

world, the uniqueness
of each nation is
becoming less tangible.
We will only be able to
set ourselves apart and
create our own special
status by being true to
our inner consciousness,
creative power, and
heritage.”

„Í sífelld minnkandi heimi
verður sérstaða þjóða
óáþreifanlegri. Við getum
aðeins staðið upp úr og
skapað okkur sérstöðu með
því að vera trú okkar innri
vitund, sköpunarkrafti
og arfleifð.“

M
A
G
M
A

MAGMA

Magma/Kvika - Íslensk samtímahönnun
Magma/Kvika - Icelandic contemporary design

Sýningastjóri / Curator
Guðrún Lilja Gunnlaugsdóttir

Ritstjórn / Editors
Pórhildur Elin Ellinardóttir, Halþór Yngvason, Guðbjörg Gissurardóttir

Textasmíði / Text
Pórhildur Elin Ellinardóttir

Þýðing / English translation
Lingua / Norðan Jökuls ehf.

Ljósmyndir / Photography
Gúndi Vigfússon (Pema- og umhverfis myndir)

Hönnun / Graphic design
Gott Fólk

Prentun og bókbönd / Printing and bookbinding
Prentsmiðjan Oddi

Listasafn Reykjavíkur / The Reykjavík Art Museum
Kjarvalsstaðir
Flókagata, 105 Reykjavík
www listasafnreykjavikur.is
listasafn@reykjavik.is
sími / tel. (+354) 590 1200

Útgefandi / Published by
© The Reykjavík Art Museum 2007

ISBN 9979-769-29-7

Panta bók / Orders
listasafn@reykjavik.is

Samstarfsaðilar / In collaboration with



Styrktaraðilar / Sponsors:



Formáli og þakkarorð

Eins og titill sýningarinnar Magma/Kvika ber með sér kraumar í sköpunarkrafti íslenskrar hönnunar. Sýningin býður áhorfandanum að skyggnast undir ólgandi yfirborðið og skoða verk eftir rúmlega sextíu hönnuði húsgagna, fatnaðar, skartgripa, bygginga, vefnaðar, tækninýjunga og matar. Fimm nýsköpunarverkefni hafa verið styrkt til frekari þróunar sérstaklega fyrir þessa sýningu.

Hönnun er gróskumikil grein sjónlista, þar sem líf og list mætast. Á Magma/Kviku er viðfangsefnið listræn hlið hönnunar og mikilvæg tengsl hennar við viðskiptalífið. Án hönnunar væri iðnaður vart mögulegur og án sköpunar væri umhverfi okkar dauft og litlaust, jafnvel þjakandi. Ráðist lífsgæði af gæðum hönnunar hlutanna í kringum okkur gefur sköpunargleðin á Kjarvalsstöðum í sumar okkur ástæðu til bjartsýni og fagnaðar.

Listasafn Reykjavíkur, sem stofnað var árið 1973, er stærsta myndlistasafn Íslands. Safnið sinnir hlutverki sínu, kynningu á fjölbreyttri samtímalist, með margs konar sýningum á þremur sýningarstöðum; í Hafnarhúsinu, á Kjarvalsstöðum og í Ásmundarsafni. Með sérstakri stöðuveitingu til rannsókna og sýningagerðar í byggingarlist, árið 1993, varð sú grein þáttur í starfi safnsins. Kynning á

annarri hönnun hefur verið skrykkjótt og það er löngu tímabært að fá yfirgrípsmikla úttekt á íslenskrari hönnun. Síðast var efnt til stórrar hönnunarsýningar á safninu árið 2000 en síðan hefur mikið vatn runnið til sjávar.

Sýningarstjóri, Guðrún Lilja Gunnlaugsdóttir, er í góðri aðstöðu til að vísa okkur veginn um íslenska samtímahönnun. Sjálf er hún virtur hönnuður, hér sem erlendis, og vann hún til Íslensku sjónlistaverðlaunanna 2006. Við erum henni afar þakklát fyrir þann kraft og þá alúð sem hún hefur lagt í undirbúning sýningarinnar.

Ég vil nota þetta tækifæri til að þakka einnig eftirfarandi aðilum fyrir stuðning við framtakið: Straumi Burðarás, sem er aðal styrktaraðili sýningarinnar, iðnaðar- og viðskiptaráðuneytinu og Listahátið í Reykjavík fyrir glæsileg framlög þeirra. Prentsmiðjunni Odda og grafískum hönnuðum á auglýsingastofunni Góðu fólki fyrir stuðning þeirra við útgáfu þessarar bókar. Hönnunarvettvangi fyrir samvinnuna við undirbúning sýningarinnar og loks vil ég þakka hönnuðunum sem taka þátt í sýningunni fyrir innblásin og hrifandi verk þeirra.

Preface and Acknowledgements

As the exhibition title, 'Magma/Kvika', suggests, this is a moment of simmering creative energy in Icelandic design. The exhibition offers a view beneath the crust through the work of more than sixty prominent designers of furniture, clothing, lighting, jewelry, architecture, textile, technical innovations and cuisine. The development of five new projects has been specially sponsored for this exhibition.

Design is a fertile area of visual culture, where art and life meet. Magma/Kvika explores the artistic side of design as well as its important connection to commerce. Without design, industry is hardly imaginable and without creative effort, our environment is bound to be dull and tedious, even oppressive. If our quality of life depends upon the quality of the design around us, the sheer creativity of the objects gathered at Kjarvalsstaðir this summer gives us a reason for hope and celebration.

Founded in 1973, the Reykjavík Art Museum is the largest visual art institution in Iceland. Its mission to present contemporary art in its many manifestations is carried out through diverse programs at the museum's three venues: Hafnarhúsið, Kjarvalsstaðir, and Ásmundarsafn. Architecture has been a part of the

museum programs since 1993, when a special position was established for the research and organization of architectural exhibitions. Other design has been an occasional focus at the museum, but a comprehensive look at recent developments in Icelandic design is long overdue. The last large-scale design exhibition was on display in the year 2000, and there has been much development in the intervening years.

The curator, Guðrún Lilja Gunnlaugsdóttir, is in a unique position to lead us into the world of contemporary Icelandic design. She is an internationally acclaimed designer herself and the winner of the 2006 Icelandic Visual Arts Award. The hard work that she has put into the preparation of this exhibition is much appreciated.

I like to take this opportunity to extend my gratitude to our main sponsor, Straumur Burðarás, to the Ministry of Industry and Commerce and the Reykjavík Art Festival for their generous support of the exhibition. Many thanks also to the printers of this catalogue, Oddi, and to the graphic designers from the advertisement agency Gott fólk. Their contributions have made this publication possible. I am grateful to the Iceland Design Forum for their cooperation and, last but not least, I want to thank the designers who participate in the exhibition for their inspired and inspiring work.

Það er eitthvað spennandi og ógrandi við að takast á við hið óþekkta. Þannig leið mér þegar ég var beðin um að vera sýningarstjóri þessarar sýningar. Það er eins og með veðrið á Íslandi, maður veit ekki nákvæmlega hvað maður er að fara út í.

Við val verka inn á sýninguna skutu nokkrar áleitnar spurningar strax upp kollinum:
Hvernig sýningu langar mig að skoða?
Hvað er að gerast í íslenskri hönnun í dag?
Hver er sérstaða íslenskrar hönnunar?
Er yfirleitt til nokkuð sem gæti heitið „íslensk hönnun“?
Hver eru tækifaerin sem hugarorkan gefur okkur?
Það fæst ekkert einfalt svar við þessum spurningum. Hönnun er nefnilega ferðalag í leit að uppgötvunum – og svo lengi sem við erum tilbúin að leggja af stað í þessi ferðalög verða til enn fleiri spurningar. Með sýningunni langaði mig að sjá hið óvænta og upplifa eitthvað sem snerti við mér og vonandi öðrum líka.

Og mig langaði til þess að áhorfandinn næði dýpri vitund um hvað hönnun er, hvaðan hún kemur og hver hugsunin er að baki verkanna. Hönnun á ekki að setja á stalla, hún er hluti af öllu umhverfi okkar og með þessari sýningu vil ég gera áhorfandann að þátttakanda.

Í sífellt minnkandi heimi verður sérstaða þjóða óáþreifanlegri. Við getum aðeins staðið upp úr og skapað okkur sérstöðu með því að vera trú okkar innri vitund, sköpunarkrafti og arfleifð. Það er vindur í seglunum og íslensk hönnun er í mikilli sókn. Verkin á Magma/Kvíku koma úr öllum áttum og endurspeglar ákveðnar andstæður; náttúran, borgin og samspil þessara aflu – svo ólík en falla vel saman. Heitið á sýningunni, Magma/Kvíka, endurspeglar að mínu mati stóðu íslenskrar hönnunar í dag, það kraumar undir – allt getur gerst.



There is something exciting and provocative about confronting the unknown. That was how I felt when I was requested to act as curator for this exhibit. It is like the weather in Iceland, one never knows precisely what one is venturing into.

In selecting works for the exhibition, several insistent questions arose immediately:

What kind of exhibition would I myself like to see?

What is happening in Icelandic design today?

What is unique about Icelandic design?

In fact, is there anything that might be called "Icelandic design"?

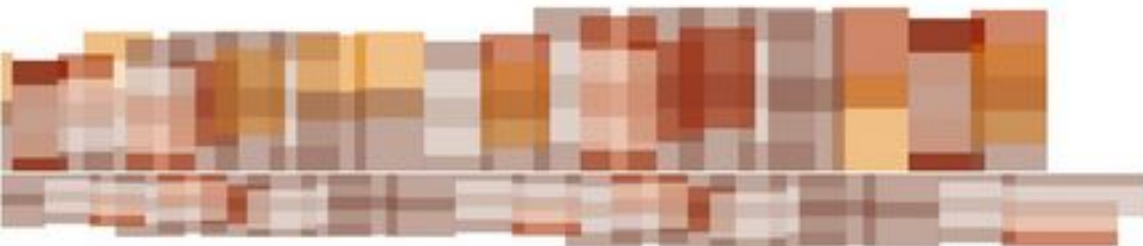
What opportunities does mental energy provide us with?

There is no simple answer to these questions. After all, design is a journey searching for discoveries – and so long as we are willing to embark on these journeys, even more questions will awaken.

What I wanted of the exhibition was to see the unexpected and experience something which would touch me, and hopefully others as well. Also, I wanted visitors to acquire a deeper understanding of what design is, where it comes from and what thoughts lie behind the works.

Design is not to be put on a pedestal; it is part of our overall environment, and through this exhibition I would like to make the viewer a participant.

In our ever-shrinking world, the uniqueness of each nation is becoming less tangible. We will only be able to set ourselves apart and create our own special status by being true to our inner consciousness, creative power, and heritage. On the other hand, we have the wind in our sails; Icelandic design is gaining momentum fast. The works in Magma/Kvika come from all quarters and reflect certain contrasts – nature, the city and the interaction between them – which are distinct but complementary. For me the name of the exhibition, Magma/Kvika, reflects the present state of Icelandic design: it is simmering – anything can happen.







Hönnun og viðskipti

Orðið „hönnun“ kemur ekki til sögunnar í íslenskri tungu fyrr en uppúr 1950 og það sýnir glóggst hversu stutt hönnunarsaga okkar Íslendinga er. Nágrannaþjóðir okkar í Skandinavíu hafa talsvert forskot á þessu sviði, má til gamans nefna að á sama tíma og orðið hönnun var að festa sig í sessi í íslenskri tungu þá var finnski arkitektinn og húsgagnahönnuðurinn Alvar Aalto orðinn heimsþekktur.

Íslendingar hafa í gegnum tíðina notið góðs af því orðsþori sem fer af skandinaviskri hönnun og arkitektúr og hafa Íslendingar jafnan verið þátttakendur á skandinaviskum hönnunarsýningum. Þótt við eigum margt sameiginlegt með skandinaviskri hönnun þá er líka margt mjög ólíkt.

Það er hægt að líkja okkur við unglinginn í hópnum sem er fullur af hormónum, engist um af vaxtarverkjum og berst af krafti fyrir sjálfstæði sínu.

Framan af 20. öldinni var hráframleiðsla ráðandi á Íslandi. Á meðan nágrannaþjóðir okkar tóku í kjölfar iðnbyltingarinnar að þróa ýmiskonar framleiðsluvörur sem leiddu til tækninyjunga og aukins útflutnings, þróaðist einsleitt neylusamfélag á Íslandi sem flutti nánast eingöngu út sjávarafurðir. Fiskurinn var veiddur, skellt í kælibox og sendur á framandi markaði og flest öll neylusvara, fyrir utan mjólkurafurðir, kjöt og fisk, var flutt inn til landsins. Í dag hafa orðið miklar breytingar í fiskiðju og landbúnaði þar sem verðmætasköpun hefur aukist verulega vegna vöruþróunar, upprunatengingar og öflugrar markaðssetningar. Samhliða auknum útflutningi íslenskra fyrirtækja á bæði

vörum og þjónustu hefur skilningur á mikilvægi nýsköpunar, mörkunar (branding) og hönnunar stóraukist í rekstri fyrirtækja. Hlutverk hönnunar í íslensku atvinnulífi hefur vaxið hratt á síðustu áratugum og hefur hönnunariðnaðurinn stækkað eftir því. Áætlað er að um 1.500 manns starfi við hönnunariðnaðinn á Íslandi í dag og 90% af þeim starfi í Reykjavík. Til samanburðar er þetta álíka fjöldi og starfar við tónlistariðnaðinn.

Góð hönnun = góð viðskipti

Sambandið á milli samkeppnishæfni fyrirtækja og hönnunar er orðin viðurkennd staðreynd í dag. Það sem framsækinn fyrirtæki binda mestar vonir við þegar horft er til frekari virðisauka, er framúrskarandi hönnun. Steve Jobs stjórnandi Apple fyrirtækisins sem þekkt er fyrir nýsköpun og afburða hönnun, lítur á hönnun sem miklu meira en yfirborð hlutanna og tekur svo djúpt í árinna að segja að hönnunin sé hjartað þeirra.

Sú tilhneiging hefur verið ráðandi að líta á tækni og vísindi sem aðal verkfærin í þróun samfélagsins. Nú orðið gerir fólk sér betur grein fyrir þeirri staðreynd að hönnun er ekki síður mikilvæg. Hönnun brúar bilið á milli tækninnar og neytandans og

hefur þar af leiðandi oft úrslitaáhrif á velgengni vöru eða þjónustu. Við lifum á þeim tímum þar sem tæknin er orðin sjálfsagður hlutur og er því útlit, imynd og virkni það sem skiptir nútíma neytandann mestu máli.

Nýsköpun er mikilvæg fyrir efnahagslíf Íslands eins og annarra metnaðarfullra þjóða. Á Íslandi hefur hönnun ekki verið áberandi í nýsköpunarumræðunni né aðgerðum, þrátt fyrir vitneskju um mikilvægt framlag hennar til nýsköpunarstarfsemi. Meira mætti vera um það að íslensk fyrirtæki nýttu sér þjónustu hönnuða í nýsköpunarferlinu sjálfu, en ekki eingöngu til að útbúa fallegar umbúðir í lok ferilsins. Hönnuðir eru þjálfaðir hugmyndasmíðir og nálgast oft viðfangsefnið á frumlegan hátt og geta komið með nýjar og hagkvæmar lausnir tengdar efni, framleiðslu, virkni og samskiptum. Hönnuðir eru í sjálfu sér í stóðugri nýsköpunarvinnu og eru bæði skemmtileg og áhrifarík dæmi hér í bókinni.

Skilningur á þeim áhrifum sem hönnun getur haft á íslenskt atvinnulíf hefur leitt til þess að íslensk stjórnvöld, með iðnaðar- og viðskiptaráðuneytið í fararbroddi,

hafa tekið það mikilvæga skref að setja á stofn Hönnunarvettvang, tilraunarverkefni til þriggja ára. Hlutverk vettvangsins er fyrst og fremst að efla skilning og notkun íslenskra fyrirtækja á hönnun með samkeppnishæfni og verðmætasköpun fyrirtækjanna að leiðarljósi. Einnig er Hönnunarvettvangi ætlað að efla íslenskan hönnunariðnað m.a. með kynningu á íslenski hönnun. Hönnunarvettvangur rekur vefsíðuna www.icelanddesign.is sem brúa á milli milli atvinnulífs og hönnunarfyrirtækja. Þar gefst íslenskum hönnunarfyrirtækjum og hönnuðum tækifæri til að kynna sína vöru og þjónustu hér heima og erlendis.

Íslenska hönnunargenið

Sem framkvæmdastjóri Hönnunarvettvangs hef ég kynnst fjölda íslenskra hönnuða, verkum þeirra og hugmyndum. Ég áttaði mig fljótlega á því að erfitt er að skilgreina íslenska hönnun sem eitthvað ákveðið og áþreifanlegt. Erlendir gestir hafa verið mér sammála. Eftir aðeins tvær vikur í starfi tók ég á móti sex frönskum blaðakönnum sem komu hingað til að skrifa um íslenska hönnun. Ég setti saman tveggja daga

dagskrá og fór síðan með þeim um Reykjavík þar sem við heimsóttum íslenska hönnuði, hönnunarverslanir og skoðuðum nemendasýningu Listaháskóla Íslands. Þetta voru bæði skemmtilegir og lærdómsríkir tveir dagar fyrir þær, en ekki síður fyrir mig. Í lok ferðarinnar spurði ég þær um þeirra upplifun á íslenski hönnun og fannst mér svar þeirra mjög áhugavert. Þær voru sammála um að besta orðið til að lýsa henni væri „orka“. Hvert sem þær komu fundu þær fyrir sköpunarkraftinum í íslenskum hönnuðum, dagnaði og áraðni. Þegar betur er gáð þá komst ég að því að þær höfðu rétt fyrir sér, íslenskt hönnunarsamfélag er kraumandi af krafti, sem biður þess að leysast úr læðingi.

Sýningunni Magma/Kviku og þessari bók er ætlað að gefa góða mynd af því hvar íslensk hönnun er stödd í dag og gefa forsmekkinn af því sem koma skal í framtíðinni. Eins og unglingurinn þá hefur íslensk hönnun vaxið og þroskast á ógnarhraða á síðastliðnum árum og upplifir sig því sem fullþroska og fullgildan einstakling sem á þó ennþá eftir að upplifa svo margt.

www.icelanddesign.is



Design and Business

As late as 1950, the Icelandic language had no particular word for "design". This indicates clearly how short the history of Icelandic design has been. Our neighbouring countries in Scandinavia had a significant head start in this field, and it is interesting to note that during the time when the word "hönnun" (design) was beginning to take root in the Icelandic language, the Finnish architect and furniture designer Alvar Aalto was already world-renowned.

Through the years, indeed, Icelanders have benefitted from the reputation of Scandinavian design and architecture; and have generally participated in Scandinavian design exhibitions. On the other hand, although we have a great deal in common with Scandinavian design, there are also many strong contrasts. Icelanders could be likened to the adolescent in the group: full of hormones, wracked by growing pains, and fighting vigorously for independence.

Well into the 20th century, raw production dominated the Icelandic economy. Whereas neighbouring countries managed to create various manufactured goods in the wake of the industrial revolution, leading to technological innovations and increased exports, a simple consumer society developed in Iceland which exported practically nothing but fishing products. Fish was caught, thrown into a freezer and sent to a foreign market, while almost all consumer goods (besides dairy products, meat and fish) were imported. Today, the domestic fishery and agriculture have evolved to a high degree, substantially increasing added value through product development, clearer connections with the origins of goods, and more effective marketing. Hand-in-hand with increased exports of both goods and services by Icelandic companies, national understanding of the

importance of innovation, branding and design has mushroomed. As the role of design in Icelandic business expanded quickly during recent decades, the design industry grew correspondingly. It is estimated that about 1500 people work in today's design industry, with 90% of them operating in the capital city, Reykjavik. For comparison, this resembles the number employed in the country's music industry.

Good design = Good business

The relationship between design and company competitiveness is nowadays recognised as a fact. When considering how to add further value, what forward-looking companies place their greatest hope in is distinctive design. Steve Jobs, the CEO of Apple, a company known for its innovative and exceptional design, regards design as much more than the surface of things, going so far as to say that it is their "soul".

There has been a prevailing tendency to regard science and technology as the main engines driving social development. Recently, however, people have come to appreciate the fact that design is no less important. Design bridges the gap between technology and the consumer, thus frequently determining the ultimate success of a product or service. We live in times where technology is a matter of course, so that it is



appearance, image and effectiveness which matter most to contemporary consumers.

