



DE INDUSTRIELLE IKONER : I DANMARK



DE INDUSTRIELLE IKONER: I DANMARK

Industrielt design gennem 250 år

“Et hus er en bomaskine. Bad, sol, varmt vand, koldt vand, varme hvis man er interesseret, konservering af mad, hygiejne, skønhed i form af gode proportioner. En lænestol er en siddemaskine osv.

Vores moderne liv har skabt sine egne objekter; dets kostume, dets penne, dens skrivemaskine, dets telefon, dets møbler, dets sikkerheds barbermaskiner, bowlerhatten, limousinen, oceandamperen og flyvemaskinen. Vores egen epoke udvikler sin egen stil dag for dag.”
(Le Corbusier *L'èprit nouveau 1925*)

“Er Sporvognene, Bilerne, Cyklerne, Kioskerne, Butikkerne, Reklamerne, Aviserne ikke en ny, frodig side i Menneskeaaanden?

Er Telegrafene, Togene, Aeroplanen ikke en Blomstring, som pludselig finder sted i Verdenshistorien efter Aartusinders monotone mørke?”

(Emil Bønnelycke *Asfaltens Sange 1918*)

Vi er omgivet af et utal af industrielle produkter i form af stole, køleskabe, støvsugere, briller, ure, glas, lamper, bestik, barbermaskiner, tøj, biler, cykler, tæpper, radioer, computere. Fra vi står op om morgenen, til vi går i seng, fungerer de som uundværlige tjenere i vores travle hverdag. Industrielt design er også at finde i det offentlige liv i form af blandt andet gadeskiltning, gadelamper, bænke, toge, reklame, grafik, websites. Det særlige ved industrielle produkter er, at de er fremstillet ved hjælp af maskiner, moderne højteknologi eller computer. Industrielt design er forbundet med idéen om masseudbredelse og er i den forstand forbundet med et demokratisk ideal, idet maskinfremstillingen har sat produktionsomkostningerne ned og herved muliggjort, at den brede befolkning kan købe produkterne til ofte rimelige priser. Opkomsten og udviklingen af industrielt design er led og del af den industrialisering, som har fundet sted i det sidste ca. 250 år. I denne relativt korte tid har vores samfund udviklet sig med en enorm hast og forvandlet sig fra at være et samfund, hvor håndværket stod i centrum, til et høj-



Reklamebillede Nilfisk, ca. 1932.

Foto: Ole Wolbye, Kunstindustrimuseet.

teknologisk, globalt samfund med hastigt cirkulerende strømme af billeder, produkter og bits. I dag ser vi tilbage på den første industrielle tidsalder som en svunden tid.

“Den anden industrielle revolution manifesterer sig ikke som den første med knusende tunge billeder af metalvalser og presser og flydende stål, men som bits i en informationsstrøm, der bevæger sig i kredsløbene som elektroniske impulser. Stålmaskinerne står der stadig, men de adlyder vægtløse bits.”

(Italo Calvino *Til det næste årtusinde*)

Vi lever i et turbulent, højteknologisk samfund, der bestandigt er på vej til at nå nye, teknologiske landvindinger, der kan forbedre menneskets hverdag eller gøre det muligt at være lige en tand mere effektiv. Det højteknologiske samfund er fuldt af innovative muligheder, men det kan også opleves som en forvirrende, hektisk og rastløs tidsalder, der er svær at retningsbestemme. Med transportmidler som biler, tog og fly har mennesket for alvor opnået en ny oplevelse af fart og tempo. Samtidig har transportmidlerne været med til at binde lande og lokalområder sammen og skabt en forudsætning for den globalisering, som vinder større og større indpas i dag.

