

# **IKEA og hönnuðurinn**

**Inga Dóra Jóhannsdóttir**



**Listaháskóli Íslands  
Hönnunar- og arkitektúrdeild  
Vöruhönnun**

# **IKEA og hönnuðurinn**

**Inga Dóra Jóhannsdóttir  
Leiðbeinandi: Gunnar Hersveinn Sigursteinsson  
Vor 2011**

Vöruhönnun er grein sem sameinar list, vísindi og tækni við að skapa hvort sem er áþreifanlega eða óáþreifanlega vöru. Það er áhugavert viðfangsefni að skoða stöðu vöruhönnuðarins og hvaða leið hann velur að fara í starfi sínu.

Sem dæmi um vöruhönnuð og leiðir sem hann velur fjalla ég um Sigríði Heimisdóttur sem hefur starfað hjá IKEA í rúman áratug en einnig stofnað eigið hönnunarfyrtæki. IKEA er risavaxið fyrirtæki sem teygir anga sína um heim allan, það ber vörumerki sem flestir þekkja.

Vöruhönnuðir verða óhjákvæmilega fyrir ýmsum áhrifum, og þróast, eftir því sem líður á ferilinn. Spurningin er hins vegar þessi: fá hugsjónir, persónulegur stíll og sköpun að njóta sín hjá fyrirtæki eins og IKEA, sem setur jú hönnuðum og framleiðendum ákveðnar skorður og reglur? Að mínu mati hefur það haft áhrif á Sigríði að vinna sem hönnuður fyrir IKEA, innan um fjöldan allan af sérfræðingum úr ólíkum áttum og framleiðendum. Að einhverju leyti hefur hún þurft að laga hönnun sína að þeim skilyrðum sem IKEA setur á hverjum tíma, en fyrst og fremst tel ég að hún haldi séreinkennum sínum. Þó að hún hafi mögulega orðið fyrir áhrifum af því að hanna fyrir IKEA hvað varðar útlit á þeim vörum sem hún hagnar, finnst mér hún hafa sterkan eigin stíl í hönnun sinni, einfaldan og stílhreinan, sem tekur ekki of mikið frá umhverfinu heldur fellur inn í það og leyfir öðrum húsgögnum og/eða hlutum að njóta sín líka.

Það kom í ljós að eldri konum líður betur og þær eru ánægðari á heimilum sínum en þær yngri. Það er skiljanlegt því þær hafa smám saman náð því að betrubæta heimili sín með hverju árinu og hafa líklega meira fjármagn til þess á milli handanna. Því meira sem konur voru með af IKEA vörum inni í hverju og einu rými, því óánægðari voru þær með rýmið og því verr leið þeim. Líklega eru konur ekki stoltar af því að eiga IKEA vörur, þær hugsa þær kannski sem millibilsástand þar til þær hafa efni á dýrari húsgögnum og smáhlutum.

<b>INNGANGUR</b>	<b>6</b>
<b>IKEA</b>	<b>8</b>
<b>Bakgrunnur</b>	<b>8</b>
<b>Arfleifð IKEA og sænskur hönnunarstíll</b>	<b>8</b>
<b>Hugmyndafræðin</b>	<b>8</b>
<b>SIGRÍÐUR HEIMISDÓTTIR OG IKEA</b>	<b>9</b>
<b>Náms- og starfsferill</b>	<b>9</b>
<b>Hönnun Sigríðar</b>	<b>11</b>
<b>IKEA og hönnuðurinn</b>	<b>15</b>
Hönnunarferill Sigríðar	15
Hönnunar- og framleiðsluferlið hjá IKEA	16
Hlutverk hönnuða	18
IKEA í framtíðinni	19
<b>RANNSÓKN</b>	<b>20</b>
<b>Efniviður og aðferðir</b>	<b>20</b>
<b>Niðurstöður</b>	<b>21</b>
Tíðni	21
Fylgni	23
<b>Umræða</b>	<b>23</b>
<b>LOKAORÐ</b>	<b>26</b>
<b>HEIMILDASKRÁ</b>	<b>27</b>
<b>VIÐAUKI A</b>	<b>30</b>
<b>VIÐAUKI B</b>	<b>34</b>

## Inngangur

Lífið væri áreiðanlega betra ef IKEA stjórnaði landinu, að mati Ingu Rún Sigurðardóttur, blaðakonu hjá Morgunblaðinu.<sup>1</sup> Hún talar um að IKEA sjái fyrir öllum þörfum viðskiptavinarins á meðan hann er staddur í versluninni; þar er veitingastaður með ódýrum, fjölbreyttum og girnilegum mat, vatnsdrykkjardunkar með reglulegu millibili á verslunargólfinu, mjög góðar aðstæður fyrir fólk með lítil börn og þarfir þeirra og boltaland þar sem börnin geta leikið sér á meðan foreldrarir versla.

Það er vöruhönnuðarins að ákveða að námi loknu hvar hann vill staðsetja sig í starfi. Breiddin á starfsvettvangnum er mikil en ef ég tek tvo andstæða enda litrófsins þá er annars vegar hægt að gefa sér mikið listrænt frelsi og starfa sjálfstætt við að skapa nýjar vörur að eigin frumkvæði í takmörkuðu upplagi, svo er það hinn póllinn, að starfa fyrir stórfyrirtæki og hanna nánast eftir pöntun sem fer svo í fjöldaframleiðslu. Það getur skapað töluverða togstreitu að taka þessa ákvörðun. Annars vegar þarf að framfleyta sér og sínum og hins vegar hlýtur hönnuðurinn að vilja að fá að skapa eftir eigin höfði en ekki eftir pöntun; svo má ekki gleyma að oft getur togstreita skapað góðar lausnir.

Tilgangur ritgerðarinnar er margþættur. Ég mun skoða hönnunar- og framleiðslufyrirtækið IKEA með tilliti til bakgrunns og arfleifðar. Einnig mun ég rýna í hugmyndafræði IKEA, sem felst meðal annars í því að sameina góða hönnun, hagkvæmni, gæði og lágt verð. Þá mun ég kanna hvernig það er að starfa sem hönnuður í stórfyrirtæki, til dæmis með tilliti til þess hvaða skorður þeim eru settar í starfi sínu. Ég tók viðtal við Sigríði Heimisdóttur, sem hefur starfað hjá IKEA frá árinu 2001, og fékk innsýn í hvernig hönnunarferlið á sér stað hjá þeim sem starfa í þessu stóra fyrirtæki. Ég fer yfir náms- og starfsferil Sigríðar og tek nokkur dæmi um vörur sem hún hefur hannað, alveg frá námsárunum í Milanó og til dagsins í dag og leitast við að gera grein fyrir því hvort Sigríður hafi haldið séreinkennum sínum sem hönnuður í starfi sínu hjá IKEA.

---

<sup>1</sup> Inga Rún Sigurðardóttir: „Ef IKEA stjórnaði landinu.” *Morgunblaðið - Fólk í fréttum.* 11/2010. Bls 16.

Að lokum greini ég frá niðurstöðum rannsóknar sem ég framkvæmdi, þar sem ég velti upp þeirri spurningu hvort tengsl séu á milli þess hve mikið af IKEA vörum eru á heimilum annars vegar, og þess hvernig íslenskum konum líður, og hversu ánægðar þær eru, með heimili sín.

# IKEA

## *Bakgrunnur*

Viðskiptaævintýri Ingvars Kamprad hófst árið 1930 þegar hann var aðeins fjögurra ára. Þá byrjaði hann að hjálpa til í verslun afa síns þar sem hann lærði inn á heim viðskipta. Ingvar ólst upp í Svíþjóð á svæði þar sem jarðvegurinn var ekki mjög frjósamur og fólkið þurfti að hafa mikið fyrir því að lifa af. Þetta hafði áhrif á líf hans og markaði þá heimsspeki sem hann byggði risavaxið veldi sitt á. Í lok árs 2009 voru verslanir IKEA alls 267 í 25 löndum.<sup>2</sup>

## *Arfleifð IKEA og sænskur hönnunarstíll*

Um 1950, þegar jafnréttisþjóðfélagið festi rætur í Svíþjóð, voru módernismi og nýtistefna að þróast á sama tíma. Þessar stefnur höfðu merkjanleg áhrif á vörur IKEA, þær voru nýtískulegri og látlausari en aðrar vörur þess tíma, hannaðar fyrir venjulegar fjölskyldur. Enn þann dag í dag virðist IKEA ekki missa sjónar á þeirri staðreynd að rætur þess liggja í sænskri hönnunarhefð, þar sem þægindi, notagildi, samræmi og verðleikar eru í hávegum hafðir.

## *Hugmyndafræðin*

Markmið IKEA er að sameina breitt vöruúrval, góða hönnun, hagkvæmni, gæði og lágt verð. Fyrirtækið leitar leiða við að halda lágu vöruverði, þar sem allir leggjast á eitt, hönnuðir, vöruþróunarsérfræðingar og innkaupastjórar. Leitað er að lágu hráefnisverði og hráefnið keypt í miklu magni, notast er við framleiðendur sem skila hagkvæmri framleiðslu, og svo framvegis. IKEA framleiðir fjölbreyttar vörur til heimilisins, allt frá smáhlutum til innréttinga.

