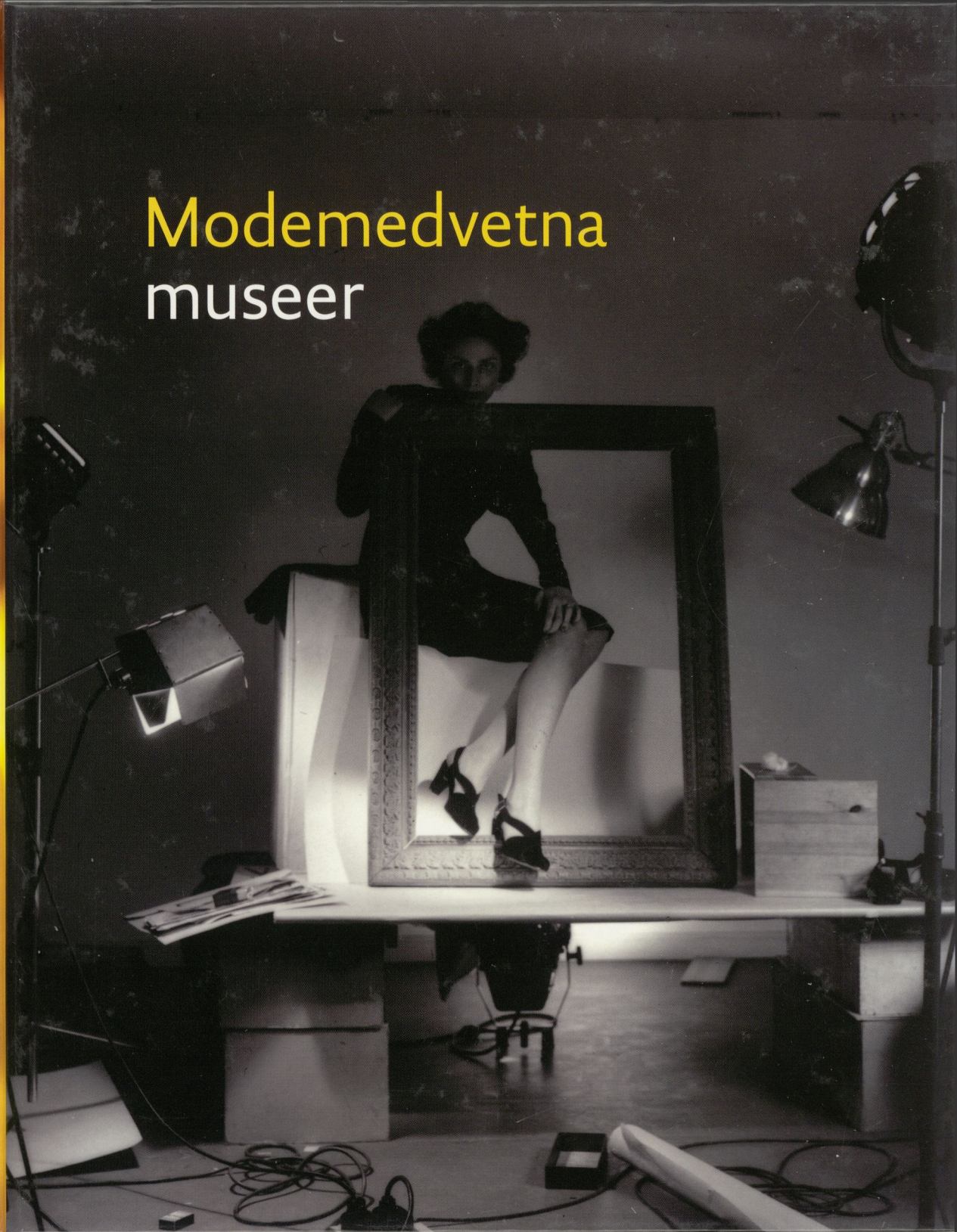


Modemedvetna museer

Modemedvetna
museer

FATABUREN 2010



Modemedvetna museer

NORDISKA MUSEETS OCH SKANSENS ÅRSBOK 2010

Red. Christina Westergren och Berit Eldvik



FATABUREN Nordiska museets och Skansens årsbok, är en skatt av kulturhistoriska artiklar som publicerats under mer än ett sekel.