Vores hverdag er i dag præget af det nyeste informationsdesign i form af onlinestationer, mobiltelefon, bærbare pc'er, cyberspace, websites og mailcities. Traditionelt set har industrielt design været bundet til det materielle, været fysisk og konkret nærværende. Den informationsteknologiske revolution har sprængt designfeltet ud af dette, det konkrete og fysiske rum, til også at indbefatte produkter med en mere flygtig, virtuel dimension. Der er stor forskel på en funktionel stol og en hjemmesides navigationsarkitektur. Design er rykket ind i chipsenes verden, ind bag computerens brugergrænseflade, og der arbejdes nu med multimedier og hybride former, der inddrager tekst, grafik, billede og lyd. Det springende punkt for digitalt design er, at det rykker ved forestillingen om skellet mellem materielt og immaterielt, idet den flimrende skærm ophæver det fysiske rum. Det er genstande, der er formidlere af et rastløst tempo, hvad angår kommunikation og information, men som også giver nye muligheder for at kommunikere på tværs af landegrænser og kulturelle skel. Industrielt design er altså et begreb i rivende udvikling, og det omfatter i dag ikke kun tekstil, transportmidler, grafik, møbler, husgeråd og apparater, men også produkter af mere virtuel karakter som websites, interaktivt design, corporate identities m.m.

Begrebet industrielt design

Selvom industrielt design har rødder tilbage i 1700-tallet, kom begrebet industrielt design først for alvor i spil i dansk sammenhæng fra omkring 1950. Her opstod de første egentlige tegnestuer for industrielt design. Det industrielle design var tiltænkt den brede be-



Bøjle- og bolthængelåse.

Design: **Jacob Brahe-Pedersen, 1990.**

Foto: Pernille Klemp, Kunstindustrimuseet.



Carlsberg pilsner og standardflaske, 1904.

Foto: Pernille Klemp, Kunstindustrimuseet.

folkning, og maskinfremstillingen gjorde det muligt at producere nye apparater, møbler, tekstiler m.m. til fornuftige priser. Men for at sætte ting i industriel produktion skulle producenten have en tiltro til, at produktet kunne sælges i et større omfang. I dag er begrebet blevet mere og mere omfattende, i og med at det bevæger sig fra det fysiske og konkrete felt til det virtuelle og interaktive felt.



Stelton termokande.

Design: **Erik Magnussen.**

Producent: **Stelton A/S, 1976.**

Foto: *Pernille Klemp, Kunstindustrimuseet.*

Hvad er et industrielt ikon?

Den traditionelle opfattelse af et ikon er forbundet med de religiøse ikoner, der viser billeder af Kristus, Jomfru Maria eller helgener. I den forstand har ikonet stået som formidler af det religiøse, det åndelige, op-højede, evige og enestående. Det er ikke i den forstand, at det industrielle ikon skal forstås. De industrielle ikoner har fået deres ikonstatus gennem deres masseudbredelse på tværs af sociale lag og via deres særlige formgivningsmæssige kvaliteter. De er ikke op-højede eller evige, men del af en mere profan massekultur og et omskifteligt og hurtigkørende produktionsmaskineri. De industrielle ikoner er produkter, der er blevet købt og kendt af "alle" og derfor er blevet en del af et kollektivt erfaringsunivers. Det industrielle designikon besidder et symbolsk lag betydning, der bevidst eller ubevidst har haft eller har en betydning for vores handlingsmønstre, tankeformer, livsstile og ritualer. Hvilke ting, der bliver ikoner, afhænger af, hvilken tid de er blevet skabt i. I starten af det tyvende århundrede udmærkede de industrielle produkter sig ved at være enkle, brugbare, funktionelle, industrielle ikoner. Her var det ofte anonyme produkter skabt af ingeniører, som blev hvermandseje, eller produkter skabt af designere, der lagde vægt på den ideelle type. Fra 1950'er-

ne skete der en gradvis ændring i opfattelsen af design. Møbler og industrielle produkter begyndte i langt højere grad at skille sig ud som særskilte individer med egne attituder og kropslige udtryk. Herved blev de industrielle produkter også i højere grad et socialt identifikationsstegn, der kunne fortælle om økonomisk formåen, sociale tilhørsforhold og drømme for fremtiden. Det ses tydeligt i Arne Jacobsens Myren, der skiller sig ud og er helt sin egen. Denne individualiseringstendens, hvad angår designets udtryk og form, er taget til i styrke fra 1950'erne frem til i dag, hvilket ses tydeligt i f.eks. Verner Pantons psykedeliske etagemøbler, der er stærkt skulpturelle – personificerede ikoner – eller Philippe Starcks biomorphe stole, der ligeledes skiller sig ud og er specielle.

