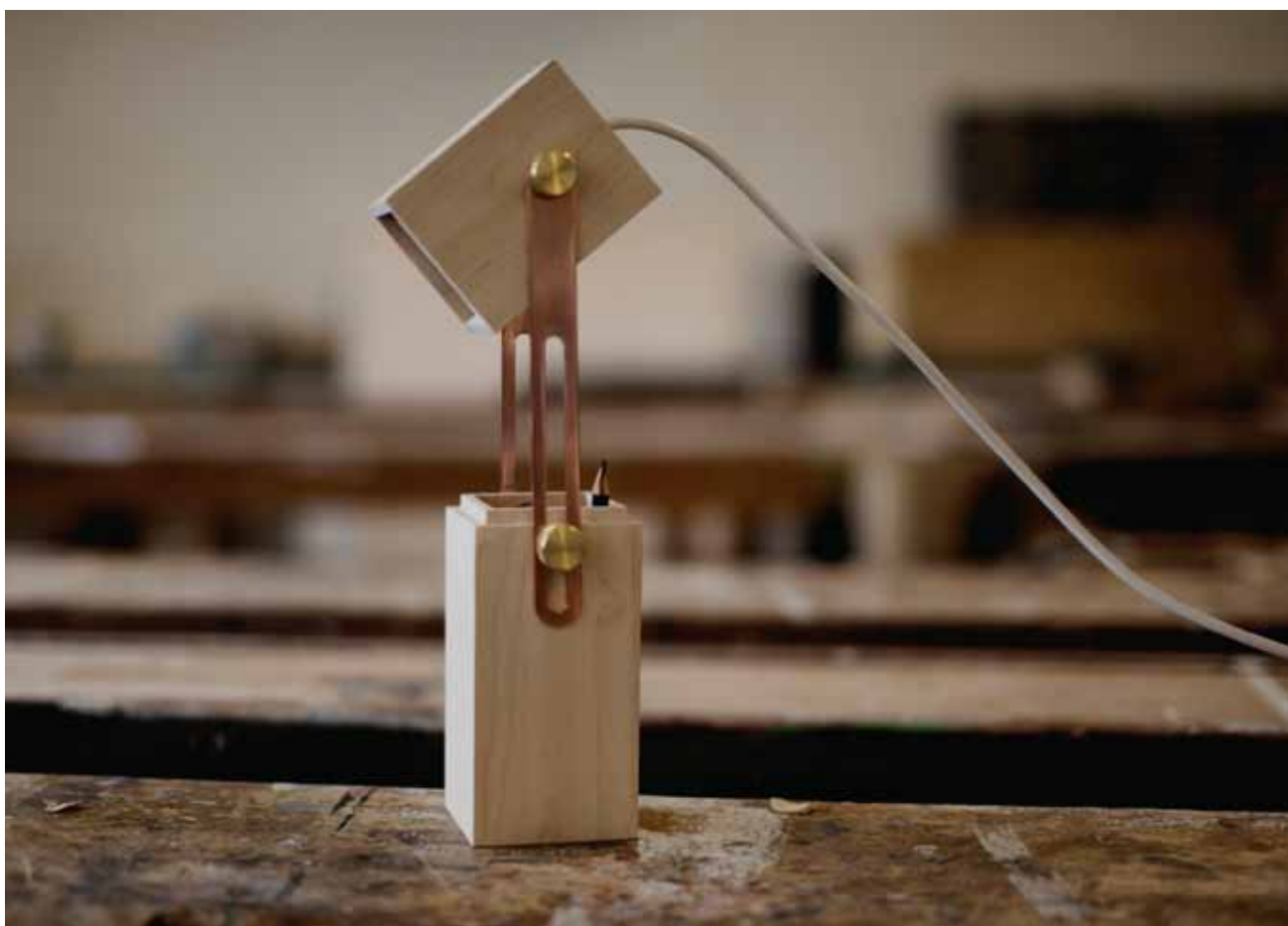
Figur 29: Det er valgt en standard LED-pære slik at pæren lett kan byttes ut. Pæren gir optimalt lys som en leselampe (2700 Kelvin).



Figur 28: Delene er kantet for å vise at delen kun er for å føre glidebeslaget opp og ned. Skurdelen er også kantet for å gi et mer behagelig grep.



Figur 30: For å unngå skader når det skjæres små deler, finner det tryg- gere framgangsmåter - slik som dette.



Figur 31: Pencil Light. (Fotograf: Kaja Bruskeland)



Figur 32: Pencil Light i miljø på verksted. (Fotograf: Kaja Bruskeland)



Figur 33: Pencil Light. (Fotograf: Kaja Bruskeland)



Figur 34: inspirasjon (Hentet fra: <http://www.flickr.com/photos/valentinokh/2425117796/>, <http://whiskyandwry.com/category/moi/>)

Produkt 2: Lampe inspirert av gammel lysbryter

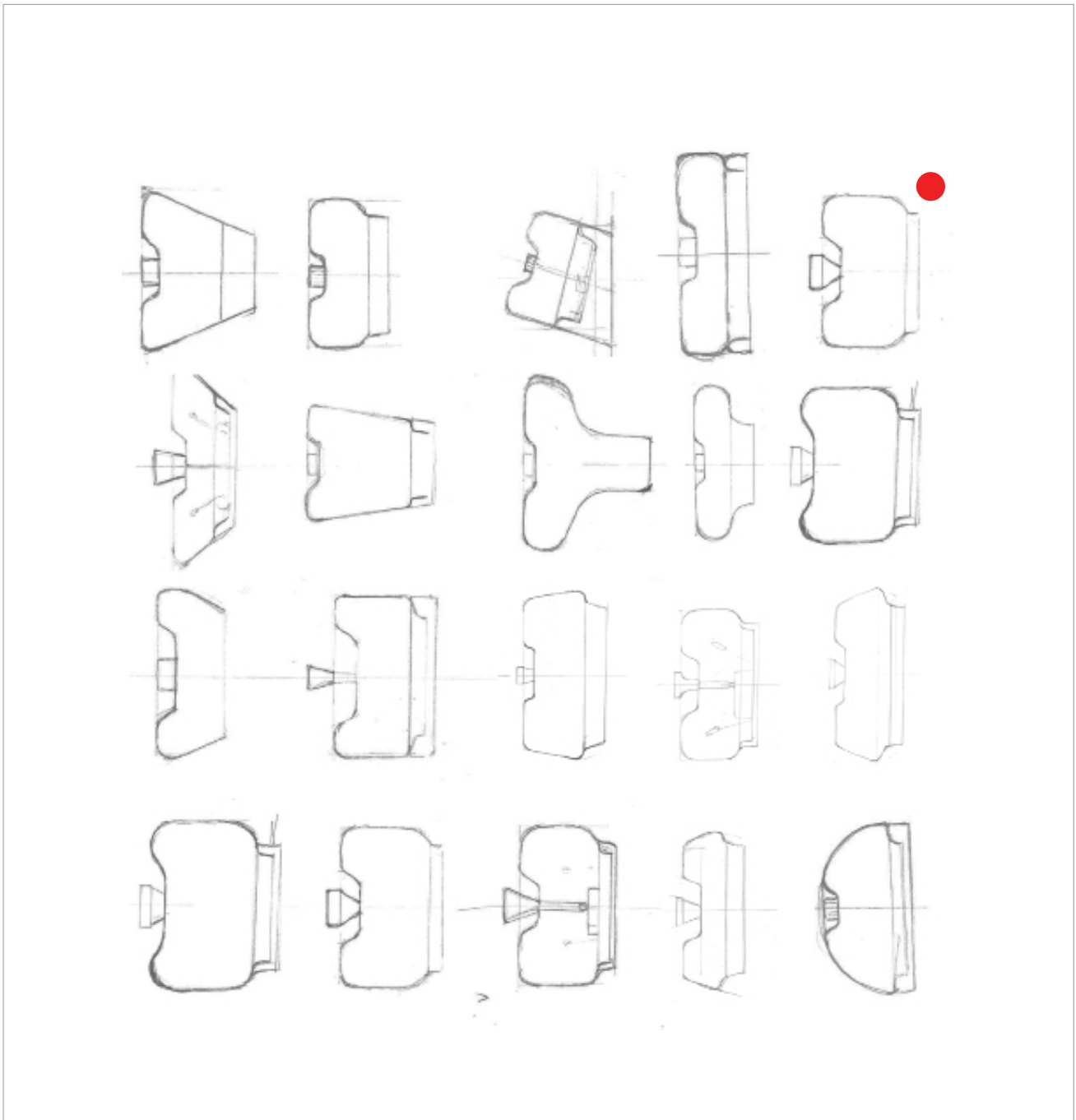
I dette produktet er det forsøkt å jobbe med interaksjon til produktet, med en bryter som er en integrert del av lampen. Lampene har hentet inspirasjon fra gamle lysbrytere – og ved å overføre den kjente bevegelsen fra den gamle lysbrytere til nytt produkt vil det framheve minner og assosiasjoner.

I et tidligere prosjekt er det jobbet med lysbryter som en integrert del av lampen (Figur 7). Lampen er vist på ulike designmesser, og brukeren synes det er spennende at bryteren er en del av lampen. Denne tanken var det derfor ønskelig å videreføre i en ny type lampe.

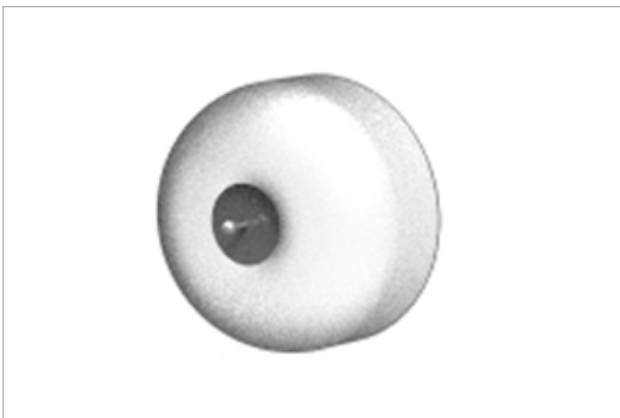
Jeg ønsket at det nye produktet skulle være en ny type lampe som skiller seg ut fra Turn Lampen, men med samme strategi med integrert bryter i lampen. Jeg startet med å finne ny inspirasjonskilde til prosjektet. Etter et besøk i farmor og farfars gamle hus fanget de gamle sorte eller hvite lysbryteren oppmerksomheten. Materialet, som er bakelitt skiller seg ut fra dagens brytere, den er vakker og forseggjort. Lyden den avgir når du skrur på og av, gir erindringer fra da jeg var liten med minner av bilder, lukt og lyd. Det å overføre denne kjente bevegelsen til et nytt produkt kan kanskje skape et produkt som betyr noe mer for den som bruker produktet: ved gjøre den gamle kjente bevegelsen på en ny måte i et nytt produkt. Etter besøket ble det gjort research ved å søke opp flere gamle modeller på internett. Utseende til den lille bryteren i midten varierer fra modell til modell, samt farge, størrelse og detaljer i formen (Figur 34). Det ble valgt at konseptet skulle være en vegglampe, for å bevare sammenhengen med en lysbryter. En bordlampe hadde antakeligvis mistet mye av assosiasjonen.

MATERIALER SOM BELYSER KVALITET OG ASSOSIERES TIL DEN GAMLE BRYTEREN

Jeg ville at bryteren skulle fungere som en lampe, og det var derfor naturlig med en lystransparent overflate. Glass ble valgt fordi det har en lik taktilitet som porselen, som også mange gamle lysbrytere er laget av. Som prototype er lampen montert med halogenpærer (Figur 48), dette er ikke anbefalt og vil bli byttet ut med LED i produksjon (uttdypet i avsnittet om lyskilde). Sokkelen er som prototype laget i ebalta, et tettpakket skummateriale som er lett å forme og (tre)dreie. I følge Dag Fossum af Darre, lærer med støpekunnskaper ved HIOA, ville sokkelen i produksjon blitt støpt i aluminium, eller som en rimeligere produksjonsmetode blitt brukt et rør i aluminium festet til en bakplate i samme materiale. Aluminium leder varme vekk fra LED, og er også et materiale som blir anbefalt å bruke hvis LED skal festes direkte på materialet. Kuppelen er laget i munnblåst ufarget lystransparent glass med en opak fargetapp på innsiden. Selve prosessen med glassblåsing hos Magnor Glassverk var mer omfattende enn forventet. Flere sprakk under avkjøling og det var vanskelig å beregne mengde av det opake glasset slik at lyset i pærene fordelte seg godt i glasset uten at detaljer ble synlig.



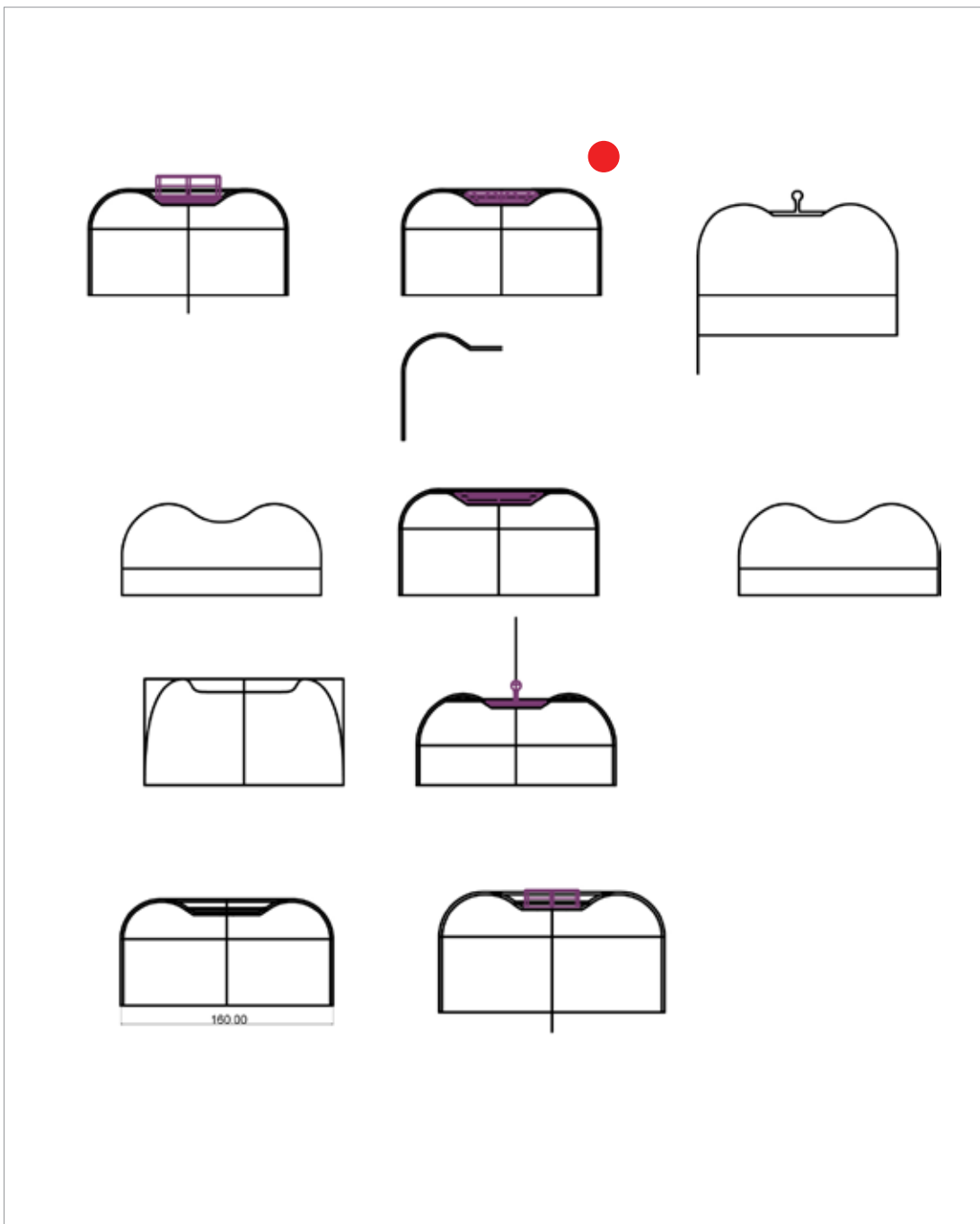
Figur 35: Første skisser på ulike varianter av vribryteren. En enkel form vil gjøre produksjonen lettere, samt forenkle hvordan glasset festes mot formen med lyskilden og dimmer.



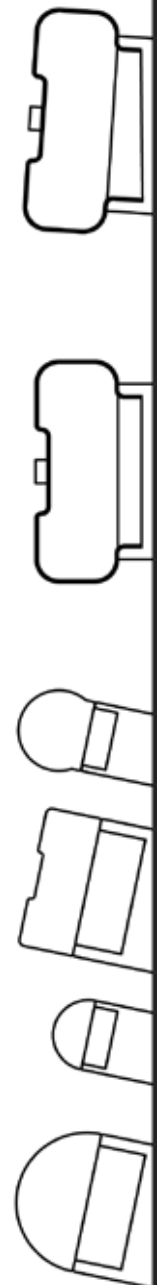
Figur 36: Vippebryter? Vribryter er bedre for å kunne dimme lyset.



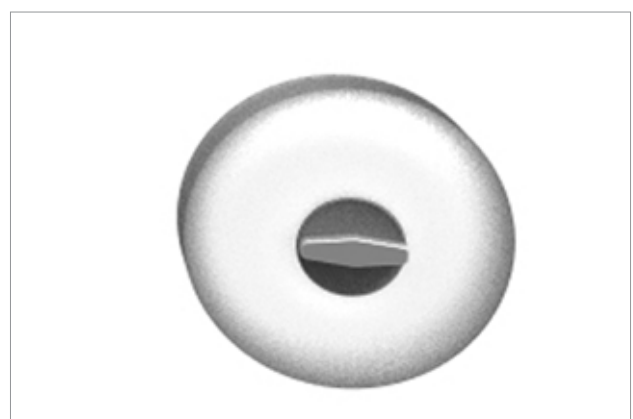
Figur 37: Trykke eller dreie for å sku på lys.



