Reflections

BY SENAB INTERIOR

NR 2.2015 www.senab.com



Bryter mot traditionen

Färgglatt och avspänt – stilen hos Collector Bank är allt annat än strikt.

STOCKHOLMS KROGKUNG SATSAR PÅ FLER HOTELL

KONTORET MED KÄNSLA FÖR DALARNA

LJUDARKITEKTEN VILL HA MER LIV PÅ KONTORET

arper



Agent Next Level Design
for Sweden:
T +46 (0) 73 207 90 90
pj@nextlevel-design.com

Arper Stockholm Showroom
Banérgatan 10
115 23 Stockholm, Sweden

Arper SPA
Via Lombardia 16
31050 Monastier
di Treviso (TV), Italy
T +39 0422 7918

Kinesit Collection
Design by
Lievore Altherr Molina

info@arper.com
www.arper.com

innehåll

#2.2015







06
STÄRKT STÄLLNING
Samgåendet med norska Magnar Eikeland Gruppen ger Edsbyn Senab en stark position i Norden.

07
SORTERAT
Nu finns fullt av smäckra stolar för det rörliga kontoret.

08
BANBRYTANDE
Det är glatt och avspänt i Collector Banks nya huvudkontor.

17
LJUD MOT OLJUD
I stället för att eliminera oljud bör vi tillsätta riktat ljud. Lite liv i miljön ökar trivseln.

19
VÄLDOFTANDE
Det räcker inte med bra skyltning. Med doftdesign lockas kunder att shoppa mer.

20
SAMARBETSLEDARE
Arkitekt Åsa Haremst leder Whites inredningsteam i Malmö.

24
ROFYLLD OAS
I SJ:s nyinredda lounger i Stockholm och Göteborg kan kunderna koppla av.

28
SATSAR PÅ HOTELL
Sandro Catenacci har utvecklat Nobis till en av Sveriges ledande krog- och hotellkoncerner.

32
GENIAL KAMP
Bruno Mathson och Piet Hein blev ovänner efter att ha skapat det innovativa bordet Superellipsen.

35
HÅLLBARA MÖBLER
Som möbelnation ligger Sverige långt framme inom hållbarhet.

38
DALAKÄNSLA
Ett varmt välkomnande möter besökarna hos Länsförsäkringar i Falun.

49
LJUSFAVORIT
Dansaren och koreografen Fredrik Benke Rydman gör succé efter succé. Ljuset är viktigt i allt han gör.









ARCHITECTION

BY SENAB









Arkitektritade kontor till alla

ALLT INGÅR – GENOMTÄNKT ARBETSMILJÖ, MÖBLER OCH KÄNDA ARKITEKTER

Nu finns det ett enklare sätt att förverkliga drömmen om ett arkitektritat kontor. Tillsammans med fyra välkända arkitektbyråer har vi på Senab Interior tagit fram ett nytt koncept – Architection – som omfattar färdiga inredningskollektioner. Det betyder att ditt företag får en väl genomtänkt inredning på ett enkelt och smidigt sätt som både sparar tid och pengar. Vi erbjuder en komplett inredning sammanställd och designad av arkitekter med lång erfarenhet av att utforma arbetsplatser som är anpassade till ett modernt arbetssätt.

Är du också övertygad om att god inredningsarkitektur tilltalar våra sinnen och ger positiv energi på jobbet?

SENAB INTERIOR

STOCKHOLM REGERINGSGATAN 66 **GÖTEBORG** FISKHAMNSGATAN 6C **MALMÖ** FERSENS VÄG 3 **HELSINGBORG** DROTTNINGGATAN 96
GÄVLE NYGATAN 28 **SUNDSVALL** STORGATAN 4 **ÖSTERSUND** KÖPMANGATAN 41 **EDSBYN** KARLSVÄGEN 2 **SENAB.COM/ARCHITECTION**

NY ENERGI VITALISERAR OCH SKAPAR KUNDNYTTA



Mikael Grundén
vice vd Senab Interior

Under de senaste åren har Senab, som är en central del i Edsbyn Senab-koncernen, varit i snabb förändring. Vi har inte bara skapat en ny koncernledningsstruktur där möbelproducenten Edsbyverken ingår på ett tydligare sätt, vi har också byggt en helt ny organisation för Senab med nya affärsområden och dotterbolag.

I det Senab som utgår från Sverige är vi i dag totalt 186 medarbetare – i affärsområdena Interior och Hospitality, i bolagen Senab Concept, Senab Services samt i vårt kinesiska bolag.

Av dessa 186 personer är en rätt stor andel nyanställda. Alla dessa nya professionella medarbetare vitaliserar oss och bidrar med ny energi till vårt 40-åriga företag. Också satsningen på den norska marknaden fortsätter genom fusionen mellan Senabs norska del och Magnar Eikeland Gruppens interiörverksamhet i det nybildade bolaget Senab Eikeland, med medarbetare.

Det snabba förändringsarbetet, både utan- och innanför landets gränser, i kombination med en svagare marknad, belastade under några år Senabs resultat. Men nu tar vi revansch! Vi är inne i en kraftig expansionsfas, samtidigt som vi har vänt till lönsamhet.

Från att för drygt ett år sedan bara haft utställningar och kontor i Stockholm, Göteborg och Malmö, är vi i dag etablerade på tio platser runtom i landet. Vår ambition att nå ut till kunder utanför storstadsregionerna har fått positiv respons, intresset är stort överallt där vi valt att starta verksamhet och de nya etableringarna bär sig redan på egen hand.

Vi har även utökat vår närvaro i Kina, där vi sedan några år har ett kontor i Shanghai och nu letar större lokaler med showroom.

För att klara av den kraftiga tillväxten och samtidigt hålla kontroll på våra siffror och affärer, ställs helt nya krav på oss. Leveranser måste bli säkrare och bättre, samtidigt som priser hålls nere. Med ambitionen att göra Senab till ett ännu mer professionellt företag har vi därför startat ett av de största interna projekten i vår historia, ”Sales to Cash – STC”. Detta är ett omfattande förbättringsarbete, där vi ser över våra processer med fokus på kvalitet och effektivitet.

Under hösten arbetar vi vidare med lanseringen av Architection, där kunder kan köpa ett ”arkitektritat kontor i paket” – en tids- och kostnadseffektiv lösning för mindre och medelstora företag som normalt inte når arkitekten på egen hand.

Vidare intensifierar vi vår tjänsteförsäljning genom att samla den i affärsområdet Senab Services, där nu även Senab Workplace Strategy, SWS, ingår. Vi kommer att fortsätta utveckla vårt tjänsteerbjudande. Ett kontor utgörs ju inte bara av sin inredning. Ännu viktigare är att underlätta arbetet och öka trivseln med genomtänkta lösningar och flöden, och dessutom ge avlastning i den dagliga skötseln av kontoret. Sammantaget ska våra medarbetare i samtliga affärsområden kunna erbjuda ”det totala kontoret”.

Jag är otroligt stolt över vårt nya lagbygge. Tillsammans bildar vi grunden för framtida leverans av utveckling och kundnytta.

SENAB INTERIOR

Reflections utges av Senab
www.senab.com
e-post: reflektion@senab.com

Huvudkontor
Besöksadress:
Regeringsgatan 66
Box 7164, 103 88 Stockholm
Tel 08-586 350 00, Fax 08-586 350 01

MIX
Papper från ansvarsfulla källor
FSC® C109062
www.fsc.org

Ansvarig utgivare: Mikael Grundén
Redaktör: Tove Gyllenstierna
Form&Layout: Claes W. Huber
Produktion: Gyllenstierna Media
Tryck: DanagårdLitho

Stärker sin ställning

Nu stärker Edsbyn Senab sin position i Skandinavien. Genom ett samgående med Magnar Eikeland Gruppen i Norge har det nya gemensamt ägda bolaget Senab Eikeland AS bildats. Det nya bolaget är störst på den norska inredningsmarknaden.

text TOVE GYLLENSTIERNA



Magnar Eikenland Gruppens huvudkontor i Stavanger.

Samgåendet innebär att Edsbyn Senab gör sin tredje strukturaffär i Norge på drygt ett år.

– Vid sidan av den svenska marknaden är Norge den i särklass viktigaste för Edsbyn Senab-koncernen. Syftet med samgåendet är att få kapacitet att genomföra affärer på alla nivåer, säger Edsbyn Senabs koncernchef Bengt Nilsson.

– Vi drar nytta av de ingående bolagens starka sidor för att kunna möta en marknad som blir allt mer komplex med höga krav i alla led. Vårt mål är att lotsa våra kunder till lösningar där arbetsplatsen inte bara är funktionell, ergonomisk och flexibel utan också speglar organisationens varumärke och utgör en stark konkurrensfördel, fortsätter Bengt Nilsson.

RIKSTÄCKANDE AKTÖR. Han pekar på att den nordiska interiörmarknaden hittills har kännetecknats av många relativt små aktörer med generellt svag lönsamhet och därför har varit i behov av konsolidering. Edsbyn Senabs förvärv av norska Pitney Bowes Interiör 2013 och etableringen av Edsbyn Senab AS som under hösten 2014 följdes upp med ett renodlat förvärv av Östereng Interiör, en av marknadsledarna i sydligaste Norge, ska ses som ett led i denna process.

– Och nu tar vi alltså ytterligare ett steg. På så vis skapar vi en mer rikstäckande aktör i Norge, som ger oss möjlighet att lokalt ge fortsatt god service åt kunder i alla storlekar, säger Bengt Nilsson.

Edsbyn Senab och Magnar Eikeland Gruppen äger vardera 50 procent av det nybildade bolaget som har sitt säte i Stavanger, center för den norska offshoreindustrin. Senab Eikeland leds av Magnar Eikeland Gruppens VD, Bjarte Bergsagel.


Bengt Nilsson


Bjarte Bergsagel


Det nya bolaget Senab Eikeland har drygt 100 medarbetare.

– Det är härligt att vara i en bransch som skapar ett mervärde till våra kunder i form av en bättre och trivsammare arbetsmiljö. I och med samgåendet med Senab inleder vi nu en fantastiskt spännande resa, där målet är att Senab Eikeland ska fortsätta att ta marknadsandelar och förbli den ledande aktören i Norge, samtidigt som vi levererar resultat åt våra ägare, säger Bjarte Bergsagel.

Samtidigt som Edsbyn Senab har stärkt sin position i Norge pågår en geografisk expansion i Sverige, där företaget nu finns etablerat från Östersund i norr till Malmö i söder. ■


01.


02.


03.


04.


05.


06.


07.

SITT VACKERT

Smäckra stolar för kontoret används på många sätt.

Det var länge sedan kontorsstolarna såg ut som klumpiga vidunder med spakar överallt.

Ergonomi, funktion och anpassning till människors olika kroppar åstadkoms inte längre på bekostnad av estetik. I dag är arbets- och mötesstolarna så snygga att de passar lika bra i hemmet eller på hotellet som på kontoret. Offeccts Ezy, av den franske designern Christophe Pillet, är exempelvis ursprungligen ritad till hotellet Pullman Paris Eiffel.

Framgångsrik produktutveckling på materialsidan gör stolarna både lättare och elegantare utan avkall på komfort, som Muutos Fiber Chair, i en innovativ biokomposit, ritad av danska designerduon Iskos Berlin. Och med modern teknologi göms ofta de mekanismer som reglerar sitthöjd, lutning och liknande inuti stolen, som till exempel i Arpers Kinesit av den spanska designstudion Lievore Altherr Molina.

Dessutom finns fler stolar anpassade för det mer rörliga, aktivitetsbaserade kontoret, där man ibland arbetar sittande på en pall vid ett högt projektbord eller har möte bekvämt tillbakalutad i en lägre stol.

01. ***Lammhults*****, Archal** **02.** ***Håg,*** **Sofi**
03. ***Edsbyn*****, Feather** **04.** ***Muuto*****, Fiber Chair**
05. ***Offecct*****, Ezy** **06.** ***Swedese*****, Kite**
07. ***Arper*****, Kinesit**



Välkommen till den nya tidens bank.



Collector Banks huvudkontor har inretts med originella möbler snarare än tidlösa klassiker.

Bryter mot strikta ideal

Det är glatt, inbjudande och avspänt i Collector Banks nya huvudkontor. Inredningen bryter helt mot de strikta ideal man förknippar med en traditionell bank. Det ska inte råda någon tvekan om att vi befinner oss i den nya tidens bank.

text INGRID SOMMAR *foto* ANDERS BERGSTEDT

Oj är detta en bank? Miljöer för den sortens traditionsrika verksamheter tänker man sig annars gärna som utpräglat diskreta. Sobert färgval, dämpade material, kanske kompletterat med fin och dyr konst på väggarna, om det råkar vara ett huvudkontor. Men här hos Collector Bank i Göteborg är det precis tvärtom. Starka konfektfärger som rosa, orange och lila, kontrasterat mot svart och grått. Många avspänt loungelika miljöer där det verkar inbjudande att hänga, bara några få personer eller i större grupper. Roliga, originella möbler, glatt blandade – verkligen inte någon gängse uppsättning av strikta och väluppfostrade designklassiker.

