

Dansk resumé af Per H. Hansen *Danish Modern furniture, 1930-2016. The Rise, Decline and Re-emergence of a Cultural Market Category* (i-xii + 510 sider inkl. illustrationer, litteraturliste og slutnoter.<sup>1</sup>

Afhandlingen er en erhvervshistorisk afhandling, som undersøger årsagerne til, at moderne dansk møbeldesign blev en dansk og international succes som en kulturel markedskategori i efterkrigstiden og hvorfor kategorien kom i krise fra 1960'erne. I et afsluttende kapitel undersøges det desuden, hvordan kategorien blev "genoplivet" fra 1990'erne.

Afhandlingens teoretiske udgangspunkt stammer primært fra økonomisk sociologi og organisations-sociologi samt fra teorier om forbrug og kulturel branding. Afhandlingens teoretiske kernebegreber og tilgang tager udgangspunkt i institutioner, sociale netværk og "cognitive frames", og tilgangen er narrativ. Det vil sige, at afhandlingen undersøger, hvordan en identitetsbevægelse bestående af en række organisationer samt andre grupperinger og enkeltpersoner i 1930'erne konstruerede en fortælling, der legitimerede og kategoriserede en ny form for møbeldesign og samtidig marginaliserede andre tilgange.

Moderne dansk møbeldesign (Danish Modern, Danish Design) blev konstrueret som en kulturel markedskategori med bestemte betydninger (ærlige, sunde, demokratiske), der appellerede til bestemte grupper af forbrugere med kulturel kapital. Denne proces skal ses som et udtryk for innovation og entreprenørskab, der skabte et helt nyt marked for den nye kategori.

I efterkrigstiden blev moderne danske møbler en international succes ikke mindst i USA, og afhandlingen viser, hvordan identitetsbevægelsens centrale organisationer (Landsforeningen Dansk Kunsthåndværk, Snedkerlaugets Møbeludstillinger og Den Permanente) strategisk forfulgte denne eksportmulighed gennem udstillinger, publikationer og samarbejde med en række andre aktører som medier, staten, dansk-amerikanere og udenlandske museer.

Fællesnævneren var udbredelsen af fortællingen om, at moderne danske møbler kombinerede videnskabeligt, funktionalistisk design – den såkaldte Klint skole – med traditionelt møbelsnedkerarbejde i høj kvalitet. Denne kombination var et udtryk for samarbejdet mellem unge, funktionalistiske arkitek-

---

<sup>1</sup> For et mere fuldstændigt "resumé" henvises til bogen *Da danske møbler blev moderne. Historien om dansk møbeldesigns storhedstid*. 2. udgave. København: Lindhardt & Ringhof, 2016: <https://www.lindhardtogringhof.dk/da-danske-moebler-blev-moderne-0>. Bemærk dog, at den engelske udgave er omarbejdet i forhold til den danske 2. udgave.

ter og møbelsnedkere i et trængt erhverv. Samarbejdet opstod i slutningen af 1920'erne og blev en central del af fortællingen om moderne danske møbler.

Den overordnede institutionelle og kontekstuelle baggrund inddrages som en væsentlig del af forklaringen på moderne dansk møbeldesigns succes og senere nedgang. Kategorien moderne danske møbler opstod i mellemkrigstiden, hvor det danske samfund gennemgik en række dramatiske institutionelle forandringer samt økonomiske, sociale, politiske og kulturelle omvæltninger, der tilsammen muliggjorde opkomsten af en ny kulturel markedskategori drevet frem af en identitetsbevægelse, der netop udfordrede de eksisterende kulturelle koder og dermed banede vejen for nye identitetsprojekter hos grupper af forbrugere.

Kategoriens nedgang og identitetsbevægelsens opløsning i 1960'erne skete ligeledes på baggrund af dramatiske samfundsmæssige forandringer. På det tidspunkt blev den fortælling, der havde bidraget så stærkt til at gøre moderne danske møbler til en international succes til en kognitiv forhindring, der vanskeliggjorde fornyelse inden for netværket. I stedet førte møbelindustriens vækst og møbelsnedkernes tiltagende problemer til stadig stærkere konflikter i bevægelsen. Resultatet var, at identitetsbevægelsen gik i opløsning, da forbrugernes interesse for moderne møbeldesign stilnede af.

Afhandlingen bidrager til flere forskellige felter inden for forskningen. Først og fremmest viser analysen, at det ikke er muligt at forstå moderne dansk møbeldesigns internationale succes alene som et resultat af samarbejdet mellem dygtige designere og fremragende møbelsnedkere. Afhandlingen viser tværtimod, hvordan møbeldesign også skal ses om en kommerciel aktivitet, der blev drevet frem af en identitetsbevægelse, som opbyggede den fortælling, der udgjorde rationalet for den nye kulturelle markedskategori. Der er tale om en afgørende nytolkning af årsagerne til moderne dansk møbeldesigns succes og senere nedgang. Den kortfattede analyse af de senere års retro-bølge og af New Nordic-kategorien, viser, hvordan denne afhandlings tilgang også er anvendelig til at forstå mere generelle udviklinger.

På det teoretiske plan bidrager afhandlingen til at forklare og forstå de *processer*, der ligger til grund for organisationssociologiens teoretisk tunge, men empirisk og kontekstuelte lette analyser af identitetsbevægelser og markeds kategorier. Afhandlingen bidrager således med et empirisk "thick description" og aktørorienteret studie over en lang tidsperiode (ca. 80 år) af de processer der relaterer sig til "cognitive framing", kulturelle markeds kategorier og identitetsbevægelser. Dermed bidrager afhand-

lingen til at svare på nogle af de spørgsmål, der er rejst i den eksisterende forskning inden for disse felter.

