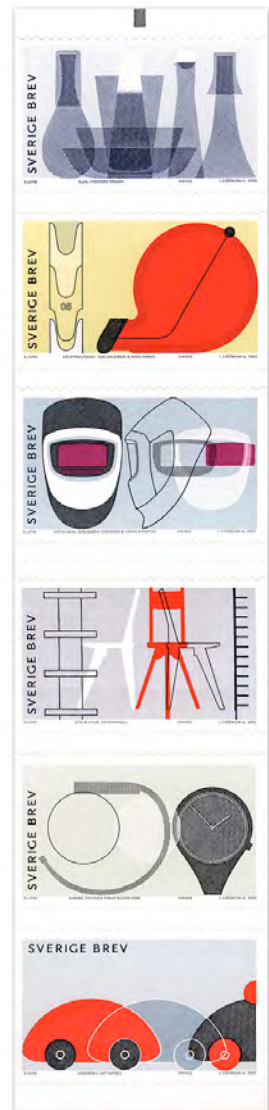




DESIGNÅRET 2005

Rapport den 28 februari 2006



Till Utbildnings- och kulturdepartementet

Rapport över Svensk Forms uppdrag att förbereda och genomföra Designåret 2005
Regeringsbeslut den 18 december 2003

Förord

Designåret 2005 har på många sätt blivit en framgång. Arbetet med att stärka ställningen för form och design i samhället, och att ge dem som är professionellt verksamma en bättre position, är långsiktigt. Vi som jobbat länge för form och design har glädjande nog kunnat se samhället ta flera stora steg i rätt riktning under Designåret. Samtidigt återstår självfallet mycket att göra under kommande år.

Det är många – långt fler än väntat – som valt att ställa sig bakom kampanjen och som på så sätt bidragit till att skapa ett bra, intressant och utvecklande innehåll i året. Det är i sig en tydlig mätare på hur stort intresse och engagemang dessa frågor väcker. Enligt våra beräkningar har också flera hundra miljoner kronor omsatts med anledning av Designåret.

Denna rapport redovisar för regeringen hur de medel som kampanjen fått i bidrag har använts och vilka resultat de har gett. Utbildnings- och kulturdepartementet har bidragit med totalt 2 miljoner kronor. Vi redovisar ändå här hela det arbete som Kampanjkontoret vid Svensk Form bedrivit under perioden 2003–2005. Övriga statliga anslag till kampanjarbetet har lämnats från Näringsdepartementet, som bidragit med totalt 12 miljoner kronor. Mer ingående information om vad vi har utträttat kommer att sammanställas och presenteras på webbplatsen.

Vår uppgift har framför allt varit att med små resurser skapa en stark synlighet för form och design under Designåret. Bredden, kvaliteten, ambitionerna och innehållet i året speglas bäst i de resultatredovisningar som vart och ett av de 1629 projekten och aktiviteterna kommer att ge sina huvudmän, och förhoppningsvis också Svensk Form. De statliga myndigheterna med uppdrag att medverka i Designåret 2005 lämnar sina rapporter till regeringen den 1 mars.

Svensk Form förbereder just nu arbetet med Designårspriset till bästa projekt. Vi planerar att prisutdelningen kommer att ske under försommaren 2006. Då kommer också hederspristagarna inom de sju teman som regeringen fastslagit för Designåret 2005 att ha utsetts.

Stockholm den 28 februari 2006

Anna Rygård, projektledare för Designåret 2005 vid Svensk Form

Startskottet för Design den 1 december utgjorde Designårets final. Det blev också ett kraftfullt avstamp för fortsatta verksamheter i hela landet. Just kring Startskottet genomfördes ett hundratal manifestationer och aktiviteter på olika platser i hela landet för att markera betydelsen av att det aktiva arbetet med form och design fortsätter. Kulturministern tog initiativ till Designstafetten som löper under hela 2006, i samarbete med Svensk Form.



Innehåll

Förord	3
Innehåll.....	4
Sammanfattning av Designårets resultat.....	5
Fakta och siffror om Designåret 2005	12
Innehållet i uppdraget från regeringen.....	13
Hur uppdraget utförts, enligt riktlinjerna i regeringsbeslutet.....	14
Ekonomiska förutsättningar	21
Bidragets användning	23



Designinfo i Kulturhuset i Stockholm

Stockholms stad bestämde sig tidigt för att driva en livaktig verksamhet under Designåret. I samverkan med Kampanjkontoret för Designåret 2005 öppnades en informations- och utställningsverksamhet i Kulturhuset. Under åtta månader visade vi ett femtiotal större och mindre utställningar. Alla som deltog i Designåret var välkomna att föreslå verksamheter i lokalerna. Debatter, seminarier, trycksaker från projekt i hela landet och espresso var något av det som vi bjöd de totalt ca 40 000 besökarna på.

Sammanfattning av Designårets resultat

Ny position för form och design

Designåret 2005 har på ett markant sätt flyttat fram positionerna för alla som är verksamma inom form och design i Sverige.

Genom tusentals projekt och aktiviteter har många människor kommit i ny kontakt med formgivare, arkitekter och designer och de verksamheter som dessa yrkesgrupper är sysselsatta med. Detta har gett det svenska samhället många nya perspektiv på vad design är och kan vara.

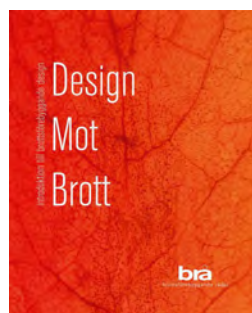


Helsingborg skapade ett ambitiöst utställningsprogram under Designåret och rekryterade tidigt en person att koordinera och leda arbetet med den lokala kampanjen. Den svarta kuben

invigdes med "Sport är design / design är sport" i samband med SM i friidrott. Stadsbyggnadskontoret bjöd in till diskussion om stadsplanering. Många helsingborgare och tillresta besökte de sex designutställningarna i Helsingborg.

Långsiktighet

De långsiktiga ambitionerna med Designåret 2005 har framför allt stärkts genom att så stora delar av de offentliga verksamheterna – statliga myndigheter, kommuner och landsting – själva har tagit aktiv del i Designåret. Därigenom har helt nya yrkesgrupper kommit i kontakt med formområdet och bestående samarbeten har skapats. De som är verksamma inom offentlig upphandling utvecklas mot en större medvetenhet och kunskap om form och design. Detta gynnar såväl samhället i sin funktion som designanvändare som de professionellt verksamma formgivarna. Designföretagen i Sverige har allt att vinna på att de offentliga aktörerna blir mer kunniga om design. Vi ser tydliga tecken på att detta arbete har tagit god fart under Designåret 2005.