Innovation is important for Iceland's economy, as for that of any other ambitious country. In Iceland, design has not been prominent in discussions of innovation or among the measures adopted towards innovation, despite an awareness of its important contribution to innovative undertakings. It is desirable for more Icelandic companies to utilise the services of designers right during the innovation process, rather than simply to prepare beautiful packaging at the end of the process. Designers are trained concept creators; not only do they often approach topics in an original way, but they are also capable of presenting novel, practical solutions with respect to materials, manufacture, function and interface. Designers are inherently involved in constant innovation, as may be seen through the amusing as well as impressive examples in this book.

An understanding of the impact that design could have on the Icelandic economy has led the Icelandic government, with the Ministry of Industry and Commerce in the forefront, to take the important step of establishing the Icelandic Design Forum as an experimental three-year project. The role of the Forum is primarily to strengthen an appreciation for and utilisation of

design by Icelandic companies, with the aim of adding value and improving their competitiveness. Furthermore, the Design Forum is intended to strengthen the country's design industry, for instance by promoting Icelandic design. The Forum operates the website www.icelanddesign.is, which serves as a liaison between the business world and design enterprise. The site gives Icelandic design firms the opportunity to promote their goods and services, whether in Iceland or abroad.

The Icelandic design gene

As the General Manager of the Icelandic Design Forum, I have come to know numerous Icelandic designers, their work and their ideas. It was not long till I realised the difficulty of defining Icelandic design as something fixed and tangible. Foreign guests have agreed with me on this point. After only two weeks at this post, I hosted six French journalists who had travelled here to write about Icelandic design. Arranging a two-day itinerary, I accompanied them around Reykjavik, where we visited Icelandic designers and design shops, along with viewing a student show at the Iceland Academy of the Arts. Not only were these two days pleasurable and informative for them, but no less for me. At the end of their visit, I asked them about their experience of Icelandic design and found their

answer quite interesting. They all agreed that the best word to describe such design was "energy". Wherever they went, they noticed a creative power in our design, an enthusiasm and boldness. Upon considering this more closely, I concluded that they were right: Icelandic design culture is simmering with energy, just waiting to be unleashed.

The exhibition *Magma/Kvika* and this book are intended to give a clear picture of where Icelandic design stands today and a taste of what it promises for the future. Like the adolescent mentioned above, Icelandic design has grown and matured with tremendous speed in recent years, so that it now experiences itself as a fully matured and qualified individual, who nonetheless still has so much left to experience.

www.icelanddesign.is



"Bomb Vase"
Hlynur Vagn Atlason
www.atlason.com







Steinunn Sigurðardóttir

Sterk höfundareinkenni Steinunnar birtast í nýrri fatalinu hennar með skörpum hætti. Sem fyrr sækir hún innblástur til náttúrunnar svo glógtt má skynja áferð hrjóstrugs vetrarrikis í verkum hennar og svartleitar hraunbreiður. Með næstum vísindalegum aðferðum rannsakar hún landið og krækir þar í blá litbrigði hraunsins úr Heklu, áferð hreindýramosa eða fingert ytra byrði snjóþekju. Í yfirborði efnanna má jafnvel finna minni gamals íslensks útskurðar á meðan sniðin eru ævinlega unnin af nákvæmni. Uppskera mikillar vinnu skilar fagaðri fatalinu sem ber ákveðin norraen einkenni og þroskað yfirbragð. Einstakar myndir hins heimspekta ljósmyndara Mary Ellen Mark fanga bæði stærri og smærri blæbrigði verka Steinunnar.



Steinunn's strong artistic signature is brought into sharp relief in her new clothing line. As always she seeks inspiration in nature, so that in her works one can clearly distinguish the texture of a barren winter world or the dark expanses of lava fields. She studies the country with close to scientific methodology, capturing the blue nuances of lava at Hekla, the texture of reindeer moss or the intricate face of lying snow. A reminder of old Icelandic wood carvings may be found in the texture of the fabric, while Steinunn's cuts are always precise. Her painstaking effort bears fruit in a sophisticated clothing line which bears a decidedly Nordic character and mature appearance. The outstanding pictures of Steinunn's work by world-renowned photographer Mary Ellen Mark capture the larger and smaller subtleties alike.

www.steinunn.com

Forrestisch/Romantisch

Rósa Björk Jónsdóttir
www.hun-design.org

Skógarborðið er tenging úr borðstofunni við frummanninn sem þurfti að beita brögðum til að fá í svanginn. Lykillinn að því var að fela sig fyrir bráð sinni eða laumast óséður að henni, ólíkt huggulegum aðstæðum nútímamannsins sem velur sér máltíð í stórmarkaði. Borðhaldi við skógarborðið þar sem áhöld eru í felubúningi undirlagsins krefst að minnsta kosti sýnishorns af þeirri fæðuleit sem forfedurnir þurftu að inna af hendi. Vaxborðið er hjartnaem leið til að sameina elskendur í löngu borðhaldi. Smíðað úr vaxi bráðnar það og hverfur á meðan á rómantískri máltíð stendur. Hugmyndin sagnar enn og aftur að ástin lifir meðan veraldlegir hlutir verða að engu.

The forest table connects the dining table to primitive man, who had to use his wits to assuage his hunger. The key to this was lying hidden in wait for his quarry, or sneaking to it unseen, in contrast to the cosy conditions of modern humans, who merely pick out their meals at a supermarket. Meals at the forest table, where the utensils have the camouflage of the tabletop, demand that we at least sample the quest for food in which our forefathers had to engage.

The wax table (Tisch is also German for table) is a heartfelt way to unite lovers during a lengthy meal. Since it is made of wax, it melts and vanishes during the course of the romantic dinner. This idea proves once more that love lives on even as worldly things fade away.



MGO húsgagnalínan
MGO furniture line

go form - Guðrún Margrét Ólafsdóttir
og Oddgeir Þórðarson
www.icelanddesign.is/goform

Kveikjan að MGO-línunni voru borðstofustólar Sveins Kjarval frá þeim tíma þegar Oddgeir og Guðrún Margrét voru sjálf börn. Undir merkjum teiknistofu sinnar, go form, hönnuðu þau borð við stólana sem þá voru nýkomnir í framleiðslu eftir langt hlé. Borðið kynntu þau á húsgagnasýningunni Stockholm Furniture Fair 2005 og náðu í framhaldinu samningum um framleiðslu við sænska fyrirtækið Möbelsnickarmästare Johansson. Þar var ekki síst mikilvægur stuðningur Útflutningsráðs Íslands og sendiráðsins í Stokkhólmi sem tímabundið réðu markaðsráðgjafa í Svíþjóð til að fylgja málum eftir. Síðan hafa fleiri húsgögn fylgt í kjölfarið og enn fleiri eru væntanleg. Þau eru smíðuð í takmörkuðu magni en fáanleg í mismunandi stærðum, viðartegundum og áferð eftir óskum kaupanda.

It was dining chairs by Sveinn Kjarval, dating from when Oddgeir Þórðarson and Guðrún Margrét Ólafsdóttir were children, that provided the inspiration for the MGO furniture line. Using the label of their design studio GoForm, they designed a table to complement these chairs, which had recently come back into production after a long interval. They introduced the table at the Stockholm Furniture Fair in 2005, and afterwards concluded a production agreement with the Swedish company Möbelsnickarmästare Johansson. This was to a large extent made possible by substantial support from the Trade Council of Iceland and the Icelandic Embassy in Stockholm, which temporarily hired Swedish marketing consultants to lend the matter impetus. Since then, more pieces of furniture have followed, and even more are planned. The furniture is produced in limited editions, but is available in different sizes, types of wood, and finishes, depending on buyer wishes.



Íslensk úr
Icelandic watch

JS Watch co
www.jswatch.com

Fátt er tímalausara en vel gerður tímamælir. Árið 2005 hófu þrjú áhugamenn um úr, sem faglega koma hver úr sinni áttinni, að hanna fyrsta íslenska ammbandsúrið undir merkjum JS Watch co. Vegna áherslu á gæði eru einstakir hlutar sérframleiðdir hjá fyrirtækjum í Þýskalandi og Sviss sem byggja á aldalangri reynslu í úrsmíði. Síðan eru úrin sett saman í takmörkuðu magni hjá Gilberti úrsmíði á Laugarvegjunum og seld þar en hvergi annars staðar í heiminum. Minnstu smáatriði eru þaulskoðuð og sem dæmi má nefna að ólarnar eru saumaðar með samskonar þræði og notaður er í líknarbelgi bíla. Þær sjálfar eru úr skinni af krókóðilum, strútum eða íslensku þorskróði. Gangverkið er einnig sérsníðið í efni og útliti og sýnilegt í gegnum gler úr safirkristal á bakhlið úrsins. Í hvívetna er gengið að kröfum nútímans um sjálfbæra orku, því í sjálfreiktu úrinu er verkið knúð áfram af hreyfingum þess sem úrið ber.

Few things are more timeless than a well-made timepiece. In 2005, three watch enthusiasts, each coming from a different professional field, started to design and produce the first Icelandic wristwatch, under the brand of JS Watch co. Because of the emphasis on quality, individual parts have been specially manufactured by German and Swiss companies, building on their centuries-long experience in watch making. Subsequently assembled in limited editions at Gilbert watchmaker's in Laugarvegur street, Reykjavik, these watches are then sold in the shop there, and nowhere else in the world. The smallest details demonstrate painstaking care. For example, the watchbands are sewn with the same type of thread used on automobile airbags, while the bands themselves consist of crocodile, ostrich, or Icelandic cod skin. The movement is also custom-made, regarding both material and appearance, and shows through the sapphire crystal glass on the back of the watch. Such self-winding watches fulfil every contemporary demand on sustainable energy, since the mere movements of the wearer provide the power.



**Paint Balls og
Geómetriskur garðálfur
Paint balls and geometric
garden gnomes**

Tinna Gunnarsdóttir
www.tinnagunnarsdottir.is

Hin geómetrisku form hafa verið sterkur þráður í ferli Tinna. Form þessara tveggja verka og ætlaða staðsetningu eiga þau sameiginlega en hugmyndirnar eru óskyldar.

„Paint Balls“ eru úr lókkuðu trefjaplasti, þeir eru til að sitja á eða leika sér að en þyngdarpunkturinn situr neðarlega svo þeir velta um miðju sína. Þetta eru geómetrisk blóm sem sólna ekki og gleðja augað með litadýró árið um kring. Enda gengur verkefnið ekki síst út á litaskoðun en á dófinni er að framleiða mismunandi litaseríur af „Paint Balls“.

Geómetriski garðálfurinn er einnig kúlulaga. Hann er úr slípuðu íslensku hrauni, varðveitir kraft þess og er minnisvarði um trú á álfa og húdufólk. Hægt er að kjósa honum hið andlega hlutverk að vera verndari garðsins ellegar hreyfanlegur álagasteinn.

Veraldlega hlutverkið er einfaldlega geómetrisk garðálfakúla. Tinna var útnefnd hönnuður ársins 2005 af Hönnunarvettvangi og Reykjavíkurborg.


Geometric forms represent a major element in Tinna Gunnarsdóttir's career. These two works are similar in form and in their intended location, even if the ideas are less related.

„Paint Balls“ are made from lacquered fibreglass, and are meant to serve for sitting or playing with. Because of their low centre of gravity, they tend to rock back and forth. As geometric flowers which never wither, they gladden the eye with coloured splendour throughout the year. Indeed, the undertaking is based to a substantial extent on examining colour, so plans call for producing various colour collections of Paint Balls.

The „Geometric Garden Gnome“ is also spherical. Fashioned of polished Icelandic lava, it preserves the lava's power and is a monument to the country's beliefs in elves and hidden people.

One can give the Gnome a spiritual role as guardian of the garden, or simply think of him as a moveable spell-stone. Excluding the supernatural, the Gnome is merely a geometric garden gnome sphere. Tinna was designated Designer of the Year 2005 by the Icelandic Design Forum and the City of Reykjavik.





Spaksmannsspjarir

Lykillinn að gjöfulu samstarfi Völu Tofadóttur og Bjargar Ingadóttur í áravís er ekki síst fólgin í því að framleiðslan er fyrir konur einmitt eins og þær sjálfar. Fjöldinn allur flokkast nefnilega hvorki undir unglingsstúlkur né settlegar frúr, en eru á annasamasta skeiði ævinnar, sjálfstæðar og upplýstar nútímakonur. Þær sinna gjarnan mörgum hlutverkum í senn og þurfa að nýta tímann en það lífsmynstur sést vel í mörgum flíkum Spaksmannsspjara sem hægt er að nota við ólík tækifæri. Markmið framleiðslunnar er að skera sig úr fjöldanum en sameina kvenleg efni og nýjustu snið.

The key to the long-lived, fruitful collaboration of Vala Tofadóttir and Björg Ingadóttir probably lies as much as anything else in offering a clothing line for women who are just like they are. A great number of women indeed fall neither under the category of teenage girl nor staid matron, but are rather in the busiest phase of their lives, as independent and enlightened modern women. They generally play many roles at once and have to use their time well. This lifestyle is reflected by many garments from Spaksmannsspjarir, which can be used for a variety of occasions. The goal of the line is distinction from the crowd, while combining feminine materials with the newest patterns.

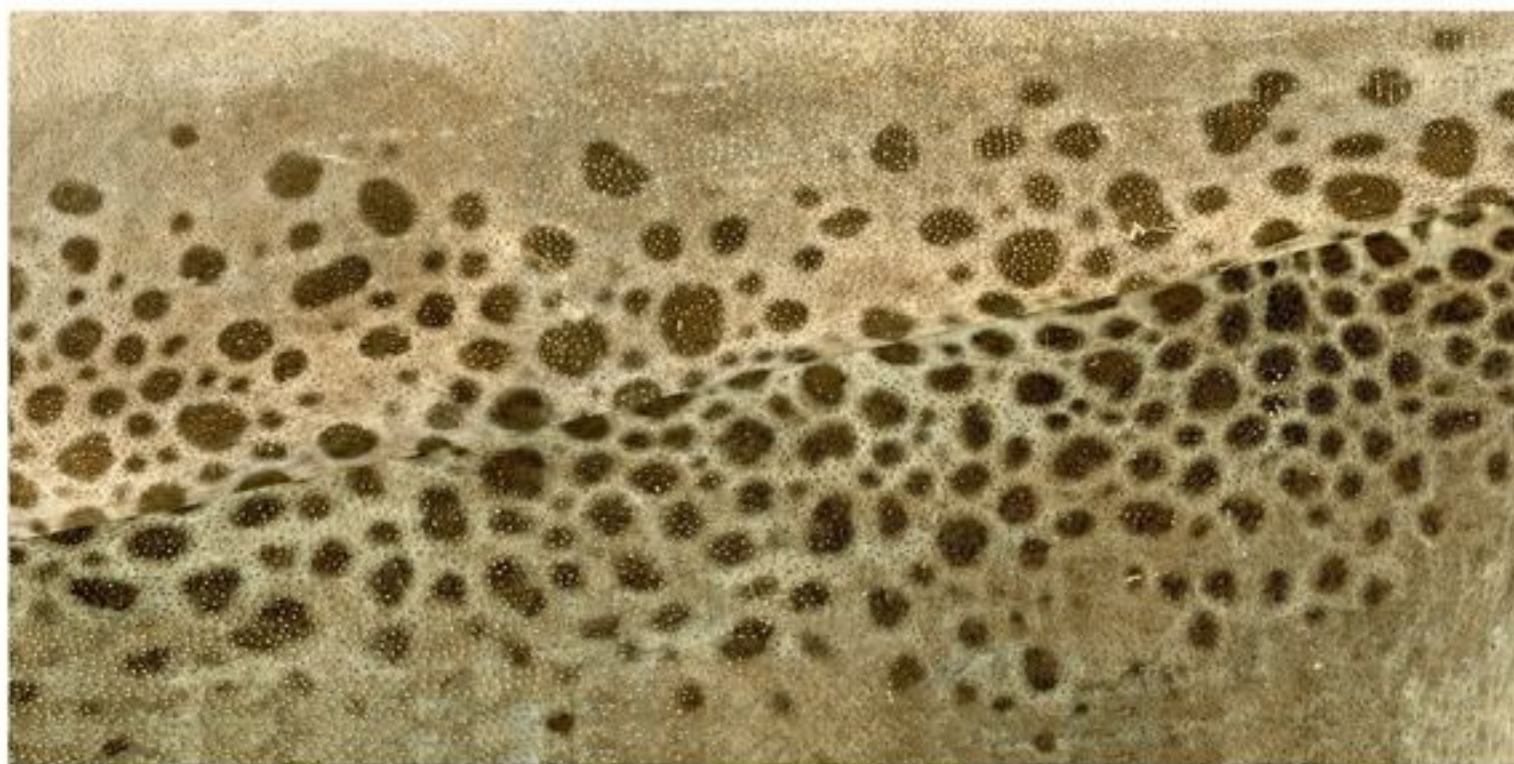
www.spaksmannsspjarir.is



ROÐ FISH SKIN

Pó fiskur hafi verið uppistaða fæðu Íslendinga frá öndverðu eru aðeins fáein ár síðan farið var að súta roð á markvissan hátt svo nota mætti á ýmsa vegu. Áhugi hönnuða og neytenda á þessum efnivið hefur síðan verið stigandi enda kemur styrkleiki roðsins á óvart og hentar vel í fjölbreyttan varning. Framleiðandi efnisins er Sjávarleður á Sauðárkróki sem jafnframt er frumkvöðull á Íslandi á þessu sviði.

Although fish has been a major feature of Icelandic diets since the beginning, it was only a few years ago that people began to tan fish skin in earnest, so as to allow for its use in a variety of ways. The interest of designers and consumers in this material has been growing ever since; they note the surprising strength of fish skin and how suited it is to a wide range of goods. The manufacturer of the material is the company Atlantic Leather, which is also an Icelandic pioneer in this sector.



Arndís Jóhannsdóttir

Vestfirskur veggur / Mobile wall. Gamall draumur um nýtingu hjárraðs hefur orðið að veruleika í færlegum veggfílsum.

Mobile wall: Through movable wall tiles, her old dream of utilising wolffish skin has become a reality.

www.kirs.is



Farmers market

iPod hulstur – fyrsti íslenski aukahluturinn fyrir iPod, hannaður af Bergþóru Guðnadóttur í samvinnu við Humac.

iPod holster – the first Icelandic iPod accessory, designed by Bergþóra Guðnadóttir in collaboration with Humac.

www.farmersmarket.is



María K. Magnúsdóttir

www.mkm-footwear.com

Sumarlinan 2007. María hannar skóna, stýrir framleiðsluferlinu og er bæði heilðsali og smásali vörunnar. Hún hyggur á ófluga útrás fyrirtækisins á komandi misserum

Summer line 2007. Maria designs shoes, manages the production process and sells her goods on both a wholesale and retail basis. She plans on great expansion for the company in the coming year.



Mosi, jökull, hraun Moss, glacier, lava

Kogga var frá upphafi ferilsins, fyrir meira en þrjátíu árum, frumkvöðull í því að fanga íslenska náttúru inn í keramikóð. Til að kalla áferðir landsins fram í leimnum, hið hráa, sprungna og grófa, beitti hún nýjum vinnuáferðum án milliliða eins og rennibekklar og notaði svertu og líti í stað glerjungs. Með langri þróunarvinnu hefur hún lokað fram áferðir snjóá og íss, grænar og hvítar mosaskófir, jökulruðning, svartan sand og hraun, moldarbórð og frostsprungna polla. Hín hrjóstruga náttúra landsins býr í verkum Koggu allt frá kaffiglósum upp í mjög stóra vasa. Kogga á að baki langan sýningarferil og hefur fengið mikla fjölmiðlaumfjöllun í gegnum árin, bæði hérlendis og erlendis.

Since the beginning of her career over thirty years ago, Kolbrún Björgólfsson, or Kogga, has been an innovator in capturing Icelandic nature through ceramics. To evoke the texture of Iceland in clay – the raw, the cracked and the rough – she has utilised new techniques, omitting intermediaries such as the lathe, and blackening or colouring her material rather than glazing it. Through long development, she has teased out the textures of snow and ice, green and white lichens, glacial moraines, black sand and lava, eroded ground, and fractured ice on puddles. The barren nature of Iceland is found in all of Kogga's work, from coffee cups to huge vases.

Kogga has appeared at a long list of exhibitions and has received considerable attention in the media throughout the years, both in Iceland and abroad.