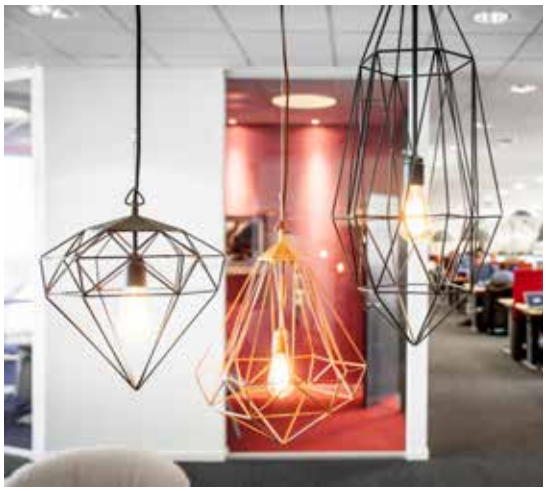
Men så är detta heller ingen vanlig bank. Utan en teknikintensiv och nytänkande, där hungriga 30-åringar blandas med kunniga veteraner, som sitter på tung kompetens och erfarenhet.

– En härlig blandning, säger Helena Björkengren, projektledare hos Collector Bank, som även ansvarat för detta företags senaste ombyggnad och nyinredning. För det har blivit ett antal av den varan på senare år. Ett företag som växer så det knakar behöver hela tiden utvidga. Och det är just vad som skett hos Collector Bank i Göteborg. »



Färgstarkt – inte diskret – sådan är stilen hos Collector Bank.



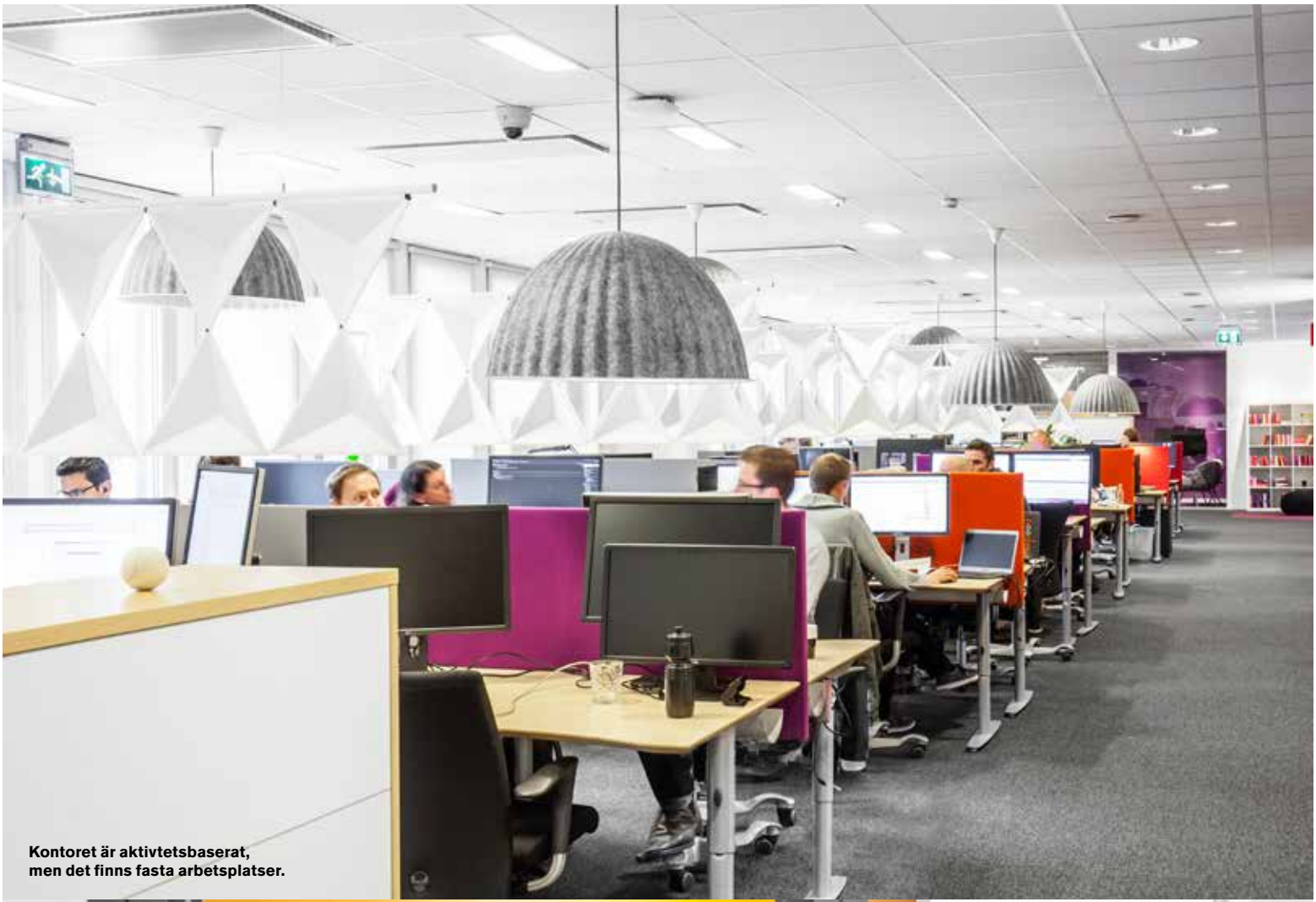




För vad är en bank nuförtiden? Frågan kanske verkar märklig, men de flesta har förstås blivit varse att de gamla traditionsrika bankerna drar ner. Färre kontor, mindre personal, fler automater. Men knappast är det lika tydligt vad som håller på att komma i stället. Den nya globaliserade och datoriserade tidens bank. Som inte främst bygger på gamla invanda varianter av banktjänster utan på nya snabbfotade mixer. Ja, rentav finns en hel räcka företag och tjänster tillgängliga i Sverige som passar in på beskrivningen – Marginalen, Ikano, Avanza, Almia, Klarna, Swish och i-Zettle. För att bara nämna några.

TRÄGEN VÄNTAN. Collector Bank med huvudkontor på Östra Hamngatan i Göteborg är urtypen för den nya sortens bank. Och en som faktiskt efter mer än ett och ett halvt års trägen väntan nu våren 2015 också fått den slutliga bekräftelsen – det officiella banktillståndet från Finansinspektionen. Nästa steg har varit börsintroduktion, som blev verklighet när bankföretaget noterades på Nasdaq OMX i början av juni i år.

– Men vår verksamhet kommer inte att förändras, vi har redan tidigare styrts av samma regelverk som »



Kontoret är aktivtetsbaserat, men det finns fasta arbetsplatser.





I samråd med arkitekten och kunden har Senab levererat en kombination av befintliga och specialtillverkade möbler.

”I dag konsumeras banktjänster på ett helt annat sätt än tidigare.”

bankerna, sa Collector Banks vd Stefan Alexandersson till Dagens Industri när tillståndet var klart i slutet av maj. Han fortsatte:

– Privatpersoner liksom små och medelstora företag konsumerar finansiella tjänster på ett helt annat sätt i dag än tidigare. Den trenden kommer att fortsätta och den spelar oss i händerna.

– Nej det viktiga med banktillståndet är mer en fråga om kommunikation, säger Åsa Hillsten Eklund, Collector Banks kommunikations- och marknadschef, som jag träffar tillsammans med Helena Björkengren på plats i det snabbt växande huvudkontoret mitt i centrala Göteborg. Alla känner till bankbegreppet och känner sig sannolikt mer trygga i den benämningen än i beteckningen kreditmarknadsbolag.

Collector grundades 1999 av Lena Apler och Johan Möller, bägge med förflutet i Securum Bank. Lena Apler var också företagets VD till 2014, men arbetar nu som styrelseordförande. Från början verkade den kommande banken främst som ett kreditmarknadsbolag som efter några år också började med faktureringslösningar, ofta skräddarsydda, åt olika företag. Kort därefter fick Collector status som finansbolag, började jobba med såväl lån som sparande för privatpersoner. Under de senaste åren har mobila betalningslösningar blivit allt viktigare för företaget, som även introducerat mobilappen ”Collector betalkoll”, där kunderna enkelt kan få helhetsgrepp över samtliga räkningar som ska betalas.

TREFALDIGAD. Att rollen som dynamiskt innovativ bank vid den finansiella fronten varit framgångsrik »



Collector Banks grundare Lena Apler har engagerat sig aktivt i inredningen, säger Karin Skoglund, en av de ansvariga hos Kaka Arkitekter.

framgår av det ekonomiska resultatet. De senaste fyra åren har Collector Banks balansomslutning ökat från 2,2 miljarder till 6,6 miljarder kronor. Intäkterna växte med 31 procent under 2014 och resultatet före skatt låg på nära en kvarts miljard. Samtidigt har antalet anställda vuxit från ca 100 personer för tre år sen till närmare 300 idag.

Lena Apler engagerade sig aktivt i inredningen av det nya kontoret, berättar arkitekten Karin Skoglund, Kaka Arkitekter, som varit Collector Banks kreativa konsult vid den senaste omgörningen av kontoret.

– Hon hade helt klart för sig vilken sorts stämning som skulle eftersträvas, säger Karin Skoglund. Att kontoret skulle kännas öppet och hemtrevligt. Att man direkt skulle uppleva miljön som inspirerande, ja härlig att jobba i eller besöka för ett möte.

Collector Bank arbetar aktivitetsbaserat, men har inte velat gå ifrån traditionen med fasta arbetsplatser. En stark ambition i den senaste omgörningen har varit att skapa ett modernt och rörligt kontor med gott om kreativa platser för såväl planerade och spontana möten, som för avspända pauser. I samråd med arkitekten och kunden har Senab levererat en kombination av befintliga och specialtillverkade möbler. Till de sistnämnda hör bland annat ljudabsorberande textilier à la ”kjoltyg” i taket. Enda nackdelen med Collctor Banks häftiga tillväxt, enligt Karin Skoglund, är att mysiga loungemiljöer ibland riskerar bantas bort för att lämna plats åt fler arbetsplatser …

– Jo så är det, konstaterar Åsa Hillsten Eklund. Det här 16-åriga företaget har precis börjat sin resa. Vi har som tydlig målsättning en fortsatt stark tillväxt och inga planer på att slå av på takten. Så visst finns det en symbolik i att det var SEB som satt i de här lokalerna förut. De downsizear och vi brer ut oss mer. ■

COLLECTOR BANKS NYA HUVUDKONTOR

Adress: **Östra Hamngatan 24, Göteborg**
Yta: **2821 kvm**
Antal arbetsplatser: **Cirka 225**
Projektledare: **Helena Björkengren, Collector Bank.**
Arkitekt: **Karin Skoglund och Annika Hedeblom, Kaka Arkitekter**
Upphandling och leverantör av möbler: **Senab Väst, projektledare Henrik Ericsson**





Collector Banks önskemål var att kontoret skulle kännas öppet och inspirerande.

EXPANSIONEN FORTSÄTTER

Nu fortsätter Senab sin expansion i södra och västra Sverige och öppnar försäljningskontor i Jönköping och Karlstad. Nu finns Senab i tio svenska orter.

Senab har nu fyra geografiska affärsområden: Senab Nord med Edsbyn, Gävle, Sundsvall och Östersund, som leds av Cristian Dahlén, Senab Stockholm, som leds av Lars Svanström. Senab Syd med Malmö och Helsingborg, som leds av Daniel Stridh samt Senab Väst med Göteborg, Jönköping och Karlstad, där posten som affärsområdeschef nyligen tillsatts med Mattias Stahlin.

NYA MEDARBETARE

SENAB INTERIOR

- *Lars Ljungberg*, säljare, Jönköping
- *Bjarne Levison*, säljare, Jönköping
- *Fredrik Olsson*, säljare, Karlstad
- *Fredrik Klasenius*, säljare, Stockholm
- *Nicole Nörgaard*, säljare, Stockholm
- *Malin Grönvall*, Logistics, Stockholm
- *Daniel Severinsson*, Logistics, Stockholm
- *John Mandin*, Logistics, Stockholm
- *Josef Östlund*, Logistics, Stockholm
- *Emil Vidlund*, Support, Stockholm
- *Lisa Sjövall*, Support, Göteborg
- *Anja Kisch*, koordinator, offentlig upphandling, Stockholm

SENAB HOSPITALITY

- *Susanne Lorentz Liljefors*, säljare, Stockholm

SENAB SERVICES

- *Peter Klarqvist*, säljare, Stockholm
- *Elin Magnusson*, servicekoordinator, Göteborg



GÖTEBORGSKONTOR I NY KOSTYM

Med hjälp av Senab Workplace Strategy har Senab byggt om sina lokaler i Göteborg med utställning, mötesrum och kontor. Förändringsprojektet inleddes med en förstudie, där alla medarbetare tillfrågades om arbetssätt och önskemål. En kartläggning av beläggningsgraden på kontoret gjordes också. Analysen av förstudien visade att fler mötesrum och tysta zoner behövdes. En noggrann utredning gjordes dessutom av flödena i lokalen, det vill säga hur medarbetarna går, rör sig och kommunicerar med varandra.

– Det är viktigt att man kan interagera med varandra i den nyinredda lokalen. Samtidigt behövs lugnare stråk och ytor för fokuserat arbete, säger Lisa Sandvik, projektledare för omdaningen.

Ett nytt mer funktionellt och inbjudande kök av bistrokaraktär har inretts av Senab Hospitality.



Lisa Sandvik

Lisa Sandvik, som numera innehar tjänsten som Senabs Visual Merchandiser, hade också i uppdrag att göra känslan i utställningen mer bebodd och levande. Här finns nu bland annat fyra zoner med de olika Architection-koncepten, där man kan se exempel på mötesrum och arbetsplatser.

SOMMARMINNE FRÅN MARSTRAND



För tredje året i rad stod Senab som sponsor av Stena Match Cup Sweden. Som vanligt skedde seglingsävlingarna på Marstrand, i år pågick evenemanget mellan den 29 juni och den 4 juli.