De industrielle materialer

Når den industrielle designer vælger materiale, har det stor betydning for, hvordan produktet kommer til at se ud. Materialet har betydning for designets form, udtryk, konstruktion, funktion, holdbarhed, teknik, symbolske værdi og pris. De sidste hundrede år har været revolutionerende, hvad angår udvikling af materialer og nye produktionsmetoder:

Aluminium, rustfrit stål, hærde og termoplast hører til de materialer, som den industrielle designer foretrækker. I de senere år har designere i videre udstrækning arbejdet med bæredygtige materialer som bioplast, plantefibermateriale og genbrug af diverse materialer. En anden vigtig udvikling er udviklingen af nye, mutante materialer. Ingeniører, kemikere og designere har i de seneste år skabt blandingsmaterialer, der f.eks. betyder at aluminium får større styrke ved at blive sammensmeltet med kobber, jern og silikone.

Endelig betyder denne udvikling af mutante materialer også fokus på genbrug og muligheder for omsmelting af skrot og affaldsprodukter til helt nye, unikke materialer, der besidder nye egenskaber med hensyn til styrke, bøjelighed, holdbarhed, karakter og udseende.

Den industrielle designproces

Udstillingen DE INDUSTRIELLE IKONER lægger vægt på designprocessen i form af skitser, modeller, produkttyper m.m. Herved bliver det muligt at gå bag om produkter og få en fornemmelse for, hvordan de er blevet til.

Den industrielle designer indtager en vanskelig nøgleposition mellem brugernes behov på den ene side og hele produktionssfæren på den anden. Der er altså flere ting, der skal tilgodeses på en gang.

Når et industrielt produkt bliver skabt i dag, arbejder designerne sjældent alene, men er nødt til at arbejde sammen med ingeniører og teknikere, programmører, marketingsfolk, animatorer m.fl. På den måde bliver det industrielle fremstillede designobjekt et produkt. Den industrielle designer er afhængig af produktionsteknikker, økonomi og afsætning. Det betyder, at designprocessen er knap så fri og ubunden som den, kunsthåndværkeren kan opleve. Til gengæld er arbejdet med industrielt design udfordrende, fordi det er baseret på samarbejde og på helt ny teknologiudvikling.



Vejskilte.

Design: **Knud V. Engelhardt.**

Producent: **Gentofte Kommune, 1923.**

Foto: *Pernille Klemp, Kunstindustrimuseet.*

Dansk industrielt design – tendenser og udviklinger gennem det sidste århundrede

I starten af 1900-tallet blev industrielle produkter ofte udviklet af anonyme designere. Men langsomt udvikledes en stadig større professionalisering, hvad angik design af industrielle fremstillede produkter. En af de første store, fremtrædende, industrielle danske designere var Knud V. Engelhardt (1882-1931), der både skabte typografi og industrielle brugsgenstande. Engelhardt arbejdede med en moderne, ornamentfri æstetik, hvor formen skulle følge funktionen, men ikke på den kølige og rationelle facon, som det f.eks. ses på Bauhaus og hos Le Corbusier. Han lagde vægt på enkle, funktionelle løsninger baseret på den ideelle type. Han arbejdede med et enkelt, rensat formsprog, hvor han søgte at integrere de håndværksmæssige kvaliteter i nye produktionsteknikker. I midten af 1920'erne udformede han Gentofte Kommunes vejskilte og skabte herved et klart aflæseligt navigationssystem – et gennemført og eksemplarisk design i det offentlige rum. Engelhardt indsamlede det, vi i dag ville kalde anonymt design i form af værktøj, sandaler, bestik, beslag og kurve, som han studerede nærmere med hensyn til teknik, funktion og materiale. Han var af den opfattelse, at et godt design skulle være gedigent og upåfaldende, og at den hensigtsmæssige formbearbejdelse netop var foregået anonymt inden for folkekulturen. Det er et sammenfald med Kaare Klint, der i 1926 oprettede en møbellinie på Kunstakademiets Arkitektskole, der fik afgørende betydning for dansk møbeldesign. I sine møbelstudier var Klint ligesom Engelhardt optaget af funktionsanalyse, opmåling og folkekulturens anonyme forædlingsprocesser. Kaare Klints egne møbler blev ikke sat i industriel produktion, med undtagelse af hans Kirkestol, men hans rationelle tilgang til møbelfaget var en metode, der rakte frem mod den industrielle produktion. Det ses tydeligt i møbler af Børge Mogensen, der var elev hos Kaare Klint. Han arbejdede videre med de klint'ske idealer, men fik sat sine møbler i industriel produktion.