Figur 38: Videreutvikling av form. En nedsenking i midten vil gi plass til vrider, og ikke gjøre den for sentral, men som en integrert del av formen.



Figur 41



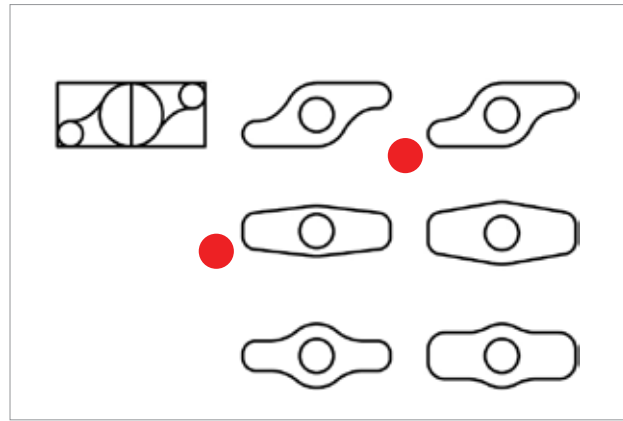
Figur 39 og 40: Detaljgraden på formen ble vurdert, men erfaringer tilsier at dette er vanskelig å gjenskape i glassblåsing. Formen til venstre var derfor den jeg gikk videre med.

MAGNOR GLASSVERK - BLÅSING AV KUPPEL

Fra før er Magnor Glassverk en viktig samarbeidspartner, og de var villige til å hjelpe til med å lage tre-former og blåse glasset til lampen (Figur 47). Da arbeidstegningen ble sendt inn, ble treformen som det blåses i laget ekstra lang, slik at den ved kapping kunne endres i ønsket størrelse. I skisseprosessen ble det prøvd ulike størrelser på formen, både i forhold til hvor langt ut lampen skulle plasseres fra veggen og diameter. Diameteren ble fastsatt på bakgrunn av at det skulle ha samme størrelse som Turn Lampen (Figur 7). Det er erfart å være en riktig størrelse å håndtere ved montering og skifte av pære. I tillegg er det lettere å forvare det å kjøpe en mindre vegglampe enn en stor. Den kan passe inn i ulike typer rom, og flere kan settes sammen i en gruppe.

TEGN OG SEMANTIKK – INVITASJON TIL BEVEGELSE

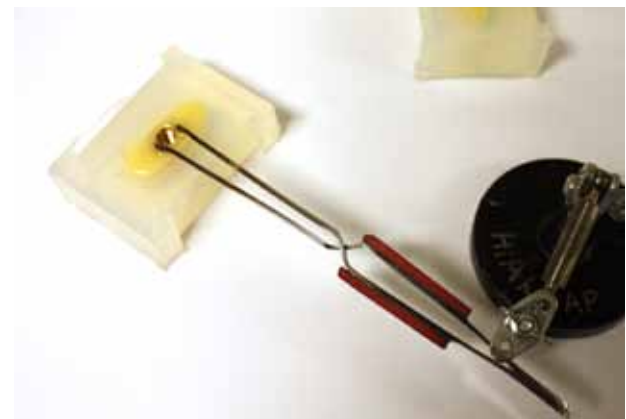
Ulike vridere ble vurderer, men jeg kom fram til at en rotasjonsvrider var bedre enn for eksempel en vippebryter. Dette for at brukeren skal kunne variere lysstyrken ved å skru/dimme, og det kan oppleves som en større interaksjon mellom bruker og produkt. Det ble valgt to forskjellige som en variasjon, der begge er behagelige å bruke (Figur 42). Vrideren er først formet i ebalta (Figur 43). Så tatt avstøp av silikon (Figur 44). I silikonformen er det støpt ulike farger og variasjoner, der et gjengerør er integrert. Skudelen i midten inviterer til bevegelse. Den er plassert i midten litt nedfelt i glassformen, og dermed lett å få øye på. Det er også valgt kjente former som assosieres med det å skru. En rundt knapp uten relieff kan indikere trykke eller dra tilbake (Monö, 1997). En smal og avlang form er valgt i produktet, som viser plass til fingre og er ofte en invitasjon om en roterende bevegelse. Lampen er kalt "Switch", som betyr bryter eller lysbryter på norsk. Dette er et navn som beskriver produktet, og som kan formidle at det skjer noe med produktet.



Figur 42: Testing av ulike vridere. De med stort flate for fingrene fungerte best.



Figur 43: Teste form i ebalta.



Figur 44: Støping av vridere i silikonformer.



Figur 45: Forlenging av dimmer med akrylstav.

FARGER SOM TYDELIGGJØR ASSOSIASJONEN

Fargene som ble valgt er nøytrale (Figur 46), akkurat som en lysbryter oppleves i et rom. Hvit ble valgt til å være hovedfarge, som også har en tydelig assosiasjon til fargen i gamle lysbrytere. Grå/lilla og mintgrønn ble valgt som en variasjon og som nøytrale farger. Gult ble også prøvd ut under glassblåsingen, men dette ble for fargesterk, i tillegg var den lite opak. Sokkelen i ebalta og vribryter ble lakket i samme farge som glasset for å skape en helhet og samhörighet i produktet, og for å ligne mer på en lysbryter. Når lampen er avslått er fargene så å si identiske, mens det oppstår en kontrast mellom sokkel og glass når lyset tennes.

ENDRING I LYSSTYRKE - TEKNISK BESKRIVELSE

Elektronikken på innsiden har vært en stor utfordring. Lampen er liten, og har ikke rom for lufting slik den er utformet på nåværende tidspunkt. Den opprinnelige planen var å installere LED og en dimmer eller bryter som vrir rundt et punkt. Etter mye søking ble det kun funnet én dimmer med rotasjonssvrider, samt LED som ikke kunne dimmes. I prototypen er det derfor valgt halogenpærer. Ulempen med denne type lyskilde er at den avgir mye varme. I samtale med diverse leverandører av lys på møbelmessen, er dette mulig å endre i en produksjon. Det viktigste for konseptet og produktet, var at publikum fikk prøve produktet under møbelmessen i Milano og at det fungerte som et konsept, noe det også gjorde. Dimmeren er en standard rotasjonsbryter som dimmes rundt et gitt punkt. Dimmeren måtte derfor forlenges mot midten og toppen av glasset, slik at en egenutviklet vridel kunne festes på utsiden av glasset (Figur 48). Ettersom dimmeren er sentrert i midten, kaster den forlengede stangen i midten skygger i glasset. Det ble forsøkt med forlenger både i metall og akrylplast. Den i plast gav mindre skygge enn metallstaven (Figur 45). Selv om den er transparent, avga den allikevel noe skygge. Løsningen var å bruke to pærer for å fordele lyset bedre. Dog avgir to pærer mer varme, men ble valgt som prototype, og som den beste alternativet til å gjengi effekten av flere LED-dioder. Ved å feste en smultring av led-lys rundt dimmeren – vil mest sannsynlig skyggespillet forsvinne. I tillegg vil en sokkel i aluminium lede vekk varme.

K 173	sattegrau	2 stk
K 078 A	kanariengelb	2 stk
K 160 A	elfenbein	2 stk
K 086	türkis	1 stk

Figur 46: Opake fargekoder fra Magnor Glassverk.



Figur 47: Formene sprenges/kuttes hos Magnor Glassverk.



Figur 48: Switch slik den ser ut på innsiden. To pærer er plassert på hver side og dimmer er sentrert i midten.



Figur 49: Switch. (Fotograf: Kaja Bruskeland)



Figur 50: Switch. (Fotograf: Kaja Bruskeland)



Figur 51: Switch. (Fotograf: Kaja Bruskeland)



Figur 52: Dreining som teknikk - inspirasjon til et nytt produkt.

Produkt 3: Dreie i tre på en ny måte

I denne delen vil det bli introdusert en serie med speil dreid i tre. Det var et ønske om å jobbe med tre og taktiliteten i dreide produkter. Produktet henter også inspirasjon fra gamle trerammer.

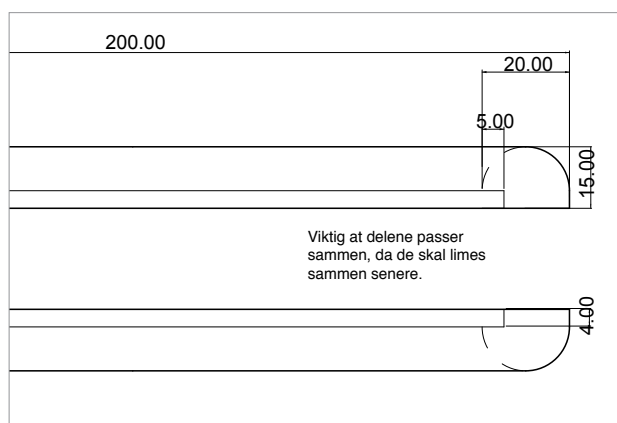
I fasen med inspirasjonsinnhenting fant jeg en dreid ramme i tre, denne inspirerte til å lage et nytt type produkt. Det er en uventet form og bruksområde som var interessant å bruke videre. For å bevare nærheten til materialet, ønsket jeg å lage et håndspeil dreid i tre, som skulle være god å holde i.

FORM OG MATERIALE MED TAKLILITET

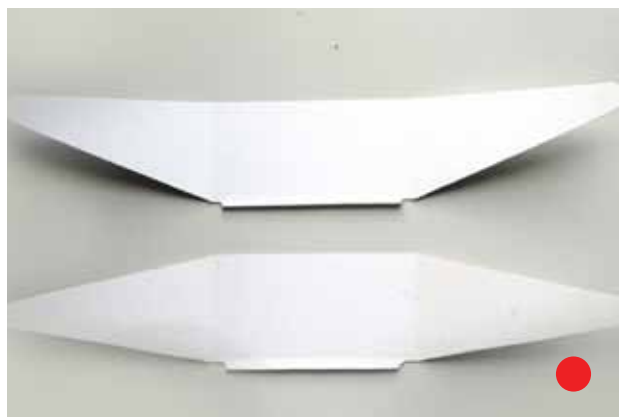
Bjørk ble valgt som materiale, fordi det egner seg godt for dreining, samt har en tilhørighet til de andre produktene som er utviklet både i denne oppgaven og tidligere. Det å dreie et slikt i produkt er forholdvis komplisert, derfor ble dreining av rammen bestilt fra Killi Tredreining. Arbeidstegningen ble noe misforstått, og de ferdige ringene avviker noe fra arbeidstegningene (Figur 53) (Vedlegg 5 og 6). På grunn av avviket ble ikke rammen så god å holde i. Opprinnelig skulle kurven gått inn mot speilflaten, og gitt en større flate for grep rundt kanten/rammen. Ringene ble limt sammen med speil innfelt. Den store rammen ble utviklet til en bordspeil med plass for smykker, briller og annet nips. Ulike former ble prøvd ut som stativ for bordspeil. En symmetrisk form ble valgt til slutt, slik at speilet kan fungere like godt fra begge sider. Grå ble valgt som farge for å ikke konkurrere med treet som materiale, som skal være i hovedfokus.

TEGN OG SEMANTIKK - INVITASJON TIL BERØRING

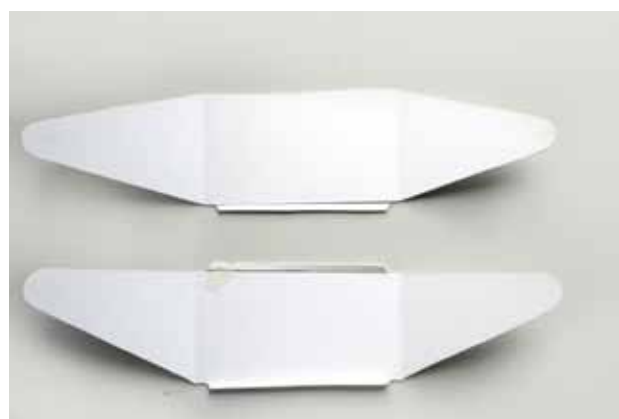
Også dette produktet har serratering i skurdelen for å stramme rammen i ønsket posisjon, også her indikeres det at det skal skrues og ikke trykkes. Materialet (tre) føles behagelig å holde i hånda.



Figur 53: Utsnitt fra arbeidstegning av stor ramme, slik den ble sendt til tredriier.



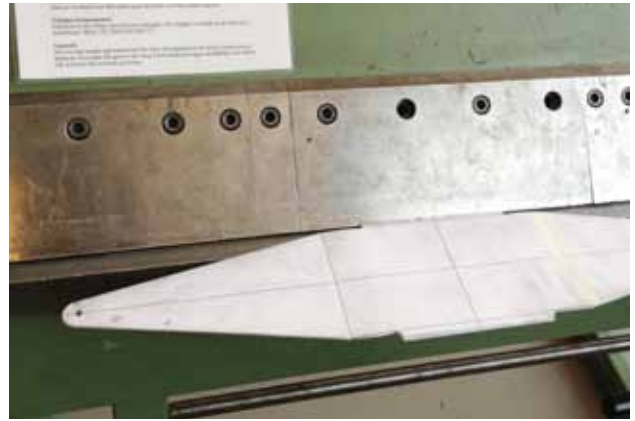
Figur 54: Øverst viser forslag på assymetrisk stativ. Nederste modell er symmetrisk og mer stabil, og fungerer fra begge sider som produkt.



Figur 55: Modellene var for lave og klumpete - skygger for lys og skaper et lukket produkt.



Figur 56: Test av brekkant på stativ. Ulike størrelser på hull og knekkpunkt ble prøvd ut.



Figur 60: Bøying av stativ. Viktig at langsiden bøyes først.



Figur 57: Test av brekkekant.



Figur 61: Bøying av stativ.



Figur 58: Filing av kanter.



Figur 62: Liming av rammer.



Figur 59: Rammer limt sammen med speil i midten.



Figur 63: Bore hull til stativ, for nedfelling av gjengerør.



Figur 64: Ferdig produkt. Serien er kalt for Donut. (Fotograf: Kaja Bruskeland)

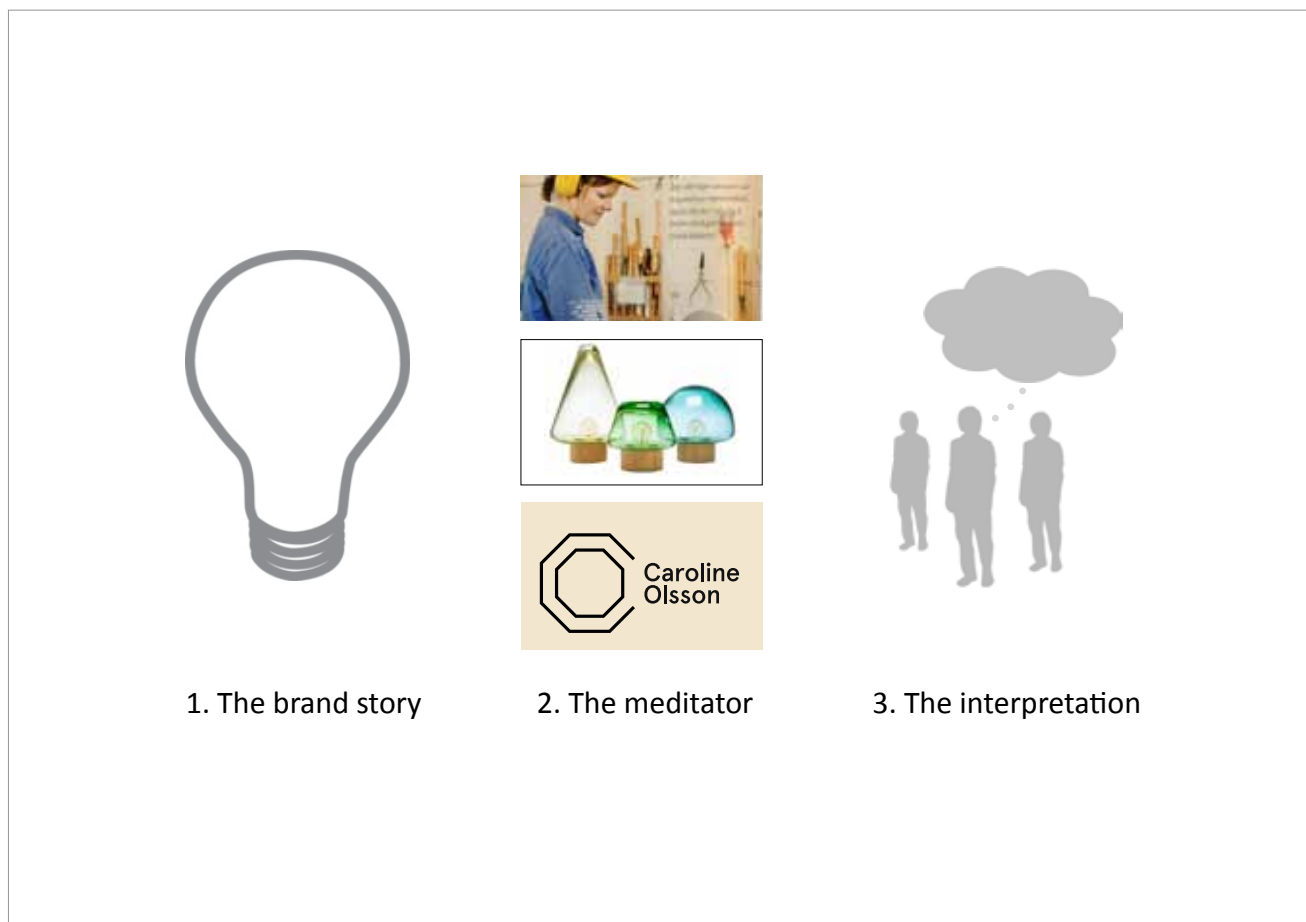
Branding av egen merkevare - designe en sammenheng

De fleste som jobber innenfor design og branding kan forklare hva et brand er, men det vanskelig å forklare på en enkel måte.