Fleira kemur til við að ná fram lágu vöruverði. Þegar framleitt er í stórum upplögum næst fram sparnaður sem skilar sér í lægra verði í búðum. Þá er vörunum pakkað ósamsettum í flatar pakkningar, eða raðað hver ofan í aðra, þannig sparast bæði vinna við samsetningu þeirra, og fleiri vörur rúmast í hverri sendingu. Auk þessa eru greinagóðar merkingar í verslununum, merkingarnar koma að einhverju leyti í stað starfsfólks, þannig sparast launakostnaður sem getur skilað sér í lægra verði.

---

<sup>2</sup> [www.ikea.se](http://www.ikea.se). Sótt 20. október 2010.



Með aukinni umhverfisvitund samtímans fylgja breytt vinnubrögð hönnuða og framleiðenda. Nú þarf að hugsa um fleira en bara vöruna sem slíka, svo sem framleiðsluferilinn, hráefni, umbúðir, flutning og dreifingu og líftíma vörunnar. Þverfagleg vinna verður sífellt meira áberandi og vinsælli, sérstaklega í félags- og heilbrigðismálum. Vöruhönnun hjá IKEA virðist bera keim af þessum nýja hugsanahætti, þverfaglegt teymi sérfræðinga, ásamt hönnuðinum, vinna að því að allir þeir fjölmörgu þættir sem þarf að hafa í huga sameinist í lausn.

## Sigríður Heimisdóttir og IKEA

### *Náms- og starfsferill*

Sigríður Heimisdóttir er fædd árið 1970 og útskrifaðist frá Instituto Europeo di Design (IED) í Milano árið 1994. Sigríður stofnaði fyrirtækið Hugvit & Hönnun árið 1995 og vann að verkefnum fyrir ýmsa framleiðendur bæði á Íslandi og erlendis. Hún lauk meistaragraðu í iðnhönnun árið 2000 frá Domus Academy í Milanó. Meðan á mastersnáminu stóð var henni boðin fastráðning hjá IKEA, en þá var hún þegar farin að vinna stök verkefni fyrir fyrirtækið.

„Við tókum þátt í sýningu í Kaupmannahöfn, nokkrir innanhússhönnuðir og hönnuðir árið 1998. Þá kemur við á básnum hjá okkur hönnunarstjóri IKEA á þeim tíma, Lars Engman, kíkir á hlutina sem ég var með og spyr hvort ég væri tilbúin til þess að vinna fyrir IKEA; þannig byrjaði IKEA ævintýrið.“<sup>3</sup>

Árið 2001 var Sigríður ráðin í tíu manna kjarnahóp IKEA-hönnuða í höfuðstöðvum IKEA í Svíþjóð og varð þar með einn af aðalhönnuðum fyrirtækisins. Þar kynntist hún þeirri hugmyndavinnu og aðferðafræði sem þessi gríðarstóri framleiðandi á heimsmarkaði hefur skapað sér. Hún skipti um vettvang árið 2008 þegar hún tók við stöðu hönnunarstjóra hjá húsgagnaframleiðandanum Fritz Hansen, einu virtasta hönnunarfyrirtæki Danmerkur sem framleiðir meðal annars hönnun Arne Jacobsen. Þar vann hún með fjölda hönnuða, meðal annars við endurhugsun og endurnýjun húsgagna gömlu meistaranna.

„Mig langaði dálítið til að breyta til og þar sem mér fannst ég þekkja svo vel, þennan hluta litrófsins, þennan markað þar sem vörur kosta lítið og eru hugsaðar fyrir

---

<sup>3</sup> Viðtal Brynju Þorgeirsdóttur við Sigríði Heimisdóttur, flutt í Kastljósi á RÚV, 5. janúar 2011.

stóran markað. Mig langaði til að kynna hinum enda litrófsins þar sem var kannski meiri áhersla lögð á gæði og þetta handverk sem er oft í hönnun og framleiðslu. Þetta var allt öðruvísi vinnustaður. Þar sat ég hinum megin við borðið, nú var ég að ráða hönnuði, byggja upp vöruúrvalið hjá þeim. Þarna var ég að sjá um þessa hluti sem ég var oft að vinna frá hinum enda borðsins þegar ég var hjá IKEA.“<sup>4</sup>

Fritz Hansen höfðu fram að ráðningu Sigríðar sérhæft sig í hönnun á húsgögnum fyrir skrifstofur, opinberar stofnanir, hótél og veitingastaði, og kallast sú lína Public Market. Sigríður var meðal annars ráðin til að stýra nýrri línu, Privat Market, lína sem er sérhönnuð fyrir heimili.

Síðla árs 2009 stofnaði Sigríður sitt eigið hönnunarstúdíó í Malmö, Labland, með manni sínum David Sandahl; hann starfar sem verkfræðingur hjá sænska barnavöru- og leikfangaf framleiðandanum Brio. Sigríður flutti til Íslands haustið 2010 og sinnir hér margvíslegum verkefnum. Hún er þó með annan fótinn í Svíþjóð þar sem hún er nú lausráðin hjá IKEA en sinnir einnig sínum eigin rekstri hjá Labland.

Auk þess að hafa starfað með mörgum framleiðendum á borð við IKEA, Fritz Hansen og Mio (Svíþjóð) hefur Sigríður unnið með mörgum háskólum eins og Eindhoven Design Academy, Royal College of Art í London, Parsons í New York og University of Shanghai. Hún hefur einnig unnið verkefni fyrir Vitra hönnunarsafnið í Þýskalandi og Corning glerlistasafnið í New York.

---

<sup>4</sup> Viðtal Brynju Þorgeirsdóttur við Sigríði Heimisdóttur, *RÚV*.

## *Hönnun Sigríðar*

Ferill Sigríðar er mjög fjölbreyttur. Ábyrg hönnun og umhverfismál eru orðnir fyrirferðamiklir þættir í starfi hennar sem hönnuður, enda hefur vakning átt sér stað í þeim málaflokkum um allan heim.

Ég hef tekið saman myndir og texta um vörur sem Sigríður hefur hannað frá útskrift á árinu 1994 og til dagsins í dag.<sup>5</sup> Út frá þeim leitast ég við að varpa ljósi á að hve miklu leyti hún heldur sínum persónulega stíl sem hönnuður, um leið og hún uppfyllir skilyrði IKEA. Sem dæmi um skilyrði sem Sigríður þarf að fara eftir nefni ég verðþrep og stíl. Hún hefur frá upphafi ferilsins verið með blöndu af persónulegum og látlausum stíl í hönnun sinni. Hlutirnir falla allir vel inn í mismunandi aðstæður og leyfa umhverfinu eða innihaldinu að njóta sín.



*Mynd 1. Barnastóll fyrir leikskóla, 1997. Ál og tré. Barnasmiðjan.*

Halldór Hjálmarsson húsgagnahönnuð. Þokki er mjög stílhreinn og íslenskur í útliti með sauðargærana á setunni og svo er stólbakið brosandí eins og í „Boga“. Stóllinn er pöntun frá leikhúsi og er hönnun Sigríðar á stólnum innblásin af leikhúsgrímumni, hún hannaði bæði stóla sem eru brosandí og í fýlu.

Barnastóllinn er fyrsta fjöldaframleidda hönnunarverkefni Sigríðar eftir útskrift. Stóllinn er mjög skandinavískur í útliti, aðlaðandi, stílhreinn og með skemmtilegu brosi á sætisbakinu. Það er mikið af leikföngum og leiktækjum inni í rými leikskóladeilda og þess vegna passar stóllinn vel þar inn, hann tekur ekki of mikið pláss með skærum litum eða áberandi formi.

Hönnun Sigríðar á „Þokka“ er hugsanlega undir áhrifum af stól Arne Jacobsen „Sjöan“ eða jafnvel „Skatan“, stól eftir



*Mynd 2. Þokki, 1999. Tré, járn, áklæði eða sauðargæra. GKS.*

<sup>5</sup> Til samanburðar, umfjöllun Hörpu Þórsdóttur um vörur Sigríðar Heimisdóttur - Viðauki A.



*Mynd 3. Lidan – fylgihlutir fyrir baðherbergi, 2001. Pólypropýlen. IKEA.*

Lidan eru með fyrstu vörunum sem Sigríður hannaði fyrir IKEA. Sennilega hefði Sigríður ekki hannað þessi ílát ef hún hefði ekki verið að vinna hjá IKEA og unnið út frá ákveðnum forsendum. Mér finnst ílátin vera mjög látlaus og gefa þannig rými fyrir litríkt og fjölbreytt innihald. Það sem er óvenjulegt við þau er efnisnotkunin. Þau eru heklud úr plastefni og hafa því lengri líftíma en ef þau væri heklud úr textíl, halda formi sínu sennilega betur en ella og það er auðveldara að þrifa þau. Þar sem ílátin eru heklud úr plasti en ekki steipt hafa þau ákveðna mýkt, bæði ápreifanlega og útlitslega, sem mér þykir eftirsóknarverð.

Í PS Färö er Sigríður byrjuð að huga að endurnýtingu og endurvinnslu varðandi efnisval í hönnun sína. Mér finnst það gefa vörinni ákveðna dýpt að hún nýti sér reynslu föður síns af vinnu við netaframleiðslu og er greinilega stolt af því að nota íslenskt efni í vöru sem var seld á heimsvísu.

