





# TRENDER I FOKUS

Ett arbete kring trender och hur trendprognoser kan tillämpas  
vid produktplanering inom möbelformgivning

Kia Nygård

Examensarbete för Formgivare (YH)-examen  
Yrkehögskolan Novia, Åbo

2015



Grafisk form: Kia Nygård  
Typsnitt: Adobe Devanagari, Ebrima  
Layoutprogram: Adobe InDesign  
Tryck: Juvenes Print Åbo  
2015 (C) Kia Nygård

## ABSTRAKT.

Detta är ett examensarbete kring trender, där begreppet trend behandlas utgående från dess påverkan på den kreativa branschen. Innehållet redogör för grunden för vad en trend är genom förklaring över trenders uppkomst och aktivitet. Syftet med arbetet är att framställa hur trender kan användas som verktyg i en formgivares arbete.

Trenderna betraktas i en mera aktiv form genom trendanalys. Trendanalysen är genomförd med bildanalys av nyckeltrender från åren 2011 och 2015 för att få en översikt över trenders utveckling fram till denna dag. Arbetet har förts vidare med en fördjupning i Svenska Moderrådets trend- och inredningsguide för säsongen vår/sommar 2016.

Resultatet av studien visar att trender ständigt är i rörelse. Tanken bakom dagens trender är att utveckla dem vidare för att uttrycka det som är kännetecknande för samtiden. Målsättningen är att i praktiken verkställa informationen om trender genom planering av en möbelkollektion med utgångspunkt i trendprognosen för år 2016. Formgivningsprocessen utmynnas i framtagningen av en prototyp ur kollektionen.

### EXAMENSARBETE

Yrkeshögskolan Novia, Åbo  
Utbildningsprogrammet i formgivning  
Inriktning: möbel

Skribent: Kia Nygård  
Titel: Trender i fokus  
Handledare: Johan Keituri  
Tidpunkt: Våren 2015  
Sidantal: 75  
Språk: Svenska

Nyckelord: trender, trendprognos,  
formgivning, produktplanering,  
kollektion

## TIIVISTELMÄ.

Tämä opinnäytetyö keskittyy trendeihin, missä käsitettä lähestytään luovan alan näkökulmasta ja sen vaikutteista alan toimintaan. Sisältö on perusteellinen kuvaus trendeistä sekä niiden syntyperästä ja toiminnasta. Opinnäytetyön tarkoituksena on esittää miten trendejä voi käyttää apuvälineenä muotoilijan työssä.

Trendejä tutkitaan aktiivisessa muodossa trendianalyysin avulla. Analyysi on toteutettu analysoimalla kuvia vuoden 2011 ja 2015 keskeisistä trendeistä, jotta yleissilmäys trendien kehityksestä tähän päivään asti saataisiin. Työtä on jatkettu syventymällä Svenska Moderådetin trendi- ja sisustusoppaaseen kaudelle kevät/kesä 2016.

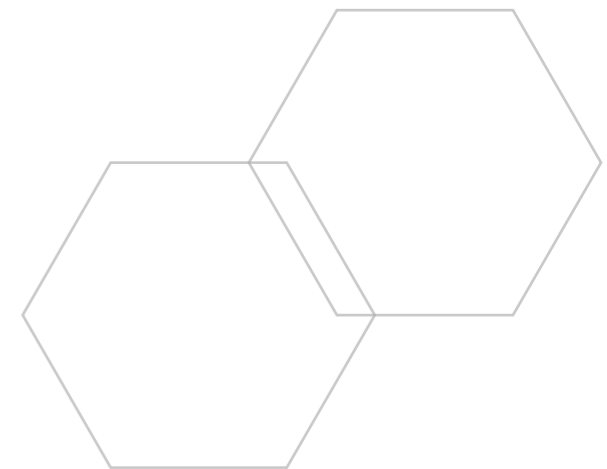
Tutkimuksen tulos osoittaa trendien olevan alati liikkeessä. Ajatus tämän päivän trendien takana on kehittää niitä eteenpäin ilmaistakseen sitä, mitä on tunnusomaista nykyajalle. Tavoitteena on toteuttaa trendeistä kerätyllä tiedolla suunnitelma kalustekokoelmasta, jonka lähtökohtana on vuoden 2016 trendiennuste. Muotoiluprosessi saatetaan valmiiksi valmistamalla prototyyppi suunnitellusta kokoelmasta.

### OPINNÄYTETYÖ

Yrkeshögskan Novia, Turku  
Muotoilun koulutusohjelma  
Suuntautuminen: huonekalut

Tekijä: Kia Nygård  
Nimike: Trendit keskiössä  
Ohjaaja: Johan Keituri  
Ajankohta: Kevät 2015  
Sivumäärä: 75  
Kieli: Ruotsi

Avainsanat: trendit, trendiennuste,  
muotoilu, tuotesuunnittelu, mallisto



## ABSTRACT.

This Bachelor's thesis is about trends, where the term trend is approached from the creative industry's point of view and its influence on it. The content is a thorough description of trends by explaining their origin and activity. The aim of this thesis is to present how trends can be used as a tool in a designer's job.

Trends are studied in an active form with trend analysis. The analysis is fulfilled with an analysis over pictures, where key trends for 2011 and 2015 are presented. By this it is possible to get an overview of the development of trends into this day. The work is proceeded with a deepening in the Swedish Fashion Council's trend and interior decoration guidebook for the season spring/summer 2016.

The outcome of this study shows that trends are constantly in motion. The idea behind present-day trends is to develop them forward, so that they express what is distinctive for the present time. The goal is to design a selection of furniture based on the trend forecast for 2016. The design process is completed with producing a prototype included in the furniture collection.

**BACHELOR'S THESIS**  
Novia University of Applied Sciences  
Degree programme in Design  
Specialization: furniture

Author: Kia Nygård  
Title: Trends in focus  
Supervisor: Johan Keituri  
Date: Spring 2015  
Pages: 75  
Language: Swedish

Key words: trends, trend forecast,  
design, produkt design, collection



## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1	Inledning .....	1
2	Vad är en trend? .....	3
2.1	Trendspaning .....	4
2.2	Trendanalytiker .....	5
2.3	Spridningen av trender .....	6
2.3.1	Trendcykeln .....	8
3	Trendanalys .....	11
3.1	Bildanalys .....	12
3.1.1	Analys av inredningstrender 2011 och 2015 .....	14
3.2	Svenska Moderådets trendprognos 2016 .....	25
4	Produktplanering .....	31
4.1	Inspiration .....	32
4.2	Funktionsanalys .....	34
4.3	Utveckling .....	39
4.4	Möbelkollektion .....	54
5	Prototyp .....	59
5.1	Utgångsläget .....	60
5.2	Tillverkning .....	62
6	Resultat .....	67
	Källförteckning .....	73
	Bildförteckning .....	74

# 1 INLEDNING

Detta arbete handlar om trender och deras aktivitet i det samhälle vi lever i. Begreppet trend är mångfaldigt och förekommer i sin bredaste mening överallt; trender kan vara mönster, avvikelser eller ideologier inom politik, ekonomi, turism o.s.v. I detta arbete behandlas begreppet trend utgående från dess påverkan på formgivningsbranschen. Arbetet redogör för grunden bakom trenderns uppkomst samt deras aktivitet, och syftet med arbetet är att framställa hur trender kan användas som verktyg i en formgivares arbete.

För att få en djupare uppfattning om trender samt deras rörelse inom den kreativa branschen, är trendanalysen genomförd med bildanalys som forskningsmetod. Genom att analysera inredningsbilder från olika år fås en översikt över trenderns utveckling fram till denna dag. Trendanalysen har förts vidare även med en fördjupning i trendprognoser för år 2016.

Målsättningen med detta arbete är att i praktiken verkställa den information om trender och trendprognoser som redovisas

i texten. Detta sker genom produktplanering av en möbelkollektion med utgångspunkt i Svenska Moderådets trendprognos för vår och sommar 2016. Produktplaneringen styrs även av betoningen på den egna stilen som formgivare, och geometri är framför allt en faktor som starkt påverkar formspråket i produkterna. Tyngdpunkten i möbelkollektionen ligger på olika sittmöbler och deras användning tillsammans med andra produkter. Denna formgivningsprocess, som också kan ses som ett kreativt och innovativt problemlösningsförlopp, utmynnar i framtagningen av en prototyp ur kollektionen. Valet av produkt till prototyputvecklingen styrdes av personlig utmaning och möjligheten för möbeln att bli en framstående produkt. Den slutliga prototypen är en stol och kan beskrivas som den centrala produkten i kollektionen. På grund av detta är planeringen av produkten längre framställd i resonemanget.



## 2 VAD ÄR EN TREND?

Under de senaste åren har användningen av ordet "trend" ökat avsevärt och är nuförtiden vanligt förekommande i samhällets olika områden. Trots att många människor dagligen kommer i kontakt med ordet trend är det få som kan säga vad en trend egentligen är. Trender förknippas oftast med modebranschen bl.a. stil och kläder, men faktum är att trender i sin bredaste mening förekommer överallt; inom politik, ekonomi, mat, turism, inredning o.s.v. (Ekman, 2012, s. 1)

Ekman (2012, s. 4) upplyser att ordet "trend" har sitt ursprung i det fornnordiska ordet *trendr*, vilket betyder "att vända". I boken om trendspaning menar Raymond (2010, s. 14) att ordet även använts i betydelsen "att snurra" eller "att rotera" och i grunden kan definieras som en riktning vart något är på väg och dess inverkan på kulturen, samhället eller näringslivet.

Trend som term har sedan 1960-talet blivit allmänt förekommande inom kultur och kan också beskrivas som en oregelbundenhet, avvikelse eller oförenlighet

av normer som ökar märkbart under en viss tid ju flera människor, produkter och ideologier som sammanställs i denna förändring. Trend förknippas lätt med ordet "stil" fastän dessa har olika betydelse. Stil används ibland för att beskriva ovannämnda rörelse eller förändring, men stil är ett karaktäristiskt sätt eller en estetisk metod för att uttrycka något nytt. Trender handlar däremot om vart något nytt är på väg. Det är en förändringsriktning eller rörelse inom beteenden och händelsekedjor.

Begreppet trend är mångtydigt och innehåller aspekter som påverkar vår emotionella, fysiska och psykologiska närvaro. Genom att upptäcka, kartlägga och använda trender för att förutse vad som är nytt och på kommande, ökar det också förståelsen för de undermedvetna idéer och principer som styr och motiverar oss som människor. (Raymond, 2010, s. 14).

## 2.1

### TRENDSPANING

En trend är ett mönster eller en avvikelse som kan övertyga människor att anta nya sätt att göra saker eller uttrycka sig (Raymond 2010, s. 34). Trendspaning innebär att försöka förutspå framtidens trender. Spaningen efter och att förutspå framtidens trender handlar om observation och förståelse för vad som redan händer (Ekman, 2012, s. 4).

Trendspaning är något som händer överallt i världen hela tiden. De medverkande inom trendspaning är nyfikna och observanta på nya mönster och avvikelser som kan leda till djupare förskjutningar i kulturen. Dessa förändringar kan förekomma inom vilket område som helst – handel, mode, design, inredning, konst, arkitektur, även vetenskap och teknologi. Denna trend kan också vara en idé, filosofi eller politisk rörelse.

Pundir menar (enligt Ekman, 2012, s. 4) att trendspaning handlar om att tillämpa kvantitativa och kvalitativa kunskaper på ett sätt som möjliggör att nya och framväxande förändringar i samhället kan identifieras när de inträffar. Efter

detta kan förändringarna kartläggas och projiceras på ett sätt som gör dem synliga för människor som är mindre observanta. Trendspaning är en kreativ process som kan förstås, praktiseras och tillämpas av alla som har introducerats för verktygen och metoderna som behövs i arbetet (Raymond 2010, s. 5).

Pundir påstår (enligt Ekman, 2012, s. 5) att arbetet för att förutspå trender underlättas genom att man fördjupar sig i populärkulturen och handelsnyheter. Genom att observera offentlig information runt om i världen kan den som arbetar med trendspaning plocka ut nya, växande trender genom att vara känslig för riktade signaler som andra missar. Trendspaning handlar inte bara om att leta efter det nya, det fräscha och det innovativa, utan en grundlig analys av vad som ligger bakom dessa förändringar bör göras.

## 2.2

### TRENDANALYTIKER

De som arbetar med trendspaning kallas för trendanalytiker. De är personer som spenderar sin tid på att upptäcka mönster eller förskjutningar i attityder, sätt att tänka på eller livsstilsval, som avviker sig från det allmänt rådande tankesättet eller människors normala beteende, levnadssätt, klädsel och kommunikation (Raymond, 2010, s. 12). Det vill säga trendanalytikerna förutspår och analyserar framtidens trender genom att observera de ovannämnda aktiviteterna.

Att spåra trender kräver nyfikenhet och observation av världen runt omkring med ett öppet sinne. Pundir och Raymond redovisar (enligt Ekman, 2012, s. 5) att alla trender kan förutsägas och alla skiftningar i kulturen redovisas – så länge man förstår vad trender är, var man ska leta efter dem, vad man ska titta efter då man letar efter dem och hur de ska tolkas då de till slut upptäcks. Vid sidan av detta måste man också kunna avgöra ifall det man upptäckt är sannolikt att bli en stor banbrytande trend. Detta gör trendanalytiker genom fältarbete, sociala observationer, utövning av empati, utnyttjande

av fantasi eller t.o.m. genom att dagdrömma för att kunna föreställa sig vad som möjligtvis kan hända i framtiden.