Årsboken började som ett häfte med rubriken »Meddelanden«, redigerat 1881 av museets grundare Artur Hazelius för den stödjande krets som kallades Samfundet för Nordiska museets främjande. 1884 publicerades den första kulturhistoriska artikeln och när publikationen 1906 bytte namn till »Fataburen. Kulturhistorisk tidskrift« kom de vetenskapliga uppsatserna att dominera innehållet. Från och med 1931 fick årsboken Fataburen en mer populär inriktning och i stora drag den form som den har idag. Fataburen har sedan dess förenat lärdom och sakkunskap med syftet att nå en stor publik.

Fataburen är också en viktig länk mellan Nordiska museet och Skansen, två museer med en gemensam historia och en gemensam vänförening. Varje årsbok har ett tematiskt innehåll som speglar insatser och engagemang i de båda museerna, men verksamhetsberättelserna trycks numera separat och kan rekvireras från respektive museum.

Ekonomiskt stöd från Nordiska museets och Skansens Vänner gör utgivningen av Fataburen möjlig.

Fataburen 2010
Nordiska museets förlag
Box 27820
115 93 Stockholm
www.nordiskamuseet.se

© Nordiska museet och respektive författare
Omslag och grafisk form Lena Eklund
Omslagsfoto Kerstin Bernhard (framsida) och Mats Landin, Nordiska museet
För- och eftersättsblad Detalj av klänning från 1860-talet. Foto Mats Landin, Nordiska museet

Tryckt hos NRS Tryckeri, Huskvarna 2010
ISSN 0348 971 x
ISBN 978 91 7108 540 5



Basplagg från Acne/Jonny Johansson. Foto Mats Landin, Nordiska museet.

Guldknappen

– ett svenskt designpris

Vi är praktiska. Det är något slags bondesamhälle. Vi älskar funktionsplagg på grund av vårt klimat. Om man tittar på det, är det fullkomligt naturligt varför vi har blivit så framgångsrika inom jeans och jeansmärken och street wear ... Men det är också fel att säga att allt svenskt mode är likriktat. Så är det inte heller. Det finns de som sticker ut.

Så beskriver Martina Bonnier, modechef på tidningen Damer-
nas värld, vad som enligt henne utmärker svenskt mode. Sedan
1982 har Damernas värld varje år delat ut designpriset Guldknappen till en framstående svensk modedesigner. Tillsammans representerar de olika pristagarna svenskdesignat mode från tre decennier.

I samband med att priset fyllde 25 år föddes idén på redaktionen att samla in plagg från de olika pristagarna. För att bättre kunna bevara och tillgängliggöra samlingen beslutade Damernas värld under hösten 2008 att donera de Guldknappenbelönade klädesplaggen till Nordiska museet. Museets arbete med sam-

ZINGOALLA ROSENQVIST
& ELIN VON UNGE är båda
etnologer och projektanställda
som intenderar vid Nordiska
museets antikvariska avdelning.

Exklusivt från Carin Wester.
Foto Mats Landin,
Nordiska museet.



lingen har huvudsakligen syftat till att utvinna och sammanställa kunskap om plaggen, bland annat med hjälp av pristagarnas erfarenheter. Det har inneburit att både pristagarna och deras alster har dokumenterats utförligt, i djupintervjuer och med beskrivningar och fotografier i museets databas. Föremålen och pristagarnas berättelser kompletterar varandra och skildrar en period inom svenskt mode där både det exklusiva och det vardagliga finns representerat. Samlingen kan dessutom betraktas som levande eftersom det varje år, i samband med att Guldknappen delas ut, förvärfvas nya plagg.

Guldknappen fyller 25 år.
Foto Ulfman.



