



SMYKKEDESIGN & KONCEPT EKSAMEN

PBA i smykker, teknologi og business - 2. Semester

17/06-2024

Studerende: Carla Maria Juhl Preisler

Eksaminator: Anette Dreyer

Antal anslag: 11.997

Indholdsfortegnelse

1. Indledning.....	3
2. Problemformulering	3
3. Metode, teori og empirisk undersøgelse	3
4. Analyse.....	4
4.1. <i>Analyse af DAC</i>	4
4.1.1 Brandbrief.....	4
4.1.2 SWOT over DAC.....	7
4.2 <i>Analyse af DACs museumsbutik</i>	8
4.2.1 Udvalg af varer.....	8
4.2.2 Hvordan butikken forholder sig til DAC	8
4.2.4 De fire P'er	9
4.3. <i>Formanalyse</i>	9
4.4. <i>Overvejelser</i>	11
5. Konklusion.....	12
6. Litteraturliste	13
7. Figurliste	14
8. Bilag	14

1. Indledning

I en verden hvor smartphones, elektronik og metauniverset virkelig vinder indpas, bliver de fysiske indtryk vigtigere end de nogensinde har været. Disse indtryk er med til at sætte tankerne i gang og øge fokus på vigtige samfundsmæssige problemstillinger. På Dansk Arkitektur Center (DAC) i København tror de, at vejen til dette kan gå gennem moderne sanse kunst. I øjeblikket har de udstillingen *Aware*, der, som navnet antyder, skal være med til at gøre de besøgende opmærksomme på nutidens store spørgsmål. Et af værkerne er *Respite*, som er designet af tegnestuen 3XN, der også har tegnet det nye Mary Elizabeth Børne-Rigshospital. Værket fungerer som en kunstnerisk fortolkning af bygningen, der på en og samme tid skal rumme det barnlige og det seriøse, som et børnehospital er et udtryk for. De mange farverige buer kombineret med det kolde stål påvirker beskueren med det samme og er med til at sætte tankerne i gang. *Respite* er med til at betage de besøgende, samtidig med at skabe en dybere mening for dem der forstår sammenhængen til det nye hospital. Dette leder til problemformuleringen:

2. Problemformulering

Hvilke elementer er unikke for værket ”*Respite*” og hvordan kan de indkapsles i et smykke, der kan sælges i Dansk Arkitektur Centers museumsbutik?

3. Metode, teori og empirisk undersøgelse

I opgaven bruges kvalitative data og den primære empiri består af observationer og feltarbejde, samt interview med Nina Rostek Jensen. Interviewet kan have en bias, da det er foretaget med en DAC-medarbejder. Opgavens analyse af DAC og ”*Respite*” bygger på en række metoder, der muliggør en dybdegående undersøgelse. Først bruges brandbrief teorien til at analysere DAC’s nuværende position i markedet, såvel som deres overordnede vision og big idea (Wheeler, 2013). Herefter følger en analyse af de fire P’er. Dernæst inkorporeres en SWOT-analyse, for at afdække DAC’s styrker, svagheder, muligheder og potentielle trusler. Til slut udarbejdes en formanalyse herunder en semiotisk analyse med henblik på at analysere værket og dets betydning. Disse teorier er udvalgt da de understøtter hinanden, og i samarbejde muliggøre en bred og omfangsrig analyse af DAC som moderne brand og af deres værk ”*Respite*”. (Rose, 2001) (Andersen, 2016)

4. Analyse

4.1. Analyse af DAC

DAC blev stiftet i 1986. I mere end 30 år lå det i Gammel Dok Pakhus på Christianshavn. I maj 2018 åbnede DAC i en af de mest omtalte bygninger i København, BLOX, som ligger i hjertet af Københavns kulturkvarter. DAC arbejder på at engagere flere mennesker i arkitektur hver dag gennem udstillinger, som opfordrer folk til at reflektere over fremtiden og løsningen af globale udfordringer: *“Hos DAC tror vi på, at arkitektur kan ændre verden og at arkitektur kan være en del af løsningen på fremtidens udfordringer ifht FNs Verdensmål”* (Dansk Arkitektur Center- pdf, n.d.)

