



# Made To Last Relevans

Ellen Maria Larsson  
Fashion

# Innehållsförteckning

Indledning	s.4
Problemformulering	s.6
Metode og teori	s.6
Afgrænsning	s.8
Idé beskrivelse	s.8
Avrundning och upptakt	s.8
Litteraturlista	s.11
Bilagor	s.12-14



# Inledning

Jag har valt att se på relevans ur ett tidsperspektiv. Vad gör en produkt relevant över längre tid? Är det det estetiska, det hållbara, eller värdet i dem?

Svendsen hävdar att symbolvärdet har ersatt bruksvärdet och att förbrukaren köper en föreställning om en produkt<sup>1</sup>. Man köper alltså ett märke snarare än en produkt. Eftersom jag utgår från den premissen att produkterna inte har ett medföljande symbolvärde från ett märke, måste jag istället spela på ngt annat för att höja värdet och skapa ett intresse. Man kan även argumentera att det igenkännbara riskerar att bli daterat, och alltså är det eftersträvansvärt att hålla en anonym profil i sina produkter. Här vill jag arbeta med dikotomierna det unika och det anonyma.

Det att eftersträva ngt nytt för det nya skull och inte för att det är en bättre eller mer funktionell produkt<sup>2</sup> håller på att ändras, moden är död<sup>3</sup>

När modeprofiler såsom skaparna bakom livsstilsbloggen Make it last<sup>4</sup>, som förenar hållbarhet med mode och uppmanar andra till det samma kan man se att utvecklingen går mot en mer hållbar värld vilket påverkar alla delar av samhället, även modebranschen.

För att konkretisera har jag valt att sätta det i ett praktiskt perspektiv och se på relevansen ett plagg har i en garderob. Vad är essentiellt att ha i sin garderob, s.k. wardrobe staples<sup>5</sup>?

För att ett plagg ska ha relevans i en garderob ska det fylla en funktion, vilket förutsätter att det används, men vad är det som gör att något fortsätter att vara funktionellt?

Här vill jag arbeta med begreppen Garments that can change shape och Modular garments<sup>6</sup>.

Då iden är att plaggen ska hålla längre och täcka över flera behov, skulle detta förhoppningsvis leda till en ökad funktion men också ett långsammare förbruk<sup>7</sup> överlag på längre sikt, vilket paradoxalt ger att jag som designer blir påverkad då mitt mål är att sälja mina produkter. Jag vill sälja mina produkter men mitt mål är att konsumtionen ska minska.

---

1 Svendsen, Lars FR. H. s.122-123

2 Svendsen, Lars FR. H. s.28

3 Svendsen, Lars FR. H. s.35

4 <http://makeitlast.se>

5 of prime importance; principal

6 Fletcher, Kate & Grose, Lynda s. 80-84

7 Fletcher, Kate & Grose, Lynda s. 76





# Problemformulering

**Hur kan jag skapa produkter som behåller sin relevans över en längre tid med hjälp av dikotomierna anonymt och unikt?**

**Hur kan jag med hjälp av konceptet "garments that change shape" förlänga produkternas relevans utan att gå på kompromiss med det uttryck jag vill förmedla?**

## Metod och teori

Jag använder mig av en mind map<sup>1</sup> som visar mina initiala tankar omkring begreppet relevans och fungerar som utgångspunkt för uppgiften och lägger grunden till problemformuleringen.

Med utgångspunkt i min idé och problemformulering har jag utformat ett moodboard<sup>2</sup> till hjälp i min kommande skissprocess. Skisser och formexperiment vill leda mig vidare mot min slutliga lösning.

För att komma vidare i projektet gör jag en del antagningar gällande. T.ex. antar jag att den vita skjortan är en wardrobe staple eftersom jag vill använda denna som en viktig del i min skissprocess. Jag kommer här att utföra formexperiment som ska inspirera min designprocess.

Jag antar även att livsstilsbloggar och diverse medier förmedlar en generell rörelse i samhället som de flesta av oss är på väg mot, då jag kommer att indra dessa i min vidare research för att ge en nyanserad bild av vad som gör ett plagg tidlöst. Detta för att underbygga min teori och klargöra vad som är wardrobe staples. Här vill jag även genomföra en garderobsanalys för att få tillgång till en förstahandskälla.

