

Electrolux historiska utställning

Till *Årets utställning 2019* nominerar vi **Electrolux historiska utställning på Electrolux globala huvudkontor.**

Information

Utställningens titel

Shape living for the better: The first 100 years of Electrolux

Placering/Plats

Electrolux globala huvudkontor, St. Göransgatan 23 i Stockholm; med Electrolux stora hörsal på ena sidan och Electrolux showroom med dagens kunderbjudanden på andra sidan.

Produktionstid/Visningstid

Produktionen genomfördes under andra halvåret 2019. Utställningen visades för publik första gången 23 januari, i samband med att Electrolux inledde sitt 100-årsjubileum, och kommer finnas kvar permanent, även efter jubileumsåret 2019.

Budget (kostnad för utställningsproduktion, inte lokalkostnad, fasta löner mm)

Budget för Centrum för Näringslivshistoria och Unna Design var 900 tkr ex moms.

Kontaktperson, mailadress och telefonnummer.

- Anders Sjöman, kommunikationschef Centrum för Näringslivshistoria
anders.sjoman@naringslivshistoria.se, 0707176078
- Malvin Karlsson, creative director, Unna Design, malvin@unna.se, 070-405 27 00
- Paul Palmstedt, Senior Director Public Affairs, Electrolux,
paul.palmstedt@electrolux.com

Beställare/Producerande verksamhet

- Beställare var Electrolux.
- Projekt- och konceptansvarig var Centrum för Näringslivshistoria (CfN) som även stod för researchen i Electrolux historiska arkiv, som finns i CfN:s arkivlokaler i Bromma, och för textproduktion.
- Utställningsansvarig, för såväl koncept och bygg, var Unna Design.
- Anlitade för ljussättning var Transpond AB och för utställningssnickerier Expoteknik (Mikael Östensson.)

Utställningsteam

- Unna Design: Malvin Karlsson, Anna Edsjö
- Centrum för Näringslivshistoria: Bodil Hasselgren, Karin Jansson Myhr, Anders Sjöman

MOTIVERING (max 3 500 tecken inkl blanksteg)

Berättelse och dramaturgi

Historien om Electrolux hade lätt kunna reduceras till en tidslinje med några företagssteg och en genomgång av olika produktmodeller. Men istället ville Electrolux skildra ett större samhälls skeende under de 100 år som företaget verkat. Utställningens dramaturgi är därför *inte* i första hand historien om Electrolux – utan om utvecklingen mot ett hållbart hem, för den egna familjen och samhället omkring. Electrolux historia skildras utifrån hur den bidragit till denna utveckling, och utställningens berättelse byggdes därför kring tre teman: mat, omvårdnad och välbefinnande (eller ”taste, care and well-being”, som vi uttryckte det på engelska för den engelskspråkiga företagskoncernen). Electrolux många produkter, som besökare ofta har en känslomässig och nostalgisk relation till, får då sin plats i en större och mer allmängiltig berättelse. Utställningen blir en berättelse om hur hem, hushåll och samhälle utvecklats i 100 år – och inte bara i Sverige, utan över hela världen.

Ett tydligt fokus var även nödvändigt då utställningsytan var begränsad. När vi prioriterade bland möjliga perspektiv – som t ex medarbetarnas utveckling, företagskoncernens tillväxt, eller rent finansiella utvecklingssteg – blev konsumentnyttan och samhällets utveckling det naturliga valet.

Gestaltning

Utställningen kombinerar nyskriven text med bilder och föremål ur arkivet. Bland föremålen användes främst produkterna, men även andra artefakter från Electrolux förflutna. Utställningen visar därmed hur Electrolux till synes banala vardagsprodukter samarbetat med utvecklingen mot såväl hållbara hem som mer jämställda samhällen. De är inte bara föremål som berättar en industrihistoria, utan även om hur hem och relationer i hemmen förändrats under den tid som Electrolux varit verksam. Utställningen ger därmed besökaren en chans att reflektera kring hur det vi kallar ”hållbart” idag kan ha haft andra benämningar tidigare i historien, och om rörelsen mot hem som både är lättare att sköta (med mindre kostnad) samtidigt som de påverkar omvärlden mindre är ett nutida perspektiv, eller om det funnits även tidigare.