Kogga - Kolbrún Björgólfsson
www.kogga.is



Jökulhöfði Glacier Head

Jökulhöfðinn er ekki aðeins bygging í sátt við umhverfi sitt, heldur einnig gönguleið og útsýnisstaður og er ætlað að vera iðandi miðpunktur menningar- og útilífs á Hellissandi. Hvað form, lögun og nýtingu varðar þá sækir hann innblástur í dýralífið, mannlífið og landslagið og er ætlað að styrkja þau hughrif sem gestir upplifa sem staddir væru í iðrum jarðar. Hann mun falla inn í umhverfi sitt, gefa náttúrunni til baka það sem hann fær lánað og vekja á henni athygli. Innanhúss t.d. með mjóum, háum gluggum, sem teygja sig inn í sjálfan gólfplötinn; utanhúss með byggingarefnum sem veðrast og eiga þannig í stöðugu samspieli við gróður og birtubrigði árstíðanna. Jökulhöfði hlaut 1. verðlaun í samkeppni Umhverfisstofnunar og Snæfellsbæjar um Þjóðgarðsmiðstöð á Hellissandi árið 2006.



Glacier Head (Jökulhöfði) is not merely a building in harmony with its environment, but also a walkway and an outlook point, intended to be an active nexus for outdoor recreation and cultural life in the village of Hellissandur. This creation's form, shape and functionality were inspired by the animal kingdom, human life and the landscape; the intention is to magnify the feeling which a visitor would experience when located in the centre of the earth. Glacier Head is meant to blend in with its surroundings, to give back to nature what it has borrowed, and also to draw attention to nature. Examples of how this is managed are, in the interior, the high, narrow windows which actually extend into the floor surface, and, on the exterior, building materials which weather and therefore stay in constant interplay with vegetation and seasonal light variations. Glacier Head won first prize in a 2006 competition sponsored by the Environment Agency and Snæfell municipality for a national park centre at Hellissandur.

Arkis
www.arkis.is



Tools you bake

Hrafnkell Birgisson & Sebastian Summa
www.hrafnkell.is

Í heila öld hefur hin þýska Brauer-fjölskylda rekið málmsteypu í Berlin. Með tímanum hófðu safnast upp í verksmíðjunni ógrynni timburmóta sem áður formuðu handgerða hversdagshluti eins og hjólkoppa, skerma og dósaloð. Hrafnkell og Sebastian sáu í þeim tækifæri til framleiðslu á nýrri sérvöru, „Tools you bake“ sem er serie sex mismunandi kókuforma úr áli. Eftir hundrað ára þjónustu í annarra þágu framleiðir verksmíðjan nú í fyrsta skipti varning undir eigin nafni. Hver formgerð ber nafn gamals viðskiptavinar Brauer fyrirtækisins, eins og Bessy, Collatz og Stubbak og skirskotar þannig til langrar sögu iðnhönnunar. Að auki gefa formin mismunandi sætabrauði einkennandi útlit sem er mikill kostur fyrir metnaðarfulla kókuferðarmenn.

For all of a century, a German family named Brauer operated its foundry in Berlin. This factory had gradually accumulated a wide collection of wooden moulds, previously used to form everyday objects such as hubcaps, light shades and container lids. These were perceived by Hrafnkell Birgisson and Sebastian Summa as an opportunity to manufacture a new product, „Tools you bake“, a series of six different aluminium cake forms. After one hundred years of service to other businesses, the factory is for the first time producing goods under its own brand. Each cake form bears the name of a former Brauer customer, such as Bessy, Collatz and Stubbak, thus intimating a long history of industrial design. Moreover, the forms give varying baked goods a distinctive appearance—a boon to ambitious bakers.

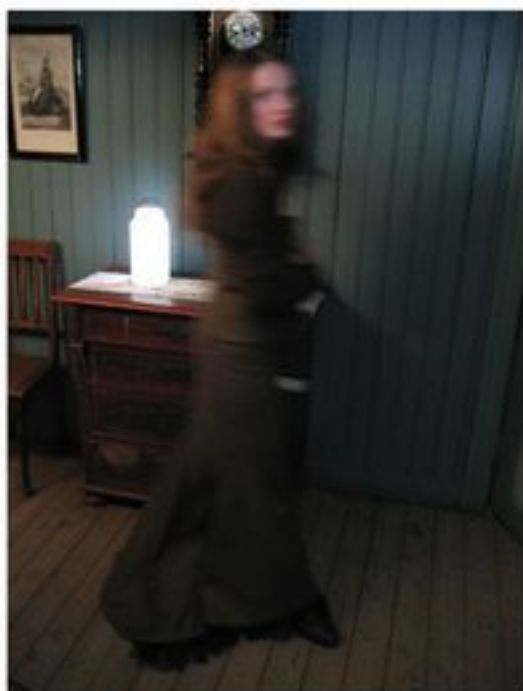


Sólskin
Sunshine

Hrafnkell Birgisson, Sesselja Guðmundsdóttir og Aðalsteinn Stefánsson
www.hrafnkell.is

Aukin vitund um umhverfi og endurnýtingu kemur berlega í ljós í Sólskin, sem er sólarlampi, ætlað að mjólka ljós frá sólinni og hannaður í líki mjólkurbrúsa. Hann er hugsaður sem borð- og veggglampi, stendur í gluggakistu yfir daginn og safnar í sig ljósi sem nýtist þvar sem er í myrkri kvöldsins, og getur logað í að minnsta kosti átta klukkustundir. Lampinn er sjálfbær, knúinn af orkunni sem sólarcellur umbreyta í rafmagn og endurhlaðanlegar rafhlóður varðveita. Þannig stuðlar hann að minni rafmagnsnotkun og aukinni umhverfisvernd. Sagan af Bakkabræðrum bera í einföldni sinni ljósið í húfum sínum inn í gluggalausan kofa hefur skemmt mörgum kynslóðum. Sólskin sýnir hins vegar að í raun voru Gíslí, Eiríkur og Helgi á undan sinni samtíð! Sólskin sigraði í European Design Competition, Lights of the Future 2004.

An increased consciousness concerning the environment and recycling appears clearly in the solar lamp Sunshine. It is not only intended to milk light from the sun but is also designed to resemble a milk can. Envisioned as a table or wall lamp, Sunshine stands on a windowsill during the day, collecting light which may be used anywhere in the evening darkness and can last at least eight hours. This lamp is sustainable; it is powered entirely by the energy which its solar cells convert into electricity, to be stored by the rechargeable batteries. Sunshine therefore leads to lower electricity consumption and increased environmental protection. The Icelandic folk story of three brothers who in their naiveté carried light into a windowless cabin in their hats may have entertained generations of Icelanders, but Sunshine shows that the protagonists were actually ahead of their time! Sunshine won the European Design Competition, Lights of the Future, 2004.





FÁRÓ - Ikea stóll (PS Collection)
Sigríður Heimsdóttir
sigga@dottirson.com

Hönnuðir Íslands

Á Íslandi starfa alls yfir eitt þúsund hönnuðir og fer þeim fjölgandi. Þetta eru arkitektar, grafískir hönnuðir, fatahönnuðir, landslagsarkitektar, húsgagna- og innanhússarkitektar, vöru- og iðnhönnuðir auk fleiri sérhæfðra hönnuða. Sumir vinna á mjög breiðu sviði og eru jafnvel með margfalda hönnunarmenntun. Starfsvettvangurinn er líka fjölbreyttur. Margir starfa á eigin vinnustofum, aðrir hjá fyrirtækjum og enn aðrir reka hönnunarstúdíó.

Starfsvið og starfsheiti hönnuða þróuðust misrætt og í misjöfnum takti við atvinnulífið. Hér á landi, eins og víðar komu fyrstu hönnuðimír úr röðum handverks- og myndlistarmanna. Mikil handverkshefð var á íslenskum heimilum sem snérist að miklu leyti um hið einstaka, sjálfbæra hráefni íslensku ullina. Húsagerð var hins vegar í höndum húsgagnasmíða og byggingameistara sem bæði teiknuðu húsini og byggðu þau. Húsagerð og lónaðarframleiðsla hefur jafnan stjórnað af efniviðnum sem fyrir hendi var og efnahag landmanna. Um aldamótin 1900 var töluvert um innflutning á timburhúsum frá Noregi þar sem héraendis var mikill skortur á hentugu byggingarefni. Tilkoma steinsteypunnar gjörbylti íslensku húsagerð. Hún opnaði áður óþekkta möguleika og jók þörf fyrir sémenntaða arkitekta. Þeir fyrstu námu byggingarlist á öðrum áratug síðustu aldar í Evrópu og síðar einnig í Bandaríkjunum. Þetta þýddi margra ára dvöl í löndum með ólíkar áherslur og hefðir í sem birtust svo í áberandi fjölbreyttni í arkitektúr héraendis. Fjölbreytt atvinnustarfsemi og menningarlíf samhliða bættum kjörum og neyslugetu almennings skapaði aukinn starfsgrundvöll fyrir hönnuði. Eftir miðja öldina opnaðist markaður fyrir ýmis konar húsbúnað sem kallaði eftir sérmenntuðum hönnuðum. Um tíma varð mjög vinsælt að nema húsgagnahönnun í Danmörku og það endurspegladist í íslensku húsgagnaframleiðslu þegar hún stóð hvað hæst á sjóunda áratugnum.

Eftir að Listaháskóli Íslands var formlega stofnaður árið 1999 var loks í boði hér á landi þriggja ára fullgilt

háskólanám í nokkrum hönnunargreinum. Nú fjölgar stöðugt í þeim hópi sem útskrifast með BA gráðu frá skólanum. Samfellt nám í hönnun á Íslandi eykur samkennd á meðal hönnuða, eflir gagnrýna umræðu og getur leað fram nýjar stefnur og jafnvel sérkenni þegar best lætur. Þar að auki hafa akademískir snertifletir við samfélagið ávallt jákvæð áhrif á framþróun þess. Að meðtöldum þeim sem stunda hönnunarnám erlendis eru íslenskir hönnunarnemar í dag samtals vel á þriðja hundruð.

Húsagerð og lónaðarframleiðsla hefur jafnan stjórnað af efniviðnum sem fyrir hendi var og efnunarfólks. Handverkið snérist að miklu leyti um hið einstaka, sjálfbæra hráefni íslensku ullina sem var í raun forsenda fyrir handverkshefðinni. Um aldamótin 1900 var töluvert um innflutning á timburhúsum frá Noregi þar sem héraendis var mikill skortur á hentugu byggingarefni. Tilkoma steinsteypu opnaði áður óþekkta möguleika og jók innlenda þörf fyrir arkitekta. Fjölbreytt atvinnustarfsemi og menningarlíf samhliða bættum kjörum og neyslugetu almennings skapaði aukinn starfsgrundvöll fyrir hönnuði. T.d. opnaðist markaður fyrir ýmis konar húsbúnað sem kallaði eftir húsgagnahönnuðum.

Framan af naut innlend framleiðsla verndar innflutningstolla en á áttunda áratugnum var haftastefna íslenskra stjórnvalda lögð af. Þá lenti íslensk framleiðsla í aukinni samkeppni við erlendan vaming og veik sjálfsmynd þjóðarinnar olli því að gildismat almennings var íslensku hönnun í óhag. Framleiðslufyrirtæki voru því rög við

að byggja upp vörumerki og huga að útflytningi og ekki bætti úr skák að fastmótaðar hugmyndir í einsleitu íslensku samfélagi gerðu hönnuðum erfitt fyrir við að koma sérstæðri hönnun á framfæri. Þannig kom m.a. skortur á sjálfstrausti og þekkingu á markaðssetningu í veg fyrir velgengni og útflytning á íslenski hönnun á sínum tíma og gerði nánast útaf við íslenskan hönnunariðnað.

Á hinn bóginn má líta á það sem styrk íslenskra hönnuða í dag að hér hafa hvorki verið uppi áberandi leiðandi framleiðslufyrirtæki né sterk „hönnunaríkon“ sem lagt hafa línuna. Dæmin eru mörg frá nágrenna- löndunum sem sýna hvernig hönnuðir hafa leiðst frá eigin hugmyndum og útfærslum þegar ákveðinn still ræður ríkjum.

Sumir vilja meina að sjálfsmynd íslensku þjóðarinnar hafi fyrst náð að þiðna almennilega á síðasta áratug þegar nokkrir einstaklingar óðluðust heimsfrægd fyrir listsköpun sína og hin fámenna íslenska þjóð fékk orð á sig fyrir einstaklega frumlegt tónlistarlíf. Þetta var uppskera markvissrar ræktunar, almennrar menntunar og stuðnings við greinina. Sömu þróun má nú sjá bæði í myndlist og hönnun en mikilvægt er að viðhalda uppbyggingunni á öllum þessum sviðum. Ísland er í tisku í dag og komið á landakortið sem suðupottur skapandi hugmynda og nýjunga.

Stóðugt fleiri íslenskir hönnuðir vekja athygli á alþjóðlegum vettvangi. Erlendir aðilar og framleiðslufyrirtæki nýta sér frumlega hönnun hérlendra hönnuða og sækjast eftir samstarfi. Velgengni íslenskrar hönnunar erlendis hefur keðjuverkandi áhrif, vekur athygli heima fyrir og ýtir undir viðurkenningu á því sem vel er gert í nafni hönnunar. Nýjasta tækni hefur nýst íslenskum hönnuðum vel og stutt þessa þróun. Ýmsar samskipta- og framleiðsluleiðir í gegnum veraldarvefinn stytta vegalengdir og spara mikinn tíma.

Hnattvæðing í alþjóðlegum viðskiptum hefur haft gríðarleg áhrif á hönnun og gildismat fólks í vestrænum ríkjum. Samhliða fjóldaframleiðslu á lágu verði má í dag greina mjög ákveðna þróun í hönnun sem lýtur að endurkomu hluta sem byggja fremur á gæðum og sérstöðu en verði og magni. Þetta eru að mörgu leyti hlöðstæðir hlutir og þeir sem héldu við íslenski handverkshefð í gegnum aldirnar. Einstakir dýrgripir sem sögur fóru af vegna handbragðs og tilvísanna og þeir snertu kaupandann. Í þessari þróun felast sérstök tækifæri fyrir íslenska hönnuði, bæði fyrir þá sem framleiða sjálfir og þá sem starfa með íslenskum fyrirtækjum.

Mikilvægt er að samfélagið geri kröfur þegar um val og mat á hönnun er að ræða og um leið er mikilvægt að hönnuðir og framleiðendur geti gert

samsvarandi kröfur til neytenda. Þeir þurfa að upplýsa sig og vera tilbúnir að meta það að verðleikum sem er betur hugsað og hannað en annað. Vel upplýstum, kröfuhörðum neytendum sem leggja áherslu á sérstöðu og gæði fer fjólgandi um allan heim. Þessir neytendur eru tilbúnir til að greiða hærra verð fyrir sérstöðu og vel hannaðar vörur.

Hönnuðir eiga að taka aukinn þátt í að skapa hið manngerða umhverfi á Íslandi. Þeir eru menntaðir í því að flétta saman tækninýjungar, hráefni, menningarlegar tilvísanir og notagildi. Með því skapa þeir umhverfinu, hlutum og mannvirkjum sérstöðu og menningarlegt vægi og sérstöðu. Hönnuðir tengja saman tækni og listir, hugmyndir og framkvæmdir, menningarlíf og viðskiptalíf. Upprunatengd vörumerki sem festa sig í sessi skapa grunnverðmæti sem hægt er að byggja á með frekari þróun á vörum og þjónustu.

Þörfin fyrir fjölbreytt stuðnings- umhverfi hefur aldrei verið jafn brýn. Bæði fyrir starfandi hönnuði og þá sem eru að taka fyrstu sundtökin, nýjtskrifaðir. Í dag eru starfandi fjölmörg félaga- og hagsmunasamtök hönnuða og heildarsamtök þeirra, Form Ísland, voru stofnuð árið 1985. Þau unnu að mótun hönnunarnámsins í Listaháskólanum og eru áfram innan handar við að byggja upp mastersnám og stuðla að markvissum rannsókrum í akademisku umhverfi. Eftir margra

ára undirbúning varð fyrir tveimur árum til vísir að hönnunarmiðstöð að frumkvæði Samtaka hönnuða og nokkurra opinberra aðila. Við verkefnið, sem nefnist Hönnunarvettvangur, eru bundnar miklar vonir, svo sem að það verði að alsherjar þróunar- og kynningarmiðstöð fyrir hönnun. Í byrjun þessa árs hófst svo rekstur Sjónlistamiðstöðvar í samstarfi Samtaka hönnuða - Form Ísland og Sambands íslenskra myndlistarmanna. Þetta er í fyrsta sinn sem hönnuðum hérlendis er úthlutað húsnæði til afnota en þar geta félagsmenn leigt vinnustofur og fengið aðgang að alhliða verkstæðum. Samtök hönnuða standa einnig að árlegri úthlutun Sjónlistaverðlauna sem er hönnuðum mikil hvatning og veitir verðlaunahöfum fjárhagslegan styrk til áframhaldandi afreka.

Opinbert framlag til hönnunar á Íslandi er ennþá of lítið og kemur sérstaklega niður á nýsköpun og frumkvöðlastarfi hönnuðanna sjálfra. Með öfliugum stuðningi eykst án efa nýsköpun og fjölbreytni í samfélaginu. Stjórnvöld á Íslandi munu á komandi árum vafalítið auka fjárframlög til framþróunar hinna skapandi atvinnuvega. Þeir hafa fyrir löngu sannað gildi sitt auk þess sem imynd lands og þjóðar er í veði.



The designers of Iceland

Altogether, over one thousand designers work in Iceland, and their number is growing. They include architects, graphic designers, clothing designers, landscape architects, furniture designers, interior architects, product and industrial designers, as well as other specialised designers. Some work in a wide range of fields, and have even been trained in several design disciplines. They are also employed in a variety of workplaces: many designers work in their own individual studios, others at differing types of companies, and still others in studios together with other designers.

The occupation and professional designation of designers developed at varying speeds and in varying degrees of coordination with the economy. Here in Iceland, just as in many other places, the first designers came from the ranks of craftsmen and artists. There had been a great tradition of handicrafts in Icelandic homes which centred mainly on the unique, sustainable raw material of Icelandic wool. Architecture, in contrast, rested in the hands of cabinetmakers and master builders, so that they drew up plans for a building as well as constructing it. Architecture and industrial production have generally been controlled by the available materials and people's financial means. Around 1900, importing wooden houses from Norway was quite common due to a major shortage of practical building materials in this country. With the arrival of concrete, there was a complete revolution in Icelandic architecture. It opened up previously inconceivable possibilities and led to a strong demand for specially trained designers. When Icelanders first began to study architecture, in the second decade of the twentieth century, they did so in Europe; later, however, some of them sought education in the United States. This meant spending long years in countries with different priorities and traditions in architecture. The differing influences which people brought back to Iceland with them at the end of such studies was conspicuously revealed in the great diversity of their buildings. Diverse business and cultural life, together with greater prosperity and spending potential among the general public, added to the employment opportunities for designers. For example, the market for various kinds of furnishings expanded. After the middle of the 20th century, it was for

a time very popular to study furniture design in Denmark, which was reflected in Icelandic furniture production at its peak during the 1960s.

The Icelandic Academy of the Arts was formally founded in 1999. Finally, this country offered a three-year, full-fledged post-secondary educational programme in several fields of design. The development since then has been such that a large number of recruits choose to pursue BA degrees at this school. Since the Design and Architecture Faculty commenced operations, enrolments have swelled even further, and the breadth of studies increased. Uninterrupted study in Iceland increases designer solidarity, contributes to critical discussion, and can cultivate not only novel directions in design but ideally even unique characteristics. Academic contacts with society always have a positive impact on its evolution. Including those now studying abroad, the number of Icelandic design students today is well over two hundred.

Architecture and industrial production have generally been controlled by the available materials and people's financial means. Handicrafts centred mainly on the unique, sustainable raw material of Icelandic wool, which was in fact the basis of Iceland's handicraft tradition. Around 1900, importing wooden houses from Norway was quite common due to a major shortage of practical building materials in this country. The introduction of concrete opened up previously inconceivable possibilities and heightened the demand for architects. Diverse business and cultural life, together with greater prosperity and spending potential among the general public, added to the employment opportunities for designers. For example, the market for various kinds

of furnishings expanded, thereby calling for furniture designers.

To begin with, domestic manufacturing enjoyed the protection of import duties, but in the 1970s, the Icelandic government set aside its protectionist policies, subjecting Icelandic manufacturing to increased competition with foreign goods. Since the nation's self-image was weak, Icelandic design suffered a disadvantage as evaluated by the public. Manufacturing companies were thus leery of building up brands and considering export. Nor did it improve matters that the homogenous Icelandic society had fixed ideas which made it difficult for designers to promote unusual design. The result was that the lack of self-confidence and of marketing knowledge, among other factors of that time, prevented Icelandic design from achieving any success or exportation. This very nearly spelled the demise of the Icelandic design industry.