Volvo Cars hade en monter på tävlingsområdet som var inredd av Senab Concept med möbler ur Volvo Cars återförsäljarkoncept. I samarbete med arrangören Brandspot levererade Senab även möbler till bland annat Welcome Desk, Courtesy Desk och Match Cup Lounge.

Under tävlingarna bjöd Senab sina kunder på inspirerande föreläsningar. Marie Björling Duell, sexfaldig VM-medaljör i matchracing, pratade om hur man bygger ett team med mål att bli bäst i världen. Erik Stigmar, Retail Experience/CI Manager på Volvo Cars redogjorde för hur man skapar ett starkt globalt varumärke med hjälp av arkitektur.

186

Så många medarbetare totalt har i dag Senab AB, med affärsområdena Senab Hospitality och Senab Interior tillsammans med Senab Concept AB, Senab Services AB och Senab Trading Company Ltd i Kina. Det norska bolaget Senab Eikeland är inte medräknat.



SENAB I JURYN

Den 2 november delas 15 priser inom restaurangnäringen ut under Restauranggalan på Cirkus i Stockholm. Förebilder, inspiratörer och innovatörer i alla delar av branschen lyfts fram och hyllas. Senab Hospitality är partner inom kategorin Årets kroginteriör där Senabs säljare/projektledare Pelle Flodén sitter i juryn.

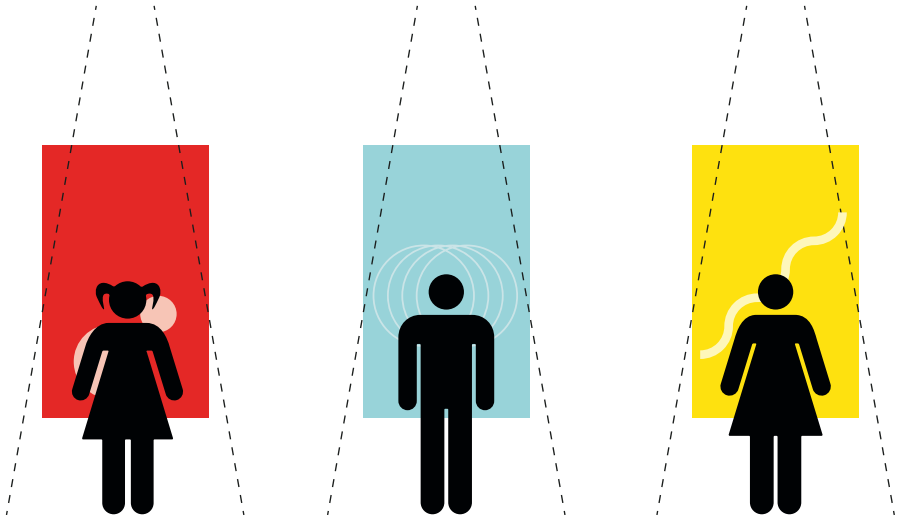


Ljud mot oljud

Fågelkvitter, havsbrus eller musik? Snarare än att eliminera buller tillförs nu specialanpassat ljud för att skapa goda arbetsmiljöer. – Lite liv i miljön gör oss både mer sociala och mer produktiva, säger ljudarkitekten Margareta Andersson.

text TOVE GYLLENSTIERNA

»



LJUDDUSCHAR. Med hjälp av riktat ljud avskärmas delar av en lokal ljudmässigt.

I moderna kontor med öppna rumslösningar ställs höga krav på ljudmiljön. En bra ljudmiljö ger en omedveten känsla av trivsel. Här löper arbetet på utan att man störs av buller eller plötsliga ljud och man har lätt att koncentrera sig när tankarna får flöda fritt.

Det finns många typer av störande ljud. De flesta har upplevt hur det känns när man dröjer sig kvar på kontoret och ventilationen stängs av. Plötsligt känns det som om vi tappar tio kilos vikt från axlarna, utan att vi varit medvetna om att vi suttit i ett subtilt brus från ventilationen. Annat oljud, som konstant finns omkring oss, stressar oss ännu mer. Sådant som fotsteg, ringsignaler, samtal som vi inte deltar i, trafikljud utifrån, slammer från köket … Ja, listan kan göras hur lång som helst.

Som tur är finns mycket som kan göras för att minimera oljudet. Eller maskera det. För även om det i dag finns ett stort utbud av snygga och effektiva ljudabsorbenter, kan man åstadkomma ännu mer genom att tillföra ljud med hjälp av ny teknik.

– Egentligen är det inte alltid tystnaden vi söker. Många som gillar musik under arbetet, sätter på sig hörlurar för att kunna jobba ostört utan att störa andra. Men om alla sitter i sin egen bubbla blir det ingen trevlig stämning på kontoret, säger ljudarkitekten Margareta Andersson.

KAN SKADA HÖRSELN. Hon tycker att hörlurar ska användas sparsamt, exempelvis när vi måste höra vad vi själva tänker eller vill lyssna på något som andra inte ska ta del av. Vissa hörlurar kan dessutom skada hörseln om de används dagligen. Hon menar också att en allt för tyst miljö skapar problem, eftersom plötsliga ljud blir mer störande då.

– Är det för tyst börjar vi viska eller vågar inte prata alls. Det känns väldigt otrivsamt. Lite liv i miljön gör oss helt enkelt både mer sociala och mer produktiva. Så det är inte alltid rätt att eliminera ljud. Ofta vill vi i stället förhöja miljön med musik eller naturljud. Det går också att maskera oljud genom att tillföra annat ljud.

Margareta Andersson berättar hur ljudarkitekterna på hennes företag Lexter Ljuddesign arbetar:

– När vi får ett uppdrag börjar vi med att analysera miljön och titta på funktioner och aktiviteter. Vilka aktiviteter stör andra, vilka aktiviteter behöver sekretess och så vidare. Sedan väljer vi ut lämplig specialteknik och skapar ett ljudkoncept, som tas fram av våra egna ljudproducenter. Det handlar om att få folk att må bra och prestera bättre.

De innovativa riktade ljudduscharna kan åstadkomma underverk i öppna kontorslösningar.

– Om vi sätter dem i taket ovanför gångstråken, separeras ytorna på ömse sidor från varandra rent ljudmässigt, förklarar Margareta Andersson

Ljudinnehållet kan vara allt från naturljud och stämningsljud till upplevelseljud och musik. Det anpassas till verksamheten och de aktiviteter som pågår på den aktuella platsen.



Margareta Andersson

”Egentligen är det inte alltid tystnaden vi söker. Många som gillar musik under arbetet, sätter på sig hörlurar för att kunna jobba ostört utan att störa andra.”

LÖSTE SEKRETESSEN. På några bankkontor med öppna planlösningar har man till exempel löst det här med sekretessen, genom att ljudmässigt avskilja sittgrupper, där kunder sitter och väntar på sin tur. Pågående samtal mellan rådgivare och kunder alldeles intill kan då inte avlyssnas.

Även hos ÅF i Malmö har Lexter Ljuddesign installerat ljudduschar. Här sitter tunna högtalare i taket ovanför skrivborden hos team som jobbar ihop. Bara de som ingår i teamet kan höra det skräddarsydda ljudet och de bestämmer själva vilket ljud de ska använda för stunden. De har en spellista att välja från.

– Det ökar samhörigheten hos teamet och stänger samtidigt ute oönskade ljud från andra håll i kontoret, intygar Zlatan Idnert, sektionschef på ÅF, Ljud och vibrationer, där man arbetar med hållbara ljudmiljöer, inte minst på kontor.

En allt för tyst miljö är inte bra att arbeta i, särskilt inte i öppna kontorslösningar, menar han:

– Man blir mer störd av obetydliga ljud, som hostningar och stolskrap. Det finns undersökningar som visar att det tar minst en kvart, innan den som blivit störd av plötsliga ljud återfår koncentrationen igen. Därför kan det vara bra att tillföra ett mer balanserat bakgrundsljud. ■



Designade *dofter*

Nybakade bullar, cigarr eller nytvättade lakan? Nu ska kunderna lockas att köpa mer med hjälp av doftmarknadsföring.

Tänk dig att du går in i en butik med intressanta varor, skyltade på ett spännande sätt. Men du går snabbt ut igen. Atmosfären är obehaglig och det luktar ofräscht. För även om upplevelsen av en butik i första hand är sortimentet, påverkas vår uppfattning om butiken och varumärket av alla våra sinnen. Till exempel ljud och doft.

På Butiksleverantörsmässan i våras tog Senab Concepts Johan Svensby, fram konceptet ”Framtidens Butik” tillsammans med retailbyrån Kollo.

– Med hjälp av doft, ljud, ljus, grafik och taktilt material ville vi visa hur man förstärker köpupplevelsen och skapar attraktiva butiker, berättar Johan Svensby.

VILL FÅ UPPLEVELSE. Särskilt doftupplevelsen har kommit allt starkare i fokus. Världens ledande varumärken har länge arbetat med doft, till exempel Samsung, Apple och Rolls Royce. Och Abercrombie & Fitch, den hajpade amerikanska modekedjan som breder ut sig i världen, har gått mycket långt i sin doftmarknadsföring.

Ett företag som specialiserat sig på doftdesign är Aroma Marketing. Bland kunderna finns hotell och gym, men framförallt finns de inom handelns alla sektorer– elektronik, livsmedel, mode och bil.

– Intresset för doftmarknadsföring växer starkt här i Sverige. Det räcker inte längre med trevlig personal, fina hyllor eller behaglig musik. Kunden vill få en upplevelse och där kommer dofter in i bilden. Det finns studier som visar att omsättningen ökar med mellan 5 och 8 procent i doftdesignade butiker, säger Yaroslav Shevchenko, VD för Aroma Marketing Sverige.

Han förklarar att rätt doft omedvetet kan uppmana konsumenterna att spendera mer tid i butiken och även kan styra till spontana inköp. Att sprida vällukt kan också vara ett effektivt sätt att locka in kunder till en butik.

– Så har vi gjort i flera Ica ToGo-butiker. Före jul förra året doftade det nybakade saffransbullar långt ut på gatan.

Men man får inte överdriva, menar Yaroslav Shevchenko:

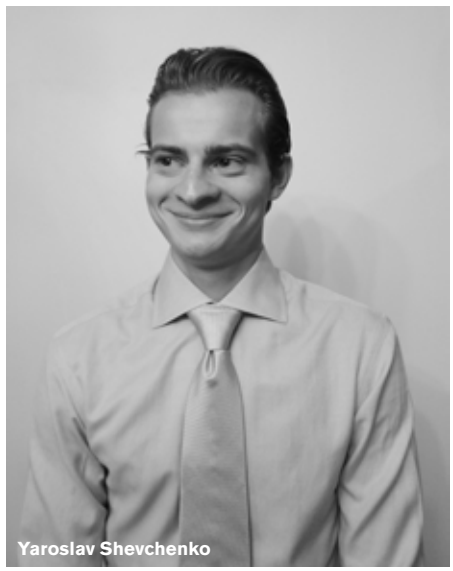
– Kunden ska inte mötas av en doftvägg. Det kan få motsatt effekt. Doften ska vara så subtil att den knappt märks. Görs det sofistikerat triggas positiva känslor i gång. Dofter verkar både medvetet och undermedvetet.

Vällukten sprids med hjälp av ny teknik. Doftspridarna anpassas efter omständigheterna, till exempel hur stor lokalen är och vilken temperatur den har. Aroma Marketing har ett doftbibliotek med 200 dofter, alla allergisäkra.

Modebutiker vill ha parfymdofter, medan man inom bilhandeln ofta vill ha en air av läder, tobak och sandelträ, berättar Yaroslav Shevchenko:

– Och i elektronikbutiker kan det dofta nytvättat på tvättmaskinsavdelningen, nybryggt kaffe i hörnan där espressobryggare säljs och popcorn på TV-avdelningen. ■

”Intresset för doftmarknadsföring växer starkt här i Sverige. Det räcker inte längre med trevlig personal, fina hyllor eller behaglig musik.”



Yaroslav Shevchenko

Samarbetar *för den* rätta stämningen

Intuitiva samarbeten och kunskapsutbyten för att skapa interiörer med den rätta stämningen. Så beskriver Åsa Haremst sitt jobb. Hon leder Malmös inredningsteam i Skandinaviens största arkitektföretag, White.

text INGRID SOMMAR



FOTO OLA JAIS

White ligger bakom inredningen av Lunds nya kommunhus Kristallen.

Lite diskret i bakgrunden till Malmös ”Nya Manhattan” – det vill säga Universitetsholmens nytaggiga skyline nära Centralstationen – husserar Skandinaviens största arkitektföretag White, det tredje största i Europa. Kontorshuset vid den så kallade Bassängkajen har givetvis ritats av företagets egna arkitekter och är faktiskt Whites andra hemvist i Malmös snabbt expanderande hamnområden.

– Men det där med storleken är inte så viktigt, säger Åsa Haremst, ansvarig inredningsarkitekt för teamet i Malmö. Samtidigt är det givetvis avgörande att White som företag sitter på fantastiskt varierad och väl inarbetad kompetens. Vi är duktiga på att sätta samman team som både har lokal förankring och spetskunnande på toppnivå.

Arkitektföretaget White med cirka 750 medarbetare har rötterna i Göteborg sedan 1950-talet, men det största svenska kontoret finns numera i Stockholm. Vändpunkten kom 1990 när White gick ihop med Coordinator, då också en av landets ledande arkitektkonstellationer med en historia som går tillbaka till 1950-talets unga och radikala uppstickarkontor ELLT och A4.