Den kompetens som en trendanalytiker använder sig av i sitt arbete måste vara transparent, mätbar, tillförlitlig och framför allt gå att bevisa. Detta betyder att trendspaningen utesluter sannolikhet, eftersom en trendanalytikens arbetsmetoder och verktyg lämnar lite rum för tvivelaktighet, utmaning eller tveksamhet.

En stor del av trendanalytikernas tid går åt till att förklara "varför" en trend uppkommer samt "hur", "var" och "när" detta händer. Enligt Raymond (2010, s. 14) ser vi trender som tvångsmässiga samt beroendeframkallande och i vissa fall även som ett virus, som sprider och smittar oss under tillfällena då vi minst anar det, huruvida vi vill det eller inte.

## 2.3

### SPRIDNINGEN AV TRENDER

Oavsett hurdan trend det är frågan om, har trender en tendens att spridas via centrala, sociala grupper i samhället. Denna spridning av idéer uppmärksammades av Everett M. Rogers, en amerikansk sociolog, år 1962 då han började fundera över varför vissa människor var mer innovativa än andra när det handlade om att ta till sig nya idéer. Rogers teori kallas för "The Diffusion of Innovations" och förklarar både spridningen av innovationer och trender samt de sociala grupperna som sprider dem. (Raymond, 2010, s. 18 – 26).

Spridningen av en trend inleds alltid med en idé eller en innovatör som har en idé. Dessa individer är ansvariga över fortgången av en ny innovation eller introduktionen av en ny idé. De introducerar idén för en grupp som kallas för "Early Adopters" och som utgörs av personer som står innovatören nära, t.ex. vänner eller kollegor. Dessa personer positiva till en ny innovation i deras närkrets och är ofta lokalt väl synliga med många kontakter. Dessa två grupper är avgörande i spridningen av en trend eftersom de agerar

som utlösare då en större del av samhället integrerar den nya förändringen. Denna tidpunkt beskriver händelsen då en trend blir så smittsam att få kan motstå den, d.v.s. då trenden blir genomgående synlig och inflytelserik. Trendanalytiker talar om termen "critical mass" eller "tipping point".

Gruppen "Early Majority" representeras av människor som följer med hur den tidigare gruppen av Early Adopters relaterar till och kämpar med nya idéer och innovationer. De agerar som en försäkring eller uppmuntran mellan föregående och nästa steg av spridningen. Dessa människor är väldigt sociala men har inte nödvändigtvis tankar eller idéer avsedda för att leda eller styra – de är anhängare.

"Late Majority" är en grupp med konservativa personer som kräver hög försäkring och förklaring av en ny idé och hur de kan profitera genom att använda eller köpa innovationen. Denna grupp styrs framför allt av sociala normer (d.v.s. moral samt sociala regler och livsstilsregler som de delar med de flesta i deras omkrets), men också av normerna inom marknad

och ekonomi. De är bl.a. de första som efter en tid slutar följa en viss trend.

Den sista gruppen kallas "Laggards", som fylls av människor som är långsammast att vänja sig vid ny trend. De är konservativa och har svårt att vänja sig vid något nytt, vilket resulterar till att de föredrar traditionella och bekanta produkter. Då andra i samhället har blivit vana vid en trend och den anses vara en norm, kan de i gruppen Laggards tyst bekanta sig med denna förändring i en mildare version.

Raymond (2010, s. 17) menar att det inte är skillnad på vilken trend det handlar om. Oavsett om man talar om trender inom den kreativa branschen eller andra som organisk odling eller användning av mobiltelefoner, så följer alla dessa trender samma mönster då de sprider sig genom samhället via de fem ovannämnda grupperna; "Innovators", "Early Adopters", "Early Majority", "Late Majority" och "Laggards".



## 2.3.1

### TRENDCYKELN

Trender är oupphörligt i rörelse. Efter introduktionen av något nytt, vinner detta nya popularitet genom att accepteras bland människor och växer till slut till en trend. Därefter når den och rör den sig igenom de olika mognadsstadierna och till sist dör den ut. Denna process kallas för en trends livscykel eller trendcykeln och beskriver varaktigheten och accepterandet av en trend.

Processen från att en trend accepteras till att den förkastas bildar en kurva och kan förklaras tillsammans med "The Diffusion of Innovation curve", som presenteras i boken skriven av Martin Raymond. Kurvan som beskriver trendens utveckling är S-formad, där den nedre delen representerar introduktionsfasen tillsammans med innovatörerna samt "Early Adopters". Därifrån växer kurvan och trenden mognar vid övre delen av kurvan tillsammans med "Early Majority", "Late Majority" och "Laggards". När trenden föråldras går kurvan neråt ända tills trenden förkastas och kurvan tar slut.

Den första fasen eller introduktionsfasen är ett skede då en viss idé, innovation eller trend introduceras och endast ett fåtal människor följer den. Den andra fasen, tillväxtfasen, handlar om att populariteten ökar beroende på respons. Mognadsfasen i livscykeln innebär den tidpunkt då efterfrågan är den högsta eller på topp, trenden har då nått högsta popularitet och ett stort antal människor tillägnar trenden.



Figur 1. Framställning över "The Diffusion of Innovation curve" och trenders livscykel.

Efter att trenden har uppnått en tillfredsställande nivå av popularitet går den i nedgångsfasen. Då börjar trenden så småningom avvisas och efterfrågan förminskar. Detta händer då människorna börjar söka nya trender efter att ha blivit trötta på den gamla. Den sista fasen, förkastelsefasen, innebär att konsumenterna förkastar trenden och tar till sig en ny trend. I och med att en trend förkastas ger den möjlighet för nya trender att introduceras. (Ekman, 2012, s. 22 – 23).

# 3 TRENDANALYS

Trender förekommer under olika långa perioder och kan vid sidan av varandra även födas på nytt och vidareutvecklas till nya trender. I detta kapitel behandlas trender i en mera aktiv och synlig form genom trendanalys. Att spåra, kontrollera och analysera trender kallas för trendanalys. Trendanalysen är en vanligt förekommande metod, som används för att få en bättre överblick över rådande samhällsförändringar samt för att försöka förstå samtid och framtid bättre.

I denna trendanalys presenteras inredningstrender som sträcker sig bakåt i tiden och fram till denna dag och kommande år. Tanken är att fördjupa sig i nyckeltrender från olika årtal och även analysera dem sinsemellan. Trendanalysen är genomförd med hjälp av bildanalysmetoden samt fördjupning i tidsskrifter och trendguider. I kapitlet presenteras bildanalysens grunder och verkställning i praktiken.

# 3.1

## BILDANALYS

Bilder är en del av det mänskliga språket och ingår mångfaldigt i vårt dagliga liv. En bild kan ofta framträda på ett mer avgörande sätt än en text och bilder förekommer både som elementära och komplexa helheter. Bilden utgör en direkt kommunikation till betraktaren och berättar något för oss; det finns ett budskap eller en mening. Traditionen påstår att "en bild säger mer än tusen ord". Inom bildanalys gäller frågan vilken bild och vilka ord. (Borgensen & Ellingsen, 1994, s. 11; Waern et al., 2004, s. 7).

Bilder är tidsberoende och kulturbestämda produkter och är av olika slag för olika ändamål. Men framför allt upplever vi bilden som ett alldagligt kommunikationsmedel. Enligt Borgensen och Ellingsen (1994, s. 11) består den visuella kommunikationsprocessen i en elementär modell av tre komponenter: bildskaparen, det bildspråkliga uttrycket och bildläsaren. Dessa komponenter kan också namnges sändaren, bilden och mottagaren. Både sändaren och mottagaren är delaktiga i tolkningen av en bild. En bild som är lätt att läsa och förstå förmedlar information

lättare och bättre än en mer komplicerad bild. Både sändaren och mottagaren måste vara överens om att bilden är lätt att läsa. Däremot ligger sammanhanget i vilket bilden betraktas ofta utanför sändarens kontroll vilket innebär att det inte går att förutsäga hur olika budskap tas emot.

I en bildanalys försöker man tränga in i bilden på jakt efter ett budskap och detta utgör analysens tolkande aktivitet. Föremålet för tolkningen är bilden i sin helhet; d.v.s. ett visuellt uttryck som består av enskilda delar i förhållande till varandra. Vid en bildanalys eller bildtolkning är det nödvändigt att komma ihåg att mottagarens tankar och känslor spelar en väsentlig roll i processen. Vid sidan av individrelaterade faktorer styrs bildtolkningen även av den kulturella omgivningen.

Den moderna bildanalysen har sina grunder i semiotiken, d.v.s. läran om hur vi tyder och tolkar tecken av olika slag. Den semiotiska analysen baserar sig på bildens innehåll och fastställningen av vad som sägs i själva bilden. I analysen uppdelas

redogörelsen mellan två olika meningsnivåer; en "denotativ" och en "konnotativ" nivå. Den denotativa nivån uttrycker det rent beskrivande eller det rent uppenbara som är avbildat på bilden och utgör bildens grundbetydelse. Denotationen brukar tolkas på ungefär samma sätt. Det andra tolkningsplanet, konnotationer, präglas starkt av betraktarens bakgrund, erfarenhet och kunskap, vilket resulterar i mångtydiga tolkningar.



### 3.1.1

#### ANALYS AV INREDNINGSTRENDER 2011 OCH 2015

Tidigare i kapitlet om trender nämndes att trender kan vara säsongsbetonade men också långvariga. För att tydliggöra variationen bland trender har jag valt att analysera inredningsbilder från olika år. Som grund för bildanalysen har två nummer från åren 2010 och 2015 av inredningstidningen Deko använts. Analysen består av fyra olika bilder som beskriver dåvarande trendprognoser. Tanken är att undersöka avvikelser och möjligen också liknelser mellan trender från olika tidpunkter.

Vid bildanalysen ställs en gemensam grundläggande frågeställning bestående av frågor som identifierar bl.a. bildtypen, sändaren och mottagaren. Detta ger tydligare riktlinjer för analyseringen och styr arbetet mot en enhetlig disposition av resultaten. Vid sidan av den grundläggande frågeställningen uppdelas redogörelsen mellan den denotativa och konnotativa nivån enskilt för varje bild.

Gemensamt för bilderna är att sändaren eller kommunikatorn är densamma; Deko. Tidskriften fördjupar sig i dekoration,

inredning och design från Norden och ges ut på finska. I och med att hemsidan, där tidskriften kallas för Scandinavian Deko, är på engelska leder detta möjligtvis till en bredare läsargrupp, vilket i sin tur för analysen vidare till mottagaren. De som läser Deko är intresserade av inredning och design och kan också medverka inom den kreativa branschen. Kunskapen inom inredning och design kan vara varierande, men den grundläggande aspekten för analysens del är att läsarna är intresserade av de nyheter och artiklar som presenteras i tidskriften.

Borgensen och Ellingsen (1994, s. 76) menar att bilder i tidningar och tidskrifter har många olika funktioner. Det är bilderna som i allmänhet läses först och avgör ifall mottagaren fortsätter att ägna sig åt texten. Bilderna ska ge närvaro, väcka känslor och skapa stämningar samt illustrera något väsentligt i texten. Därför är det också viktigt att analysera samspråket mellan bild och text.

I en analys är det vid vissa tillfällen även nödvändigt att identifiera den som

analyserar, eftersom det kan leda till en varierande upplevelse och tolkning av bilden och dess budskap eller mening. Som blivande formgivare är jag insatt i nyheter inom branschen, som t.ex. trender, och har kunskap om olika material samt tillverkningsmetoder. Detta betyder att bilderna kan uppfattas annorlunda och olika detaljer upptäckas som är avvikande från en analys gjord av en person utan liknande kunskap.



# *bild* 1

*De första två bilderna är tagna ur Dekos tidskrift utgiven i december 2010. I innehållet presenteras uttagna trendprognoser för året 2011. Båda bilderna är arrangerade och stylade inredningar avsedda för att bli fotograferade och publicerade i en tidsskrift.*

Den första bilden utgörs av ett arrangemang möbler och tillbehör i en neutral färgskala. På den denotativa nivån kan färgerna vit, svart, grå och beige uppfattas som ledande element i bilden. Arrangemanget är ihopsatt av vanligt förekommande föremål som en soffa, matta och golvampa men även av vissa avvikande och intressanta detaljer som konstverket med den gamla dörren på väggen samt träblocken i förgrunden.

Analysen på den konnotativa nivån blir synnerligen detaljrik. Trots den neutrala färgskalan och det avskalade formspråket på både möbler, tillbehör och inredningen i sin helhet, är bilden fylld med olika materialval. Av bilden att döma är filt och trä, framförallt obehandlat eller med en naturlig ytbehandling, två primära materialval i möblerna. Utrymmet utgörs av ett rått betonggolv tillsammans med en vitmålad tegelvägg. Trots den kalla känslan vid första intrycket innehar bilden även mjukhet vid sidan av det hårda. Textilierna är ett självklart val men också träklossarna med det obehandlade träet för med sig något mjukt och värmande in i den annars så minimalistiska helheten.