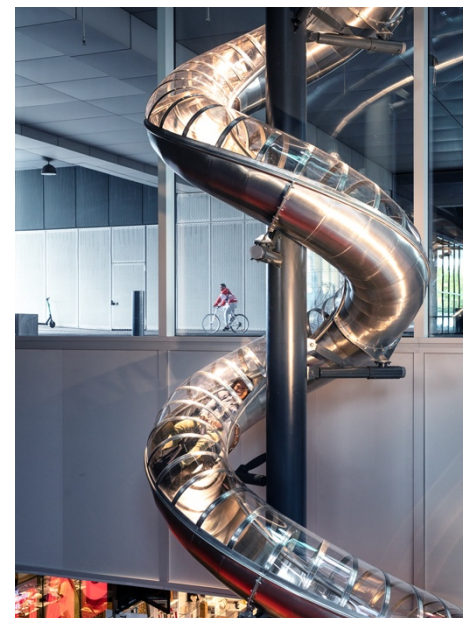
4.1.1 Brandbrief

Vision & Mission

Hos DAC har de et ønske om at få en større plads på den kulturelle scene: *“DAC vil være en must-see international kulturattraktion, relevant for alle, der vil opleve og forstå, hvordan arkitektur og design skaber rammerne for vores liv”* (Dansk Arkitektur Center, n.d.) DAC ønsker at skabe nye tanker hos den almene borger og vise hvordan arkitektur kan spille en rolle i vores hverdag: *“DAC skaber engagerende oplevelser og debat om arkitektur, design og byudvikling gennem udstillinger, ture, events, læring og netværk.”* (Dansk Arkitektur Center, n.d.) DAC søger at integrere borgere i aktiviteter, med henblik på at få dem til at se arkitektur på en ny måde.

Key Products & Services

DAC afholder mange events såsom foredrag, firmaarrangementer, familieværksteder, guidede ture osv. Der afholdes gratis omvisninger af aktuelle udstillinger tre gange dagligt. DAC er indbydende for familier med børn de et familieværksted, hvor børn kan lave DIY-projekter, som de kan tage med hjem. Indenfor er en 40 meter lang rutsjebane, som er et kunstværk lavet af Carsten Höller. Den snor sig som en spiral ned gennem fire etager i BLOX-bygningen. Udenfor er der flere



Figur 1- Rutsjebane Billedet af Signe Bisgaard Nielsen (Dansk Arkitektur Center, n.d.)

rutsjebaner, som børn lege ved. Overordnet set skaber DAC en meget børnevenlig atmosfære. (Dansk Arkitektur Center, n.d.)

DAC har en cafe som ligger på 3. etage med panoramavinduer, og fra den store terrasse er der udsigt over havnen og middelalderbyen. Terrassen inkluderer også et drivhus, hvor man kan nyde en kaffe eller frokost i læ for vind og vejr. (Dansk Arkitektur Center, n.d.)

Key Competitors

Konkurrenterne til DAC kan være andre museer som Louisiana, Arken og Statens Museum for Kunst. De tilbyder alle tre en museumsoplevelse med cafe, museumsbutik osv, men de har ikke samme fokus på arkitektur som DAC. Den mest direkte konkurrent må være Arkitekternes Hus. Derudover er der naturligvis masser af arkitektur tilgængeligt i bybilledet. Dette omfavner DAC som opfordrer til at udforske København via deres app, hvor man kan få information om forskellige bygninger og deres arkitektoniske forskelligheder.