ALLA FÅR ÄGA. Till det utmärkande för White hör den utpräglat platta strukturen, där verksamheten ägs helt av medarbetarna. Alla kan bli delägare och företaget har i nuläget cirka 450 medarbetare som är delägare, varav cirka 110 partners, spridda på ett 15-tal kontor. De flesta runtom i Sverige, men White finns också i städer som Köpenhamn, Oslo och London.

– Men internt märker vi knappt att företaget är så geografiskt spritt, förklarar Åsa Haremst. Medarbetare med olika typer av specialkunnande finns ju i olika landsändar, så vi är vana att nätverka mellan kontoren. Ibland har vi också kunder som särskilt uppskattar att vi finns på flera orter, så att vi kan matcha kundernas egen organisation.

En sådan kund är Trafikverket, vars kontorsmiljöer hör till hennes pågående uppdrag när vi ses för den här intervjun. Uppgiften är att uppdatera och förbättra Trafikverkets inredningskoncept och »



ÅSA HAREMST

Född: **1959 i Stockholm**
Utbildning: **Arkitekt SAR, SIR, MSA, Lunds Tekniska Högskola**
Jobb: **Partner i White arkitekter, leder inredningsteamet i Malmö**
Aktuell med: **Vasakronans nya regionkontor i Malmö**
Andra uppdrag i urval: **SVT Malmö, Mercedes-Benz kontor i Malmö, Umeås kulturhus Väven, Lunds kommunhus Kristallen**
Kunder i urval: **The Absolut Company, Folktandvården i Skåne, Hälsostaden i Ängelholm, Umeå Kultur, Lunds Kommun, Vasakronan, Fastighets AB Briggen med flera**
Intressen utanför jobbet: **Snickra, fixa, pyssla och njuta! Utomhus och inomhus**



FOTO OLA JAIS

Inredningen av Kristallen var en slutkandidat i tävlingen Sveriges snyggaste kontor 2014.



FOTO OLA JAIS

Whites Malmökontor ligger i det nya kvarter som kallas ”Malmös Manhattan”.



FOTO ÅKE E:SON LINDMAN

Väven, den nya gränsöverskridande kulturarenan i Umeå, omfattar ett helt kvarter och har inretts av Whites Malmökontor.

arbetsmiljöer – lösningar som ska gå igen på verkets alla kontor runt landet. Det var just förmågan att sätta ihop team på många olika orter som bidrog till att Niras, Trafikverkets konsult, valde White för uppdraget. Även kompetensen när det gäller aktivitetsbaserade arbetsmiljöer spelade in. Projektet leds från Malmökontoret, som i sin tur samverkar med kollegerna runt landet.

FLYTER PÅ. Enligt Åsa Haremst känner medarbetarna oftast varandra så väl, att samarbetet i ett och samma projekt går smidigt från olika ställen i landet. Ofta behövs inte ens en gemensam träff i starten, kommunikationen flyter på via datorer och telefon. Däremot strålar medarbetarna från hela landet regelbundet samman för mer övergripande kunskapsutbyten. ”Vad tror vi om framtidens kontor”, kan vara tema för ett sådant. Eller diskussioner om möbler och trender i samband med resor till möbelmässan i Milano.

Kompetensen inredning finns framför allt vid Whites kontor i Stockholm, Göteborg, Malmö och Linköping. Inredningsarkitekterna blir därför extra vana att arbeta över hela landet. Paradoxalt nog har det sydligaste inredningsteamet, det vill säga det i Malmö, ofta nära samarbete med en av de nordligaste arkitektgrupperna, den i Umeå. Exempelvis samarbetade Umeå- och Malmökontoren kring 2014 års Kasper Salin-vinnare, kulturhuset Väven i Umeå. Ursprungligen var det norska stjärnkontoret Snøhetta som vunnit tävlingen om byggnaden, redan 2004. Men White i Umeå anlitades för att tillsammans med kommunen och de norska arkitekterna finslipa byggnadens alla detaljer. När det blev dags för projektering och inredning var det till Åsa Haremsts team i Malmö som frågan gick.

– I början av ett projekt jobbar vi väldigt intuitivt ihop med byggnadsarkitekterna, berättar hon. Startar med diskussioner om

stämningen i huset. Kulturhuset är ju ett omfattande bygge med många publika miljöer som bibliotek, restaurang och auditorier. Vi diskuterade sådant som mörkt eller ljust, typer av material. Ja, själva den energi vi ville att huset skulle förmedla. Upplevelsen av interiörerna.

Det är viktigt att samarbetet fungerar bra i alla led, understryker hon:

– Till exempel med de valda möbelleverantörerna. Att alla hjälps åt, stöttar varandra och siktar mot samma mål. Så var det bland annat i projektet Kristallen, där Senab var en av leverantörerna.

SKAPA LUGN. Kommunhuset Kristallen i Lund, som Reflections skrev om i förra numret, där Åsa Haremst och White i Malmö svarade för inredningen, fungerade som inspiration ifråga om själva processen för kulturhuset Väven.

– Bland annat gjorde vi tidigt en budget för hela inredningen i Umeå, vilket uppdragsgivaren var mycket nöjd med. Även för oss var det bra. Vi hade total koll på kostnaderna och kunde jämka – à la gungor och karuseller – om någon post avvek från vad vi ursprungligen hade tänkt.

Förutom kontor förekommer ofta vårdmiljöer bland Åsa Haremsts inredningsuppdrag. Som Barnsjukhuset i Lund och Hälsostaden i Ängelholm. Utmaningen i de här miljöerna handlar om att få människor att må bättre. Att via färger och material fånga hur ett sorts lugn skapas. Förmedla behagligt positiva känslor, som samtidigt inte får vara för livliga och hetsiga. Även tydlighet, att rummen upplevs som okomplicerade och lätta att orientera sig i, är avgörande i inredningar som handlar om vår hälsa. ■

WHITE

Företag: **White, ledande arkitektföretag i Skandinavien, tredje största i Europa**
Grundades: **i Göteborg 1951. Avgörande expansion i och med samgåendet med Coordinator 1990**
Ägs av: **medarbetarna som totalt är cirka 750 personer, varav cirka 450 delägare och cirka 110 partner.**
Arbetar med: **hus, landskap, rum, möbler, armaturer, gator och stadsdelar. Spetskompetens inom miljö, hållbar stadsbyggnad och vårdprojekt. Verkar med projekt i 12 länder, har genom åren utfört uppdrag i 50 länder.**
Omsättning 2013: **756 miljoner SEK**
Kontor i: **Göteborg, Malmö, Uppsala, København, Västerås, Halmstad, Stockholm, Örebro, London, Holeby, Linköping, Næstved, Oslo och Kiruna**



Vasakronan ville att det nya regionkontoret i Malmö skulle bli en stimulerande arbetsplats med lokal förankring och dessutom en ”snackis på stan”. Uppdraget gick till White.

FOTO OLA JAIS



En rofylld oas

För att lyfta kundupplevelsen och minska stressen erbjuder SJ sina trognaste kunder en rofylld stund inför tågresan. I Stockholm och Göteborg finns lounger som nu har nyinretts.

text TOVE GYLLENSTIERNA
foto JASON STRONG

På de två största tågstationerna i landet finns sedan flera år lounger för SJ:s årskortskunder, svart SJ Prio-medlemmar och för dem som reser i första klass. Våren 2015 nyinvigdes loungerna, sedan de renoverats och fått ny inredning. Uppdraget att uppdatera loungerna gick till varumärkes- och designbyrån Pond i Stockholm. Stockholmsloungen var den första som blev klar. Den ligger i den stora avgångshallens vänstra ände från huvudentrén sett, en trappa upp, ovanför McDonalds.

– Bland det första vi gjorde var att ta bort draperierna som hängde framför de stora fönsterytorna, där man kan blicka ner över allt som händer i den stora hallen. Öppna upp och ta bort känslan av inrökt hemlig, gammaldags herrklubb, säger Michela Barone Lumaga, arkitekt hos Pond.

MÅNGA TIMMAR. Hon berättar att hon och Ponds projektledare Niclas Hemlin tillbringat många timmar på Stockholms och Göteborgs centralstationer.

– Vi intervjuade resenärer och medarbetare. Vårt uppdrag var att göra en vänligare mer välkomnande och samtida miljö, förklarar Niclas Hemlin.

Ytan i loungen fördelar sig mellan en yttre, mer publik del, med en välkomnande entré, ett stort café och en ”veranda” med stora glaspartier mot avgångshallen samt två lug-

nare mer avskilda rum, med mjukare material och en mer utpräglad loungekänsla. Ju längre in man kommer, desto mer dämpade färgtoner och bekväma soffor. Här kan man hålla de mer lågmälda samtalen.

– Lite som ett vardagsrum, förklarar Michela Barone Lumaga.

Loungens möbler och färger skulle enligt SJ:s önskemål anknyta till nordisk natur och tradition, ljusa och lätta, men skulle även hänga ihop med SJ:s visuella identitet och värdeord som är pålitligt, enkelt, mänskligt och härligt.

– Därför har vi använt mycket skandinaviskt trä som bok och flera av möblerna har skandinaviskt ursprung, som Wegners »



På Stockholms central ligger VIP-loungen en trappa upp med utsikt över avgångshallen.



”Loungen är ett sätt att effektivt utnyttja tiden inför eller efter en resa.”

Ett skandinaviskt uttryck präglar SJ:s VIP-lounger, som här i Stockholm där caféet möblerats med Wegners Y-stolar.



Per-Ove Winterstad





Arbeta eller bara koppla av? SJ:s VIP-lounger bjuder på många möjligheter.

Y-stol, men här finns även italienska klassiker som stolen Petit Repos av Antonio Citterio, lampan Castore av hele de Lucchi eller Hella Jungerius soffa Polder, säger Michela Barone Lumaga.

Senab har varit totalansvarig för inredningsleverans, belysning, mattläggning, logistik och montering.

KOPPLA AV. Per-Ove Winterstad är SJ:s ansvarige för loungerna. Han berättar att Stockholmsloungen har cirka 1 200 besökare en vanlig vardag medan Göteborgsloungen har cirka 500 besökare. Loungerna har öppet alla dagar utom lördagar.

– Vår målgrupp är i första hand affärsresenärer och lördagar är ingen frekvent resdag i den gruppen, säger Per Ove Winterstad.

Loungens roll är att var en rofylld oas för avkoppling eller som informell arbetsplats. Ett sätt att effektivt utnyttja tiden inför eller efter en resa, förklarar han:

– Tanken är att man väljer den yttre delen om man ska stanna en kvart, tjugo minuter, medan man väljer den mer avskilda delen om man ska stanna bortåt en timme eller mer, då man verkligen har tid att koppla av eller sitta ostört och arbeta. ■

SJ:s LOUNGER

Plats: **Loungerna finns på centralstationerna i Stockholm och Göteborg**
Ansvarig hos beställaren SJ: **Per-Ove Winterstad**
Genomförande: **Design- och varumärkesbyrån Pond med projektledare Niclas Hemlin och arkitekt Michela Lumaga Barone**
Totalansvarig inredningsleverantör: **Senab med projektledare Ing-Marie Widell**

Fler hotell runt hörnet

Kvalitet i varenda detalj, tidlöst snygga inredningar och genuint personlig service. Det är Sandro Catenaccis recept på framgång inom hotell- och restaurangbranschen. Nu satsar han på fler hotell och en expansion utanför landets gränser.

text TOVE GYLLENSTIERNA *foto* MIKAEL LUNDSTRÖM

Han leder en av landets största restaurang- och hotellkoncerner, Nobis, med mer än en halv miljard kronor i årsomsättning. Ändå är Sandro Catenacci ganska anonym. Brodern, hovtraktören Stefano, syns desto mer i medierna, som hovtraktör och kökschef i Sveriges mest legendariska restaurang, den stjärnbeströdda Operakällaren.

Det blev stor uppståndelse när Sandro Catenacci köpte denna nationalklenod 1987. ”En pizzabagare! Han kommer att förstöra Tore Wretmans och Werner Vögelis kulinariska arv”.

Nu hade Sandro Catenacci aldrig varit någon pizzabagare. Och han har bevisat att olyckskorparna hade fel. Hans bana har den klassiska framgångssagans alla ingredienser. Den invandrade pojken som skapar något riktigt stort med egna händer. Allt startade med Caina på Folkungagatan i mitten av 1980-talet. En krog med genuin italiensk mat som snabbt blev trendig och fullsatt.

– Jag drev Caina tillsammans med min far under något år, men sedan gick jag min egen väg.

I den koncern Sandro Catenacci köpte ingick inte bara Operakällaren och Café Opera utan även anrika Stallmästaregården. Här har ”italienaren” fört det svenska kulturarvet vidare, även om det första han gjorde var att sälja den dyrbara konsten i Operakällarens foajé, något han fick mycket kritik för. Men i hans kalkyl ingick konstförsäljningen som ett sätt att finansiera affären.

Ett knappt decennium senare, 1996, kom brodern Stefano in som kökschef på Operakällaren. Och i dag nästan 30 år senare har koncernen utvecklats till en oändligt mycket större verksamhet med sex hotell och nio restauranger.

När vi ber honom förklara har han svårt »



”Inredningen, läget och komforten är viktiga för ett hotells framgång, men i slutändan handlar det om service. Vår personal måste ha rätt attityd.”

att ringa in framgångsfaktorerna.

– En kombination av ledarskap och intuition kanske. Jag är ingen strateg, har alltid gjort det jag tycker om och hoppas att det är fler än jag som gillar samma sak. Jag tittar inte heller på trender. Det är klart att man räknar innan man startar ett hotell, men jag går mycket på magkänsla.

FULLT HELA VECKAN. Han blir bara trött när alla säger att det pågår en överetablering av hotell.

