

## Verdes verden

Han setter sitt preg på hverdagen til tusenvis av nordmenn – uten at vi vet det. Sjansene er store for at du har drukket av koppene, eller spist en smekker konfektbit, skapt på tegnebordet hans. Går det som industridesigner Johan Verde vil, setter vi oss snart også i stolene hans ...

VED CECILIE LOUISE BERG FOTO EVA BRÆND

Jeg er spesialist på form. God form skal øse av selvstendighet. Det har vært viktig for meg å finne et personlig uttrykk. Mest av alt er jeg nok en stor estetiker, men ingenting fungerer hvis det ikke er gjennomtenkt både i form og funksjon. Samtidig kan estetikk i seg selv være en funksjon, som i en konfektbit eller en blomstervase.

Johan Verde har et klart forhold til hva han holder på med. Allerede som barn viste han en lidenskapelig interesse for enkeltgjenstander med god form. Raskere enn noen av kameratene plukket han ut favoritter blant lekebilene, og mer utholdende enn noen andre petimeter-puslet han med modellfly.

– Jeg kommer ennå ikke over Landroveren som bil. Ikke den peneste bilen, det vet jeg. Men den står seg estetisk likevel, og tåler alt. Industridesign på sitt beste.

Han åpner dørene til hjemmet han deler med kunstma-

leren Monika Haug Verde og deres barn Luca, Amanda og Manuel. Huset er tegnet av arkitekt Arnstein Arneberg i 1938, og ligger grønt til, et par kvartaler bak Vigelandsparken i Oslo. Her er det høyt under taket. Store vinduer vender ut mot hage og overgrodde friarealer. Det kommer knapt som noen overraskelse at estetikk og funksjon er stikkord også for Verdes private sfære. I stuen deler få, og kresent utvalgte, møbler oppmerksomheten med Johan Verdes prototyper i glass, og Monika Verdes kunst på veggene.

– Det tok tid før vi fikk innredet stuen slik at vi trivdes i den. Det viktigste i et interiør er atmosfæren. Ender man opp med et utstillingslokale for fancy møbler, har man mislykkes. Et hjem skal være til å leve i.

Etter ti år og enda flere hederspriser, anser industridesignereren at han begynner å finne formen. ▽

Verdes prisbelønte servise fra 1996 brukes i kantiner, kafeer og private hjem over hele landet.



36 år gammel designer i 38 år gammelt design. Johan Verde falt for den skulpturelle, danske svingstolen »Corona» (av Poul M. Volther) fra 1962.



– Jeg har alltid vært opptatt av gamle ting, men utfordres i jobben til å lage noe helt nytt. Verdes private omgivelser er en blanding av nyere og eldre design. Foran peisen har et kinesisk bord fått selskap av en stram, gråblå sofa (Erik Jørgensen), og en svart hudsalong («Cinema» av Gunilla Allard, Lammhult).



– Stramt, men mykt, sier Johan Verde om sitt eget formuttrykk. Høyre: Belter og herresmykker i sølv er under utforming i verkstedet.



## “Det viktigste i et interiør er atmosfæren”

– Jeg har brukt noen år på å prøve og feile. For var jeg mer opptatt av tekniske detaljer og hvordan produktet skulle fungere. Nå er jeg opptatt av helheten, samtidig som jeg kan bli veldig opptatt av detaljer som er usynlige for folk flest. Aller helst vil jeg slippe å låse meg til et bestemt type produkt, men heller gjøre få og varige ting i ulike kategorier.

Så har da også oppdragsgiverne vært mange og varierte hittil i Verdes karriere. Han har laget glass, vaser og skalldyrservice for Magnor og Hadeland, iskrem for Diplom-is, konfekt for Nidar, kaffe og middagsservice for Figgjo, dørhåndtak, skibindinger, pillerglass, vedovner, lamper og sølv-smykker.

På listen over produkter han gjerne vil jobbe med, står interiørprodukter som møbler, lamper, bestikk og kjøkkenutstyr. Den senere tid har han samarbeidet med møbelprodusenten Foraform og bestikkprodusenten Nor-Stål. Her er prosjektene fortsatt på tegnebordet. Han tok selv kontakt med de to bedriftene, og ble tatt godt imot.

– Når man bor og arbeider i Norge, er det naturlig å samarbeide med norske produsenter, filosoferer industridesigneren.

– Men det går vel med meg som med mange andre, at jeg må til utlandet for å komme noen vei. Mange gode, norske designprodukter har gått floyten fordi vi ikke har eksportrettede bedrifter som tør satse. Norske bedrifter har fortsatt et uproft og defensivt forhold til design. Det blir svetteotaker over designhonorarer, mens markedsføring ses på som en etablert og nødvendig utgiftspost.

