



LICENCE TO THRILL



De bestemmer om bardisken skal være i kobber, om lysestakene kommer fra Tom Dixon og om stolene i lobbyen skal være gode å sitte i eller bare se bra ut. De har imidlertid litt tid til å drømme også.

TEKST: ESKIL BJØRSHOL

Metropolis er idag 26 ansatte og et av Norges største interiørarkitektkontorer. Kundene er både mange, varierte og til dels svært eksklusive.

Men som med de fleste andre lykkelige forretningshistorier har også Metropolis vært små, og det er faktisk bare drøye 20 år siden daglig leder Hanne Arvik var eneste ansatt i sitt eget firma. Oppdragene var ikke businesslo- unger på flyplasser, store nærings- bygg eller hotellprosjekter i mul- timillionklassen. Nei, aktiviteten dreide seg stort sett om private hjem. Firmaet er bygget stein på stein med god hjelp av jungeltele- grafen. Arvik sier utviklingen har vært enorm.

– Det å starte opp og drive eget firma i vår bransje krever sitt. Det handler først og fremst om å forstå hva kunden ønsker og forme og skape noe som blir unikt. Prinsippene er de samme



KLAR TALE: James passer på å minne de kvinnelige ansatte på å lukke døren.

uansett hvilket budsjett man har. For det varierer jo veldig. Det handler om å få til et godt resultat uansett nivå. Det er sånn vi får neste jobb igjen, sier Arvik.

Stor bredde

Hun forteller med engasjement at noe av det unike med Metropolis er bredden. De har hatt, og har fortsatt, oppdrag i alt fra private hus og hytter til store nærings- bygg, offentlige bygg som tinghus og ambassader, samt hoteller og restauranter.

Og det naturlig nok spesi- elt sistnevnte kategori vi etter hvert dreier samtalen inn på. Det har etter hvert blitt noen stolte øyeblikk på cv-en og Arvik har flere eksempler på prosesser de er fornøyd med.

– Statsministerboligen med re- presentasjonshotell er et prosjekt vi er stolte av. Moderne, men klassisk. Tyrifjord hotell er også et veldig fint prosjekt, synes vi. Prosessen har vært

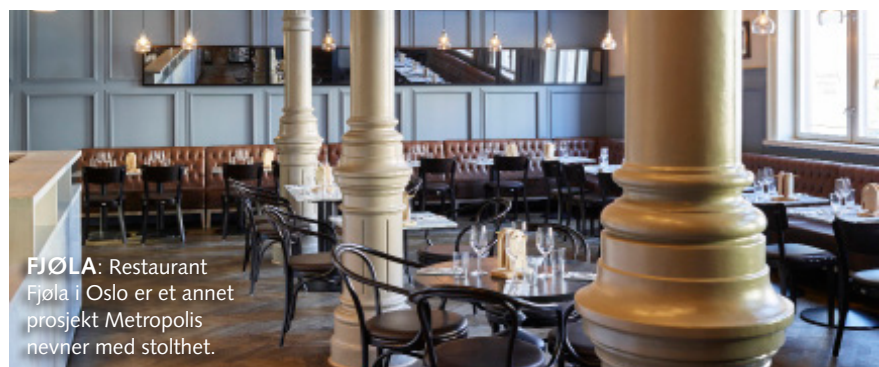




FORNØYD: Olivia på Aker Brygge trekkes frem som et av prosjektene de er mest fornøyd med.



INNBYDENDE: Lokalet har en helt annen varme og identitet etter besøket fra Metropolis.



FJØLA: Restaurant Fjøla i Oslo er et annet prosjekt Metropolis nevner med stolthet.

ganske typisk for et frittstående, privateid hotell, i form at de har tatt oppussingen i etapper. Totalt sett handler det likevel om store investeringer, forteller Arvik, før kollega og Metropolis-partner Kathrine Langfelt Wangsmo tar over ordet.

– Hotellet er rett og slett en liten perle. Kjedehotellene tar ofte mer av gangen, men for privateide hoteller er det store løft. Det vi så der var at maten var fantastisk, men omgivelsene i restauranten matchet det ikke. Det hang ikke sammen. Derfor har det vært inspirerende å være med å lage et konsept som gjør at lokalet i dag, ni år etterpå, lever på en helt annen måte, sier hun, før Arvik skli inn og fullfører.

– Vi må begeistre for å lykkes, men til syvende og sist handler det meste om økonomi. Hvor mye får vi ut av de pengene de er villige til å putte i prosjektet. Og der må vi være ærlige på forhånd slik at forventningene ikke er urealistiske.

Det er knapt en setning som ikke sies med stereolyd, så hvem av dem som sier den neste, er faktisk ikke helt godt å si.

– Hva ting koster kommer helt an på. Det er helt umulig å si. Men en av styrkene våre er at vi både kan jobbe med helt enkle ting og opp til det som er tipp topp. Fra studentboliger på 15 kvadrat til 52 000 kvadrat. Ja, = Oslo sine lokaler og Statsministerboligen og eiendommen til Røkke på Konglungen. Det er Metropolis. Vi er byen og det skal være rom for alle.