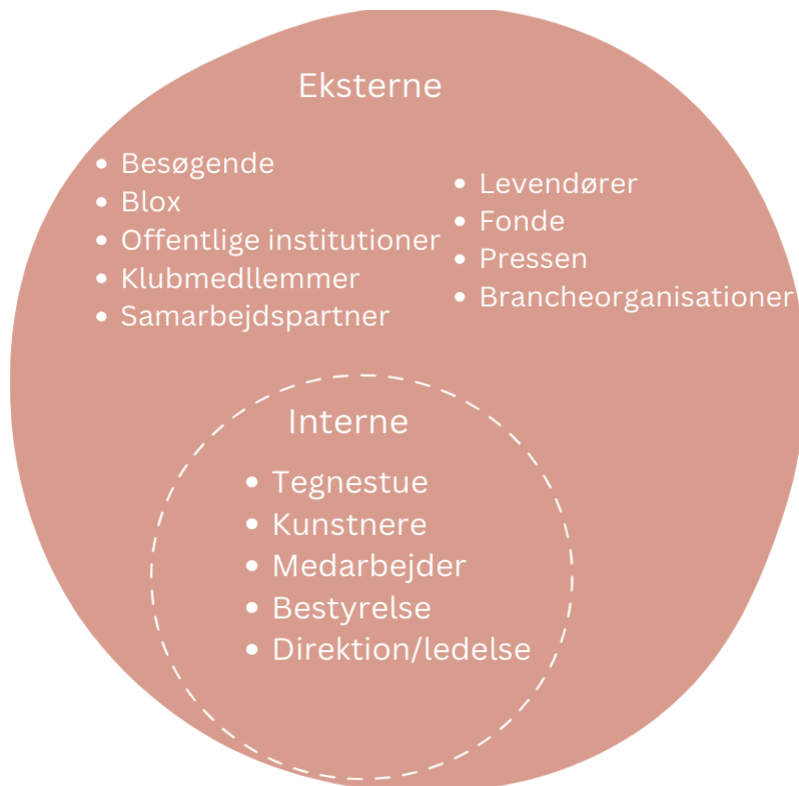
Competitive Advantage

DAC er et af mange museer i hovedstadsområdet, hvor konkurrencen må forventes at være intens. DAC formår dog alligevel at skille sig ud fra mængden. Museets overordnede aspiration er at oplyse den brede befolkning om arkitektur og byggestile. Dette fokus på bygninger og arkitektur er med til at adskille DAC fra andre museer, da de henvender sig særligt til en specifik målgruppe, og dermed kan målrette udstillingerne til deres smag. Derudover ligger DAC midt i København i det omdiskuterede BLOX, som nærmest indkapsler vejen som en tunnel. Ydermere har DAC udviklet en app, som man efter et museums besøg kan tage med rundt i byen og læse om vigtige bygninger og deres særlige arkitektoniske præg. (Dansk Arkitektur Center- pdf, n.d.)



Figur 2- BLOX Billedet af Signe Bisgaard Nielsen (Dansk Arkitektur Center, n.d.)

Key Stakeholders



Figur 3- Ekstern vs. Interne (Andersen, 2016)

Value Proposition

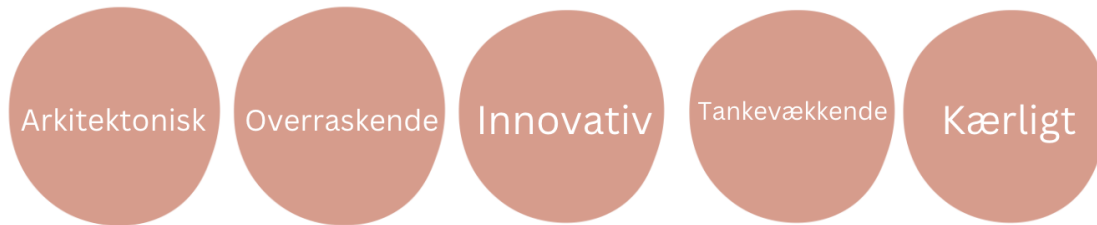
DAC's værdier er inddelt i fem forskellige kategorier: Friction, Newness, Openness, Love og Connectivity. De tør at overraske og provokere, og dermed være en del af et kreativt kaos, som bidrager til kritisk tænkning. De tænker fremad og er åbne for nye ideer. De har en kærlighed til smukke byer, arkitektur og design, som vækker store følelser. DAC arbejder sammen på tværs og forbinder forskellige fagligheder. (Dansk Arkitektur Center, n.d.)