Det inledande citatet visar hur Martina Bonnier ser på svenskt mode år 2008. Men vad kan de Guldknappenbelönade plaggen och pristagarna berätta för oss? Kläderna och intervjuerna med pristagarna ger en nyansrik bild av design i utveckling och några drag är särskilt framträdande. Men för att man rätt ska förstå Guldknappens betydelse måste priset först placeras i sitt historiska sammanhang.

Ett stöd för svenskt mode

På 1980-talet var den svenska textilindustrin på utdöende vilket också avspeglade sig i det generellt svaga intresset för mode i Sverige. Damernas världs dåvarande chefredaktör, Björn Vingård, ville göra något åt detta. Hans idé var att stödja och främja svenskt mode med designpriset Guldknappen, och det är det huvudsakliga syftet med priset än idag.

Guldknappen instiftades 1981 och delades alltså ut för första gången året därefter. Sedan dess har priset både växt och förändrats. I början bestod juryn av medarbetare på redaktionen. Idag bjuder tidningen in olika professionella tyckare från branschen som formar en jury tillsammans med chefredaktören och modechefen. Martina Bonnier poängterar att även om priset ibland har gått till breda formgivare som H&M och ibland till smala som Ylva Liljefors, har alla det gemensamt att de är signifikanta för sin samtid – de ringar in tidsandan. Samtidigt är det viktigt att pristagarna inte är några dagsländor. Juryn ser till allt, från årsredovisningar och historik till visioner. Priset ska uppmuntra ambitiösa svenska formgivare, som måste visa prov på både god design och företaganda.

Med utmärkelsen följer, förutom en offentlig prisutdelning

med modevisning, ett större reportage i Damernas värld. Reportagen från 1982 till idag är ett viktigt källmaterial eftersom det där blir tydligt hur priset har växt fram och tagit form. Att priset med tiden har fått större betydelse speglar det faktum att intresset för mode i Sverige har ökat under de snart 30 år som Guldknappen delats ut. Själva urvalsprocessen har också förändrats. Med tio års erfarenhet från juryarbetet menar Martina Bonnier att det har funnits perioder när det varit tunnsått med svenska formgivare, men att det numera finns otroligt många intressanta och likvärdiga modeskapare att välja mellan.

En mångsidig samling

Även om ett fåtal Guldknappenpristagare kan tänkas rikta sig till en något snävare målgrupp står de flesta av dem för en stor del av ett mode som vi har sett på stan och som många av oss har eller har haft i våra garderober. Guldknappensamlingen är en återspeglning av tre decennier och bjuder på stora skillnader i stil, skärning, teknik, materialval och detaljer. Här finns en exklusiv cocktailklänning i florstunt siden från Nina Ricci, Rohdi Heintz flygarjacka från 1980-talet och långbyxor från H&M.

Hälften av samlingens kläder kan klassas som vardags- eller basplagg i form av långbyxor, jeans, tröjor och blusar, hälften är festkläder i form av klänningar och dräkter. Endast fyra av samlingens över 60 plagg är för herrar, i design av J. Lindeberg, som fick Guldknappen år 2000 och till dags dato alltså är den enda vinnarkollektion som riktar sig uteslutande till män.

Materialmässigt har pristagarna gynnat naturmaterial som siden, linne, bomull och ylle. Syntetmaterial som viskos, lycra och nylon dök upp för första gången i Guldknappensammanhang i

Jytte Meilvangs kollektioner för det egna märket Big is Beautiful i slutet av 1980-talet, för att toppa igen tio år senare i kreatio-
ner av Morgan Sundberg, Filippa K, Marielle Kerber och H&M. I samlingen finns även några plagg i skinn: en mockaväst med pälsfoder av J. Lindeberg samt jacka och minikjol i kalvskinn av Ylva Liljefors, båda från tiden kring millennieskiftet. Samlingens ovanligaste material är med all sannolikhet rami eller kinagräs som tillsammans med siden finns i Nygårds Anna Bengtssons plagg. Föga överraskande ser det överlag ut som om formgivare med en köpstark målgrupp väljer exklusiva material. Gunilla Pontén, Rodebjer och Lars Nilsson (Nina Ricci) använder ofta siden och linne till blusar och kjolar och ylle eller ylleblandningar till ytterplagg. Designer med en yngre målgrupp är snart sagt genomgående representerade i samlingen med bomullsplagg, detta gäller särskilt Margareta van den Bosch/H&M.