Sigríður var barnshafandi þegar hún



*Mynd 4. PS Färö hægingastóll, 2003. Járn og fisknet. IKEA.*

hannaði Asker. Formið er augljóslega eins og bumban á langt genginni óléttri konu og hentar vel undir geymslu ýmissa hluta. Eins og áður þá finnst mér hluturinn fá aukið gildi þegar það er persónuleg reynsla á bak við hönnunina. Mér finnst Asker eldhúslínan vera mjög stílhrein, ílát sem leyfa hlutunum sem í þeim eru að njóta sín.



*Mynd 5. Asker, eldhúslína, 2003. Postulín og ál. IKEA.*

Barnahillan er fyrsta varan sem Sigríður hannar í framleiðslulínu fyrirtækis síns, Labland í Svíþjóð. Hillan er aðeins „frjálslegri“ en hönnun Sigríðar fram að þessu en þó vara sem gæti vel verið á



Mynd 6. Barnahillan, 2004. Járn. Labland, Svíþjóð.

boðstólnum í IKEA. Hillan myndar fyrir miðju einhvers konar sjóndeildarhringslínú, sem bækurnar liggja á. Skreyti fyrir ofan hillulínuna sýnir útlínur gróðurs og dýra en neðri partur hillunnar, sem festur er við vegg, eru útlínur sjávar og fiska. Hönnunin er væntanlega byggð á eigin reynslu af því að eiga börn sem velja sér bók til að lesa, hillan er hönnuð þannig að kápan snýr fram.



Mynd 7. Organs, 2007. Gler. Vitra hönnunarsafnið.

Hér hefur Sigríður hannað matarílát sem eru einföld og stuðla að nægjusemi. Það er óþarfi að eiga fimm tegundir af glösum og bollum. Formin á matarílátunum eru þannig hönnuð að úr þeim er

skammlaust hægt að bjóða hvaða tegund sem er, mat eða drykk, hvort sem verið er að snæða í einrúmi eða með

Hér sjáum við skrautmuni, sem Sigríður hannaði og lét handgera fyrir sig úr gleri. Þetta er skýrt dæmi um stíl hennar, hér hannar hún án nokkurra skilyrða. Hér felast einu fyrirmælin í efninu, hún verður að nota gler, samt er stíllinn svipaður og í hönnun fyrir IKEA. Hlutirnir eru stílhreinir og tærir þó að litavalið sé töluvert breiðara en áður í vörum Sigríðar. Formin á hlutunum eru einföld og eru sótt í mannlíkamann en notagildið er ekkert annað en að gleðja augað sem skrautmunir.

PS Krog kom í verslanir IKEA fyrir rúmu ári.



Mynd 8. PS Krog, 2009. Feldspat postulín. IKEA.

fleirum. Hún nær að hafa hvert og eitt stykki einstakt, þrátt fyrir að um fjöldaframleiðslu sé að ræða, með því að leyfa mistökum og misfellum í framleiðsluferlinu að halda sér.

Sigríður á fjölbreyttan feril að baki sem vöruhönnuður. Hún hefur viðtæka starfsreynslu hjá ólíkum fyrirtækjum og sýnir mikla breidd í þeim vörum sem hún hefur hannað.

Hönnuður hlýtur alltaf að mótast af því umhverfi sem hann starfar í hverju sinni, hvort sem um er að ræða land, borg eða vinnustað. Að mínu mati hefur það haft áhrif á Sigríði að vinna sem hönnuður fyrir IKEA, innan um fjöldan allan af sérfræðingum úr ólíkum áttum og framleiðendum. Að einhverju leyti hefur hún þurft að laga hönnun sína að þeim skilyrðum sem IKEA setur á hverjum tíma, en fyrst og fremst tel ég að hún haldi séreinkennum sínum. Þó að hún hafi mögulega orðið fyrir áhrifum af því að hanna fyrir IKEA hvað varðar útlit á þeim vörum sem hún hagnar, finnst mér hún hafa sterkan eigin stíl í hönnun sinni, einfaldan og stílhreinan, sem tekur ekki of mikið frá umhverfinu heldur fellur inn í það og leyfir öðrum húsgögnum og/eða hlutum að njóta sín líka.

Í heildina má segja að verk Sigríðar einkennist af látleysi, þau hafa þjóðlega/íslenska skírskotun samanber stóllinn „Þokki“ og „PS Färö“ hægindastóll og byggjast oft á persónulegri reynslu eins og Asker eldhúslínan og barnahillan frá 2004. Oft má greina kvenleika og mýkt í verkum hennar eins og í Lidan fylgihlutum fyrir baðherbergi og Asker línuna. Eins og sjá má í viðtalinu gleðst Sigríður yfir því að fara frá sköpun og þróun nytjahluta fyrir fjöldaframleiðslu yfir í að skapa skúlptúra fyrir söfn án nokkurs notagildis annars en fagurfræðilegs.

## *IKEA og hönnuðurinn*

### **Hönnunarferill Sigríðar**

Ég hitti Sigríði í Ráðhúsinu í lok nóvember 2010. Í upphafi samtals okkar talar Sigríður um að þegar hún hafi byrjaði að vinna hjá hönnunarfyrirtækinu Fritz Hansen í Danmörku árið 2008 hafi hún gert sér grein fyrir því hvað öll önnur hönnunarfyrirtæki en IKEA eru í raun lítil.

Hún segist sjá það núna, eftir að hafa unnið hjá IKEA í rúm tíu ár, að viss fyrirtæki séu sterkari en önnur og hafi mjög mikil áhrif. Hún upplifir IKEA sem risa sem getur skipt sköpum á margvíslegan hátt. „IKEA er svo stórt fyrirtæki að þeir geta ekki tekið neina áhættu, fallið væri svo hátt ef það kæmi til dæmis í ljós að þeir nota eitruð plastefni eða barnþrælkun við framleiðsluna. Þeir setja ákveðnar kröfur á framleiðendur sína og hafa eftirfylgni með framleiðslureglum sem þeir setja.”<sup>6</sup> Þrátt fyrir þetta er greinilega ekki með öllu hægt að koma í veg fyrir slæmar framleiðsluáferðir. Fyrir rúmu ári var sýnd heimildamynd á RÚV þar sem fram kom að IKEA keypti dúninn í sængurnar sínar frá Kína, en dúninn var reittur af lifandi fuglum. Það er reyndar ólíklegt að svona frétt verði IKEA að falli, enda er fólk mjög gjarnt á að gleyma eða tekur sinn eigin hag, í þessu tilfalli að geta keypt ódýra vöru, fram yfir hagsmuni dýranna.

Eins og áður hefur komið fram hefur Sigríður unnið fyrir mörg fyrirtæki frá því hún útskrifaðist og segir að IKEA sé í raun „skelfilegur” vinnustaður til að byrja á að starfa fyrir, því þar sé fyrirmyndar vinnuumhverfi fyrir hönnuði sem er alls ekki til staðar hjá minni fyrirtækjum. Hjá IKEA vinna ekki bara hönnuðir heldur fjöldinn allur af ólíkum sérfræðingum með sérkunnáttu á margvíslegum sviðum sem einbeita sér að húsgagna- og nytjahlutahönnun.

Sigríði finnst stundum að fólk setji ekki IKEA vörur í rétt samhengi. „Það talar um að IKEA vörur séu rusl og drasl.”<sup>7</sup> Að mati Sigríðar er það ekki rétt, því hjá IKEA eru fjögur mismunandi verðþrep: Hátt (High), Miðlungs (Medium), Lágt (Low) og BTI (BreathTaking Item, so cheap that it takes your breath away). Vörur í „High“ verðþrepinu eru dýrastar og hafa lengri líftíma; það er val þeirra sem versla hjá IKEA hvaða verðflokki þeir fjárfesta í.

---

<sup>6</sup> Viðtal höfundar við Sigríði Heimisdóttur, 29. nóvember 2010.

<sup>7</sup> Viðtal höfundar við Sigríði Heimisdóttur.

Sigríður segist hafa orðið fyrir miklum áhrifum sem hönnuður hjá IKEA varðandi umhverfismál. Hún talar um að IKEA sé í raun að vinna gegn sinni eigin viðskiptahugmynd. Í upphafi voru þeir með húsgögn sem voru ódýr og hægt var að losa sig við á einfaldan hátt, þannig eru vörurnar kannski enn þann dag í dag. En í dag eru kröfurnar og umhverfisvitundin það mikil að hönnunarfyrirtæki og framleiðslufyrirtæki verða að vinna með efni sem hægt er að endurvinna eða farga á ábyrgan hátt. Það má heldur ekki nýta efni úr auðlind sem er að verða uppurin.

### **Hönnunar- og framleiðsluferlið hjá IKEA**

Í hönnunardeild IKEA eru tíu fastráðnir hönnuðir, Sigríður var um tíma einn af þeim og þaðan fór hún yfir til Fritz Hansen árið 2008. Í dag er hún ein af þrjátíu og tveimur lausráðnum hönnuðum hjá IKEA. Við hliðina á hönnunardeildinni er deild sem kallast TQE (Technology-Quality-Environment). Þar er skoðað hvaða efni á að nota í IKEA vörurnar næstu árin og áratuginn. Þar starfa um þrjátíu manns, verkfræðingar, efnafræðingar og fleira starfsfólk við að finna upp framtíðarefni sem eru umhverfisvænni og betri til endurvinnslu.