– Redan på 1980-talet sa man att krogarna var för många. Då hade vi 400 i Stockholm, nu har vi 2 500 och så gott som alla är fulla. För dels har Stockholm vuxit, dels har beteendet förändrats. Nu går man ut flera gånger i veckan. Yngre människor lägger mer pengar på krogen och prisskillnaden mellan att äta ute kontra att köpa maten på Ica och laga själv har krympt.

När Reflections träffar Sandro Catenacci i hans kontor på Skeppsholmen har Nobis nya pizzeria, Giro, precis öppnats.

Back to the Italian roots, alltså? Eller trots allt ett uttryck för trendkänslighet?

– Varken eller. Min son Gustavo, som är chef för vårt senaste hotell, Miss Clara, ville göra något av lokalen intill. Vi diskuterade fram och tillbaka, en bar eller ett hamburgerhak? Vi bestämde oss för en pizzeria, men då ville jag att vi skulle göra det grundligt, med det rätta hantverket. Så vi åkte ner till Neapel och besökte de fem mest historiska pizzeriorna, fastnade för världskända Pizzeria da Michele och gjorde ett joint venture.

Går det bra kan det mycket väl bli en kedja av pizzerior, avslöjar Sandro Catenacci.

Just det här med kvalitet löper som en röd tråd genom hans resonemang.

– För att baka ett bröd behövs jäst, mjöl och vatten. Ändå kan två bröd smaka helt olika, det ena både vackrare och godare än det andra. Vad är det som skiljer? Jo hantverket!

Han tror att känslan för kvalitet har med hans uppväxt att göra.

– När jag var liten och vi bodde i Italien kunde pappa sätta hela familjen i vår bil och köra tre timmar för att komma till en restaurang med ’det bästa lammet’. Där tillbringade vi tre timmar vid bordet och sedan åkte vi tre timmar hem igen.



Hotell J, Nacka Strand.



Härlig takhöjd i Hotel Nobis lounge. Hotellet upptar ett halvt kvarter vid Norrmalmstorg i Stockholm.

NOBIS

Omsättning: **650 mkr**
Antal anställda: **500**
Ägare: **Sandro Catenacci äger 85 procent resten ägs av Stefano Catenacci 7,5 procent och Dennis Johansson 7,5 procent**
Krogar: **Operakällaren, Café Opera, Operabaren, Bakfickan, N.A.P, Stallmästaregården, Caina, Bistron, Restaurant J, Långa raden, Giro**
Hotell: **Stallmästaregården, Nobis Hotel, Hotel J, Hotel Skeppsholmen, Miss Clara Hotel, Täby Park Hotell**
Övrig verksamhet: **Stenkulla vatten, Brasil Development, hotellprojekt i Brasilien, Alberto Biani, italienskt klädföretag och Vers Audi & Flye, tenikbolag**

MÅN OM DETALJERNA. Kvalitetsmedvetandet genomsyrar allt han gör. Arkitekter och byggare har vittnat om hur han är mån om varenda inredningsdetalj på sina etablissemang. Hans kläder är skräddarsydda i Neapel.

– Även mina skor är handsydda. Det är bara några få jag möter, som är lika klädintresserade som jag, som kan se det. Då kan vi bli sittande och tala hantverk och kvalitet i timmar.

Sandro Catenacci arbetade några år i modebranschen, innan han köpte Operakällaren. Han har också haft en kort sejour som bilhandlare. Mellan 2009 och 2013 ingick Lexusåterförsäljaren Kaiser Bil i Nobiskoncernen.

Men i dag vill Sandro Catenacci helst prata hotell.

1999 öppnade Nobis sitt första hotell invid Stallmästaregården. I dag ingår sex hotell i koncernen och hotellen står nu för merparten av omsättningen.

– Vi har glidit åt det hållet. Eller, det har rättare sagt varit min medvetna strategi, säger han och inser i samma sekund att han säger emot sitt tidigare uttalande.

Han avslöjar också att det finns planer på expansion utanför huvudstaden för den annars så Stockholmsfixerade koncernen.

– Inte till Sveriges mindre städer. Men vi har tittat på flera europeiska metropoler, som Berlin och Rom, och just nu sonderar vi möjligheten att öppna hotell i Köpenhamn, en stad som jag gillar väldigt mycket.

Nobiskoncernens hotell ska vara personliga med en inredning som är snygg och elegant på ett tidlöst sätt, slår han fast:

– Materialen ska ha hög kvalitet och slitas på ett vackert sätt, som parkettgolv, skinnstolar och marmorskivor. Därför gillar jag inte trendiga inredningar som blir utnötta direkt. Jag jobbar helst med de bästa arkitekterna som Wingårdhs och Claesson Koivisto Rune – och de bästa möbelleverantörerna, som Senab.

INTE FINARE ÄN GÄSTERNA. Utöver inredningen har läget och komforten alltid ansetts vara viktiga för ett hotells framgång, men i slutändan handlar det om service, anser Sandro Catenacci:

– Vår personal måste ha rätt attityd. Inte bara slentrianmässigt säga välkommen med ett ditklistrat leende, de måste vara helhjärtat personliga och närvarande. Hos oss får vi



I samarbete med Neapels äldsta pizzeria driver Nobis pizzerian Giro på Sveavägen i Stockholm.



”Som kroggäst vill du titta på folk och spegla dig i de övriga gästerna. Det ska vara en bra mix. Krog är underhållning.”

inte tro att vi är finare än gästerna.

På krogen är det lite annorlunda. Visst är servicen viktig, liksom naturligtvis maten, men framförallt stämningen och publiken, menar han.

– Som kroggäst vill du titta på folk och spegla dig i de övriga gästerna. Det ska vara en bra mix. Krog är underhållning.

Själv är Sandro Catenacci nog ganska ovanlig, för han väljer inte krogen efter underhållningen, utan i första hand för maten. Och han är en utpräglad stamgäst:

– När jag inte går på mina egna krogar, återvänder jag hela tiden till Seikoen, en av Stockholms första japanska restauranger, som i mitt tycke är helt outstanding.

Fotboll har alltid varit ett av Sandro Catenaccis stora intressen. Ett tag var han AIK:s störste aktieägare. Och fotbollslaget FC Café Operas framgång kan mäta sig med Catenaccis egen – från division 8 till Superettan på sju år. Men nu är det Brommapojkarna som har hans hjärta.

– Mina två yngsta söner, 15 och 17 år spelar på elitnivå där. Nästan all min frus och min lediga tid går åt till att följa med dem på matcher runt om i Sverige och utomlands.

MILJONER TILL VATTENFÖRSÖRJNING. Sandro Catenacci har också kopplat ihop fotbollen med sitt samhällsengagemang i projektet Chiparamba, där fotbollsklubbar startas i Zambia. Inom koncernen har man engagerat sig i ytterligare välgörenhetsprojekt, Project Playground och Operakällaren Trophy. Det senare var en idé från Operakällarens VD, Abbe Ibrahim som i samarbete med Unicef arrangerar en årlig golftävling med en efterföljande auktion.

– Genom åren har vi skänkt nära 20 miljoner kronor som försörjt 7 000 personer med vatten i Kenya, säger en stolt Sandro Catenacci, som också är en av mentorerna i Prins Daniels Fellowship, där hjälpen ges till unga entreprenörer.

Men viktigast i Sandro Catenaccis liv är ändå familjen. Tre av hans fem barn arbetar i koncernen, där han är majoritetsägare – nyss nämnde Gustavo, Alessia som är marknadschef och Filippo som är webbredaktör.

– Klart att det vore roligt, om något eller några av barnen tar över en dag, men jag tänker inte så långt. Jag har inte tänkt sluta på många år ännu. Och jag tycker det är ganska meningslöst att planera längre än ett till två år. Världen är så föränderlig. ■

9 SNABBA FRÅGOR

Pizza eller Lakritsstekt anklever med lingon, brioche, flamberade äpplen och hasselnötter?
– Pizza.

Amarone eller Chateauneuf du Pape?
– Det var inte svårt – Amarone.

SUV eller sportbil?
– Kan inte välja, det beror på tillfället och humöret.

Twitter eller Facebook?
– Ingetdera, jag är inte så digital.

Boutiquehotell eller Ritz Carlton?
– Hm, svårt. Men det får bli Ritz Carlton i Paris, en riktig klassiker.

Stockholms skärgård eller Amalfikusten?
– Både och!

Soffan eller löprundan?
– Soffan, tyvärr.

AIK – Djurgården eller Swedish House Mafia?
– Matchen, såklart! Men vi sålde bra på våra krogar och hotell när Maffian var på Friends Arena.

Monarki eller republik?
– Monarki. Italien är ett tydligt exempel på att det är svårt att få en president som alla känner respekt för.

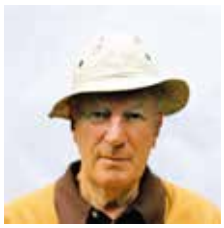


SANDRO (ALESSANDRO) CATENACCI
Gör: **Majoritetsägare och VD, Nobiskoncernen**
Uppväxt: **Född i Italien, Rom 1958 av italienska föräldrar i en fembarnsfamilj. Flyttade till Sverige som ettåring. Uppväxt i Stockholm (med ett kortare avbrott då familjen flyttade tillbaka till Italien).**
Familj: **Fru och fem barn, varav de tre äldsta arbetar inom Nobis**
Intressen: **Familjen, mat, fotboll, kläder och resor**

Kampen om den geniala formen

När en konstnärlig snickare och arkitekt möter en poetisk matematiker kan resultatet bli en världssensation. Som det innovativa bordet Superellipsen. Det skapades gemensamt av Bruno Mathsson och Piet Hein men utmynnade tyvärr i en långvarig konflikt. De båda egocentrikerna hade stundtals svårt att vistas i samma rum.

text SUSANNE HELGESON



Bruno Mathsson



Piet Hein

För första gången brydde sig Bruno Mathsson, Sveriges genom tiderna mest kände formgivare, om något han själv inte hade gjort. Han har berättat att det var så han kände när han kom i kontakt med den danske matematikern och konstnären Piet Heins idéer. I honom mötte svensken en fritänkande själsfrände som ofta gick ”vinkelrätt mot den vanliga tanken”. De träffades första gången i början av 1950-talet och 1964 presenterades deras gemensamma skapelse – det innovativa bordet Superellipsen – på utställningen Form Fantasi på Liljevalchs i Stockholm. Ingen var dock vidare imponerad, varken recensenter eller publik, och bordet passerade obemärkt förbi. Motsatt reaktion fick Superellipsen året därpå när det ställdes ut på Nordiska Galleriet och blev en veritabel succé, först i den församlade presskåren, sedan hos konsumenterna.

Superellipsens historia börjar med en trafiklösning. Arkitekten David Helldén, vars arbete präglade det moderna Stockholm, med bland annat Hötorgshallen, universitetet och den första av de fem Hötorgsskraporna, hade kört fast i tankarna kring Sergels Torg. Han hade skapat det karaktäristiska svartvita triangelmönstret, den generösa trappan upp till Drottninggatan och den glasade mittenbyggnaden mellan de båda planen. Nu gällde det att lösa trafiksituationen runt torget. Han bad Piet Hein om råd och denne föreslog en ny geometrisk figur för rondellens mittpunkt Sergelfontänen – en superellips. En kombination av oval och rektangel som hade ”många attraktiva egenskaper och ser förvånansvärt harmoniskt ut oavsett storlek och synvinkel”. Och så fick det bli. När torget stod klart 1960 hade fontänen, där Edvin Öhrströms glasobelisk senare placerades, fått en superelliptisk form.

FORMENS TILLKOMST. När Bruno Mathsson såg superellipsritningarna hemma hos Hein, ansåg han att formen var perfekt för en bordsskiva. Han bad om formeln till den så kallade lamékurvan som styr hörnens rundning i förhållande till sidornas längd och tyckte sig i denna ha funnit ”lösningen på många formgivningsproblem. En bordsskiva har ju sina trafikproblem på samma sätt som nu Sergels Torg, och inte minst trivsel- och känsloproblem”.

Ett samarbete inleddes runt utveck-



lingen och tillsammans skapade Mathsson och Hein fler former utifrån ellipsen samt det revolutionerande spännbenet som ger bordsskivan sin lätta och nästan svävande karaktär. Benet består av tre eller fyra metallstänger som längst ner samlas i en tre- eller fyrklöverprofil med en platta som avslutande fot – en innovation. Det är stabilt, lätt att montera och frakta. Kombinationen av bordsskivans form och benets elegans ledde till en stor internationell succé.

DEN PERFEKTA SITTKURVAN. Bruno Mathsson är kanske mest känd för sina fåtöljer med namn som Pernilla, Karin, Eva och Jetson. Men till hans ryktbarhet bidrog även Superellipsen och hans många hus, där gränsen mellan ute och inne suddades ut. Han har kallats allt från ”en av de egendomligaste gestalterna i svensk konstindustri”, ”det funktionalistiska formspråkets mästare” och ”särpräglad konstnär, egensinnig, småländskt envis och klurig”.

Mathsson var helt autodidakt efter att som 14-åring hoppat av skolan för att börja svarva trämöbler i faderns verkstad i Värnamo. Pappa Karl var snickarmästare i fjärde generationen, så det var naturligt att sonen skulle följa i hans fotspår. Bruno växte upp till en elegant renlevnadsman som gärna sov ute. I många år sökte han efter den perfekta sittkurvan genom studier i det han kallade sittandets mekanik – han satte sig bekvämt i en snöhög, tog sig upp och studerade avtrycket.