Samtliga plagg i samlingen är konfektion, alltså inte skräddarsydda, unika plagg. En faktor som i viss mån påverkar klädernas butikspris är var de är tillverkade. Men eftersom närmare hälften av plaggen i samlingen i första hand är ämnade för visningar på catwalk saknar de den lilla etikett med skötselanvisningar, storlek och uppgift om tillverkningsort som vanligtvis finns i kläder idag. Därför vågar vi oss inte på en generalisering av tillverkningsortens betydelse för plaggens pris och nivå av exklusivitet. I de fall där en uppgift finns kan man ändå skönja att formgivare och varumärken som gynnar den svenska och övriga västeuropeiska textilindustrin, exempelvis den i Frankrike och Italien, hör till de dyrare i samlingen. De varumärken som riktar sig till ungdomar och unga vuxna består till största delen av kläder producerade i Kina och Turkiet.

Med detaljer i form av noga uttänkta – diskreta eller uppse-



Cocktailklänning från Nina Ricci. Foto Ulfman.

Rohdi Heintz flygarjacka. Foto Ulfman.

Jytte Meilvang är formgivaren bakom dräkten i höstfärger av märket Big is Beautiful. Privat foto från Margareta Wiming på bilden.



Handbroderat i en samling
konfektionsplagg från
Mia Murray Lindgren.
Foto Mats Landin,
Nordiska museet.

endeväckande – dekorsömmar, broderier, knappar eller hängen har formgivarna i många fall satt sin prägel på ett plagg. Linnéa Braun, Guldknappenvinnare 1985 och formgivare av den välkända 1980-talsoverallen Miranda, säger sig fortfarande bli hejrad på stan av nöjda kunder som tackar för overallen med de två parallella dragkedjorna framtill. Ann-Sofi Backs Random Button Shirt, med tryckknappar på udda platser och en snedvriden knäppning som följd, har i allra högsta grad blivit ett kännemärke, liksom Nygårds Anna Bengtssons allmogeinspirerade kläder i naturmaterial. Odd Mollys sätt att märka kläder i samma serie med ett specifikt broderi och med små lappar med visdomsord kan också ses som mycket speciellt.

Trots att originella skärningar, färger och detaljer i många fall fungerar som en signatur för en specifik designer, har man även inom svenskt mode under senare år sett en ökning av billiga kopior av exklusiva plagg. Som exempel kan nämnas den blåvitmönstrade Odd Molly-koftan Lovely Knit Jacket som finns i samlingen och som har genererat ett otal billigare varianter under andra namn. Även 2009 års Guldknappenvinnare Carin Wester och hennes vinnarkollektion kopierades, till synes direkt efter prisets tillkännagivande, och dök upp i vissa lågpriskedjors sortiment kort därefter. Detta fenomen stämmer väl överens med modetidningarnas stilguider idag. Här lär sig läsarna »fixa stilen«, med en exklusiv look från något av de stora modehusen som ledstjärna, men med tips om var man kan hitta snarlika men betydligt billigare plagg och accessoarer. Alla har sålunda möjlighet att haka på de senaste trenderna, även om plånboken inte tillåter att man köper originalet.



Viktiga detaljer på skinnväst från J. Lindeberg.
Foto Mats Landin, Nordiska museet.



På koftan finns en etikett med visdomsord från Odd Molly. Foto Mats Landin, Nordiska museet.

Pristagarnas reflektioner

Hur ställer sig då de olika pristagarna själva till sitt yrke och sin produktion? I det intervju- och frågematerial som samlades in under dokumentationen finns en del svar på frågan.