Target Market

DAC's primære målgruppe er mennesker, der beskæftiger sig med arkitektur, herunder arkitektstuderende og professionelle arkitekter, som designer bygninger i vores omgivelser. Deres sekundære målgruppe omfatter den brede befolkning, turister, og skoler og studerende. (Dansk Arkitektur Center, n.d.) Bilag 1, som omfatter feltundersøgelsen, viser tydeligt, at turister, især kvindelige turister, udgør en betydelig del af DAC's besøgende.

Attributter

Baseret på museets hjemmeside og opgavens feltarbejde, vurderes DAC at kunne kædes sammen med følgende attributter:



Figur 4 - Attributter

Big Idea

DAC's "big idea" er at være et center for arkitektur, design og byudvikling, der fremmer innovation, kritisk tænkning og debat om fremtidens bymiljøer og arkitektoniske udfordringer.

4.1.2 SWOT over DAC

Stryker:	Svagheder:
- Central beliggenhed - Unik fokus: Arkitektur - Udsigt: fra Cafeen - Bæredygtighed: Green Attraktion - Varierende udstillinger - Bredt udvalg af aktivitet	- Stor Konkurrence: andre museer i hovedstaden - Lille Primær målgruppe - Afhængig af midlertidige udstillinger
Muligheder:	Trusler:
- Nyt indblik: i arkitektur for den almene dansker. - Fleksibelt rum: mulighed for at afholde foredrag og fester	- Konkurrence: Arkitekturens hus og Arkitektur i bybilledet - Arkitektur i museumsbilledet er mere en niche: i forhold til den traditionelle kunst.

Figur 5 SWOT Analyse (Andersen, 2016)

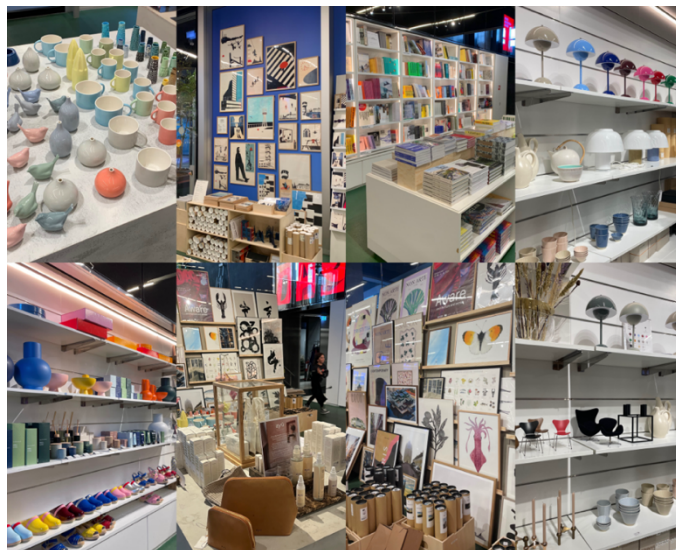
4.2 Analyse af DACs museumsbutik

4.2.1 Udvalg af varer

Museumsbutikken, eller som DAC kalder den, "Design Shoppen", tilbyder et bredt udvalg af både danske og internationale produkter, herunder arkitekturbøger, plakater og små gaver. (Dansk Arkitektur Center, n.d.) Jensen nævner, at mange mærker kontakter dem for at få lov til at sælge deres varer i Design Shoppen og at det er vigtigt, at butikken ikke er for dyr. Sidste måned havde de en omsætning på omkring en million DKK, med kun én aktiv udstilling på museet, hvilket hun beskrev som virkelig positivt. Jensen påpeger desuden, at en fordel ved at være et multifunktionshus som BLOX er, at mange besøgende på tværs af forskellige aktiviteter kommer forbi. (Bilag 2)

4.2.2 Hvordan butikken forholder sig til DAC

Design Shoppen sikrer, at de har relevante produkter, der relaterer sig til museet, herunder forskellige bøger om de aktuelle udstillinger samt andre relevante varer fra forskellige leverandører. I interviewet med Nina Rostek Jensen (Bilag 2) kom det frem, at butikken er meget påvirket af deres Green Attraction-certificering, hvor de konstant overholder regler om lokal produktion, europæiske standarder, valg af emballage og fragtforhold. Jensen har frihed som indkøber, hvilket betyder, at der ikke er nogen forventninger til, hvordan butikken skal forholde sig til de nye udstillinger. Fra Aware-udstillingen fortæller Jensen, at de har produkter til personlig pleje, herunder naturlige parfumer og olier, som vækker sanserne på samme måde som udstillingen selv gør.



