

INTERIØR

NUMMER 4 2005 August/September
Norge - Sverige - Danmark 65 KR

MAGASINET

Tema

Kjøkken og nye boformer

Eplehøst



Blått til lyst

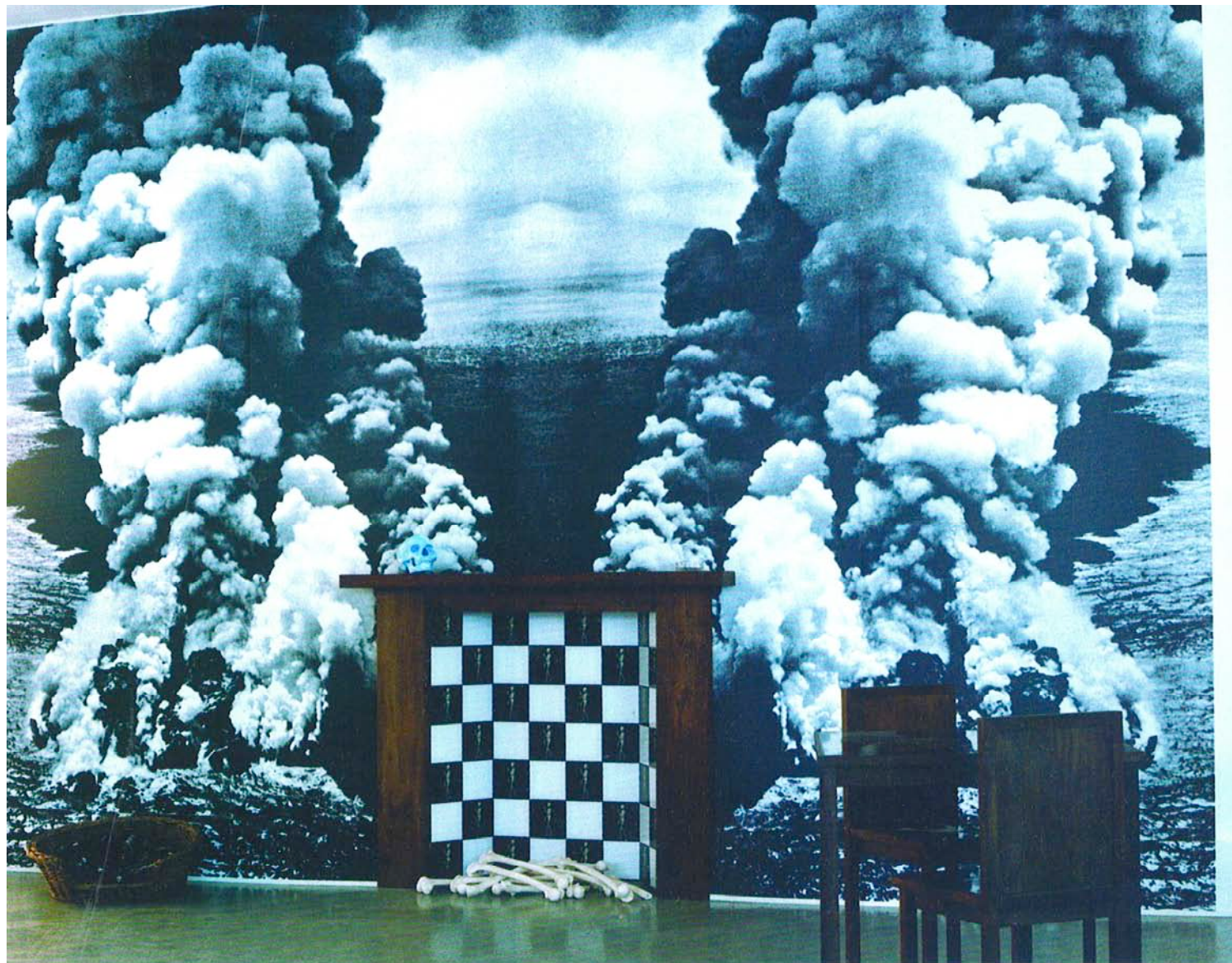
Reise Maldivene

Bo ved vann

iN 90801-7212



is 65 kroner



Showroom Dummies

av Michael Dee

Den mest trendy hjemmekolleksjonen i London akkurat nå? Ja, den er faktisk ikke skapt av en designer, men av en kunstner. Hun heter Abigail Lane og har startet et eget designfirma, Showroom Dummies, og tegner og produserer håndlagde, konseptuelle møbler.

Kolleksjonen er raskt blitt en hit innen kunst- og designverden. Abigail Lane har vært et av de mest tonangivende navnene innen Young British Artists, forkortet YBA, også kalt Brit Art, som er generasjonen av britiske kunstnere som på begynnelsen av 1990-tallet gjorde London til verdens ledende kunstmetropol.