"Design mot brott" är Brottsförebyggande rådets publikation till Designåret. Här visas många exempel på hur design kan vara samhällsnyttig och brottsförebyggande. Skriften bygger på en brittisk rapport – "Design against crime" – som bl.a. presenterats vid Future Design Days 2004. BRÅ har också genomfört seminarier och tagit upp design som tema i sin tidning Apropå under förra året.

Svensk Forms regionala plattform

För Svensk Forms vidkommande har Designåret haft mycket positiva effekter. Dels har Svensk Forms åtta regionalföreningar stärkts och utvecklats. Under året bildades dessutom tre nya; Dalarna, Örebro och Gotland. Det är föreningens uttalade ambition att under de kommande åren fortsätta det strategiskt viktiga arbetet med att etablera form och design i nya verksamheter lokalt och regionalt. Designåret har visat hur fruktbart det är att designfrågorna utvecklas genom starka regionala nätverk.

Frågan om ett Designcenter i Stockholm har varit högaktuell sedan den regionala Designårskonferensen i Kulturhuset den 18 mars 2004, då Stockholms stad deklarerade sin ambition att driva frågan till beslut under Designåret. Svensk Form arbetar aktivt för att förverkliga planerna på ett Designcenter, till gagn för huvudstadsregionen, hela landet och utlandet. Kanske är detta den viktigaste långsiktiga konsekvensen av Designåret 2005 för världens äldsta designorganisation. Att slutligen få resurser för att kunna bli det center för form och design som många så länge har väntat på.



ERA05 var världskongressen för design som hölls i bl.a. Göteborg i september 2005. I Eriksbergshallen passade Design i Dalarna på att visa upp sin verksamhet för kongressdeltagare och för prins Carl Philip, som deltog genom att inviga evenemanget. Dalarna är en av Svensk Forms yngsta regionalföreningar.

Utbildningar

Utbildningarna inom form- och designområdet har byggts ut kraftigt under den senaste femårsperioden. Fler unga än tidigare väljer att förkovra och utveckla sig inom området. Också andra utbildningar tar in moment av, eller översikter om, design. På så sätt får vi alltså t.ex. ingenjörer och ekonomer som i högre utsträckning än tidigare är insatta i design. Därigenom skapas bättre förutsättningar för alla yrkesgrupper inom form- och designområdet att, tillsammans med andra professionella, göra ett kvalificerat jobb.



Borås lanserade redan 2004 sin nya utbildning; Design för det goda livet. Fler än 800 personer gick den nya 5-poängskursen vid högskolan i Borås. Kursen vände sig till alla som har ett brett intresse av att få veta vad design kan vara. Ambitionen var att ge en djupare kunskap kring olika aspekter av design och hur det påverkar vår vardag i praktiskt taget allt vi gör.

Fler jobb

När det gäller sysselsättningen inom designområdet visar AMS statistik en positiv trend för området som helhet. Under perioden oktober 2003 till oktober 2005 minskade den öppna arbetslösheten sammanlagt med 25% i alla de yrkesgrupper som hör till området. Vi drar den försiktiga slutsatsen att Designåret bidragit till den positiva statistiken. Vi gör också bedömningen att trenden kommer att fortsätta, många av de nya verksamheter som kommit igång genom Designåret har en fortsättning.

Yrkeskategori (yrkeskod)	2003	2005	Yrkeskategori (yrkeskod)	2003	2005
Arkitekt (214110)	408	306	Övriga formgivare (245690)	59	33
Landskapsarkitekt (214120)	38	47	Hemslöjdskonsulent (332040)	3	8
Inredningsarkitekt (214130)	140	45	Illustratör (347120)	245	103
Scenograf (245550)	70	52	Webbdesigner (347160)	901	559
Art Director (245610)	836	913	Konsthantverkare, trä (733010)	27	33
Formgivare (245620)	127	67	Konsthantv, textil, läder (733020)	54	42
Industriformgivare (245630)	132	76	Totalt antal	3040	2284

Den öppna arbetslösheten inom alla yrkesgrupper inom arkitektur, form och design minskade med 25% från oktober 2003 till oktober 2005. Statistik från AMS.

Designårets mål och målgrupper

Designårets mål har varit att få många aktörer att utveckla sin användning av design. Vi har också strävat efter att fler ska bli mer kunniga om och intresserade av form och design.

Målgrupperna har varit:

- offentliga verksamheter
- det svenska näringslivet
- allmänheten



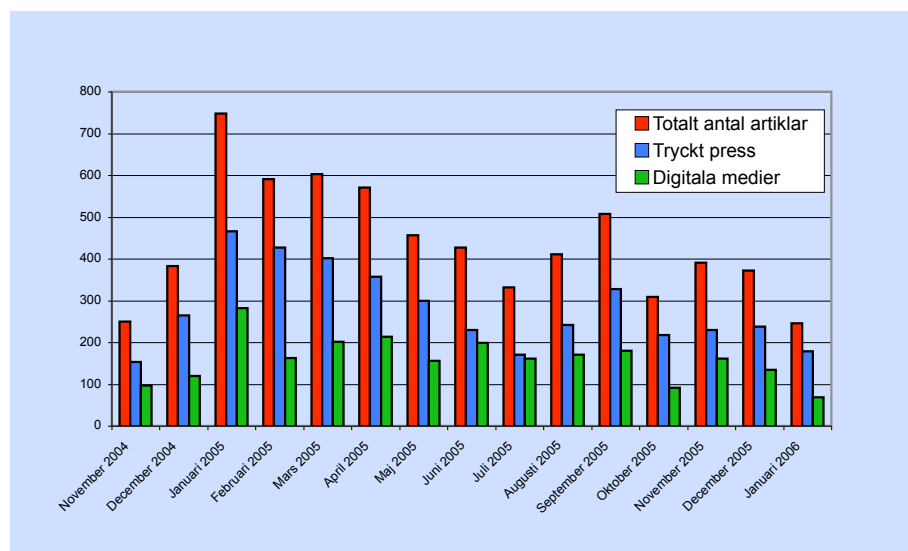
Designkontoret visades på UR och SVT under hösten 2005 och nådde upp till 190 000 tittare. Programmet skapades med utgångspunkt i de populära Sommar-designkontoren som SVID så framgångsrikt drivit sedan flera år. "Genom att TV-tittarna fick vara med på nära håll när formgivarna gör research, skissar eller bygger modeller ges en inblick i en kreativ process, som är jättespännande att följa", säger David Wikdahl, URs producent för tv-serien.