Verde etterlyser samarbeid mellom norske industribedrifter, for å markedsføre og selge norske designprodukter i utlandet. Vi kan godt sette ut produksjonen til utlandet, bare kvalitetskontrollen og oppfølgingen skjer i Norge.

– Vi mangler eksportbedrifter av typen Orrefors og Royal Copenhagen. Her i landet er design blitt sett på som noe jålete. Er det noe nordmenn misliker å bli kalt, så er det jålete. Men det er forskjell på å være jålete og å være bevisst! Nordmenn er bevisst, ja da. På pris!

Klar tale. Slik blir det kanskje når man har et engasjert forhold til det man holder på med. Det samme gjelder for Verdes produkter:

– Jeg har et emosjonelt forhold til produktene mine. Kunne aldri ha jobbet med styling-design av typen mobil- ▶

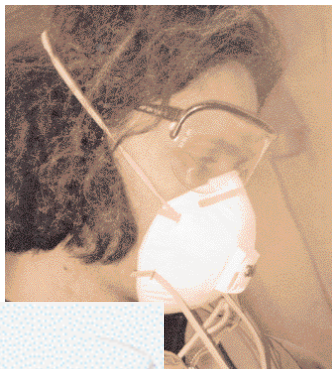


Spisebordet er både lengre og smalere enn “normal”. Selvlaget, etter inspirasjon fra mange, sosiale måltider rundt lange bord under en tur til Østen.



– Jeg er mest fornøyd med tingens det aldri ble noe av, sier Verde. Fatet han lagde for Hadeland er et eksempel på dette.

“Hemmeligheten bak et vellykket produkt er å plukke vekk overflødige detaljer”



telefoner. Jeg er såpass forfengelig at jeg liker at folk gjerne vil eie det jeg lager.

Å være industridesigner er for Johan Verde i stor grad å være håndverker. Han utfører denne delen av jobben i verkstedet i garasjen hjemme. I motsetning til en del andre designere som utelukkende sitter ved dataskjermen, foretrekker han å trekke i overall og arbeide frem tredimensjonale, håndfaste modeller av produktene.

– Jeg tegner mindre og mindre, og lager stadig mer fysiske modeller. Oppdragsgiver har lettere for å forholde seg til håndfaste ting enn til datategninger. Når jeg jobber i verkstedet føler jeg at jeg jobber mer intuitivt og impulsivt, og at jeg har en helt annen følelse for produktets form der enn ved datatastaturet. Lengre ut i prosessen, når tidspunktet er riktig, spiller jeg på et nettverk av grafiske designere, ingeniører og datakonstruktører.

Håndverkeren Verde vet godt når han har lykkes i sitt arbeid:

– Hemmeligheten bak et vellykket produkt er å plukke vekk overflødige detaljer. Å moderere seg, men ikke helt over i det minimalistiske. Jeg forsterker de karakteristiske detaljene og de vakre linjene. Dette er med på å gi produktet identitet. Jeg har dessuten lært å respektere den første og beste ideen jeg får. Ofte går jeg mange omveier, bare for å ende opp med den første ideen jeg hadde.

Verde har et måtholdent forhold til farger. Selv da han tegnet kunstglass, var dette aldri av den spektakulære typen, som han selv sier det. Av materialer foretrekker han stål, aluminium, glass, tre og lær. Gjerne i kombinasjon.

Han føler han har en rekke felles trekk med samtidige designere som Marc Newson, Ross Lovegrove og Ron Arad.

– Som meg har de et mykere formspråk enn svenskene og danskene, men likevel alltid en symmetri eller stramhet i formene sine.

Om få uker er planen å pakke familien og sommerklærne av gårde til Thailand, slik de gjør hvert år når mørket og kulden har vart for lenge. “Klimaflyktninger”, kaller de seg.

– En rensesprosess som gjør godt i hodet, sier Verde. Han tar ikke i en penn på to måneder, kvitter seg med rutinemessig tankegods, finner ny kreativitet, og kommer hjem igjen full av energi og virkelyst.

Vi andre får heller ta oss en konfekt.

Glass i mange former og fasonger er blitt til under arbeid både for Magnor og Hadelands Glassverk. Her et vinglass som ble produsert for Magnor.



Verde trives i verkstedet der han bruker mye tid på utformingen av modeller. Sin formelle bakgrunn har han fra Statens håndverks- og kunstindustriskole i Oslo. Serveringsbrikke til “Verdeserviset”. Hvem tenker vel over at den lille sjokoladenytelsen har en fortid på en designers tegnebrett?