PH5.

Design: **Poul Henningsen.**

Producent: **Louis Poulsen & Co A/S, 1958.**

Foto: *Pernille Klemp, Kunstindustrimuseet.*

Det klasseløse design

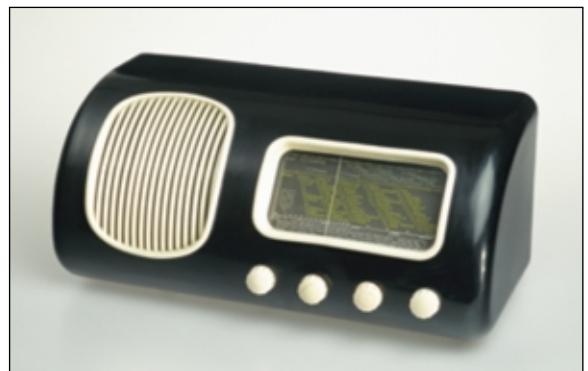
For de radikale arkitekter og kulturdebatører bag Kritisk Revy, Poul Henningsen, Edvard Heiberg m.fl., blev de industrielle produkter set som led og del af en ny, demokratisk kultur.

PH's lysarmaturer repræsenterer syntesen af det moderne med den tiltagende elektrificering, lys, luft og renlighed og bliver samtidig et billede på demokrati og oplysning. Det fortrængte skulle i freudiansk forstand bringes frem i lyset. For PH og de andre kulturradikale betød det renhed, sandhed og mentalhygiejne. Dunkle hjørner og mørke kroge blev opfattet som usunde. I Kritisk Revy skriver PH en lang række smædeskrifter mod den overprydede, historistiske stil: Det, han kaldte for den borgerlige plydsstil med hang til ornamentsalat og luksuriøse materialer. I stedet taler han for en produktkultur, der forener anvendelse og skønhed. Selvom en dyr ting kan være lige så smuk som en billig, betyder PH's sociale indstilling, at en dyr ting er unødvendig luksus og derfor umoralsk. Poul Henningsens funktionalistiske standpunkter udkrystalliserede sig i 1925 i den første PH-lampe for Louis Poulsen og Co. Med sine standardiserede elementer lod den sig industrielt fremstille og blev indledningen til en lang produktion af forskellige PH-lamper, der alle repræsenterede syntesen af det moderne med den tiltagende elektrificering, lys, luft og renlighed. I dag er PH-lampen blevet et slags nationalt ikon, og udtryk for god smag.

Denne saglige, funktionsbestemte funktionalisme ses også på Holmegaard, hvor Jacob Bang skabte en række dekorationsløse, enkle ølglasser med navnet Hogla. Denne idé om at skabe gode, enkle, industrifremstillede hverdagsprodukter bredte sig som ringe i vandet og kom også til at omfatte bestik, keramik m.m.