Figur 6 - (Privat kamerarulle af Clara Ipsen, 2024) Billede af Dansk Arkitektur Center Museums Butik

4.2.4 De fire P'er

Produkt Bøger, gaver, legetøj, plakater, lamper Bæredygtighed er vigtigt grundet certificering af Green Attraction Emballagen er vigtig i forhold til mindst mulig plastik	Placering BLOX bygning i det centrale København Butik i Dansk Arkitektur Center
Promovering Sociale medier På deres hjemmeside	Pris Mindste pris: 20kr Højeste pris: 3000kr

Figur 7- De 4 p'er (Andersen, 2016)

4.3. Formanalyse

På det denotative niveau kan værket, Respite, beskrives store buer formet af metal placeret langs rummets sider med et hul i midten til at gå igennem. Buerne er dækket af et tyndt, gennemsigtigt stof i forskellige farver, og lyset, som ændrer sig kontinuerligt, kaster farver på stoffet. Der er også blid musik i baggrunden.

Den bløde, organiske form samt den rolige musik og de bevægende farvekontraster skaber en rolig og afslappende tilstand hos beskueren. Det gennemsigtige stof tillader at man kan se gennem værket og dermed opleve helheden fra begge sider. De pastelfarvede bølger og det asymmetriske design kan på visse punkter give associationer til en legeplads. Ved bunden af værket er der en lille boks med nogle puslespil. Børn kan hurtigt finde vej derned, hvor de har noget at beskæftige sig med, mens forældrene betragter værket. (Bilag 1)

Focal pointet i værket ”Respite” er det mest fangende og interessante element. Focal pointet er typisk i midten af værket. Spejlet i bunden af værket symboliserer gennemsigtighed og åbenhed. Det inviterer beskueren til at engagere sig og blive en aktiv del af værket. (Rose, 2001)



Figur 8- ”Respite” Billedet af Signe Bisgaard Nielsen (Dansk Arkitektur Center, n.d.) m. cirkel



Figur 9 – ”Respite” Billedet af Signe Bisgaard Nielsen (Dansk Arkitektur Center, n.d.)

Farverne på værket er primært pastelfarver, dette kan dog ændre sig løbende, da de specifikke farver skyldes belysningen udefra. Det er dog tydeligt at det primære farvehjul er i spil: magenta, gul og cyan som laver de sekundære farver, som også ses på værket.

Lyset ændrer sig konstant i løbet af dagen, fra meget lyst til mørkere nuancer og tilbage igen. Overgangen mellem lys og mørke er glidende, hvilket kan symbolisere forandring og livets skiftende natur, der kræver tilpasning til forskellige situationer.



Figur 10- ”Respite” Billedet af Signe Bisgaard Nielsen (Dansk Arkitektur Center, n.d.)

Semiotisk analyse:

På konnotative niveau kan værket fortolkes på følgende måder. De naturlige, organiske former i værket kan repræsentere naturen. Selvom materialerne er industrielle, kan de organiske former og måden, de er arrangeret på, minde om naturlige elementer som bølger, klipper eller andre naturlige strukturer. Dette skaber en kontrast mellem det menneskeskabte og naturen, hvilket kan vække refleksion over vores forhold til naturen og vores byggede omgivelser.

Respite består af en kompleks komposition med asymmetriske og overlappende organiske former. Trods denne asymmetri og overlapning opretholdes der en følelse af harmoni og balance i helheden. De asymmetriske, overlappende former, der er opdelt i sektioner, skaber bevægelse i værket og inviterer beskueren til at gå igennem det.

