Norrgavels värdegrund

Norrgavels möbler kan karaktäriseras av ord som enkelhet, känsla och närvaro, liksom ärlighet och långsiktighet. Men det är inte primärt möbler vi säljer, utan ett förhållningssätt till inredning, egentligen till livet i stort. Denna helhetssyn på inredning har vi försökt fånga i följande beskrivning av värdegrunden som humanistisk, ekologisk och existentiell.

1

HUMANISTISK – OM MÄNNISKAN

Våra möbler och inredningsdetaljer är gjorda med största omsorg om detaljer, funktion och formskönhet. Ambitionen är alltid att göra möblerna så fina som det någonsin går. Vi begränsar oss inte till köpögonblicket, utan blir allra gladast då kunder kommer in och beskriver en kvalitet de upptäckt först efter en lång tids användning.

Vardagligt uttryck

Vi arbetar med möbler som bruksföremål och vill att de skall göra vardagslivet enkelt och vackert. Ambitionen är att möblerna skall vara såväl fysiskt som ekonomiskt tillgängliga för så många som möjligt. Detta gäller inte minst satsningen på BAS-sortimentet. Ett inköp av möbler hos Norrgavel kan upplevas som en stor utgift, men kan på lång sikt resultera i en låg kostnad.

Inspirationskällorna går långt tillbaka i tiden; Karin och Carl Larssons hem i Sundborn, Ellen Keys *Skönhet för alla*, 1920-talsklassicismen med Vackrare vardagsvara och HSB, Funktionalismen och folkhemstanken med bostadsområden som till exempel Årsta i Stockholm.

Funktionellt och praktiskt

Vi har enkelhet som motto. Inte en påver enkelhet som resultat av nöd och brist och inte heller en minimalistiskt sökt enkelhet, utan snarare en längtan efter okonstlad enkelhet. Ungefär som att ett bord får se ut som ett bord. Okonstlat och utsökt.

Vi vill att möblerna skall vara funktionella och praktiska. Vid utvecklingen av nya produkter lägger vi stor vikt vid den erfarenhet och kunskap som arbetats fram i vårt land under 1900-talet i form av till exempel bostadsvaneundersökningar och funktionsstudier. Det kan gälla till exempel en lådas innermått, så att den vid kontorsförvaring verkligen är anpassad till A4-mått eller vid klädförvaring utnyttjas maximalt för till exempel ihopvikta tröjor. Det kan gälla stolars höjd och sittvinkel, liksom att det finns plats för dammsugarmunstycket under lågt sittande hyllor och att stoppmöblerna verkligen går att hålla rena på djupet.

Påverkbart och flexibelt

Vi vill ge kunden något mer än konsumtion av helt färdiga produkter. Med konceptet vill vi uppmuntra kunden till att bli medskapare. Dels tillhandahåller vi ett rikt utbud av valmöjligheter när det gäller storlek, träslag och ytbehandling, dels är många av möblerna (konsoler och hyllplan, skåp, BAS-bord etc) till själva sin karaktär utformade för att individuellt anpassas till kundens befintliga utrymmen och rum.

Kundens kreativitet begränsas emellertid inte till köpögonblicket. Möblerna är konstruerade för att lätt kunna kläs om, målas och repareras. Genom den enkla formen ges möblerna också en generell användning, som tillsammans med de lätta konstruktionerna öppnar upp för ett mer dynamiskt och nomadlikt förhållningssätt i hemmet.

EKOLOGISK – OM NATUREN

Kretsloppstänkandet är själva grunden i vårt sätt att göra möbler. Självklart ställs vi inför val där det vore frestande att förtränga miljöaspekten, men det skulle bara kännas romantiskt i betydelsen att det vore som att blunda för realiteter. Denna strikta hållning gör att vi nästan aldrig hamnar i diskussioner om ekologiska maxhalter och gränsvärden, utan istället fritt kan arbeta med det naturliga av ren lust.

Norrgavel var först i Sverige med att få Svanens miljömärkning på hemmöbler och tilldelades 1999 Möbelbranschens Miljöpris som delades ut i samarbete med Världsnaturfonden, WWF.

Material och produktion

Norrgavel arbetar enbart i naturmaterial av två skäl. Med hänsyn till kretsloppstänkandet löper vi mindre risk att göra stora fel om vi strikt håller oss till förnyelsebara råmaterial. Den andra aspekten har med upplevelsen att göra. Äggoljetemperan som gör ljusets dagrar så tydliga och som doftar då man öppnar ett skåp. Den rent fysiska känslan. Att stryka med handen över en såpad ekskiva. Den sensuella känslan i BAS-byråns trähandtag eller linnekvaliteternas olika texturer. Naturmaterial stimulerar ofta våra sinnen på ett starkt sätt och de är lätta att underhålla samt åldras som regel med behag.

Huvudsakligen använder vi trä i våra möbler, så långt möjligt från inhemska bestånd. Björk, ek, bok och furu samt i mindre omfattning al och körsbär. Vi håller oss till massivt trä eftersom det handlar om bruksmöbler som skall tåla att slitas på. I en längtan efter äkthet och ärlighet vill vi också att materialen verkligen är det de ser ut att vara. På fler möbler lämnar vi träytan helt obehandlad, annars använder vi alltid öppna ytbehandlingar som olja, såpa och äggoljetempera som inte täpper till porerna. Det är ett sätt att behålla träets hygroskopiska egenskaper, förmågan att ta upp och avge vatten.

Som stoppningsmaterial använder vi allt från tagel och kroll till naturgummi och sjöfågelfjäder. Våra textiler är mest av linne och ull, ibland med inblandningar av till exempel siden och viskos (cellulosafiber).