Streamline i Danmark

Inden for det nye radio- og kommunikationsdesign er det oplagte eksempel Bang og Olufsen, der blev anlagt i 1925. B&O er i dag det eneste kommunikationsapparatfirma, der har overlevet den internationale konkurrence, som ikke mindst skyldes satsningen på at skabe en kvalitetsbevidst, nyskabende og teknologireflekterende designprofil. Det særlige for B&O var, at de hentede stor inspiration fra Art Deco og amerikansk streamline, mere end fra de danske traditioner. Det ses tydeligt i den radio, som B&O lancerede i 1938, den såkaldte Beolit 39. Fra slutningen af 1920'erne udvikler designere inden for amerikansk streamline bygninger, interiører, telefonbokse, radioapparater, busser m.m. med rundede former med polerede metallister og et funklende genskin. Et godt eksempel på amerikansk streamline er Raymond Loewys Greyhoundbusser og hans Coldspot køleskab fra 1950. Raymond Loewy skaffede sig strømlinede salgskurver, da han med sit Coldspot køleskab skabte "Køkkenets Cadillac". Loewy fik med dette køleskab skabt et toptunet køleskab, der udtrykte spænding, energi, vitalitet og fart. Han var meget opmærksom på, at hans strømlinede design ikke blev forbundet med maskinalderens bagside – fedtet olie, brølende motorer og hurtig fabrikation. Den aerodynamiske styling, der helt igennem var forbundet med stålets blanke overflader, var en stilret-



Beolit 39.

Design og producent: **Bang & Olufsen, 1938.**

Foto: *Pernille Klemp, Kunstindustrimuseet.*



Radio Mighty Monarch of The Air.

Designer: **Anonym.**
Producent: **Majestic.**
Materiale : **Bakelit, ca. 1930.**

ning, der formåede at pakke de industrielle produkter ind i et hylster, der gav dem en sensuel udstråling, der gav løfter om en fremtid båret af lethed, smidighed og hurtighed.

Beolit 39 er skabt af bakelit, datidens plastik, hvilket på dette tidspunkt var en radikal fornyelse set i forhold til de eksisterende trækabinetter. Radioens form udtrykker fart og elegance på samme måde som tidens strømlinede modeller fra Detroit i USA. De elfenbensfarvede karbamidknapper og instrumentpanelet skaber kontrast, og højttalerne, der ligeledes er elfenbensfarvede, er skabt med inspiration fra kølergrillen på en af de nye, store, strømlinede amerikanske biler af Harley Earls. Ligesom med Loewys køleskab implementeres dele af bilers design i andre mere statiske genstande, hvorved de bliver fartfyldte. Set i forhold til amerikansk streamline var B&O's radio dog en mere afdæmpet og modificeret udgave. B&O har fulgt med udviklingen inden for apparatdesign og er stadig den dag i dag et succesfuldt firma, der fremstiller eksklusivt apparatdesign.

Det danske gennembrud – organisk modernisme

Efter anden verdenskrig og de første efterkrigsårs materiale-mangel fulgte en ny, blomstrende periode for dansk design. Det var de tre designere Finn Juhl, Hans J. Wegner og Arne Jacobsen, der med deres organiske modernisme slog igennem i udlandet, først og fremmest USA. Deres stole skilte sig ud fra de gængse sto-

letyper. Myren af Arne Jacobsen er et godt eksempel på en stol, der med sin smaltaljede myreform bliver til en skulpturel form, men som samtidig er praktisk og anvendelig. Høvdingestolen af Finn Juhl er ligeledes inspireret af tidens organiske kunstnere som Brancusi og Arp. Den udmærker sig ved at være en stærkt skulpturel stol. Den er ikke industrielt fremstillet som Myren, men et udtryk for det fineste møbelsnedkerhåndværk. Bag Høvdingestolens perfekte og glatte fremtoning ligger en langvarig proces, der omfatter omhyggelig formbearbejdelse, konstruktion, samling, slibning, polering og overfladebehandling. Hans J. Wegner skabte med sin Y-stol en god og gedigen stol, hvor der er lagt vægt på materialernes taktilitet, anvendelighed, materialernes indbyrdes syntaks og holdbarhed og funktionalitet. Det er en stol, der fremstilles ved at kombinere den danske håndværkstradition med industrielle fremstillingsmetoder. Disse stole tiltalte den yngre, individualistiske generation, der ville have stole med personlighed.