Þegar ég bið Sigríði um að lýsa í stuttu máli hvernig hönnunarferlið á sér stað hjá IKEA útskýrir hún að hjá öðrum fyrirtækjum sé kannski búið að hanna borð sem hún er svo beðin um að hanna stóla við; þá eru einu skorðurnar í því tilviki borðið sem stólarnir eiga að passa við. Hönnuðirnir hjá IKEA hanna inn í fyrirfram ákveðin skilyrði og þar skipa verðþrepin fjögur stóran sess. Hönnuðurnir fá eins konar töflu sem er með skilyrðum á X og Y ás, skilyrðin eru til að mynda verðþrepin fjögur annars vegar og mismunandi stílflokkar hins vegar: „Young, Traditional og Modern”. Svo hanna hönnuðirnir vörur inn í þá reiti sem vantar vörur í, á hverjum tíma.

Eitt af því sem hönnuðir verða að taka tillit til er að það þarf að hanna vöruna á þann hátt að hún verði ódýr í flutningi því það er dýrt að flytja loft á milli landa. Varan þarf ýmist að komast í flatan pakka (Knockdown/Flatpack), það þarf að vera hægt að stafla henni (Stackable), eða raða hlutum ofan í hvern annan (Nesting).

En það má finna dæmi um að ramminn sem á að hanna inn í getur verið mjög víður. Eitt sinn var til dæmis kvenkyns hönnuður hjá IKEA safnað saman og þær beðnar um að hanna „það sem konur vilja.” Hönnuðurnir fengu þetta frelsi í kjölfar rannsóknar sem IKEA framkvæmdi og komst að því að þeir sem taka ákvarðanir í



IKEA eru í 80% tilfella konur. Þeir komust að því að lang-mikilvægasti viðskiptavinur IKEA er 38-40 ára gömul kona, vel menntuð, yfirleitt tveggja barna móðir; þannig hefur viðskiptavinurinn verið skilgreindur nokkuð ítarlega.

IKEA byrjaði á nýrri tegund hugmyndavinnu innan fyrirtækisins fyrir tíu árum, þegar þau fóru að skoða hvaða vörur vantaði með tilliti til markaðarins, hverju viðskiptavinurinn leitaði að. Þau skoðuðu hvað fólki vantaði á mismunandi tíma dags: á morgnana, í hádeginu, eftir vinnu, á kvöldin og á nóttunni, og með tilliti til aldurs viðskiptavina. „Þá fóru skemmtilegir hlutir að gerast og þannig urðu til hlutir sem voru ekki til áður. Þeir geta leyft sér svona vinnu því þeir hafa svo mikinn mannskap og kunnáttu og nota verðmætar upplýsingar úr könnunum frá viðskiptavinum sínum. Þeir skoðuðu til dæmis hvernig þarfir þyrfti mögulega að uppfylla hjá fólki í Evrópu eftir fimmtíu ár. Það kom í ljós að það verður mikið um aldraða og minna af börnum; þessi niðurstaða mótar þá hönnunarvinnuna næstu ár og áratugi að einhverju leyti. Það þarf að rýna í markaðinn til þess að geta hannað og framleitt vörur sem eru framleiðsluhæfar og seljanlegar.”<sup>8</sup>

Það er hægt að lýsa uppbyggingu innviða IKEA á þann hátt að IKEA er kringlótt kaka í sneiðum með kjarna í miðjunni. Hver sneið er ein deild. Deildirnar eru margar, sem dæmi má nefna barnadeild, eldhús, skrifstofuvörur, svefnherbergi og baðherbergi. Hver kökusneið er rekin sem sér fyrirtæki þó að sneiðarnar tali mikið saman. Kjarninn í kökunni er hópur fólks sem kallar sig „Main Strategy”. Það er hópur fólks sem safnar að sér upplýsingum úr umhverfinu, til dæmis heimspekingar, sagnfræðingar, hönnuðir og innanhússarkitektar. Þetta er hópurinn sem safnar upplýsingunum úr samfélaginu og segir til um hvernig hönnunarstefnan verður á næsta tímabili.

„Main Strategy” kjarninn hefur áhrif á hönnuði IKEA með því að blæða upplýsingum inn í sneiðarnar. Það er svo einn „Main Strategy” yfirmaður í hverri sneið og þrír til sex vöruþróunarstjórar og þeir gegna einnig hlutverki verkefnastjóra. Þeir ákveða hver sér um að hanna höldur á skúffur og skápa og hver á að hanna stóla. Vöruþróunarstjóri velur svo hvaða hönnuði á að vinna með í hverju verkefni fyrir sig. Hönnuðurinn fær um það bil mánuð til að skissa hugmyndir sem hann leggur svo fyrir

---

<sup>8</sup> Viðtal höfundar við Sigríði Heimisdóttur.

vöruþróunarstjórn og saman þróa þeir vöruna í endanlegt útlit. Á ákveðnu stigi er dreginn inn tæknimaður með sérþekkingu á vissum sviðum, til dæmis verkfræðingur. Innkaupastjórinn í sneiðinni aðstoðar svo við að finna rétta framleiðendur á vörunni, svona stækkar hópurinn í kringum vöruna sem verið er að hanna, smám saman. „Það er mikill misskilningur að þetta sé eitthvað one man show.”<sup>9</sup>

Sigríður talar um að IKEA skoði það vandlega hvar varan er framleidd með tilliti til flutningskostnaðar. Hún telur að það sé til staðar ákveðin vanþekking varðandi framleiðsluna, til dæmis haldi allir að plast sé bara framleitt í Kína en það er ekki rétt að hennar sögn. Mótin eru kannski framleidd í Kína og flutt til Svíþjóðar þar sem varan er framleidd, þetta sparar töluverðan flutningskostnað. Þannig að öfugt við það sem flestir halda þá eru aðalplastframleiðendur fyrir IKEA Svíar og Ítalir.

Þegar farið er af stað með fyrstu frumgerð vöru í framleiðslu þá eru teikningarnar fyrst sendar til framleiðanda. Svo flýgur hönnuðurinn út, þangað sem verksmiðjan er staðsett, og þar eru búnar til nokkrar prufur þar til hönnuðurinn er sáttur með útkomuna. Mér fannst það koma svolítið á óvart að hönnuðir í stórfyrirtæki á borð við IKEA fengju að fylgja vörunni alla leið í framleiðslu eins og raun ber vitni. Mér datt í hug að kannski væri hlutverki hönnuðarins lokið þegar hann hefði klárað að vinna tækniteikninguna, en svo var ekki.

### **Hlutverk hönnuða**

Aðspurð hvort hún telji hlutverk hönnuða vera að bæta samfélagið segir Sigríður að sér finnist svo vera. „Hönnun snýst um hugmyndir, svo er það bara að finna út hvaða verkfæri þú notar til að koma því frá þér, þrívíddarteikning, skissa eða módel.”<sup>10</sup> Henni finnst ekki gott að setja slæma eða lélega hugmynd í finan búning. „Ef einstaklingur er opinn, sveigjanlegur og tilbúinn að takast á við hinar ýmsu hliðar hönnunarferlisins, þá er hann afbragðsefni í góðan hönnuð.”<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Viðtal höfundar við Sigríði Heimisdóttur.

<sup>10</sup> Viðtal höfundar við Sigríði Heimisdóttur.

<sup>11</sup> Viðtal höfundar við Sigríði Heimisdóttur.

## **IKEA í framtíðinni**

Ég spurði Sigríði að því hvernig hún sæi IKEA í framtíðinni. Hvort jörðin þyldi meira af úrgangi og í því samhengi, hvar megi staðsetja fyrirtækið IKEA í samanburði við önnur stórfyrirtæki. Þeir fjöldaframleiða húsgögn sem eru hönnuð, framleidd og seld með það að markmiði að vera ódýr og endast ekki endilega lengi. Þeir eru mjög umhverfisvænir varðandi efnisnotkun en á móti kemur að það er gríðarlegt magn sem þeir selja á hverju ári. Sigríður telur að IKEA verði örugglega lífsseigt. Fyrirtækið er búið að þrefalda veltuna á tíu árum og markaðurinn í Bandaríkjunum er tiltölulega óþlæggður. „Þetta er bara formúla sem gengur upp.”<sup>12</sup> Hún telur að IKEA sé orðið svo stöðugt á markaðnum að það eigi eftir að lifa mjög lengi. Líklega er það rétt hjá henni. IKEA á fastlega eftir að finna leiðir til þess að aðlagast breyttum aðstæðum og verða líklega að gera það til þess að lifa af. Eins og ég nefndi áður þá gæti farið svo að eftir þrjátíu ár verði dýrt að losa sig við hluti sem ekki eru með öllu umhverfisvænir og hægt að endurvinna, þess vegna muni framleiðsla á hlutum aðlagast því. Ég sé fyrir mér að eftir tuttugu ár muni IKEA framleiða vörur sem eru alfarið úr umhverfisvænum og endurvinnanlegum efnum en munu jafnframt vera hannaðar og framleiddar með það að markmiði að þær hafi langan líftíma en ekki stuttan eins og flestar vörur þeirra eru hannaðar nú.

---

<sup>12</sup> Viðtal höfundar við Sigríði Heimisdóttur.

## Rannsókn

Markmiðið með rannsókninni er að varpa ljósi á það hversu ánægðar íslenskar konur eru með innréttingar, húsgögn og hluti til heimilishalds – hér eftir kallað staðalbúnaður - sem koma frá IKEA miðað við annan staðalbúnað heimilisins. Ég ákvað að einangra rannsóknina við konur þar sem, eins og áður hefur komið fram, mikilvægasti viðskiptavinur verslunarinnar er kona á aldrinum 38-40 ára með 2 börn.