Gunilla Pontén är idag en välkänd svensk designer. Hon »upptäcktes» på 40-talet av journalisten Marianne Höök och slog igenom som tonårsmodell. På den tiden var modescenen för den yngre generationen så gott som obefintlig. Det fanns helt enkelt inte designade kläder för ungdomar. Så här berättar hon:

Det fanns inte att köpa tonårsskor. Barnskor fanns, men inte några platta roliga skor. Inga sneakers. Inga jeans fanns. Bara i USA och det ville jag ha. Fick ett par men de var stela så man kunde ställa dem. Man fick tvätta dem hundra gånger. Pimpsten fick man slipa dem med. Det var faktiskt djärvt av mig för det visste jag inte hur modernt det var.

Det är tankvärt att se på Guldknappensamlingen mot bakgrund av de erfarenheter Gunilla Pontén förmedlar. Hennes mode tar avstamp i en tid när designade kläder och nya material var lyxvaror som var få förunnade. Idag står märket Gunilla Pontén för välskräddade och exklusiva plagg, men då hon tilldelades Guldknappen 1983 var hennes storsäljare en färgglad korsett avsedd främst för ungdomar. Det är viktigt att minnas att flera av pristagarna grundar sin design på erfarenheter från ett helt annat Sverige än det vi ser idag.

Den designer bland pristagarna som profilerat sig med sin haute couture är Lars Wallin. Vi är vana att se svenska artister och kungligheter bära hans kreationer på galor och i veckotidningarnas reportage. Enligt denna stjärndesigner utmärker sig svenskar för att de är rädda för att sticka ut och visa sin personlighet.

Han säger sig stilmässigt alltid ha känt sig mer internationell än svensk:

Det jag upplever som svensk design det är något rent och väldigt praktiskt. Bra material. En väldigt juste basdesign. Det är en renhet i allting ... Det finns en funktion i att formen ser ut som den gör. En renhet som jag personligen har lite svårt att gå igång på. Jag behöver mer fantasi. Jag tycker om det här lilla extra. Jag försöker gå något steg längre. Jag inspireras mer av utländsk design.

Beskrivningen av svensk design som ren och funktionell återkommer. Vissa formgivare kan identifiera sig med »den svenska stilen« men många tar uttalat ställning mot den och upplever sig själva och sin design som annorlunda. Oavsett det individuella förhållandet till svensk stil är det intressant att notera att det bland pristagarna finns en överensstämmande generell idé om svenskt mode som något enkelt, rent, praktiskt och även demokratiskt.

Svenskt på en global scen

Flera av pristagarna har sålt och säljer sina kollektioner på en internationell marknad. Här finns tidiga exempel som Rohdi Heintz (1982) och Jytte Meilvang (1987/89) men också många från den yngre generationen, som Ann-Sofie Back (2007), Acne (2004) och Odd Molly (2008). I media har det talats om det svenska modeundret. Under de 30 år som Guldknappen delats ut har intresset för mode växt, inte bara i Sverige utan i hela världen. Idag är svensk textilindustri så gott som utdöd, medan nya unga formgivare poppar upp som svampar ut jorden. Det är



Formgivare Marcel
Marongiu. Foto Ulfman.

I samlingen finns
flera vardagsplagg
som jeans och
byxor. Kanske något
typiskt svenskt?
Foto Mats Landin,
Nordiska museet.



därför relevant att undersöka vad ökningen av internationellt etablerade svenska designmärken under de senaste åren beror på. En intressant observation gör Jonny Johansson, chefsdesigner på Acne:

En anledning till att vi lyckats är att H&M (Hennes och Mauritz) har utbildat ganska mycket människor i både design och produktion. Att göra affärer och sådär. Det är ju ett jättestort företag med jättemycket människor så det blir ju några över där som gör något annat. Det ger möjlighet till att folk får inblick i vad det handlar om.

