

# Kataloger fra Ikea, Ilva og Magasin

Anmeldt af Axel Bolvig

---

*Ikea 1992*

328 sider

*Boliginspiration. Forår 1992*

52 sider

*Ilva*

*Magasin, Forår 1992*

40 sider

---

## *Ikea*

Ikea-kataloget er på 328 tæt illustrerede farvesider. Formatet, 25 cm høj × 20,7 cm bred er behageligt og brugervenligt for den, der bladrer frem

Side fra Ikea-kataloget i formindsket gengivelse.



og tilbage for at søge efter et bestemt emne.

Ikea-kataloget er delt op efter inventaremnener som sofagrupper/interiører, lænestole, reoler, lamper, senge, hjemmearbejdsplads, men en overskuelig kapiteloversigt mangler. Det er svært at orientere sig i kataloget og indholdsfortegnelsen bagest er uopfindsom. For eksempel dækker fortegnelsens „Forråd/opbevaring“ et kapitel, der inde i kataloget kaldes „Smarte gemmer, der giver god orden“. Kataloget ville vinde i overskuelighed ved forrest at have en kapitelfortegnelse og bagest en detaljeret indholdsfortegnelse efter stikordsprincippet. Det virker tilfældigt, at man har opslagsord som halogenlamper og plafonder men ikke eksempelvis trådkurv, flaskehylde og kasserollesæt.

Som opslagsværk for den der søger en bestemt ting er Ikea-kataloget for dårligt, og det er givetvis en vigtig funktion for det alsidige katalog, at man let skal kunne finde de emner, der har aktuel interesse. Modsat er det heller ikke tilrettelagt således, at man blader det igennem side for side for at blive inspireret og lade sig friste til køb. Det er ikke et hyggeblad a la Bo Bedre.

Illustrationsmæssigt er Ikea-kataloget derimod fint. De enkelte ting præsenteres gennemgående sobert og overskueligt. Der er altid målangivelser og flere steder for møblernes vedkommende illustrerende tegninger. Kun for lampernes vedkommende er der flere steder snydt lidt. En del bordlamper er opstillet uden den ge-

nerende ledning, som nødvendigvis i virkelighedens hjemmeverden er lidet pyntelig og til stor gene.

Det er faktisk muligt ud fra kataloget at planlægge den møblering, man måtte ønske. Er der plads til reolen mellem vinduesfagene? Kan stuen rumme ønskemøblet? Skal vi vælge hvid, sort eller en anden farve? Som grundlag for planlægning og diskussion forud for Ikea-besøget er kataloget virkelig godt.

De ikke særlig mange billeder af totalinteriører er nyttige ved at give forslag og inspiration til indretning for den fantasiløse. Det er klart at de lyse og venlige rum søger at sælge lidt stemning og en ydre kvalitet om en tilværelse, men det er først og fremmest en genstandspræsentation. Der er fx utrolig mange plaider og puder i sofaerne og lænestolene.

Det er karakteristisk og befriende, at miljøerne er mennesketomme selv om de giver udseende af at blive benyttet. Det er her, Ikea markerer en slags livsstil. På sofa- og spisebordene er der stort set konsekvent anbragt „kultiveret“ rod: en opslået bog eller

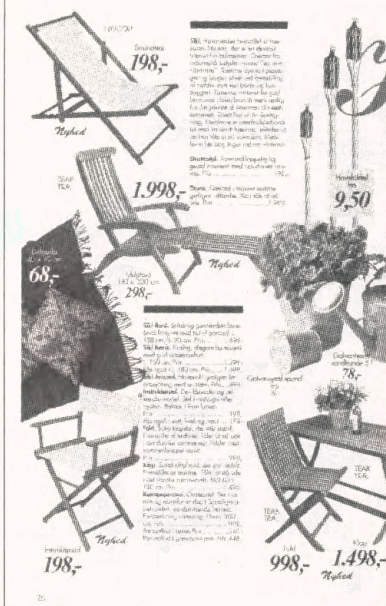
et lækkert blad, en åben notesbog og en fyldt kaffekop, en bakke med juice, en æske distingveret „After Eight“ chokolade, en blokfløjte på et notdeblad. Et glas skummende øl er den vildeste udskejelse. Børneværelserne skal se levende og rodede ud, men det virker typisk arrangeret af fotografen uden levende børns medvirken. Ikeas katalog er ikke for børn – naturligvis.