Kampanjkontoret för Designåret 2005

Svensk Form etablerade år 2003 ett särskilt kampanjkontor för att utföra uppdraget att förbereda och genomföra kampanjen för Designåret 2005. Verksamheten har under hela treårsperioden varit starkt inriktad på marknadsföring och informations spridning samt att fungera som inspiratör och igångsättare av verksamheter med andra som huvudman.



Kampanjkontoret har tagit fram Designårets logotyp och allt nationellt kampanjmaterial, lagt upp en marknadsstrategi, bemannat kontoret, ansvarat för den officiella webbplatsen för Designåret, medverkat i de grupper som regeringen initierat för att stärka och styra inriktningen på verksamheten, skapat en stor mängd möten med centrala aktörer inom kampanjen, hållit hundratals anföranden för tusentals personer med intresse av form och design samt fungerat som ett kreativt stöd för projektägare i hela landet och utomlands. Vidare har kampanjkontoret varit centralt ansvarig för den enskilt viktigaste marknadsinsatsen, nämligen samarbetet med media i Sverige och utomlands.



Statistik över pressklipp i Sverige om Designåret 2005. Perioden november 2004 – januari 2006 visas i diagrammet. Observer och Magenta news är våra källor.

Vid sidan av dessa uppgifter har kampanjkontoret också själv producerat flera utställningar och tillsammans med Stockholms stad drivit Designinfo och Designexpo i Kulturhuset i Stockholm. Kampanjkontoret har anlitat en filmare för att dokumentera delar av innehållet i Designåret. Tillsammans med allt

kampanjmaterial och det material projektägare väljer att skicka oss, kommer filmerna att bilda ett Designårsarkiv inom Svensk Forms arkiv. Vi har också arrangerat två större fester (Ett år kvar-festen i februari 2004 och Designårets invigningsfest den 1 februari 2005) samt tagit initiativ till och genomfört Startskottet för Design som en final på Designåret.



Designåret inleddes med utbildnings- och kulturminister Leif Pagrotsky's nyhet om att det kommer att etableras en ny forskarskola i design från 2007. Ewa Kumlin, VD för Svensk Form, näringsminister Thomas Östros, SVIDs VD Robin Edman och Designårets projektledare Anna Rygård medverkade också i den välbesökta pressträffen på Liljevalchs konsthall i Stockholm den 28 januari 2005.

Kampanjkontorets samarbeten

Designåret 2005 initierades av Svensk Form och SVID tillsammans. Kampanjen har också genomförts av Svensk Form i nära samarbete med SVID. Båda organisationerna har regionala nätverk som har haft stor betydelse för Designåret. Dels har de regionala verksamheterna varit aktiva när det gäller att själva driva projekt och genomföra aktiviteter. De har dessutom fungerat som viktiga nav för lokala och regionala kampanjer.

Kampanjkontoret har tidigt etablerat olika slags kontakt med företrädare för de organisationer som finns på området och med enskilda formgivare. Posten Frimärken, Arla och SVT bestämde sig t.ex. i god tid för att medverka i Designåret. De designorganisationer som vi har haft regelbunden kontakt och särskilt samarbete med är framför allt: Svenska tecknare, Reklamförbundet, Moderådet, Sveriges designer, Sveriges arkitekter och KIF.

Kampanjkontoret har haft en stor mängd andra samarbetsparter under året. Mässor i hela landet har använt design som tema och vi har i många fall haft förmånen att skapa förmånliga samarbeten med dem. Många företag har sponsrat delar av vår utåtriktade verksamhet. Vi har t.ex. haft ett långt samarbete med Arvid Nordquist och Kaffeknappen för att kunna bjuda alla besökare på espresso vid mässor och i Designinfo i Kulturhuset. Andra företag som hjälpt oss i delar av vår verksamhet är t.ex. Abstracta, Alviks Måleri, Annell, DesignOnLine, Karl Andersson & Söner, Macoteket, Nola, Offecct och Prime Time.



Kampanjkontoret producerade flera utställningar under Designåret. I Designinfo i Kulturhuset i Stockholm arrangerades bl.a. en utställning – Designåret bjuder in – dit ledamöterna i Designårsgruppen för tillväxt och innovation och i rådet för arkitektur, form och design bjudits in att välja ut design. Till utställningen hörde också ett program där ledamöterna samtalande med de formgivare som de valt. En motsvarande utställning där partiledarna för riksdagspartierna och ledande stockholmopolitiker bjudits in att välja ut design presenterades också under hösten 2005.

Kampanjkontorets personal

Från april 2003 har Svensk Form haft en stor stab anställd för att leda kampanjen för Designåret 2005. Det har behövts kompetens av olika slag och under vissa perioder, framför allt under 2005, har vi tagit in extra personal som timanställda. Övriga anställda har varit:

Ulf Beckman	redaktör deltid april 2003 - dec 2004
Anna Bellander	webbredaktör och originalare jan 2005 - feb 2006
Martin Falck	projektassistent nov 2005 -
Helena Hammarskiöld	projektledare Startskottet okt - dec 2005
Lisa Nilsson	marknads- och pressansvarig jan 2005 - feb 2006
Christina Nilson-Dag	marknadsansvarig april 2003 - nov 2004
Henrik Orrje	projektledare april 2003 - april 2004
Jennie Reponen	projektassistent okt - dec 2005
Sofia Rosshagen	projektassistent och programkoordinator sept 2003 - jan 2006
Anna Rygård	projektledare april 2004 -
Filippa Tarras Wahlberg	projektassistent sept 2004 - sept 2005

Innehållet i Designåret 2005

Designåret 2005 består av de projekt och aktiviteter som genomförts. Det är de 1629 projekten och aktiviteterna som ska ha en stor del av äran för att Designåret 2005 har blivit en sådan framgång.

Ett starkt regionalt och lokalt arbete, där form och design har bildat nya nätverk, är det bestående intrycket från året. Kanske är det just detta som är kampanjens viktigaste resultat. Engagemanget hos alla dem som valt att delta i Designåret har varit mycket stort. Samverkande organisationer, myndigheter och företag har med gemensamt intresse skapat nya förutsättningar och nya plattformar för att arbeta professionellt med form och design. Utöver att det har avsatts särskilda budgetar inom t.ex. kommuner, länsstyrelser och andra statliga verksamheter för Designåret har också mycket privat respektive ideellt arbete lagts ned.