Endelig bidrager afhandlingen også med en ny forståelse af, hvordan succesrige kategorier kan miste deres markedsmæssige styrke og relevans for forbrugerne, samt hvordan de kan genopstå gennem en re-kategorisering. Det samlede begreb for forståelsen af disse processer er afhandlingens narrative tilgang, hvor fortællinger anskues som både en potentiel styrke og forhindring, der skaber inertie og påvirker aktørernes "world-view". Afhandlingens resultater bidrager dermed til den eksisterende forskning indenfor narrativer og historiebrug samt "rhetorical history".

Afhandlingens empiriske grundlag består af et omfattende og alsidigt materiale fra arkiver og samtidige danske og amerikanske magasiner, blade og aviser. Det er så vidt vides første gang, at forskningen inden for dansk møbeldesign har gjort brug af dette materiale, og afhandlingen bidrager også derfor med en grundlæggende omskrivning af dansk møbeldesigns historie.

Afhandlingen er primært struktureret kronologisk. Kapitlerne 1 og 2 fremlægger og begrundet problemstillingen og præsenterer og diskuterer den teoretiske og begrebsmæssige tilgang. I kapitel 3 præsenterer og analyserer afhandlingen baggrunden for den dominerende arkitektfortælling og Kaare Klint skolen. Derefter analyseres snedkerfortællingen i kapitel 4, mens kapitel 5 analyserer konstruktionen af dansk design som noget unikt dansk, der adskilte sig fra og udgrænsede den internationale modernisme.

I kapitlerne 6, 7 og 8 analyseres identitetsbevægelsens tre centrale organisationer, nogle af de tilknyttede aktører samt udviklingen af den grundlæggende fortælling om moderne danske møbler og det underliggende ideologiske og normative grundlag. Det drejer sig om Landsforeningen Dansk Kunsthåndværk (kapitel 6), Snedkerlaugets Møbeludstillinger (kapitel 7) og Den Permanente (kapitel 8).

I kapitlerne 9, 10 og 11 analyserer afhandlingen, hvordan møbelindustrien langsomt og modvilligt bevægede sig i retning af identitetsbevægelsens fortælling om moderne danske møbler. I kapitel 9 er fokus især på møbelindustrien og dens organisationer, mens kapitel 10 fokuserer på FDB's møbelinitiativ og viser, hvordan FDB Møbler må anses for et vigtigt bidrag til identitetsbevægelsen, ikke mindst gennem udbredelsen og billiggørelsen af kategorien. Endelig analyserer kapitel 11 identitets-

bevægelsens indsats i efterkrigstiden for at vinde forbrugerne over til den stærkt normative fortælling om, hvordan man skal indrette sin bolig.

I kapitel 12 fokuseres der på de begyndende gnidninger mellem arkitekter og møbelsnedkere, som er afledt af møbelindustriens stigende accept af fortællingen om moderne danske møbler. Kapitel 13 ser nærmere på baggrunden for nogle af konflikterne i bevægelsen. Nye materialer og ny teknologi giver møbelindustrien stærkere kort på hånden og møbelsnedkernes position inden for det sociale netværk svækkes.

Kapitlerne 14, 15 og 16 fokuserer på, hvordan identitetsbevægelsen målrettet fokuserer på at skabe en eksport af moderne dansk møbeldesign. Fokus rettes i første omgang mod USA, hvor det lykkes at få etableret et godt grundlag for en relativt stor møbeleksport fra ca. 1950. Her viser fortællingen også sin styrke, idet den appellerer til udvalgte grupper af amerikanske forbrugere, som kan bruge den til at konstruere identitet og livsstil med. Fokus er bl.a. på den omfattende udstillingsvirksomhed, som bidrager til udbrede fortællingen og kendskabet til dansk møbeldesign.

I kapitel 17, 18 og 19 fokuseres der på identitetsbevægelsens gradvise opløsning. Konflikten mellem industri og håndværk og mellem det ”kunstneriske” og det kommercielle tager til og fører i løbet af 1960’erne til bevægelsens de facto opløsning. Fortællingen, der tidligere havde virket som en styrke og bidraget til at tiltrække progressive forbrugere med kulturel kapital, står nu i vejen for innovation og kategorien mister derfor sin appel til forbrugerne. Dansk møbeldesigns storhedstid var forbi.

Kapitel 20 udgør afhandlingens konklusion, hvor der fokuseres på hhv. identitetsbevægelsen og fortællingens rolle i konstruktionen af dansk møbeldesign som en kulturel markedskategori og i dennes nedgang. Der trækkes tråde tilbage til den teoretiske diskussion i kapitel 2, og kapitlet afsluttes med en diskussion af, hvordan kategorien langsomt søges genoplivet fra 1980erne. Kapitel 21 fortsætter denne diskussion og analyserer markederne for hhv. vintage dansk møbelkunst, retro-møbler og nyt dansk møbeldesign. Der peges på, hvordan den oprindelige fortælling genbruges af en ny identitetsbevægelse bestående af gallerier, auktionshuse og medier. Endelig peges der på, hvordan nyt dansk møbeldesign fra virksomheder som Muuto, Hay og Gubi trækker på den eksisterende fortælling, men også bygger videre på den gennem re-kategoriseringen som New Nordic, der appellerer til yngre progressive forbrugere med et globalt udsyn.