## Ilva

Ilva-kataloget er på 52 farveillustrerede sider. Højde 28 cm, bredde 21 cm. Det betegner sig selv „boliginpiration“, og det ser også ud til at være dets primære formål. Der er ingen indholdsfortegnelse, hvilket er overflødigt for det halve hundrede sider.

Ilva-kataloget skal „hyggebladres“ og den bevidst rodede sammenblanding af tingene skal inspirere til køb. Man kan ikke forlods møblere et værelse eller stue ud fra kataloget, men snarere få en idé til en ekstra anskaffelse.

I sig selv er det meste af inventaret ikke meget anderledes end Ikeas, men



Opslag i nedsat størrelse fra Ilvas katalog.

Ilva søger – discountnavnet til trods – at formidle en „finere“ livsstil. Det første opslag præsenterer os for en fornem klassicistisk stue, hvis vægge er beklædt med profilerede træpaneler, barok kamin med ild i brændet og udsigt til en park. Indehaverne af denne klassiske luksus vil næppe anskaffe sig den kurvstol og de stofsofaer i „amerikansk stil“, som på billedet udgør inventaret. Men ideen med denne og tilsvarende rammer for Ilvas varesortiment er klar. Ilva markerer sin egen profil, og det sker ved et udvalg af ting med et klassisk og antikt udseende. Sofabordets ben kan være udformet som søjleskafter, bordlamper og vaser minder om græske eller romerske arkæologiske

fund, lysestagen er udformet som en gammel sfinks og overalt i interiørene er der anbragt afstøbninger af antikke hoveder.

Om dette særlige Ilva-look kan smitte af på det øvrige og mere almindelige inventar er tvivlsomt, men stilen er lagt, den nødvendige stil for at distancere sig fra Ikea og andre møbelhuse. Den lette havemøbelserie ser også indbydende ud med rødvin og hjemmebagte boller på bordet og anbragt foran et antikt springvand på en fornem gårdsplads. Det er romersk dejligt – og ude af trit med dansk vejrlig. Inspiration giver det, og det skal man ikke kimse ad.

## Magasin

Magasins forårskatalog har nærmest format som et formiddagsblad. Dog er papirkvaliteten finere og dermed bedre egnet til farvetryk. 40 sider, der drejer sig om tøj og mode.

Layout'et er en levende blanding af store og små billeder og meget lidt forklarende tekst, der indskrænker sig til fakta om kvalitet, farve og pris.

Som de to andre kataloger henvender Magasins sig også til eventuelle købere. Det skaber uværgerligt en kombination og/eller konflikt mellem stimulans og information. Magasins katalog giver information via en behersket stimulans. Forsiden markerer tydeligt problemstillingen. En glad smilende pige holder en stor buket gule tulipaner op foran sig og nærmest skjuler den helsilkebluse, der kan købes for 269 kr. Men inde i kataloget er det først og fremmest præsentationen af tøjet som er fremtrædende.

Her er kombinationen af store og små billeder samt brugen af collage nyttig. Et par ben med grønne „plateau“ sko på et marmorflisegulv danner baggrund for en række tilsva-

Side med „spontane“ børn fra Magasins katalog. Nedsat størrelse.



rende skomodeller, der informativt, men livligt er sat ind som en slags collage. Hermed fjernes den triste oplevelse, som en nøgtern præsentation af en skostilling er. En god kombination af pop og pragmatisme.

Billedligt kniber det mere, når fotografen forsøger at skabe lidt handling. Fx har de to mænd i fritidstøj, som spiller pétanque, aldrig før og vel heller ikke siden prøvet denne sport.

Helt galt er det med børnene. Kun en pige med sweatshirt på side 38 ser naturlig ud. De „spontane“ børnearrangementer har en livskraft på højde med officielle børneportrætfotos, og det smitter af på oplevelsen af børnenes tøj, som det jo drejer sig om. Side 36 med bevidst „kunstige“ dansesce-

ner med artige børn er mere pinlige end kunstfærdige og må afskrække fornuftige forældre med Magasin-konto. Det er tvivlsomt om siderne med børnetøj sælger ret meget. Når det gælder køb af tøj til børnene ser forældrene, som dem der skal punge ud, mere på fakta end på fiktion, og børnene selv kan umuligt interessere sig for og dermed plage forældrene til nyt tøj ud fra det katalog. Gode børnefotografer er tilsyneladende en mangelvare.

Det er synd for kataloget, som i øvrigt er sobert med en passende og appetitvækkende blanding af stimulans og information. Jeg kunne såmænd godt vælge slips og skjorte ud fra side 23 – bare ikke alt sammen.