Svenskt kulturarv ger varje år gratis ut den digra guiden till utställningar i hela landet; Upptäcktsresan. Under Designåret var temat påpassligt nog form och design. Det blev en imponerande katalog över publika designarrangemang i hela landet.

Fakta och siffror om Designåret 2005

- 1629 projekt och aktiviteter har anmälts till kalendariet på www.designaret.se.
- Tusentals formgivare, designer och arkitekter har mött nya uppdragsgivare och nya användare under året som gått.
- Den öppna arbetslösheten bland alla grupper av formgivare, designer och arkitekter har minskat med 25% sedan oktober 2003.
- Av 150 statliga myndigheter har 108 genomfört 395 anmälda projekt och aktiviteter, varav 30 i utlandet.
- 718 utställningar har lockat hundratusentals besökare. 118 anmälda workshops om design har genomförts under 2005.
- 83 tävlingar i design har genomförts under året. Flera startade med anledning av Designåret och får en fortsättning i framtiden.
- Regionala designsamordnare har använt Designåret som plattform över hela landet.
- Perioden kring Startskottet för Design den 1 december blev en landsomfattande manifestation med ett hundratal arrangemang.
- Med mer än 6000 pressklipp har tryckta och digitala medier fördjupat intresset för och kunskapen om form och design i Sverige.
- 59 mässor har använt design som huvudtema. Elmia Design Initiative, Skolforum, Nolia, Hemmässan, Båtmässan, Möbelmässan och Future Design Days är några starka exempel.
- 61 projekt och aktiviteter har belyst sambanden mellan design, forskning och utbildning.
- SVID har genomfört 9 nationella och ett antal regionala designprojekt med finansiering från regeringen på 51 miljoner kronor åren 2003 –2005.
- Många andra länder har tagit tillfället i akt och gjort designprojekt i Sverige med anledning av Designåret genom utställningar, föreläsningar, seminarier och konferenser.
- 7 teman har legat till grund för Designåret; Arbetsliv och design, Design som kulturellt uttryck, Design som tillväxtfaktor, Offentlig upphandling, Design för alla, Långsiktigt hållbar design samt Utbildning och forskning.
- Många redan pågående designverksamheter har mött helt ny publik genom Designåret. Volvos konceptbil YCC, Liljevalchs vårsalong, Gustavsbergs hamn och Lights in Alingsås är bara några sådana exempel.
- SVTs dagliga programserie 365 Design visades i veckosammandrag varje söndag och hade då i genomsnitt 156 000 tittare under hela året.



Framtidens förarstol för lastbilsförare var en av produktkoncepten som presenterades under Subcontractor 2005 på Elmia i Jönköping. Här satsades strategiskt på att göra design tydligt på fyra av Elmias branschmässor under Designåret. Insatsen – Elmia Design Initiative – gav mersmak och nu man är inriktade på att fortsätta på det inslagna spåret.

Fördjupad information om kampanjen för Designåret och Svensk Forms arbete med att förbereda och genomföra densamma kommer att finnas i sammanställd form på www.designaret.se och kan också beställas från Svensk Form.

Innehållet i uppdraget från regeringen

Den 18 december 2003 gavs Svensk Form i uppdrag att förbereda och genomföra Designåret 2005.

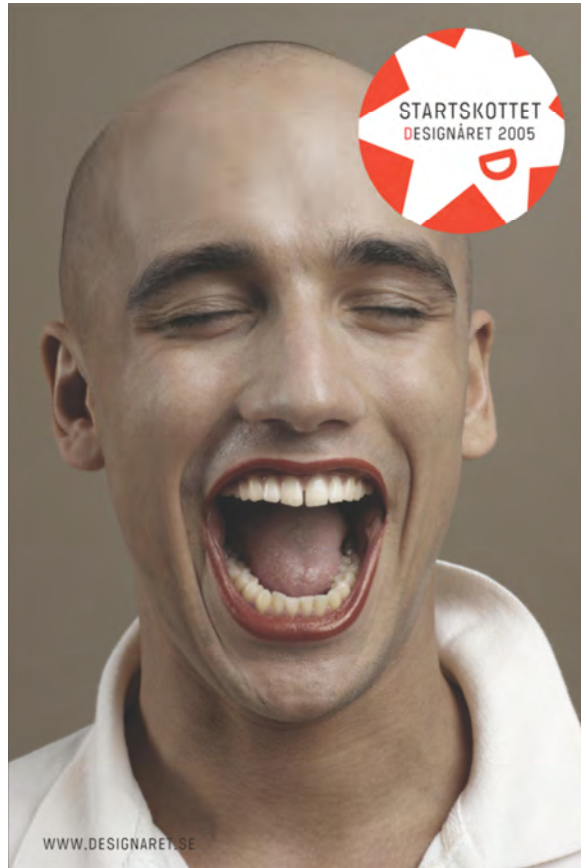
Av beslutet framgick bl.a. följande:

- Svensk Form skall inrätta en styrgrupp med företrädare för Nationalmuseum, Statens konstråd, Konstnärsnämnden, Nämnden för hemslöjdsfrågor, Konstfack, Vetenskapsrådet och Stiftelsen Svensk Industridesign.
- Styrgruppen för Designåret 2005 bör hålla en fortlöpande kontakt med styrgruppen för designprogrammet för tillväxt och innovation.
- En utgångspunkt för Designåret 2005 skall vara de av riksdagen beslutade målen för arkitektur-, form- och designområdet.
- Det övergripande målet för Designåret 2005 är att långsiktigt öka kunskapen i Sverige om betydelsen av form och design samt om hur föremål och miljöer bättre kan utformas för att stärka social välfärd, kulturell mångfald, ekonomisk utveckling och ekologisk hushållning.
- Designens bas i det konstnärliga arbetet skall lyftas fram liksom betydelsen av utbildning och forskning på designområdet.
- Verksamheter som genomförs inom ramen för Designåret 2005 skall ha stor synlighet och vara tillgängliga för breda grupper i hela landet.
- Svensk Form skall ansvara för och vidareutveckla den hemsida som upprättats för Designåret 2005 med ett kalendarium där samtliga aktiviteter presenteras samt bedriva ett aktivt informationsarbete och marknadsföra Designåret.
- Varje medverkande institution svarar själv för de verksamheter de vill genomföra under Designåret 2005. Svensk Form skall dock medverka till utvecklingen av enskilda projekt och vägleda i planering och till möjliga samarbeten när så behövs och är möjligt. Svensk Form skall kontinuerligt utveckla kvaliteten i Designåret 2005.