Som sammanfattning kan denna trend beskrivas som jordnära och minimalistisk där neutrala färger och ett avskalat formspråk kryddas upp med annorlunda och även naturliga materialval. I beskrivningen av bilden presenteras slowlife-tanken, där konsumtionen minskar och avståndet från föremål ökar, och dess effekt på inredningen. Den minimalistiska inredaren litar på kvalité och satsar på äkta och naturliga material.



Boconceptin selkeällinjainen Carmo-moduulisohva Felt-kankaalla 2 695 e, Shogun-jakkara 119 e ja musta bambukori 45 e, Vepsäläinen Dieselin Fork-lattiavalaisin 723 e ja harmaa pötkutyyny 72 e, Skanno Musta Vilmie Pärlä-tyyny 19,95 e ja PS Vadrail-torkkupeite 29,95 e, Ikea Turvavöistä tehty tyyny 59 e, matteriashop.com. Palapelimatto on sataprosenttisesti kierrätettyä ekoluopaa ja peloja voi yhdistellä haluamallaan tavalla, 60 e/kpl, matteriashop.com. Pieni muistikirja 35 e, Design Forum Shop, Japanilaiset varvastossut 34 e, Tokyokan. Puupölkkyt on säähautettu Puukeskuksessa. Seinällä on Hemo Sution Ovi-teos.



## bild 2

Trots att båda bilderna är fotograferade i samma utrymme, presenterar den andra bilden en trend som avviker helt och hållet från den första. Denna variation visar hurdan effekt trender och inredning har på ett utrymme. Arrangemanget består av lösryckta möbler samt produkter som vanligtvis inte är en del av en långvarig inredning. Det första intrycket är det färgglada i bilden. Både starka och neutrala färger finns att betrakta i möbler och rekvisita; en lampa, stolar, bord samt ballonger och målade engångstallrikar på väggen.

Vid sidan av färgerna lägger man också tidigt märke till att den blåa stolen hänger i luften med hjälp av snören från väggen. Eftersom stolen inte är presenterad på dess vanliga användningssätt, tyder detta på lekfullhet och brytande mot regler. Helheten av denna lekfulla trend är skapad med hjälp av olika enskilda föremål. Exempelvis kan man lägga märke till den blåa lampan som tycks vara gjord av rep, det omkullvälta sidobordet vars bordsskiva liknar en snöflinga samt den vita bollformiga fotpallen i förgrunden med ett formspråk som i sin enkelhet avviker från resten av produkterna.

Ur konnotativt perspektiv skiljer sig bilden också från den första trenden med tanke på material. Produkterna är tillverkade av syntetiska material, plast och metall, som är ytbehandlade i olika färger. Till skillnad från den första bilden finns det inget synligt trä i arrangementet, vilket resulterar i en onaturlig känsla. Bildbeskrivningen presenterar denna trend som lekfull, vilket kan ses både i produkter och färger. I möbler kombineras nytt och gammalt vid sidan av en nytänkande enkelhet i användningen av material.



# bild 3

Den tredje och fjärde bilden är tagen ur artikeln med trendprognoser för år 2015 i Dekos tidskrift utgiven i januari 2015. De analyserade bilderna föreställer arrangerade inredningar för hemmiljö i miniatyrmodell samt produktkollage.

Den första bilden av trendprognoser för 2015 har ett tydligt tema; pastellfärger. Pasteller har under tidigare år varit synliga både bland inredning och mode. De förekommer framförallt i trendprognoserna för vår och sommar och har återkommit varje år med olika variationer. Tillsammans med vitt och grått är framförallt ljusrött, korallrött och mintgrönt grundfärgerna för pastelltrenden år 2015. Detta är det första intrycket som fås i bildanalysen. På den denotativa nivån betraktas även inredningsprodukter av olika slag; allt från möbler till små prylar och dekorationer.

Vidare till det konnotativa, där användningen av materialen är varierande. Det finns trä, metall, plast och textilier av olika slag. I synnerhet ljust trä tillsammans med pastellfärger och även koppar, som blev ett populärt materialval bland inredning och möbler för ett par år sedan, kan ses i små detaljer. Nyheten i trenden detta år är terrakottan, som inspirerar både som färg och material. Det sägs att trender alltid handlar om något nytt och i detta fall har pastelltrenden igen en gång utvecklats vidare med ett inslag av det populära materialet från 1980-talet. Man skulle kunna påstå att denna trend är ett möte mellan tradition och modern tid. Terrakottan bidrar med en jordnära känsla i den annars så lätta och sköra helheten.



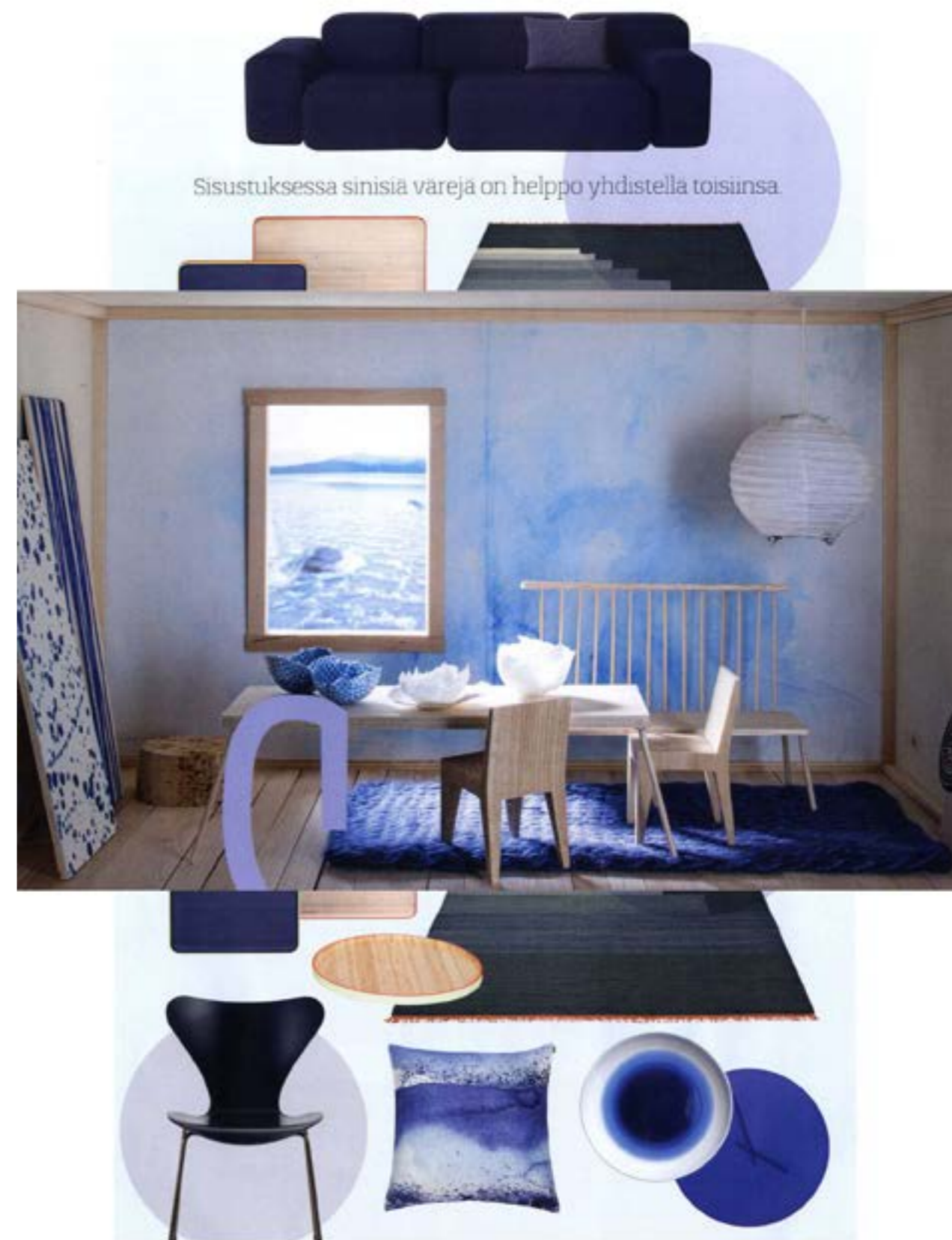


# *bild* 4

Trenden som illustreras i den fjärde och sista analyseringsbilden handlar enbart om en sak: den blåa färgen. Miniaturmodellen av den arrangerade inredningen i tidskriften är ett samspråk mellan olika blåa nyanser samt ljust trä och detaljer i vitt. Möblemanget består av soffor, bord och stolar samt mindre produkter som är tillverkade av trä eller tyg. Även mönster är tillåtna bland textilier och tapeter för att skapa en mångdimensionell helhet.

Bilden av inredningen med det blåa temat har en skandinavisk känsla i och med att det för det mesta har använts ljusa nyanser av blått tillsammans med ljust trä. Den blåa färgen är omtyckt över hela världen och trenden är möjlig att anpassa i ett världsomfattande sammanhang med hjälp av djupare nyanser och lokala materialval. I och med att endast en färg är ledande för trenden är det lätt att ändra stämningen i en inredning mellan t.ex. sommar- och höstsäsong. Miniaturinredningen på bilden skulle eventuellt vara betecknande för en vårinredning.

Den blåa inredningen är en sval och i synnerhet en lugn helhet. Ifall det blåa och neutrala blir för harmoniskt, kan detaljer i komplementfärgen erbjuda ett intressant tillägg i trenden. I bildkollaget ses bl.a. brickor tillverkade i trä med detaljer i blått, gult och orange.





I den vardagliga diskussionen om trender sägs det att trender återkommer alltid efter en viss tid. Föremål som i dag anses vara ur mode kan bra vara det mest trendmedvetna om tio år. Efter en bildanalys av trender från olika år visar resultaten att trender alltid handlar om en nyhet men samtidigt också om ett steg bakåt i tiden. Tanken bakom dagens trender är att utveckla tidigare trender vidare för att nå en djupare dimension samt en komplett helhet som är kännetecknande för just denna tid och det moderna samhället. Detta kan ske exempelvis med nya material eller också detaljer från tidigare år.

Fortsättningsvis kan ett visst mönster i trendanalysen betraktas. I Norden har det ljusa och minimalistiska under det senaste årtiondet varit ett viktigt uttryck för lokal design och inredning. Det avskalade formspråket i både designprodukter och inredning är världsberömt. Den neutrala färgskalan kommer troligtvis i fortsättningen också vara en av nyckeltrenderna i Norden, men utvecklas vidare varje år med hjälp av nya detaljer. Vid sidan av neutraliteten piggas trenden upp med varierande färgnyanser från år till år. Det finns tider då ljusa och lättare färger dominerar sortimenten, varefter det förändras och i stället används starka färger i både produkter och inredning.

Då man talar om trender gäller det att komma ihåg att varje trend kan genomföras på individuella sätt. Trender kan blandas sinsemellan eller också plockas det ut som intresserar och passar den egna stilen och smaken. Det finns egentligen inga regler då det kommer till tolkning och tillämpning av trender.

## 3.2

### SVENSKA MODERÅDETS TRENDPROGNOS 2016

Svenska Moderådet, eller Swedish Fashion Council, har sedan 1979 haft rollen att bl.a. främja, inspirera och utveckla svenskt mode. Detta sker genom att erbjuda omvärldsanalys, talangprogram, seminarier, rapporter, nätverk, inspirationsutställningar och trendguider. Svenska Moderådet analyserar trender inom mode, livsstil och inredning och resultaten presenteras i tryckta guider med färgkartor och digitala komplement. Trendguiderna fungerar som inspirationskälla och verktyg för designer, inköpare och andra för löpande kontroll inom färg- och materialval, produktidéer liksom handledning. (Svenska Moderådet, u.å.).

Efter en analys av trender från det förflutna samt nuläget, är det dags att vända blickarna mot närmaste framtid och Svenska Moderådets trend- och inredningsguide för säsongen vår/sommar 2016. Enligt Svenska Moderådets sammanfattning av trenderna år 2016 (Svenska Moderådet (SM), s. 2) präglas säsongen av humor och lekfullhet men också av en utstuderad och lyxig lättja. Vid sidan av ledordet naturligt håller hållbarhet och ett grönt medvetande

ett allt fastare grepp om trenderna. Vid sidan av naturen är blandningen av råa, obehandlade och välpolerade element synliga i inredningen. Bland föremål och tyger får patina i form av tydliga lagningar och stoppningar mer än gärna vara blottad.

Inredningsguiden är indelad i sju olika kapitel där varje kapitel representeras av en trend, dess beskrivning och presentation i form av bilder och materialprov. Trendkategorierna är benämnda "Ingenious Chaos", "Urban Raw Tension", "Kitsch Patio", "Mansion Revisited", "Playhouse", "Garden" och "Visual Merch".