Danske Piet Hein var en sann renässansmänniska. Han kunde titulera sig vetenskapsman, matematiker, filosof, uppfinnare, författare och konstnär. I Sverige är han mest känd för sina samarbeten med Helldén och Mathsson och i Danmark bland annat för sina korta, vardagsfilosofiska verser, så kallade grukar. Mellan 1940 och 1963 gav han ut runt 7000 i ett 20-tal gruksamlingar.

GENIALA OVÄNNER. Efter bara något års produktion av Superellipsen blev Hein och Mathsson osams, om exakt vad är oklart, men det sägs att de både var lika geniala och superegocentriska och ibland hade svårt att samsas i samma rum. Oenigheten pågick ända fram till 1974, då tvisten löstes med att Superellipsen i dag produceras och säljs av både svenska Bruno Mathsson International och av danska Fritz Hansen. Trots dispyten behöll Bruno Mathsson respekten för Hein. Så här sammanfattade han deras samarbete: *”Superellipsen, Supercirkeln och Trisuperellipsen tillsammans med spännbenet har för mig blivit ett av de mest spännande äventyr jag kunnat drömma om.”*

Ett äventyr som fortfarande pågår för en alltigenom tidlös produkt. ■



SUPERELLIPSEN 1964

Designer: **Bruno Mathsson (1907–1988) och Piet Hein (1905–1996)**
Producent: **Bruno Mathsson International och Fritz Hansen**
Utförande: **”Svävande” bordsskiva med rundade hörn på spännben av stål eller kluvna ben av trä**
Utförande och mått: **En rad olika, både som standard och specialbeställningar. I familjen ingår även det kvadratrunda Supercirkel och det triangulära Trisuperellips.**

ENJOY YOUR WORK

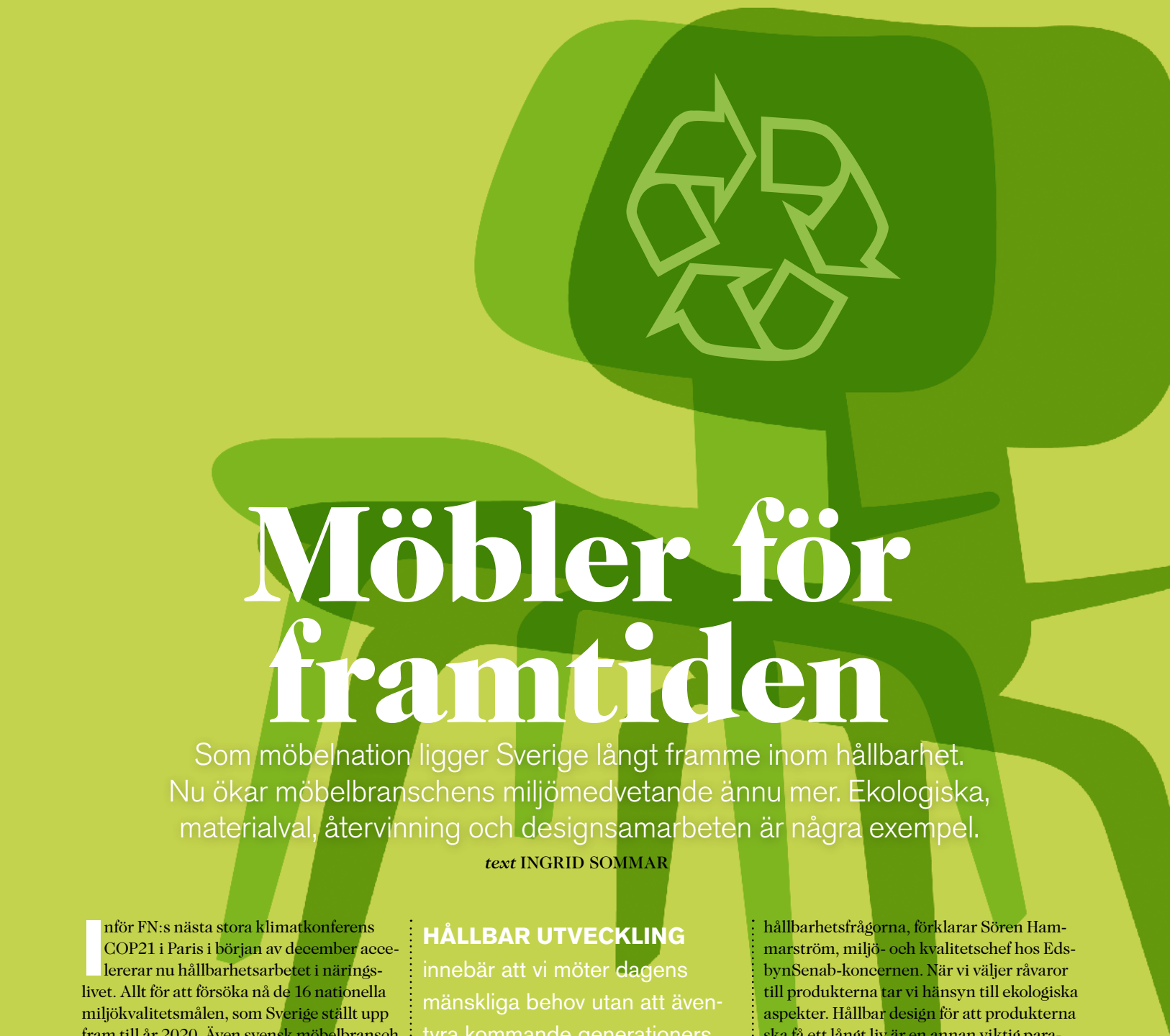


Innovative furniture with beautiful shape that inspires, combined with function that do not restrict. Furniture that will contribute to a positive work environment.

NEAT work tables - Design Thomas Eriksson Architects
FEATHER chairs - Design Jens Fager
EASE table screens - Design Andreas Engesvik & Jens Fager

edsbyn

For more information visit edsbyn.com



Möbler för framtiden

Som möbelnation ligger Sverige långt framme inom hållbarhet. Nu ökar möbelbranschens miljömedvetande ännu mer. Ekologiska, materialval, återvinning och designsamarbeten är några exempel.

text INGRID SOMMAR

Inför FN:s nästa stora klimatkonferens COP21 i Paris i början av december accelererar nu hållbarhetsarbetet i näringslivet. Allt för att försöka nå de 16 nationella miljökvalitetsmålen, som Sverige ställt upp fram till år 2020. Även svensk möbelbransch berörs, en bransch som generellt sett står sig väl vid en internationell jämförelse.

En viktig utmaning när det gäller hållbar konsumtion och produktion är den genomgående principen att det är ”förorenaren som betalar”. Företagens miljöarbete uppmuntras, vilket inte minst inom textil- och möbelbranscherna har lett till att företagen hunnit delvis längre än vad lagstiftarna ännu kräver.

Exempelvis gäller det återvinning av textilier. Klädbutiker som H&M, Lindex och Hemtex tar sedan något år tillbaka emot använda kläder för återvinning, medan ett lagförslag angående detta väntas först i slutet av 2015. Hos flera av företagen får kunderna till och med rabatterbjudanden för varje inlämnad påse med gamla tyger. I samma anda lanserade möbelföretaget Offecct i våras tjänsten ”Offecct LifeCircle”, där brukade produkter kan bytas ut alternativt renoveras – allt för att ge möblerna ett längre liv.

HÅLLBAR UTVECKLING innebär att vi möter dagens mänskliga behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina. Hållbarhet delas upp i olika områden, bland annat miljö, klimat och mänskliga rättigheter.

Även möbelföretaget Edsbyn har fokus på hållbarhet.

– Hela vår verksamhet har en koppling till hållbarhetsfrågorna, förklarar Sören Hammarström, miljö- och kvalitetschef hos EdsbynSenab-koncernen. När vi väljer råvaror till produkterna tar vi hänsyn till ekologiska aspekter. Hållbar design för att produkterna ska få ett långt liv är en annan viktig parameter.

HAMNAR INTE PÅ TIPPEN. Han menar att produktkvaliteten har ekonomisk betydelse för både brukare och tillverkare:

– Vi ser ett behov hos kunderna att befintliga kontorsmöbler kan tas om hand när de står i begrepp att köpa nytt. Där vill vi bidra till att uttjänta produkter kan gå till återbruk och återvinning, inte bara hamnar på tippen.

Samtidigt är takten i svenskt hållbarhetsarbete generellt sett fortfarande för långsam. Naturvårdsverket släppte i april en rapport om konsumtionens påverkan på klimatet. Den visade att utsläppen av växthusgaser, orsakade av svensk konsumtion, fortfaran- »



Edsbyns skärmsystem *Ease* är tillverkat av återvunna petflaskor.



Jens Fager





Med satsningen Offecct Lifecircle vill möbelföretaget ge sina produkter en ökad livslängd, bland annat genom att medverka till en andrahandsmarknad. Även vid tillverkningen fokuserar Offecct på hållbarhet, såsom minskad materialåtgång. Ett exempel är nya stolen *Oyster*, i design av Michael Sodeau.

de totalt sett ökat, enligt rapporten med sex procent under de senaste tjugo åren. Till konsumtion räknas då främst mat, resande och boende. Det sistnämnda – som möbelindustrins agerande i första hand relaterar till – står för en femtedel av konsumtionen.

MINDRE UTSLÄPP. En tydlig tendens är att allt större del av utsläppen som orsakas av svensk konsumtion sker utomlands. Allt resande tvärs över kontinenterna, liksom att maten vi äter i allt högre utsträckning produceras i andra länder, bidrar till att svenska utsläpp ökar utomlands. Under de senaste 20 åren med så mycket som 50 procent. För den produktion som sker i Sverige är trenden däremot den motsatta. Inhemsk produktion blir allt renare och utsläppen går stadigt ner. I den senaste mätningen en minskning med 22 procent under 20 år.

Svensk möbelbransch ligger här långt framme, även vid internationella jämförelser. Inte minst sker de svenska möbelföretagens produktion till stor del i Sverige.

– Vi brukar säga att 80 procent av våra leverantörer finns inom 30 mils radie, förklarar Maria Ragnarsson, ansvarig för kvalitet och miljö inom Offecct, vars huvudkontor och fabrik ligger i västgötska Tibro. Även för de resterande 20 procenten gäller att vi har hög grad av transparens. Koll på alla material som används, liksom på hur tillverkningen sker. Att den inte bara är miljömässigt, utan också arbetsrättsligt, i linje med högt ställda krav.

I en rapport från Trä- och möbelföretagen, TMF, i våras framgick att Offecct och Edsbyn, om än bägge långt framme, inte är några totala undantag. Sverige som möbelnation står sig väl, också i jämförelse med övriga Europa. Inte bara är den svenska möbelindustrin ekonomiskt framgångsrik – femte största exportör av möbler inom EU – utan ligger också internationellt i framkant när det gäller satsningar på innovation, miljö och hållbarhet.

– Till skillnad från andra europeiska länder har vi större delen av produktionen kvar i Sverige, kommenterade Cecilia Ask Engström, chef för branschutveckling på TMF, när rapporten presenterades i februari i år. Det bidrar till att svenska möbelföretag har bättre kontroll och kan arbeta mer effektivt med produktutveckling, innovation och hållbarhet.

Förutom väl etablerade redskap som mil-

jöcertifieringar och hög grad av transparens i produktionsprocesserna lägger de svenska möbelföretagen också stor vikt vid dialogen med designers. Här kan diskussionerna om exempelvis material redan på tidigt stadium ta en innovativ vändning i hållbar riktning. Ett exempel är Edsbyn skärmsystem Ease, som utvecklats i tät dialog med designerna Jens Fager och Andreas Engesvik. Materialet i skärmsystemet bygger på återvunna petflaskor.

– En tuff och stimulerande utmaning, kommenterar Jens Fager, där ett nära teamwork hade stor betydelse. Skärmsystemet kan se enkelt ut, men det till synes mest enkla kan i realiteten vara synnerligen komplext. Så var det här.



När Tengbom skapade sitt Archtection-koncept, *New Traditions*, prioriterades närproducerade möbler med höga miljökrav.

TUNGT VÄGANDE FAKTOR. Ett annat exempel är konceptet Architection, där några av Sveriges mest erkända arkitekt- och designföretag – Tengbom, TEA, Front och Studio Stockholm – på Senabs uppdrag erbjuder ett eget urval av möbler, många ritade inom arkitekt- och designföretagen själva. I Tengboms bidrag New Traditions är hållbarhetsaspekten en tungt vägande faktor.

– Vi ville prioritera möbler och produkter med höga miljökrav, förklarar Kristina Jonasson, ansvarig arkitekt hos Tengbom. Därför har vi genomgående valt leverantörer som tillverkar möbler med hög miljömässighet. Precis som de flesta svenska möbelföretag lever vi i dag upp till Miljöstyrningsrådets, MSR, nivåer för inredning. Allt i vårt koncept tillverkas i Sverige och några av möblerna är Svanenmärkta eller har annan märkning. På det viset når de spetskraven enligt MSR.

Samtidigt blir det allt mera belagt att även kunderna i ökande grad uppskattar företag som bedriver ett aktivt miljöarbete. I en undersökning från Naturvårdsverket i juni 2015 hävdade närmare 80 procent att vi i lilla Sverige visst kan bidra till att bromsa världens klimatproblem. Och 70 procent deklarerade uttryckligen att de helst vill handla från företag som aktivt arbetar för en bättre miljö och en begränsning av klimatförändringarna.

Även medvetenheten om och intresset för olika former av återanvändning och återvinning var stort bland deltagarna i enkätundersökningen.