I følge Monica Hestad er det tre faktorer som er viktige når et brand skal defineres:

1. Det må være et ønske om å framstå med en mening, en filosofi eller en visjon = BRAND STORY
2. Noe som representerer historien, for eksempel produktene, navnene til produktene, logo eller markedsføringen mot kunden.
3. Noen som tolker historien og brandet - den samme historien må gjenkjennes av av gruppe mennesker (Hestad, 2013).

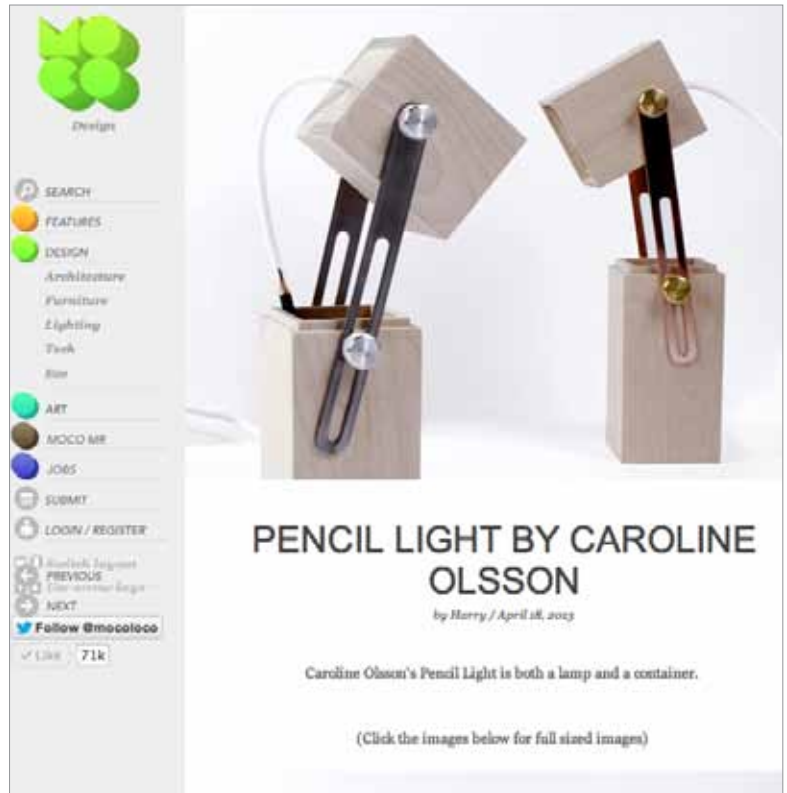
Det er et ønske om å starte egen virksomhet etter endt studie, men det er nok for tidlig å si at mitt firma allerede kan leses som et brand. Allikevel kan man se noen tendenser som kan beskrive mitt design som gjenkjennelsen til Skandinavisk Design, et enkelt og stilrent uttrykk, bruk av tre og glass, bruk av assosiasjoner i produktene og navn med assosiasjoner. Et brand er hele tiden i endring, og produktene vil også varere ut fra hvilken produsent en samarbeider med.



Figur 65: Hva er et brand? Figur utviklet med inspirasjon fra Monica Hestads bok "Branding and Product Design".



Figur 66: Produktene stillt opp i et slags miljø for fotografering. (Fotograf: Stian Korntved Ruud)



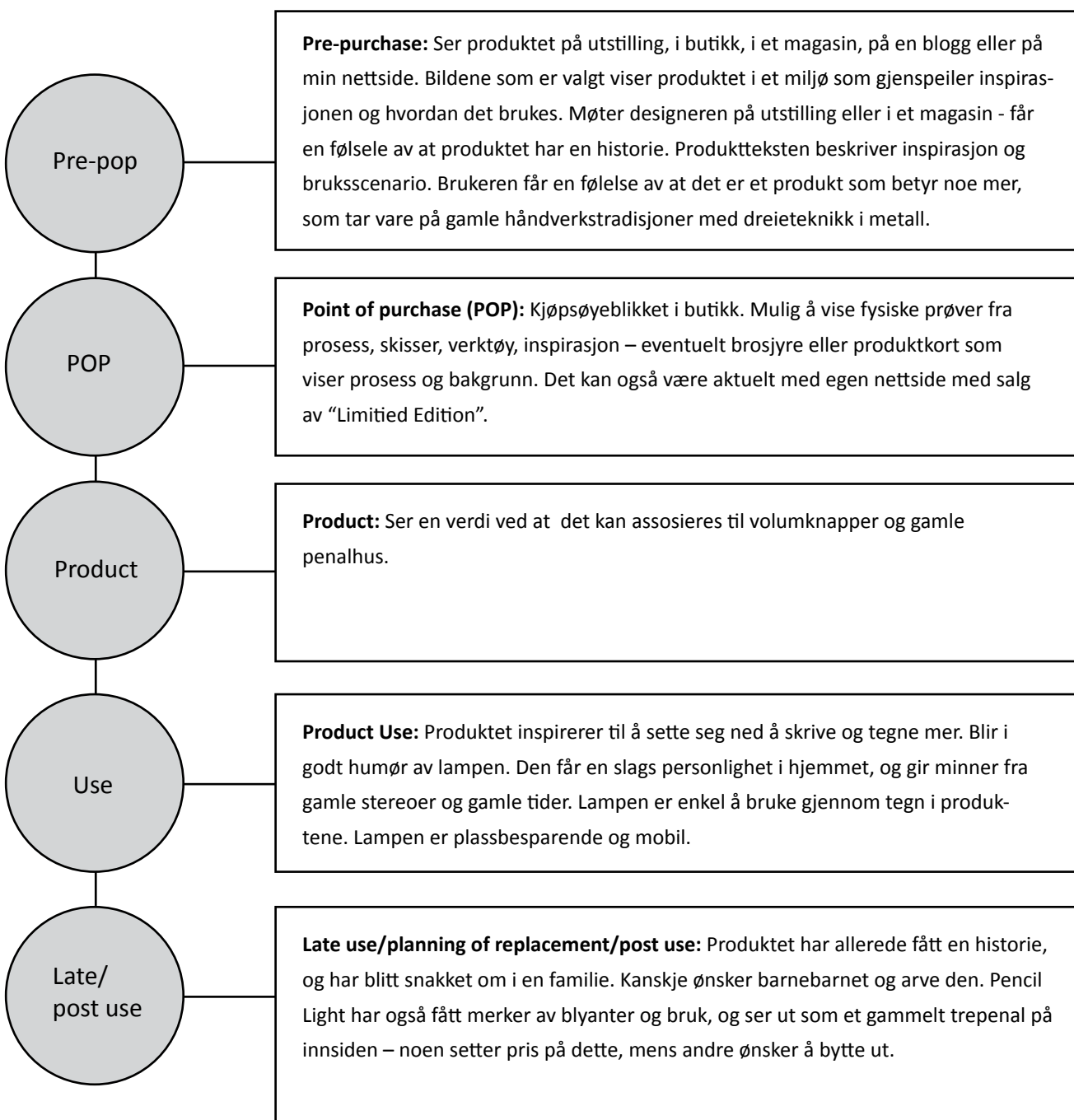
Figur 67: Presseomtale på bloggen Moco Loco, 18 april 2013.

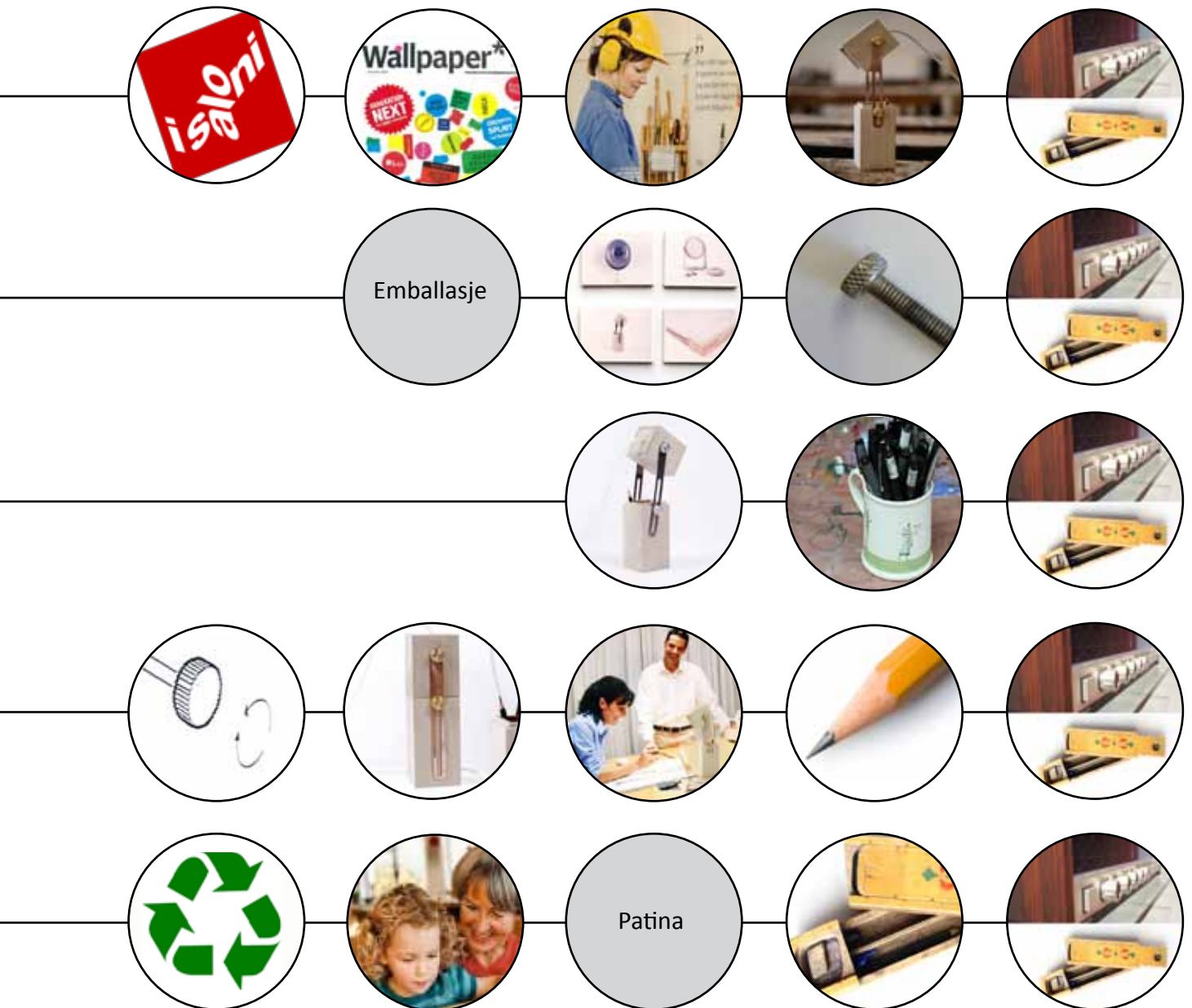


Figur 68: Pressemateriale. Produktkortene ble spesielt utviklet til utstillingen i Milano av Mari Grafsrønningen. (Fotograf: Caroline Olsson)

Tilknytning til produkter gjennom COE som metode

COE er en metode eller et verktøy som kartlegger produktet i ulike stadier av eierskapet (Gulden & Moestue, 2011). Selv om produktene som er utviklet i denne sammenheng er prototyper, og ment for produksjon hos produsent kan allikevel metoden COE brukes for å kartlegge de ulike stadiene av eierskap for å gjøre produktet sterkere i markedet og i samtalen med produsent. I tabellen nedenfor blir Pencil Light kartlagt som et eksempel.





Figur 69: Produktbilder av Pencil Light (Fotograf: Kaja Bruskeland). Inspirasjonsbilder (Fotograf: Caroline Olsson). Diverse bilder fra google.com

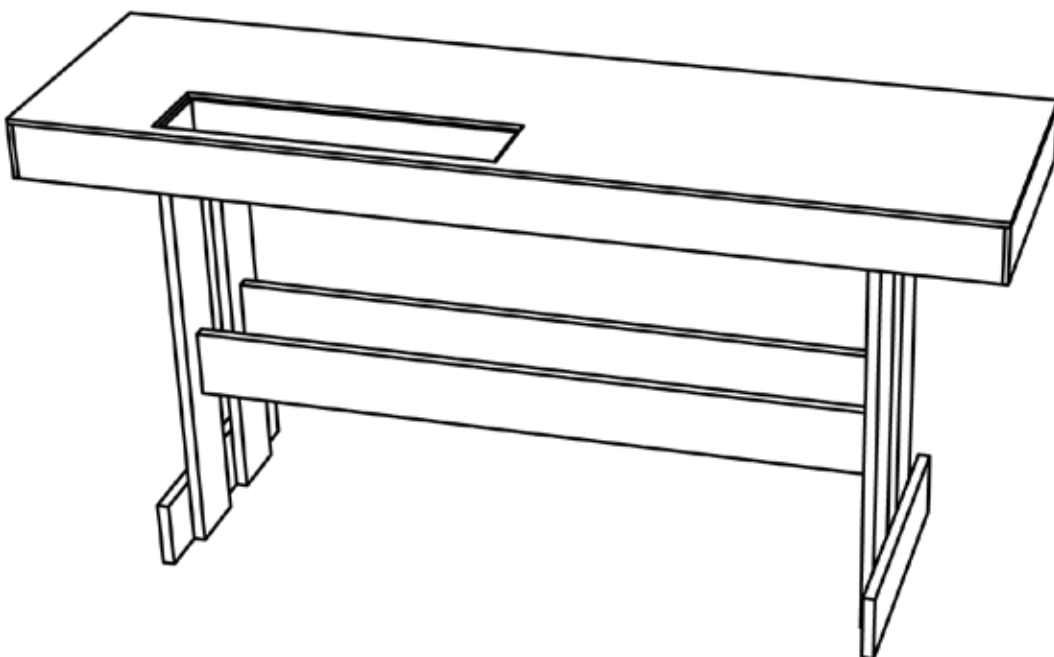
Utstilling, profilering og produkttesting - Milano Furniture Fair 2013

Møbelmessen i Milano i Italia er en av verdens største designmesser. Hvert år i april forvandles messeområdet og byen, og det sies at folketallet øker med 300 000 denne hektiske uken. Et av stedene der unge og nyetablerte designere kan vise sine prototyper er Salone Satellite, som er en del av Salone Del Mobile (Møbelmessen i Milano). Dit søker designere fra hele verden utstillerplass. Målet til de fleste er å bli ”plukket opp” av en produsent, men det er også meningsfylt å bli kjent med andre utstillere – dele erfaringer og knytte vennskap og nettverk.

På forhånd må hver enkelt designer/gruppe søke med prosjekter som de ønsker å vise fram. Salone Satellite ønsker å følge opp utstillerne, og mener at det er nødvendig å stille ut tre ganger, for å gradvis bygge opp et nettverk. De viktigste forberedelsene til messen er å lage prototyper av god kvalitet. Dette er utdypet i

de tidligere kapitlene om produktutvikling. Andre forberedelser er design av stand, gode bilder og profilering. På messen er det et mål å få vist produksjonsklare produkter, og få til avtaler om salg gjennom egenproduksjon eller kontakt med produsent(er). Dette tar gjerne tid, og designerne må være tålmodige.

“ Rommet i benken passer godt til å vise deler av prosessen og hva som har vært inspirasjonen



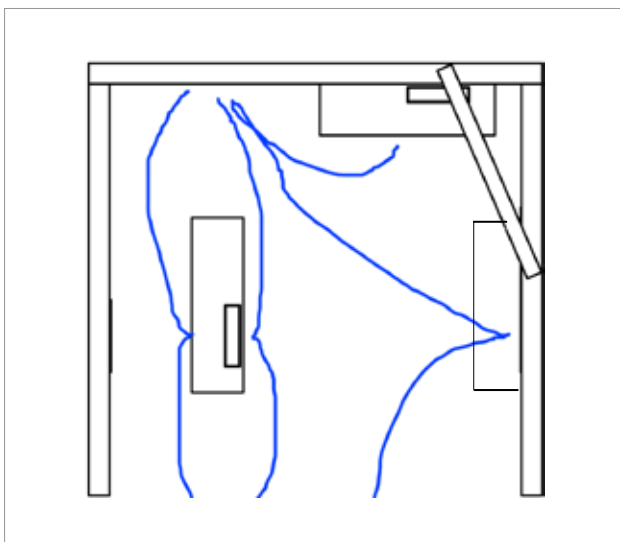
Figur 70: Utstillingsmodul med tydelig referanse til gamle sløydbenker.

PROFILERING MOT MØBELMESSEN I MILANO - UTSTILLINGSDESIGN

Det var et ønske om at standen skulle ha en tydelig sammenheng til produktene. I et tidligere produkt er det brukt detaljer fra sløydbenken som inspirasjon til å skape en lampe. Kunne hele benken brukes som en utstillingsmodul? Sløydbenken passet også inn mot temaet "Nye gjenstander fra gamle teknikker", samtidig som det er et kjent produkt spesielt, i Norden.