Ingenious Chaos betecknas av en bohemisk livsstil med artistiska detaljer och bemästrat kaos. Urban Raw Tension styrs av samspelet mellan råa, grova ytor och välpolerade exteriörer. Intressant är att denna trend liknar den naturliga trenden år 2011 som presenterades tidigare i form av bildanalys (s. 16-17). Här lånas inspiration från övergivna byggnader och arvet från industribyggnader eller loft-boendet med detaljer som synliga rör, brandtrappor och betong som möter



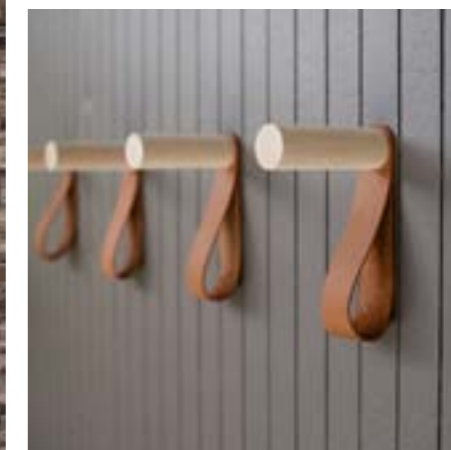
tegel. I trenden Kitsch Patio förstärks rummets karaktär med olika föremål med detaljer från femtiotalets karaktäristiska formspråk, vintagemönster, souvenirer och grälla färger.

Huvudinriktningen i Mansion Revisited ligger vid naturmaterial och deras patina. Textilier kombineras sinsemellan från grovt till mjukt med inspiration från 1600-talet. Playhouse är en trendinriktning med lekfullhet i centrum och inspiration från färg, mönster, storleksförskjutningar och naivt formspråk. Till skillnad från det kaotiska och lekfulla är trenden Garden, även kallad "Giardini Durevole", en helhet där naturen vid sidan av trädgården adopteras in i hemmet. Den sista kategorin, Visual Merch, beskriver teknologins och det digitalas inflytelse på framförallt försäljning samt identitetens viktighet både bland designer, varumärken och kunder. Färgsättningen varierar från monokromt till färgstarkt.

Färg- och materialkartan för vår/sommar 2016 i Svenska Moderådets trendprognos (2014, s. 72-73) leker med djärva, skarpa

färger och mjuka nyanser i pastell. Det förekommer dimmiga gröna och blåa färger och mjuka nyanser av bl.a. beige, grå, gul och rosa. Däremot påträffas även skarpare färger som blå, turkos och vit. Vissa färger i paletten är sannerligen även inspirerade av naturens egen färgsättning. Varma metaller är fortfarande "inne" och det grova i betong, tegel, rost och murket trä åstadkommer en naturlig karaktär och grund.

Trendguiden är en hopsättning av text, bilder och materialprov. För att få en djupare förståelse för trenderna år 2016 skapades bildkollage där trenderna tolkas subjektivt med egna bildval. Bildkollagen presenterar trenderna Urban Raw Tension, Kitsch Patio och Garden.



*bildkollage 1. Urban Raw Tension*

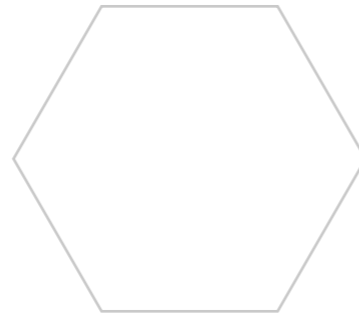




*bildkollage 2. Kitsch Patio*

*bildkollage 3. Garden*





## 4 PRODUKTPLANERING

För att framställa hur trender kan användas i praktiken, har jag planerat en möbelkollektion som tangerar Svenska Moderrådets trendprognos för vår/sommar 2016. Trendprognoser är verktyg som biträder med aktuell information om förändringar i samhället och attityder och kan användas som inspirationskälla för en formgivares arbete.

Ordet design kommer från latinets *designare* och betyder att märka ut, indikera, bestämma. Via engelskan står ordet för planering, att skapa mönster och ordning. Ett annat ord som även används ofta är formgivning, vilket innebär att arbeta mera med form eller mönster. (Löfgren, 2002, s. 12).

Design är en arbetsprocess där lösningar utvecklas på ett medvetet och innovativt sätt utgående från brukarens behov. Processen styrs av både funktionella och estetiska krav och design tillämpas för utveckling av bl.a. varor och tjänster. Lundequist (1995, s. 61) menar att grundprincipen för all design är enkel att formulera, men svår att tillämpa – det är

*”En produkt ska vara lätt att använda och det ska vara lätt att förstå hur den fungerar. Den ska dessutom vara hållbar, anpassad till människokroppen, skonsam mot naturen, ekonomisk att tillverka och sist, men inte minst, den ska vara vacker.”*

- Stiftelsen Svensk Industridesign  
(Löfgren, 2002, s. 14)

designern som väljer mellan de alternativ som är givna, och försöker finna det som passar dess ändamål och dess sammanhang.

Enligt Lundequist (1995, s. 59) är framställningen av en produkt det gemensamma syftet för designprojekt och produktutveckling. Innan tillverkningen av denna produkt börjar, måste dess egenskaper bestämmas.

# 4.1

## INSPIRATION

Inspirationen för planeringen av möbelkollektionen bildas utifrån två olika infallsvinklar. Den första är en trend som presenteras i Svenska Moderådets trendprognos 2016 och kan därför kallas för en yttre utgångspunkt för arbetet. Den andra infallsvinkeln är den personliga smaken och intresset för formspråket i möbler. Detta utgör en inre inspiration som påverkar produktplaneringen. Tanken är alltså att möbelkollektionen påverkas av både inre och yttre faktorer i planeringskedet och är ett resultat av hur en formgivare tillämpat trender som hjälpmedel i sitt arbete.

I Svenska Moderådets trendprognos för vår/sommar 2016 presenteras trender som avviker tydligt från varandra. Både material och färger varierar starkt mellan dessa trender. Utgångspunkten för valet av en trend som inspirerar produktplaneringsprocessen ligger vid färgerna. Trenden "Urban Raw Tension" (bildkollage s. 19) och färgkartan som presenteras vid sidan av bilder och materialprover är en lugn helhet med jordnära kulörer. Trendens färger till-

talade mig genom möjligheten att skapa en kollektion eller helhet som är lätt att närma sig med tillfällena för intressanta detaljer.

Trenden experimenterar mellan råa, obehandlade och välpolerade ytor. Ypperliga materialval inom trenden är bl.a. trä, metall och läder, men även speciella material som kalksten, kork, tegel och terrakotta kan användas. Innehållet som presenteras i trendprognosen kan tolkas och användas enligt eget intresse. Vid formgivning fokuserar jag mycket på färger. På grund av detta tolkar jag vid sidan av materialets egenskaper även dess färgnyans. Exempelvis översätter jag materialen tegel och kalksten, som presenteras i trendprognosen, till färgerna orange och grå.

Utöver de yttre faktorerna som presenteras i trendprognosen, styrs produktplaneringen också av den egna stilen som formgivare. Grunden för mitt planeringsarbete, oavsett vilken produkt det är frågan om, är mitt intresse för starka geometriska former. Geometrin ger oändliga möjligheter med tanke på former och

dessa former kan i sin tur kombineras till intressanta helheter. Riktlinjen för en produkt som planeras är ett enkelt formspråk. I min design betyder detta att produkten talar genom dess anspråkslöshet och framhäver det geometriska. Utöver produktens formspråk är det också väsentligt att produktens funktion och användningsändamål kommer klart fram.



## 4.2

### FUNKTIONSANALYS

En produkt med god formgivning ger uttryck för produktens karaktär. Detta konstaterande kan sammanfattas som utgångspunkten för kraven som ställs på design eller formgivning. Då produkten betraktas ska det klart framgå vad den är och hur den ska användas. Bakom en lyckad design ligger flera krav som tas i beaktande under planeringsprocessen av en produkt. Genom att analysera krav som ställs på produkten får arbetet vissa riktlinjer, varifrån det är lättare att vidareutveckla de egenskaper som utgör grunden för formgivningen. Dessa krav kan vara bl.a. material-, kostnads- eller produktionskrav, men även krav som ställs på hållfasthet och funktion. (Löfgren, 2002, s. 12, 91-92).

I en funktionsanalys kan alla de funktioner som en produkt ska ha specificeras och senare i utvecklingsarbetet klassificeras enligt deras väsentlighet. Syftet med en funktionsanalys är att alla viktiga funktioner hos en produkt tas i beaktande. För att få en överblick av funktionerna är det lämpligt att sammanställa dem med klassificeringen krav, behov och önskemål. Uppställningen av en funktions-

analys kan variera, vilket innebär att kraven även kan klassificeras som huvudfunktion, nödvändig funktion, önskvärd funktion och icke önskvärd funktion.

En funktion beskriver vad man vill åstadkomma, men skildrar inte hur det tekniskt ska lösas. Funktionen är en aktivitet, en uppgift produkten har. I en funktionsanalys är det viktigt att vid sidan av en formgivares synvinkel även ta med de synpunkter som brukarna har på produkten. Vidare presenteras två olika funktionsanalyser; analys av möbelkollektionen med klassificeringen krav, behov och önskemål samt analys av en produkt (stol) där funktionerna delas in i nödvändiga, önskvärda och icke önskvärda funktioner vid sidan av dess huvudfunktion.

#### Funktionsanalys: MÖBELKOLLEKTION

Klassificering: 3 = krav 2 = behov 1 = önskemål

FUNKTION	KLASS
Enhetlighet	3
Hemmiljö	1
Tydlig funktion (användningsändamål)	2
Enkelt formspråk	1
Egen stil	1
Tidlös	1
Trender	3
Kvalitet	2

Figur 2. Funktionsanalys av möbelkollektion.

En möbelkollektion består av ett visst antal produkter, som är avsedda att användas tillsammans eller också som självständiga objekt. Förutsättningen för en möbelkollektion är att den är enhetlig; formspråket i produkterna bör vara kännetecknande sinsemellan. Enhetlighet kan också skapas med hjälp av material- och färgval.

I denna funktionsanalys av en möbelkollektion, där trendprognosen för vår/sommar 2016 är ett viktigt verktyg och utgör basen för produktplaneringen, ställer trenden ett lika stort krav på möbelkollektionen som dess enhetlighet. Intill dessa grundläggande drag presenteras en tydlig funktion och kvalitet som behov för en fungerande kollektion. Det ska tydligt framgå vad produktens användningsändamål är och den ska vara bra tillverkad av bra material, vilket resulterar till kvalitet.

Vid sidan av krav och behov, ställs dessutom olika önskemål på möbelkollektionen. Kollektionen ska känneteckna formgivarens egna karaktäristiska stil. Denna stil ska förknippas med ett enkelt formspråk och förhoppningsvis medföra tidlöshet bland produkterna. Det ändamålsenliga användningsområdet för möblemanget är hemmiljö, men detta utesluter ändå inte möjligheten att använda produkterna inom offentlig miljö.

### Funktionsanalys: **PRODUKT (STOL)**

Klassificering: huvudfunktion (HF), nödvändig funktion (NF), önskvärd funktion (ÖF), icke önskvärd funktion (IÖF)

FUNKTION	KLASS
Sittunderlag	HF
Ergonomi	NF
Ryggstöd	NF
Armstöd	ÖF
Balans	NF
Hållbar	NF
Bekvämlighet	ÖF
Standardmått	NF
Enkelt formspråk	ÖF
Trender	NF

Figur 3. Funktionsanalys av produkt (stol).

En möbelkollektion kan bestå av olika produkter som bl.a. stolar, bord och lampor. I denna funktionsanalys fokuseras utvärderingen på en stol, som är en del av den möbelkollektion som analyserades tidigare. En stols huvudfunktion är att fungera som sittunderlag. Vid sidan av detta kan stolen ha nödvändiga funktioner som balans och hållbarhet.

Ergonomin är en essentiell funktion vid planering av en stol. Ordet ergonomi kommer från grekiskans *ergon* som betyder arbete och *nomos* som betyder lag. Ergonomi är läran om sambandet mellan människan och arbetsmiljö (Löfgren, 2002, s. 70). Jokinen (2001, s. 114-115) menar att formgivning och ergonomi går hand i hand och att formgivningens mål är att göra redskap ändamålsenliga för människans bruk. Inom ergonomisk planering tas bl.a. människans mått, rörelser och muskelstyrka i beaktande. Människokroppen är inte geometriskt likformig, men måtten åtyder oftast en normalfördelning, vilket har lett till att det förekommer vissa standardmått inom möbelbranschen. Dessa standardmått är en nödvändig funktion i planeringsprocessen.

Nödvändigt för en stols funktion är en sits och ett ryggstöd. På grund av detta är armstöd betecknade som en önskvärd funktion, eftersom de inte ändrar på stolens ändamål, enbart på ergonomin och bekvämligheten. Även en mjuk sits ökar bekvämligheten, men ändrar inte på stolens funktion.

Liksom tidigare nämnt, framträder trenden Urban Raw Tension även i denna produkt som en grund för planeringen. Det första intrycket av en möbelkollektion är enhetligheten, men på en noggrannare nivå kan produkterna innehålla avvikande detaljer. Det är dessa detaljer som uttrycker vad som är kännetecknande för trenden. Detta kan vara t.ex. val av olika träslag och tyg. Det är dock viktigt att komma ihåg att dessa detaljer bör passa ihop på ett större plan och skapa en helhet.