On the other hand, it might actually be considered a strength for Icelandic designers today that in this country there have been neither prominent manufacturing leaders nor strong "design icons" to set the norm. In neighbouring countries, however, there are many examples of designers straying away from their own ideas and techniques when a certain style has predominated.

Some Icelanders believe that the nation's self-image did not properly shake off its stagnation until the last decade of the twentieth century, when several individuals acquired world fame for their artistic creation and tiny Iceland became known for its particularly original music scene.

This was the fruit of systematic nurture, general education and support for the field of music. Now the same development can be observed in both art and design, but it is important to continue cultivating all of these fields. Iceland is in fashion today and is on the map as a wellspring of creative ideas and revitalisation.

Ever more Icelandic designers are attracting attention in an international context. Foreign manufacturers and other bodies are utilising the original designs of Icelandic designers and seeking collaboration with them. The success of Icelandic designers abroad sparks a chain reaction, catching attention at home and encouraging the recognition of accomplishments in design. The latest technology has been beneficial to Icelandic designers and facilitated this development. Various means of communication and production via the Internet shorten distances and save considerable time.

Globalisation in international commerce has had a tremendous impact on design and on the values of people in the West. Alongside mass production at low prices, one can presently detect a decisive trend in design towards the return of articles built more on quality and uniqueness than price and quantity. These aspects are in many ways parallel to those of Icelandic handicrafts through the ages, when articles related to the purchaser, were uniquely individual and were reputed for their hallmarks and references. This development offers special opportunities to Icelandic designers, both those producing on their own and those employed by Icelandic companies.

It is important for society to make demands when selecting and evaluating design, and at the same time it is important for designers and manufacturers to be able to place corresponding demands on consumers. Consumers must educate themselves and be prepared to appreciate the merits of that which is better thought out and designed. Well-informed, demanding consumers who emphasise uniqueness and quality are multiplying all around the world. These consumers are prepared to pay higher prices for unusual, well-designed goods.

Icelandic designers ought to increase their role in shaping man-made surroundings. After all, they are educated to combine technological innovations, raw materials, cultural references and function, so that they are capable of making surroundings, objects and structures unique and lending them cultural significance and individuality. Designers connect technology and the arts, ideas and production, culture and commerce. A brand connected to its origins and well grounded creates a basic value that may be built upon during the further development of goods and services.

The need for a diverse supportive environment has never been so urgent, whether for working designers or those taking their first plunge, the newly graduated. The Iceland of today has numerous associations and organised interest groups for designers, and an overarching organisation, Associated Icelandic Designers - Form Island, was founded in 1985. The overall organisation helped plan and develop education in design at the Iceland Academy of the Arts and continues to be of

assistance in building up an MFA programme and in encouraging purposeful research in an academic environment. After many years of preparation, the beginnings of a centre for designers were established two years ago, under the initiative of Associated Icelandic Designers and several government partners. Many hopes are tied to this project, which is called the Iceland Design Forum. The Forum is intended to become a general centre for the development and promotion of design. At the beginning of this year, the Visual Arts Centre commenced operation, in cooperation with Associated Icelandic Designers and the Association of Icelandic Visual Artists. This is the first time that designers in Iceland have been offered workspace, with members of the organisation having the option of renting studios and receiving access to versatile work facilities. Associated Icelandic Designers also oversee the annual Visual Arts Awards. Such an award serves as a great encouragement to the designer and provides a financial foundation for continuing achievements.

Public allocations to Icelandic designers, however, remain inadequate, often especially restricting innovation and pioneering endeavours on the part of the designers themselves. Powerful backing for designers would without a doubt increase innovation and diversity in Icelandic society. In coming years, the Icelandic government will doubtless increase financial allocations towards developing creative professions. They have long since proved their value; moreover, the very image of Iceland is at stake.



Kross
Farmers market
www.farmersmarket.is







Geirfuglskertið Great Auk Candle

Geirfuglinn var stór og kjótmikill fugl. Ólán hans var að vera ófleygur, ljúffengur, álkulegur og auðveld bráð, enda var honum útrýmt af forfeðrunum. Síðasti fuglinn er talinn hafa verið veiddur á Íslandi árið 1844. Geirfuglskertin urðu til í undirbúningi fyrir Landnámssýninguna í Aðalstraeti árið 2006. Þau eru hönnuð í minningu hans og bjóða um leið upp á persónulega þátttöku í útrýmingarferlinu. Með því að tendra kveikinn má sjá geirfuglinn hverfa á braut.

The great auk was a large bird with a lot of meat. Its misfortune was to be flightless, tasty, clumsy and easy prey, such that it was hunted to extinction by our forefathers. The last bird is believed to have been killed in Iceland in 1844. The great auk candles were created in 2006 to prepare for the Settlement Exhibition, Reykjavik 871ff12. Not only are the candles designed in memory of these birds, but also as an invitation to participate personally in the extinction process. By lighting the candle, one can watch the great auk disappear.

Snæfríð Þorsteins og Hildigunnur
Gunnarsdóttir

www.hildigunnur.is

www.snaefrid.is

Mótun frumgerðar/Prototype moulding:
Guðrún Benónýsdóttir



Guðjón Sigurður Tryggvason

Buxur, vesti, brók og skó,
bætta sokka nýta,
húfufetur, hálsklút þó,
háleistana hvíta.

Guðjón Sigurður Tryggvason lauk námi úr fatahönnun LHÍ
2006 og er af mörgum talinn einn efnilegasti fatahönnuður
Íslendinga.

gudjon.sigurdur@gmail.com

Shoes and britches, shorts and vest,
shaggy socks (much mended),
leggings, scarf, and --- last but best ---
little cap. How splendid!

Guðjón Sigurður Tryggvason completed his studies in clothing
design at the Iceland Academy of the Arts in 2006. He is regarded
by many as one of today's most promising Icelandic fashion designers.



Inner beauty / Flower chair

Amma Guðrúnar Lilju vissi hvað hún söng þegar hún sagði að í steininum væri falin fegurð. Þessi hugsun, að raunveruleg djásn liggja stundum nálægt kjarna hlutanna er sem rauður þráður í verkum Guðrúnar. Ytra byrði þeirra hefur mjúkar sveigjur en þó straumlínulagaða formgerð en undir yfirborðinu býr óvænt fjölbreytni. Í „Inner beauty“ óðlast tiltölulega ódýr efniviður gildi með einstakri samsetningu margra laga. Þannig geymir hvert húsgagn undir rólegu yfirbragði rómantíska þriðju vídd með sinn sérstaka karakter. Blómastóllinn býr yfir svipaðri hugsun. Í honum mætast tveir heimar í einni samfellu sem breytist úr einfaldri og fagaðri línu yfir í blómteikningu. Dýpt sem felur í sér ólíka eiginleika er óvenjulegt að finna meðal húsgagna en vissulega hægt að heimfæra upp á flestar manneskjur.

Guðrún Lilja á að baki margar hönnunarsýningar og um hana hefur verið fjallað í bókum og virtum tímaritum. Einnig hefur hún hlotið fjölda viðurkenninga fyrir verk sín og þeirra á meðal Sjónlistarorðuna 2006.

Guðrún Lilja Gunnlaugsdóttir's grandmother knew what she was talking about when she said that beauty was hidden in stones. This opinion, that real preciousness sometimes lies near the core of things, has been a common thread in Guðrún's works. Their outer surface has soft curves and yet a streamlined form, while unexpected variety is harboured beneath the surface. In "Inner Beauty", a relatively inexpensive material attains value through the unique combination of numerous layers. The calm surface of each piece of furniture thus hides a romantic third dimension with a distinctive character. The "Flower Chair" represents a similar concept. In it two worlds meet in one continuum which changes from a simple and polished line into the image of a flower. Depth which conceals different characteristics is unusual in furniture, even though it can certainly be attributed to most human beings. Guðrún Lilja has many design shows behind her and has been discussed in books and respected journals. She has also received numerous recognitions for her work, including the Icelandic Visual Arts Award 2006.

Guðrún Lilja Gunnlaugsdóttir
www.bility.is

Moli

The piece (Moli)

Samvinna hönnuðanna Tinna Gunnarsdóttur, Sigríðar Sigurjónsdóttur og Guðrúnar Lilju Gunnarsdóttur undir nafninu „Tuesday Project“ á sér fallegt markmið: Að skoða íslenska náttúru og menningararfinn en einnig tækifærin sem felast í takmörkunum. Tilvera íslenska birkisins er lífandi sönnun þess sambands. Tréð sem vex ofurhægt í hrjóstrugu landi og verður sjaldan mjög stórt en hefur eiginleika harðgerðra frumbýlinga. Það hentar því vel í vandaða, smærri smíð sem er kjörin fyrir Ísland þar sem ríkari hefð er fyrir handverki en fjöldaframleiðslu. Moli er einmitt framleiddur í takmörkuðu magni og gull-, silfur- eða koparhúðaðar plönturnar sem „vaxa“ úr kollinum koma úr íslenskrí náttúru. Þær eru brothaettar eins og hún og óvænt staðsetningin endurspeglar jafnframt hæfileika þeirra til að koma á óvart með tilvist sinni við óbliðar aðstæður.

Here the designers Tinna Gunnarsdóttir, Sigríður Sigurjónsdóttir and Guðrún Lilja Gunnarsdóttir have collaborated under the name of Tuesday Project, with a laudable goal: to explore Iceland's nature and cultural heritage, together with the possibilities lying in limitations. The very existence of Icelandic birch is a living demonstration of this connection. It is a tree which in a barren land grows extremely slowly and seldom becomes large, but has the qualities of a hardy pioneer. Therefore, it is well suited to a high-quality, small article, and ideal for Iceland, which has a stronger tradition of craftsmanship than mass production. Moli is likewise produced in a limited edition, and the gold, silver or copper-plated plants that grow outwards "stem" from Icelandic nature. Like nature, they are delicate, and their unconventional position also reflects their ability to surprise us through their existence under harsh conditions.

Tuesday Project

www.tuesdayproject.com



66°Norður
66°North

66°Norður er eitt elsta framleiðslufyrirtæki landsins, stofnað 1926 og hefur verið leiðandi í framleiðslu á sjó- og vinnufatnaði. Það er tilvalið dæmi um fyrirtæki sem fyrir nokkrum árum hóf markvissari hönnunarvinnu og ófluga markaðssetningu til að styrkja mynd sína og efla úrval og gæði framleiðslunnar. Ekki spillti flisbyltingin sem varð á svipuðum tíma en með þróun þeirra efna má segja að fyrirtækið leggi áherslu á umhverfisvæna framleiðslu. Þó neytendumir séu á öllum aldri byggir gæðastjórnun eldri sist á mikilvægu samstarfi við þá kröfuhörðustu, s.s. björgunarsveitir landsins og íslenska fjallaleiðsögumenn sem reyna nýjar flíkur áður en framleiðsla hefst. Hönnun fyrirtækisins hefur verið tilnefnd til fjölda verðlauna, nú síðast hlutu fimm flíkur tilnefningu til alþjóðlegu Polartec® APEX verðlaunanna 2007.

Founded in 1926, 66°North is one of Iceland's oldest manufacturing companies and has remained at the forefront in producing seaman's and other work clothing. It is an excellent example of a company that undertook more purposeful design work and more active marketing several years ago, so as to strengthen its image and improve the selection and quality of its products. The fleece revolution taking place at about the same time also played a part, and it might be said that with the development of that material the company began to emphasise environmentally friendly manufacturing. Although the consumers are of all ages, quality management is built not least on key collaboration with the most demanding ones, such as rescue teams and Icelandic mountain guides, who test new products before manufacturing begins. The company's design has been nominated for numerous awards. Most recently, five garments received nominations for the International Polartec® APEX awards 2007.

www.66north.is



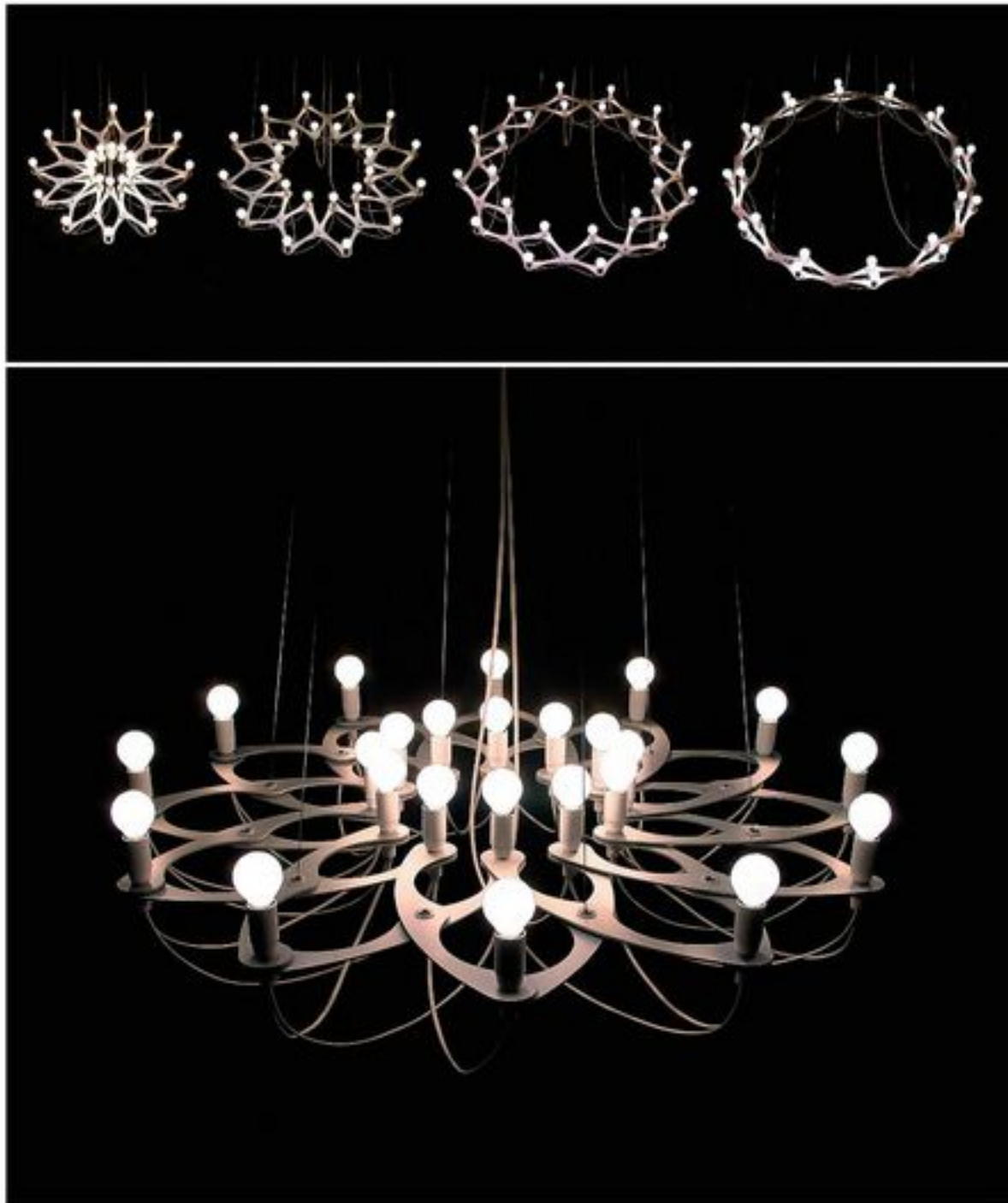


Ornametrica

Nafnið „Ornametrica“ er smíðað úr „ornament“ og „geometric“ og er sería ljósakróna sem byggja á geometrisku lögmáli sem leyfir formi þeirra að breytast. Þær byggja á þremur grunnelementum sem hvert kallar fram mismunandi formheima en útlit ljósakrónunnar breytist með mismunandi þrýstingi að miðju eða frá. Hver ný staða breytir afstöðu elementa ljósakrónunnar og skapar þannig nýtt ornament eða skreyti. „Ornametrica“ var hönnuð í Danmörku þar sem Aðalsteinn og Aleksej störfuðu. Þeir ætluðu ljósakrónurnar fyrir kirkjur, banka og hótél, fannst kominn tími til að hverfa frá hinum hagsýna danska einfaldleika undanfarinna áratuga og skreyta svolítið umhverfið.

The name Ornametrica is constructed from “ornament” and “geometric” and refers to a range of chandeliers built on a geometric principle which allows their form to change. The chandeliers are composed of three module elements, each of which evokes a different world of shape, with the appearance of the chandelier changing as varying pressure is applied away from or towards the centre. Each new position changes the orientation of the chandelier elements and thus creates a new ornament or decoration. Ornametrica was designed in Denmark, where Aðalsteinn Stefánsson and Aleksej Iskos were working. They intended the chandeliers for churches, banks and hotels, believing it was time to retreat from the practical Danish minimalism of recent decades and decorate their surroundings a bit.

Aðalsteinn Stefánsson og/and Aleksej Iskos
www.ornametrica.com



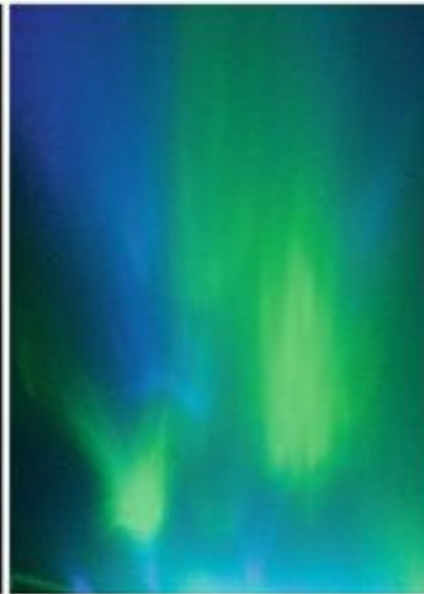
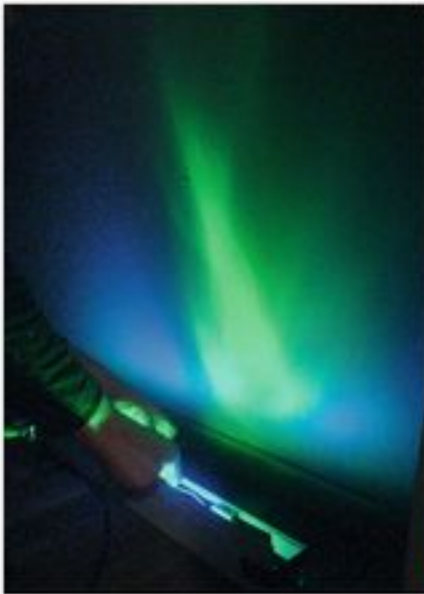


Rignandi Raining

Sumir segja að hugmyndirnar liggi í loftinu og stundum falla þær beinlínis af himnum ofan. Kvöld eitt seint þegar ys og þys hafði hljóðnað, var nývöknuð næturkymrín rofin af skyfalli. Rigningin dundi á þakglugganum í stofunni eins og óteljandi ljósdropar sem splundruðust á glerinu. Þeim hughrifum sem Marý varð fyrir á þessari stundu hefur hún fundið farveg í ljósverki sínu, Rignandi. Samspil ljósanna líkir eftir úrhelli á þakglugga, gefur af sér þægilega birtu og hefur róandi áhrif.

Some say that ideas loom in the air, or occasionally that they drop straight out of heaven. Late one evening, when hurried clamour had died down, the newly awakened calm of night was rent by a downpour. Rain pelted against the living room skylight like countless drops of light splattering on the glass. At this moment, Marý (Ólof María Ólafsdóttir) experienced an inspiration; next she found a channel for it through her light work, Raining. The interplay of the lights resembles the downpour on a skylight, and provides comfortable lighting with a calming effect.

Marý - Ólof María Ólafsdóttir
www.omo.is



Norðurljós Northern light

Sumir telja að ljósmengun í borgum sé helsta truflun norðurljósanna og finnst þau hvergi fegurri en þar sem annars ríkir algjört myrkur um vetrarnætur. Lifseigri hugmynd Sigríðar Heimisdóttur um að endurskapa þessa náttúrubirtu í lampa hleypti hún loks af stokkunum í tilefni af Magma/Kvíku. Með hjálp sérfræðinga í lýsingu hófst hönnunarferlið langa og stranga. Á þeirri krókóttu leið þarf að vinda ofan af ýmsum óþarfa og komast að kjarna málsins í líki einfaldra lausna sem gera flókna hugmynd að veruleika. Hver veit, kannski munu norðurljósín brátt vera fól eftir allt saman!