Gera má ráð fyrir því að fylgni finnist milli þess hvernig konum líður, og hversu ánægðar þær eru með staðalbúnað á heimili sínu, við það hvaðan staðalbúnaðurinn kemur, frá hvaða fyrirtækjum og hönnuðum. Um þetta má álykta í ljósi þess að íslenskar konur eru almennt meðvitaðar um sitt nánasta umhverfi og hafa vilja til þess að hafa smekklegt í kringum sig, hvort sem þær hafa tök á því eða ekki. Þannig má hugsa sér að konur hafi áhrif á hver staðalbúnaður heimilisins er, og að fylgni sé á milli þess hvernig þeim líður í tilteknu rými og þess hversu ánægðar þær eru með staðalbúnað í þessu sama rými. Í framhaldi af því má spyrja hvort stórt hlutfall staðalbúnaðarins í rýminu sé frá IKEA.

### *Efniviður og aðferðir*

Umfang þessarar rannsóknar býður ekki uppá slembiúrtak úr þýði. Þess í stað var notast við hentugleikaúrtak, það er, rannsakandi valdi konur á besta aldri úr sínu nánasta umhverfi og sem þægilegt var að nálgast og leggja spurningarlista fyrir. Þýðið var afmarkað við íslenskar konur, 25 ára og eldri, sem reka eigið heimili og eiga staðalbúnað þess. Þannig voru konur útilokaðar frá úrtaki sem eiga ekki staðalbúnaðinn á heimili sínu. Spurningarlisti var lagður fyrir 100 konur, allar búsettar á Stór-Reykjavíkursvæðinu, 73 þeirra tóku þátt í rannsókninni.

Við tölfræðilega útreikninga var notast við SPSS 17.0 (Statistical Package for the Social Sciences) tölfræðiforrit. Einföld tíðni var reiknuð fyrir ýmsar breytur, nýjar breytur voru búnar til – svokallaðar heildarbreytur sem samanstóðu af svörum á öðrum breytum – og fylgni var reiknuð með *Pearson-fylgni*.

Spurningarlistinn samanstóð af 3 spurningarflokkum á tveimur blaðsíðum.<sup>13</sup> Heildartölur voru reiknaðar fyrir spurningarflokka 1-3. Hvert svar var kóðað sem tala

---

<sup>13</sup> Sjá spurningalista í Viðauka B.

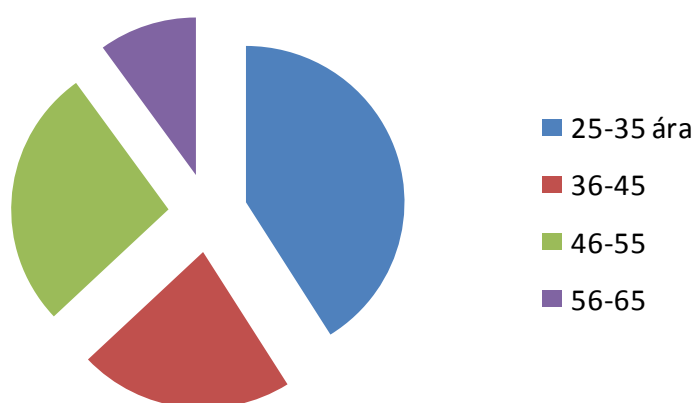
frá 1 og uppí 5. Þannig fengu svörin „Mjög vel”, „Mjög ánægð” og „81-100%” kóðann 5, „Vel”, „Ánægð” og „61-80%” kóðann 4 og svo framvegis. Því var mest hægt að fá 25 í heildartölu fyrir hvern spurningarflokk (t.d. með því að merkja alltaf við „Mjög vel” í spurningarflokki 1), og minnst hægt að fá 5.

## Niðurstöður

### Tíðni

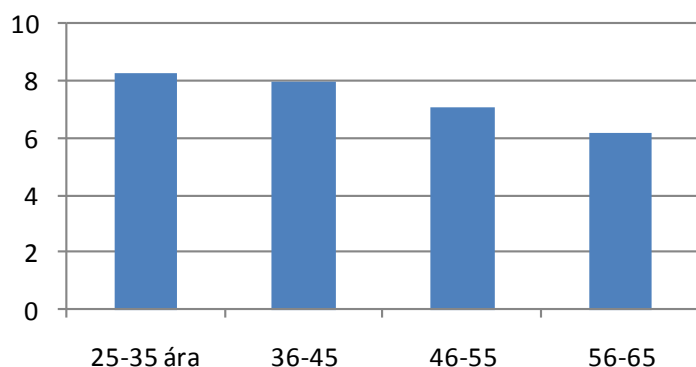
Fjöldi þátttakenda í rannsókninni var 73, allt konur. 30 voru á aldrinum 25-35 ára (41%), 16 milli 36 og 45 ára (22%), 20 voru 46-55 ára (27%) og 7 voru 56-65 ára (10%). Engin þátttakandi var eldri en 65 ára.

ALDUR ÞÁTTTAKENDA (1)



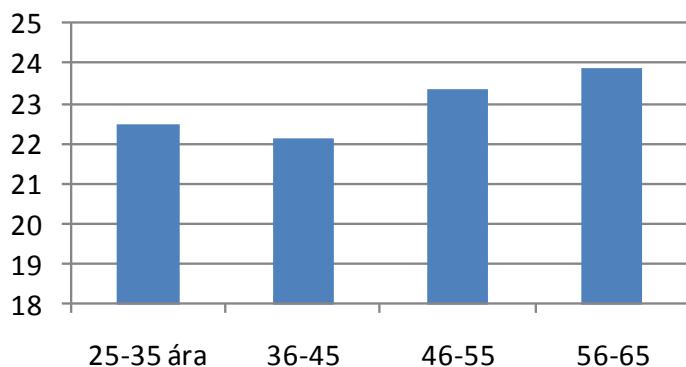
IKEA-heildartala var reiknuð fyrir hvern þátttakanda og síðan meðaltal fyrir hvern aldurshóp, yngsti hópurinn var með hæsta meðaltalið (mest af IKEA vörum), næstýngsti með næsthæsta meðaltalið, en elsti hópurinn skoraði lægst á IKEA-heildartölu.

IKEA HEILDARTALA - MIÐAÐ VIÐ ALDUR (2)

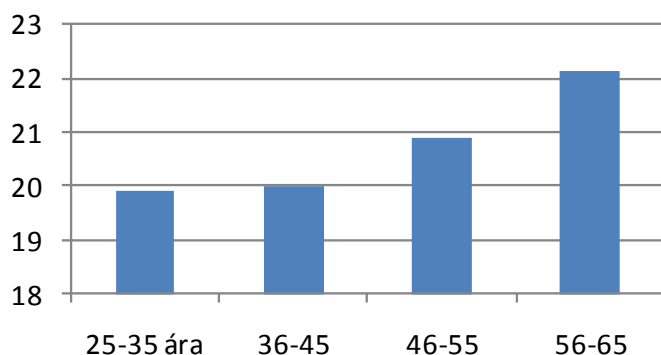


Að sama skapi voru heildartölur reiknaðar fyrir hina tvo spurningaflokkana, sem snúa að því hvernig konunum líður í tilteknum rýmum heimilisins, og hversu ánægðar þær eru með innréttingarnar á heimili sínu. Yngri þátttakendur rannsóknarinnar skoruðu lægra en þeir eldri, í báðum spurningaflokkunum.

#### LÍÐAN Á HEIMILI - MIÐAÐ VIÐ ALDUR (3A)



#### ÁNÆGJA MEÐ HEIMILI - MIÐAÐ VIÐ ALDUR (3B)



Hlutfall staðalbúnaðar frá IKEA var reiknað fyrir hvert og eitt rými óháð aldri þátttakenda. Hlutfall reyndist hæst í eldhúsi, þá svefnherbergi, en minnst í borðstofu og næstminnst í stofu

Nær öllum þátttakendum líður vel á heimilum sínum samkvæmt niðurstöðum. 98,5% merktu við „Mjög vel“ eða „Vel“ þegar kom að líðan í eldhúsi, og engin valdi að merkja við „Illá“ eða „Mjög illa“ nema þegar merkt var við baðherbergi.

Flestir þátttakendur voru ánægðir með rými heimilisins. Engin var óánægður eða mjög óánægður með innréttingar stofunnar. Mesta óánægjan var með innréttingar baðherbergis.

## Fylgni

Fylgni milli heildartalna um líðan og ánægju með innréttingar er jákvæð og marktæk ( $r = 0,7 - p: 0,000$ ). Fylgni milli líðan þátttakenda og IKEA-heildartölu er neikvæð, frekar væg, og nokkuð frá því að vera marktæk ( $r = -0,2 - p: 0,093$ ). Fylgni milli ánægju með innréttingar og IKEA-heildartölu er hins vegar marktæk, neikvæð og frekar væg ( $r = -0,3 - p: 0,012$ ); þessi niðurstaða er sett fram á myndrænan hátt í mynd 4, hlutfall staðalbúnaðar frá IKEA 61-80% og 81-100% er sett saman í einn flokk vegna fárra þátttakenda. Þegar einungis var notast við yngsta hópinn – aðrir voru síðir frá – hélst neikvæða fylgnin svipuð, en hætti að vera marktæk ( $r = -0,2 - p: 0,27$ ).

