

Kay Bojesen – meget mere end træaber

REDAKTIONEN ([HTTP://365DESIGN.DK/AUTHOR/METTE/](http://365design.dk/author/mette/)) - 2 MINUTTER SIDEN



Når man hører navnet Kay Bojesen, er der mange, der tænker på de ikoniske træaber. Men Kay Bojesen startede oprindeligt et helt andet sted, nemlig med at designe bestik. Denne designarnv føres i dag videre af Kay Bojesens yngste barnebarn, Susanne Bojesen Rosenqvist, som 365DESIGN har mødt.

Susanne Bojesen Rosenqvist har haft Kay Bojesen under huden fra barnsben. Som ung arbejdede hun i sin farfars butik i København og senere hjalp hun sin far, Otto Bojesen, med kvalitetskontrol i forbindelse med Kay Bojesens trædyr og stål.

Efter en årrække på arbejdsmarkedet besluttede Susanne Bojesen Rosenqvist sig for at vende tilbage til Kay Bojesens univers i 2011, hvor hun grundlagde virksomheden Kay Bojesen. Her relancerede hun sin farfars sølv og bestik i mat og blankt stål.

"Jeg ser det som et stort privilegie at få lov til at videreføre min farfars designarnv og hans filosofi om, at "godt design er noget, som alle har ret til," forklarer Susanne Bojesen Rosenqvist til 365DESIGN.



Sølv et banede vejen

Kay Bojesen var oprindeligt uddannet sølvsmed og blev udlært hos Georg Jensen. Han var meget optaget af funktionalisme og var især draget af sølvs ets blanke og glatte overflade. I 1938 skabte han derfor en bestikserie i sølv, som senere fik navnet Grand Prix efter at have vundet førsteprisen på verdensudstillingen i Milano i 1951.

"Kay arbejdede med mange forskellige materialer i løbet af sin karriere, men sølv et forblev hans yndlingsmateriale," fortæller Susanne Bojesen Rosenqvist og tilføjer:

"Han betragtede sig selv som håndværker, ikke designer. Kay var en meget ihærdig og produktiv ildsjæl, og i løbet af sin karriere formåede han at sætte over 2.000 genstande i produktion."

Blandt de mest kendte design fra Kay Bojesen er de finurlige træfigurer, som i dag hører under Rosendahl Design Group, som står for både udvikling, produktion og distribution.

Nyt liv til gamle design

Ifølge Susanne Bojesen Rosenqvist var udgangspunktet for hendes farfars design ofte "at gøre livet nemmere for en husmor". Men hvordan skaber man balance mellem de gamle designklenodier og moderne nyfortolkninger?

"Det er vigtigt for os at forblive tro mod Kays designværdier, men også hele tiden forsøge at nytænke produkterne, blandt andet har vi tilføjet østersgaffel og hummergaffel i bestikserien. Og vi går ofte på opdagelse i hans designarkiv for at finde inspiration til nye produkter," siger Susanne Bojesen Rosenqvist.

Siden 2011 har Susanne Bojesen Rosenqvist således nænsomt givet nyt liv til nogle af de gamle design fra Kay Bojesen. Blandt nyhederne finder man skåle og fåde i porcelæn, som er støbt ud fra de skåle og fåde, som Kay Bojesen i tidernes morgen skabte i sølv.

"Bestikserien bliver ved med at være kernen i produktsortimentet, men vi vil gerne udvikle flere produkter, som kan komplementere bestikket og dermed skabe synergi og sammenhæng i borddækningen," fortæller Susanne Bojesen Rosenqvist.

Kundeporteføljen tæller i dag en lang række anerkendte restauranter. Ifølge Susanne Bojesen Rosenqvist er bestikket blevet populært, fordi det både er enkelt, har en god facon og ligger godt i hånden.



Klar til næste skridt

Et af de andre ikoniske produkter, som Susanne Bojesen Rosenqvist er stolt over at have ført videre, er den klassiske garder fra Kay Bojesen:

"Garderen er et klassisk dansk designklenodie. Tidligere kunne man kun få garderen i sølv, men nu har vi lavet en udgave i rustfrit stål, som ligger i et andet prisleje, hvor flere kan være med," lyder det fra Susanne Bojesen Rosenqvist.

Kay Bojesen var blandt udstillerne på Formland i august for første gang siden 2011, hvor Susanne Bojesen Rosenqvist netop havde etableret virksomheden, og på messen var der god respons fra de besøgende.

"Vi føler, at timingen er rigtig for os i forhold til at deltage på messe igen. Siden starten i 2011 har vi taget det stille og roligt, men nu føler jeg, at vi klar til at udvikle universet yderligere. Historien bag brandet er noget ganske særligt, og den er et godt afsæt for at føre Kay Bojesens produkter ind i en ny tidsalder," slutter Susanne Bojesen Rosenqvist.