Vi eftersträvar så få olika material som möjligt och om vi använder fler i samma möbel så ser vi till att de är väl separerade från varandra. Det underlättar såväl daglig skötsel som eventuella reparationer och framtida destruktion.

Konstruktionerna redovisas ofta öppet både som ett slags utsmyckning och för att man tydligt ska förstå möbeln. För att uppnå hög och långvarig hållfasthet använder vi som regel beprövade konstruktioner och sammansättningar, ibland med inspiration från traditionell allmoge. Vår ambition är att utnyttja allra senaste teknik optimalt. Samtidigt innebär kundens stora valmöjlighet och möblernas hantverkskänsla att många moment alltid måste ske individuellt och manuellt.

Form och funktion

De saker vi säljer ska man kunna leva med länge. Det räcker inte alltid med att de håller rent fysiskt. De ska hålla både för tidens och ögats nötning. I en ambition att stå över trender, strävar vi efter en form som inte gör så mycket väsen av sig. Här finns förebilder i nordisk möbelformgivning under trettio-, fyrtio- och femtiotalet; Bruno Mathsson, Alvar Aalto, Börge Mogensen med flera.

Ytterligare en aspekt är viktig ur ekologisk synvinkel, och det är funktionen. I vår tid förändras såväl tekniken som sociala mönster mycket snabbare än i tidigare generationer.

Detta ställer nya krav på möblerna. Om de skall kunna användas under en lång tidsrymd, måste de vara generella i sin design så att de under sin livstid kan fylla olika funktioner.

EXISTENTIELL – OM EVIGHETEN

Den humanistiska hållningen bröt mark med demokrati och fördelningsfrågor för hundra år sedan. Ett drygt halvsekel senare kom ekologin upp på dagordningen. Idag handlar globala konflikter mycket om existentiella värden, resulterande i kamp mellan olika trossystem. Den industriella kulturen samt den tekniska och vetenskapliga har aldrig integrerat dessa frågor. I idévärlden bakom Norrgavels företagskultur utgör dessa frågor själva kärnan. Vad är meningen med allt? Hur förhåller sig Norrgavel till konsten att vara människa?

Vad är **egentligen** viktigt?

Lite tillspetsat skulle man kunna säga att västerlandets materialistiska livssyn föder oss i uppfattningen att vi *är* vår personlighet – till exempel social ställning, yrkesroll och ägodelar. Ungefär 'jag *är* det jag *gör/äger*'. Ett existentiellt förhållningssätt vänder på begreppen, 'jag *gör/äger* det jag *är*'. För att veta vad jag skall göra eller vilka materiella behov jag har, behöver jag alltså ta reda på vem jag är. Who am I?

Vad är egentligen viktigt i livet? Livsviktigt, alltså! Ett glas vatten då du verkligen är törstig. Vårens första tussilago. Ett barns födelse och en nära anhörigs död. Att släppa kontrollen och ge sig hän. Att få vara frisk. Och samtidigt, hur ofta är det inte just människor som blivit allvarligt sjuka eller mött någon annan livskris, som *verkligen* förstår att leva.

Allt som är viktigt i livet är på något sätt paradoxalt, vad man än säger så är motsatsen lika sann. Det gäller också våra möbler. På *ett* sätt är det livsviktigt precis hur de är utformade och ur en annan synvinkel är det naturligtvis fullkomligt oväsentligt. Det här är ingen lek med ord, inget sätt för oss att göra oss märkvärdiga. Det är en lustig realitet.

Att köpa möbler för att bli lycklig är ingen smart idé. Men om man är lycklig i betydelsen att man förstår att verkligen leva, så blir det naturligt att unna sig det som känns riktigt bra.

Kvalitet är det samma som närvaro

I designkretsar vill man gärna göra gällande att kvalitet, till exempel i bemärkelsen utmärkt form, är en beskaffenhet hos själva föremålet. Genom att ställa frågan – Utmärkt för vem? – använder man istället begreppet kvalitet som uttryck för en relation, något som händer i kontakten mellan föremålet och den som bedömer det. Eller designar det. Eller använder det.

På Norrgavel vill vi skapa relationer till våra kunder. Vi uppmuntrar inte passiv konsumtion utan försöker underlätta för kunden att vara närvarande i köpsituationen och i förhållande till de saker han/hon väljer att omge sig med. Helt enkelt att konsumera mindre men att unna sig högre kvalitet.

Meningen med Norrgavels möbler är att de ska vara som trotjänare. De skall fungera väl och förenkla livet. Ett slags tyst design som märks först då man använder den, men då märks desto mer. En stol som verkligen ger stöd för kroppen, ett handtag som med sin utformning hjälper fingrarna och handen att t ex dra ut lådan. Möblerna är skapade utifrån en tanke om att inte dominera livet utan vara en bakgrund till det. Vi ser det alltså inte som designens uppgift vare sig att vara rolig eller att skapa sensation.

Inspirationskällorna är japansk tradition och amerikansk shaker. Snickarna som tillverkade shakermöblerna uttryckte det som att de gjorde arbetet åt Gud. Då duger inte det näst bästa! Även om vi använder orden Närvaro och Evigheten i stället för Gud i beskrivningen av Norrgavels koncept, så är det precis samma sak vi talar om. Vi har som motto att bara göra det som känns riktigt bra, vilket brukar sammanfalla med det vi själva längtar efter. Vi har den ultimata utsöktheten som ledstjärna och försöker att gå in med 100% av oss själva i processerna. Och vi gör det av lust, precis som en kärleksakt.

Vi upplever att detta förhållningssätt ofta slår an motsvarande sträng hos kunden. Upplevelsen av skönheten blir för många en portal in till förnimmelser av det som verkligen är viktigt i deras eget liv.

Nirvan Richter