Vidare slog regeringen fast att arbetet med uppdraget skall bedrivas i enlighet med målet att främja en samhällsutveckling som kännetecknas av social jämlikhet, jämställdhet mellan kvinnor och män, respekt och tolerans och där etnisk, kulturell, språklig och religiös mångfald tillvaratas som en positiv kraft samt att bidra till minskad diskriminering, främlingsfientlighet och rasism.

För att utföra uppdraget fick Svensk Form i samma beslut ett bidrag på 1 miljon kronor. Den 1 september 2005 erhöll Svensk Form ett bidrag på ytterligare 1 miljon kronor från Utbildnings- och kulturdepartementet för att genomföra Designåret 2005. Därutöver har Svensk Form fått 12 miljoner kronor i bidrag från Näringsdepartementet för kampanjen Designåret 2005.

Denna rapport beskriver hur kampanjen Designåret genomförts som helhet. Med andra ord redovisar vi här hur de totalt 14 miljoner kronor som staten bidragit med under perioden 2003 – 2005 har använts och vilka resultat kampanjarbetet gett.



Kampanjkontoret har tagit fram och spritt affischer med olika budskap under året. I samband med Startskottet för Design den 1 december 2005 spred vi affischer och trycksaker över hela landet. Bilderna lanserades vid Future Design Days i mitten av november. Totalt under kampanjen har vi producerat och spritt ca 14 000 affischer i formatet 70 x 100 cm.

Hur uppdraget utförts, enligt riktlinjerna i regeringsbeslutet

För att referera direkt till de uppgifter som regeringen uppdragit till Svensk Form att utföra följer här en kort kommentar kring varje sådan. Mer ingående information om Designåret 2005 och om hur kampanjen bedrivits kommer att redovisas i sammanställd form på kampanjens webbplats www.designaret.se.

1. *Svensk Form skall inrätta en styrgrupp med företrädare för Nationalmuseum, Statens konstråd, Konstnärnämnden, Nämnden för hemslöjdsfrågor, Konstfack, Vetenskapsrådet och Stiftelsen Svensk Industridesign.*

Styrgruppen har bestått av de namngivna institutionerna och den sammankallades till sitt första möte den 12 februari 2004. Den har sedan dess träffats i femton protokollförda halvdagsmöten. Genom styrgruppens engagerade personer har Designårets kampanjledning fått delta i många mycket uppskattade diskussioner om kampanjens innehåll och inriktning.

2. *Styrgruppen för Designåret 2005 bör hålla en fortlöpande kontakt med styrgruppen för designprogrammet för tillväxt och innovation.* Styrgruppen för Designåret 2005 har träffat Designårsgruppen för tillväxt och innovation i ett möte i Näringsdepartementet den 4 maj 2004. Vid samma möte var också regeringens råd för arkitektur, form och design var inbjudet. Genom projektledaren Anna Rygårds medverkan i båda grupperna har de sedan hållit kontakten. Kampanjledningen har också i flera möten träffat och samverkat med rådet för arkitektur, form och design. Designårsgruppens ordf. Lars Anell har genom sin starka drivkraft skapat en dynamisk verksamhet i gruppen. Vi har t.ex. gjort besök vid flera av landets designskolor. Han har också skapat många intressanta kontakter och varit pådrivande för att ge de tillväxtpolitiska och innovationsskapande delarna av Designåret konkreta avtryck. Det har varit mycket värdefullt.

3. *En utgångspunkt för Designåret 2005 skall vara de av riksdagen beslutade målen för arkitektur-, form- och designområdet. Första målet: Arkitektur, formgivning och design skall ges goda förutsättningar för sin utveckling.*

Hela kampanjen har på ett övergripande sätt bidragit till målet. För att uppnå bättre förutsättningar för områdets utveckling krävs enligt vår bedömning kvalificerade insatser på många fronter. Designårets mål har varit att utveckla användningen av design samt att öka intresset för och kunskapen om design vilket visar på kampanjens inriktning. Designårets primära målgrupper var offentliga verksamheter, näringslivet och allmänheten, alla lika viktiga för att skapa bra förutsättningar för designområdets utveckling. Bredden i kampanjens insatser speglar det första målet.

Andra målet: Kvalitet och skönhet skall inte underställas kortsiktiga ekonomiska lösningar.

Hela samhället behöver utveckla sin förmåga att värdesätta den kompetens som formgivare, designer och arkitekter har. Designåret har haft ambitionen att lyfta fram och belysa sambanden mellan ekonomi, design och kvalitet. Kampanjen har bl.a. skapat extra synlighet åt företag som blivit lönsamma genom utvecklad användning av design. Genom att också allmänheten på nya sätt kommit i kontakt med det designarbete som ligger bakom mycket av det vi tar för givet i vardagen bedömer vi att förmågan att värdesätta kvalitet och skönhet har ökat.

Tredje målet: Kulturhistoriska och estetiska värden i befintliga miljöer skall tas till vara och förstärkas.

Genom en ökad fokusering på och ett större intresse för estetik i bred mening har Designåret velat uppmärksamma vår gemensamma omgivning. Mängder av stadsvandringar, föredrag, kurser, artiklar och böcker har utgjort en del av Designåret. Kulturarvet och design är numera återkommande teman i mängder av tidningar och tidskrifter. Vidare har många kulturarvsinstitutioner medverkat i året och då bl.a. gett perspektiv på frågor om kulturarv och estetiska värden.

Den uppmärksamheten pekar sammantaget i en riktning mot det mål som riksdagen slagit fast.

Fjärde målet: Intresset för hög kvalitet inom arkitektur, formgivning, design och offentlig miljö skall stärkas och breddas. Debatt och engagemang är två centrala komponenter där media har haft stor betydelse. Designåret har skapat diskussion om begreppet design och begreppet kvalitet. Bl.a. arrangerade rådet för arkitektur, form och design – i samverkan med kampanjen för Designåret 2005 – en särskild konferens om just kvalitetsbegreppet. Malmö stad, regionförbundet i Kalmar, Åre och Färgfabriken i Stockholm är bara några av alla de aktörer som valt att lyfta fram den offentliga miljön och samhällsplanering för att nå ut bredare med en diskussion om detta under Designåret.