## Umræða

Flestir þátttakendur voru í yngsta aldurshópnum, en áhugavert hefði verið að hafa jafnt í aldurshópum.

Yngri konur eru með meira af IKEA vörum heima hjá sér en þær eldri. IKEA gæti höfðað til yngri kvenna frekar en þeirra sem eldri eru, t.d. vegna hagkvæms verðs, en skýringin gæti einnig verið sú að IKEA vörur hafa ekki alltaf verið í boði á Íslandi. Þær eldri hafi þannig komið sér upp sínum staðalbúnaði, að minnsta kosti að hluta til, á þeim tíma þegar IKEA var ekki til hérlendis.

Erfitt er að túlka súlurit 3a og b, sem sýna að eldri konur eru ánægðari með innréttingar sínar og líður betur á heimili sínu. Ekki er kannað hvort munur sé marktækur, en hins vegar má sjá vísbendingu úr þessum tölum, um að línulegt samband sé milli aldurs annars vegar, og ánægju með innréttingar og líðan á heimilunum hins vegar. Þær eldri eru kannski sáttari við lífið og tilveruna almennt, kannski hafa þær með tíð og tíma náð að sankna að sér þeim staðalbúnaði sem þær geta sætt sig við, kannski eru þær yngri gagnrýnni á umhverfi sitt. Margar skýringar koma til greina.

Flestar IKEA vörur eru í eldhúsi og svefnherbergi. Hugsanlega höfðar IKEA til kaupenda með þeim hætti að helst sé verslað í þessi rými, kannski þykja t.d. eldhúsvörur IKEA meira spennandi en aðrar vörur framleiddar af IKEA.

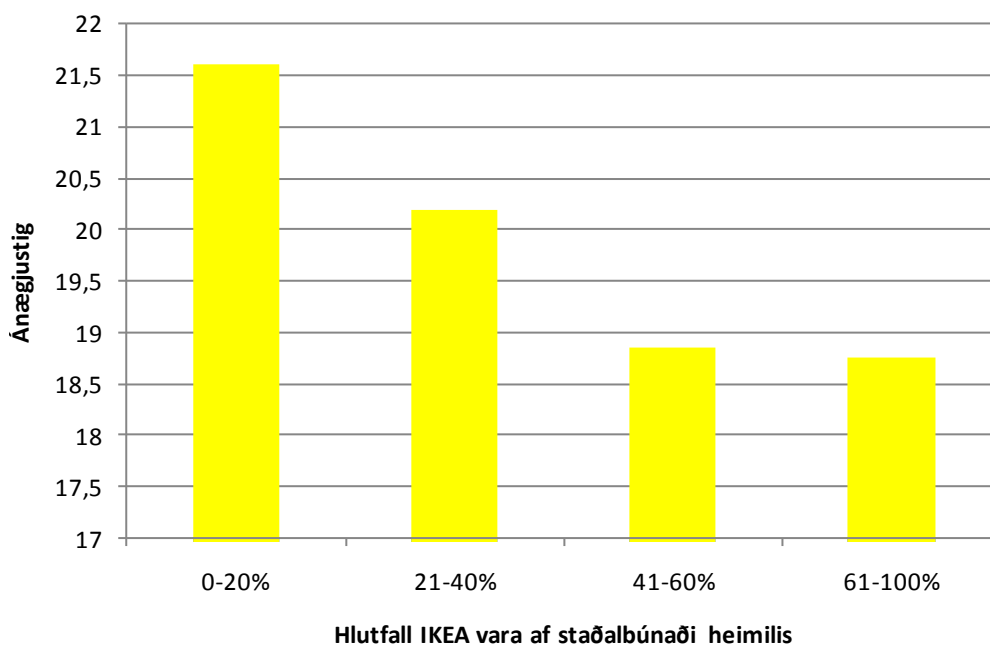
Það er athyglivert að sjá að mesta óánægjan er með staðalbúnað baðherbergisins, og þar líður þátttakendum einnig eilítið verr en í öðrum rýmum

heimilisins. Kannski er sá staðalbúnaður fyrir baðherbergi sem í boði er á markaðnum ekki jafn vandaður og fyrir önnur rými.

Það er sterk fylgni á milli þess hvernig konum líður í rýmum heimilisins, og hversu ánægðar þær eru með staðalbúnaðinn. Það gefur okkur vísbendingu um að konur eigi að huga að nánasta umhverfi sínu, að gefa sér tíma til að velja sinn staðalbúnað og notast við það sem þær eru ánægðar með, það auki vellíðan þeirra.

Einnig er athyglivert að sjá að neikvæð fylgni er á milli þess hversu ánægðar konur eru með staðalbúnað sinn, og hversu mikið af honum kemur frá IKEA. Niðurstaðan er marktæk, en fylgnin er hins vegar mjög væg. Þetta gefur okkur þó vísbendingu um að staðalbúnaður frá öðrum framleiðendum hafi forskot á IKEA; konur á Íslandi eru ekki nægilega ánægðar með IKEA vörur. Aðrar skýringar eru mögulegar eins og áður sagði. Til að mynda sýna niðurstöðurnar að eldri konur eru bæði ánægðari með staðalbúnað sinn, og að þær eiga minna af IKEA vörum. Aðrir, óþekktir þættir gætu skýrt hvoru tveggja.

**HEILDARTALA ÁNÆGJU MEÐ STAÐALBÚNAÐ MIÐAÐ VIÐ HLUTFALL IKEA STAÐALBÚNAÐAR (4)**



Styrkleikar rannsóknarinnar eru þeir að áhugaverðir þættir eru kannaðir, það er, hvort fylgni sé á milli þess hvernig íslenskum konum líður á heimili sínu og það hversu ánægðar þær eru með staðalbúnað sinn, við það hversu mikið af staðalbúnaðinum



kemur frá IKEA. Þetta hefur ekki verið kannað með þessum hætti áður á Íslandi, að því er rannsakandi best veit, og því er þörf á þessari rannsókn.

Veikleikar rannsóknarinnar eru fámennit úrtak, smæð spurningarlistans og að um sjálfsmatslista er að ræða. Gott hefði verið að ná í úrtak sem teldi nokkur hundruð konur, og best hefði verið að notast við slembiúrtak. Einnig mætti hugsa sér að spyrja um fleiri atriði, svo sem menntun, hjúskaparstöðu, atvinnu, tekjur, það hvort þátttakendur hefðu sjálfir valið og keypt staðalbúnað sinn, osfr. Fleiri breytur gefa meiri nákvæmni, og þegar hægt er að leiðrétta fyrir breytum (*e. adjust for*) sem hafa hugsanlega áhrif á fylgnina, svo sem tekjum og menntun, verður túlkun niðurstaðna betri. Einnig má hugsa sér að ef rannsakandi fari sjálfur inn á heimili fólks og hjálpi til við að skoða staðalbúnað, auki það líkur á að allt sem raunverulega er frá IKEA finnist.

Hér var þó einungis um tilraun að ræða sem gaman væri að fá tækifæri til að fylgja eftir síðar á stærri skala og umfangsmeiri.

## Lokaorð

Mikil vinna fer í hvern og einn hlut sem er hannaður og framleiddur hjá IKEA. Fjöldinn allur af sérfræðingum er á bak við hvern og einn hlut, auk hönnuðarins og sérstaks teymis í kjarnanum, sem sækir upplýsingar út í samfélagið og kemur með inn í hönnunarferlið.

Mér fannst mjög áhugavert að fara yfir feril Sigríðar Heimisdóttur. Það er líklegt að starfið hjá IKEA hafi mótað hana að einhverju leyti sem hönnuð, en þó ekki þannig að hún hanni einsleitar vörur. Hún hefur reynslu af því að starfa í umhverfi þar sem allt er til alls.

Með viðtalinu við Sigríði fékk ég góða innsýn í hönnunarferlið hjá IKEA, hún er sannfærð um að IKEA eigi eftir að lifa lengi þrátt fyrir vaxandi vandamál með úrgangslausun í heiminum.

Það kom í ljós að konum líður betur og þær eru ánægðari á heimilum sínum, því eldri sem þær eru. Það er skiljanlegt því þær hafa fullkomnað heimili sín með hverju árinu og hafa líklega meira fjármagn til þess á milli handanna. Því meira sem konur voru með af IKEA vörum inni í hverju og einu rými, því óánægðari voru þær með rýmið og því verr leið þeim. Kannski eru konur ekki endilega stoltar af því að eiga IKEA vörur, þær hugsa þær sem millibilsástand þar til þær hafa efni á dýrari húsgögnum og smáhlutum. Það er að minnsta kosti gott að hafa það val að geta farið í IKEA og keypt sér húsgögn á góðu verði, um leið og maður er meðvitaður um að endingin er ekki endilega til lífstíðar.

Það fer að koma að því að ég taki ákvörðun um það hvar ég ætla að staðsetja mig sem hönnuð. Mér þykir listrænt frelsi afar mikilvægt en eftir að hafa unnið þessa ritgerð geri ég mér jafnframt grein fyrir því að reynsla úr stórfyrirtæki eins og IKEA er mjög verðmæt.