Det ble vurdert om de skulle brukes som de var, eller lages en ny versjon. Benkende på skolens verksted er preget av tidens tann, og har merker og flekker etter mange års bruk (Figur 8, s 15). De står i en tydelig kontrast til nye produkter. På en annen side vil de også vekke mye oppmerksomhet, og kan overskygge produktene. Det utslagsgivende ble at det ville bli vanskelig å frakte arbeidsbenkene til Italia, derfor ble det laget en ny, mer nøytral og lettere modell som kunne flatpakkes. Flere detaljer ved arbeidsbenken er bevart, blant annet proporsjoner og rommet for verktøy. Dette rommet passet godt til å vise deler av prosessen, og hva som har vært inspirasjonen til de ulike produktene.

Det ble laget tre arbeidsbenker, slik at hvert produkt fikk et eget bord, og to produkter måtte dele. På standen i Milano ble den ene benkene plassert godt ut fra vegg, slik at det oppstod en passasje på begge sider av bordet. Dette gav en god flyt mellom utstillingsbenkene (Figur 71). I tillegg til at det fungerte fint å samle seg rundt bordet når konseptene skulle forklares.



Figur 71: Plassering av moduler, og tenkt flyt.

For å kunne formidle et budskap og et begynnende brand, er det viktig å ha en gjennomført grafisk profil. Gode bilder har jeg erfart er noe av det viktigste grepet innenfor markedsføring av prototyper – bilder som formidler konseptet, viser størrelsesforhold og gjengir materialet. For å prioritere tid til produktene ble det leid inn fotograf; Kaja Bruskeland. Ettersom verkstedet har spilt en viktig rolle under dette prosjektet kunne det også være en naturlig bakgrunn for bildene. Ulike lokaler ble besøkt, blant annet enkeltmannsforetak på Blaker og Blaker Skanse. Til slutt ble verkstedet på skolen valgt. Der er det fint lys, og det forstyrres ikke så mye sammenlignet med et verksted der det er full aktivitet hver dag. På skolen er det gamle arbeidsbenker som fungerte fint som bakgrunn. Det ble også tatt bilder i studio med hvit bakgrunn, som gjerne foretrekkes av presse.

Når det gjelder grafisk utforming av profil har Mari Grafsrønningen hjulpet til med dette ved en tidligere anledning. Både logo og kort ble videreført til Milano med hjelp fra Mari, kun med små endringer. Hvert produkt fikk sitt eget kort i visittkortformat (Figur 68, s. 45). Kortet var enkelt å ta med seg for de besøkende, i tillegg kan det fungerte som en slags måling av interesse. Logoen er utformet med inspirasjon fra møbelmuttere, i tillegg til at den kan illustrere åringer i treverk – en blanding mellom det maskinelle og det naturlige (Figur 68, s. 45).

REFLEKSJON: FORMIDLING AV HISTORIE

Det er forsøkt å formidle en historie ved hjelp av stand, bilder og grafisk profil: produktene er plassert på skolens verksted, i et miljø de er utviklet, og som de har en tydelig tilknytning til. Bildene er da med på å forsterke og tydeliggjøre historien til produktene. Logo har en tilknytning til arbeidsmåten – der arbeid på verksted spiller en viktig rolle. Kortene er enkle og minimalistiske i stilen og papiret er i en varm tone med tekstur, i slektskap til treverk.



Figur 72: Utstillingsmodulene ble bygget av platemateriale i bjørk (se vedlegg). Toppen ble skrudd sammen på forhånd, mens benene ble flatpakket for transport. (Fotograf: Ole Erik Berget)



Figur 73: Snekring av bein til bord (Fotograf: Ole Erik Berget)



Figur 74: Produktkortene fikk en egen hylle på veggene under logo (Fotograf: Caroline Olsson)



Figur 75: Standen første dagen. (Fotograf: Caroline Olsson)



Figur 76: Ferdig montert. (Fotograf: Caroline Olsson)



Figur 77: Standen slik den ble til slutt. (Fotograf: Caroline Olsson)

REFLEKSJON - HVORDAN BLE PRODUKTENE OG STANDEN TATT IMOT?

Etter gjennomført messe har nettverket blitt større og flere produsenter var interesserte i produktene. Visittkort ble samlet i en bok, med kommentarer for å huske samtalene bedre. Selv om mye positivt skjedde under møbelmessen, kan det ta tid før noe skjer, spesielt når det gjelder produksjon. Standen og produktene ble tatt godt imot på messen. Mange kommenterte at det hadde et skandinavisk uttrykk, og at de likte den enkle og rene stilen på både produktene og utstillingen. Det kom også mer konkrete kommentar på at produkter hadde et poetisk uttrykk som forteller historier (Figur 82). På messen ble standdesign, og da spesielt arbeidsbenkene tatt godt imot av publikum. Publikum sa at det passet godt til produktene med lyst treverk. Mange så også tydelig assosiasjonen til arbeidsbenker, spesielt de besøkende fra Norden, Storbritannia, Frankrike, Tyskland, USA og Canada. Flere kommenterte at det var uvanlig, men fint å presentere bakgrunnen for produktene.

PRODUKTTESTING – ROM FOR FORBEDRINGER

Pencil Light gikk gjennom en slags produkttesting når den ble stilt ut under messen i Milano. Den ble åpnet, lukket, veltet og løftet. Selv om det var forventet, ble det oppdaget at lampen trenger en tyngre underdel, et lodd integrert og skjult i bunnen. Også en gummipakning på innsiden av skruen er hensiktsmessig for å unngå merker i metallet. Dette oppstår spesielt i kobberet som er mykere enn messing. En integrert bryter, som slukker lyset når boksen er lukket bør installeres hvis lampen blir satt i produksjon. En slik bryter er liten, og vil være lett å integrere i det eksisterende designet. Switch ble også godt tatt imot på messen. De fleste besøkende forstod at det var mulig å justere lyset ved å dreie på vrideren i midten, men flere ble overrasket over at det var mulig å dimme lyset. Flere kommenterte lyskilden som dannet et møster i glasset, og trodde dette var en del av designet (utdypet mer i kapitlet om produktutvikling). Under messen ble det delt ut kort for de ulike produktene. Donut var det produktet som var minst populært. Kanskje på grunn av dårlig plassering. En annen årsak var at det ikke fungerte optimalt ergonomisk på grunn av feil under produksjonen av trerammen.



Figur 78: Punktering på Autobahn og senere problemer i tollen. (Fotograf Katrine Høgh)



Figur 79: Reisekollegaer: Kathrine Høgh og Ane Domaas. (Fotograf Katrine Høgh)

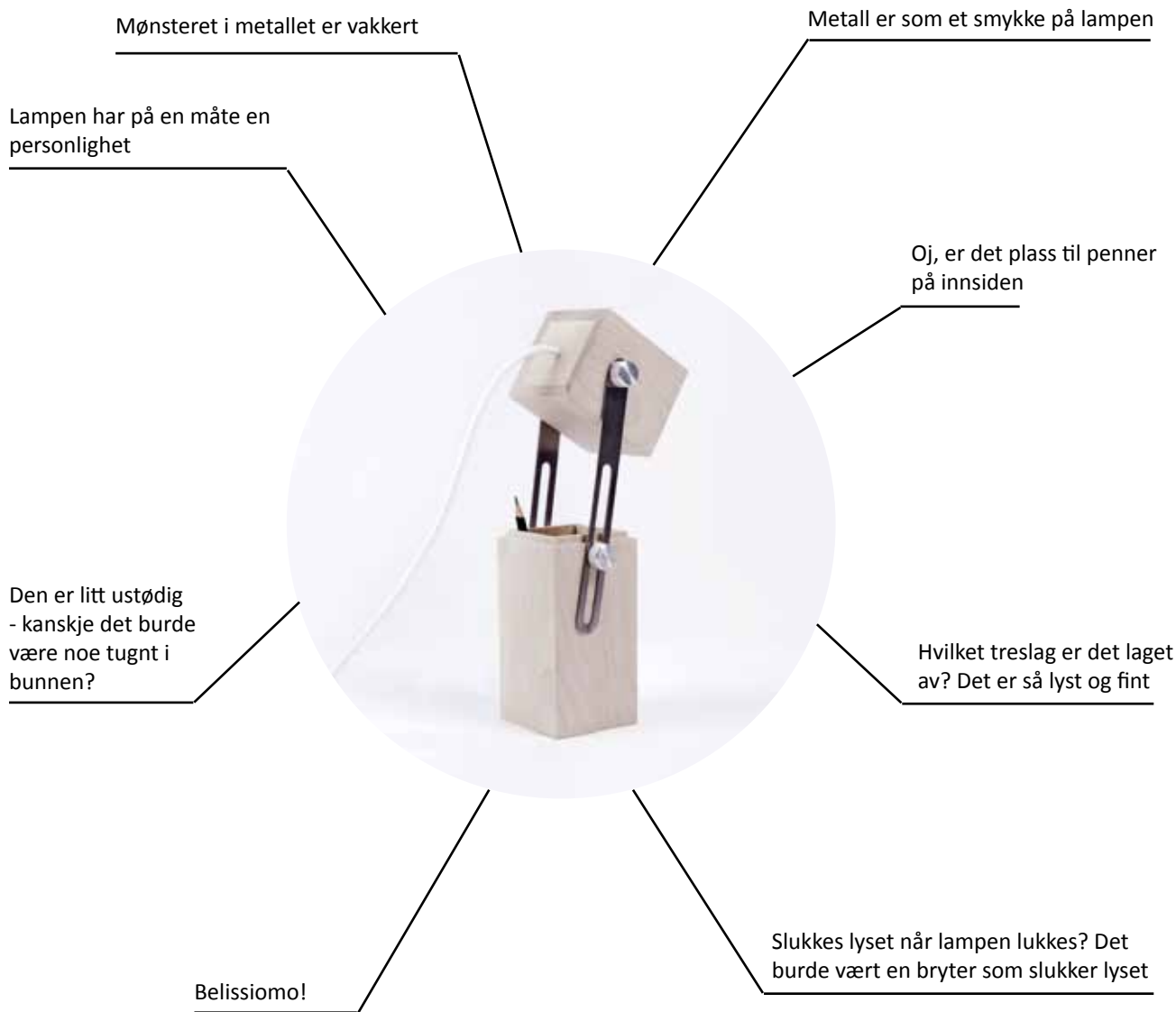


Figur 80: "Endelig er standen oppe". (Fotograf Katrine Høgh)



Figur 81: Pencil Light på utstilling. (Fotograf: Caroline Olsson)

PRODUKTTESTING - HVA SA DE BESØKENDE PÅ SALONE SATELLITE?



Figur 82: Oppsummert fra messen - reaksjoner fra publikum. Notater tatt under messedagene 9. - 14. april 2013 (Fotograf produkter: Kaja Bruskeland)

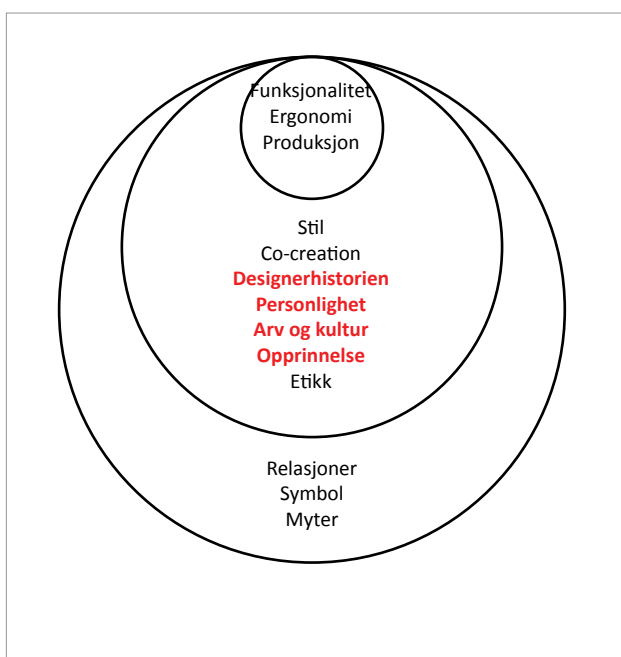


Bærekraftige produkter gjennom bruk av historiefortelling - diskusjon

I dette kapittelet blir det forsøk å diskutere verdien av bærekraftighet i forhold til bruk av gamle teknikker og objekter på en ny måte gjennom historiefortelling i produkter. De tre produktene har til felles at de kan fortelle en historie med en sammenheng mellom bruk av assosiasjoner, navn på produktene, bruk av materialer, gamle teknikker og hvordan produktene blir promotert for media.

Fog, Budtz om Munch mener at ved å tilføre historie til produkter, kan gi de en økt verdi. For å finne historien kan man stille seg spørsmålene: Hvordan produktet er utviklet? Hvordan ideen oppstod? Hvordan fikk produktet sitt navn og om det er noe spesielt med produktet sammenlignet med konkurrerende produkter? En god historie taler i bilder. Hvilke bilder ligger det i historien? Hvis det ikke kommer bilder på netthinnen når vi forteller historien, er den ikke konkret nok. (Fog, Budtz, & Munch, 2009). Disse spørsmålene er det allerede gitt noen svar på i teksten om produktutvikling, men det blir også diskutert videre nedenfor.

Egne eksempler som blir brukt i teksten er både nye og gamle produkter utviklet ved HIOA.



Figur 83: Tre nivåer der produkter kan fortelle historier for å skape et brand (Hestad, 2013)

PERSONLIGHET OG ASSOSIASJON I PRODUKTER

I følge Monika Hestad er det ulike nivåer der produktet kan fortelle historier for å skape en merkevare eller brand (Figur 83) (Hestad, 2013). En av disse nivåene er bruk av personlighet eller assosiasjon i produktet. Dette er en strategi som blir brukt i egne produkter, men det kan også diskuteres om det alltid er en fordel. I samtale med Siv Lier, utstillerkollega under Stockholm Furniture Fair, sier hun at det viktig at produkter ikke er for tydelig i bruk assosiasjon, for da kan brukeren fort gå lei. Eget produkt med mest tydelig assosiasjon både i konsept og navn er bordet Bambi (Figur 84). Det er i skrivende stund ikke i produksjon, og ofte blir det avbildet sammen med produkter ment for barn. Bordets egentlige tiltenkte målgruppe er voksne med små leiligheter. Denne observasjonen gir rom for forbedringer i produktet. I andre produkter har det vært mer vellykket å bruke assosiasjoner, som i Turn lampen (Figur 88) og i Pencil light (Figur 81), som begge henter inspirasjon til gamle teknikker.

Navnsetting på produkter som strategi for å skape en historie oppleves ofte som vanskelig for designeren, og det er delte meninger om det bør ha en tydelig assosiasjon ved seg eller ikke. Kanskje skal det være opp til forbrukeren å tolke, uten å legge inn for mange føringer. På en annen side er det en ærlig måte å formidle på en tydelig måte hva som er inspirasjonen, og det kan før kjøp være med på å skape en sterkere tilknytning til produktet (COE som metode). Under Stockholm Furniture Fair traff jeg designgruppen Grig, som foretrekker navn og design uten assosiasjon. Grig antyder at bruk av assosiasjoner i produkter ofte er



Figur 84: Bord inspirert av rådyr, designet av Caroline Olsson. (Fotograf: Linn Vandli)



Figur 85: Inspirasjon til å skape lampe. (Fotograf: Caroline Olsson)



Figur 86: Vennesla bibliotek - prosjekt i tre av Moelven. (Fotograf: Moelven)



Figur 87: Teppe inspirert av tauverk på båt, designet av Grig. (Fotograf: Grig)

banalt og ikke viktig – allikevel kom vi sammen fram til at de hadde brukt dette i egne produkter. I et teppe laget av tau, der det er tatt inspirasjon fra tauverk i båter. I tillegg brukte de et navn som kunne assosieres til fargebruken i produktene: April Grey.

INNOVASJON GJENNOM BRUK AV GAMLE TEKNIKKER OG OBJEKTER PÅ EN NY MÅTE

Det å tenke innovativt kan også være å ta vare på gamle tradisjoner. Selv om tre er et materiale som vi er

vant til å omgi oss med hver dag, og nesten tar for gitt, kan materialet fortsatt overraske og skape begeistring. Et eksempel på dette er Moelven og hvordan de jobber med innovasjon i tre (Figur 86). De er hele tiden på jakt etter forbedringer for å forbedre produksjonsprosesser, utvikle nye produkter, og de har en visjon om en ny anvendelse av allerede kjente produkter – alt i den hensikt å skape forbedringer (Moelven). Dette forsterker tanken om at det går an å lage innovative produkter ved hjelp av gamle teknikker og tradisjoner.

Samfunnet effektiviseres hele tiden, og gamle produkter og håndverkstradisjoner er i ferd med å forsvinne. Ved å bruke en gammel teknikk som virkemiddel på en ny og innovativ måte kan produktet tilføres noe ekstra som kan få brukeren til å bli sterkere knyttet til produktet gjennom assosiasjonen, og ønsker å beholde det lenger. Nytt og gammelt sammen kan kanskje skape mer varige og bærekraftige produkter, og være med på revitalisere kulturarven. Switch lampen et eksempel på dette. Den er laget med inspirasjon til gamle lysbrytere (Figur 89), som er et lite brukt produkt i dag. Ved å bruke elementer fra den gamle lysbryteren inn i et moderne produkt kan historien videreføres og fungere som en samtalestarter mellom mennesker fra forskjellige generasjoner. Et slikt produkt kan også kanskje lettere gå i arv. Eieren av produktet forteller historie rundt produktet og viser hvordan det brukes til sitt barnebarn, og barnebarnet vil kanskje etter hvert føle tilknytning til produktet gjennom historien bestefar fortalte.