Denne nye, frie og mere individualistiske formgivning, der er kropsligt svungen og skulpturel, breder sig også til apparater og husgeråd. Designerparret Acton Bjørn og Sigvard Bernadotte skaber Margrete-skålen, der har dette organiske, halvtredser-bløde touch. Det ses også i B&O's barbermaskine SH4.



Y-stolen.

Design: **Hans J. Wegner.**

Producent: **Carl Hansen & Søn Møbelfabrik A/S, 1950.**

Foto: *Pernille Klemp, Kunstindustrimuseet.*

Plastik, massekultur og pop

I 1960'erne sker en markant ændring inden for designområdet. At sikre lys, luft og kvalitetsboliger og møbler til den brede befolkning står ikke længere som det primære mål. I løbet af 1960'erne eksploderer forbruget pga. en stærk økonomi, lave oliepriser og en industri, der for alvor er gearet til masseproduktion. Den nye tid kræver sit eget udtryk formgivningsmæssigt, og der opstår en modvilje mod fremherskende idealer om renhed, enkelthed, og om at form skal følge funktion. Med den amerikanske arkitekt Robert Venturis humoristiske omskrivning "less is a bore" og "more are more" opfordres alle til at kaste sig ud i spraglene farver og mønstre, lege med symboler, plastik og kitsch. Sammen med ønsket om kropslig frigørelse og nye samværsformer fungerer dette opgør som en drivkraft i formgivningen fra 1960'erne og frem til i dag. Samtidig er der en række designere, der holder fast i modernismens idealer og fortsat forfiner traditionens formsprog.



Visiona II.

Design: **Verner Panton, 1970.**



Paletserien af Michael Bang.

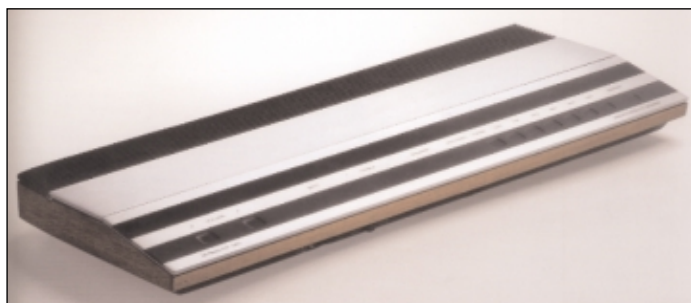
Producent: **Fyns glasværk, 1970 -1971.**

Foto: *Pernille Klemp, Kunstindustrimuseet.*

Massekulturens design er et materialelandskab af populære pangfarver: Inspirationen kommer dels fra reklamernes farvestærke budskaber, dels fra de mange nye plastmaterialer. Roland Barthes kalder plastik for et magisk materiale, fordi det kan antage enhver form: "Det er mere end substans, det er selve idéen om sin egen uendelige forvandling".

Pantons S-stol er blevet et ikon for popkulturen og er den første helstøbte stol i plastik. En behagelig, fjedrende frisvinger, der fremstilles i pangfarver.

En anden dansker, Michael Bang (f. 1944), skaber den farvestrålende husholdningsserie "palet" for Fyns Glasværk i Odense. Serien omfatter krydderiglas, vaser, skåle, salt- og peberbøsser, der er fremstillet af overfangsglas (dobbeltlag glas med luft imellem) og introducerer popæstetikken i de danske køkkener.



Beomaster 1900.

Design: **Jacob Jensen.**

Producent: **Bang & Olufsen 1976.**

Foto: *Pernille Klemp, Kunstindustrimuseet.*

Cool Look: Ulm-inspiration i Danmark

I Danmark var der en gruppe af designere, der i 1960'erne lod sig inspirere af det cool apparatdesign, som blev udformet på Hochschule für Gestaltung i Ulm (1951-1968) i datidens Vesttyskland. På Ulm blev en række formgivningsprincipper fra Bauhaus videreudviklet. Der blev arbejdet med funktionsbestemt design præget af en enkel geometri. Der blev lagt vægt på den rette matematiske formel og det rene maskinæstetiske udtryk. Dette "Ulm look" ses meget tydeligt hos designeren Jacob Jensen i hans udvikling af B&O-radioer.