De organiske linjer i værket skaber dynamik og en følelse af bevægelse og flow mens de konstruktive linjer tilføjer struktur og opdeler værket i rammer, hvilket skaber stabilitet. Dette kontrastforhold mellem de organiske og konstruktive linjer ses tydeligt i bunden af værket, hvor spejlet er opdelt i forskellige sektioner her, opnår der en harmonisk og afbalanceret helhed i værket.

Ankeret kommer af værkets navn, Respite, der betyder at tage en pause fra noget svært. Dette navn giver særlig mening i sammenhæng med værket, da det er skabt til Rigshospitalets børnehospital. Det reflekterer behovet for en pause og en stille stund midt i en udfordrende situation, hvilket resonerer med værkets intention og betydning.

4.4. Overvejelser

Jeg ville uddybe i min Design thinking proces videre i min mundtlig præsentation.

5. Konklusion

DAC er et museum i København, som ønsker at den brede befolkning skal interessere sig for arkitektur. Museet gør meget for at denne vision bliver mulig, blandt andet har de udviklet en app hvor folk kan læse om de Københavnske bygninger, som de går forbi. På DAC har der i nogen tid været udstillingen Aware. Værket Respite er et moderne kunststykke, der ved hjælp af farver, former, lys og lyde får de besøgende til at blive betaget. Værket af et aktivt værk, eftersom man kan gå igennem det og opleve de farverige buer fra forskellige vinkler. Tankerne drages straks mod det barnlige og legesyge, samtidig med at inspirationen fra det nye børnehospital giver værket en mere seriøs kant. Værket gør brug af samtlige visuelle virkemidler og formår at sætte tanker i gang hos den besøgende. Værkets brug af kreative farver, former og materialer, gør det muligt at lave et smykke der kombinerer disse elementer på sådan vis, at smykket ændrer sig baseret på mængden af lys og personen der beskuer det.

6. Litteraturliste

Andersen, F. R., 2016. 5.udgave red. s.l.:Trojka.

3XN, u.d. 3XN. [Online]

Available at: <https://3xn.com/>

[Senest hentet eller vist den 7 juni 2024].

Dansk Arkitektur Center- pdf, n.d.. *Hvad er Dansk Arkitektur Center*, s.l.: s.n.

Dansk Arkitektur Center, n.d.. *DAC*. [Online]

Available at: <https://dac.dk/besog/>

[Senest hentet eller vist den 10 juni 2024].

Rose, G., 2001. 1. Udgave red. s.l.:Sage Publications.

Wheeler, A., 2013. *Designing Brand Identity*. fourth edition red. Canada: John Wiley & Sons,Inc..

7. Figurliste

Figur 1- Rutsjebane Billedet af Signe Bisgaard Nielsen (Dansk Arkitektur Center, n.d.).....	4
Figur 2 BLOX Billedet af Signe Bisgaard Nielsen (Dansk Arkitektur Center, n.d.)	5
Figur 3- Ekstern vs. Interne (Andersen, 2016)	6
Figur 4 - Attributter	7
Figur 5 SWOT Anaylse (Andersen, 2016)	7
Figur 6 - (Privat kamerarulle af Clara Ipsen, 2024) Billede af Dansk Arkitektur Center Museums Butik...	8
Figur 7- De 4 p'er (Andersen, 2016).....	9
Figur 8- "Respite" Billedet af Signe Bisgaard Nielsen (Dansk Arkitektur Center, n.d.) m. cirkel.....	10
Figur 9 – "Respite" Billedet af Signe Bisgaard Nielsen (Dansk Arkitektur Center, n.d.)	10
Figur 10- "Respite" Billedet af Signe Bisgaard Nielsen (Dansk Arkitektur Center, n.d.)	10

8. Bilag

Afleveret som eksternt materiale:

Bilag 1: Observationer på Dansk Arkitektur Museum foretaget af Clara Ipsen og Carla Preisler, 2024.

Bilag 2: Interview af indkøber på Dansk Arkitektur Museum foretaget af Clara Ipsen og Carla Preisler, 2024.