

Sara Kristoffersson: *IKEA. En kulturhistoria*. Atlantis förlag, Stockholm 2015. 225 s., ill. ISBN 978-91-7353-816-9.

Vad hade vi tagit oss till utan IKEA alla vi som inte hade särskilt mycket pengar men som ändå ville ha lite snygga och moderna möbler och prylar? Vi som kände kravet att hänga med, förnya oss, uppdatera våra hem? Startpaket med allt från tallrikar till förskärare eller bokhyllorna Ivar och Billy är bara tre exempel på hur IKEA möjliggjort för många att inreda ett hem utan att ruinera sig. Så var det på min tid och så är det än idag: varje veckoslut ses på bussen ungdomar som varit på IKEA och handlat allt ifrån vägghyllor, tavelramar och påslakanset till gardintyger, sänglampor och krukväxter. Allt finns på IKEA och allt är alltid överkomligt i pris. En del varor finns till och med till ett ytterligare reducerat pris i Fyndhörnan. Och har man IKEA Family-kort kan man få ännu flera prisvärda erbjudanden. Och så har det varit sedan IKEA etablerade sig i Älmhult 1958 eller i alla fall sedan varuhuset i Kungens kurva öppnade 1965.

Idag är det knappast skämmigt att handla på IKEA för att varorna är prisbilliga. Det kunde det dock vara för trettio-fyrtio år sen, det vill säga ungdomar, studenter och en del ”bohemiska” personer kunde nog handla där utan att behöva förklara sig, men för andra vuxna var det ibland mera tveksamt. Den som var stadd vid kassa borde köpa sina möbler någon annanstans. Möjligen kunde den vuxna motivera sina inköp på IKEA med att man ville ha någon lite fräsigare och enklare enstaka möbel som bara fanns där, men ett helt möblemang – nej tack. Det fanns/(finns?) också en föreställning om att kvaliteten var sämre på IKEA-möbler och många köpare drog sig dessutom för att själva behöva sätta ihop möblerna. Ty det är ju IKEA:s koncept: möblerna ligger i platta paket och köparen gör monteringen. Enklare verktyg (läs: insexnyckel) finns också i paketet. Jag gissar att insexnyckeln är det vanligast förekommande verktyget i en normalfamiljs verktygslåda: själv har jag en hel ask full med insexnycklar (från

IKEA). De flesta av exakt samma storlek. Vad ska en framtida arkeolog tro när så många av oss har sådana stora mängder av just insexnycklar?

Att platta paket skulle vara en idé påkommen av IKEA:s grundare Ingvar Kamprad hör till folkloren om företaget, och jag har för länge sedan fått berättat för mig att det istället var en möbelsnickare som kläckte idén, vilken sedan Kamprad gjorde till sin. Nu visar designhistorikern, professor Sara Kristoffersson i sin bok om IKEA:s kulturhistoria att idén med egenmontering är äldre än IKEA. Betoningen av platta paket bör därför betraktas som en viktig del i så kallade corporate storytelling, det vill säga företagets egen berättelse om sig själv. Det gör ju inte saken sämre för mig som folklorist. Tvärtom är det mycket mer spännande att se vad som ingår i denna berättelse som författaren dissecerar i sin bok än vad som är sanningen om företaget.

För mig är sanningen av underordnad betydelse eftersom berättelsemotiven som sådana intresserar mig. Corporate storytelling är nämligen inte i första hand eller alls informativ utan avsedd att väcka känslor hos och skapa en relation till köparna samt markera mot konkurrenterna, IKEA är vad XX inte är.

Berättelsen om IKEA är berättelsen om dess grundare och om Sverige och om svenska värderingar, menar Kristoffersson. Grundaren Kamprad framställs i berättelsen som helyllegrabben från Småland, som startade med två tomma händer och genom hårt arbete byggde ett imperium. Trots sina enorma pekuniära framgångar behöll han emellertid lugnet och förhävde sig inte. Han blev en folkets man, en enkel man, en demokratisk man, en ”god” kapitalist som knappast ens var intresserad av sin profit. Och hans IKEA är inte bara ett möbelvaruhus utan har en mission.

Berättelsen om IKEA motsägs dock av fakta Kristoffersson redovisar: de platta paketen fanns redan på 1930-talet, långt före IKEA, tekniken att presentera möbler i helhetsmiljöer användes redan i 1800-talets varuhus och idén med den gula och blå kassen togs från den franska varuhuskedjan Carréfour. Inte ens något

så simpelt som bollhavet är genuint IKEA:niskt utan inspirerat av Danmark.