Så ett aktivt miljöarbete räddar inte bara världen – utan i det långa loppet också företagen. ■

KVALITETS- OCH MILJÖMÄRKNINGAR PÅ MÖBLER

SVANEN. Nordiska Ministerrådet startade Svanenmärkningen för att hjälpa konsumenter göra bra val för miljön. Det började med papper och batterier. I dag finns Svanen på fler än tiotusen varor och tjänster, bland annat möbler.

MÖBELFAKTA. Ett referens- och märkningssystem för den svenska möbelbranschen, som introducerades hos Möbelinstitutet 1972 med krav som bygger på tre delar; kvalitet, miljö och socialt ansvar.

EMAS. EU:s miljöstyrnings- och miljörevisionsordning. Läs mer nedan under MSR.

FSC. Forest Stewardship Council är en oberoende internationell medlemsorganisation som verkar för ett miljöanpassat, socialt ansvarstagande och ekonomiskt livskraftigt bruk av världens skogar, genom sitt certifieringssystem FSC. Märkning sker på varor som kommer från skogsråvara, exempelvis papper (som papperet i denna tidning) och trämöbler.

EPD. Ett informationssystem för att faktamässigt beskriva miljöegenskaper hos produkter och tjänster i ett livscykelperspektiv. Läs mer nedan under MSR.

BRA MILJÖVAL. Naturskyddsföreningens miljömärkning.

MSR. Miljöstyrningsrådet är ett bolag som ägs gemensamt av svenska staten och näringslivet genom Miljödepartementet, Sveriges kommuner och landsting samt svenskt Näringsliv. Syftet är att utveckla och administrera verktyg för en hållbar utveckling och att stödja näringsliv och offentlig förvaltning att vidareutveckla miljöarbete på ett systematiskt och kostnadseffektivt sätt. Administrerar de tre frivilliga system –EMAS, EPD och Miljöstyrningsrådets upphandlingskriterier.

DE 16 SVENSKA MILJÖMÅLEN

Det svenska miljömålssystemet initierades 1999. Det övergripande målet är att förutsättningarna för att lösa miljöproblemen ska nås inom en generation – 16 miljökvalitetsmål och 24 etappmål.

De 16 miljömålen handlar om Begränsad klimatpåverkan, Frisk luft, Bara naturlig försurning, Giftfri miljö, Skyddande ozonskikt, Säker strålmiljö, Ingen övergödning, Levande sjöar och vattendrag, Grundvatten av god kvalitet, Hav i balans samt levande kust och skärgård, Myllrande våtmarker, Levande skogar, Ett rikt odlingslandskap, Storslagen fjällmiljö, God bebyggd miljö, Ett rikt växt- och djurliv.

Vid den senaste uppföljningen i våras konstaterades att utvecklingen är positiv när det gäller luftföroreningar och belastningen av näringsämnen. Inom klimatpåverkande gaser och biologisk mångfald är den däremot negativ. För resten var läget svårt att avgöra. Utförligare analys kommer i en fördjupad utvärdering som Naturvårdsverket ska redovisa till regeringen senast den 1 september. Mer info: *www.miljomal.se*





Med känsla för Dalarna

Sedan Dalarnas Försäkringsbolag förnyat sitt huvudkontor i Falun står mötet med kunden i centrum. Och kunden får ett varmt välkomnande i en miljö med många och påtagliga lokala inslag.

text SUSANNE HELGESON *foto* JASON STRONG

Få landskap väcker så många associationer som Dalarna: Zorn och Kallur, Karin och Carl Larsson, kullor och masar, kurbits och folkdans, Vasaloppet och Vansbrosimningen, Falu rödfärg och dalahästar…. En påtaglig del i denna historia har Dalarnas Försäkringsbolag som ingår i Länsförsäkringar och finns på sju olika platser i Dalarnas län. På huvudkontoret i Falun drogs under 2012 slutsatsen att en omfattande renovering av de publika ytorna i bottenvåningen måste göras. Byggnaden, som till 85 procent upptas av Dalarnas Försäkringsbolag tillika fastighetsägare, är byggd på 1980-talet. Här fanns brister i såväl arbetsmiljön som i det interiöra uttrycket. Dessutom var det en miljö som inte var helt enkel för besökare att orientera sig i. Företagsledningen ville därför nu med hjälp av ett omfattande arkitektoniskt grepp fokusera på mötet med kunderna samt dessutom öka både tydlighet och tillgänglighet. Ett förberedande arbete baserat på företagets värdegrund och vision genomfördes tillsammans med en grupp medarbetare. Här utkristalliserades honnörsbegrepp som lokal prägel, synligt kulturarv och det fysiska mötet med kunden. Utifrån detta bjöd man in till en arkitekttävling och resultatet bidrog till att Dalarnas Försäkringsbolag i Falun gick från den klassiskt pampiga bank- och försäkringsmiljön med marmorgolv och glaskronor i taket till en varmt välkomnande, nästan lite hemlik känsla.

TYDLIG OCH VÄLKOMNANDE. På det kullerstenbelagda, starkt sluttande Stora torget i Falun står inte bara frihetshjälten Engelbrekt Engelbrektssons staty. Här ligger också Rådhuset, den ståtliga Kristine kyrka – båda från 1600-talet – flera storbanker, Stora Ensos före detta huvudkontor och »









En faluröd knuttimmervägg välkomnar besökarna.





Inglasade ”rum i rummet” ger kontoret en varm känsla.



Lokala färger, som här dalablått, finns överallt i kontoret.

numera även Dalarnas Försäkringsbolags nya entré.

– Tidigare vette entrén mot en mindre betydelsefull plats, men beställarens önskan var att göra kontoret mer välkomnande och tydligt, så entrén flyttades till hörnet mot torget, berättar arkitekten Klas Wrange från Sweco Architects, som vann arkitekttävlingen om att förändra besöksfunktionen i det ombyggda kontoret.

Förutom de tidigare nämnda honnörsbegreppen byggde Swecos förslag på att den nya entrén gav förbipasserande, alltså presumtiva kunder, ett välkomnande intryck. Sweco ville också föra in lekfulla inslag, som till exempel soffor med mönstrade kuddar och de stora rundskurna mattorna, för att ge mer personlighet och bryta mot den traditionella bankmiljön. Allt naturligtvis i enlighet med dagens krav på personalens säkerhet och kundernas integritet.

KURBITSINFLUERAT. Och faktum är att känslan som möter besökaren innanför dörren är långt ifrån den man får i liknande miljöer. I stället för ”ta-en-nummerlapp- och-vän-



Gedigna material och hantverk från Dalarna förstärker den lokala prägeln.

ta-på-din-tur-i-kassan” tas kunderna emot av en värd eller värdinna som förhör sig om typen av ärende. Därefter blir kunden trivsamt ledsagad till lämplig plats eller person. Här finns 18 traditionella tjänsterum med besöksstol, tre stora och åtta mindre mötesrum med runda glasade väggar. Helhetsintrycket är ett varmt och modernt välkomnande med lokal prägel. Till detta bidrar de gedigna materialen, de glasade rummen i rummet och de mjuka kurbitsinfluerade färgerna dovt dalablått, vitt, svart och orange.

De lokala inslagen hämtar inspiration från Dalarnas konst- och hantverkstradition. Till exempel finns i taket en mönstrad bård som är hämtad från en gammal dalmålning. Bakom receptionen står en gedigen fulltimmervägg, utförd på plats av en timmerman och därefter målad med Falu rödfärg.

– Väggen är inte bara skådebröd utan fyller en dämpande, isolerande funktion mot bankverksamheten bakom. Och så har vi kuddarna i besökssofforna med mönster som påminner om gamla fantastiskt vackra textilmönster vävda i trakten, förklarar Klas Wrange. »



Färgskalan är hämtad från kurbitsmålningar.

I mitten av maj 2014 fick Senab i Gävle ett förfrågningsunderlag från Dalarnas Försäkringsbolag och projektledaren Andreas Isacson beskriver processen som mycket smidig och berömmer logistiken under genomförandet som delades in i fyra etapper.

SYMPATISKT ANSLAG. Han berättar att det handlade om olika typer av inventarier i ett förslag som Sweco i Falun arbetat fram:

– Det första som slog mig var det sympatiska anslaget med alla de lokala detaljerna, bland annat ingick ett antal ljudabsorberande tavlor från Zilenzio med väldigt vackra miljö- och årstidsbilder tagna av en den lokala fotografen Trons. Möblemanget är modernt från svenska leverantörer som Lammhults, Edsbyn, Materia, Offecct och mattor från Ogeborgs. ■



Möblemanget kommer nästan uteslutande från svenska leverantörer.

LÄNSFÖRSÄKRINGARS KONTOR I FALUN

Beställare: **Dalarnas Försäkringsbolag (ingår i Länsförsäkringar)**
med projektledare Adam Ericsson
Yta: **700 kvadratmeter**
Arkitekt: **Sweco Architects Falun, med ansvariga arkitekter Klas Wrange och Hans Pettersson**
Inredningsleverantör: Senab, Gävle, med projektledare Andreas Isacson

LAMMHULTS



WE WILL ALWAYS BE MODERN, OUR DESIGN ALWAYS ESSENTIAL

ADD CHAIR DESIGN ANYA SEBTON, 2015

WWW.LAMMHULTS.SE

PART OF LAMMHULTS DESIGN GROUP

ENJOY YOUR MEETING



Innovative furniture with beautiful shape that inspires, combined with function that do not restrict. Furniture that will contribute to a positive work environment.

EASE floor screens - Design Andreas Engesvik & Jens Fager
FEATHER chairs and table - Design Jens Fager

edsbyn

For more information visit edsbyn.com



FOTO DANILE AHLGREN

Prins Carl Philip (nedan) är en hängiven racingförare.

SPÄNNANDE SAMARBETE MED STCC

FOTO JERRY VÄRLGREN

Senab Concept har länge haft stora projekt inom bilindustrin, där skräddarsydda inredningskoncept levereras till återförsäljarna hos bland andra Volvo Cars och Volkswagen-gruppen. Nu tar Senab Concept ytterligare ett steg in i denna bransch som sponsor till STCC – Scandinavian Touring Car Championship.

– Vi inreder VIP loungen som kommer att heta STCC VIP Lounge – Designed by Senab Concept, berättar Michael Emanuelsson, Senab Concept.

STCC är samlingsnamnet på ett flertal olika klasser: STCC, Clio Cup JTCC, Porsche Carrera Cup, Formel Renault 1.6, V8 Thunder Cars samt Swedish GT.

Prins Carl Philip hör till den hängivna skaran racingförare och för tredje året i rad arrangerades kartingtävlingen Racing Pokal under Lidköping Open den 8–9 augusti. Prins Carl Philips Racing Pokal instiftades på Prins Carl Philips initiativ 2013 och syftar till att hjälpa unga lovande kartingtalanger vidare i racingkarriären.

KONTORET – *ETT STRATEGISKT VERKTYG*



Senab Services etablerades 2011 och har erbjudit sina kunder ett utökat serviceprogram runt kontorsarbetsplatserna – bemanning av servicefunktioner såsom reception, städning, kaffemaskiner och växter på kontoret.

Parallellt har Senab arbetat allt mer intensivt med det verksamhetsbaserade kontoret – ett arbete som sedan slutet av 2013 samlats under namnet Senab Workplace Strategy, SWS. Här har Senab hjälpt kunder att analysera sina verkliga behov, för att optimalt nyttja sina arbetsplatser.

– Nu samlar vi all tjänsteförsäljning inom Senab Services, då vi ser stora utvecklingsmöjligheter inom området. Här finns många fler tjänster som kan komma att bli aktuella att ta in i erbjudandet, säger Senabs VD Bengt Nilsson.



Johan Selberg

– För att satsningen ska bli framgångsrik, måste Senab Services komma närmare den övriga verksamheten i Senab. Bolaget kommer därför att ingå som ett affärsområde i Senabs ledningsgrupp, fortsätter Bengt Nilsson.

Johan Selberg, tidigare affärsområdeschef i Senab Väst, har utsetts till ny VD för Senab Services. Han menar att företagen ska se kontoret som ett strategiskt verktyg:

– För att få ut mer av sitt kontor behöver företag bestämma vilken funktion kontoret ska ha i att nå sitt övergripande affärsmål. Det gäller givetvis den fysiska miljön men även vilken servicenivå som behövs. Varje företag tjänar på en arbetsmiljö och en servicenivå som stöder arbetsprocesserna och stärker varumärket. Senab Services ser till att kunderna når sin fulla potential.

1975

Det är 40 år sedan Senab grundades i en källarlokal på Östermalm i Stockholm.

TAR MED SIG LEDNINGEN IN I FRAMTIDEN



Annicka Dickson



Stefan Wikenhed

När IT-företaget Novotek ville optimera sitt ledningsgruppsarbete vände man sig till Annicka Dickson, arbetsplatsstrateg, Senab Services.

Novotek är ett företag som levererar lösningar inom industriell IT och automation.

– Vi är pionjärer inom vårt område tack vare vår engagerade personal. Nu behöver vi optimera vårt ledningsgruppsarbete, få en struktur och ett arbetssätt som ligger i tiden och vrider blicken framåt och uppåt, säger Stefan Wikenhed, VD Novotek Sverige.

Senab Services arbetsplatsstrateg Annicka Dickson har fått uppdraget att tillsammans med ledningsgruppen identifiera strategiska val för att uppnå organisationens vision.

– För uppdraget att finna nya och bättre vägar in i framtiden passade hennes flexibla arbetssätt och erfarenhet perfekt, säger Stefan Wikenhed.

Han understryker att det krävs många steg, både framåt och bakåt, innan man hittar de rätta vägarna.