Corporate identity

I 1970'erne opstod begrebet corporate identity inden for danske virksomheder. Det vil sige en samlet designprofil, hvad angår emballage, annoncer, plakater, salgsprospekter, bomærker, logoer m.m. Det handlede om at skabe en total identitet, der skulle gennemtrænge virksomheden på alle planer; og som herved skulle synliggøre den værdi og struktur både over for de ansatte og i forhold til markedet og den øvrige offentlighed. I Danmark blev gennemførelsen af DSB's gennemgribende og stærkt moderniserede stilprogram fra 1970-71 et godt eksempel på corporate identity.

I dag er denne idé om corporate identity udvidet med brandingstrategier, der gennem forskellige reklameformer skaber produktets identitet.

Papcorn.

Design: **Anne Bannick og Lene Vad Jensen, 2003.**

Foto: *Pernille Klemp, Kunstindustrimuseet.*



Ergonomi og socialt engagement

I skandinavisk design er der en mangeårig tradition for social ansvarlighed, hvilket har bevirket, at flere designere har interesseret sig for ergonomiske studier og produktdesign af hjælpemidler til handicappede. På baggrund af omfattende forundersøgelser af alle typer handicap har designeren Karen Scou Andersen f.eks. skabt spisebestikket "Select" (1979-81). Bestikket er designet for folk med nedsat funktion i arme og hænder. Hvor grebet i normalt bestik især bygger på håndledets kraft, tilgodeser "Select"s kraftige greb hele armens kraft. Andre fremstrædende produkter er injektionspennene til insulin fra Novo Nordisk samt de hygiejniske stomiposer fra Coloplast udviklet af blandt andre Eskil Højland.

Økologi og bæredygtighed

– En ny ansvarlighed

Den rasende forbrugerkultur har vist sig at have en kraftig skyggeside i form af global opvarmning, spildevandsudledning, rovdrift på jordens ressourcer og voksende affalds bjerge. Dette har siden 1970'erne affødt protester fra en lang række græsrodsbevægelser og præget den politiske debat. I 1974 resulterer det i en egentlig miljølovgivning. Økologi, bæredygtighed og grønt regnskab indgår nu i debatten omkring forbrug og design. Formgivere arbejder i dag bevidst med økologiske træsorter og fibre. Et godt eksempel er Anne Bannicks og Lene Vad Jensens engangsservice med navnet "papcorn". Det er skabt af komposterbart bioplast. Formerne refererer til menneskekroppen og de hulrum, der dannes mellem bryster, i skødet og i håndfladen. Idéen var oprindeligt at skabe service af spiselige fibre ud fra devisen: Spis tallerkenen.



Appel Computer.

Industrielt design på tærsklen til et nyt årtusind

Den nye generation af unge industrielle designere, i såvel Danmark som i udlandet, har udvidet designfeltet. Formgivningen inspireres nu i højere grad af internationale strømninger og præges af en mangfoldighed af forskellige individuelle udtryk. Funktionaliteten er ikke nødvendigvis blevet glemt, men er blevet podet med fortælling og fantasi. Materialerne er i forvandling, former folder sig organisk ud, og designs sociale og kommunikative funktioner udforskes. Der arbejdes endvidere videre med den bæredygtige og økologiske dimension. Nutidens designere forholder sig til den voksende storbykultur med onlinestationer, bærbare pc'er, mobiltelefoner m.m.

Computerteknologien har haft afgørende betydning for design og vil også have det i fremtiden. De nye 3D-programmer giver designere helt nye muligheder i formgivningsprocessen. Webdesign udvikles til stadighed og antager nye, overraskende former, som samtidig udforsker brugervenligheden.

Det, der præger designfeltet på tærsklen til det 21. århundrede, er at udvikle design, der bidrager til mere tid i en fortravlet hverdag, som sikrer en bæredygtig udvikling, og som forholder sig til en fragmenteret, globaliseret verden.