## 4.3 UTVECKLING

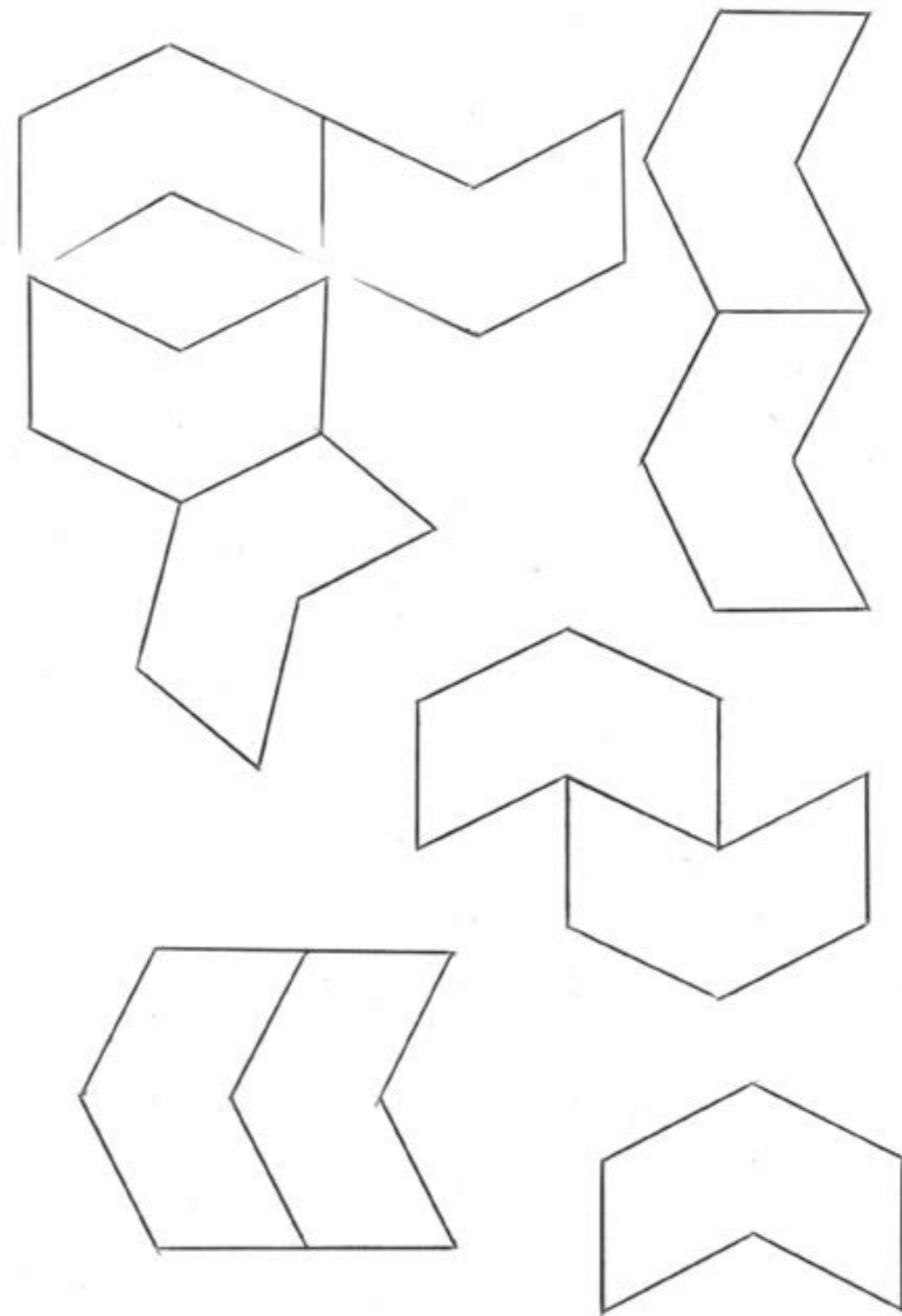
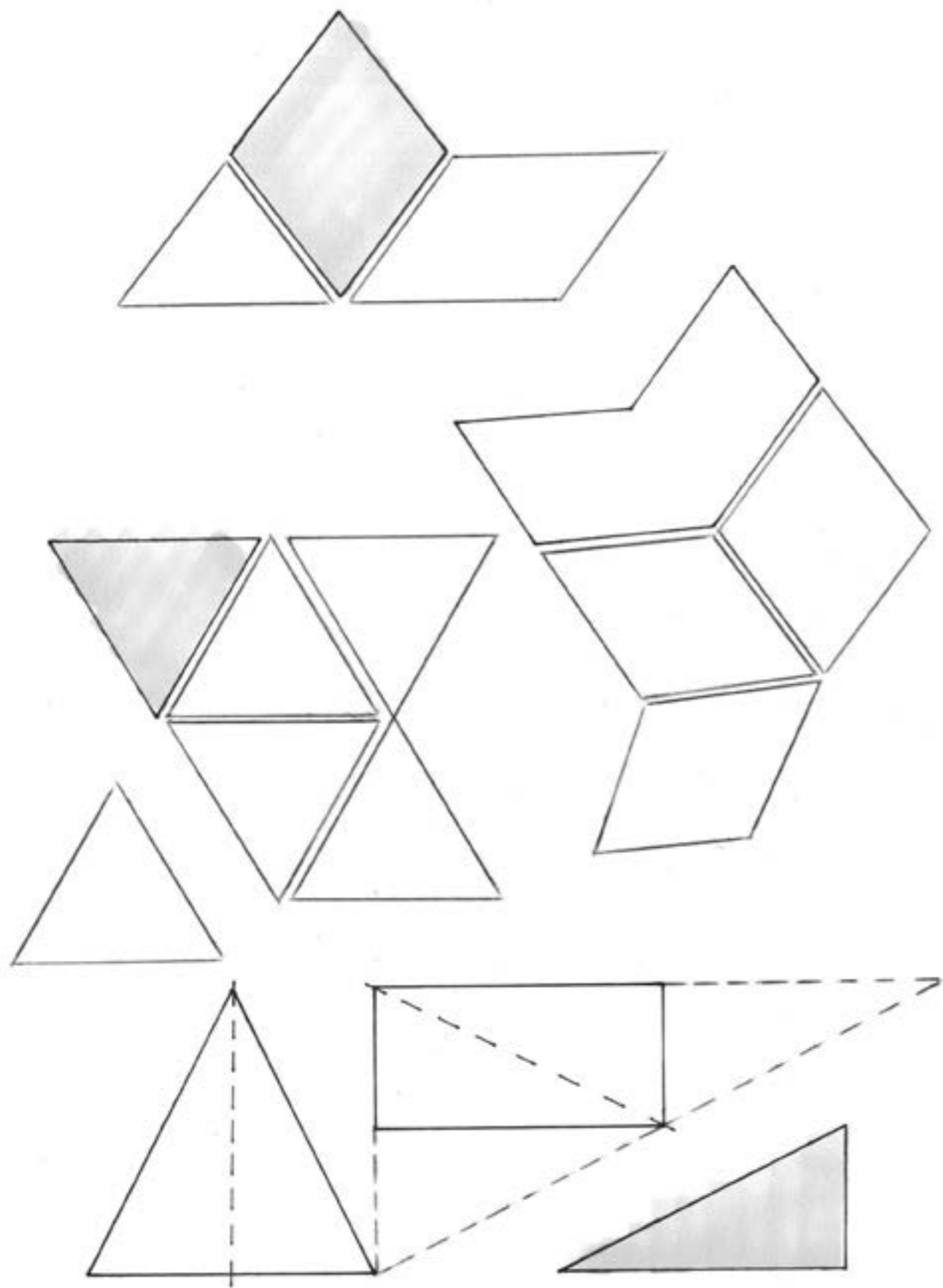
Funktionsanalysen är en hjälpmetod och framträder tillsammans med de yttre och inre faktorerna som utgångspunkt för produktplaneringen. Med hjälp av en analys är det lättare att kartlägga tankar och olika aspekter, t.ex. krav och önskemål, kring den produkt som ska planeras och utvecklas. Enligt Jokinen (2001, s. 21) handlar skissande om att hitta alternativa lösningar på den produkt som ska utvecklas. I detta skede görs inte ännu detaljerade ritningar i rätt skala, utan skisserna, som för det mesta är handgjorda, förtydligar möjliga lösningar kring produkten.

Skissandet följer liknande arbetskedan som vid beslutstagande eller problemlösning och innehåller följande stadier: iakttagande av problem, anskaffning av information och analysering, formulering av krav och målsättning, sökande efter idéer för problemlösningen, gallrande och bedömning av idéer, prov på valda lösningar samt det slutliga beslutet (Jokinen, 2001, s. 21-22).

Denna process i planeringen av möbelkollektionen inleddes med skissande av

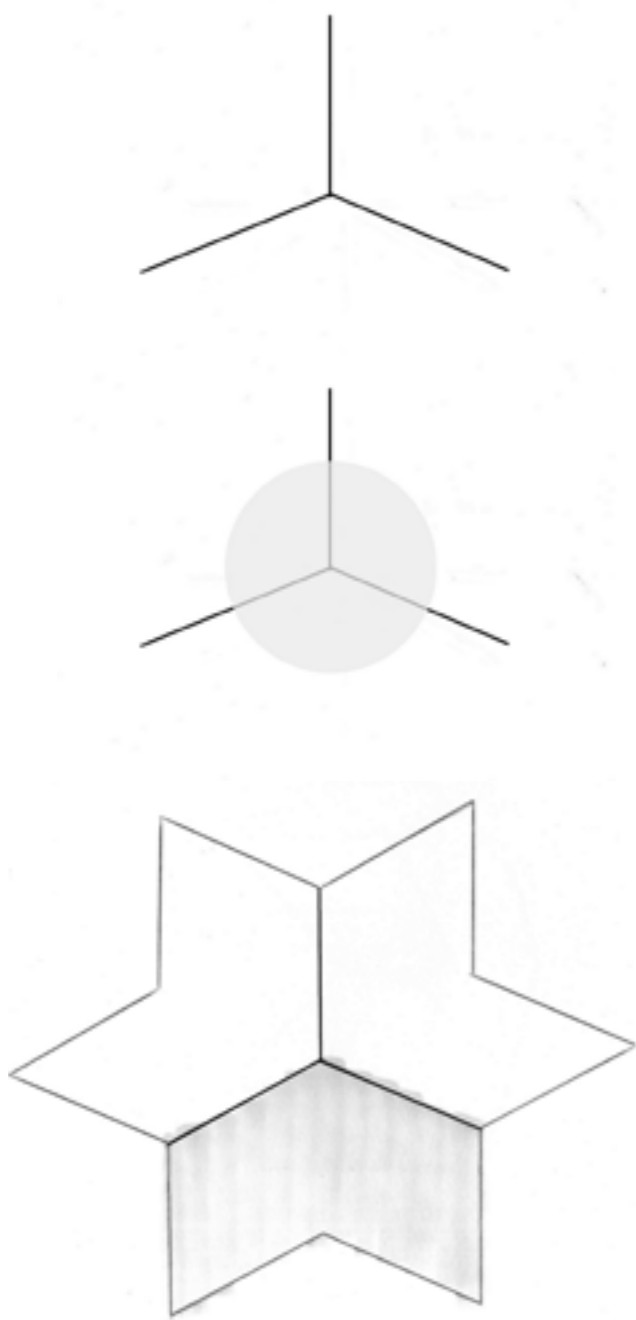
streck som utvecklades till olika geometriska former. Redan i detta skede styrdes arbetet av intresset för geometri och strävan efter mångsidighet. Flera skisser består av former som kan kopplas samman till olika grupperingar och bildar oändliga möjligheter av sammansättningar. En av dessa former bidrog med grunden för kollektionen. Ett mönster av tre streck som delar en cirkel, som uppstår då tre grundformer kopplas samman, utgör den röda tråden vid produktutvecklingen.

Vidare presenteras utvecklingen av produkterna i möbelkollektionen både med skisser och 3D-bilder. Produkternas primära utseende har lösts i skisstadiet, medan dimensioner och proportioner fastställts vid framtagningen av 3D-bilder med programmet SolidWorks. 3D-bilderna över produkterna skapades för att få en realistisk bild av den planerade möbelkollektionen.



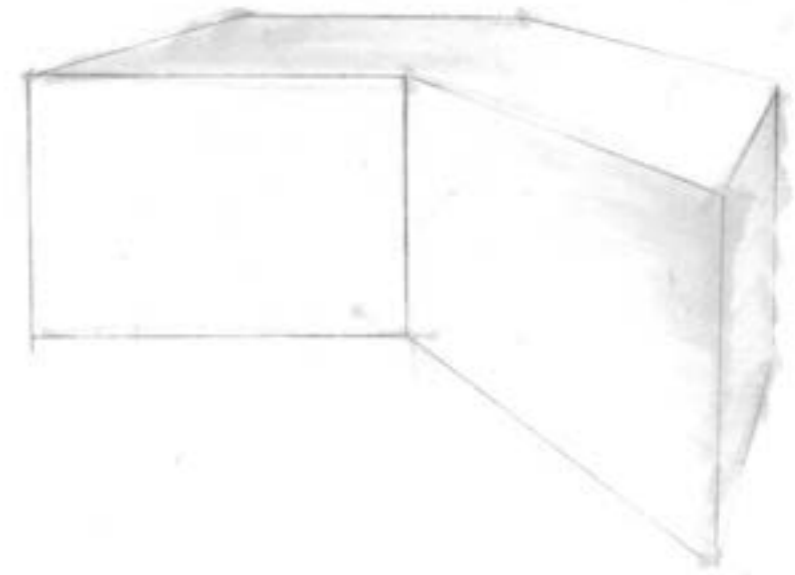
*bild 2. Skisser på geometriska former*





Den tidigare nämnda grundformen utvecklades till en fotpall och är den första produkten i kollektionen. Pallen är avsedd att användas som fotpall eller sittunderlag, antingen ensamstående eller genom att kombineras till olika grupperingar. Tanken bakom kombinationerna har stark grund i de första skisserna på olika geometriska former och sammankopplingen av dem.