– Redan efter de första sessionerna med Annicka Dickson har vårt sätt att tänka påverkats ansenligt och vi är nu på god väg mot våra framtidsmål. Genom målen tydliggörs ledningens uppdrag, säger Stefan Wikenhed.

MEST NÖJDA KUNDERNA

Senab har blivit utsedd till vinnare i tävlingen Custice Awards i kategorin ”Bästa leverantör inredning 2014”. Vinnaren i tävlingen är den inredningsleverantör som har haft högst företagskundnöjdhet i Sverige under 2014.

Custice medarbetare intervjuar kontinuerligt beslutsfattare på företag i hela Sverige. Custice Awards 2015 bygger på intervjuer gjorda 2014. Sammanställningen baseras på 14 089 svar.

För att statistiskt säkerställa att det finns tillräckligt underlag har Custice tagit bort alla leverantörer med mindre än 500 svar nationellt och 30 svar länsvis. Av kvarvarande leverantörer utses den vinnare i varje kategori, som fått högst medelbetyg.

85

decibel är maxgräns för daglig bullerexponering enligt Arbetsmiljöverkets föreskrifter. Rekommenderad högsta medelljudnivå i kontor ligger dock lägre – på 40 decibel.

VEM HAR SNYGGASTE KONTORET?

Den 30 september är sista dagen att nominera till tävlingen Sveriges snyggaste kontor där Senab är partner.

Senabs vice VD Mikael Grundén sitter i juryn och arbetsplatsstrateg Annicka Dickson är en av talarna under Fastighetsmarknadsdagen den 17 november på Grand Hôtel i Stockholm, där prisutdelningen sker senare på kvällen. Läs mer på: *www.sverigessnyggastekontor.se*

HETA INREDNINGSTRENDER I HÖST

Hantverk är fortfarande en stark trend inom inredning. Trämöbler, ofta betsade i klara färger, vävda bonader och Afrikainspirerade textilier, såsom batik. Hållbar och småskalig produktion är i fokus.

Färgpaletten är bred. Allt från de senaste årens pastelliga toner, till dova jordiga. Mycket orange, och senapsgult, men även klara primärfärger som klargult, blått, grönt och rött.

Bland materialen syns mycket laminerat och möblerna har ofta kraftigt lackerade ytor. Dessutom mycket glas, bland annat lampor med infärgat glas, glasbord, vaser och liknande. Transparens är också en trend, till exempel textilnät, metallnät, flätat och vävt.



EDSBYN PÅ PLATS I OSLO



Den 7 maj slog Edsbyn upp sina portar i Oslo.

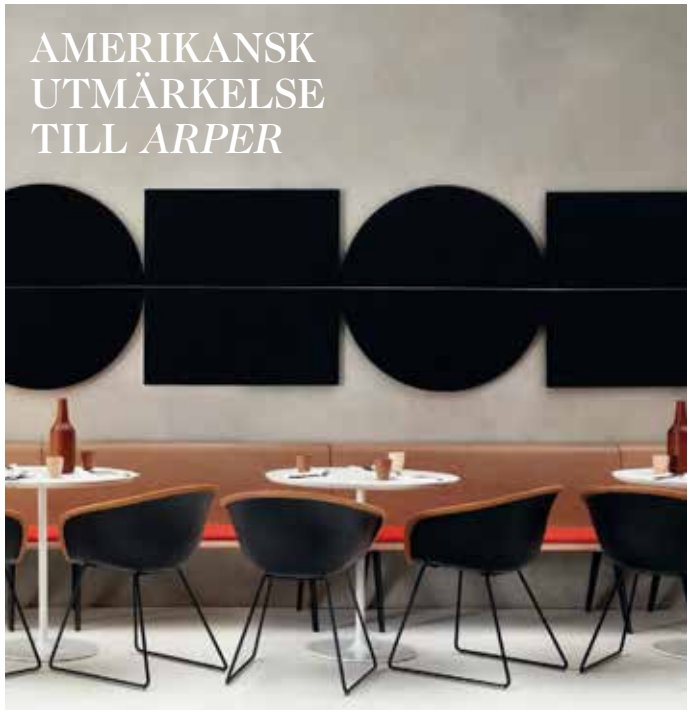
– Vårt nya showroom ligger i Skøyen i en lokal på 320 kvadratmeter som vi delar med tre andra företag, bland annat ett arkitektkontor, berättar Tore Moen, Edsbyns Brand Manager i Norge.

Här visas nu det senaste kontorsmöblerna ur Edsbyns kollektioner, som stolar och bord i serien Feather och de flexibla skärmarna i serien Ease.

Tore Moen är mycket nöjd med showroomets läge:

– Skøyen är ett kreativt kluster med många företag inom design. Dessutom är det nära både till centrala Oslo och till flygplatsen Gardemoen.

AMERIKANSK UTMÄRKELSE TILL *ARPER*



Den italienska möbelproducenten Arper satsar allt mer på produkter som passar i de nya öppna aktivitetsbaserade kontoren, där människor behöver mötas och samarbeta, men även kunna avskärma sig.

På möbelmässan Neocon i Chicago fick Arper två utmärkelser. För stolen *Kinesit*, i design av det Barcelonabaserade designteamet Lievore Altherr Molina, som utmärktes för sin bekvämlighet tack vare den smarta, osynliga, högteknologiska lösningen som möjliggör rätt inställning för varje individ. Och skärmsystemet *Parentesit*, även det ritat av Lievore Altherr Molina, hyllades för sin enkla grafiska form, där den geometriska utformningen möjliggör flera kombinationer. Dessutom har det en innovativ teknologisk lösning med inbyggt ljus och ljud.

FREDRIK ”BENKE” RYDMAN

Började dansa hemma i Västerås och tävlade i lindy hop och bugg. Valde mellan Balettakademin och att snowboarda i alperna. Fastnade för streetdance på en resa till Los Angeles och bildade dansgruppen Bounce med bland andra Jennie Widegren och David Dalmo. Har skapat egna tolkningar av klassiska verk, till exempel internationella succén *Svansjön Reloaded* och senast *Eldfågeln*. Han verkar i dag som koreograf, regissör och scenograf och är upphovsman till Måns Zelmerlöws vinnande shownummer i Eurovision.

Fyller rummet med ljus

Rumslighet är alltid intressant, säger Fredrik Benke Rydman, dansare, koreograf, scenograf och regissör. I sina föreställningar strävar han efter att hitta det där enkla, raka. Det som bara är. Och ljussättningen är en viktig del.

text GUNILLA MILD NYGREN *foto* ANDREAS LUNDBERG



LOPPISFYND. Tom Dixons Copper Shade.

Med dansgruppen Bounce satte han streetdance på kulturkartan. Han har tolkat klassiska Svansjön med häftiga hiphopbeats och flyttat den till en hård gatumiljö. Han satte Shakespeares Macbeth i 1970-talets estetik med smart scenografi tillsammans med Lehna Edwall på Stockholms Stadsteater. I våras fick Stravinskijs Eldfågeln ett kritikerhyllat lyft på Göteborgsoperan. Det kan tyckas som om Benke dansar från klarhet till klarhet. Men för drygt två år sedan vaknade han med kraftig smärta i nacken. Diagnosen var diskbråck och sedan dess har han inte kunnat dansa professionellt.

– Jag sörjde när jag förstod att min aktiva danskarriär var över. Dessutom blev det en identitetskris – vem är jag om jag inte är dansare? Det satte igång många tankar, säger Fredrik Benke Rydman.

Tankarna formade sig till idéer och nya projekt tog form.

– Det hjälpte mycket att börja jobba med nya projekt, då fokuserar man på dem och det har också varit ett sätt att gå vidare och utvecklas.

Bland allt annat driver han även danscentret House of Shapes i Stockholm tillsammans med Bounce-kollegan Jennie Widegren, hon som stod bakom årets Designwalk by Senab.

VILL HITTA DET KLURIGA. I sitt skapande vill han hitta det där naturliga flödet.

– När allt faller på plats och det inte finns något annat sätt att göra det på. Att göra coola grejer med mycket pengar är inte svårt, men att hitta smarta, kluriga lösningar kräver mer. Och det är roligare.

Han konstaterar att koreografi och scenografi hänger tätt ihop: Båda handlar om rumslighet, att fylla rummet med en komposition och sitt eget uttryck. Han söker det enkla och raka. En tydlighet som talar direkt till publiken.

Och han betonar betydelsen av ljussättningen, både på scen och hemma.

– Med ljus skapas stämningar, rum och känslor. Det går att skapa kreativa lösningar med hjälp av ljuset.

Därför har han valt en lampa som designfavorit, Copper Shade av Tom Dixon.

– Jag gillar den enkla och rena formen. Var väldigt nöjd när jag hittade en för tio kronor på en loppis. ■







Gothia Towers har totalt 1 200 hotellrum, åtta restauranger/caféer samt ett stort antal konferensrum och liknande utrymmen.



Anna Wennberg



Högsta och sista tornet klart

Det tredje och högsta tornet i Gothia Towers blev färdiginrett i januari i år. Därmed har Göteborg fått Skandinaviens och ett av Europas största hotell.

text TOVE GYLLENSTIERNA *foto* KRISTER ENGSTRÖM

Efter att ha jobbat med ett flertal ombyggnadsetapper under åtta år kunde Senabs projektledare Anna Wennberg pusta ut. Samtidigt är hon stolt över att ha varit med och lotsat i genom detta prestigeprojekt med totalt 1 200 rum, åtta restauranger och caféer samt ett stort antal konferensrum och liknande utrymmen.

– Logistiken var en av de största utmaningarna. I och med att hotellet är så pass stort och ligger så centralt i Göteborg, nära Liseberg och precis i anslutning till Svenska Mässan. Här är trafikläget intensivt och kaotiskt. Lastplatserna räcker ofta inte till, även om Svenska Mässan, som också är hotellets ägare, har varit mycket tillmötesgående, säger hon.

Ändå har man behövt ta hänsyn till de pågående aktiviteterna i och kring mässlokalerna, som under färdigställande av hotellet har pågått för fullt.

– När det till exempel var båtmässa avlöste långtradarna varandra för att lasta av och på. Då fick vi ta det lugnt med våra leveranser, berättar Anna Wennberg.

ÖPPET SAMARBETE. Ett annat logistiskt dilemma var att hotellet ville börja hyra ut rummen i det tredje tornet innan frukostmatsalen högst upp var klar.

– Och så gällde det att hålla de ekonomiska ramarna i detta gigantiska projekt. Det lyckades, mycket tack var det goda och öppna samarbetet mellan oss på Senab och dåvarande VD:n Petter Ullberg hos Gothia Towers, säger Anna Wennberg.

Ledorden för hotellets inredning är internationellt med en nordisk touche, ljust och luftigt, modern och samtidigt tidlöst.

– Arkitekten Lars Helling har gjort ett fantastiskt jobb. Det är särskilt roligt när beställaren är kvalitetsmedveten och inte gör avkall på snygga och slitstarka material, säger Anna Wennberg.

Petter Ullberg, numera konsult som arbetar med anläggningsutveckling åt Gothia Towers, är också mycket nöjd med samarbetet:

– Senab har hjälpt oss att välja ut de rätta möblerna och sett till att de kommit på plats i tid, ofta under svåra omständigheter.

GOTHIA TOWERS

Skandinaviens största hotell med totalt 1 200 rum fördelade på de tre tornen – 23, 25 och 29 våningar höga. Det första tornet i mitten, byggt 1985, utökades 2013 med sex våningar som blev det femstjärniga Upper House med 49 rum samt den prisbelönta restaurangen med samma namn. Torn nummer två färdigställdes 2001. Det tredje tornet stod klart i januari 2015. Gothia Towers är ett dotterbolag till stiftelsen Svenska Mässan och ingår i World Hotels, som omfattar cirka 400 hotell på mer än 250 orter över hela världen.

Förutom Upper House finns ytterligare sju restauranger. Inredningsarkitekt är Lars Helling. Ansvarig hos Senab är Anna Wennberg med projektkoordinator Sofia Juviken.

vitra.



Workbays Developed by Vitra in Switzerland
Design: Ronan & Erwan Bouroullec

www.vitra.com/workbays

RETURADRESS
Senab
Box 7164
103 88 Stockholm

B
Sverige
Porto
betalt



Bring the office together

NÄR MÄNNISKOR, MÖBLER, IT OCH KAFFE BILDAR DEN PERFEKTA ARBETSPLATSEN

Vad är viktigt för att dina medarbetare ska kunna göra sitt jobb? Senab Workplace Strategy (SWS) är ett koncept som fokuserar på företagets arbetssätt. Utgångspunkten är en förstudie som ger svar på flera viktiga frågor för att skapa en inspirerande och fungerande arbetsplats.

För att klara denna uppgift är processen mycket viktig. Med ett nytänkande ledarskap och med rätt inställning och delaktighet får man lättare med sig människorna under implementeringen av en kontorsförändring. **Nyfiken och vill veta mer?** Kontakta oss på sws@senab.com.

SENAB SERVICES

STOCKHOLM REGERINGSGATAN 66 **GÖTEBORG** FISKHAMNSGATAN 6C **MALMÖ** FERSENS VÄG 3 **HELSINGBORG** DROTTNINGGATAN 96 **KARLSTAD** ÖSTRA TORGGATAN 8
JÖNKÖPING VÄSTRA STORGATAN 19 **GÄVLE** NYGATAN 28 **SUNDSVALL** STORGATAN 4 **ÖSTERSUND** KÖPMANGATAN 41 **EDSBYN** KARLSVÄGEN 2 **WWW.SENAB.COM/SWS**