Sigríður Heimisdóttir
sigga@dottirson.com

Some consider light pollution in cities to be the main interference with the northern lights, believing they are most beautiful where there is otherwise complete darkness on a wintry night. Sigríður Heimisdóttir finally launched her persistent notion of recreating that natural illumination in a lamp for the Magma/Kvíka exhibition. With the help of experts in lighting, a long and rigorous design process began. Along that circuitous path, various superfluous aspects had to be peeled away in order to arrive at the core of the matter: a simple solution which turned a complicated idea into reality. Who knows, maybe northern lights will soon be for sale after all!



Töskur úr fiskroði
Handbags made from fish skin
(a new product)

Unnur Friðriksdóttir:
www.unnurwear.com

Föt eru skylandi dulur, sannkallaðir „dul-búningar“ hvar sem er í veröldinni og innblástur Unnar liggur í samblöndun menningarheima þar sem leikur með fatnað spilar stórt hlutverk. Afrískir leirkofar á hvolfi urðu kveikjan að fyrstu töskum hennar, hugmyndin holdgerðist í íslensku lambaskinni og ber fyrir augu á óxlum bandarískra kvenna. Haustið 2007-8 fjallar um hina alþjóðlegu umhverfsvakningu. Þetta eru töskur úr lituðu fiskroði, þar sem litasamsetningarnar eru sóttar í málverk gamla meistara. Öll tákni í efni og formi vísa til skilnings á manneskjinni sem alþjóðlegri og umhverfismeðvitaðri.

Clothes are enshrouding concealments, everywhere in the world serving as disguises. Unnur's inspiration lies in a blending of cultures where clothing playfulness earns a major role. Upside-down African mud huts sparked the idea for her first handbags. The concept was produced in Icelandic lambskin and appears on the shoulders of American women. The 2007/8 autumn line brings out the international environmental awakening. The new line consists of handbags made of coloured fish skin, in which the colour combinations are based on Old Master paintings. Every symbol in material and form alludes to an understanding of humankind as more cosmopolitan and more conscious of the environment.



Blómastell
Flower series

Postulínastell Þóru gætu verið sprottin úr ævintýrum. Naumhyggjan er langt undan, enda ber hvert form eftir lögun sinni nafn náttúrublóms. Eitt heitir Baldursbrá, annað Morgunfrú, hið þriðja Hvönn og þannig koll af koll. Uppruna sinn eiga þau í gömlum og beygluðum bókunarformum sem formæður okkar notuðu til að töfra fram bakkelsi á meðan slíkt var enn ein af frumskyldum metnaðarfullra húsmæðra. Tilgangur þess að uppfæra áhöld fortíðar til dagsins í dag er sá sami og forðum, nefnilega að gleðja stórar og smáar manneskjur.

Þóra Breiðfjörð's porcelain dishes and bowls could have sprung from fairy tales. The art is far from minimalist, with each piece bearing the name of the flower on which its shape is based. One is called Baldursbrá (chamomile), another Morgunfrú (marigold), a third Hvönn (angelica), and so on and so forth. They are inspired by the traditional, dented baking forms our mothers and grandmothers used to produce magical baked goods in, back when that still belonged among the duties of ambitious housewives. The aim of rejuvenating these tools of the past is the same as long ago: to bring joy to people, whether old or young.

Þóra Breiðfjörð
www.thorabreidfjord.is



Ull Wool

Víst er að í gegnum aldirnar hefði okkur þótt íslenska vistin dálítið kuldalegri ef ekki hefði verið fyrir bjargvættinn í sauðargærunni. Fórnfús tilvera ærinnar er enda meginstef í starfi fjölda manns; hönnuða og handverksfólks, listamanna og matreiðslumeistara. Hin dæmigerða afurð sauðkindarinnar fyrir utan lambaket á disk er í hugum margra hin eina sanna íslenska lopapeysa. Í henni nýtast einstakir eiginleikar ullarinnar dæmalaust vel, vatnsþolið togið og þelið hlýja og útlitið má auðvitað laga að tíðarandanum. Ullin er ekki hrokafull og gengur ágætlega að vinna með öðrum efnum í margvíslegu samhengi. Hún unir sér vel sem efniviður í fatnað á menn og dýr, sem aðalpersóna í húsgagnahönnun og umbúðahönnun eða innblástur í aðra framleiðslu sem minnir á íslenska þjóðararfinn.

It is certainly the case that Icelanders would have found their existence considerably colder through the centuries if not for the saving grace of sheep's fleece. The willingly helpful sheep is after all an essential factor in the work of numerous people: designers and craftspeople, artists and chefs. In the minds of many, the typical sheep product, other than lamb on a dish, is the one and only Icelandic lopi yarn sweater. The classic sweater utilises the special characteristics of the wool particularly well, i.e. the water resistance of coarse wool and warmth of the fine wool, while the style can of course be altered in accordance with the spirit of the times. Wool is not arrogant, so that it can be processed with other materials in a variety of contexts. It fits well as a basis for the clothing of people and animals, fulfils a leading role in furniture and packaging design, and gives inspiration to other products which recall Iceland's cultural heritage.



Stefán Pétur Sólveigarson
& Sverrir Ásgeirsson
www.hrutaspilid.is

66°Norður
www.66north.is

Guðrún Ragna Sigurjónsdóttir
www.icelanddesign.is/grs

Hildur Helgadóttir Zoega
hildurz@internet.is

Halla Helgadóttir
www.fiton.is



Prinsessa Lára
dumpe Hættu Són

Sesselja Guðmundsdóttir - Hite
www.theexplorers.net

Nakti apinn/The Naked Ape
shop@dontbenaked.com

Farmers market
www.farmersmarket.is



Guðjón Sigurður Tryggvason
bettað af/crocheted by Brynhildr Friðriksdóttir
gujodn.sigurdou@gmail.com



Bollar Cups

Ragnheiður Ingunn Ágústsdóttir
raki@simnet.is

Ekkert sprettur af engu segir gamalt máltæki og víst er að hugmyndir eiga sér alltaf kveikjur. Í verkum Ragnheiðar eru tengingar við hugmyndir annarra og jafnvel beinlínis fengið að láni úr þeim eða notaðir hversdagshlutir úr allt öðru samhengi. Veggisnagar eru einn þeirra hluta sem við þekkjum vel í okkar daglega umhverfi en í hönnun bollanna gefur hún þeim nýtt hlutverk og hefur fyrir hanka.

Nothing comes from nothing, as the old saying goes, and it is certainly true that ideas only come from some previous inspiration. Ragnheiður Ágústsdóttir's works also demonstrate connections to the ideas of others and even direct borrowings from them, or sometimes involve everyday items being used in a completely new context. Wall hooks are objects that we know well from our everyday surroundings, but Ragnheiður designs the cups so as to give such hooks a fresh role, allowing them to serve as handles.





Elm

www.elm.is

Elm er sex ára fyrirtæki í fatahönnun sem nú þegar selur framleiðslu sína til Bandaríkjanna, Frakklands og Ítalíu auk þess að bjóða vörur sínar á Íslandi. Í hönnuninni er lagt út frá fágæðum gæðum og viðskiptavinirnir samanstanda af öllum gerðum kvenna á öllum aldri, sem styður þá afstöðu hönnuðanna að persónuleiki konunnar sé það sem fullkomnar buning hennar.

Elm is a six-year-old clothing design firm which now sells its products in the United States, France, and Italy in addition to retailing goods in Iceland. The designs are based on exquisite quality and the clientele consists of women of all ages and figures, supporting the designers' conviction that a woman's personality is what perfects her attire.

How to make an active volcano cake



You need a few sheets of aluminum foil.



Press them together and shape.



A mountain.



Pour chocolate cake-dough in the mold.



Bake in the oven until a fork comes out clean.



Carefully remove the aluminum foil, cool the mountain.



When the mountain is cold start to fill it with lavasauce*.



Cut the top off with a sharp knife.



Take the inside out, pour lavasauce into the mountain and then put the rest back in.



Pour melted chocolate over the mountain to close the cut.



Cut carefully. The lava will start to appear.



Ready to serve.

* Red jam.

Hvernig baka á virkt eldfjall og Súkkulaðifjöll

How to bake active volcanoes and chocolate mountains

Brynhildur Pálsdóttir og Hafliði Ragnarsson
www.sukkulaðifjoll.com

Hugleiðingar um náttúruhamfarir á borð við eldgos minna til dæmis á að náttúran mun alltaf hafa síðasta orðið. Líka geta slíkir þankar leitt til skemmtilegra hugmynda sem gaman er að borða. Kökudeig sem myndlíking svellandi jarðskorpunnar fékk rifandi byr í áhuga Brynhildar á bakstri og bakkelsi. Úr varð hönnun hennar á kökuuppskrift að eldfjalli sem sameinar sætabrauðs- og náttúruunnendur. Fleiri spekúlasjónir um landið og fjöllin kveiktu svo aðrar gímilegar hugmyndir. Súkkulaðifjöllin eru byggð á eins konar jarðfræði: Kvikuholfin eru úr karamelli, bólstrabergjöld er hnetufylling, snjóalög verða hvítt súkkulaði, svartir hamrar dökkt súkkulaði. Molarnir eru stórir því þegar borðað er heilt fjall er lágmark að finna aðeins fyrir því.

Reflections on such natural disasters as volcanic eruptions serve to remind us that nature will always have the last word. However, such thoughts can also lead to interesting ideas that are wonderful to eat. Brynhildur Pálsdóttir's vision of cake batter as a metaphor for the bulging crust of the earth was urged on by her interest in baking and pastry. Out of this emerged the recipe she designed for a "Volcano" to unite both sweet-tooths and nature lovers. Further speculation about landscape and mountains inspired additional tempting ideas. Brynhildur's "Chocolate Mountains" are based on a sort of geology: the magma chamber contains caramel, pillow lava is nut filling, snow cover is white chocolate, black cliffs are dark chocolate. Each cake is large, because when you eat a whole mountain you should at least feel it afterwards.



Milla

Hið dýrasta skart er í sumum fjölskyldum víravirki af íslenskum kvenbúningi sem gengur gjarnan í erfðir frá móður til dóttur. Helga Ósk er ein af fáum gullsmiðum sem hefur tileinkað sér smíði þess. Haustið 2006 notaði hún þekkingu sína til að hanna og smíða Milla sem er nútímalegt kvenskart byggt á flóknu handverki búningasilfursins en við hönnunina notar hún meðal annars aðra málma og efni en áður var gert.

The most valuable jewellery in some Icelandic families is the filigree of the women's national costume, often passed down as an heirloom from mother to daughter. Helga Ósk Einarsdóttir is one of the few goldsmiths who has specialised in the craft of making filigrees. During the autumn of 2006 she used her expertise to design and produce Milla, a collection of modern jewellery for women which is based on the intricate craftsmanship of the traditional costume silver, but is designed utilising among other things different metals and materials than previously.

Helga Ósk Einarsdóttir
www.milla.is



Salka

Salka eru fingerðir en þó nokkuð umfangsmiklir skartgripir hannaðir fyrir konur. Í þeim er leikur með gömlu listiðnina orkeringu, sem var vinsælt handverk í kringum heimstýrjöldina fyrri. Þá og síðar voru heklaðir blúndukragar móðins en hér er kústin útfærð í sveigjanlegum silfurþræði. Salka er þrívíð, hefur ekki bakhlið sem slíka heldur skartar allan hringinn.

Salka is a collection of delicate, yet fairly expansive jewellery for women. The pieces are a play on the old art of lace-making, which was a popular craft around the time of the First World War. Crocheted lace collars were in fashion for clothing of that time and even later. Here, however, the technique is executed with flexible silver thread. Salka is three-dimensional; thus it has no back side as such, but is decorative from every angle.

Aurum
www.aurum.is





Karafa og glós
Carafe and glasses

Kristín Sigfríður Garðarsdóttir
www.subba.is

Sá hluti listsköpunar Kristínar sem snýr að nytjalist í gleri byggir annars vegar á gamalli kunnáttu annarra þjóða í glerblæstri en hins vegar á hennar eigin þróunarvinnu með postulín. Útkoman ber vott um mátulega virðingu fyrir formfestunni því þyngdarpunktur glerbollanna liggur kringum miðju botnsins svo þeir setjast ekki kurteislega á borðið heldur finna sitt eigið jafnvægi. Þannig halla þeir undir flatt eins og litlir krakkar með litaglaðar húfur sem biða eftir svari við sköndnum spurningum.

The practical aspect of Kristín Sigfríður Garðarsdóttir's glass art builds partly on the traditional know-how of other nations in glassblowing, and partly on her own work in developing porcelain ideas. The result shows only a limited respect for fixed forms, because the centre of gravity of the glass cups is only near the middle of the bottom. Therefore, rather than sitting politely on the table, these containers each find their own balance. They tilt their heads like little children with colourful hats, waiting for an answer to an amusing question.





Be the cat

Hulda Helgadóttir
superhg@gmail.com

Sjálfstæði kattarins sem fer sínar eigin leiðir er eiginleiki sem margir vildu búa yfir. Munir Huldu geta talist til skartgripa, fatnaðar eða skulptúra, allt eftir því hver er spurður. Hvað sem allri flokkun líður, er innblástur hennar fenginn úr sjálfsbjargarviðleitni kattardýranna, frá ljóni að heimilisketti. Með því að bera merkin er jafnvel hægt að tileinka sér hæfileika þeirra. Vanti þig hugrekki, vísu og jafnvægi skaltu skreyta þig tákni þeirra sem kunnir eru af hæfni sinni til að lifa af. Aðferðin er þekkt úr sagnaheimi þjóða víða um heim, það getur varla verið tilviljun.

The independence of the cat, doing what it itself wants, is an attribute that many people would like to possess. Hulda Helgadóttir's work might be called jewellery, clothing or sculpture, depending on who was being asked. Regardless of how it is classified, her inspiration stems from the self-reliance of cats, ranging from the lion to the housecat. Wearing these images even allows for attaining the cat's abilities. If you need courage, wisdom and equilibrium, just ornament yourself with the symbol of creatures known for their ability to survive. This solution is recognised by folk traditions around the world--something which can scarcely be a coincidence.



Nikita

Nikita á rætur að rekja til brettaverslunarinnar Týnda hlekkisins sem starfrækt var í Reykjavík árin 1994 til 1999. Aðalheiður (Heiða) Birgisdóttir hóf þar að selja eigin hönnun, götutiskufatnað sem innblásinn var af brettalífstílnum. Í fyrstu saumaði hún í stykkjatali fyrir sig og nokkra vini en árið 1997 var hafin framleiðsla á Nikita í lítilli saumastofu á Húsavík og hlaut varan góðar viðtökur. Árið 2000 stofnuðu eigendur Týnda hlekkisins sérstakt fyrirtæki um vörumerkið Nikita og sömdu viðskiptaáætlun sem enn stenst í meginatriðum. Vörur undir merki fyrirtækisins eru nú seldar í um fimmtán hundruð sérverslunum í þrjátíu löndum og hafa góða alþjóðlega kynningu meðal markhópsins, svo og slagorðið „For girls who ride“. Fyrirtækið hefur hlotið margvíslegar viðurkenningar fyrir vel heppnaða hönnun og markaðssetningu.

www.nikitaclotthing.com

Nikita traces its roots to the boardsports shop Týndi hlekkurinn (The Missing Link), which operated in Reykjavík from 1994 to 1999. Aðalheiður (Heiða) Birgisdóttir began to sell her own designs there: streetwear inspired by the boarding lifestyle. At first she sewed individual pieces for herself and a few friends, but in 1997, at a small sewing room in Húsavík, production began on the Nikita line. It was well received. In 2000 the owners of Týndi hlekkurinn established a special company for the Nikita brand and drew up a business plan which for the most part is still in effect. Goods bearing the company's brand name are now sold in around 1500 specialty shops in 30 countries and receive excellent international marketing in the target group, as does the company slogan "For girls who ride." The company has received a range of recognitions for successful design and marketing.



Sunna

Sunna Dógg Ásgeirsdóttir
www.sunnadesign.com

Sífeltilt fleiri stór fyrirtæki sjá sér hag í því að nýta sköpunargáfu hönnuða og Hagkaup er eitt þeirra. Árið 2006 hélt fyrirtækið í fyrsta skipti samkeppni um fatalínu sem framleidd var og seld í verslunum þess. Sigurvegari keppinnar þetta fyrsta ár var Sunna Dógg Ásgeirsdóttir. Hugsunin sem hún lagði til grundvallar hönnuninni var einfaldleiki með tilbrigðum en figúrumar sem skjóta upp kollinum hér og hvar eru sönnun sífelldra teikniæfinga, myndunarafis og japanskra áhrifa.

Large companies increasingly appreciate the value of using the creative talents of designers, and Hagkaup is one such company. In 2006 Hagkaup sponsored for the first time a competition for a clothing line to be manufactured and sold in its stores. The winner of the first year's competition was Sunna Dógg Ásgeirsdóttir. The idea on which she founded her design was simplicity with variations; the figures which pop up here and there are indications of constant drawing exercises, imagination and Japanese influences.



Sequinfall serian
Sequinfall series

Theresa Himmer
theresahimmer@hotmail.com

Palliettufossinn er tulkun borgarsamfélagsins á náttúruafli íslenska fossins, smíðaður úr þúsundum pallietta negldum í vegg eins og uppstoppað fiðrildasafn. Ólíkt alvöru fossum renna vatnsföll borgarinnar á húsveggjum jafnvel innandýra, því borgin þarf ekki endilega að beygja sig undir lögmál náttúrunnar. Hver pallietta er fest á pinna og hreyfist sjálfstætt við minnsta andvara svo spegilgljáandi yfirborðið endurkastar sibreytilegri birtu umhverfisins. Venjulega er þeim annars fundinn staður í auglýsingaskiltum fyrir notaða bíla, söngleiki og veitingastaði. Notið þeirra í verk sem lýsir fyrirbæri tengdu sönnum hreinleika, kveikir nýjar hugmyndir um upplifun okkar af náttúrunni og samskipti við hana.

Sequinfall is an urban interpretation of the natural power in Icelandic waterfalls, made from thousands of sequins pinned to a wall like a collection of butterfly specimens. Unlike real waterfalls, urban falls run down even the indoor walls of houses, because no city necessarily has to follow nature's laws. Each sequin is fixed on a pin and moves independently with the slightest breeze, so that its mirrored surface reflects the ever-changing light of the surroundings. Normally, sequins are found in contexts such as advertising posters for used cars, musicals or restaurants. Their use in a work representing a phenomenon linked to true purity sparks new ideas about our experience of nature and our interaction with it.