Det er mange uventede saker som møtes i kolleksjonen, som har fått det merkelige avnet "Interior Motives: Natural Disasters". Tittelen er typisk Abigail Lane; hun elsker små, skarpe ordleker som holder en på akt. "Interior Motives" interiører/indre

motiver og grunner spiller på "Ulterior Motives", skjulte motiver.

Det første jeg ser når jeg kommer inn i utstillingslokalene på Showroom Dummies Studio er et blendende vakkert skjermbrett hvor man ser to kuer som snuser på hverandre. "Kissing Asses" heter det; et rått og brutalt, men også humoristisk ordspill, typisk for Abigail Lane. På to andre skjermbrett sees buskap og dyreskjelett som kommer vandrende.

Den ene kortveggen er dekorert med et svartvitt tapet med dansende, leende skje-

lett. Over en sjenerøst dimensjonert seng henger et enormt bilde av et voldsomt tordenvær. Ved siden av sees en liten sofa-gruppe i turkis stoff dekorert med fluer. Et lite stykke unna står en garderobe med jakker, klær og kjoler i samme stoff.

I midten av rommet står et spillbord med stoler, dekorert med små øgler. Her og der ligger puter i filt, dekorert med fluer, øgler og biller. Ved siden av står enda et skjermbrett, der en gruppe fallskjermjegere daler ned mot bakken.

Selv om Abigail tar seg av det meste av



designarbeidet, jobber hun i team med tre partnere; Brigitte Stepputus, Bob Pain og Edwin Wright. En og annen "fashion-frelst" kjenner kanskje igjen Brigittes navn. Hun er sjef for couture-avdelingen på Vivienne Westwood. Bob er grafisk trykker og Edwin er snekker og dekoratør og lager blant annet dekorasjoner til teater og moteoppvisninger.

Abigail forteller at hele prosjektet både har vært en utfordring og et risikofylt foretak.

– Det er jo noe helt nytt for meg. Når jeg jobber med utstillinger har jeg ofte skapt kunstverk som har tangert med interiørdesign. Det er imidlertid en helt annen sak å designe en hel hjemmekolleksjon fra scratch og siden få den laget akkurat slik man vil ha den. Det er også en helt annen bransje å begi seg inn i, og det var naturligvis en stor utfordring.

Men store utfordringer er ikke noe nytt for Abigail Lane. Grunnen til at YBA-kunstnerne ble så utrolig fremgangsrike og fikk så mye oppmerksomhet var at de utfordret den etablerte kunstverdenen, blant annet gjennom å starte mengder av mer eller mindre provisoriske gallerier og siden skamløst på egen hånd kontakte museumsfolk og rike samlere. Det finnes en enorm energi og entusiasme i YBA-bølgen, og til sammenligning fremsto New York, som hadde vært den ledende kunstmetropolen siden 50-tallet, som død og dvask. Tilsynelatende elsket mange av YBA-kunstnerne PR og er kjendis-er som figurerer i sladrespaltene i dag. Abigail Lane har imidlertid alltid holdt en temmelig lav profil overfor media, men er både varm og spøkende når jeg treffer henne.

– Så hvorfor kastet du seg inn i interiørbransjen?

– Det å skape miljøer har alltid fascinert meg. Jeg har ofte laget tapeter til utstillingene mine og da er det nesten logisk å begi seg inn i interiører. Jeg så det som et eksperiment, en utfordring og et risikofylt foretak ettersom jeg ikke hadde noen økonomisk oppbakking. Tanken med det hele er å innføre en ny original billedverden innen design. Det er jeg som står for billedkonseptet og jeg designer møbler og objekter som deretter lages sammen med teamet mitt. Ettersom alt er håndgjort, og noen møbler er unike, så er prisene ganske høye. Ideen er at produsenter forhåpentligvis liker noe de ser og er villig til å sette i gang masseproduksjon. Vi selger møbler som one-offs og henvender oss også til private klienter som vil ha spesialprosjekt utført for seg – folk som vil ha noe unikt og annerledes til hjemmet sitt.

Møblene i kolleksjonen er virkelig annerledes og får en nærmest til å stusse. Som ovenn med skjelett som omgir den lille peisen der det ligger ben. "Bonefire" heter den. Som igjen er et av Abigails ordspill etter "Bonfire" – bål. Og over alt møtes man av småkryp og uvær.

– Er det din ambisjon å skremme litt?

– Snarere å få folk til å skvette litt. Og le og nyte. Jeg elsker selv ideen å ha en stor bekvem seng med et skikkelig tordenvær over. Jeg liker at det finnes en sterk dynamikk mellom de ulike delene av kolleksjonen, å skape motsetninger.

På et skjembrett ser man et vulkanutbrudd, på en annen fallskjermjegere som sakte glir ned mot bakken som regndråper i slow motion.

– Det er mye zoologi og naturhistorie i kolleksjonen?