MASSEPRODUKSJON – MEN ALLIKEVEL FORANKRET TIL KULTURARVEN

Det er et ønske at produktene som er utarbeidet i oppgaven skal bli produsert av en større produsent. Det kan stilles spørsmål ved om det mulig å skape en følelse av en gammel håndverkstradisjon i et slikt produkt. Det finnes flere eksempler på at det er mulig. Blant annet Benjamin Hubert stol for Casamania (Figur 90), inspirert av håndverksteknikken som blir brukt under bygging av gamle trebåter. Selv om stolen er masseprodusert, kan man likevel se den tydelige assosiasjonen. Turn Lampen er laget med gammelt verktøy som brukes lite i dag (Figur 88, og Figur 91), ved større produksjon vil dette bli effektivisert ved hjelp av for eksempel en cnc-fres. Ved å bruke moderne produksjonsmåter kan gamle arbeidsmåter bli glemt, men på en annen side kan designeren som lager den første prototypen i en gammel teknikk være med på å bevare selve håndverkstradisjonen. Det kan også være interessant å produsere små bærekraftige serier på egenhånd som designer, for å kunne kvalitetssikre, og få en større inntjening per produkt og bevare nærheten til det å jobbe i materialet. På en annen side blir slike produkter ofte svært kostbare for kunden, og



Figur 88: Lampe der bryteren er en integrert del av designet. (Fotograf: Kaja Bruskeland)



Figur 89: Bryter som inspirasjon til skape et nytt produkt. (Fotograf: Caroline Olsson)



Figur 90: Stol desinget av Benjamin Hubert, inspirert av gamle trebåter. (Fotograf: Casamania)



Figur 91: Gammelt verktøy som inspirerer. (Fotograf: Caroline Olsson)

det er ikke alltid økonomisk grunnlag for å fortsette en produksjon på gammelmåten. Ved en større produksjon kan produktet bli lettere tilgjengelig for folk flest både i pris og videreføring av våre kulturuttrykk. Selv om produktet er masseprodusert vil det gjennom sin assosiasjon gi et bærekraftig produkt som føles meningsfylt å eie.

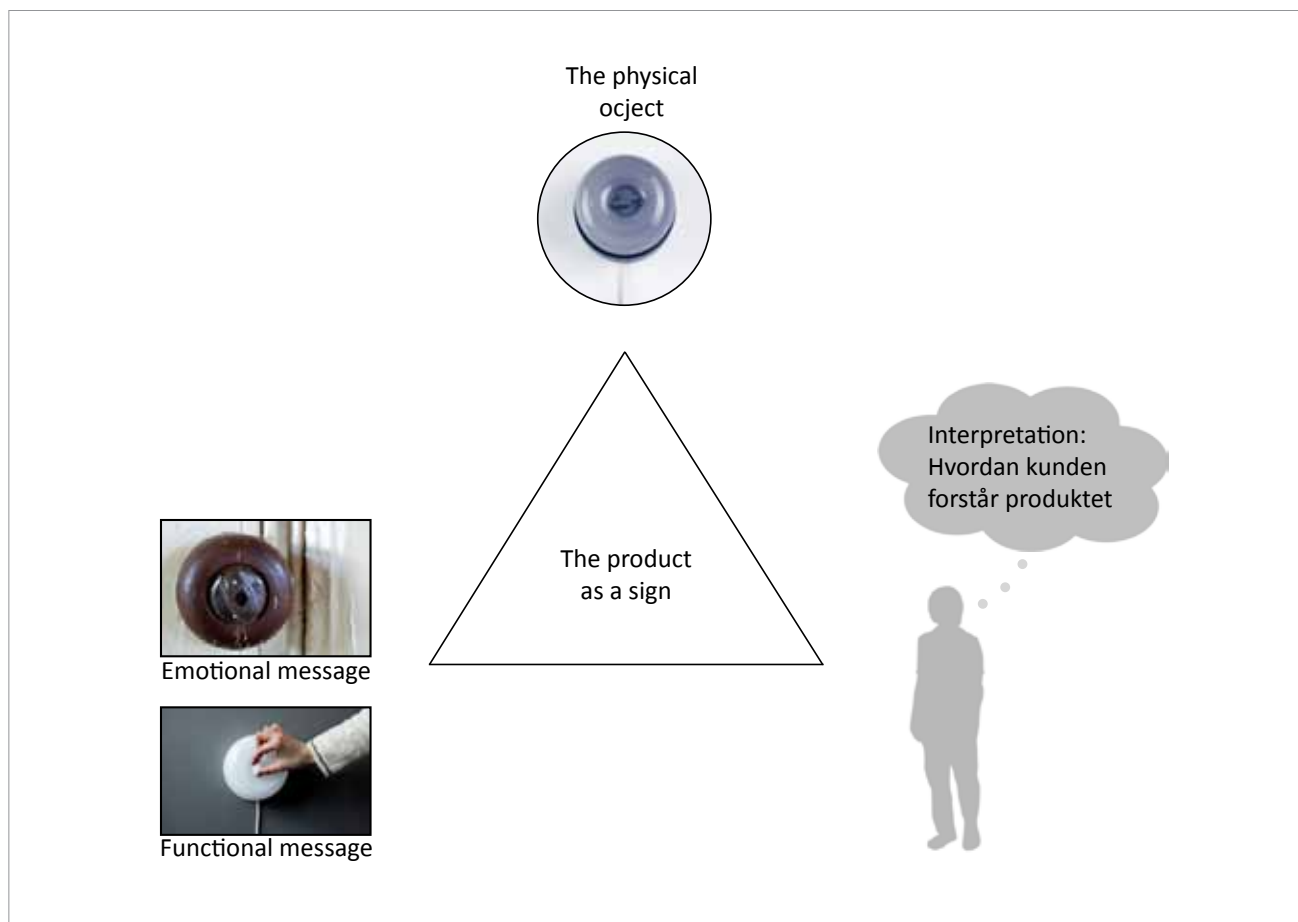
MØTE MELLOM PRODUKT OG MENNESKET GJEN- NOM BRUK AV SEMIOTIKK/TEGN

Med teori fra Vihma og Charles Peirces modell mener Monika Hestad at semiotikk/tegn i produkter kan bli oversatt til interaksjon mellom budskapet (ideen bak produktet, ofte rasjonelle og knyttet til følelser), det psykiske produktet (representert av budskapet) og tolkning/oppfatning (brukerens oppfatning av produktet) (Figur 92) (Hestad, 2013).

I de tre produktene som er et svar på oppgaven oppmuntres det til fysisk berøring eller interaksjon mellom bruker og produkt gjennom bruk av semio-

tikk/tegn. Når lampen Switch brukes må man ta på selve lampen for å skru den på og av. Pencil light må heves og strammes i riktig posisjon. Speilet Donut strammes i ønsket vinkel og berøres ved bruk. Forklart nærmere i Switch-lampen, blir brukeren mer involvert i produktet ved å skru på bryteren som er en sentral del av designet, sammenlignet med en lampe som har en bryter plassert på ledningen.

De tre produktene skal alle være brukervennlige gjennom semiotikk/tegn i designet som antyder bevegelse og funksjon. I følge Rune Monö er det som regel unødvendig å forklare funksjonen til et produkt, fordi en knapp ofte er plassert på utsiden av formen. (Monö, 1997). Selv om dette utsagnet begynner å bli noe utdatert etter utviklingen av nettbrett og smarttelefoner, kan det fortsatt være et grep som kommuniserer funksjon. Hos Switch lampen, Pencil Light og speilet, er det brukt bevegelige elementene som stikker litt ut fra selve kroppen til produktet, slik at det skal være lett å tolke for brukeren.



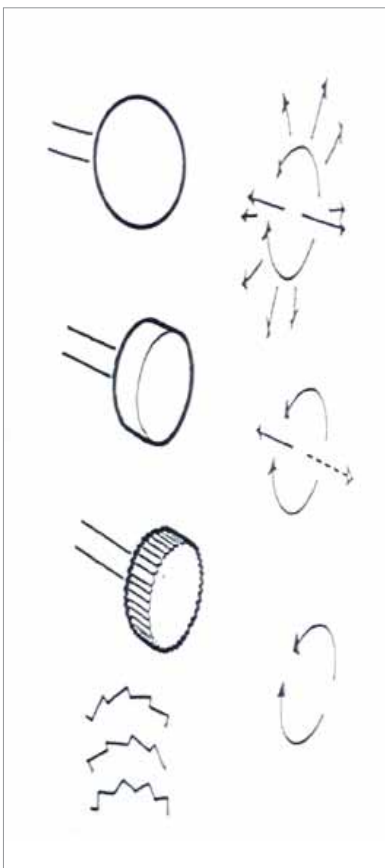
Figur 92: Budskapet i produktet, det psykiske objektet og oppfatningne av det. Figur inspirert av Monika Hestad (Hestad, 2013)

Figur 93 (Monö, 1997) viser hvordan tegn i produkter forklarer en funksjon på en kommunikativ måte. Øverste tegning viser ingen hint til hvordan knappen brukes, og det finnes flere muligheter. Den midtre viser færre muligheter, og den nederste viser at det skal skrues – men ikke hvilken retning. Dette tegnet for å vise funksjon er samme framgangsmåte som er brukt ved utformingen av Pencil Light. I lampen er det serratert mønster inn i metallet. Erfaringer forteller oss at fingrene får et godt grep og at det er mulig å skru. Også i Switch lampen antyder knappen i midten at det skal skrues. Knappen er avlang og det er naturlig å plassere en finger på hver langsida og skru. Oppsummert kan semiotikk/tegn i produkter gi brukervennlige produkter som har lenger levetid framfor produkter uten.

MØTE MELLOM MATERIALE OG MENNESKET

Metall, tre, glass er brukt som hovedmateriale i de tre produktene. De er alle materialer med forskjellige egenskaper. Spesielt tre som materiale ble godt likt blant de besøkende i Milano. Kanskje fordi vi har så mange positive minner fra trematerialet. I "Slöyda för livet" beskrives inntrykkene fra det å jobbe i

tre i skolefaget sløyd (i Sverige), og mange kan nok lett kjenne seg igjen i denne beskrivelsen: "Duften av saget trevirke, treolje (...), samt lyden av verktøy og maskiner åpner sinnet for nye inntrykk" (Borg & Lindström, 2008). Dette utsagnet er knyttet til undervisning i sløyd, men kan også beskrive tankene og minnene vi får ved å se og kjenne på gjenstander laget av tremateriale. Inntrykk av materialer vil variere fra person til person, men det kan virke som om naturlig treverk faller i smak hos de fleste. Under utstillingen i Milano ble det erfart at tre har en slags magnetisk tiltrekningskraft. Mange strøk hånden over produktene og utstillingsmodulene. Det er et levende materiale, og spesielt ubehandlet føles det mykt å ta på. Det lukter godt og vi har gode minner fra trær, skog og gjenstander vi har brukt som er laget av tre. Tre får lett merker av ytre påvirkning som vær og fysisk kontakt – og blir dermed preget av tidens tann. Det kan også ses på som et slags patina, som tilfører produktet en rikere historie og gjør det bare enda vakrere. Kanskje vil Pencil Light bli enda vakrere med merker fra penner og berøring – og det vil bli ekstra stas å arve fra bestemor, akkurat som de gamle trepenalene.



Figur 93: Rune Monö (1997).



Figur 94: Interaksjon med produkt. (Fotograf: Kaja Bruskeland)



01

01. FOLLOW THE SCENT
Terry de Gunzburg, the brains behind YSL's Touche Éclat, has developed her first fragrances. Among them is the work of two young noses from Robertet. Karine Vinchon-Spielmann's 'Ombre Mécure' mixes iris and violet, and her 'Parti Pris' focuses on tuberose, while Sidonie Lancesseur's 'Fragrant Dali' blends almond milk and fig. Fragrances, £68 for 50ml, £105 for 100ml, by Terry de Gunzburg, from Harrods, www.harrods.com

02. OPTICAL ILLUSION
The old-world charm of Astier de Villatte's timeless tableware has been revamped, in collaboration with Commune de Paris. The fashion brand has reworked Astier de Villatte's optical notebook cover patterns onto flatware and a signature scented candle, in red, white and blue. 'Tricolore' saucer; dessert plate; dinner plate; goblet; mug, all by Commune de Paris, for Astier de Villatte, www.astierdevillatte.com

03. OLD FLAMES
Matthew Wilson has created a series of centrepieces worth holding a candle to. Part of his new accessories line for De La Espada, the brass candlesticks draw on the design of steam engine pistons, while the tea light holders tessellate beautifully. 'Industry' candlesticks, from £155; 'Honeycomb' tea light holders, from £65, both by Matthew Wilson, for De La Espada, www.delasagrada.com

03

06. MAKE YOUR MARK
We love a bookmark and Krzysztof Lukaszik's sculptural series of stone objects are perfect for saving pages on. Each corresponds to a different size of reading material, from paperbacks to magazines. The MAS-Luxe graduate from ECAL opted to work with marble and limestone as a nod to the marbled covers and pages of traditionally bound books. 'Petrifications' bookmarks; all prototypes, by Krzysztof Lukaszik

PIPE DREAMS

From heavenly scents to Scandinavian spirit-lifters, we're on a high with this month's temptations

PHOTOGRAPHY: REGAN/GRAY WRITER: PEI-RU KEH

04. TURN OF THE SCREW
Although still studying for her masters degree, Norwegian designer Caroline Olsson is already enjoying a stream of successes. These wood-turned lamps in birch and blown glass, first presented at ICF in New York, are inspired by old-fashioned woodworking benches, and the brightness is controlled by turning the screws. 'Turn' lamps; prototypes, by Caroline Olsson, www.carolineolsson.no

05. SQUARE
The eclectic design collection has been inspired by artist Robert Rauschenberg. The six abat-jour are inspired by artist Robert Rauschenberg's 'Silio' tiles. 'Turn' lamps; prototypes, by Commune Surfaces, www.communedesurfaces.com

Figur 95: Turn lamper avbildet i Wallpaper. (Fotograf: Regan/Gray)

FORMIDLE EN SAMMENHENG / COHERENCE

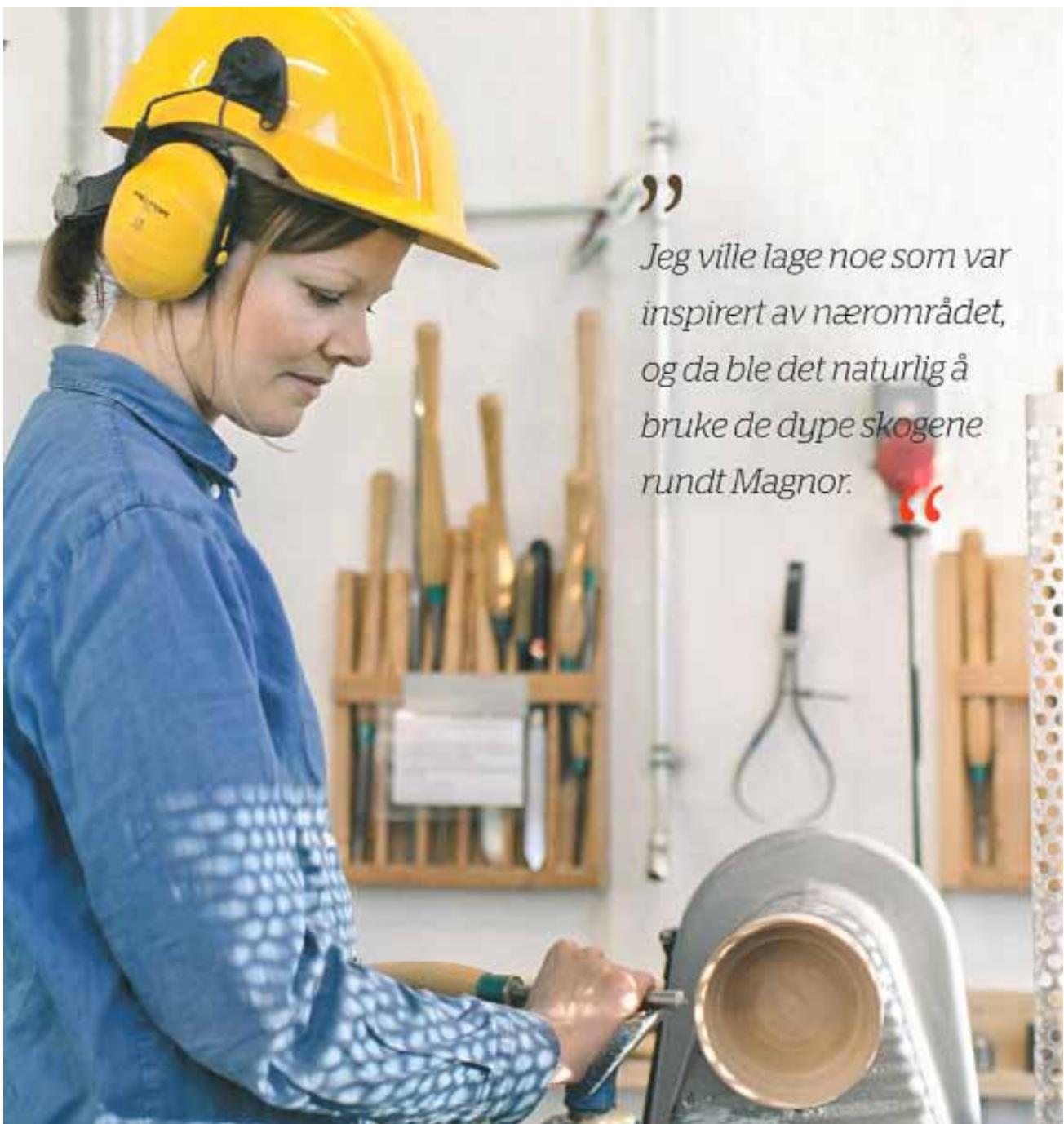
I følge Monika Hestad er det viktig at det er en sammenheng/coherence i hvordan en merkevare framstår for kunden (Hestad, 2013). I dette avsnittet vil det bli diskutert verdien og sammenheng mellom produktene, utstillingen i Milano, mediedekning og grafisk profil.