Ulike utfordringer

Det er ikke dermed sagt at det blir lettere å jobbe, jo større budsjett man

har.

– Ulike budsjetter har ulik vanskelighetsgrad. Med store budsjetter kan det hende du faktisk må «flytte fjell». Det er andre typer utfordringer når du jobber med folk som er vant til mye. Og det er en annen form for kreativitet som må brukes når du jobber med nesten ingenting. Har du hele verden å ta av, så er det jo litt lettere. Vi innfrir drømmer, uansett budsjett, fastslår Langfelt Wangsmo.

En ting er rehabiliteringsprosjektene de får. Der har de ofte full frihet til å bruke sine egne ideer og dermed også stor påvirkningskraft. En helt annen utfordring er det når de hyres inn på et senere tidspunkt, der eksteriørarkitekter først har laget sine planer før andre skal overta.

– Vi er interiørarkitekter, med trykk på arkitekter. Vi jobber innenfra og ut, men jo tidligere vi involveres jo bedre blir det både med tanke på utnyttelse av plass og logistikk. Vi ser av og til at vi kunne utgjort en større forskjell om vi hadde blitt involvert tidligere, sier Arvik, og fortsetter.

– Arkitektbransjen i endring. Før var det veldig delt mellom landskap, eksteriør og interiør. Nå jobber vi mer og mer tverrfaglig.

– Den tverrfaglige prosessen er viktig når man skal skape et nytt bygg. Man må spille inn de riktige aktørene på riktig nivå. Da får man en helt annen byggeprosess som vi mener gagnar byggherre.

Stort i Sverige

Et eksempel på en vellykket transformasjonsprosess er hotellet TanumStrand i svenske Grebbestad. Det Norlandia-eide hotellet



Prinsippene er de samme uansett hvilket budsjett man har. Før var det veldig delt mellom landskap, eksteriør og interiør. Nå jobber vi mer og mer tverrfaglig



BIOS: Fra "veikro" til dette. Bios utenfor Tromsø har virkelig fått et løft.



FØR: Si farvel til 80-tallet....



ETTER: Og si hei til 2016 i stedet.

hadde holdt på med utviklingsplaner i et års tid da Metropolis kom inn i bildet, men sistnevnte har likevel fått påvirke i stor grad.

– Det er jo et fantastisk sted som ligger helt ute i skjærgården. Samtidig bar det preg av å være en turistmaskin som var bygd litt etter litt. De hadde et ønske om å redefinere, eller strekke, målgruppen sin fra «ren nøje» til å inkludere noe mer. Det vi har gjort er å forsøke å skape en atmosfære som reflekterer miljøet og de vakre omgivelsene. Det skal bli både mystisk og poetisk, forteller Langfelt Wangsmo, før de forteller videre om å «bygge samme elementer», «å skape rom», «tilpasse logistikken og å «få inn havskänslan».

Suksessen Olivia

Det er også litt sjø inn i bildet når vi spør dem om hvilket prosjekt de siste årene de er aller mest fornøyd med.

– Olivia er et spennende konsept vi har vært med på å utvikle samme med eierne. De startet egentlig med en enkel «brushing»

nede på Aker Brygge og vi startet med en peis midt i rommet som skapte veldig interesse og ble en snakkis. Det var i 2006. Så utviklet vi konseptet fra sted til sted, helt til de solgte hele butikken for over 200 millioner kroner, smiler Arvik.

Kollegaen supplerer med et annet stjerneeksempel.

– Bios på Storslett utenfor Tromsø er vi veldig fornøyd med. Det har blitt fantastisk bra, om vi skal si det selv. De lot oss egentlig få lov å bruke vår kompetanse slik at vi kunne utfylle deres behov og sammen skapte vi den atmosfæren som tiltrekker seg kundene deres.

Det er forøvrig innehaver Jane Johansen helt enig med Metropolis i.

– Ja, de gjorde en kjempejobb og vi var veldig fornøyd med dem. De kan absolutt anbefales, er Johansens dom.

Drømmer om Reitan

Hva så med kommende drømme-prosjekter? Det gnistrer litt ekstra i to par øyne når temaet kommer

på banen.

– Det viktigste er at vi får være med tidlig i prosessen, sier Hanne, før de begge blir så ivrige at det er vanskelig å høre hvem som sier hva. Vi oppfatter i alle fall ordene «vekke til live gamle perler», «transformering» og «Hotel Britannia i Trondheim». Hanne skjærer gjennom:

– Britannia hadde vært en utrolig spennende prosjekt å bli med på. Vi har jo jobbet mye med gamle bygninger og der har du alt fra kafeen, restauranten, ærverdige gamle rom, det klassiske mot det nye, en miks av ulike elementer og muligheten for å skape nye historier. Rett og slett løfte det til fordums prakt og la det bli levende igjen. Det hadde vært et drømmeprojekt på mange måter.

Hører du det, Odd Reitan?