– Det er ofte den type bilder jeg bruker i kunsten min, og opp gjennom årene har jeg samlet en mengde slike bilder. Kolleksjonen har handlet mye om akkurat disse bildene. Møblene i seg selv er for øvrig ganske enkle, og det er kontrasten som får en til å susse. Det er der magien ligger for meg, å introdusere nye typer bilder i interiørdesign. Det brukes mye bilder på fremfor alt tekstiler, men jeg synes ofte at det er litt rotete og rent visuelt litt slapt.

– Hvordan skaffer du deg bildene?

– Mange av bildene har jeg tatt selv. Bildet av fallskjermhopperne har sittet på veggen min i studio i mange år. Det er fra et gammelt bilde fra National Geographic.

Det hender noen ganger at samtidskunstnere hopper inn i design. Anish Kapoor designet lamper som ble solgt for noen år tilbake. Anya Gallacio designet et tekstil som ble solgt på varehuset Selfridges.

– Er det er nesten alltid enkeltprosjekter?

– Jeg synes ikke selv at de prosjektene der var tilfredsstillende, fordi produsentene forsøkte å markedsføre dem som kunst, ikke som design.

– Så du betrakter ikke kolleksjonen som kunst?

– Nei, for det er i første rekke en hjemmekolleksjon. Men den bygger naturligvis på den erfaringen jeg har bygget meg opp som kunstner, og de som har fulgt meg gjennom årene kan nok se en sammenheng. Jeg slutter ikke å være meg selv fordi om jeg designer en hjemmekolleksjon.

– En skulptur og et møbel bedømmes vel ulikt?

– Det kommer an på sammenhengen. Et objekt oppfattes helt ulikt i et galleri i forhold til om det selges i butikk. Innen kunstverdenen fnyser man ofte av interiørdesign og hevder at det er kommersielt, men kunstverdenen er også kommersiell, så det er mest snobberi. For meg er det viktigste alltid selve ideene og de kan innlemmes i så vel møbler som i kunstverk. Jeg tror at det handler om forventninger. Når man kommer inn i et galleri har man alle sanser ute og søker noe i det man ser. Det er helt andre kriterier innen interiørdesign. Der stryker man mye mer etter håret. For meg er det spennende å vende opp ned på alt det der, få folk til å skvette.





– Og det er vel i bunn og grunn hva ideer handler om. Du og teamet ditt nærmer dere interiører fra et annet ståsted?

– Det stemmer. Interiørbransjen kan ofte være ganske steil i sin tankemåte. Produsentene arbeider på en bestemt måte og stoler på folk som er utdannet til designere. Vi vil på en måte åpne flere dører, vise at man kan takle design fra andre hold. Vi fire har helt ulike bakgrunn og erfaring og det har gagnet prosjektet. Meningen er at vi i fremtiden kommer til å samarbeide i større, løsere konstellasjoner, bare for å slippe inn folk som ikke har interiørdesign som bakgrunn, men som har spennende ideer.

Det at kunstnere jobber med interiør og møbler virker som det rent historisk går i bølger. Maleren James Abbott McNeill Whistler (1834-1903) dekorerte selv huset sitt på Cheyne Walk i London og ble raskt ansett som en interiørguru. Mange av kunstnerne i tju- og trettiårenes Paris, Jean Cocteau, Christian Bernard, Pablo Picasso, Salvador Dali og Alberto Giacometti, designet møbler, skjembrett og tekstiler. Minimalistiskulptøren Donald Judd begynte på 70-tallet å designe kolleksjoner med møbler; først i tre, siden i metall.

– Hvor ligger appellen tror du?

– Kanskje det kommer av at det visuelle tenkende alltid er virksomt og ens iboende er noe ganske primært. Jeg har merket at kunstnere alltid holder på å romstere med hjemmemiljøene sine.

– Du er ikke redd for å bare appellere til de allerede frelste – kunstpublikummet?

– Jeg håper at det ikke blir sånn. "Showroom Dummies" er ikke tenkt å bare være til for en elite. Derfor håper jeg også at de ulike delene av kolleksjonen blir satt i masseproduksjon.

– Dere er fire i teamet. Hvordan ble det dere fire?

– Det kom av at jeg hadde en vernissasje for noen år siden og gjerne ville ha på meg noe spesielt. Jeg pratet med Brigitte og hun fikkset noen utrolige klær til meg. Vi begynte å prate om å gjøre noe annerledes sammen og utviklet straks en masse ideer for møbler og objekter for hjemmet. Deretter handlet det om å virkeliggjøre ideene, få satt dem ut i live og i produksjon. Bob er en av landets beste trykkere, jobber mye med kunstnere, og Edwin er en utmerket snekker og dekoratør.

– Hvor er "Showroom Dummies" på vei videre?

Mot noe helt annet. Vi kommer ikke til å gjenta oss uten at hver kolleksjon kommer til å skille seg fra den foregående. Vi kommer ikke til å stå stille.

Showroom Dummies Ltd, 3rd floor Unit
92 White Post Lane, London E9 5 EN
www.showroom.dummies.com