Alle de tre produktene har et tema som viser gamle teknikker og produkter på en ny måte. Også de tidligere produktene har slektskap til hverandre blant annet gjennom bruk av assosiasjoner, materialer, farger og arbeidsmåte. Under prosjektet har det vært et

ønske om å fremme en sterkere sammenheng mellom produktene og det som er rundt merkevaren Caroline Olsson. Når det gjelder mediedekning er det ikke alltid så lett å styre hvordan utfallet blir. Eksempler som viser verdifull markedsføring er bilde av Turn lampen i Wallpaper (Figur 95). Et annet eksempel er fagbladet Skog (Figur 96) (Vedlegg 10 og 11), som er opptatt av hva skogen kan brukes til på en ny måte. I Skog ble produktene og tankene bak framstilt på en måte som har en samhörighet til hvordan jeg jobber og tankene bak produktene – som sammen er med på å bygge opp en slags merkevare.

Under Salone Satellite ønsket jeg å skape en annenledes eksponering, gjennom å vise fram gjenstander som inspirerte til å skape produktene. Tilbakemeldingene var gode. Ved å vise produktets bakgrunn gjennom prøver, gamle objekter, verktøy og bilder av produkt i miljø og produksjon, kan det være med på å skape produktet som føles mer interessant og verdifullt for kunden. I følge Hestad kan det også fungere som et kvalitetsstempel. (Vellykkede) bilder fra produksjon forbindes med kvalitet, og kunden vil stole

mer på brandet. Videre sier Hestad er det bør være autentisk i hvordan en markedsfører seg og hva man tilbyr på virkelig (Hestad, 2013). Det å markedsføre et produkt laget av gamle verktøy fungerer som prototype, men hvis det ikke er autentisk for masseproduksjon vil det neppe fungere som et sant bilde. Da bør det brukes som en kilde for inspirasjon, og ikke som markedsføring for hvordan det i virkeligheten blir produsert.



”
Jeg ville lage noe som var inspirert av nærområdet, og da ble det naturlig å bruke de dype skogene rundt Magnor.
”

Figur 96: Skog Magasinet (Fotograf: Torunn Brånå)

Konklusjon

Problemstillingen i prosjektet har vært å lage produkter som betyr noe mer gjennom å bruke gamle objekter og teknikker på en ny måte. Gjennom promotering, og spesielt messedeltakelse er det erfart at dette kan være en strategi for økt tilknytning.

Det er utviklet tre produktserier som et svar på problemstillingen: Pencil Light, Switch og Donut. Produktene skapte nysgjerrighet, interesse og godt humør blant publikum som besøkte min utstillingsstand i Milano våren 2013. De gamle teknikkene og objektene har fått en ny funksjon som har en symbolsk betydning som knytter seg både til fortiden og framtiden. De kan virke som en påminnelse om "gamle gode dager", genererer minner og bidrar til å bevare kulturuttrykk gjennom design. Når det gamle og nye forenes skapes det innovative produkter.

Erfaringer gjennom å bruke gamle teknikker og objekter på en ny måte har det resultert i en gruppering av kvaliteter som hører til temaet.

Disse er alle kvaliteter eller strategier for å øke tilknytningen, som igjen kan være med på å skape bærekraftige produkter.

- Bruk av **assosiasjoner** til gamle teknikker og objekter i produkter.
- Bruk av materialer med en **taktilitet**, særlig **tre**.
- **Funksjoner** i produktet, som gir rom for endring i uttrykk og bruk.
- Produkter som oppfordrer til fysisk **berøring**.
- Brukervennlig produkter med **tegn/semiotikk** som virkemiddel.
- **Sammenheng/coherence i merkevaren/**profilering (utstilling, grafisk profil, bilder, produkter og pressekontakt).

Selv om industrien har sine egne visjoner, kan designeren være med på å påvirke gjennom å styrke og forbedre hvordan produkter framstår – gjennom å skape bærekraftig tilknytning i masseproduksjon, basert på for eksempel innovativt bruk av gamle teknikker.

Kilder

Borg, K., & Lindström, L. r. (2008). *Sløyda för livet - om pedagogisk slöyd*. Kristianstad: Lärarförbundets Förlag.

Böckelmann, G. (2002). *Håndbok i tredreiing* (2 ed.). Oslo: N. W. DAMM & SØNN AS.

Fog, K., Budtz, C., & Munch, P. (2009). *Storytelling - Branding i Praksis*. Frederiksberg, Frederiksberg C: Samfundslitteratur.

Gulden, T., & Moestue, C. (2011). *Context of experience (COE), a psychology-based design tool, towards sustainable consumption through extending the product lifetime*. In L. L. C. P. J. S. N.F.M. Roozenburg (Ed.), *Diversity and unity: Proceeding of IASDR2011, the 4th World Conference on Design Research*. Delft, Nederland.

Hestad, M. (2013). *Branding and Product Design - an Integrated Perspective*. Surrey: Gower Publishing Limited.

Holder, F. (2001). *Making Screw Threads in Wood*. East Sussex: Guild of Master Craftman Publication.

Kotler, P. (2007). *Markedsføringsledelse*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *Interviews - Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. California, USA: SAGE.

Mauren, A. (2006/ 2008). *Sløydfaget trues av mer teori*. Retrieved 05.05.2013, from <http://www.aftenposten.no/fakta/innsikt/Sloydfaget-trues-av-mer-teori-6582804.html> - .UYIX9b8srHg

Moelven. *Innovasjon er så mangt*. Retrieved 15.05.13, from <http://www.moelven.com/no/Om-Moelven/Innovasjon/Innovasjon-er-sa-mangt/?link=mainMenu>

Monö, R. (1997). *Design for product understanding : the aesthetics of design from a semiotic approach*. Stockholm: Liber.

Noll, T. (2004). *Sammenføyning av tre*. Oslo: Landbruksforlaget.

Seymour, J. (1984). *De gamla Hantverken*. Stockholm: Bonniers

Suojanen, U., & Porko-Hudd, M. (1999). *Word-Wide Sloyd - ideologi för framtidens samhälle*. Vasa, Finland: NordFo - Nordic Forum for Research and Development in Craft and Design.

Utdanningsdirektoratet. *Læreplan i kunst og håndverk*. Retrieved 10.05.13, from <http://www.udir.no/kl06/KHV1-01/>

Vedlegg

Vedlegg 1: Arbeidstegning standmodul

Vedlegg 2: Standoppsett - Milano

Vedlegg 3: Arbeidstegning Pencil Light

Vedlegg 4: Arbeidstegning Switch (glass)

Vedlegg 5: Arbeidstegning liten ramme

Vedlegg 6: Arbeidstegning stor ramme

Vedlegg 7: Intervju med M&A under Stockholm Furniture Fair

Vedlegg 8: Intervju med Grig under Stockholm Furniture Fair

Vedlegg 9: Samtale med Arild Tølfen - enkeltmannsforetak

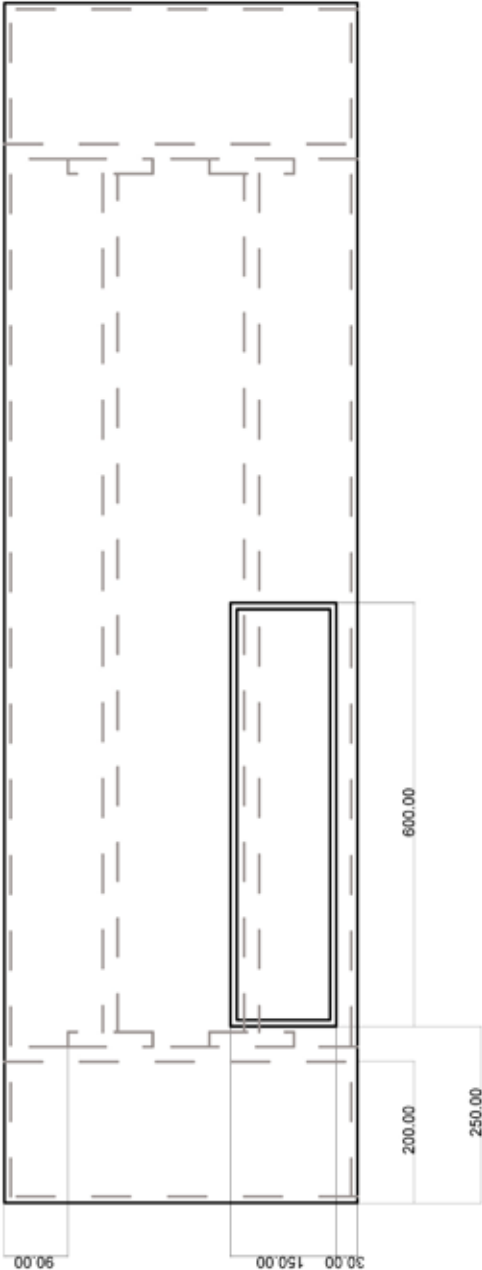
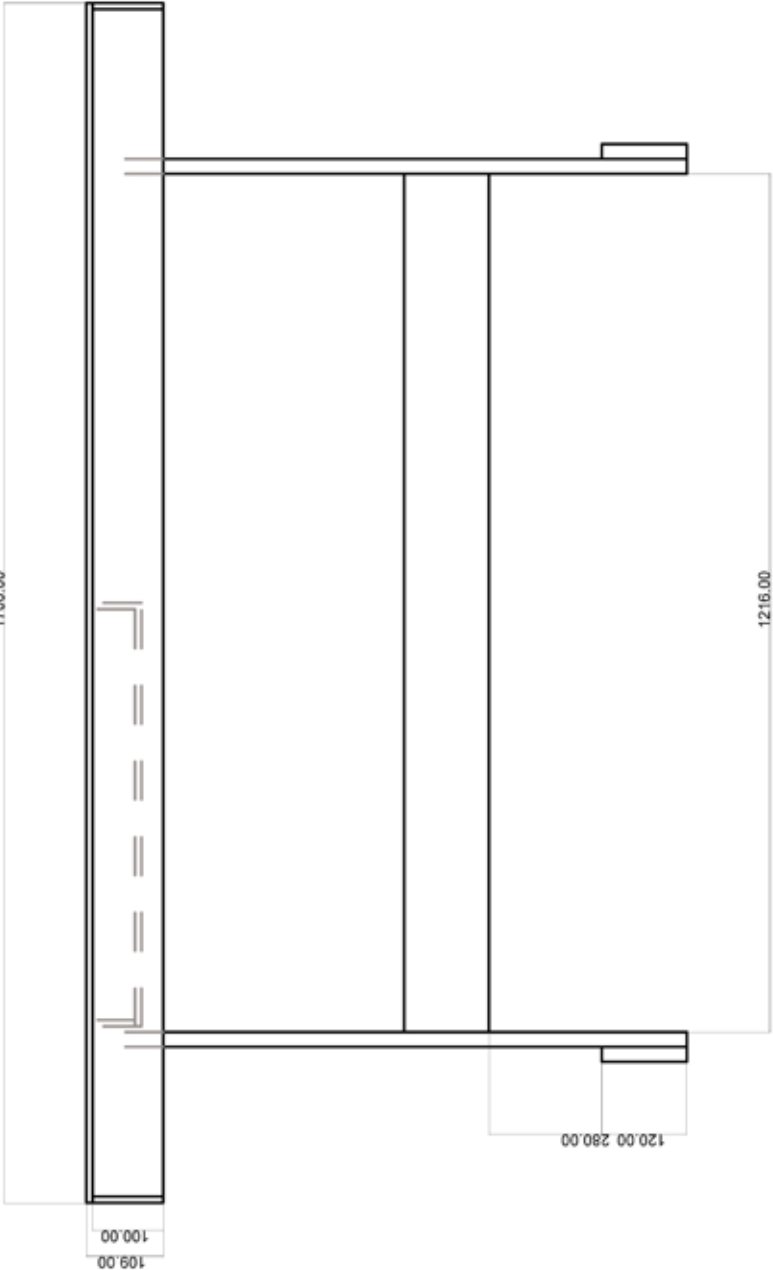
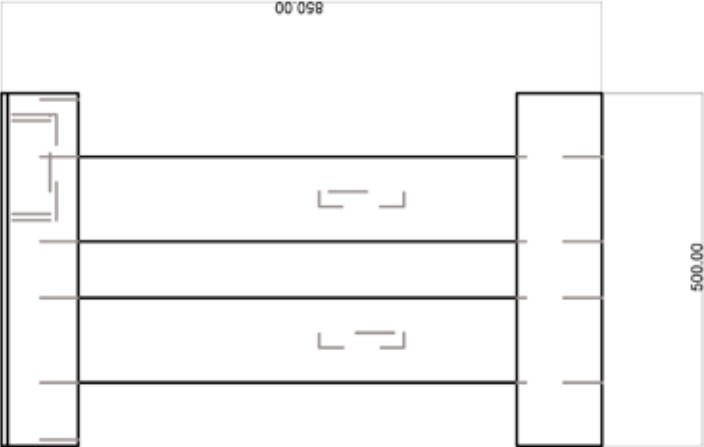
Vedlegg 10: Omtale i Skog magasinet (side 1)

Vedlegg 11: Omtale i Skog magasinet (side 2)

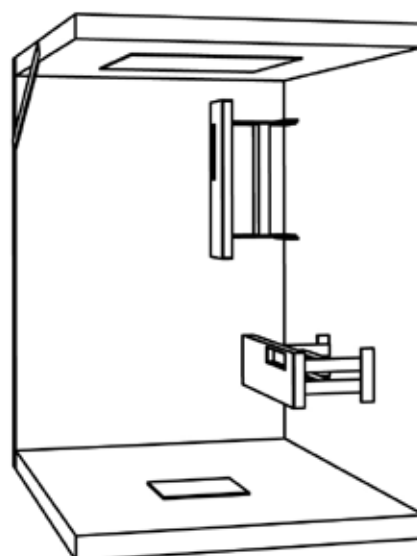
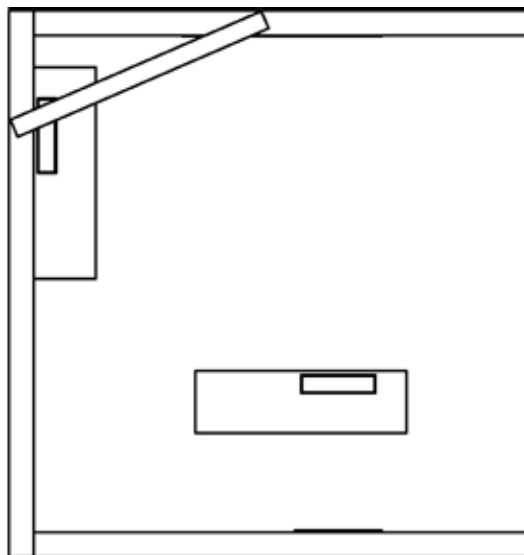
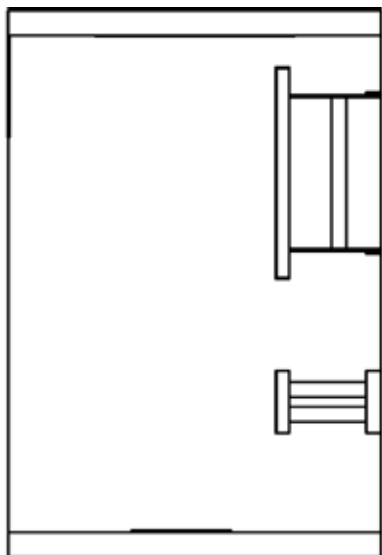
Vedlegg 12: Framdriftsplan (del 1)

Vedlegg 13: Framdriftsplan (del 2)

