

Dansk designpolitik før og nu

Christina Melander & Christian Bason

Danmark er et land, som under skiftende regeringer har formuleret ambitiøse nationale designpolitikker. Siden 1997, hvor Danmark fik sin første designpolitik, har der fra politisk hold været satset strategisk på design. Både i forhold til at styrke den historisk stærke rolle, design har spillet internationalt siden 1950'erne og 60'erne, men også for fortsat at fremme anvendelsen af design i dansk erhvervsliv og i samfundet generelt. Historien om dansk designpolitik er dermed historien om, hvordan der i Danmark er satset strategisk på at sikre såvel kontinuitet som udvikling af nye strategiske indsatser for design, nationalt og internationalt, som såkaldt designpolitik.

Parallelt hermed har design som et sæt af metoder til udvikling og forandring i stigende grad været bragt i anvendelse til at udvikle nye politikker på strategisk og politisk niveau. Ligesom virksomheder kan have gavn af designmetoder til kundeinvolvering, visualisering af idéer og koncepter og fremstilling af prototyper, har udviklingen i Danmark i de senere år demonstreret, at offentlige myndigheder som ministerier, regioner og kommuner eller institutioner har haft positivt udbytte af design. Over det seneste årti er der i særdeleshed sket en betydelig stigning i anvendelsen af designmetoder til at nytænke offentlige indsatser, både på operationelt niveau (service) og på strategisk niveau (politik). Her er design et redskab til at skabe offentlige politikker, services og indsatser: såkaldt policydesign.

Fra guldalder til designpolitik

”Mindst 80 procent af danske virksomheder skal efter 5 år vurdere, at design har effekt på konkurrenceevnen mod 62 procent i dag.”¹

Ovenstående målsætning stammer fra Poul Nyrup Rasmussen-regeringens Designredegørelse fra 1997 som et af flere mål. Redegørelsen regnes for Danmarks første nationale designpolitik, og faktisk for en af verdens første nationale designpolitikker.

Som bevæggrund for designpolitikken skrev daværende erhvervsminister Jan Trøjborg, at han anså den for at være en af de vigtigste erhvervspoli-

➡ En central aktivitet i Dansk Design Center, mens centret havde domicil på H.C. Andersens Boulevard (2000-2015), var udstillinger, der på bedste vis formidlede de nyere designtilgange såvel som bud på løsninger. Udstillingen Challenge Society stillede f.eks. skarpt på de udfordringer, vi står over for som samfund og gav samtidig bud på, hvordan designere og design-metoder kan bidrage med løsninger.

tiske brikker som respons på den skærpede konkurrencesituation, som den øgede globalisering affødte:

”Alt peger på, at masseproduktion i traditionel forstand er på vej ud. Kunderne i informationssamfundet vil have varer, der er skræddersyet til dem. Design bliver et helt afgørende parameter i konkurrencen om kunderne.”²

Den første designpolitik har siden tegnet rammerne for danske designpolitiske indsatser og initiativer, og anvendelsen af designkompetencer og -metoder har i stigende omfang været anset for vigtige redskaber til at skabe øget konkurrencekraft og innovation i erhvervslivet.

Listen af danske erhvervsucceser, hvor godt design skaber værdi for brugere og bedre bundlinje for virksomheder, er lang – og langt fra alene synonym med de store møbelklassikere tilbage fra midten af 1900-tallet. Alle de gode eksempler sammenholdt med, at vi i Danmark ikke har en samfundsmodel, hvor danske virksomheder som udgangspunkt kan konkurrere på løn, var grundlaget for, at den daværende regering i slutningen af 90'erne vedtog Danmarks første designpolitik. I en international sammenhæng er det særligt interessant, at dansk designpolitik overvejende har haft et erhvervspolitisk sigte, snarere end et kultur- eller uddannelsespolitisk fokus.

Øget designbevidsthed og øget designanvendelse

Overordnet set fokuserede den første danske designpolitik på tre områder: designfremme i erhvervslivet, designhensyn i den offentlige sektor og kompetenceudvikling på designområdet.

Et af de centrale initiativer, der blev taget for at udmønte den nye politik, var åbningen i 2000 af Dansk Design Centers domicil på H.C. Andersens Boulevard over for Tivoli i København. Dansk Design Center havde eksisteret siden 1978, hvor organisationen havde haft til huse i Dansk Industris bygning på Rådhuspladsen. Dansk Design Center var økonomisk støttet af både Dansk Industri og Erhvervsfremmestyrelsen med det formål at fremme brugen af design i danske virksomheder med et særligt



fokus på små og mellemstore virksomheder. Således havde der allerede inden vedtagelsen af den første designpolitik været en indsats for at udbrede kendskabet til designs værdiskabende potentialer for danske virksomheder. Men med opførelsen af Dansk Design Centers bygning fik Danmark også et synligt symbol på styrken ved dansk industrielt design. Bygningen, som var tegnet af Henning Larsens tegnestue, dannede rammen om udstillinger, designkonkurrencer i den offentlige sektor, Institut for Designrådgivning, designkonferencer og -seminarer m.v.³

Et andet initiativ, der blev taget for at fremme brugen af design i dansk erhvervsliv, var Designisbryderordningen, hvor virksomheder, der ikke tidligere havde samarbejdet med professionelle designere, kunne opnå tilskud til et udviklingsprojekt. På de knap fire år, Designisbryderordningen fungerede (1998-2001), blev der skabt designprojekter i mere end 400 danske virksomheder i samarbejde med omkring 120 forskellige designere og designvirksomheder.⁴

I december 2001 fik Danmark en ny regering under ledelse af statsminister Anders Fogh Rasmussen, som i udgangspunktet ikke prioriterede at føre en offensiv designpolitik med dertil hørende finansiering. Det førte til, at Designrådet i tæt samarbejde med Dansk Design Center igangsatte et intenst politisk lobbyarbejde.⁵ Der blev afholdt møder med de forskellige partiers erhvervsudvalg og udviklet casehistorier, der kunne dokumentere, hvordan navnlig mindre virksomheder i forskellige brancher havde opnået øget salg og eksport efter samarbejde med designere.

Dansk Design Center iværksatte i samarbejde med den daværende Erhvervsfremmestyrelse en større undersøgelse af, i hvilken udstrækning design skaber positiv værdi for virksomheder under titlen Designs Økonomiske Effekter.⁶ Undersøgelsen kunne dokumentere, at virksomheder, som anvender design, klarer sig bedre økonomisk end virksomheder, der ikke anvender design. Dermed har danske virksomheders designanvendelse også en positiv effekt på samfundsøkonomien. En anden væsentlig