Att vi då valde att upphöja dessa vardagsprodukter – som man är van att dra, släpa och kämpa med – genom att sätta dem i utställningsmontrar bakom putsats glas, var ett formmässigt leka med deras samhälleliga genomslagskraft. Dessutom, för dessa historiska föremål varav de flesta kom från Electrolux egna arkiv men några var inlånade museiföremål, fanns skydds- och bevarandemål att möta.

Utställningen samspelar även med övriga områden på Electrolux huvudkontor. Där den historiska utställningen slutar övergår lokalerna i ett showroom som visar företagets alla moderna satsningar. Som besökare får man då skjuts in framtiden från historien.

Publikvänlighet

Electrolux historiska utställning är en högkvalitativ utställning som skulle kunna visas i vilket museum som helst, men här är den placerad i en helt annan kontext, i en yta som inte är ett museum utan som flitigt brukas för konferensmingel, möten, avkoppling och mycket mer. Det är en yta där människor flödar i sina dagliga värv och därmed kan de ta till sig den historiska utvecklingen mitt i dagens andra åtaganden. Historien som en naturlig del av vardagen, en utveckling av utställningsmediets möjligheter.

Metod

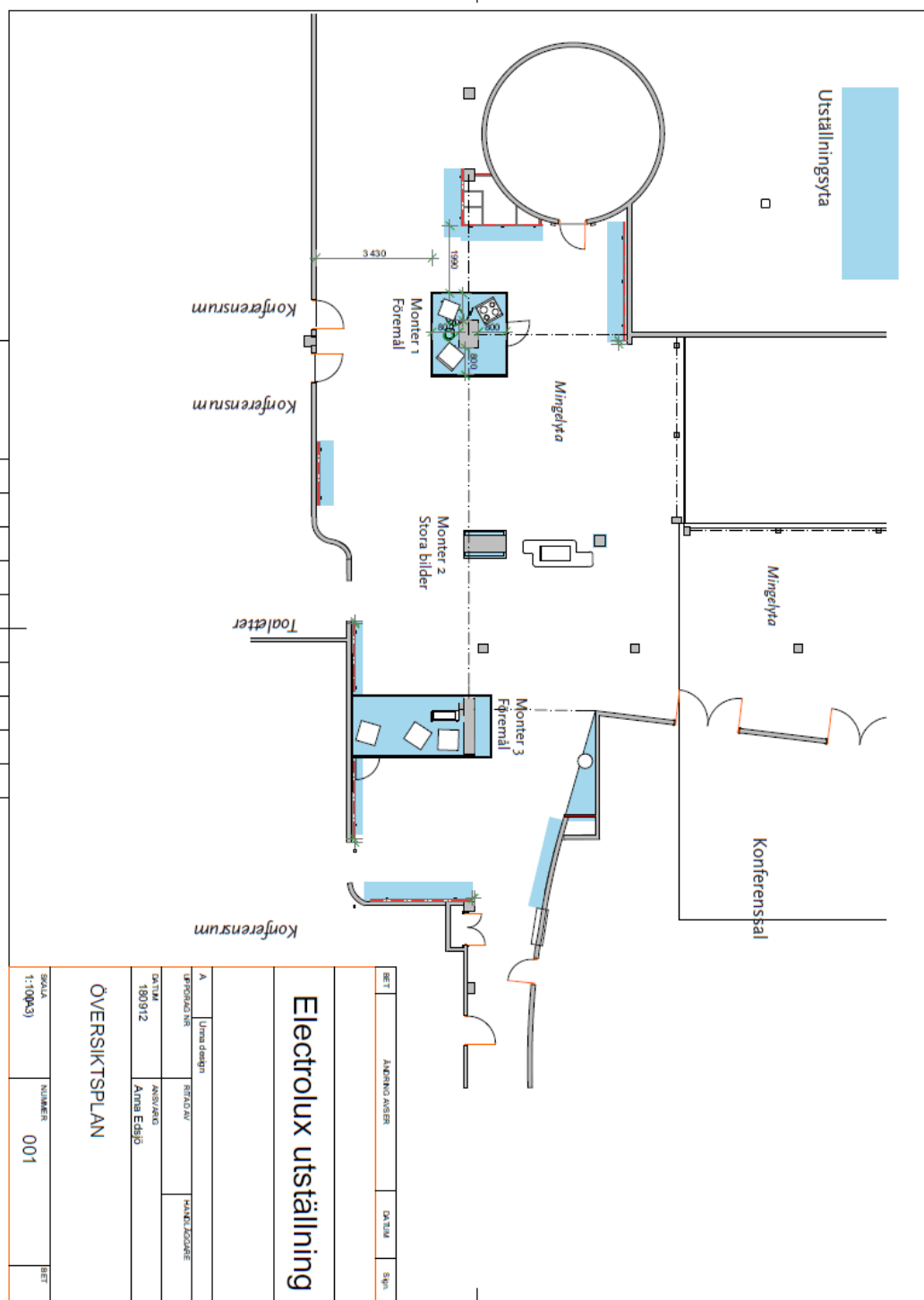
Electrolux historia är lång och företagets arkiv rikt. Det hade lätt kunnat bli en spretig berättelse. Men genom att utställningens tematik – om utvecklingen mot ett hållbart hem, med tre underteman – sattes i god tid innan research- och produktion inleddes, fick utställningen ett sammanhållet uttryck. Allt som lyftes fram i utställningen kom sedan från Electrolux historiska arkiv, ett arkiv som