Í lok greinar sinnar í Morgunblaðinu vísar Inga Rún til þess að þú fái það sem þú borgar fyrir þegar þú ferð í IKEA. „Eins og verslunarfélagi minn (karl faðir minn) sagði í síðustu IKEA-ferð, eftir að ég varpaði þeirri hugmynd fram að lífið yrði betra ef IKEA stjórnaði landinu (eða jafnvel heiminum): „Þá fá allir tíu kjötbollur. Sumir fá kannski 15 en þeir borga þá meira fyrir það.“<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Inga Rún Sigurðardóttir: „Ef IKEA stjórnaði landinu.“ *Morgunblaðið - Fólk í fréttum*. 11/2010.

## Heimildaskrá

### Myndir

**Mynd 1.** Barnastóll fyrir leikskóla, 1997. Ál og tré. Barnasmiðjan. Ljósmyndin er fengin af heimasíðu Siggu Heimis, <http://www.siggaheimis.com/projects.php?cat=0&id=53>. 15. nóvember 2010.

**Mynd 2.** Þokki, stóll, 1999. Tré, járn, áklæði eða sauðargæra. GKS. Ljósmyndin er fengin af heimasíðu Siggu Heimis, <http://www.siggaheimis.com/projects.php?cat=0&id=57>. 15. nóvember 2010.

**Mynd 3.** Lidan, fylgihlutir fyrir baðherbergi, 2001. Pólypópýlen. IKEA. Ljósmyndin er fengin af heimasíðu Siggu Heimis, <http://siggaheimis.com/projects.php?cat=0&id=11>. 15. nóvember 2010.

**Mynd 4.** PS Färö hægindastóll, 2003. Járn og fisknet. IKEA. Ljósmyndin er fengin af heimasíðu Siggu Heimis, <http://www.siggaheimis.com/projects.php?cat=0&id=22>. 15. nóvember 2010.

**Mynd 5.** Asker, eldhúslína, 2003. Postulín og ál. IKEA. Ljósmyndin er fengin af heimasíðu Siggu Heimis, <http://www.siggaheimis.com/projects.php?cat=0&id=15>. 15. nóvember 2010.

**Mynd 6.** Barnahillan, 2004. Járn. Labland Svíþjóð. Ljósmyndin er fengin af heimasíðu Siggu Heimis, <http://www.siggaheimis.com/projects.php?cat=0&id=51>. 15. nóvember 2010.

**Mynd 7.** Organs, 2007. Gler. Vitra hönnunarsafnið. Ljósmyndirnar eru fengnar af heimasíðu Siggu Heimis, <http://siggaheimis.com/projects.php?cat=0&id=8>, <http://siggaheimis.com/projects.php?cat=0&id=9>. 15. nóvember 2010.

**Mynd 8.** PS Krog, 2009. Feldspat postulín. IKEA. Ljósmyndin er fengin af heimasíðu Siggu Heimis, <http://www.siggaheimis.com/projects.php?cat=0&id=63>. 15. nóvember 2010.

### Viðtöl og sýningar

Hönnunarsafn Íslands, sýning á verkum Sigríðar Heimisdóttur. 11/2010.

Viðtal Brynju Þorgeirsdóttur við Sigríði Heimisdóttur, flutt í Kastljósi á RÚV, 5. janúar 2011.

Viðtal höfundar við Sigríði Heimisdóttur, 29. nóvember 2010.

## **Bækur**

Edvardsson, Bo og Enquist, Bo. *Values-based Service for Sustainable Business: Lessons from IKEA*. Routledge, 2008.

Kamprad, Ingvar & Torekull, Bertill. *Leading By Design – The Ikea Story*. Harper Collins, 1999.

Lewis, Elen. *Great Ikea! A brand for all the people*. Marshall Cavendish Limited, 2005.

Stenebo, Johan. *The Truth About IKEA: A Director Unpacks the Flatpack Giant's Secrets*. Gibson Square, 2006.

## **Bæklingar og blaðagreinar**

Harpa Þórsdóttir: „Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011”. Sigríður Heimisdóttir: *Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011*. Sýning í Hönnunarsafni Íslands, 11. september 2010 – 30. janúar 2011.

Hugrún Halldórsdóttir: „Lifað af sköpun sinni.” *Morgunblaðið*. 9/2010.

Inga Rún Sigurðardóttir: „Ef IKEA stjórnaði landinu.” *Morgunblaðið*. 11/2010.

María Ólafsdóttir. *Fylginn sér og réttisýnn: Framkvæmdastjóri IKEA*. Frjáls Verslun. 2008.

Marta María Jónasdóttir: „Ég er stundum svolítið ofvirk.” *Föstudagur – Fylgirit Fréttablaðsins*. 2/2008.

## **Heimasíður**

<http://facesofdesign.com/>. Sótt 25.10.2010

<http://handverkoghonnun.is>. Sótt 25.10.2010

<http://ikea.com>. Sótt 20.10.2010

<http://ikea.is>. Sótt 20.10.2010

<http://ikea.se>. Sótt 20.10.2010

<http://siggaheimis.com>. Sótt 25.10.2010

## Viðauki A



„Barnastóll fyrir leikskóla, 1997. Ál og tré. Barnasmiðjan.

Barnaveröldin kemur víða við sögu í verkefnum Sigríðar. Eitt af hlutverkum hönnuða getur verið að skoða þarfir einstaklinga, fyrirtækja eða stofnana. Barnastóllinn sem Sigga hannaði er sérstaklega gerður fyrir leikskóla og þarfir barna á aldrinum 1-6 ára. Hugmyndin var að hafa stólinn glaðlegan og mjúkan í útliti og forðast öll skörp horn og þær hættur sem húsgögn geta skapað.”<sup>15</sup>



„Pokki, stóll, 1999. Tré, járn, áklæði eða sauðargæra. GKS.

Sigga starfaði sem iðnhönnuður á Íslandi eftir BA nám sitt í Milanó. Hún starfaði sjálfstætt og í samvinnu við ýmis fyrirtæki. Eitt af verkefnum hennar hjá GKS var að hanna stóla fyrir gesti Kaffileikhússins. Það má glögglega sjá að form stólbaksins er hið sama og á munnli leikhúsgrímunnar. Hægt var að fá stólinn í tveimur útgáfum, „brosandi” eða „í fýlu”. Það átti að vera þægilegt að sitja í stólum við borð, en einnig átti að vera hægt að raða honum upp í hefðbundna uppröðun leikhússtóla. Við það myndar form stólbaksins skemmtilega bylgjuhreyfingu.”<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Harpa Þórsdóttir: „Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011”. Sigríður Heimisdóttir: Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011. Sýning í Hönnunarsafni Íslands, 11. september 2010 – 30. janúar 2011. Bls 11.

<sup>16</sup> Harpa Þórsdóttir: „Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011”. Sigríður Heimisdóttir: Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011. Sýning í Hönnunarsafni Íslands, 11. september 2010 – 30. janúar 2011. Bls 13.

„Lidan, fylgihlutir fyrir baðherbergi, 2001. Pólypópýlen. IKEA.

Hugmyndin sem Sigga gekk út frá var að skoða önnur efni en þau hefðbundnu sem notuð hafa verið fyrir ílát inni á baðherbergjum. Í þessari línu er notað heklað Pólyprópýlen sem er óvenjulegt efni fyrir ílát en var afrakstur mikillar hugmyndavinnu. Þessi hönnun hefur orðið mörgum að innblæstri, bæði hvað varðar efnisnotkunina og körfurnar sjálfar.<sup>17</sup>



„PS Färö hægingastóll, 2003. Járn og fisknet. IKEA.

Endurnýting og endurvinnsla eru lykilatriði í hönnun í dag. Þannig þarf hönnuðurinn oft að geta fundið hlutum annan eða nýjan tilgang eða notað efni í nýjum tilgangi. Stóllinn er þægilegur ruggustóll sem bæði börn og fullorðnir hafa gaman af, en áhersla PS línunnar 2003 var „Endurnýting“. Við hönnun stólsins er fiskneti fundinn



annar tilgangur en til fiskveiða. Þó að stóllinn sé stór og fyrirferðamikill er hann léttur og gegnsær, næstum ósýnilegur eins og net í sjó. „Faðir minn vann í Hampiðjuni sem strákur og kynnti mig fyrir netaframleiðslu á Íslandi. Mér fannst sérstaklega gaman að geta notað efni frá mínum heimaslóðum í vöru sem seld var á heimsvísu.“<sup>18</sup>

„Asker, eldhúslína, 2003. Postulín og ál. IKEA.

Formin eru straumlínulöguð og mjúk og skýringuna þarf ekki að sækja langt, hönnuðurinn var barnshafandi. Vöru-þróunardeild IKEA var sammála þeim rök-semdum Siggu að koma með



<sup>17</sup> Harpa Þórsdóttir: „Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011“. Sigríður Heimisdóttir: Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011. Sýning í Hönnunarsafni Íslands, 11. september 2010 – 30. janúar 2011. Bls 17.

<sup>18</sup> Harpa Þórsdóttir: „Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011“. Sigríður Heimisdóttir: Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011. Sýning í Hönnunarsafni Íslands, 11. september 2010 – 30. janúar 2011. Bls 21.

fylgihluti sem hefðu mjúkt og perulaga form enda er manneskjan ekki ferköntuð og hornrétt eins og flest það sem hefur verið teiknað inn í eldhús. Eftirspurn eftir kerfinu fór fram úr björtustu vonum. „<sup>19</sup>



„Barnahillan, 2004. Járn. Labland Svíþjóð.