Produkten planerades från första början att vara beklädd, d.v.s. inget synligt trä går att urskilja, vilket tillför mjukhet till en produkt vars formspråk annars är starkt. Själva utformningen av produkten löstes långt med skisser medan dimensionerna fastställdes vid arbetet med 3D-bilderna. Vid planeringen har bl.a. standardmättet för sitthöjd tagits i beaktande.



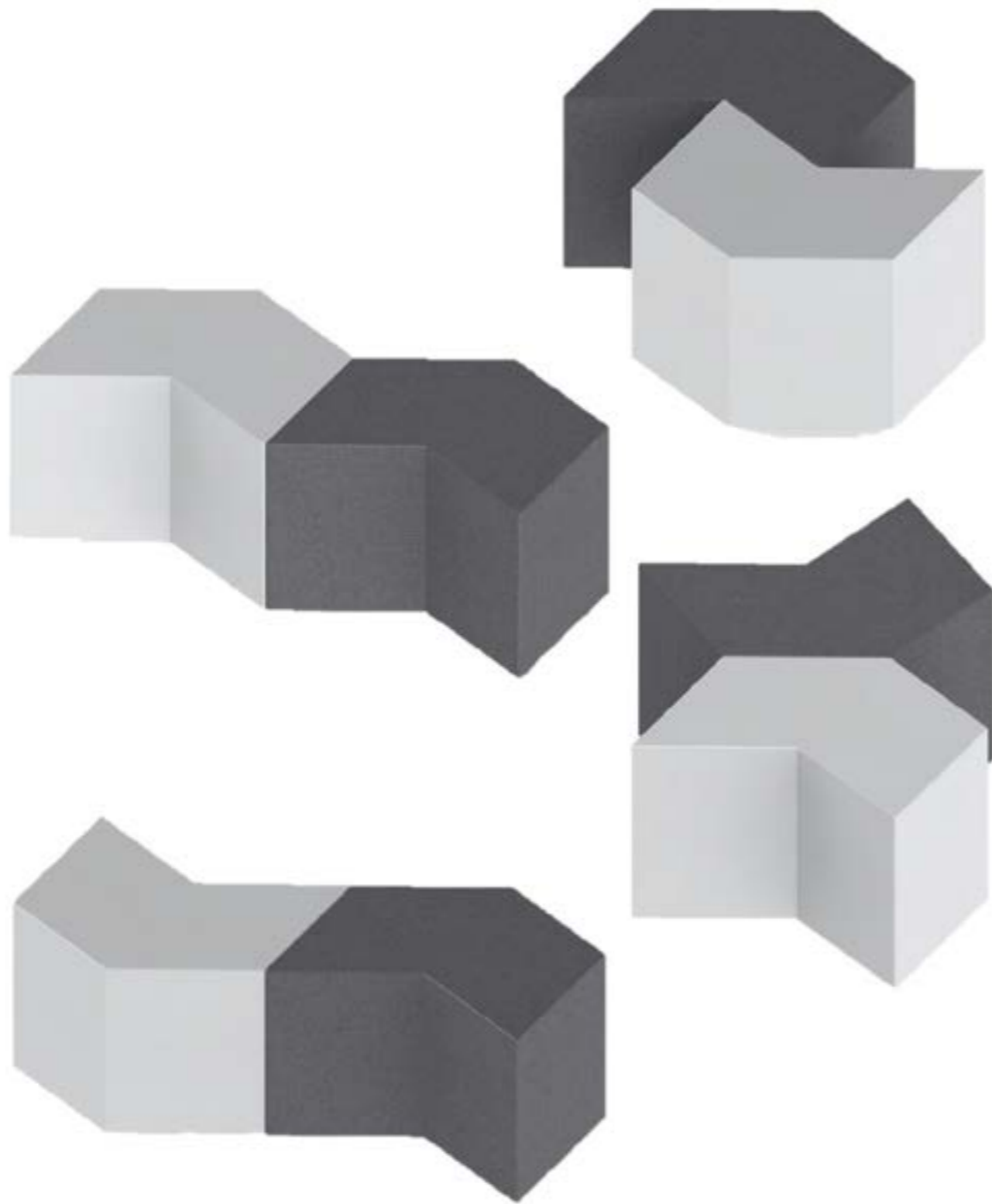


bild 8. Möjliga grupperingar med pallen

Mönstret av streck inspirerade till utformningen av ett ryggstöd som applicerades på en stol. Tanken var att planerna ett formspråk, med utgångspunkt i ryggstödet, som skulle tillämpas både i en ordinär stol och i en mera avslappnad version av samma stol d.v.s. en loungestol. I skisstadiet gällde det att ta fram formen av en sits och ben som skulle vara möjliga att använda i båda stolarna. Funktionsanalysen fungerade som ett hjälpmedel med tanke på bl.a. funktion och dimensioner.

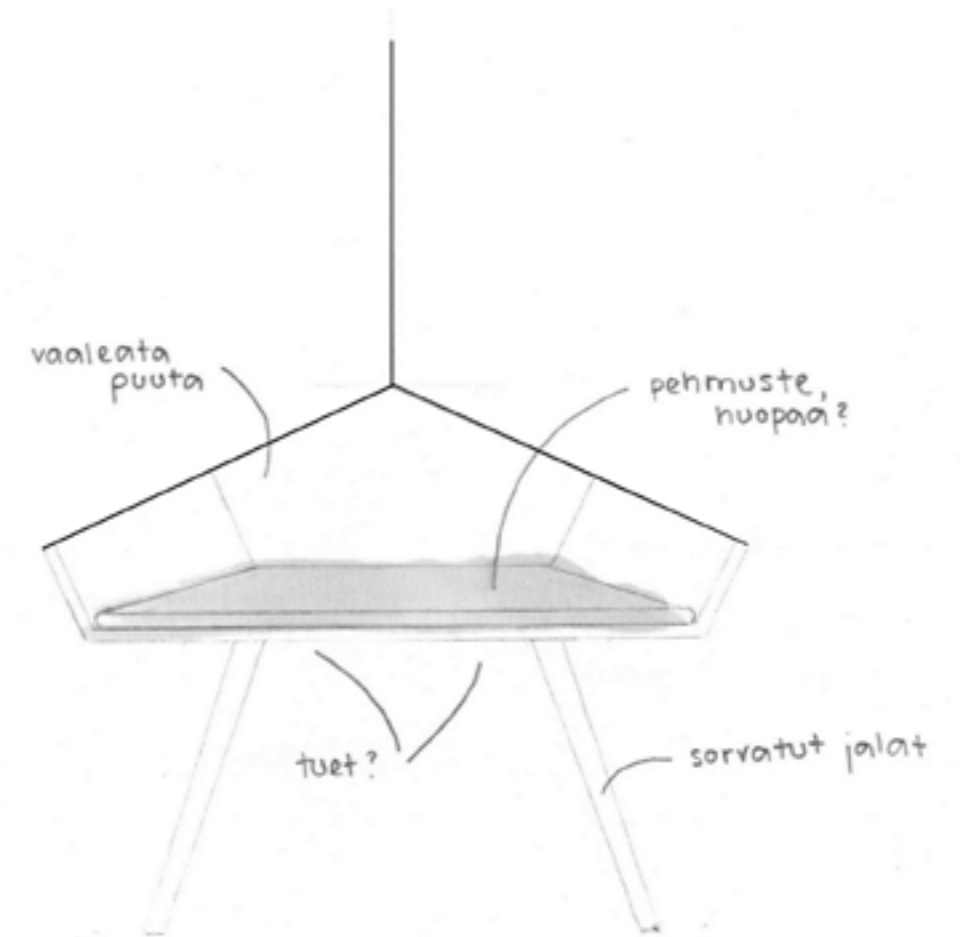


bild 9. Skiss på stolen med inspiration från grundformen och mönstret

Kollektionens andra produkt är en ordinär stol som är avsedd att användas som sittunderlag i olika utrymmen. Ryggstödet utgör grunden för planeringsarbetet med stolen och presenterades som nödvändigt i funktionsanalysen. Skissandet styrdes av tanken om att skapa ett annorlunda ryggstöd, vilket resulterade i att stolen har ett lågt ryggstöd. Problematiken med ryggstödet är att höjden på den kan, beroende på användaren, vara obekvämt och trycka mot korsryggen. Detta löstes genom att sätta en lutning på ryggstödet för att förbättra ergonomin. Själva utseendet och dimensionerna ändrades inte eftersom denna komponent är en viktig utgångspunkt för produkten.

För att knyta ihop det geometriska, ansågs sitsen vara ett element där likformighet skulle skapas genom lösningar som motsvarade ryggstödet form. Detta ledde till utformningen av vinklade kanter på sitsen, som balanserar ut ryggstödet och åstadkommer en fortsättning på det geometriska formspråket. Utformningen av kanterna understöds även av tanken att en sits inte nödvändigtvis behöver vara rak. Efter en mängd forskning kring standardmått av en stolsits, fastställdes sitsens mått.



Standardmått användes även som hjälpmedel vid planeringen av stolsbenen. Den normala sitthöjden är vid 450mm, och tillsammans med strävan efter att skapa en balanserad form på stolen utgjorde detta grunden för framtagningen av benen. Till stolen planerades fyra ben som vinklar sig utåt från mitten av stolen till bredden av sitsen. Formen på benen skulle även smalnar ner mot golvytan. Det betyder att benen är tjockare under sitsen för att bättre hålla tyngden som sätts på stolen vid användning. De primära dimensionerna löstes genom skissning men ett djupare tankearbete krävdes vid arbetet med 3D-bilderna.

De tidiga skisserna över benens konstruktion visar att benen skulle fogas med en tapp. Planen ändrades till en starkare fog som är tillverkad av själva träet och bidrar med en större limyta för ökad hållbarhet. Belastningen som ställs på stolen varierar beroende på användaren. Eftersom benen planerades att vara vinklade utåt från stolens mitt, bidrar detta med stabilitet vid användning. Hållbarheten skulle även kunna ökas genom att tillsätta en sarg mellan varje ben, men eftersom detta skulle förstöra strävan efter ett enkelt formspråk, planerades konstruktionen av



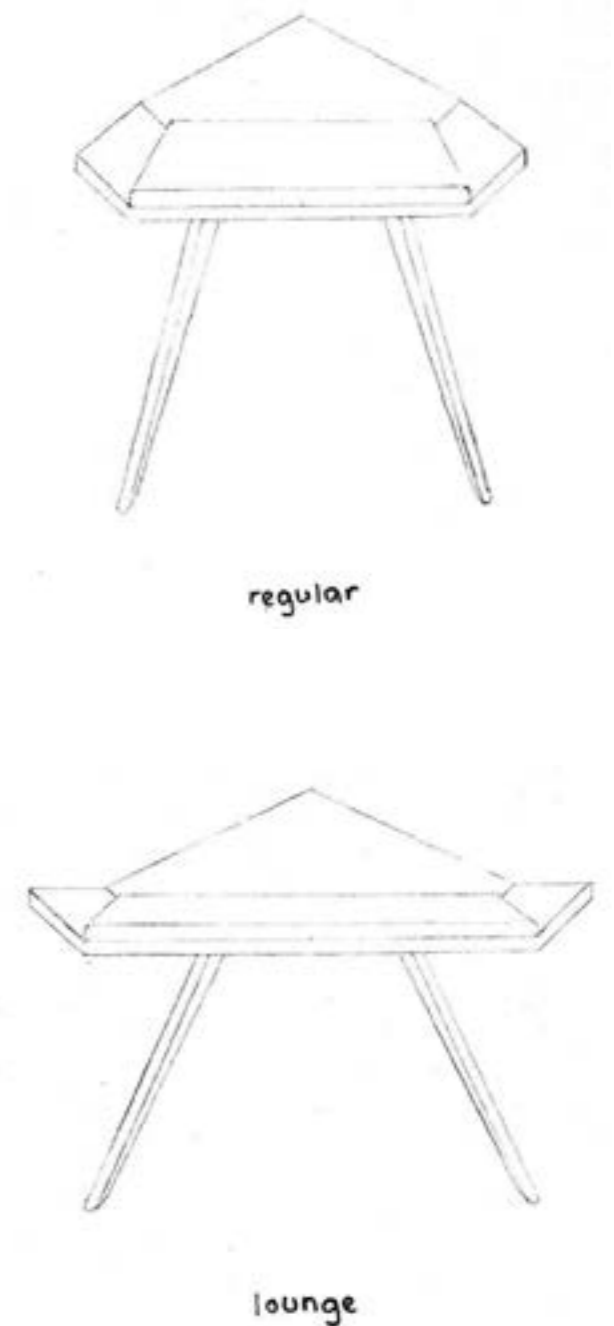


benen att vara så diskret som möjligt. Benen är fastsatta rakt i sitsen med sarger som är fogade i kors. Med stöd från handledaren fattades beslutet att detta var den enda passande lösningen med tanke på kraven av en stark men diskret konstruktion. Beslutet stöddes tillika av vinkeln på benen; det skulle vara svårt att göra en rak sarg mellan varje vinklat ben.