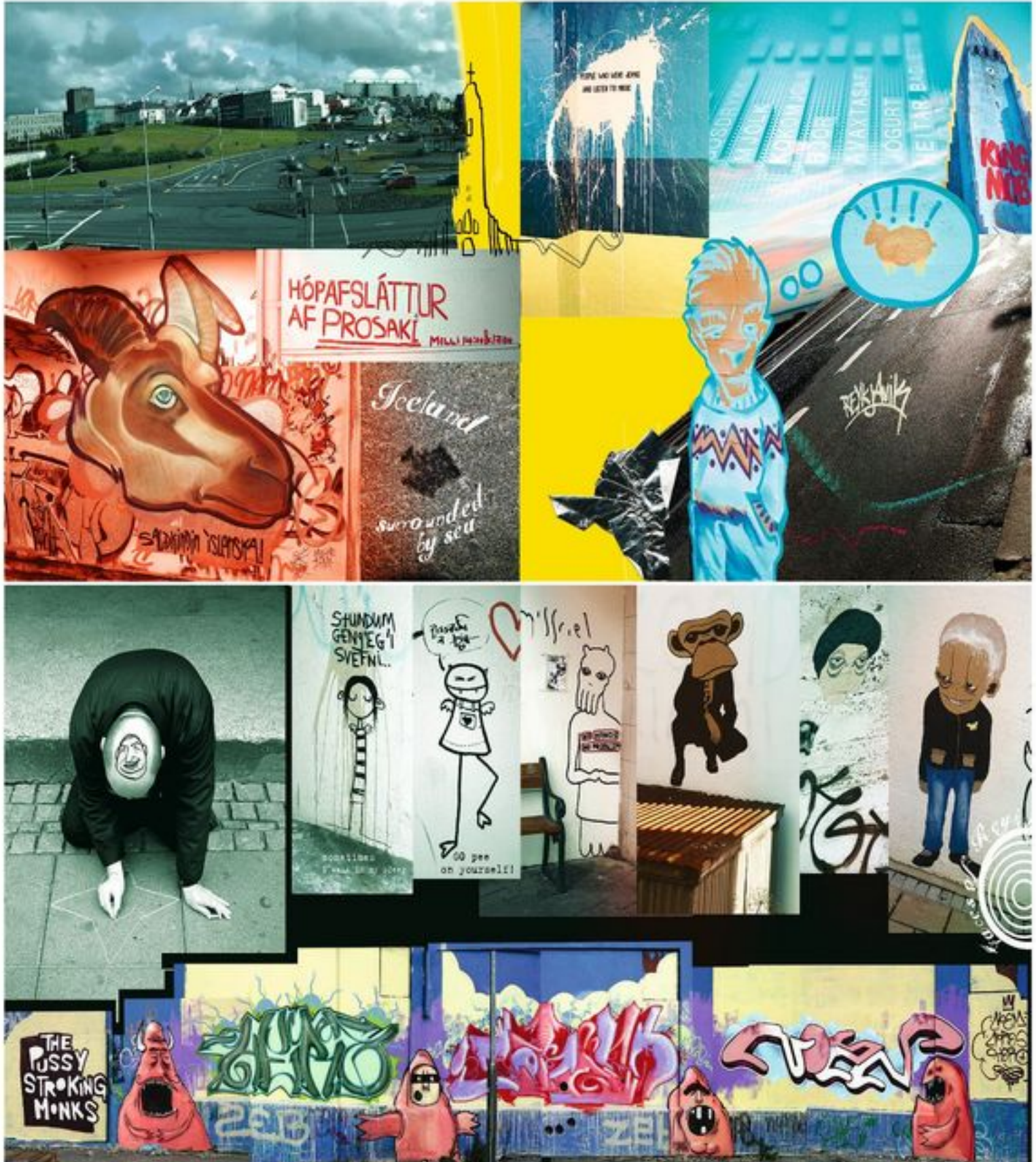


Icepick - Icelandic Street Art

Pórdís Claessen
www.icepickbook.com
www.osoma.is

Upp úr síðustu aldamótum hóf Pórdís vinnslu bókar sinnar, sem nú sex árum síðar er nýkomin úr prentun. Útgefandinn er Gingko Press í Kaliforníu sem gefur m.a. út mikið af bókum um ljósmyndun og jaðarlist. Það er viðeigandi fyrir „Icepick“ sem inniheldur einmitt ljósmyndir af jaðarlistforminu graffiti. Markmið hennar er að sýna margbrotna götulist og ferska hönnun. Áhugi Pórdísar er áhorfandans á þessari óritskoðuðu tjáningu sem sumir kalla skemmdarverk en aðrir listaverk því fegurðin býr í auga sjáandans.

Pórdís Claessen began working on her book right after the beginning of the new century, and now six years later it has just been published. The publisher is Gingko Press in California, which in addition to other material publishes numerous books on photography and art that is positioned outside the mainstream. That focus fits Icepick well, since it contains photographs of an outsider art genre, graffiti. Pórdís's goal is to show the complexity of street art and fresh design. Her interest is that of an observer of this unedited expression, called vandalism by some and by others art. After all, beauty is in the eye of the beholder.



Snjóbretti og hjálmar Snowboards and helmets

Katrín Pétursdóttir Young
www.katrin-olina.com

Katrín segist sjálf upplifa verk sín sem sjónræna tónlist og skapa fremur af innsæi en rökhugsun. Fantasíuveröld hennar er létt og gegnsæ en þó oft sem þrívíð og gjarnan byggð sköndnum figúrum. Verkin er erfitt að flokka í ákveðinn bás, enda hafa þau í gegnum tíðina fundið sér víða stað; í myndlist, tísku, vörubönnun, textíl og innanhússarkitektúr. Katrín hefur unnið mikið á alþjóðlegum vettvangi, m.a. fyrir Philippe Starck, Rosenthal og Nokia og undanfarin ár mikið með eiginmanni sínum, Michael Young. Til samræmis við fjölbreyttan feril eru snjóbretti og hjálmar aðeins einn vettvangur Katrínar til tjáningar af mörgum. Brettin og hjálmana framleiðir austurríska fyrirtækið Elan-Colorsurf System í mjög takmörkuðu magni.

Katrín Pétursdóttir says that she experiences her work as visual music, creating more through insight than logic. While her fantasy world is light and transparent, it often seems three-dimensional and in many cases based on amusing figures. Her works are difficult to categorise, which explains their having appeared in a wide range of fields over the years: music, fashion, product design, textiles and interior architecture. Katrín has worked a great deal internationally, for instance for Philippe Starck, Rosenthal and Nokia, and in recent years particularly along with her husband, Michael Young. In keeping with her diverse career, snowboards and helmets are only one of Katrín's numerous realms of expression. The snowboards and helmets are manufactured in a very limited edition by the Austrian company Elan-Colorsurf System.





Hin hliðin
The other side

Björg Juto
www.bjorgjuto.is

Notagildi hluta liggur stundum í fleiru en því augljósa og því sem við erum vön. Með opnu hugarfari getum við bæði uppgötvað fjölbreytta nýtingu á annars sérhæfðum hlutum og samnýtt þá í stað þess að sanka stöðugt að okkur nýjum og bráðnaðsynlegum óþarfa. Hin hliðin samanstendur af tveimur eða fjórum hlutum, eftir því hvernig lítið er á málið. Annars vegar er mjólkurglas og mjólkurkanna saman sem einn hlutur og hins vegar diskur og pottaundirlegg runnin saman í eitt. Snjöll hugsun sem einfaldar lífið.

The utility of objects sometimes involves more than the obvious or expected. By keeping an open mind, we can both discover multiple uses for otherwise specialised objects and also unify their uses, instead of constantly accumulating new and "absolutely necessary" frivolities. The other side consists of either two or four things, depending on your perspective: on the one hand a milk glass and milk pitcher join as one object, and on the other a dish and trivet combine into one. A clever idea which will definitely simplify life.



Rofar til...
Dissipating ...

Páll Einarsson
pall.einars@isl.is

Verkið samanstendur af þremur ljósaröfum og jafnmörgum dimmum sem eiga sameiginlegt nýstárlegt og fremur óvenjulegt notendaviðmót. Hingað til hefur útlit slíkra þarfapínga verið tiltölulega staðlað en þetta verk sannfærir um að það hafi verið algjör óþarfi. Viða sé hægt að fá innblástur sem hleypi lífi í tilbreytingarleysi jafnvel hversdagslegustu hluta. Ef til vill er hér aðeins upphafið að áður óplægðum akri skemmtilegra hugmynda.

"Dissipating ..." is a project funded by an innovation grant. The work consists of three light switches (rofar) and as many dimmers; these all share a novel and rather unconventional interface. Whereas the appearance of such functional items has until now stayed relatively standardised, this work convinces the viewer that that was completely unnecessary. Inspiration can be found far and wide to bring a breath of fresh air to the monotony of even the most everyday objects. One might say this is just the groundbreaking in a previously unploughed territory of intriguing ideas.





Umkringd hönnun

Við höfum lagt undir okkur jörðina, við tókum drottinn á orðinu og endurhönnuðum sköpunarverkið. Heimurinn er hráefni sem endar einhvers staðar hannaður á sínum stað, hönnun er sköpunarkraftur og eyðingarafli eins og við sjálf.

Við erum umkringd hönnun. Það tekur ár að byggja eitt hús en inni í húsinu eru samanlögð þúsund manna í hönnun. Stólar, diskar, simar, fót, lykklakippur, rúm og sófar og billinn og á hverjum degi koma manna inn um löguna.

Hönnun gerir út á þrá okkar og veikleika. Hún er frumaflið sjálft, hin eilífa þörf, drifkraftur framfara og þróunar, hún hrærir upp í skoðunum okkar, hún heldur skynfærum vakandi, kemur í veg fyrir stöðnun, fúlnun, tréun. Í hönnun berjast hugmyndir fyrir lífi sínu, nýr hönnuður ryður úr vegi þeirri hönnun sem fyrir var, vetrarlinan, sumarlinan, haustlinan, endalaus línuleg hönnun og endursköpun út í hið óendanlega. Hönnun er sjálfri sér grimmust. Hönnun greinir okkur í ár og tímabil, kynslóðir, lífsafstöðu, stétt og stöðu. Í fatahrúgum geymslunnar má lesa jarðsöguna, landnámslagið, Corona boxur, Duran Duran tímabilið. Allt endar þetta í gámi hjá Rauða krossinum sem sendir fótin aftur til landsins sem framleiddi þau.

Hönnun er drifin áfram af óskiljanlegu fegurðarskyni mannsins, krummanum í okkur sem safnar öllu sem glitrar, við fyllum laupinn. Fallegur hlutur verður venjulegur, síðan ljótur, loks vandræðalegur og fyndinn áður en

hann verður aftur fallegur og jafnvel ómetanlegur. Hönnun er þekking sem getur fundið gull í geymslunni en samt má spyrja: varð 10 ára gamall Kjarval einhvern tíma vandræðalegur?

Hönnun er frelsi en hún er líka ógnvaldur, tiskulóggan kemur ef þú fylgist ekki með. Hönnun er lausn á vandamálum og hún er vandamálið sjálft. Hún er drasl og hún er lúxus og hún er einnota og eilíf, hún er stundleg og klassísk en tíminn ræður úrslitum og getur snúið öllu á hvolf, hið stundlega verður tímalaust og einnota verður klassísk eða list.

Hönnun auðveldar okkur lífið, hannar lausnir og uppfyllir þarfir. Ef ekki þarf að uppfylla þarfir getur hönnun framleitt löngun í hluti sem við höfum ekki þörf fyrir. Þannig er hönnun forsenda verksmíðunnar en ekki ófugt, þegar „raunveruleg“ þörf fyrir framleiðsluna er ekki fyrir hendi. Hönnun skapar þannig vinnu og löngun til að vinna. Þannig höldum við okkur á floti, þannig finnum við okkur tilgang og markmið.

Hönnun; kjarninn í lífsgæðakapphlaupinu, sjálfsmyndarbyggingunni, þjóðfélagsstöðunni, skilaboðin um hver maður er, Chanel, Levis, Aalto, Starck, Lada og Cayenne. Hönnun er ábyrgðarlaus, blóðdemantur,



gullnámur, filabein og þrávirkar gümmiendur. Hummer og hraðbrautir, Ford F350 pallbill og „urban sprawling“. Allt hannað og hugsað, vel hannað eða vanhugsað? Tekk komst í tisku og víðurinn hvarf nánast af yfirborði jarðar. Úti á gangstétt nágrannans liggur heill gámur af tekki á meðan húsið er fyllt af hvitri naumhyggju til þess eins að hann sjái eftir tekkinu eftir 5 ár. Hönnun gosdósar árið 1963 varð forsenda virkjunar á Íslandi árið 2002.

Sumir segja að það verði umfram allt hönnun sem muni ráða úrslitum um samkeppnishæfni þjóða í framtíðinni. Hönnun muni ráða því hvernig fyrirtækin spjara sig. Þótt menn nái langt í tækniþróun þá ratar hún ekki til fólksins nema gegnum góða hönnun. Þegar forskotið var áður í öflugri verksmíðju eða iðnaðar- og tæknimönnum þá er það hönnunin sem gerir fyrirbæri eins og iPod að stórveldi.

Hin auðlindasauða Danmörk er með meiri landsframleiðslu á mann heldur en Íslendingar og flytur út sérhönnuð húsgögn árlega fyrir meira en 200 milljarða. Þeir hanna Legókubba en framleiðslan er komin til Rúmeníu frá Billund. Á meðan stjórnáamenn á Íslandi hafa verið uppteknir við að „skapa störf“, finna fólki eitthvað að gera, þá höfum við mislesið þróunina í heiminum.

Við mokuðum verðmætum á land en hættum að hafa innsýn í hvernig mesta verðmætasköpun heimsins fer í raun og veru fram. Einhverra hluta vegna hefur hönnun á Íslandi lent á hillu með föndri, að sauma veski úr roði eða búa til upptakara úr hrútshorni, hönnun; aðferð til að nýta afganga bænda-samfélagsins. Við höfum vanmetið valdið sem okkur er gefið til að skapa verðmæti úr engu eða velja okkur hráefni í stað þess að hráefnið velji okkur. Mörgum foreldrum hefur þótt það ábyrgðarlausir draumórar að læra hönnun, það mætti færa fyrir því rök að mörg fyrirtæki á Íslandi væru stærri í dag ef þau hefðu lagt meiri áherslu á góða hönnun. Íslendingar hafa of oft staðsett sig á ákveðnum enda færíbandsins, sem afleiðing eftirspurnar á hráefnismarkaði heimsins en ekki þeir sem búa til þörfina fyrir loðdýrabú, saumastofur eða málmbræðslur.

Ísland er að mörgu leyti góður staður fyrir hönnun, þjóðin er ung og hér er jarðvegur og efniviður, orka og innblástur, landið er fullt af sögu á sama tíma og úthverfin eru sögulaus og koma í veg fyrir að sagan verði að oki, menn geta valið sér fyrirmyndir að vild. Hér er hægt að prófa hluti og fá hugmyndir sem geta smitast út í heim og það er tækifæri sem ætti að vera hægt að nýta sér til hins ítrasta.

Hönnun er og verður hluti af hringrás og hún þarf að viðurkenna hana og vita af henni frá upphafi. Góð hönnun verður ekki endilega það sem endist vel eða eilíflega heldur ekki sist það sem endist eins og þarf og er auðvelt og ódýrt í endurvinnslu. Hönnun þarf að framleiða nýjan lífsstíl og viðhorf, í framtíðinni þurfa litlir bílar að verða tákni fyrir karlmennsku og strætisvagn tákni fyrir auðlegð, það þarf að hanna ódrúvisi borgir, annars konar hús, annars konar umbúðir og nýjar hugmyndir. Þar verður samkeppnisforskot 21. aldarinnar, eða öllu heldur það verður hönnun 21. aldar sem mun ráða úrslitum um lífsgæði 22. aldar vegna þess að ekki verður endalaust hægt að endurhanna sjálft sköpunarverkið.



Surrounded by design

We have taken over the world; we have taken the Lord at His word and redesigned creation. The earth is raw material which is being repositioned as something designed; design is both a creative and a destructive force, just as we ourselves are.

We are surrounded by design. While building a house takes a year, that very house contains design amounting to a thousand person-years. Chairs, dishes, phones, clothes, key chains, beds, sofas and the car; moreover, every day more person-years enter the house through the mail slot.

Design originates in our desires and weaknesses. It is the fundamental force itself, the eternal need, the impetus for progress and development; design stirs our opinions, keeps our senses alert, and prevents stagnation, staleness and rigidity. In the realm of design, ideas fight for their lives, as new designers shove previous designs aside. Winter lines, summer lines, autumn lines, overall endless lines of design and re-creation stretch into infinity, and design is its own worst enemy. Design relegates us to years and periods, viewpoints, classes and positions. In piles of clothing kept in storage, one can read the history of the earth, old ash layers, Corona pants, the Duran Duran era. All of this ends up in a bin at the Red Cross, which sends the clothes back to the country that manufactured them.

Design is driven forward by the incomprehensible aesthetic sense of humankind, the raven in us which

collects anything that glitters. We also fill our nest with such. Beautiful things then become ordinary, next ugly, finally embarrassing and funny, before ultimately becoming beautiful again, and even priceless. Design is knowledge capable of finding a diamond in the rough, but at the same time one might ask: was a 10-year-old painting by Kjarval ever embarrassing? Design is freedom, but yet also despotism: the fashion police show up if you are not following the trend. Design is a solution to problems, while itself being the problem. It is trash and it is luxury, both disposable and eternal. It is temporary as well as classic; however, time determines the outcome and can turn everything on its head, so that the temporary becomes timeless and the disposable becomes classic -- or becomes art.

Design makes our lives easier, devises solutions and fulfils needs. If there are no needs to fulfil, design can produce a desire for things that we do not need. Thus design is a precondition for factories rather than the reverse, when no "genuine" need for production exists. This is how design creates work and even the yearning to work. This is how we keep ourselves afloat, this is how we find our purpose and our goals.



Design: the core of competition for the finer things in life, the core of identity-building, of social standing, of communicating who a person is, whether through Chanel, Levi's, Aalto, Starck, Lada or Cayenne. Design is irresponsible: blood diamonds, gold mines, ivory and persistent-toxic rubber ducks. Hummers and motorways, Ford F350 pickups and urban sprawl. All of them designed and thought out. But are they well designed, or poorly thought out? Teak became fashionable, and such trees nearly disappeared from the face of the earth. Out in front of my neighbour's house, I see a whole dumpster full of teak while the house is being filled with white minimalism, just so the owner will have a chance to regret the teak five years from now. Designing the aluminium soft-drink can in 1963 became the basis for an Icelandic hydroelectric project and smelter in 2002.

Some say that in the future it will be design which will above all determine the competitiveness of nations. Design will determine which companies survive. Even if people achieve exceptional progress in technological development, they will only be able to reach ordinary people by means of proper design. Whereas the advantage previously lay in productive factories

or craftsmen and technicians, now it is design that turns a phenomenon like the iPod into a superpower.

The country of Denmark, devoid of natural resources, has a higher per capita GNP than Iceland, and each year exports more than ISK (?) 200 billion worth of custom-designed furniture. The Danes design Lego blocks, whereas the actual manufacture has been transferred from Billund to Romania. While Icelandic politicians have been busy "creating jobs", trying to find people something to do, they have misunderstood global developments.

We were digging assets out of the land, but lost sight of how today's world in fact creates its greatest assets. Icelandic design has somehow become associated with handicrafts -- sewing a wallet out of catfish skin or making a bottle opener out of ram's horn -- has become a method for utilising the by-products of a farming society. We have underestimated our inherent power to create value out of nothing, to choose our raw materials, rather than them choosing us. Many parents have considered studying design to be an irresponsible fantasy; nonetheless, one might argue that many companies in Iceland would be larger today if they had put more

emphasis on good design. Icelanders have too often positioned themselves at only one end of the production line, the one responding to demand on the global raw materials market, instead of the one creating demand, whether for fur products, sewing rooms, or electricity and smelters.

Iceland is in many ways an excellent place for design: the nation is young and possesses fertility and materials, energy and inspiration. The country is full of history while at the same time the suburbs lack history; this prevents history from becoming a yoke and allows people to choose their ideals at will. It is easy to try things out here and get ideas which might catch on throughout the world. This is an opportunity that it ought to be possible to utilise to the fullest.

Design is and will be part of a cycle, but it needs to recognise this cycle and be aware of it from the outset. Good design will not necessarily be that which stays popular or lasts forever, but might even rather be that which lasts as long as necessary and is easy and inexpensive to recycle. Design must create new lifestyles and outlooks. In the future, small cars will need to symbolise masculinity, and buses to symbolise wealth; different sorts of cities will have to be designed,

different types of buildings, different packaging and novel ideas. That will provide a competitive edge during the 21st century; indeed, 21st-century design will determine the quality of life in the 22nd century, because it will not always remain possible to redesign Creation itself.



Teppi Blanket

Linda Björg Árnadóttir
www.lindabjorgarnadottir.com

Um árabíl hefur Linda hannað efni fyrir tiskuhús í Frakklandi og á Ítalíu. Undanfarið ár hefur hún unnið að hönnun og framleiðslu á ofnum heimilistextíl og eru teppin fyrsta afurð þess ferlis. Auk þeirra inniheldur línan borðdúka, gluggatjöld og fleira sem allt er „Jacquard“ ofið. Slíkur vefnaður gerir mögulegt að vefa saman marga liti á þann hátt að þegar þráður er ekki sýnilegur í mynstrinu liggur hann á bakhliðinni og þannig verða framhlið og bakhlið í mismunandi litum. Línan er framleidd bæði í Evrópu og Asíu en þessi fyrstu ullarteppi eru ofin í Skotlandi.

For many years, Linda Björg Árnadóttir has designed textiles for the fashion houses of France and Italy. In recent years she has worked towards designing and manufacturing woven home textiles, of which these blankets are the first product. The same line includes tablecloths, curtains and more, all woven by the Jacquard method. This method permits weaving together a number of colours so that when a thread is not visible in the design, it appears on the back side of the material; thus the front and back show different colours. The line is manufactured in both Europe and Asia, with this first wool blanket being woven in Scotland.