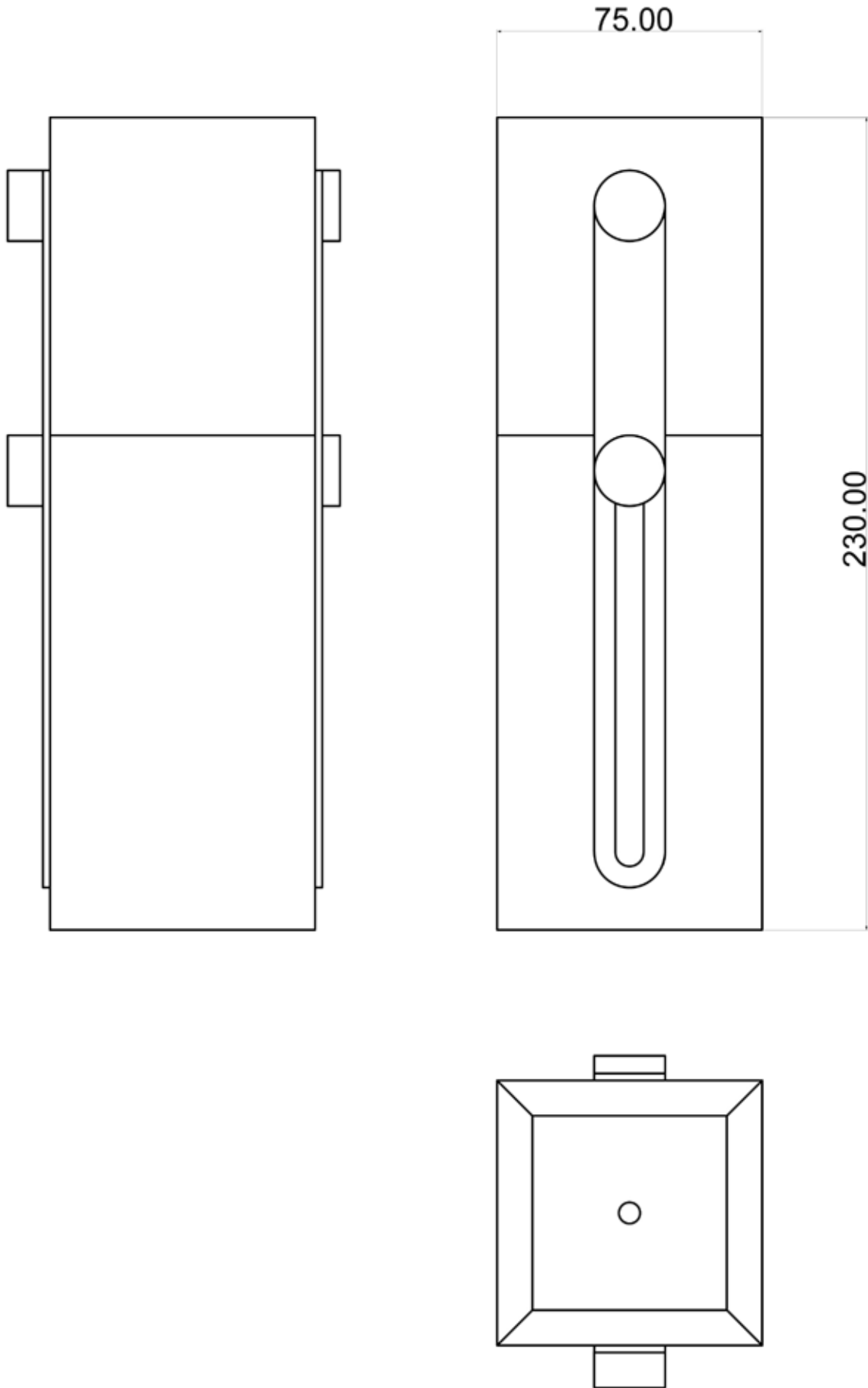
Vedlegg 1: Arbeidstegning standmodul



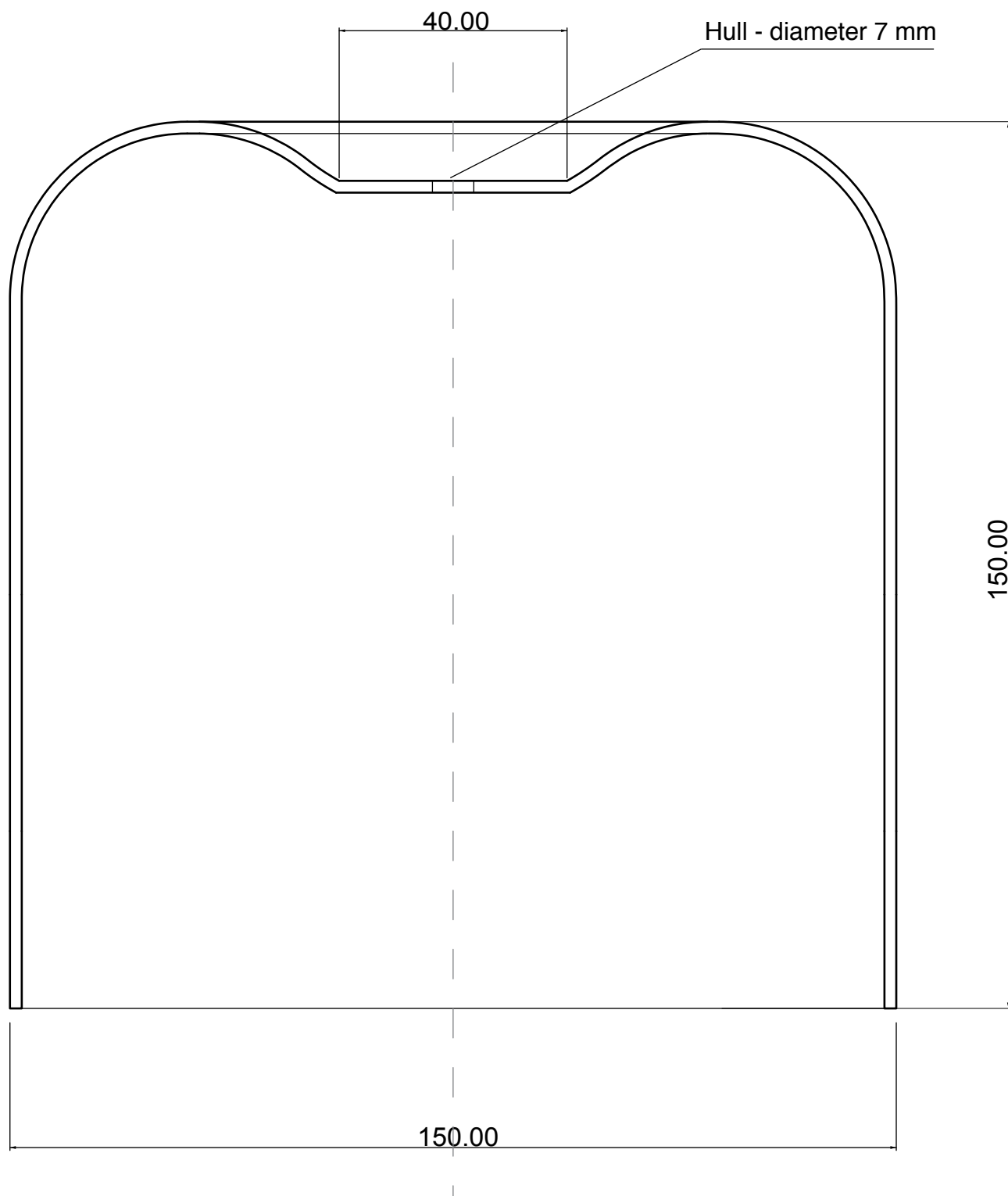
Vedlegg 2: Standoppsett - Milano



Vedlegg 3: Arbeidstegning Pencil Light



Vedlegg 4: Arbeidstegning Switch (glass)



KUPPEL I OPAKT GLASS
Hull på toppen - diameter 7 mm.
Navn: Caroline Olsson
Tlf: 916 24 612
Format: A4
Målestokk: 1:1, mål i millimeter.

Vedlegg 5: Arbeidstegning liten ramme

LITEN SMULTRING-RAMME

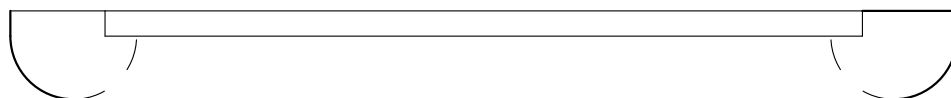
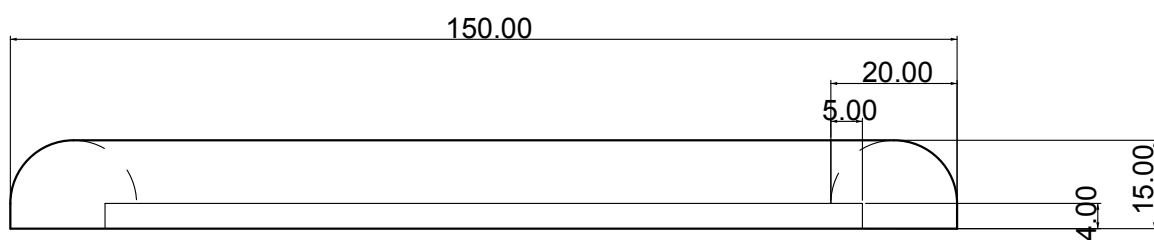
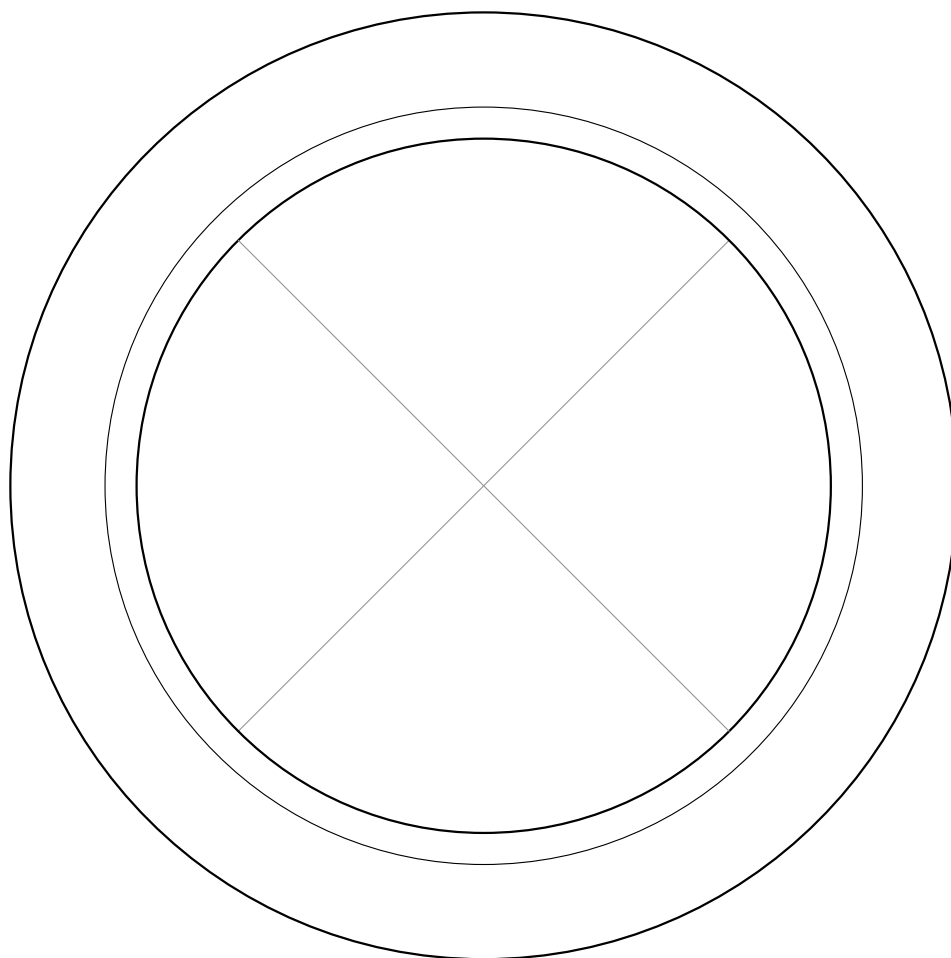
Format: A4

Målestokk: 1:1

Materiale: bjørk

Caroline Olsson

Tlf: 916 24 612



Viktig at delene passer sammen, da de skal limes sammen senere.

Vedlegg 6: Arbeidstegning stor ramme

STOR SMULTRING-RAMME

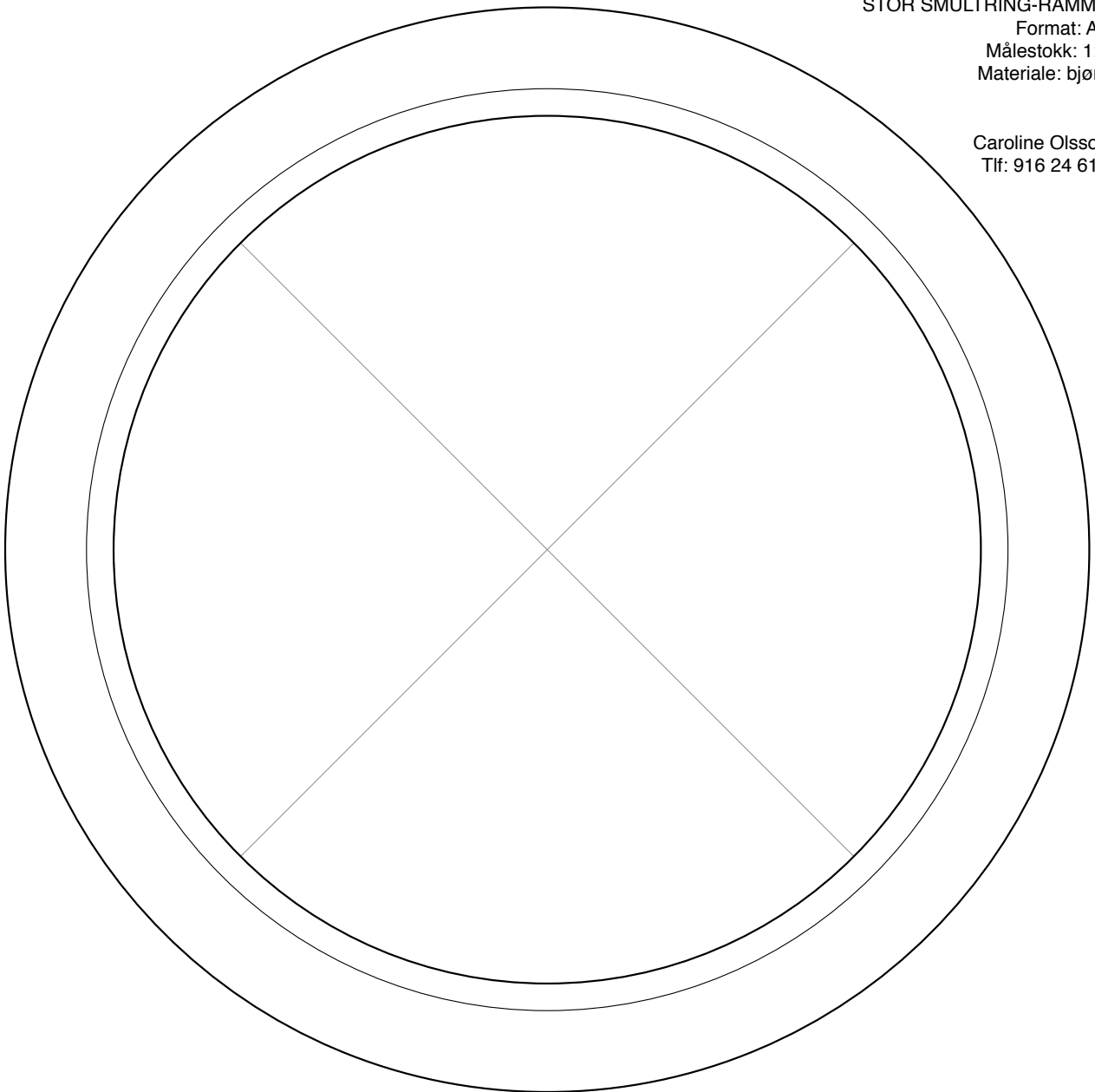
Format: A4

Målestokk: 1:1

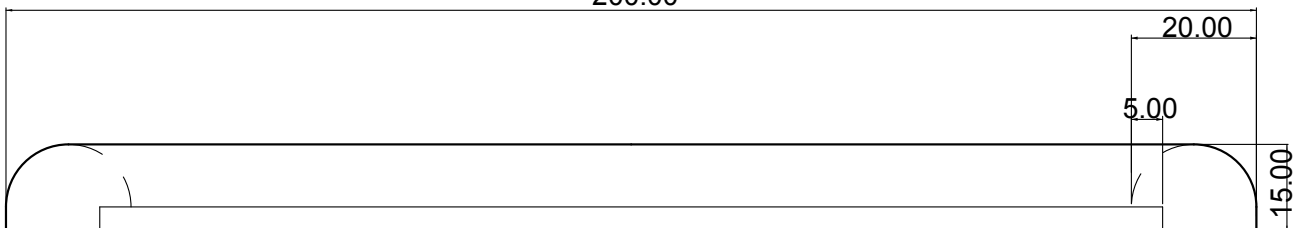
Materiale: bjørk

Caroline Olsson

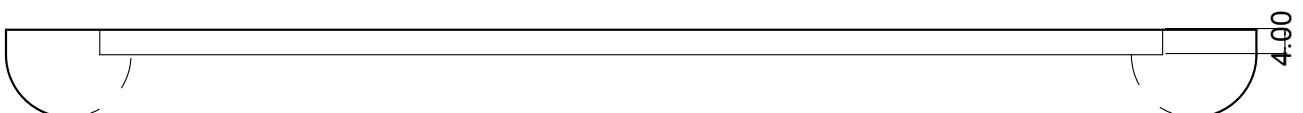
Tlf: 916 24 612



200.00



Viktig at delene passer
sammen, da de skal limes
sammen senere.



Vedlegg 7: Intervju med M&A under Stockholm Furniture Fair

SPØRSMÅL STOCKHOLM FURNITURE FAIR - INTERVJU

1. Kan du fortelle meg litt om din bakgrunn? Jobber du med dette på heltid eller deltid?
2. Kan du beskrive dine produkter? Hva er viktig for deg når du designer produkter?
3. Hva slags materialer foretrekker du å bruke?
4. Hva slags virkemidler bruker du for at brukeren skal bli mer knyttet til dine produkter?
5. Bruker du assosiasjoner i dine produkter?
6. Hvordan type navn liker du å gi produktene dine? Hvordan kommer du på de?
7. Hva slags produkter tror du kan vare og eller er tidløse?