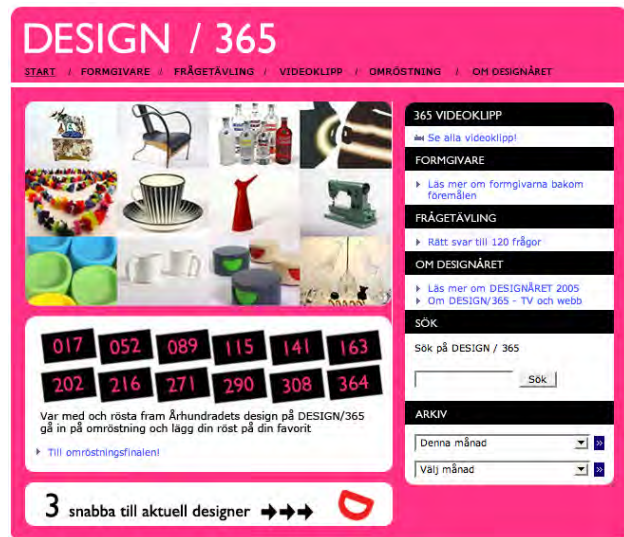
Femte målet: Offentligt och offentligt understött byggande, inredande och upphandlande skall på ett föredömligt sätt behandla kvalitetsfrågor.

Genom regeringsbeslutet den 18 mars 2004 om uppdrag till 150 statliga myndigheter att medverka i Designåret 2005 sattes formerna för de offentliga verksamheternas engagemang. Beslutet har haft mycket stor betydelse för Designårets inriktning och långsiktiga ambitioner. Design har med anledning av nämnda beslut analyserats ur en mängd nya aspekter. Ofta i verksamheter som inte tidigare är särskilt insatta i området. Några sådana exempel är Brottsförebyggande rådet, flera av länsstyrelserna, Statskontoret, Verket för högskoleservice och JämO. Offentlig upphandling är ett av regeringens sju teman för Designåret. Kampanjen har på flera olika sätt lyft fram just det området, genom kampanjmaterial, i media och många möten. Det är sannolikt det tema som på lång sikt kan få mest genomgripande betydelse för den bransch som ägnar sig åt design och för samhällets förmåga att använda design och designkompetens.

Sjätte målet: Svensk arkitektur, formgivning och design skall utvecklas i ett fruktbart internationellt samarbete.

Ett fyrtiotal svenska utlandsmyndigheter har varit engagerade i Designåret 2005. Deras verksamhet har rört såväl kontaktskapande aktiviteter och informationsspridning som ambitiösa och strategiskt planerade designsatsningar. Utbytet med andra länder har varit ett viktigt inslag i Designåret. Utländska medias intresse för Designåret som kampanj och för formgivare och designer i Sverige har varit mycket stort. Designåret har också utgjort en plattform för att visa upp andra länders design i Sverige. Frankrike, Australien och Norge är bara tre exempel på länder som valt att använda sig av den plattform som Designåret har utgjort. Future Design Days och Stockholm Furniture Fair var tillsammans med världskongressen för design ERA05, några av de större internationella arrangemangen under Designåret.

SVT sände varje dag under hela Designåret ett nytt Designprogram i serien Design / 365. På juldagen 2005 såg 580 000 tittare repriserna av just den veckans sju 30-sekundersprogram. På webbplatsen kunde besökarna läsa mer om formgivarna till de produkter som visats och rösta på sina favoriter.



4. *Det övergripande målet för Designåret 2005 är att långsiktigt öka kunskapen i Sverige om betydelsen av form och design samt om hur föremål och miljöer bättre kan utformas för att stärka social välfärd, kulturell mångfald, ekonomisk utveckling och ekologisk hushållning.*

Design som område griper in i och påverkar på olika sätt samhällets alla sektorer och branscher. Vi har uppfattat att den första delen av målet siktar på breda målgrupper medan det andra ledet mer handlar om insikter och kunskaper hos dem som är professionellt verksamma som formgivare. Designhögskolorna har alla utifrån egna prioriteringar medverkat i Designåret. Vår bedömning är att också angränsande utbildningar; t.ex. i teknik och design eller ekonomi och design har stor betydelse för att uppfylla målet på lång sikt. Under Designåret har det blivit tydligt att såväl intresset för dessa utbildningar som antalet utbildningar i sig visar på en mycket positiv tendens. Ju fler perspektiv som bildar grund för gestaltungsfrågor av alla slag, desto bättre.

5. *Designens bas i det konstnärliga arbetet skall lyftas fram liksom betydelsen av utbildning och forskning på designområdet.*

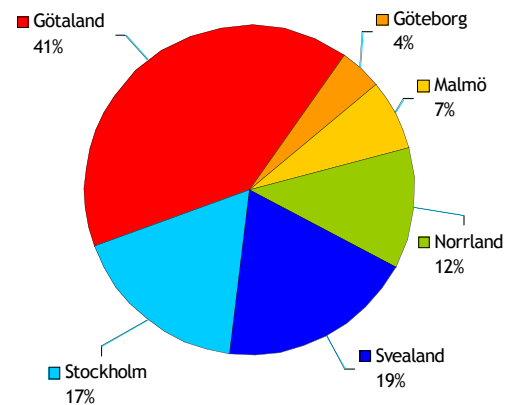
Design är ett område som inte så lätt låter sig definieras. Kampanjkontoret har ändå under hela Designåret – bl.a. för att stärka den konstnärliga grunden för all designverksamhet – valt att använda sig av en, förenklad men i många sammanhang förtjänstfull, definition: Design handlar alltid om en kombination av estetik, funktion och hållbarhet. Ibland kallas design samhällets största kultursektor. Under Designåret har kulturliv och näringsliv ofta funnit nya skäl att samverka. Design har som bekant ett ben i kulturen och ett annat i det kommersiella. Vidare har många verksamheter under året på olika sätt utforskat gränserna mellan design och andra områden, t.ex. konst. Vår bedömning är att de konstnärliga dimensionerna i arbetet med design har blivit väl belysta.

6. *Verksamheter som genomförs inom ramen för Designåret 2005 skall ha stor synlighet och vara tillgängliga för breda grupper i hela landet.*

Kampanjarbetet har varit starkt fokuserat på att skapa en bra exponering för alla som är verksamma inom form, design och arkitektur. Medias stora intresse för Designåret har tillsammans med kampanjkontorets prioritering att serva svensk och utländsk press med intresseväckande underlag, kontakter med designer, nyheter på området och uttalanden i olika frågor skapat en stark synlighet för design i hela landet. Radio och TV har bidragit mycket positivt, vid sidan av dags- och fackpress. Design är så högtintressant att det numera hör till vardagen i de flesta tidningar och många tidskrifter, så var det inte för några år sedan. Det är framför allt tack vare det starka genomslaget i massmedia som Designåret nått ut till breda grupper.