För konsumenten är IKEA ett koncept: här köper man de billigaste möblerna, men här finns även textilier, mattor, krukväxter och så vidare. Men IKEA är också ett populärt utflyktsmål på sön- och helgdagar. Att åka till möbelvaruhuset betraktar jag som en ritual, nästan som att gå i högmässan. När man träder in genom de snurrande dörrarna överskrider man en tröskel in i ritualen. Väl inne i byggnaden börjar den anormala tiden löpa. Motsvarigheten till kyrkvårdar möter ovanför rulltrapporna – inte med psalmböcker men – med kataloger, vagnar och kassar. Man följer en speciell rutt via pilar på golvet som för en från punkten A till punkten B, precis som när prästen läser texterna och gör de symboliska handlingarna i en viss föregiven tidsföljd under en mässa. Kaffe och kanelbulle för 10 kronor ersätter nattvardsvinet och oblaten. När man åter stiger ut genom porten avslutas den anormala tiden igen och ritualen är över.

Ett synligt tecken på att man deltagit i ritualen är den oformliga blå eller gula kassen. Kristoffersson tar upp fenomenet på ett par ställen i sin bok. Kassen introducerades på 1980-talet. Författaren problematiserar den knappast, men jag finner den väl värd att granska närmare. Jag betraktar nämligen kassen som en anomali. Den är intressant för att den bryter mot IKEA-konceptet: funktionalitet. Kassen är dysfunktionell. Den är, menar jag, så illa konstruerad att de varor som stoppas däri genast faller ur. Inte heller går kassen att ställa ifrån sig utan att den faller omkull. Jag finner det högst intressant att ett så etablerat företag – vars emblem är geniala lösningar – inte lyckats konstruera funktionella emballage. Jag hade gärna sett en blänkare om det i boken. En annan intressant aspekt, som möjligen inte var förhanden när Kristoffersson skrev sin bok – är också att kassarna blivit något av EU-migranternas signum. Man kan säga att EU-migranterna i Sverige har gett IKEA-kassen ett ansikte, blivit ett slags fanbärare för företaget. Kommer detta faktum att knytas till the corporate storytelling manne?

Kristoffersson har förvisso tagit som sin uppgift att kritiskt granska IKEA-konceptet, men

ibland blir hennes granskning lite ensidigt kritisk. Det finns ju trots allt en hel del positivt med företaget: För visst är det väl så att IKEA-katalogens interiörbilder har lärt svenskar att uppskatta abstrakt konst? Det påstod i alla fall en av mina lärare i konstvetenskap på 1970-talet, och jag tror att det stämmer. Det får väl troligen ses som en icke avsedd effekt, eller var det i folkfostrande syfte man hängde den abstrakta konsten på väggen ovanför IKEA-soffan eller sängen i katalogen och vände svensken vid bildspråket? Positivt är det i alla fall.

En annan positiv effekt är att IKEA inneburit att även de mindre penningstarka konsumenterna kunnat förverkliga en del drömmar om nytt möblemang. Kristofferson talar om det i termer av hur konsumtionskulturen lett till lyxens demokratisering. Och IKEA erbjuder ju just det: Lyx till konsumentpris. Men ibland kanske ändå utöver vad vi har råd med. Varuhuset fungerar, skriver hon, som en inspirerande miljö som förför oss och lockar till konsumtion. Prynarna väcker vår längtan och vårt begär. Detta är vitala delar av modern konsumtionskultur och IKEA är en framgångsrik aktör i sammanhanget.

Boken är vackert utformad, välskriven, faktafylld och klart läsvärd. Dock finner jag den lite mer än nödvändigt och ensidigt kritisk. Men som faktabok om IKEA:s historia är den säkert oslagbar. Lägg den på soffbordet när vännerna kommer på besök. Den kommer att ge upphov till många inspirerande samtal. Kanske skulle nästa bok om IKEA handla om kundernas berättelser om hur de använder möbelvaruhuset och hur de förverkligat sina drömmar där.

*Agneta Lilja, Huddinge*

Karin Zidén och Örjan Bertilsson:  
*Rokokomålaren Anders Berglin.  
Stilbildare inom jämtländsk folkkonst.*  
Förlag 404, Offerdal 2014. 153 s., ill.  
ISBN 978-91-9812482-8.

Såsom Anders Berglin var stilbildare inom jämtländsk folkkonst kan den bok som Karin Zidén och Örjan Bertilsson gjort om honom tjä-