GINA ANDERSSEN OG ANNIKEN MAANA, 6. Februar 2013

1. Gina Anderssen og Anniken Maana, begge første års masterstudenter ved Høgskolen i Oslo og Akershus. De stiller ut for første gang på egenhånd under Stockholm Furniture Fair.
2. Når de beskriver sine to produkter sier de at der har ønske om å overraske og skape nysgjerrighet. Annicken sier at hun har en rød tråd i sine produkter som er taktilitet.
3. De liker å jobbe med de fleste materialer, fra glass til tre. Det er viktig å jobbe med hendene. Det er først og fremst ideene som styrer valg av materialer.
4. Nå de designer produkter er det viktig for de at produktene overrasker og vekker undring hos betrakteren. Det er spennende når man må ta på produktet for å kunne forstå hva det er.
5. De bruker noen ganger assosiasjoner, som for eksempel i lampene til Annicken som ligner på genserermer. Liker å designe gjenstander som har assosiasjoner til minner. Inspirasjonen kommer alltid på en eller annen måte, for eksempel gjennom å utfordre materialer gjennom mye testing på verkstedet. Annicken har laget en lampe som er laget på samme måte som sandstøping (som er en gammel teknikk), bare at det er overført til gips og leire.
6. Navn er grusomt! Jeg er ikke så glad i det. Liker at det har noe med produktet å gjøre. Viser en identitet. Annicken: jeg har brukt latin navn en gang, en annen gang et dialektord – som jeg mener formidler en slag identitet.
7. Hadde visst oppskriften på det! Det å bruke virkemidler som en tror bidrar – som rom for forandring i produktet. Brukeren opplever gjennom bruk av produktet og oppdager, ikke bare gjennom bruksanvisningen. Tilpasses etter hvor en er i livet. Gjennom å skille seg ut blant andre designere. Vise til kulturforståelse, estetikk, kvalitet og funksjon – men trenger ikke alltid å være praktisk. Historien til produktet må brukeren selv skape – og vi kan prøve å legge til rette for at det skjer.

Siv Lier: Bruk av assosiasjoner i et produkt kan gjøre at produkter blir bedre likt, men det er viktig å ikke gjøre det for tydelig – da tror jeg at kunden lett kan bli lei produktet. (3. Februar 2013)

Vedlegg 8: Intervju med Grig under Stockholm Furniture Fair

SPØRSMÅL STOCKHOLM FURNITURE FAIR - INTERVJU

1. Kan du fortelle meg litt om din bakgrunn? Jobber du med dette på heltid eller deltid?
 2. Kan du beskrive dine produkter? Hva er viktig for deg når du designer produkter?
 3. Hva slags materialer foretrekker du å bruke?
 4. Hva slags virkemidler bruker du for at brukeren skal bli mer knyttet til dine produkter?
 5. Bruker du assosiasjoner i dine produkter?
 6. Hvordan type navn liker du å gi produktene dine? Hvordan kommer du på de?
 7. Hva slags produkter tror du kan vare og eller er tidløse?
-

GRIG, 6. Februar 2013

1. Grig består av Henrik Ødegaard og Tron Wisløff. De har begge bakgrunn fra arkitektur ved Design og Arkitektthøgskolen i Oslo. Trond jobber i et arkitektfirma og Henrik er sisteårsstudent. Nå har de Grig som et sideprosjekt, men håper at de etter hvert kan leve på dette. Dette er det første møbelprosjektet, men har tidligere jobbet med butikker og systemer.
2. Grig finner inspirasjon i funksjon og økonomi. Liker når vi kan finne en rød tråd. Liker ikke å gå omveier – med det mener de at de gjerne bruker enkle verktøy og midler. Enco Mari er en slags inspirasjonskilde. Produktene på standen skal fylle hverandre ut – de skal passe sammen og lage et rom. De ønsker både å drive med egenproduksjon og produsentkontakt. Setter pris på å kunne lage det selv – ta hensyn til hva verktøyene og materialet kan levere. De like å jobbe spontant – få tak i noe – og er fleksible når vi lager det.
3. Liker materialene for det det er. Det er viktig hva som er på innsiden, og det skal være ekte. Liker de kvalitetene som materialene har.
 - Materialet skal se ut som det tåler litt. Slites fint. De har lyst til å lage et møbel som er veldig tungt. Visste du at møbel kommer fra ordet mobil? Snu det på hodet ordet får den motsatte betydningen in mobil. Er det tungt flyttes det ikke så mye rundt, og slitasje unngås.
 - De har kaldt serien for April Grey. Det er et navn uten mening – selv om fargene som er brukt kan beskrive de nordiske fargene i naturen som oppstår i april. De like ikke titler som definerer fordi de ser sjelden at det fungerer. Det gjør ting mer banalt. Det begrenser og snevrer inn oppfatningen av produktet.
 - De finner inspirasjon og assosiasjon i sine produkter, selv om det ikke er så tydelig. De har jobbet med tau, og fant inspirasjon blant annet ved å se hvordan fenderen på en båt er knyttet på gammelmåten. De bruker tauet som uttrykk. De stilte spørsmålet til seg selv: hvordan kan vi legge tau? Det resulterte i et teppe som består av to steg og to bevegelser.

Vedlegg 9: Samtale med Arild Tolfsen - enkeltmannsforetak

SAMTALE MED ARILD TOLFSEN

Sted: Blaker

Dato: 4. Mars 2013

Beskrivelse: Et uformelt intervju

Bakgrunn?

- Har vært lærer i 15 år. Drevet eget firma siden 1992. Egentlig utdannet form og modellsnekker. Jobber med alt fra båter, modeller til industrien, karbonstøping, møbler, Akershus Energi. Mye av jobben er restaureringsarbeid.
- Kommer fra en håndverksfamilie.

Hvordan trives du med å jobbe alene?

- Trives godt. Har en bror som driver eget designfirma som jeg samarbeider med iblant. Liker best å jobbe med tre og møbler uten standardmål. Jeg har aldri laget noe som er helt likt. Ellers er jeg stadig på forskjellige steder for å treffe kunder, og det er stadig folk innom verkstedet. Jeg har aldri lagt ut noen form for annonse, jobbene har kommet gjennom folkemunne.
- Jeg jobber på tidspunkt som passer meg best – og gjør akkurat det jeg vil.
- Har ikke ønsket noen ansatte.
- Drev også tidligere kursvirksomhet.

Hvordan er folks oppfatning av gjenstander – hvem kommer hit for å reparere?

- Det er en viss type mennesker som ser verdien til produktet
- Ser at det er en tendens på at flere tar vare på ting – men det koster å reparere.

Hvordan holder du deg oppdatert/lærer?

- Finner måter å gjøre det på – ved for eksempel å lese bøker.

Verdien av å jobbe i materiale?

- Ser verdien av det å bygge modeller for å finne ut om ting fungerer.

Tips for egen drift?

- Jobb hardt – og ikke gi opp så lett.

OBSERVASJONER: Arild har et lite verksted, men allikevel jobber han med de fleste materialer, som lær, tre, metall, karbonfiber. Han bruker ofte gamle bøker for å lære seg en teknikk og søke inspirasjon.

Vedlegg 11: Omtale i Skog magasinet (side 2)

TREBRUK



Jeg ville lage noe som var inspirert av nærområdet, og da ble det naturlig å bruke de dype skogene rundt Magnor.

- Drøtting er en form for meditasjon for meg, sier Caroline. - Det er noe spesielt med det å kunne lage ut organeler former ut fra en treblokk.

seg. Målet er noe med det å kunne forme noe ut fra en treblokk, sier hun.

PRODUKTDESIGN EN NOE FREMMEDEGD I Enkelt. Kommunen var byrådsleder til den tradisjonelle møbelprodusenten, Bjørnulf Fabrikker AS, som ble nedlagt på slutten av 90-tallet, og jobbet ble senere brukt til å ansette den unge generasjonen. Hun arbeider for Ekeberg i 2005. Men mest kjent er nok Magnor Glassverk, som også ligger i skogkommunen. Dette er et samarbeid som har vært og er fortsatt for Caroline. Da hun skulle inn i bakstovvapparen sin, utviklet hun like godt glassblåseriet med på et samarbeidsprosjekt, noe

som etter hvert resulterte i produksjonen av Magnor Glassverks "Slag". De runde, vakkere formene i laget er et resultat av samarbeidet med Magnor Glassverk, som er et samarbeid mellom Magnor Glassverk og Ekeberg i 2005.

Jeg ville lage noe som var inspirert av nærområdet, og da ble det naturlig å bruke de dype skogene rundt Magnor. Dette er et samarbeid mellom Magnor Glassverk og Ekeberg i 2005. Men mest kjent er nok Magnor Glassverk, som også ligger i skogkommunen. Dette er et samarbeid som har vært og er fortsatt for Caroline. Da hun skulle inn i bakstovvapparen sin, utviklet hun like godt glassblåseriet med på et samarbeidsprosjekt, noe

hule i materialet, og i form, jeg vil at det jeg lager skal kunne brukes og settes pris på om 30 og 50 år også, sier drøttingen.

For å sikre dette samarbeidet, og med produsentens egne materialer. Allier helt i det jeg tenker lokale produksjoner, så som med "Slag" samarbeid. Disse kunne sikkert bli produsert til en lavere pris i Ost-Europa, men jeg synes det er så å se å kunne si at "Slag" er et 100 % norsk produkt, sier hun stolt.

DET ER IKKE BARE I NATUREN Caroline finner inspirasjon til designprosjektene sine.

I et samarbeid opplever jeg ofte inspirasjon fra naturen og gamle verksteder for å få meg inspirert av eldre teknikk. Jeg synes det er spennende hvis jeg kan bruke slike gamle teknikker på en ny og innovativ måte, forteller hun. Et eksempel er lampen "Turi", som ble til da Caroline kom over et verksted for å lage skulpturer på Bjørnulfabrikken. Hun arbeider med skulpturer, og laget en lampe i glass og brennstoff med en stor aksel i toppen. Men da på det, utviklet hun et verksted for brennstoffet på lampen.

En idé kan dukke opp hvor som helst og når som helst, noe det er viktig å produsere til. Caroline er et bevis på lampen "Carina", i bjørk og aluminium, hvor formen sin fra et gammeldags trykkesett, mens det kombinerer opplysnings og studier. "Turi" kan både akkurat som det velkjente skulptur. En annen lampe, "Balance", er utvilsomt en blanding av en blanding av en blanding.

Jeg liker å i samarbeid i samarbeid, forteller Caroline.

- Det var jeg har noe å si for hvordan folk kjøper seg til ting. En føler gjerne at et produkt har større verdi hvis en forbereder det med noe, for eksempel fra barnsammen.

EN PRODUKTTYPE VIL NORDISKE Det er viktig, er lampen.

Det er noe litt tilfeldig at jeg har laget skapas mange lampes, men jeg liker godt å jobbe med glass og lys, sier drøttingen.

Sånn, jeg er fra Norge, er by og lampen veldig viktig i formidlingen min. Designen er lampen med og fargeprodusert som det er viktig å ha med seg i et hjem. Caroline er allerede startet til å uttale seg på samarbeidet i Milano til våren, selv om produktet hun skal utvikle er ikke engang er påbegynt. I disse dager går hun vanligvis i gang med masterplanen sin, det er når man planlegger hva skal gjøre i verkstedet på kjølet. Etter det følger hun å jobbe i et designfirma eller hos en møbelprodusent, og fortløpendig kan hun en gang drive sitt eget firma med møbelprodusent.

Jeg vil holde fortsette med å utvikle produktene, jobbe med materialer, sier hun.

- Det hadde vært skikkelig morsomt å lage en stul, det har jeg aldri fått tid til. En stovvappare, kanskje? En ting er Caroline i all fall vil ikke på!

- Det blir det. Tre er materialet jeg alltid kommer tilbake til. ■



Lampeserien «Tuna» er inspirert av gamle havverksteder. De er laget av bjørk og murestein. Foto: Kjetil Bjørnsdahl.



Skog og stovvappare kan brukes både som kjøll-bord og som et lite middagsbord. Og så er det brukt lyst, fuktig liner wood.



Caroline Olsson / MÅ 117 gjennomført med kompetansen i Skog. Designprosjektet har ettersøkt og murestein glass.

Vedlegg 12: Framdriftsplan (del 1)

JANUAR		PRODUKT	DELTAKENDE OBSERVASJON	TEORI	VEILEDNING
Uke 2	Mandag	7 OPPSTART			
	Tirsdag	8 Solid Work-kurs.			
	Onsdag	9 Solid Work-kurs.			
	Torsdag	10 Solid Work-kurs.			
	Fredag	11 Konseptutvikling			
	Lørdag	12			
	Søndag	13			
Uke 3	Mandag	14	Kunstindustrimuseet og Retro Modern		
	Tirsdag	15 Konseptutvikling			
	Onsdag	16 Konseptutvikling			
	Torsdag	17 Konseptutvikling			
	Fredag	18 Konseptutvikling			
	Lørdag	19			
	Søndag	20			
Uke 4	Mandag	21 Konseptutvikling		Finne teori	
	Tirsdag	22 Konseptutvikling		Finne teori	
	Onsdag	23 Konseptutvikling		Finne teori	Veiledning med Arild 14.00
	Torsdag	24 Konseptutvikling			
	Fredag	25 Konseptutvikling			
	Lørdag	26			
	Søndag	27			
Uke 5	Mandag	28	Magnor Glassverk og Rønning Treski		
	Tirsdag	29 Konseptutvikling - Ringe Flisa, Kaja og Mari	Oppsummere møte fra dagen før	Intervjuteknikk	
	Onsdag	30 Konseptutvikling + Printe folie til STOFAIR		Forberede spørsmål	
	Torsdag	31 Konseptutvikling + Printe folie til STOFAIR			
FEBRUAR					
	Fredag	1 Konseptutvikling			
	Lørdag	2			
	Søndag	3	STOFAIR - opprigg	Lese på toget	
Uke 6	Mandag	4	STOFAIR - opprigg		
	Tirsdag	5	STOFAIR - dokumentere stands + vakt		
	Onsdag	6	STOFAIR - samtale		
	Torsdag	7	STOFAIR		
	Fredag	8	STOFAIR - oppsummere besøk	Lese på toget	
	Lørdag	9 Sende UD Stikk			
	Søndag	10			
Uke 7	Mandag	11 Konseptutvikling			Veiledning med Arild?
	Tirsdag	12 Konseptutvikling			Gruppeveiledning
	Onsdag	13 Konseptutvikling			
	Torsdag	14 Konseptutvikling			
	Fredag	15 Konseptutvikling			
	Lørdag	16 Konseptutvikling			
	Søndag	17 KONSEPT SPIKRET			
uke 8	Mandag	18 Verksted			
	Tirsdag	19 Verksted			
	Onsdag	20 Verksted			
	Torsdag	21 Verksted			
	Fredag	22 Verksted			
	Lørdag	23			
	Søndag	24 Standdesign + Betale Milano.			
Uke 9	Mandag	25 Verksted			
	Tirsdag	26 Verksted			
	Onsdag	27 Verksted			
	Torsdag	28 Verksted			Veiledning med Arild?
MARS					
	Fredag	1 Verksted			
	Lørdag	2 Verksted			
	Søndag	3			
Uke 10	Mandag	4 Verksted			
	Tirsdag	5 Verksted			
	Onsdag	6 Verksted			
	Torsdag	7 Verksted			
	Fredag	8 Verksted			Gruppeveiledning
	Lørdag	9 Verksted			
	Søndag	10			
Uke 11	Mandag	11 Verksted			
	Tirsdag	12 Verksted			
	Onsdag	13 Verksted			
	Torsdag	14 Verksted			Veiledning med Arild?
	Fredag	15 Verksted			
	Lørdag	16 Verksted			
	Søndag	17 Verksted			
Uke 12	Mandag	18 Produktbilder			
	Tirsdag	19 Produktbilder			
	Onsdag	20			
	Torsdag	21			
	Fredag	22 Sende bilder Mari			
	Lørdag	23 Verksted			
	Søndag	24			

Vedlegg 13: Framdriftsplan (del 2)

Uke 13	Mandag	25	Verksted - Sende trykk Flisa		
	Tirsdag	26	Verksted - bygge stand		
	Onsdag	27	Verksted - bygge stand		
	Torsdag	28	Sende pressepakke		
	Fredag	29	Oppdatere nettide		
	Lørdag	30			
	Søndag	31	Brenne CD		
APRIL					
Uke 14	Mandag	1			
	Tirsdag	2	Pakke		
	Onsdag	3	Pakke - trykk		
	Torsdag	4	Pakke		
	Fredag	5		AVREISE TIL MILANO	Gruppeveiledning
	Lørdag	6		SALONE SATELLITE	
	Søndag	7		SALONE SATELLITE - opprigg	
Uke 15	Mandag	8		SALONE SATELLITE - opprigg	
	Tirsdag	9		SALONE SATELLITE	
	Onsdag	10		SALONE SATELLITE	
	Torsdag	11		SALONE SATELLITE	
	Fredag	12		SALONE SATELLITE	
	Lørdag	13		SALONE SATELLITE	
	Søndag	14		SALONE SATELLITE	
Uke 16	Mandag	15		SALONE SATELLITE	
	Tirsdag	16		SALONE SATELLITE - hjemreise	
	Onsdag	17		SALONE SATELLITE	
	Torsdag	18	Samle inntrykk		
	Fredag	19	Samle inntrykk		
	Lørdag	20			
	Søndag	21			
Uke 17	Mandag	22			Skrift
	Tirsdag	23			Skrift
	Onsdag	24			Skrift
	Torsdag	25			Skrift
	Fredag	26			Skrift
	Lørdag	27			
	Søndag	28			
Uke 18	Mandag	29			Skrift
	Tirsdag	30			Skrift
MAI					
	Onsdag	1			Skrift
	Torsdag	2			Skrift
	Fredag	3			Skrift
	Lørdag	4			
	Søndag	5			
Uke 19	Mandag	6			Skrift
	Tirsdag	7			Skrift
	Onsdag	8			Skrift
	Torsdag	9			Skrift
	Fredag	10			Skrift
	Lørdag	11			
	Søndag	12			
Uke 20	Mandag	13			Skrift
	Tirsdag	14			Skrift
	Onsdag	15			Skrift
	Torsdag	16			Skrift
	Fredag	17			Skrift
	Lørdag	18			
	Søndag	19			
Uke 21	Mandag	20			Skrift
	Tirsdag	21			Skrift
	Onsdag	22		INNLEVERING	