Nær allir hlutir í manngerðu umhverfi eru hannaðir og það er saga sem fylgir hverjum og einum hlut. Þetta geta verið sögur um hvernig hlutir hafa þróast og hvernig þeir eru notaðir en þetta geta líka verið sögur og minningar sem er einstaklingsbundnar. Mörg okkar eiga hluti úr æsku sem eru okkur dýrmætir því þeir vekja góðar minningar. Bókahillan er barnvæn. Hún er skrúfuð föst við vegginn og er traust. Í hana eru bækur barnanna settar þannig að kápur þeirra, sem eru jafnan litríkar og skemmtilegar, vísa fram. Þá eiga börnin auðvelt með að skoða og velja sér bók. Hillan var fyrsta varan í framleiðslulínu Labland hönnunarfyrirtækis Siggu. „<sup>20</sup>

„Organs, 2007. Gler. Vitra hönnunarsafnið.

Sigga hefur verið ötull leiðbeinandi í vinnusmiðjum. Vinnusmiðjur geta verið afar góður vettvangur fyrir hönnuði og fólk í skapandi greinum. Þar má meðal annars kynna nýjum aðferðum og nýjum efnum. Vitra hönnunarsafnið í Þýskalandi og Corning glerlistasafnið í Bandaríkjunum bjóða reglulega nokkrum þekktum hönnuðum að leiðbeina í vinnusmiðju þeirra. Árið 2007 og 2010 hlaut Sigga þann heiður að vera valin í þennan hóp. Árið 2007 vann hún meðal annars með Campana bræðrum og fór til Miami á Design Miami/Art Basel og vann þar hluti úr gleri.

„Gler hefur heillað mig mikið. Ég vann að verkefni sem hefur átt hug minn allan en það eru



<sup>19</sup> Harpa Þórsdóttir: „Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011”. Sigríður Heimisdóttir: Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011. Sýning í Hönnunarsafni Íslands, 11. september 2010 – 30. janúar 2011. Bls 23.

<sup>20</sup> Harpa Þórsdóttir: „Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011”. Sigríður Heimisdóttir: Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011. Sýning í Hönnunarsafni Íslands, 11. september 2010 – 30. janúar 2011. Bls 27.



form eftir líffærum mannslíkamans; hjarta, lifur, nýru, heili og fleira úr gleri. Þessir munir eru komnir í safneign Corning safnsins í New York, stærsta glerlistasafns í heimi. Það var svo skemmtileg tilbreyting að þurfa ekki að hugsa um fjöldaframleiðslu og notagildi sem er svo ríkt í öllu því sem ég hef fengist við síðustu árin. Þessir glerhlutir standa sem skúlptúrar og hafa ekkert notagildi annað en að vera skrautmunir.”<sup>21</sup>



„PS Krog, 2009. Feldspat postulín. IKEA.

PS línan 2009 innihélt margar vörur sem áttu rætur að rekja til sænskrar menningar og náttúru. Lögð var áhersla á að vinna út frá einfaldleikanum og með náttúruleg efni. Einfaldleiki getur oft falið í sér nægjusemi. Á flestum heimilium eru til mismunandi mál fyrir ýmis konar drykki; hvítvínsglös, snafsaglös, espressóballar, tekrúsir. Sama gildir til dæmis um disk. En þurfum við öll þessi ílát? Við hönnunina á postulínslínunni vann Sigga í Víetnam með þarlendri verksmiðju. „Ég útskýrði fyrir þeim að ég vildi fá áferð og löggun eins og um handgerða hluti væri að ræða og ef mistök eða misfellur kæmu fyrir þá mættu mistökin endilega halda sér.”<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Harpa Þórsdóttir: „Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011”. Sigríður Heimisdóttir: Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011. Sýning í Hönnunarsafni Íslands, 11. september 2010 – 30. janúar 2011. Bls 31.

<sup>22</sup> Harpa Þórsdóttir: „Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011”. Sigríður Heimisdóttir: Sigga Heimis, 11.9.2010-30.1.2011. Sýning í Hönnunarsafni Íslands, 11. september 2010 – 30. janúar 2011. Bls 37.

## Viðauki B

**Kæri þátttakandi, takk fyrir að aðstoða mig við lokaritgerð mína við Lista-háskóla Íslands. Mér þætti vænt um ef þú gætir svarað neðangreindum spurningum eftir bestu getu & sannfæringu.**

### 1. Hvernig líður þér (heima hjá þér) í:

- |                    |                                   |                              |                                   |                               |                                    |
|--------------------|-----------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|------------------------------------|
| a) Eldhúsinu       | <input type="checkbox"/> Mjög vel | <input type="checkbox"/> Vel | <input type="checkbox"/> Hlutlaus | <input type="checkbox"/> Illa | <input type="checkbox"/> Mjög illa |
| b) Borðstofunni    | <input type="checkbox"/> Mjög vel | <input type="checkbox"/> Vel | <input type="checkbox"/> Hlutlaus | <input type="checkbox"/> Illa | <input type="checkbox"/> Mjög illa |
| c) Stofunni        | <input type="checkbox"/> Mjög vel | <input type="checkbox"/> Vel | <input type="checkbox"/> Hlutlaus | <input type="checkbox"/> Illa | <input type="checkbox"/> Mjög illa |
| d) Svefnherberginu | <input type="checkbox"/> Mjög vel | <input type="checkbox"/> Vel | <input type="checkbox"/> Hlutlaus | <input type="checkbox"/> Illa | <input type="checkbox"/> Mjög illa |
| e) Baðherberginu   | <input type="checkbox"/> Mjög vel | <input type="checkbox"/> Vel | <input type="checkbox"/> Hlutlaus | <input type="checkbox"/> Illa | <input type="checkbox"/> Mjög illa |

### 2. Hversu ánægð/óánægð ertu með neðangreind rými á þínu heimili með tilliti til innréttinga, húsgagna og smáhluta ?

- |                  |                                     |                                |                                   |                                 |                                      |
|------------------|-------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|
| a) Eldhús        | <input type="checkbox"/> Mjög ánægð | <input type="checkbox"/> Ánægð | <input type="checkbox"/> Hlutlaus | <input type="checkbox"/> Óánægð | <input type="checkbox"/> Mjög óánægð |
| b) Borðstofa     | <input type="checkbox"/> Mjög ánægð | <input type="checkbox"/> Ánægð | <input type="checkbox"/> Hlutlaus | <input type="checkbox"/> Óánægð | <input type="checkbox"/> Mjög óánægð |
| c) Stofa         | <input type="checkbox"/> Mjög ánægð | <input type="checkbox"/> Ánægð | <input type="checkbox"/> Hlutlaus | <input type="checkbox"/> Óánægð | <input type="checkbox"/> Mjög óánægð |
| d) Svefnherbergi | <input type="checkbox"/> Mjög ánægð | <input type="checkbox"/> Ánægð | <input type="checkbox"/> Hlutlaus | <input type="checkbox"/> Óánægð | <input type="checkbox"/> Mjög óánægð |
| e) Baðherbergi   | <input type="checkbox"/> Mjög ánægð | <input type="checkbox"/> Ánægð | <input type="checkbox"/> Hlutlaus | <input type="checkbox"/> Óánægð | <input type="checkbox"/> Mjög óánægð |

### 3. Hversu stór hluti neðangreinds rýmis á þínu heimili er búinn IKEA innréttingum, húsgögnum og smáhlutum ?

- a) Eldhús  0-20%  21-40%  41-60%  61-80%  81-100%  
*dæmi um staðalbúnað í eldhúsi: (athugið að ekki er um tæmandi lista að ræða)*  
(eldhúsinnrétting, eldhúsborð, eldhússtólar, loftljós, lampar, leirtau, hnifapör, dúkar, viskustykki, tuskur pottaleppar, pottar&pönnur, brauðbretti, hnifar, eldhúsáhöld (sleifar, hvítlaukspressa)
- b) Borðstofa  0-20%  21-40%  41-60%  61-80%  81-100%  
*dæmi um staðalbúnað í borðstofu: (athugið að ekki er um tæmandi lista að ræða)*  
(borðstofuborð, stólar, tölvuborð, bókahillur, spegill, loftljós, lampi, motta, kertastjakar, kerti)
- c) Stofa  0-20%  21-40%  41-60%  61-80%  81-100%  
*dæmi um staðalbúnað í stofu: (athugið að ekki er um tæmandi lista að ræða)*  
(sófi, sófaborð, sjónvarpsskenkur, loftljós, lampar, motta, kertastjakar, kerti, rammar, hægindastóll, millistykki)
- d) Svefnherbergi  0-20%  21-40%  41-60%  61-80%  81-100%  
*dæmi um staðalbúnað í svefnherbergi: (athugið að ekki er um tæmandi lista að ræða)*  
(rúm, sæng, koddli, rúmföt, rúmteppi, vekjaraklukkan, gardínur, fataskápur, herðatré, loftljós, lampi, náttborð, motta, rammar, spegill)
- e) Baðherbergi  0-20%  21-40%  41-60%  61-80%  81-100%  
*dæmi um staðalbúnað í baðherbergi: (athugið að ekki er um tæmandi lista að ræða)*  
(innrétting, baðskápur, spegill, handklæðaslá, klósettrúlluhaldari, handklæðasnagi, sápuskammtari, handklæði, þvottapokar, baðmotta, klósettbursti)

### 4. Á hvaða aldursbili ertu ?

- 25-35 ára  36-45 ára  46-55 ára  56-65 ára  66 ára eða eldri