Han utvecklar sin teori genom att jämföra H&M med telefonjätten Ericsson, även det ett internationellt företag med stor ekonomisk omsättning. Liksom H&M har Ericsson möjliggjort arbete och kompetensutveckling för en stor grupp svenskar. Båda företagen är internationellt etablerade och erbjuder därmed sina anställda ett utökat kontaktnät.

År 2001 gick Guldknappen till H&M:s kreativa team med chefsdesignern Margareta van den Bosch i spetsen. I nomineringen betonas också just Margaretas roll som mentor inom branschen. Det är inte heller bara Jonny Johansson som nämner H&M i intervjumaterialet. För många formgivare är konkurrensen med lågpriskedjorna i landet en del av vardagen. Som nämnts är det inte sällan som snarlika plagg i stort sett samtidigt dyker upp både hos smala, exklusiva formgivare och bland billigare varumärken. Detta fenomen har flera sidor vilket många av pristagarna också påpekar. Små, exklusiva märken får givetvis svårare att klara sig i konkurrensen med de stora kedjorna. Samtidigt fungerar företag som H&M som ett steg i karriären för nyutexaminerade formgivare. De stora företagen har varit med

om att bygga upp det gynnsamma modeklimat som präglat den svenska marknaden de senaste åren.

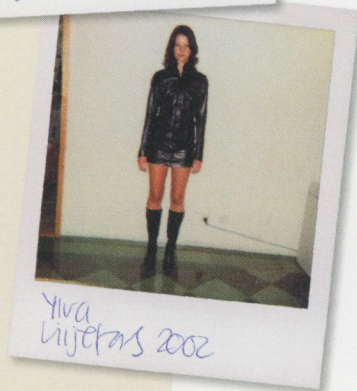


Den dynamik som präglar relationen mellan storföretag, mindre formgivare och konsumenter är definitivt värd att studera närmare. Ur ett globalt perspektiv blir frågan ännu mer mångfasetterad. Klart är ändå att vi i Guldknappensamlingen ser både vardagligt och exklusivt mode. Priset har delats ut till både smala och breda formgivare.

Det är också tydligt att mycket förändrats sedan modeskapare som Gunilla Pontén, Margareta Westberg och Rohdi Heintz började sin karriär – dagens modescen är global. Förändringen speglas i samlingen och i pristagarnas berättelser. Självfallet finns det även innovativa och framgångsrika modekreatörer i Sverige som inte fått Guldknappen, men just på grund av den stora variationen bland pristagarna kan en ganska liten samling berätta om de övergripande förändringar som präglat svenskt mode under de senaste 30 åren.

Guldknappenpristagare 1982–2008

- 1982 Rohdi Heintz
- 1983 Gunilla Pontén
- 1984 Lena von Essen/Nina Klangenberg
- 1985 Linnéa Braun
- 1986 Lena Liljegren
- 1987 Jytte Meilvang
- 1988 Margareta Westberg
- 1989 Jytte Meilvang
- 1990 Annika Warberg
- 1991 Mia Murray Lindgren
- 1992 Anna Holtblad
- 1993 Marcel Marongiu
- 1994 Pernilla Forsman
- 1995 Lars Wallin
- 1996 Morgan Sundberg
- 1997 Filippa Knutsson
- 1998 Nygårds Anna Bengtsson
- 1999 Marielle Kerber
- 2000 Johan Lindeberg
- 2001 Margareta van den Bosch/H&M
- 2002 Ylva Liljefors
- 2003 Sofia Gromark Norinder
- 2004 Jonny Johansson/Acne
- 2005 Carin Rodebjer
- 2006 Lars Nilsson
- 2007 Ann-Sofie Back
- 2008 Karin Jimfelt-Ghatan



Dokumentationen består av:

85 klädesplagg och accessoarer (bidrag från Lars Wallin saknas)

27 skannade Guldknappenartiklar från DV 1982–2008

12 transkriberade djupintervjuer

18 frågeformulär besvarade av pristagare

Polaroidbilder Karin Smeds.