

# Vokser med tidløs design

Tekstil- og tapetleverandøren Green Apple har en klassisk og tidløs stil som åpenbart går hjem hos det norske folk. Omsetningen er doblet på noen år, og selskapet har tatt inn nye varegrupper - stoppmøbler og interiørprodukter - og nå er en egendesignede hjemkolleksjon på vei.

*Av Chera Westman/ifi.no*



Den tidløse og klassiske interiørstilen går aldri helt av moten. Det har Green Apple nytt godt av. Selskapet ble etablert i 1975, og har de siste årene økt omsetningen fra 15 til 30 millioner kroner.

– Vi har tatt noen sjanser, man må det for å lykkes, sier gründer og daglig leder Ellen Lind.

Det begynte med tekstiler og noen få tapetbøker. I dag har Green Apples tapetkolleksjon vokst seg ganske stor og blitt et godt komplement til de riktig store. Samtidig selger de tekstiler og stoppmøbler og venter nå inn den første leveransen med egne møbler fra Kina – Green Apple Home Collections.

For daglig leder Ellen Lind våger å satse på nye ting. Tepper, for eksempel – som de har tatt inn en kolleksjon av fra Tyrkia.

– Tepper har jeg alltid sagt at det skal vi ikke ha. Men det har vi nå. Man må bryte noen prinsipper og ta noen sjanser for å lykkes, sier hun.

## Strengt krav

Møbeleventyret hos tekstilgrossisten begynte med et par feiltrinn da leverandører ble testet ut og vraket. Lange leveransetider, mange re-klamasjoner og feil pris sendte dem ut døren. Ellen & Co. stiller nemlig strenge krav til det de kjøper inn.

– Det kan gjerne være billig, men det skal se bra ut. Vi skal ha eksklusive stoffer, tapeter og møbler til en god pris, sier Åse Jerrhag, som har jobbet i selskapet i seks år.

Gjennom en tekstilleverandør i Spania kom de i kontakt med en stoppmøbelprodusent som lager møblene etter god gammel håndverkstradisjon. Fra en katalog med grunnmodeller kan interiørdesignere og butikker selv sette sammen egne modeller ved å velge ulike armlener, bein, bredde, dybde og antall seter i sofaen og så videre. Møblene trekkes deretter helst med stoffer fra Green Apples kolleksjoner.

## "Alt går"

– Fabrikken lager alt vi vil. Alle møbler er unike, det finnes ikke samme produkt et annet sted. Og leveransetidene er korte. Vi har kommet helt ned i to uker, men det normale er 4-5 uker.

– Vi kan ikke si at "det går ikke" – bare de som klarer å levere overlever. Folk blir sure over lange leveransetider, og vi skal ikke ha sure kunder, slår Ellen fast.

I år omsetter de stoppmøbler for rundt fem millioner kroner, neste år vil de selge enda mer. Nye modeller er under utarbeiding, og Green Apple, som er fabrikkens største kunde, hjelper til med designene.

– Vi ga forsøket tre år, men nå går det så det griner, sier Ellen.

## Ventelister

Stoppmøbeleventyret ga mersmak, og Green Apple Home Collections, som er en egen millionsatsing, ble siden laget på spekulasjon. Kolleksjonen består av lysekroner, salongbord, spisebord, bokhyller og andre tremøbler og er ventet til havnen i to 40 fots containere i disse dager.

– Vi vet kvaliteten, men har ikke sett de ferdige produktene, sier hun.

Stilen er som den i resten av selskapet – langt fra shabby chic. Her er det klassiske møbler i ulike brune farger og litt sort, ikke noe hvitt. Noen møbler er inspirert av såkalt military look.

– Straks møblene er ankommet legger vi ut bilder på vår hjemmeside, og møblene selges til førstemann. Folke er helt ville, vi har allerede kunder på venteliste!

## Oppsøkende salg

Konkurransen er hard, og mange tekstilleverandører har opplevd et minkende salg av interiørstoffer. Men ikke her, nei!

– Det er nok takket være at vi selger stopp-møbler med våre stoffer på. Derimot har tapetsalget økt voldsomt, og vi har mange bøker og kolleksjoner. Vi begynte med Arte og Casamance – da hadde vi ikke nok. Nå har vi et godt og litt annerledes utvalg, sier Åse Jerrhag.

For første gang har Green Apple også selgere som er ute på veien. Tine Bakke og Arve Konglevoll deler på den jobben. Arve har lang erfaring fra tapetsalg, mens Tines bakgrunn er fra tekstil og mote.

## Deilig blandning

Green Apple har lenge solgt mye lin og paisleymønster – interiørstilen er klassisk og tidløs. Både kvalitet og stil skal holde over tid. Men kundene blir stadig mer vågale og velger mer farger.

– Basen er tidløs, men gjerne med en twist. Vi har også litt rampete saker og litt glamour, sier Tine Bakke.

– I dag selger vi mye forskjellig både på tekstil og tapet. Da jeg begynte, var det nesten ikke farger – bare beige. Nå er det mørkere farger som gjelder, mer mønster, og mange typer lin. Silkestoffene er nesten helt ute. Sluttforbrukeren er kanskje ikke helt der ennå – men butikkene kjøper inn mer farger, så da kommer kundene dit også etter hvert. Det er en deilig blanding, føyer Åse til.

Sammen er de alltid på leting etter nye design og kolleksjoner. Og de pleier å ta beslutninger i fellesskap – uten å krangle.

– Vi tar og føler mye på det vi vurderer. Generelt er vi nøye på kvalitet. Stoffene får gjerne være syntetiske, men de skal ikke føles kunstige, sier hun.

Alle innkjøp gjøres direkte fra fabrikkene for å sikre gode nok priser. Også forsøket med teppene som Ellen var så skeptisk til i starten, har falt heldig ut. Og hun mener hun vet hvorfor:

– Det handler om å plukke ut riktig design!

**Mer informasjon:**

[www.greenapple.no](http://www.greenapple.no)