Jag vill även definiera målgruppen utifrån behov och värde med hjälp av Scheins modell<sup>3,4</sup> för att se hur jag kan skapa ett värde för denna målgrupp. Jag kommer även att utveckla en persona för att visualisera målgruppen.

I mitt val av färger till kollektionen vill jag ta hjälp av Johannes Ittens teorier om estetikens allmänmänskliga färglära<sup>5</sup> för att försäkra mig om att färgerna spelar samman med det uttryck jag vill förmedla.

Jag vill också se på estetisk hållbarhet, i förhållande till silhuetter och detaljer, utifrån vad Svendsen beskriver som Adolf Loos förståelse av modebegreppet. Att en estetisk hållbarhet är lika med ett rent uttryck.<sup>6</sup>

Jag använder mig av dikotomierna anonymt vs. unikt för att hjälpa mig i min process.

Där det anonyma är viktigt för att plagget ska kunna bevara sin relevans i hänsyn till att inte bli daterat, och det unika spelar en roll för att skapa intresse. Detta samspel vill jag utforska.

Jag kommer att använda mig av två designmetoder, garments that can change shape, och modular garments, i en kombination för att förlänga relevansen av produkten.

1 Se Bilaga 1. Mind Map

2 Se Bilaga 2. Mood

3 Se Bilaga 3. Scheins Modell

4 Schein, Edgar s. 24-34

5 Itten, Johannes s. 17-33

6 Svendsen, Lars FR. H. s.25





## Avgränsning

Jag vill koncentrera mig på att förlänga den tid som plagget är relevant i garderoben. Därmed avgränsar jag mig även från att se på materialets potential i en cradle to cradle situation och koncentrerar mig istället på de kvaliteter materialet har som gör att det behåller sin relevans för ägaren.

Jag avgränsar mig även från större beräkningar med hänsyn till ekonomi och produktion och kommer alltså inte gå närmare in på vad den reella kostnaden skulle bli för att framställa en produkt.

Jag avgränsar mig även från att gå in på segmentering samt från att se närmare på en positionering på marknaden.

Jag kommer heller inte att utföra nya målgruppsundersökningar eller intervjuer utan väljer att använda mig av tidigare undersökningar jag gjort för liknande målgrupp.

## Idé beskrivelse

Idén är att skapa en mini kollektion som kan behålla sin relevans genom tiden, och appellerar till den målgrupp jag definierar. Kollektionen ska kunna spela över åldrarna utan att förlora sin identitet.

Den ska vara användbar och funktionell. Uttrycket tidlöst med enkla, klassiska former, material och färger.

En kollektion som kan bäras på kryss och tvärs, där stylesen kan bäras tillsammans.

Även silhuetterna ska vara generösa- så att plaggen kan växa med ägaren när dennes form och preferenser förändras, och passa över längre tid.

Detta ska åstadkommas genom Garments that can change shape, Modular garments och ett rent estetiskt uttryck anpassat till min målgrupp.

## Avrundning och upptakt

Till min muntliga presentation kommer jag att visa kollektionen bestående av 5-10 styles samt 3-4 prototyper för att visa på diversiteten och kombinationsmöjligheterna i kollektionen. Ytterligare går jag igenom kollektionsoversikt, färgkort, designprocess och de överväganden jag gjort mig i förhållande till min metod och teori.







# Litteraturlista

Fletcher, Kate & Grose, Lynda, Fashion & Sustainability – Design For change, Laurence King Publishing, 2012

Itten, Johannes, Farvekunstens Elementer, Borgen 2008 (opr. 1961), s. 17-33

Schein, Edgar, Organisationens kultur og ledelse, Valmuen, 1994, s. 24-34

Svendsen, Lars Fr.H., Mode – Et filosofisk essay, Klim, 2005

<http://makeitlast.se>

# Mind Map

## Made to last

Hur?







# Scheins Modell