Designåret 2005: Presstatistik nov 2004 - jan 2006:
Spridning, antal artiklar i Sverige

Genom bevakning från Observer har vi följt hur Designåret har blivit omskrivet i olika delar av vårt land. Statistiken visar bl. a. att spridningen varit mycket bred och att kampanjen verkligen nått ut bra i hela landet.



7. *Svensk Form skall ansvara för och vidareutveckla den hemsida som upprättats för Designåret 2005 med ett kalendarium där samtliga aktiviteter presenteras samt bedriva ett aktivt informationsarbete och marknadsföra Designåret.*

Hela arbetet vid kampanjkontoret har organiserats för att i första hand fungera som en informations- och marknadsföringscentral under Designåret. Webbplatsen www.designaret.se har varit navet i informationen och den har fortlöpande utvecklats och förbättrats. Kalendariet omfattade i december 2005, när det stängdes för nya anmälningar, 1629 projekt och aktiviteter i hela landet och utomlands. Vi har spritt nyhetsbrev till ca 6600 prenumeranter och särskilda utskick till samtliga projektägare (ca 800 personer). Kampanjkontoret har hållit ett femtiotal anföranden om Designåret vid seminarier, konferenser och större möten. Vi räknar med att vi på det sättet har träffat mellan två och tre tusen personer. Medverkan i mässor, produktion av egna utställningar och den breda verksamheten i Designinfo och Designexpo i Kulturhuset i Stockholm har haft stor betydelse för våra möjligheter att nå ut. Vidare har den aktiva

samverkan med kronprinsessan Victoria liksom med företrädare ur regeringen sammantaget bidragit till att informations- och marknadsföringsarbetet kunnat genomföras på ett aktivt och effektivt sätt med goda resultat.



NK i Göteborg och Stockholm gav oss ett generöst samarbete och fri användning av skyltfönstren, precis vid Designårets inledning. Utställningen Design x 6 tog upp sex olika teman och visades under tre vinterveckor.

8. *Varje medverkande institution svarar själv för de verksamheter de vill genomföra under Designåret 2005. Svensk Form skall dock medverka till utvecklingen av enskilda projekt och vägleda i planering och till möjliga samarbeten när så behövs och är möjligt. Svensk Form skall kontinuerligt utveckla kvaliteten i Designåret 2005.*

Rollen som rådgivare och kontaktskapare har varit viktig för kampanjkontoret. Vi har stått i nära förbindelse med dem som valt att delta genom egna projekt och aktiviteter under året och kampanjkontoret har varit öppet och bemannat under hela kampanjperioden. Arbetet med kvalitetsutveckling när det gäller externa projekt hade varit enklare med en budget för att kunna gå in och stötta projekt ekonomiskt. Utan sådana resurser har vi framför allt fungerat som rådgivare och bollplank. Vi har också kunnat använda våra nätverk för att förmedla kontakter regionalt och lokalt. Där har SVIDs nätverk och Svensk Forms regionalföreningar spelat en viktig roll.



Designstudio Värmland drev det nationella projektet "Förpackningen som värdeskapare". Projektet var ett av delprojekten i det nationella programmet "Design som utvecklingskraft" och genomfördes på uppdrag av Stiftelsen Svensk Industridesign (SVID) och Näringsdepartementet. Under Designåret 2005 arrangerades ett flertal olika events bland annat utställningen "Öppna här – en utställning om förpackningsdesign", föreläsningsserien Resa i Design och förpackningsseminariet Pacsem.

Det främsta målet med "Förpackningen som värdeskapare" har varit att bidra till att nya innovativa förpackningskoncept utvecklas.

Genom det beslut om ytterligare bidrag till genomförandet av kampanjen för Designåret 2005 som regeringen fattade den 1 september 2005 uttrycktes de långsiktiga ambitionerna med kampanjen särskilt tydligt. Kampanjkontoret har kontinuerligt och strategiskt arbetat med att stärka och synliggöra de delar av innehållet i Designåret som själva har sådana ambitioner. De regionala nätverken, kontaktytorna mellan formgivare och uppdragsgivare vid t.ex. mässor och bredast möjliga genomslag och intresse hos allmänheten har varit viktiga prioriteringar. Startskottet för Design den 1 december 2005 var det enskilt viktigaste egna initiativet från kampanjledningens sida för att stärka långsiktigheten.



Designåret 2005 har på en mängd olika sätt gett belysning åt de sju teman som regeringen tidigt angav. Kampanjkontoret producerade bl.a. en serie affischer på dessa teman. Affischerna syntes bl.a. i utomhusreklam i Stockholms innerstad. Vi distribuerade också utan kostnad affischerna, och mycket annat kampanjmaterial, till många projektägare och andra intresserade.

Ekonomiska förutsättningar

Statlig finansiering

Kampanjen för Designåret 2005 har finansierats genom bidrag från regeringen (Näringsdepartementet och Utbildnings- och kulturdepartementet).

Finansieringen under treårsperioden 2003 - 2005 var 14 miljoner kronor. Utbildnings- och kulturdepartementet har lämnat bidrag på 2 miljoner kronor genom två olika beslut; den 18 december 2003 och den 1 september 2005.

Näringsdepartementet har stått för kampanjens huvudsakliga finansiering genom fyra regeringsbeslut den 13 februari 2003, 19 februari 2004, 22 december 2004 och 17 februari 2005. Genom dessa beslut har 12 miljoner kronor fördelats till kampanjen för Designåret 2005.

Designåret 2005 är ett av tio nationella projekt som Näringsdepartementet totalt beslutat bidra med 60 miljoner kronor till. Det är alltså från dessa medel 12 mkr av den totala finansieringen av kampanjen för Designåret 2005 kommer. SVID har varit huvudman för nio nationella och ett antal regionala projekt och Svensk Form har alltså haft uppdraget att förbereda och genomföra kampanjen Designåret 2005.

Andra finansiärer

Denna rapport handlar i huvudsak om Svensk Forms arbete som kampanjledare. Det är dock viktigt att notera att innehållet i Designåret i stora delar skapats genom andra aktörers starka engagemang. Det är således resurser från många håll som har satts i rörelse genom kampanjen.