Vík Þrjónsdóttir

www.vikprjonsdottir.com

Vík Þrjónsdóttir er samvinnuverkefni hönnuðanna Brynhildar Pálsdóttur, Egils Kalevi Karlssonar, Guðfinnu Mjallar Magnúsdóttur, Hrafnkels Birgissonar, Þuríðar Rósar Sigurþórsdóttur og þrjónaverksmiðjunnar Víkurþrjóns. Verkefninu er ætlað að styrkja mynd islefsks iðnaðar sem notar sjálfbært hráefni. Hugmyndir hönnuðanna eru innblásnar af islefskum hefðum og þjóðsagnaarf. Allar vörurnar eru unnar úr hreinni islefskri ull sem er hlý, létt og vatnsþolin.

Vík Þrjónsdóttir (might be read as Vík, daughter of the knitting needle) is a collaborative project of the knitting factory Víkwool with the designers Brynhildur Pálsdóttir, Egill Kalevi Karlsson, Guðfinna Mjöll Magnúsdóttir, Hrafnkell Birgisson and Þuríður Rós Sigurþórsdóttir. The purpose of the project is to strengthen the image of Icelandic industries using sustainable raw materials. Not only are the ideas of the designers inspired by Icelandic traditions and folklore, but all of the products are made from pure Icelandic wool, a material which is warm, light, and water-resistant.

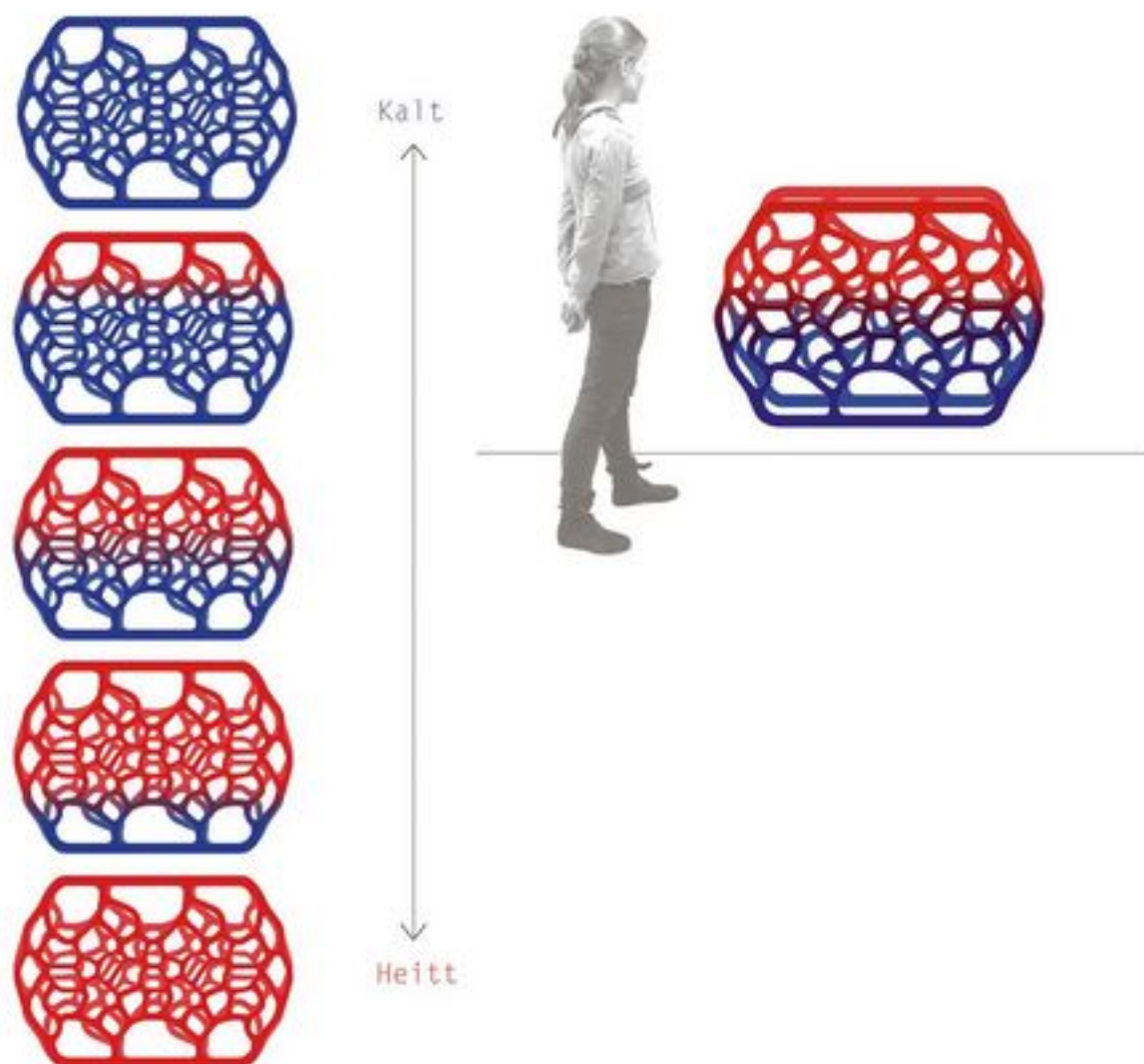


Arterior

Pórunn Árnadóttir
www.thorunn.design.com

Heimili minnir að mörgu leyti á lífveru með allskyns kerfi sem halda því „lífandi“. Í veggjunum hlykkjast rafmagns- og heitavatsleiðslur líkt og tauga- og æðakerfi. Um æðar mannlíkama streymir heitt blóð og sér um að viðhalda réttu hitastigi hans líkt og um ofnana streymir heitt vatn sem viðheldur réttu hitastigi heimilisins. Þegar útskýra á virkni lífvera – t.d. mannsins – er þeim til einföldunar gjarnan líkt við vélar. Ef til vill er þessu ófugt farið í raun og veru og hugmyndir að vélum og kerfum upprunnar út frá hönnun mannlíkamans. Sá þanki hlutgerist í „Arterior“, ofni úr steypujárn sem húðaður er með málningu sem breytir um lit eftir hitastigi, roðnar við hita og bláanar við kulda. Bygging ofnsins á sér fyrirmynd í gömlum skýringarteikningum af æðakerfi mannlíkamans og gerir þannig tenginguna enn augljósari.

A house is in many ways reminiscent of an organism with all sorts of systems keeping it “alive”. Electricity and hot water conduits loop through the walls like the nervous and circulatory systems. Warm blood streams through the veins of the human body, maintaining the proper temperature, just as hot water flows through radiators to maintain the proper temperature in the home. In order to give a simple explanation for the workings of an organism—for example of a human being—a comparison is often drawn to machines. One might argue the converse: that ideas about machines and systems have their roots in the design of the human body. This proposition becomes concrete in Arterior, a cast-iron radiator with a skin of paint that changes colour depending on the temperature, becoming redder when hot and bluer when cold. The structure of the radiator takes old illustrations of the human circulatory system as models and thus makes the relationship more obvious.



Glacier og Hexagon

Ninna Margrét Þórarinsdóttir
www.fiska.co.uk

Fatatriska og véltækni eru sjaldan beinlínis samferða alla leið en í verki Ninnu sameinar hún þessa ólíku þætti. Með vélbúnaði sem komið hefur verið fyrir í kjólnum „Glacier“ er hægt að láta hann dansa og stýra hreyfingunum með fjarstýringu. Bróðir hans „Hexagon“ er úr pappirs-sexhyrningum en þó nothæfur kjóll en ekki bara sýningargripur. LED ljós eru látin lýsa hann upp og um leið og þau breytast úr rauðu í grænt og blátt er sem þessi gáldrakjóll skipti litum.

Fashion and technology rarely remain close associates throughout an entire process, but Ninna Margrét Þórarinsdóttir's work unites these disparate fields. With the mechanism installed in the Glacier dress it is possible to make it dance and control its movements, by remote control. The dress's companion piece, named Hexagon, is also made of paper hexagons, and yet is a useable dress rather than merely a showpiece. It is illuminated by LED lights, and when they switch from red to green and blue, this magical dress seems to be changing colours.



**Göngubrýr yfir Hringbraut
og Njarðargötu**
Pedestrian bridges over
Hringbraut and Njarðargata

Studio Granda og Línuhönnun
www.studiogranda.is
www.lh.is

Vegna nýrrar legu Hringbrautar þurfti að endurskoða gönguleiðir á svæðinu og gera þrjár göngubrýr til að tengja miðbæinn og Vatnsmyrina. Tillaga Studio Granda og verkfræðistofunnar Línuhönnunar var valin til útfærslu eftir samkeppni árið 2003. Tillagan byggðist á hringlaga kjarna eftirspenntra kapla sem ber uppi órþunna steypa plötu með handriðum úr ryðfríu stáli. Undir burðarbitanum standa ryðfríar steinsteypuþylltar þúlar, en litlir stöplar eru við sinn hvorn enda. Með þessari einföldu uppbyggingu var hægt að sveigja form brúarinnar svo hún félli vel að umhverfinu á hverjum stað.

Because of new routing for Hringbraut avenue, it was necessary to revise neighbourhood walkways and construct three pedestrian bridges to connect the city centre with the Vatnsmyri area. A proposal by Studio Granda and the engineering firm Línuhönnun was chosen for completion after a 2003 competition. The proposed bridges were based on a circular core of post-tensioned cables, supporting an extremely thin concrete deck with stainless-steel handrails. Concrete-filled stainless-steel columns were to stand under the load-bearing beams, with small pillars at each end. By means of this simple construction, it was possible to curve the outline of the bridges as befitted the surroundings at each location.

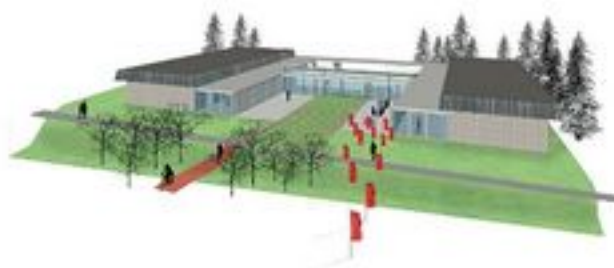


Litlatún
Little hayfield

Dagný Bjarnadóttir hjá/of Landslag ehf.
www.landslag.is

Tenging byggingarinnar Kjarvalsstaða við garðinn fyrir utan er meginhugmyndin í verki Dagnýjar sem vill skapa flæði jafnt í báðar áttir. Litlatún er vefur ofinn úr grasi sem vex frá Miklatúni og fíkrar sig inn í húsið. Grasvefurinn snýr ýmist réttunni eða röngunni upp, en með því móti skapast spenna og skerpa í form renningsins. Teikningar gera einnig ráð fyrir mögulegri opnun frá kaffistofu út á torgið þar sem sitja dvergvasin gróðurhús í líki borða og stóla og eru ætluð til notkunar sem slík.

Connecting the building of Kjarvalsstaðir museum with the park outside is the main idea in this work by Dagný, which has the purpose of creating equal flow in both directions. Litlatún is a web woven out of grass; it grows from the Miklatún lawn and inches its way into the building. The grass web twists irregularly upside down and rightside up, creating tension and energy in the form of the strip. The drawings also include plans for a possible opening from the café area out onto the sheltered paved area where the diminutive greenhouses shaped like tables and chairs are also intended to be used as such.

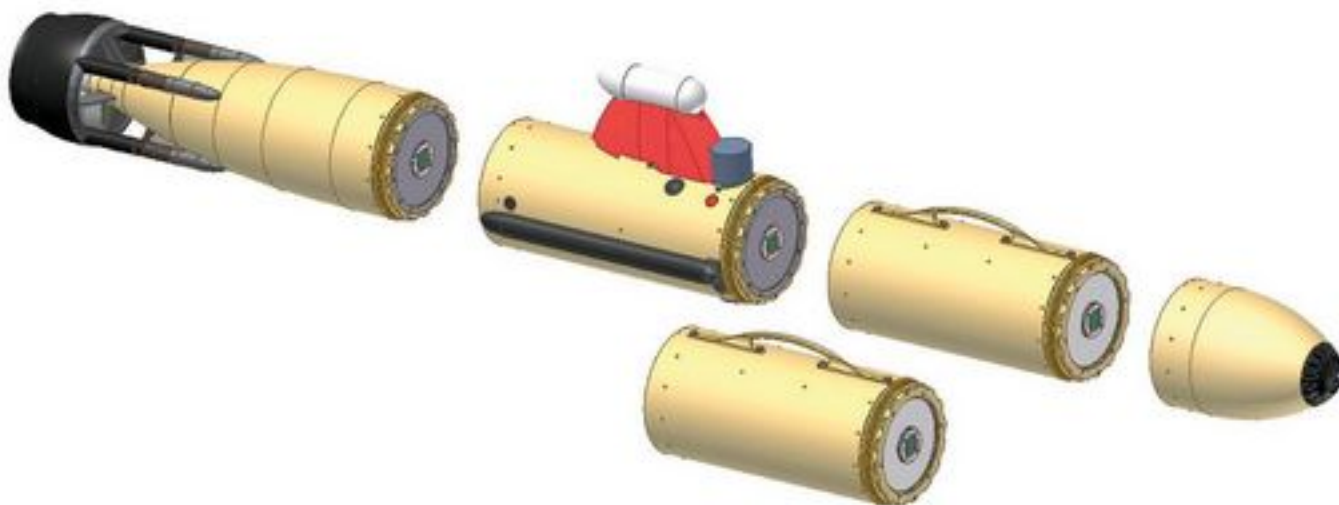


Gavia

Smíði sjálfstýrða smákaftátsins „Gavia“ er afkrstur flókinna þróunarvinnu íslenska hátæknifyrirtækisins Hafmyndar. Hönnunin lagði grunninn að núverandi gerð kaftátsins sem er byggður á einingum sem raða má saman á þann hátt sem best hentar hverjum notanda, en veg og vanda af mekanískri- og útlitshönnun hafði Egill Harðarson, vélaverkfræðingur. Kaftáturinn er lítill og meðfærilegur og er meðal annars notaður til sprengjuleitar, rannsóknna, eftirlits og mælinga í vötnum og sjó á allt að 2.000 m. djúpi. Djúpfarið er fjórhæft, getur athafnað sig á miklum grynningum og í þröngu og lokuðu rými vegna sérstakrar árekstrarvarnar og fullkominnar staðsetningar- og siglingatækni. „Gavia“ hefur hlotið nýsköpunarverðlaun Rannís og Útflutningsráðs og einnig viðurkenningu frá einu virtasta rannsóknarfyrirtæki heims, Frost & Sullivan í Bretlandi fyrir byltingarkennda lausn í öryggismálum.

Hafmynd
www.gavia.is

Building the self-guided mini-submarine Gavia was the outcome of complex development work by the Icelandic high-technology firm Hafmynd. This company's design provided the groundwork for the submarine's current model, which is based on components that can be arranged in the manner best suiting each user. It was the mechanical engineer Egill Harðarson who was primarily responsible for designing the mechanics and appearance. Small and easily transportable, the Gavia is used in both fresh and salt water for tasks such as anti-mine efforts, research, surveillance and measurements, at depths of up to 2000 m. This versatile craft can also manoeuvre through very shallow water as well as in narrow, confined spaces, with the help of its special collision avoidance and complete positioning and navigating technology. Gavia has received an innovation award from the Icelandic Centre for Research (Rannís) and the Trade Council of Iceland, as well as recognition from one of the world's most respected research firms, Frost and Sullivan in the UK, for this "Disruptive Solution in Homeland Security".



Rocking Records

Nútímalegir plötustandarnir undir dýrmaeta safngripi úr vinyl voru hannaðir undir áhrifum af „Popular Culture“ sem kölluð hefur verið neyslu- og dægurmenning. Standarnir gefa færi á að hafa uppáhalds plötur til sýnis á stofugólfinu með stæl. Annar standurinn stendur bispertur en hinn hallar sér út á hlið og ruggar ...eða rokkar.

www.icelanddesign.is/winkbyberg/indsnorra

These modern record stands for precious vinyl collectors' items were designed under the influence of popular culture. To make the most of one's favourite records, such stands allow for displaying these products of consumer and pop culture on the living room floor with style. One of the models stands at attention, while the other leans to the side and sways ... or rocks.







Dropi af ljósi Drop of light

Elisabet Jónsdóttir
betajons@yahoo.com

Hinn agnarsmái ljósgjafi er gerður úr dropateljara og lyfjaglassi. Inni í dropateljaranum er LED ljós og í gúmmítúttunni er litil rafhláða. Til að kveikja á ljósinu þarf að kreista túttuna eins og ef verið væri að sækja lyfjadropa til lækninga. Þetta smágerða verkefni kemur sér vel þegar skapa skal fingerða stemningu eða koma skemmtilega á óvart.

This tiny light source is composed of an eyedropper and a medicine bottle. An LED light is built into the eyedropper and the rubber bulb contains a small battery. In order to turn on the light, one squeezes the bulb as if to measure out a dose of medicine. This dainty object works well for creating a delicate mood or as an amusing surprise.





Grafik á Pumaskó
Graphics on Puma shoes

Félagarnir Hjalti og Jan hafa hannað á skó fyrir Puma þrjár grafískar útfærslur, sem lýsa glöggum hómur höfundanna. Waytogo ber nafn með rentu því órvarnar vísa í hina skynsamlegu gönguátt. Í Storytime er hægt að drepa tímann með því að lesa á sér fætunna. Hjalti skrifaði smásögu á vinstri skóinn en Jan á þá hægri. Á ták „Earthlings“ leiðast figúrarnar með friði og spekt en á hælunum eru þær í miklu uppnámi. Hjalti og Jan reka saman hönnunarstofuna Karlssonwilker Inc. í New York.

Hjalti Karlsson og Jan Wilker
www.karlssonwilker.com



In partnership, Hjalti Karlsson and Jan Wilker have designed three editions of graphics for Puma shoes, clearly illustrating the humour of both partners. "Waytogo" lives up to its name because the arrows show the normal direction to walk in. With "Storytime", the wearer can kill time by reading on his or her feet, since Hjalti has written a short story for the left shoe, Jan for the right. On "Earthlings", the figures at the toes are peaceful and calm, whereas at the heels they are in disorder. Hjalti and Jan run the design studio Karlssonwilker Inc. in New York.

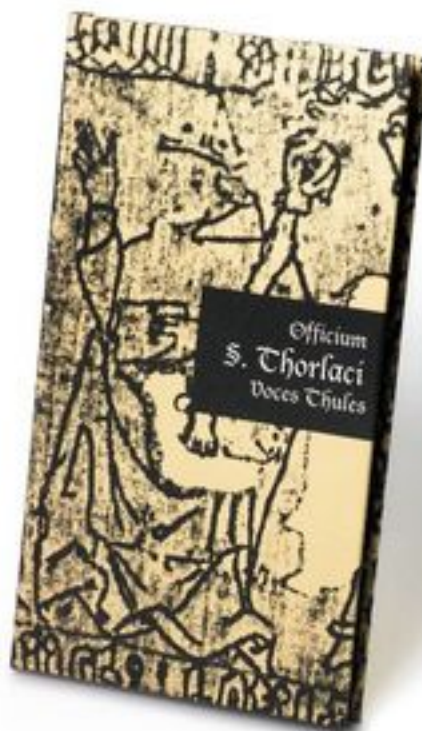


Porlákstiðir (Officium St. Thorlaci, Voces Thules) og Silfurplötur Iðunnar
Officium St. Thorlaci - Voces Thules and the Iðunn discs of verses

Brynja Baldursdóttir
brynjabald@simnet.is

Brynja hefur sérhæft sig í hönnun bóka og geisladiska og því fór vel á því að hún sæi alfarið um útlit þessara tveggja útgáfa. Innihaldið byggir á sögulegum menningararfi þó ólíkar séu. Porlákstiðir er óður til verndardýrlings Íslendinga, Porláks Þórhallssonar biskups í Skálholti á 12. öld. Þessi forna ihugunar-tónlist klaustranna kemur úr tónlistarhandriti frá því um 1400 og tók Voces Thules um 12 ár að vinna hana til útgáfu. Silfurplötur Iðunnar er útgáfa Kvæðamannafélagsins Iðunnar og Smekkleysu. Verkið samanstendur af riti með 200 stemmum sem félagið safnaði á fjórða áratug síðustu aldar og hljóðritaði á svokallaðar silfurplötur en eru hér á geisladiskum, auk bókarinnar.

Brynja Baldursdóttir has specialised in designing books and compact discs, so that she was well suited to taking charge of the appearance for these two releases. Although they differ, the content of both is based on Iceland's cultural heritage. The Officium of St. Thorlak is an ode to the patron saint of Icelanders, Porlakur Þórhallsson, Bishop of Skálholt during the 12th century. This ancient devotional cloister music is found in a music manuscript from around 1400, and it took the vocal ensemble Voces Thules about twelve years to produce the recording. The Iðunn discs were released by Bad Taste Records and the Iðunn Society, which promotes Icelandic folk and traditional poetry. The work comprises a booklet of 200 traditional Icelandic verses that the Society collected in the 1930s and recorded on shellac records; here they are presented on compact discs, along with the booklet.