CfN började sköta åt Electrolux för över tio år sedan, eftersom, som ansvariga på Electrolux sa då, ”om ett decennium fyller vi 100 år och då måste vi vara redo”. Metoden öppnade även upp för låta tematiken genomsyra företagets övriga historiebruk: den historiska sajten <https://www.electroluxgroup.com/en/category/history/> och jubileumsboken ”Shape living for the better” av Ronald Fagerfjäll. Den som besökt utställningen kommer känna igen sig i såväl sajtens texter och bilder som i bokens berättelse – och omvänt.

Bilagor

- Planritning
- Fotografier från utställningen (Fotografer: Linus Sundahl-Djerf och Anders Sjöman, resp fotograf angiven för varje fil)

// Anders Sjöman, 070 717 60 78, anders.sjoman@naringslivshistoria.se

Bilaga 1: Planritning över Electrolux historiska utställning på Electrolux globala huvudkontor, St. Göransgatan 23



Bilaga 2: Fotografier över utställningen



1. Electrolux historiska utställning, augusti 2020. Foto: Anders Sjöman



2. Electrolux historiska utställning, augusti 2020. Foto: Anders Sjöman



3. Electrolux historiska utställning, augusti 2020. Foto: Anders Sjöman



4. Electrolux historiska utställning, augusti 2020. Foto: Anders Sjöman



5. Electrolux historiska utställning, augusti 2020. Foto: Anders Sjöman



6. Utställningen invigs 23 januari 2020. Foto: Linus Sundahl-Djerf



7. Utställningen invigs 23 januari 2020. Foto: Linus Sundahl-Djerf



8. Utställningen invigs 23 januari 2020. Foto: Linus Sundahl-Djerf



9. Utställningen invigs 23 januari 2020. Foto: Linus Sundahl-Djerf



10. Utställningen invigs 23 januari 2020. Foto: Linus Sundahl-Djerf