Arbetet med 3D-ritningarna krävde en fördjupning i stolens dimensioner med tanke på balans, hållbarhet och ergonomi. Planeringen av en stol är krävande eftersom en formgivare bör balansera mellan ergonomi och estetik. Då själva formspråket av stolen var färdigt, verkade utseendet relativt kantigt och i vissa fall även hårt, vilket ledde till en uppmjukning av stolen på två olika sätt. Liksom vid den första produkten, planerades ett inslag av mjukhet i form av en beklädd sitsdyna till stolen. Tillsammans med en rundning av kanterna på ryggstödet, sitsen och stolsbenen ökar dessa insatser bekvämligheten och upplevelsen av en behaglig beröring med stolen då den används.

Loungestolen, som är den tredje möbelen, planerades utifrån utseendet och dimensionerna på den tidigare nämnda stolen. Formspråket och grundidén för stolen är densamma, men i en större skala. Eftersom en loungestols användningsändamål är en mera avslappnad upplevelse än den ordinära stolens, krävde detta vissa ändringar i t.ex. höjd och ergonomi.

Sitthöjden är något lägre, d.v.s. 400mm, och själva sitsen är vinklad med en lutning bakåt mot ryggstödet. Eftersom sitsen lutar, bör också ryggstödet ha en lutning så att användaren har så bekvämt som möjligt. Konstruktionen och fastsättningen av stolsbenen är densamma, men utrymmet mellan benen är större eftersom också sitsen är bredare. På grund av lutningen på sitsen, vilket medför en större tyngd på bakbenen, är vinkeln på benen en annan än på de främre benen.



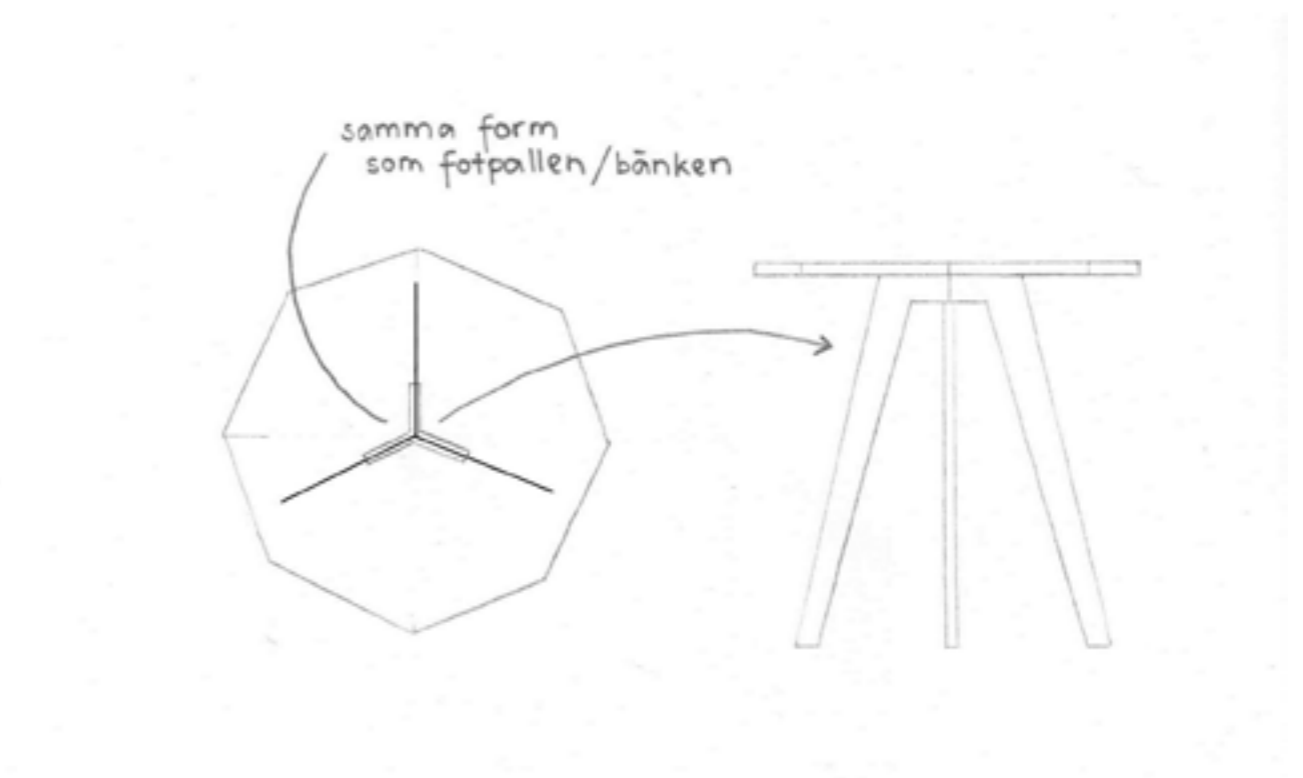




*bild 16. 3D-bilder på loungestolen  
bild 17. Loungestolen och den ordinära stolen i 3D*

För att kollektionen inte enbart skulle bestå av sittmöbler, tillämpades mönstret med de tre strecken till bordsben och ett bord. Bordet är den fjärde produkten i kollektionen och har två olika alternativa former på bordsskivan; den är antingen rund eller en åttahörning.

En utgångspunkt för utvecklingen av bordet är att det är planerat att användas tillsammans med resten av produkterna i kollektionen. Tjockleken på bordsskivan och benen är densamma som på stolarna, d.v.s. 15 mm. I och med att bordet har en liknande benkonstruktion som stolarna, är det lätt att kombinera möblerna sinsemellan. Formen på det åttahörniga bordet är lättare att förknippa med stolarnas utseende. Grunden för formgivningen bakom bordsskivan är det runda bordets klassiska form, som kan tänkas balansera ut det kraftiga formspråket i resten av kollektionens produkter.





*bild 19. Detaljbild på bordet och stolen*



*bild 20. Det runda bordet  
bild 21. Det åttahörniga bordet tillsammans  
med stolen*

# 4.4

## MÖBELKOLLEKTION

Efter skissandet stod det klart vilka och hurdana produkter som framträder i möbelkollektionen. Eftersom formspråket i möblerna långt är inspirerat av det egna intresset för geometri och är ett uttryck för den egna karaktäristiska stilen som formgivare, styrs material- och färgvalen av trendprognosen för år 2016 och trenden Urban Raw Tension.

Som tidigare nämnts är trenden en blandning av obehandlade och välpolerade ytor i olika material. Materialen kan användas och kombineras på olika sätt och de styr även färgsättningen. I denna möbelkollektion används ask som huvudmaterial i produkterna. Ask är ett ljust och relativt hårt träslag som passar för tillverkning av möbler.

Fastän Urban Raw Tension presenteras som en trend där det ingår olika slags material, är det lättare att skapa enhetlighet i kollektionen genom att välja ett huvudmaterial. Vid sidan av trä används även tyg i produkterna och det är framför allt i tygen som kollektionens färger får mest synlighet.

Färgkartan som är inspirerad av Urban Raw Tension-trenden består av sex färger tillsammans med materialet ask. Vissa material som presenteras i trendguiden har blivit översatta till färger och på så sätt skapat färgsättningen för denna möbelkollektion. De fem första färgerna är neutrala färger; vit, grå, beige, brun och svart. Svenska Moderådet presenterar bl.a. kalksten, läder och svartmålat järn som framstående material för denna trend och dessa material har tolkats till färgerna grå, beige, brun och svart. Den vita färgen är tillsatt till färgkartan för att göra helheten ljusare och tillsammans med träfärgen ask och den svarta färgen är den avsedd att användas som en alternativ ytbehandlingsfärg av möblerna.

För att kollektionen inte endast skulle framstå som en neutral helhet tillsätts en annan färg i färgkartan. Denna färg är avsedd att användas som detalj i produkterna vid val av tyg vid sidan av de neutrala färgerna. Färgen är en mörk turkos som även presenteras som en av de främsta trendfärgerna för år 2016.





*bild 23. Möbelkollektionens färgsättning enligt färgkartan*

# 5 PROTOTYP

Prototyputveckling är en produktbestämningprocess som sker stegvis och startar med en upplevelse av ett behov och slutar med att en färdig produkt tas i bruk. Processen sker genom återkoppling i form av feedback samt kritik och utvärdering av prototypens egenskaper mellan stegen (Lundequist, 1995, s. 106). Prototyputvecklingen är det sista steget inom produktplanering. Jokinen (2001, s. 17, 96, 98) presenterar processen som ett slutförande av produktens konstruktion, då ritningar görs och detaljer får sin slutliga form. Här bestäms slutligen även vilka material som ska användas, tillverkningsmetoder, ytbehandlingar o.s.v. Prototyputvecklingen innebär planering, tillverkning och testning av produkten samt analysering av resultat och granskning av det som planerats.

Beskrivningen av hur en formgivare kan utnyttja trendprognoser i sitt arbete tydliggjordes i planeringen av en möbelkollektion i det tidigare kapitlet och det praktiska arbetet fortsätter i detta kapitel med prototyputveckling. Det sista steget inom produktplaneringen handlar

om att ta fram en prototyp och verkställa det som blivit planerat i tidigare arbetsskeden. För prototyputvecklingen valdes en produkt ur möbelkollektionen.

Vid prototyputvecklingen skulle det vara möjligt att vidareutveckla alla produkterna i kollektionen. Valet av produkten som skulle utvecklas vidare i detta skede styrdes av personlig målsättning och utmaningen samt möjligheterna för denna möbel att utvecklas till en framstående produkt. Till prototyputvecklingen valdes kollektionens andra produkt alltså stolen.



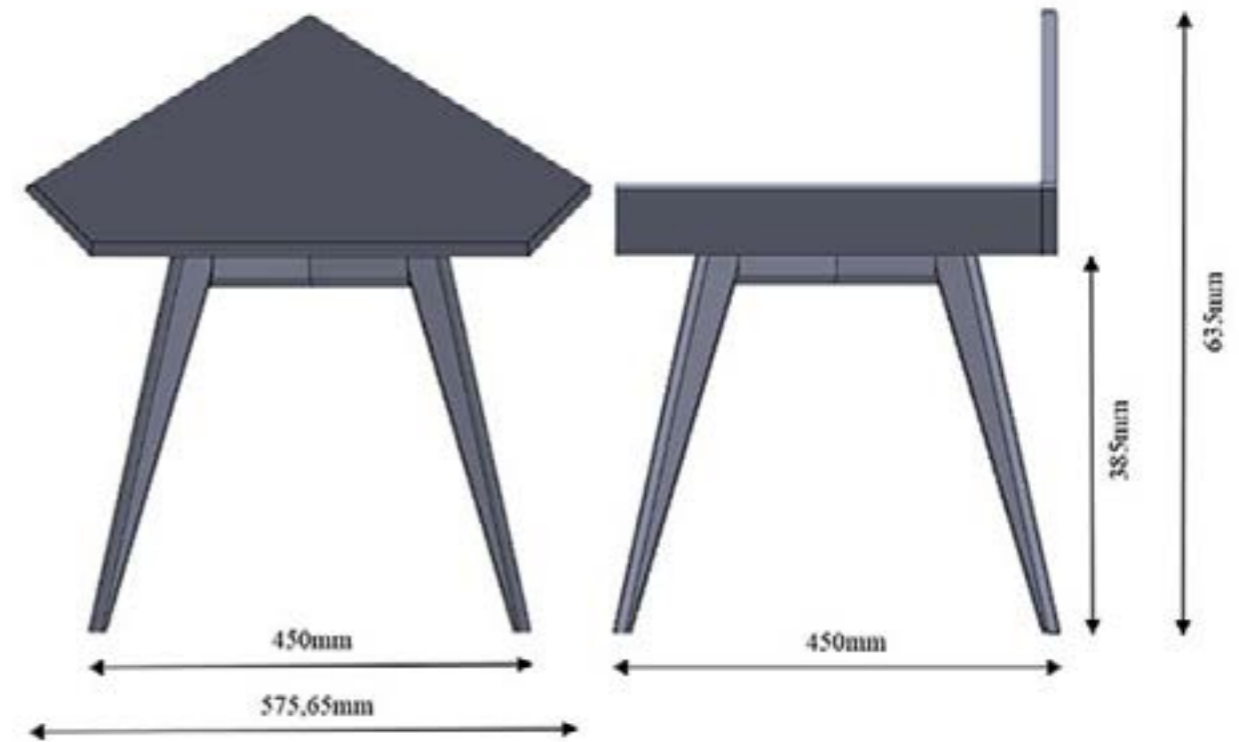
# 5.1

## UTGÅNGSLÄGET

Det sägs att en av formgivarens största utmaningar är att planera en stol. Det ställs flera krav på stolen, bl.a. spelar ergonomi och hållbarhet en stor roll för att produkten ska vara lyckad. Dessa krav presenterades tidigare i funktionsanalysen och tillämpades i det tidigare kapitlet om produktplanering och utveckling. Att planera en fungerande stol är en stor utmaning och detta medför också en personlig målsättning vid utformningen av prototypen. Genom arbetet utvecklas jag som formgivare med tanke på förverkligandet av olika krav och önskemål i en produkt och tillverkningen av den. Det är första gången jag planerar och tillverkar en stol.