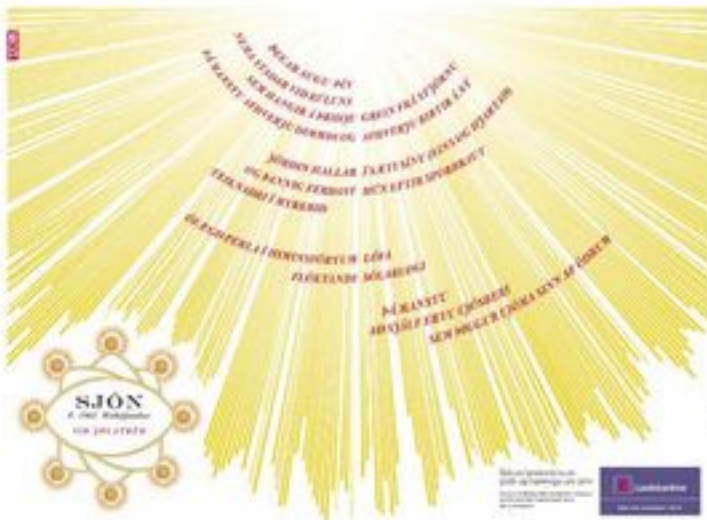
Takk...

Ísak Winther, Sigur Rós, Alex Somers
og/and Lukka Sigurðardóttir
www.sigur-ros.is
www.royal.is

Takk... Sigur Rósar og meðfylgjandi smáskífur, Sæglópur og Hoppipolla, hlutu Íslensku tónlistarverðlaunin 2005 fyrir besta plötuumslagið. Bæði hugmyndavinna og framleiðsla voru unnin af og í nánu samstarfi við meðlimi hljómsveitarinnar, en plöturnar þrjár voru útgefnar bæði á geisladiskum og vinyl auk þess sem Takk... var líka framleidd í sérstakri útgáfu (Special Edition). Ferlið allt tók langan tíma með margvíslegri tilraunastarfsemi. Mikil áhersla var lögð á handverk, allt letur handskrifað, notast við teikningar, blæk, stensla, skiljibrykk og fleira. Hvergi var reynt að stytta leiðina enda umslagið frekar hugsað sem framhald tónlistarinnar en hlustur utan um vöru.

The album "Takk..." by the band Sigur Rós and their accompanying singles "Sæglópur" and "Hoppipolla" won the 2005 Icelandic Music Award for the best album cover. Both the conceptual work and production were carried out by or in close collaboration with band members. The album and singles were released both as compact discs and on vinyl, and "Takk..." was also produced in a special edition. The entire process took time and involved a variety of experimentation. Heavy emphasis was placed on craftsmanship: lettering everything by hand and using drawings, ink, stencils, silkscreening, etc. No shortcuts were allowed, since the packaging was considered an extension of the music rather than a covering for the product.



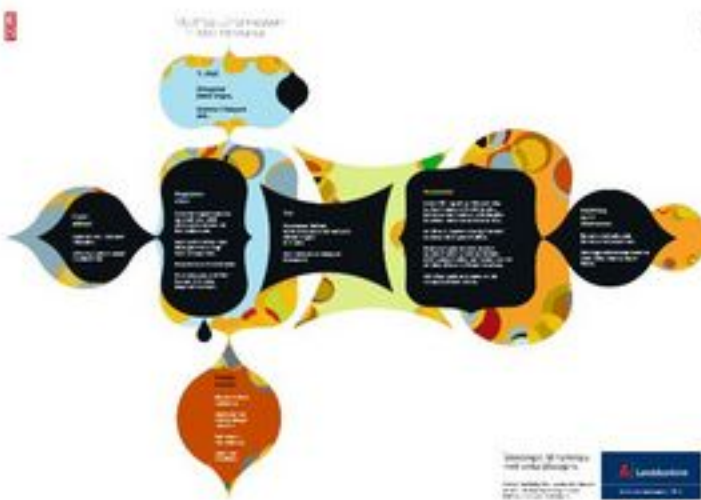


Hátíðisdagar Holidays

Auglýsingin er hluti herferðar fyrir Landsbankann í formi veggspjalda og blaðsauglýsinga á opinberum tyllidögum en markmið hennar var að óska landsmönnum til hamingju með daginn og kynna bankann sem styrktaraðila menningar á Íslandi. Fengin voru ljóðskáld og rithöfundar til að frumsemja texta sem gæfi nýja sýn á hverja hátíð en höfundarnir höfðu fullt frelsi til að skrifa það sem andinn blés þeim í brjóst. Ámundi Sigurðsson hannaði útlit og hafði til þess jafn frjálsar hendur. Herferðin hlaut jákvæða athygli, fékk tilnefningar, viðurkenningar og verðlaun.

As part of a campaign for the bank Landsbanki, this advertising appeared in the form of posters and newspaper advertisements on public holidays, with the goal of presenting Icelanders with holiday greetings and promoting the bank as a supporter of Icelandic culture. Poets and writers were engaged to compose texts which would provide new perspectives on each holiday, and the authors received full freedom to compose as the spirit moved them. Ámundi Sigurðsson designed the appearance and received equal freedom. The campaign earned a positive response and garnered nominations, recognitions and awards.

Gott fólk
www.gottfolk.is
amundi.amundi@gmail.com



Bangsar
Teddy bear

Gaddavirsbangsar eiga upptök sín í hugmyndaflæði út frá laginu „Last Kiss“ með Pearl Jam. Þeim er ætlað að fanga löngun eftir einhverju sem ekki er fánlegt eða þrá eftir að faðma þann sem ekki má.

Barbed-wire teddy bears originated in a stream of consciousness arising out of the song "Last Kiss", by Pearl Jam. Such teddy bears are intended to hold back longings for anything which is unobtainable, or hold back the desire to embrace a forbidden person.

Sigríður Ásdís Jónsdóttir
www.siggadis.is



Lampi og stóll
Lamp and chair

Friðgeirsdóttir-Kunnos
www.gudlaugf.com

Naumhyggja og kímni einkennir bæði „Lampen i ringen“ og „Todeltestolen“ sem koma úr samvinnusmiðju Guðlaugar Friðgeirsdóttur og Elle Kunnos. Lampinn er hvítlakkaður glansandi stálhringur sem festur við leiðslu rammar inn 25 W glæra peru. Ljósíð virðist endurspeglast í innri hlíð hringsins og birtist því sem lýsandi geislabaugur en einfaldleiki birtunnar og umgjafðarinnar gefur lampanum sterka næveru. „Todeltestolen“ er líka látleysið upp málað. Þetta er tvískiptur stóll, oft kallaður „lemstraði stóllinn sem fékk hjálp frá borðinu“. Hann er afrekstur hugmynda um að húsgögn séu samsett úr bútum annars konar húsgagna í bland við vangaveltur um endurvinnslu.

Minimalism and humour characterise both „Lampen i ringen“ and „Todeltestolen“, which originate in the collaborative workshop of Guðlaug Friðgeirsdóttir and Elle Kunnos. The lamp is a gleaming, white-lacquered, steel ring which is attached to a cord and frames a 25-W, clear light bulb. The light seems reflected in the inner surface of the ring and thus appears as an illuminated halo, while the simplicity of the light and structure make the lamp particularly intimate. Todeltestolen is also the very model of modesty. It is a chair in two parts and is often called „the mistreated chair that got help from the table“. It is a product of ideas on furniture being put together from pieces of other sorts of furniture, in combination with reflections on recycling.



Ames einn
Ames One

Erla Óskarsdóttir
mail@erla-solveig-oskarsdottir.com

Fyrri hluti nafns stólsins er myndað af upphafsstöfum framleiðandans Ana María og hönnuðarins Erlu Sólveigar - Ames. Einn vísar til þess að þetta er þeirra fyrsta samstarfsverkefni en ekki það síðasta. Uppruna hans má rekja til stólsins Dreka sem Erla Sólveig hannaði 1998 og Ana María seldi í miklu upplagi í Kólumbíu þar sem hún starfar. Þegar markaðurinn tók að mettast fyrir Dreka fæddist hugmyndin að arftaka hans. Ames Einn er úr umhverfisvænu plasti, léttur og staflanlegur. Mjúkar línur einkenna stólinn og náttúruleg form sem taka sífellt nýja mynd eftir sjónarhorni. Ames Einn er sannarlega alþjóðlegur stóll, því frumgerðirnar eru hannaðar á Íslandi, stólgrindin framleidd í Kólumbíu og Kína en plasthlutinn í Þýskalandi. Erla Sólveig hefur áður hlotið fjölda verðlauna fyrir húsgagnahönnun sína.

Produced by Ana María and designed by Erla Sólveig, this chair derives the first part of its name from their initials: Ames. "One" refers to the fact that although this is their first collaboration, it will not be their last. The chair's origin can be traced to the Dreki chair, which Erla Sólveig designed in 1998 and Ana María sold in large numbers in Colombia, where she works. When the market for Dreki started becoming saturated, the idea for its successor was born. Ames One is made of environmentally friendly plastic and is light and stackable. The chair is characterised by soft lines and organic forms, which constantly take on new appearances when viewed from different perspectives. Ames One is a truly international chair, since its prototypes were designed in Iceland, its frame manufactured in Colombia and China, and the plastic component produced in Germany. Erla Sólveig has received numerous awards for her furniture design.



Skepnusköpun
Creature-creation

Róshildur Jónsdóttir
roshildur@gmail.com

Skepnusköpun Róshildar er framhald af gullaleik íslenskra barna fyrri tíma sem léku sér með legg og skel. Með nýtni að leiðarljósi og virðingu fyrir því sem náttúran gefur hefur hún unnið leikföng fyrir börn og fullorðna úr fiskibeinum sem festa má saman með móðellími og mála að vild. Útkoman veitur á myndunarafl og dálitilli æfingu en möguleikarnir eru óendanlegir. Leikföngin hafa vakið mikla athygli hérlandis og erlendis og Róshildur vinnur nú að því að hefja framleiðslu á þeim.

Róshildur Jónsdóttir's Creature-creation is a continuation of classic Icelandic games in which the children of times past entertained themselves with bones and shells. Guided by the principles of thrift and respect for what nature provides, she has made toys for children as well as adults out of fish bones. The bones are meant to be stuck together with model glue and painted as desired. While the outcome depends upon imaginative power and a little bit of practice, the possibilities are infinite. These toys have attracted a great deal of attention, both in Iceland and abroad, and Róshildur is now working towards starting production.



Skjaldarmerki Ghostigital Ghostigital logo

Ámundi Sigurðsson
amundi.amundi@gmail.com

Hinni óræðu tónlist hljómsveitarinnar Ghostigital er ef til vill hægt að lýsa sem hljóðheimi framtíðarinnar. Einkennandi þrástefin eru í skjaldarmerkinu siendurteknar figúratívar myndir sem virðast vélrænni fyrir bragðið. Ekki er allt sem sýnist og þannig er til dæmis einn formgerður vængur merkisins sem hefur bæði hreyfingu og dýpt í raun margfaldur Louis Armstrong að blása í trompet.

The enigmatic music of the band Ghostigital might be described as the sound-world of the future. In the logo, the band's characteristic themes are expressed as repeated figurative images which at first glance thereby appear to be rendered more mechanical. However, not everything is what it seems; for example, one structured wing of the logo, imparting both movement and depth, is actually a reduplicated image of Louis Armstrong playing the trumpet.



Stoð- og stuðningstæki

Braces and supports

Óssur hf. var stofnað árið 1971 og hefur þróast í framsækið stoð- og stuðningstækjafyrirtæki sem var skráð í Kauphöll Íslands árið 1999. Að óreyndu hafa sennilega fáir spáð fyrirtækinu þeirri alþjóðlegu athygli og viðurkenningu sem það síðan hefur notið, en þar á bæ hefur ætíð verið litið á rannsóknar- og þróunarstarf sem grundvöll velgenginnar. Fjölbreyttur hópur leggur til þess lóð á vogarskálarnar: lóðhönnuðir, verkfræðingar, efnaverkfræðingar, sjúkrahjálfarar, stoðtækjafraeðingar sem og notendur sjálfir. Þannig má segja að Óssur hf. sýni árangur sem þverfagleg samvinna og samstilltir kræftar geta náð. Fyrirtækið leggur áherslu á frumkvæði, tæknilega forystu og nýsköpun en sér einnig mikil tækifæri í útlitshönnun. Fyrir notendur hlýtur einmitt að vera áriðandi að njóta stoðtækja sem lita vel út auk þess að virka snurðulaust.

Founded in 1971, Óssur hf. developed into a progressive company for braces and supports and was registered on the Icelandic Stock Exchange in 1999. Even if hardly anyone could have predicted at the outset the international attention and recognition that the company has since enjoyed, research and development work have always been regarded as the foundation for success. The diverse Óssur team pools contributions from varying fields: industrial designers, engineers, chemists, physical therapists, orthotics specialists and in fact the users themselves. It could thus be said that Óssur is evidence of the results that professional collaboration and coordinated strengths can achieve. The company emphasises initiative, technological leadership and innovation, but also notes immense possibilities in designing appearances. For users, it must be crucial to utilise orthotic devices that look good as well as working without any trouble.

Óssur hf.
www.ossur.com





Hekla

Góðir hlutir gerast hægt og saga hnifaparsins Heklu spannar orðið rúman áratug. Hugmyndin kviknaði í módelhnifnum „Ponte“ árið 1995. Hann þróaðist yfir í hnifaparið Brú sem síðar breyttist í Heklu. Bygging parsins er innblásin af hringforminu, það lyftir sér upp af borðinu eins og fjallið tignarlega og gefur samsvörun við ávala diskbrún. Fjölskylda Heklu er sífellt að stækka því æ fleiri tegundir amboða eru framleidd í seríunni sem samanstendur nú af tíu hlutum.

Good things take time, so that the story of the Hekla cutlery set spans more than a decade. To start with, the idea was born in 1995 with the model knife Ponte, then developed into the cutlery set Brú, and finally matured as Hekla. The form of the set is inspired by the circular shape, lifting itself above the table like the majestic mountain and always harmonising with the edge of the plate. The Hekla family is continually growing, as more types of utensils are produced in this line, which now consists of ten pieces.

Dógg Guðmundsdóttir
www.doggdsgdesign.com

Skin and bone

Egill Kalevi Karlsson
telepathicworkshop@gmail.com

Á bak við hugmyndina eru vangaveitur um hlutverk húðar og beinagrindar. Hið fullkomna samstarf sérhæfðra líkamshluta hefur skrytna og skemmtilega útkomu í skóskel annars vegar og sokk hins vegar sem þó eru óaðskiljanleg því hvorugt er nýtanlegt eitt og sért.

This idea developed out of reflections on the role of skin and the skeleton. The perfect cooperation of specialised body parts has a strange and amusing outcome in the hard shell of the shoe on the one hand and the sock on the other, even though they are inextricable because neither can be utilised on its own.



Hilla Shelf

Sigríður Sigurjónsdóttir
& Snæfríð Þorsteins
www.snaefrid.is
sigridur@thi.is

Hillan bætir úr brýnni þörf þeirra sem sífellt þurfa að færa smádot á milli vasa og veskja. Hún var upphaflega hönnuð fyrir 101 Hótel, er samruni hillu og skála og hugsuð sem fráleggstaður fyrir lykila, síma og smápeninga. Á henni er hægt að ganga að eignum sínum visum á leið í næsta ferðalag og því tilvalin til staðsetningar nálægt útdyrum.

This shelf solves a critical need of those who constantly have to move small objects in and out of their pockets and bags. Originally designed for 101 Hotel in Reykjavík, it is the fusion of a shelf and a bowl, conceived as a place to put keys, phones and coins. The shelf provides a sure place to find every necessary item the next time one is heading out, so the perfect location is near the outside door.



Fatnaður Eve Online
Eve Online clothing

Harpa Einarsdóttir
www.eve-online.com
harpaeinars@gmail.com

Áður fyrr voru skarpari skil á milli ólíkra hönnunarforma en þau eru á hröðu undanhaldi. Eve Online frá CCP er sívaxandi tölvuleikjaheimur á netinu sem nú þarf á sköpunargáfu fatahönnuðar að halda. Fram til þessa hafa einungis verið sjáanlegar brjóstmyndir af persónum leikjarins en þróun hans krefst þess að allur líkami þeirra sjást loks. Verkefni Hörpu er að hanna trúverðugan fatnað í anda kynþáttanna Caldari, Amarr, Galante og Minmatarr. Eftir stafræna meðferð verða þeir búningar mikilvægur hluti af útliti leikjarins.

While sharper divisions used to exist between the various fields of design, they are nowadays quickly disintegrating. Eve Online, from CCP, is an ever-growing online game universe which has started requiring the creative talents of clothing designers. Until now only the heads and shoulders of game characters were visible, but further development finally demands that the entire body be shown. Harpa Einarsdóttir's task is to design plausible clothing in the spirit of the Caldari, Amarr, Galante and Minmatarr races. Following digital treatment, these costumes will be an important aspect of the visual environment of the game.





...of svalur fyrir þyngdaraflið
... too cool for gravity

Guðmundur Hallgrímsson - Mundi
www.mundidesign.net

Mundi Designs er nýtt merki á reykjavískum þrjónavörum. Innblásturinn er úr bönum tíma þegar fólk trúði ennþá á framtíð mjög ólíkri nútímanum. Sláandi fagra og ljómandi framtíð þar sem allir elska nángann og svifa um í bílum knúnum af hreinu og tæru lofti. Þrjónaðir toppar, teygð og toguð snið eða sköndnar buxur eru hannaðar til að njóta sín sem best í þyngdarleysinu. Efnið er íslensk ull, þrjónlesið gefur pixelerað og niðurhalað útlit eins og hægt væri að velja mynd í tölvu og hún kæmi þrjónuð út úr prentaranum.

Mundi Designs is a new Reykjavík knitwear label. The inspiration is from times past, when people still believed in a future very unlike the present—a strikingly beautiful and gleaming future where everyone would love their neighbours and glide lightly from place to place in vehicles powered by pure, clear air. Knit tops, stretched out and elongated styles, and comical trousers have been conceived by Mundi Designs to fit best for such zero gravity. The material is Icelandic wool, and the garments have a pixelated, downloaded appearance, as if you could simply browse to a picture in a computer and have the printer knit it out.

Fleiri hlutir á sýningunni Magma/Kvika
Other objects displayd at Magma/Kvika

Boðskort í veiðiferð
Hildur Helgadóttir Zoega hildurz@internet.is

Borð úti-inni
Snæbjörn Stefánsson info@ideashelter.com

Bréf lampi
Pórunn Árnadóttir www.thorunn.design.com

Endurskinsmerki
Gunnar Þór Arnarson gunni@hvita husid.is

Eternal now
Sesselja Guðmundsdóttir/Hite egoproduction@gmail.com

Fjallahringur
Hildur Ýr Jónsdóttir hilduryrjons@gmail.com

Hvalamynd
Gagarin www.gagarin.is

Hvalaverkefni
Group G www.Grettisborg.com

Íslands piparkaka
Rósa Hrund Kristjánsdóttir www.rosarosa.or

Jólakúlur
Ólóf Erla Bjarnadóttir olofe@centrum

Karafa
Guðný Hafsteinsdóttir guðnyhaf@simnet.is

Obsessive parallel realism (borð)
Hulda Helgadóttir www.maidinhulda.com

Skjáfyrirlestur
Massimo Santanichia massimo@lhi.is

Skreiðarlampi
Dógg Guðmundsdóttir og Fanney E. Antonsdóttir www.doggdesign.com

Spiladós
Margrét Guðnadóttir www.kirs.is

Textilverk
Helga Pálina Brynjólfsdóttir helgatalina@lhi.is

Tjald
Stefán Pétur Sólveigarson www.solson.is

Útsaumúð úr
Ninna Þórarinsdóttir www.fiska.co.uk



world, the uniqueness
of each nation is
becoming less tangible.
We will only be able to
set ourselves apart and
create our own special
status by being true to
our inner consciousness,
creative power, and
heritage.”

„Í sífelld minnkandi heimi
verður sérstaða þjóða
óáþreifanlegri. Við getum
aðeins staðið upp úr og
skapað okkur sérstöðu með
því að vera trú okkar innri
vitund, sköpunarkrafti
og arfleifð.“

M
A
G
M
A

MAGMA