

SVERIGES DESIGNER

Sveriges designer har nu funnits i drygt ett halvsekel och verkar både för att underlätta för designers vardag och för att ge hela designbranschen bättre levnadsvillkor. Det är en medlemsstyrd intresseorganisation som idag förenar designer över många verksamhetsområden. De flesta designer verkar idag multidisciplinärt och är sällan hemmahörande i enbart ett yrkesfack. Det gemensamma är dock att vi är designer med uppdrag att formge och utforma produkter och tjänster i enlighet med industrin och konsumenternas behov.

Starten för organisationen är den 1 mars 1957, då åtta designer bildade SID – Föreningen Svenska Industridesigner. Redan från början fanns ett starkt intresse för internationell samverkan och ett år efter grundandet inbjöds ICSID – International Council of Societies of Industrial Design att hålla sin kongress i Stockholm. Även ICSID grundades 1957 med syftet att främja industridesign internationellt, och SID var såklart med när det hände.

Under 60-talet ökade medlemsantalet i SID samtidigt som ett generationsskifte genomfördes av en skara yngre industridesigner som sökte nya arbetsuppgifter inom både industri och samhälle. Fortfarande sågs designen mest som ett trevligt inslag, en färgklick av kultur i det annars så trista industrilandskapet. Roligt, men knappast livsnödvändigt.

I Europa bildas BEDA – Bureau of European Design Associations 1969. BEDA jobbar aktivt med att bearbeta europasamarbetet om vilken betydelse design och varumärken har i dagens samhälle.

I syfte att även kunna nå de små och medelstora företagen etablerade SID under 70-talet ett samarbete med de svenska statliga Utvecklingsfonderna. Detta gemensamma arbete med statliga myndigheter och näringslivsorgan ledde så småningom till ett Design Center i Stockholm etablerades. Design Center lades ned efter ett kort tag, men var betydelsefullt då detta utgjorde grunden till SVID. Det skulle dröja fram till 1989 till det formella grundandet av SVID – Stiftelsen för Svensk Industridesign, men i praktiken hade organisationen funnits och verkat under hela 80-talet.

Med näringsdepartementets stöd tar SVID rollen som promotionorganisation för industridesign. Detta ledde till att SVID:s främsta uppgift blev att lära svensk industri utveckla konkurrenskraftiga produkter med hjälp av industridesign samt att initiera bättre utbildning och forskning. Designens betydelse för industrin blev med tiden allt tydligare i det allmänna medvetandet. Synen på design som ett bra konkurrensmedel började växa sig allt starkare.

I takt med att den tekniska utvecklingen för samman designer från olika verksamhetsområden, och att konkurrensen om designkompetensen hårdnar i näringslivet, ökar behovet av en bredare intresseorganisation för designer. Detta leder fram till att SID och STOK (Sveriges Textil- och Klädformgivare) samman 1996, för att sedan byta namn till Sveriges designer hösten 2005. Namnbytet signalerar en breddning av begreppet designer; en trend som vuxit sig stark i hela Europa, där många designorganisationer har gått samman för att öka sitt inflytande.

I samband med namnbytet gjordes en omorganisering och modernisering av föreningen. Ett medlemskap i Sveriges designer innefattar numer designdisciplinerna Industri-, Textil-, Mode-, Webb-, Produkt-, Möbel- och Grafisk design. Mer förenar än skiljer de olika designdisciplinerna och det är viktigt för oss alla att vi jobbar tillsammans mot våra gemensamma mål i en och samma organisation.

Design har idag ett viktigt förädlingsuppdrag inom industrin, vilket i grunden förändrar både arbetsvillkor och arvodering för designern. Detta ställer andra krav på en medlemsorganisation som Sveriges designer. Vi måste som förut underlätta din vardag som designer genom att vara en träffpunkt och ett stöd med det vardagliga praktiska. Men vi ska även se till att hela designbranschen får det stöd och det bemötande från ansvariga politiker och näringslivet som vi alla så väl behöver.

Designern är kanske den enda kompetensen inom industrin som erbjuder sina uppdragsgivare möjligheten till att radikalt ompositionera och omforma produkten, tjänsten och hela marknaden för företaget. Få yrkesgrupper måste på ett så grundläggande sätt som en designer förstå och utmana föreställningen av vad det är som konsumenten i själva verket köper. Detta leder till att design möjliggör så kallade quantum leaps inom produktutvecklingen; stora steg som på djupet omformar och omfattar alla nivåer i en produkt och tjänst.

Därför vill Sveriges designer inte bara uppmärksamma den sköna ytan som designen skapar, utan även belysa de värden som skapas under ytan. Design är idag oundgänglig partner för näringslivet och är dessutom, som egen industri, en snabbt växande aktör i den svenska ekonomin.