Med hjälp av en fördjupad koncentration på dimensioner och konstruktioner vid produktplaneringen av stolen, förs produktplaneringen naturligt vidare till prototyputvecklingen. Eftersom måtten på stolen fastställdes vid framtagningen av 3D-bilderna, underlättar och försnabbar det övergången till tillverkningen av prototypen.

Innan tillverkningen inleddes, krävde materialet som produkten skulle tillverkas av uppmärksamhet. Vid produktplaneringen beslöts att huvudmaterialet i kollektionen är träslaget ask. Eftersom trä är ett levande material, kan det uppstå skarvar där träet lever åt olika håll. I och med att stolens sits är ihopsatt av fyra olika komponenter i massivt trä, åstadkommer detta flera sammanfogningar där det med tiden kan uppstå synliga skarvar. Denna problematik kan lösas med alternativa material.



Vid sidan av att använda massivt trä, kunde stolens stomme i grunden vara tillverkad av MDF, en träfiberskiva, och det yttre täckas med ett skikt av faner. Eftersom MDF är ett icke levande skivmaterial, uppstår det inte i ett senare skede synliga skarvar i konstruktionen. Trots att denna lösning med MDF och faner skulle vara den lämpligaste, valde jag att tillverka prototypen i massivt trä med kvalitet i baktankarna.



## 5.2

### TILLVERKNING

Arbetet uppdelades i tillverkningen av sitsens stomme och benen i trä samt den beklädda sitsdynan. Den största utmaningen i detta arbetsskede var att skapa starka konstruktioner av trädelarna så att stolen är hållbar. Samtidigt framstod beklädnaden av sitsen som ett frågetecken eftersom det är en arbetsmetod som jag inte tidigare har arbetat med. Vidare i kapitlet presenteras olika faktorer som påverkade arbetet och bidrog med förändringar under denna process.

Under prototyp-tillverkningen är det möjligt att i praktiken prova det som blivit planerat. Något som ser bra ut på papper kan i verkligheten se helt annorlunda ut och inte ha den funktion som planerats. Vid produktplaneringen föreställdes stolens ben ha samma tjocklek som stommen d.v.s. 15 mm. Dessa stolsben tillverkades enligt ritningarna, men då själva konstruktionen var färdig var det något som inte stämde. Tanken bakom att benen har samma tjocklek som stommen och att på så sätt skapa enlighet mellan komponenterna fungerade i planeringsskedet. Då benen betraktades tillsammans med

sitsens stomme såg de alltför sköra ut. Hållbarheten testades och konstruktionen höll ihop, men ett vridande sidotryck visade att benen skulle kunna vara stabilare.

Till följd av feedback och handledning bestämdes att nya ben skulle tillverkas. Dessa ben, som även blev stolens slutliga, är över dubbelt så tjocka d.v.s. 40 mm. Som tidigare tänkt vinklades utformningen av benen och benens tjocklek nertill ligger vid 25mm. Grundidén bakom benen är fortfarande densamma, men konstruktionen är starkare p.g.a. tjockare komponenter och resulterar i en ökad stabilitet hos själva stolen.



Att beklä sitsen framstod som ett av de lättaste arbetskedena i framtagningen av denna prototyp. Förväntningarna på slutresultatet var varierande eftersom denna arbetsmetod var ny. Slutresultatet uppfyllde ändå alla goda förväntningar och blev som planerat. Till sitsen valdes ett tunt skikt av skumgummi som bekläddes med ett tyg med färgsättningen från färgkartan av möbelkollektionen. Tyget är avsett för möbler vilket betyder att tyget är starkare än många andra och håller längre vid användning. Den beklädda sitsens funktion är att skapa bekvämlighet och minska en eventuell domnande effekt vid användning. Däremot bör inte det tunna lagret av skumgummi förknippas med samma komfort som t.ex. en fåtölj kan åstadkomma.

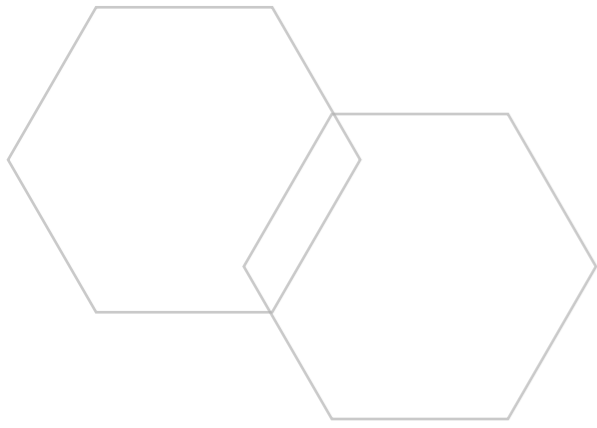


Hållbarhet var en viktig del i planeringen av produkten och presenterades som en nödvändig funktion i funktionsanalysen. Stolen ska inte endast vara hållbar då den är i användning, utan hållbarheten går även att betrakta som en konstruktionsmässig lösning som möjliggör en förlängning av produktens livslängd. En sådan lösning är sammansättningen av alla stolens komponenter med en och samma skruv. Under planeringsskedet föreställdes monteringen av de olika komponenterna i två olika steg. Hopsättningen av sitsdynan och stommen skulle ske med en skruv och en annan användas vid sammansättningen av stommen och benen. Tillsammans skulle detta kräva minst åtta skruvar och minska på produktens livslängd eftersom träet vid varje borring skulle slitas och förstöras. Detta skulle leda till att benen efter en tid skulle bli lösa och medföra instabilitet på stolen som till slut skulle gå sönder.

Med hjälp av handledning löstes sammansättningen med fyra muttrar och fyra skruvar. Genom att slå fast muttrarna på nedre sidan av sitsdelen, som är beklädd, och borra hål genom benen och sitsens stomme är det möjligt att skruva fast komponenterna i varandra med en skruv. Eftersom både skruven och muttern är tillverkade i metall tär monteringen av möbelen aldrig på träet och på så sätt är stolen mera hållbar och produktens livslängd längre. Lösningen ger också möjligheten att byta ut tyget på den beklädda sitsen, som med all sannolikhet slits under möbelns användning.







## 6 RESULTAT

Temat för arbetet är trender, och för att bättre förstå hur trender utvecklas i samhället, redovisas det karaktäristiska för trender grundligt, från definitionen av en trend till dess spridning. I trendanalysen betraktas trender i en mera aktiv form och resultatet av studien är att trender ständigt är i rörelse. De återkommer och utvecklas vidare för att uttrycka det som är kännetecknande för samtiden.

Redovisningen över trenders beteende förde arbetet vidare till en framställning av hur trender kan användas som verktyg i en formgivares arbete. Utformningen av möbelkollektionen tangerar både de yttre och inre faktorer som påverkat planeringsarbetet; produkterna är geometriska med en anknytning till den trend som presenterades i Svenska Moderådets trendprognos vår/sommar 2016. Materialvalen framträder som en bro mellan trenden Urban Raw Tension och färgkartan, som utifrån denna trend planerades för kollektionen. I och med att de slutliga materialvalen för prototypen är neutrala, uppfattas produktens

ärliga formspråk och dess detaljer. Detta ger även utrymme för betraktaren att möjligtvis gestalta andra färgkombinationer som redogjordes i kapitlet där möbelkollektionen presenterades i sin helhet.

Målsättningen att i praktiken verkställa informationen om trender och trendprognoser genom planering av en möbelkollektion och framtagning av en prototyp uppfylldes. Efter produktplaneringsprocessen och prototypsutvecklingen är resultatet en produkt som har konkretiserats utgående från en skiss. Genom analyser, skisser och test har produktens slutliga utseende formats. Den största utmaningen i framtagningen av en prototyp är de tekniska konstruktionslösningarna som möjliggör att den slutliga produkten liknar det som blivit planerat och är användbar.



Resultatet av arbetet är en tidlös möbelkollektion. Med tanke på formspråket har kollektionen möjlighet att leva vidare utöver år 2016, men med dess material- och färgval är resultatet framför allt en aktuell helhet. Genom att följa framtidens trender är det möjligt att vidareutveckla färgkartan för kollektionen.



För att kunna förklara kollektionen fullständig och redo för försäljning, bör produkterna utvecklas vidare bl.a. med tanke på effektivitet och kostnad vid tillverkning. Kollektionen skulle även kunna utvidgas med t.ex. ett större bord och någon sorts förvaringsmöbel. Prototypen förmedlar dock känslan och idén bakom kollektionen och med tanke på tidtabellen som ställdes för detta arbete är kollektionen samt prototypen något man kan vara nöjd över.

*bild 27 & 28. Detaljbilder på prototypen.*



*bild 29. Den färdiga prototypen.*



*bild 30. Stolen framifrån*



*bild 31. Stolen från sidan*

# KÄLLFÖRTECKNING

Borgensen, T. & Ellingsen, H., 1994. *Bildanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Ekman, C., 2012. *Trender & trendspaning. Hur trender uppstår, hur man kan förutse framtidens trender samt vad det innebär att arbeta med trendspaning*. Vasa: Lärdomsprov för estenomexamen. Yrkehögskolan Novia, Utbildningsprogrammet för Skönhetsbranschen.

Jokinen, T., 2001. *Tuotekehitys*. Helsingfors: Otatieto.

Juurinen, J., 2010. Sisustuksen trendit 2011. *Deko*, 2010(12), s. 42-49.

Juurinen, J., Kauvosaari, R. & Keihäri, K., 2015. Trendit 2015. *Deko*, 2015(1), s. 31-37.

Lundequist, J., 1995. *Design och produktutveckling: Metoder och begrepp*. Lund: Studentlitteratur.

Löfgren, B., 2002. *Design och produktutveckling: En handbok i processen från idé till färdig produkt*. Stockholm: Liber.

Raymond, M. (ed.), 2010. *The Trend Forecaster's Handbook*. London: Laurence King Publishing.

Svenska Moderådet, 2014. *Inredningsguide V/S 2016*. Stockholm: Svenska Moderådet.

*Svenska Moderådet* (u.å.). (Online)  
<http://www.svenskamoderadet.se/> (hämtat: 20.1.2015).

Waern, Y., Petterson, R. & Svensson, G., 2004. *Bild och föreställning – om visuell retorik*. Lund: Studentlitteratur.



# BILDFÖRTECKNING

*Bildanalys 1.* Deko: Sisustuksen trendit 2011. Jorma Marstio. s. 17.

*Bildanalys 2.* Deko: Sisustuksen trendit 2011. Jorma Marstio. s. 19.

*Bildanalys 3.* Deko: Trendit 2015. Jorma Marstio/Otavamedia & producenter. s. 21.

*Bildanalys 4.* Deko: Trendit 2015. Jorma Marstio/Otavamedia & producenter. s. 23.

*Bildkollage 1.* Urban Raw Tension, s. 27.

Bernhardt design; Angell, Wyller & Aarseth: Oslo.  
<http://bernhardtdesign.com/products/oslo/index.html>  
(hämtat 26.1.2015)

Industrial Interior.  
<http://www.pinterest.com/pin/453596993696124762/>  
(hämtat 26.1.2015)

Alice Tacheny: Teddy hook.  
<http://www.alicetacheny.com/accessories/teddy-hook>  
(hämtat 26.1.2015)

Emmas Designblogg.  
<http://emmas.blogg.se/2011/march/saturday-sweets-2.html>  
(hämtat 26.1.2015)

*Bildkollage 2.* Kitsch Patio, s. 28.

Wassadu blog.  
<http://www.wassaduapp.com/wassadublog/public/topic/317>  
(hämtat 26.1.2015)

PiP studio: PiP Art Green Wallpaper.  
<http://www.pipstudio.com/en/wallpaper/wallpower-2/wallpower-2/pip-art-green-wallpaper>  
(hämtat 26.1.2015)

Abigail Ahern: Lamps.  
<http://abigailahern.com/pages/product-design>  
(hämtat 26.1.2015)

Gallivanting Girls:  
Neon Pink, Green & Gold Cuckoo Clock.  
<https://www.etsy.com/listing/163471930/neon-pink-green-gold-cuckoo-clock?ref=related-3>  
(hämtat 17.3.2015)

*Bildkollage 3.* Garden, s. 29.

Sanderson Wallpapers: Woodland Ferns.  
<http://www.fabricstudio.com.au/store/wallpaper/detail/sanderson-wallpapers/a-painters-garden-wallpaper/woodland-ferns-w/>  
(hämtat 26.1.2015)

Dezeen magazine: Casa Grecia. Fernando Guerra.  
<http://www.dezeen.com/2012/06/21/casa-grecia-by-isay-weinfeld/>  
(hämtat 26.1.2015)

Light + Ladder: Spora. <http://www.lightandladder.com/collections/planters/products/spora-set-of-3-ceramic-leather-planter>  
(hämtat 26.1.2015)

Heal's: A/W 2012 Collection.  
<http://karinecandicekong.com/wp-content/uploads/2012/07/Heals.jpg>  
(hämtat 26.1.2015)

*Illustrationer, skisser och resten av bilderna av Kia Nygård (2014 - 2015)*

# TACK

till *Johan* för handledning, tankar och feedback

samt

till *familj* och *vänner*

som orkat lyssna på mig under processen.