De 1629 projekt och aktiviteter som utgör det huvudsakliga innehållet i Designåret 2005 har vart och ett sin egen finansiering, helt och hållet utan ekonomiska bidrag från vår sida. Kommuner, företag, organisationer och föreningar har tillsammans med statliga medel, EU-finansiering och ideella krafter har samverkat för att göra designprojekt möjliga. Detta faktum gör det svårt för oss som kampanjledning att ställa krav på projekten, att t.ex. begära att informationen på vårt kalendarium hålls uppdaterat av projektägarna (vi har skapat tekniska möjligheter för dem att själva uppdatera kalendariet), att trycksaker och publikationer skickas till oss eller att resultatrapporter lämnas in. Vi har dock på en mängd olika sätt uppmanat projektägarna att delge oss sina resultat.

Kampanjkontoret har i samverkan med olika företag fått viktiga resurser i form av teknisk utrustning, möbler, kaffe, trycksaker m.m. Vi har inte beräknat det ekonomiska värdet av dessa resurser.

Kampanjkontoret har fått full särskild finansiering för publikationen "Sökord: Design" som producerades hösten 2004. Skriftens primära målgrupp var svenska och engelskspråkiga journalister och skribenter. Finansieringen kom från stiftelsen Framtidens kultur och UD tillsammans med de statliga myndigheter som ingår i Nämnden för Sverigefrämjande i utlandet, Stockholmsmässan, Stockholm Visitors Board och SVID.

Hur stora belopp har omsatts totalt?

När det gäller de ekonomiska delarna är det mycket svårt att beräkna hur stora belopp som omsatts i de 1629 projekten. Den nationella statliga finansieringen till programmet Design som utvecklingskraft, i vilket Designåret 2005 ingår, omfattar 65 miljoner kronor. Totalt har flera hundra miljoner omsatts och vi har i det följande försökt göra en grov uppskattning.

De statliga myndigheter som haft i uppdrag att medverka i Designåret rapporterar sina verksamheter direkt till regeringen den 1 mars 2006. Om man räknar in de totala resurser som använts inom dessa 150 myndigheter för att stärka och utveckla arbetet med form och design under 2005 är vår, mycket preliminära och försiktiga, bedömning att i genomsnitt 500 000 kronor per myndighet omsatts. Det skulle, om vår bedömning kan stämma, ge en total summa på åtminstone ca 75 miljoner kronor.

De 1629 projekten och aktiviteterna i kalendariet har stora skillnader i ambitionsnivå och i hur resurskrävande de är. Det finns å ena sidan mycket begränsade projekt som kanske har kostat ca 10 000 kronor att genomföra och som i hög grad byggt på ideellt arbete. Det finns å andra sidan många projekt som haft större budgetar, t.ex. Riksutställningars 100 tankar om Konsthantverk, Formbart på Liljevalchs konsthall och SVTs programserie 365 / Design. Ett överslag där vi uppskattar ett genomsnitt på ca 100 000 kronor per projekt bedömer vi som lågt räknat. Det skulle ge en samlad summa kring 163 miljoner kronor totalt.

Sammantaget bedömer vi alltså att flera hundra miljoner kronor har omsatts för att utveckla form- och designområdet under 2005. Av dem kommer säkert merparten från olika offentliga aktörer. Kommuner, länsstyrelser och andra statliga aktörer har varit starkt engagerade i de flesta delar av landet. De privata resurserna har också varit mycket betydelsefulla för att skapa ett bra innehåll i Designåret.



Riksdagen öppnade sina lokaler för Designåret. Föreningen Samhälle, politik och näringsliv initierade, tillsammans med Designårsgruppen för innovation och tillväxt, en utställning med projekt från designhögskolorna. Kampanjkontoret producerade utställningen med hjälp av elever vid curatorsutbildning på Stockholms Universitet.

Utställningen – Design varje dag – visades under riksdagens sista arbetsvecka innan sommaren 2005, då bl.a. partiledardebatten hölls. Vi höll också en pressträff tillsammans med många av formgivarna i Riksdagshuset. Utställningen flyttades sedan till Designinfo i Kulturhuset i Stockholm för att allmänheten skulle få möjlighet att ta del av den.

Bidragets användning

Kampanjkontoret har använt de anvisade resurserna för att bygga upp och bemanna kampanjkontoret vid Svensk Form. De medel vi har disponerat har uteslutande använts för olika slags utåtriktade marknadsföringsinsatser. Svensk Forms styrelse har fortlöpande följt arbetet med kampanjen genom skriftliga och muntliga rapporter från projektledaren till varje sammanträde. När det gäller de ekonomiska delarna har styrelsens ekonomiutskott tagit särskilt aktiv del i kampanjledningens budgetarbete och noga följt utvecklingen för att säkerställa att de givna ramarna hölls och att ekonomihanteringen sköttes på ett bra sätt.

Kampanjkontoret har konsekvent avböjt alla förfrågningar från olika aktörer som bett om bidrag till projekt. Vi har gjort ett enda undantag från den regeln och det rör de fem regionala Designårskonferenser som arrangerades under våren 2004 i Växjö, Malmö, Göteborg och Stockholm samt något senare i Umeå. Huvudmännen för dessa arrangemang erhöll var och en ett bidrag på 40 000 kronor. Våra intäkter kommer bl.a. från bidrag till Sökord: Design och arvode för medverkan i kommersiella konferenser.

Här följer en sammanställning av hur intäkter och kostnader fördelat sig under hela kampanjperioden 2003 – 2006.

Intäkter

Statsanslag	14 000 000
Övriga intäkter	380 000
Summa intäkter	14 380 000

Kostnader

Marknadsföring	5 400 000
Frakt, transporter, resor	380 000
Administration, kontor	2 200 000
Personal	5 600 000
Totalt under 2006	800 000
Summa kostnader	14 380 000

Redovisning av vissa särskilda kostnader inom sammanställningen ovan, exkl. personalkostnad

Publikationen Sökord: Design	260 000
Mässor och regionala designkonferenser	490 000
Designinfo i Kulturhuset i Stockholm	230 000
Startskottet för Design	190 000



Sökord: Design har tryckts i 6000 ex. Den ger en orientering om form och design i Sverige och skrevs på svenska och engelska. Skriften spreds bl.a. till många av de journalister och skribenter från andra länder som reste hit i syfte att bevaka det svenska Designåret.