

Lykkelig som liten

De har holdt sammen lenger enn et gjennomsnittelig ekteskap. 1. juni i år kunne Geir Larsen og Odd Hovde feire 20-årsjubileum for bedriften Tapethuset, og de har arbeidet mer enn en mannsalder med tapet og tekstil.

Av Chera Westman/ifi.no, ifi.no



Allerede før de begynte å jobbe sammen, hadde Geir Larsen og Odd Hovde hver for seg nesten en mannsalders erfaring med tapetsalg. Og nå feirer de 20 år med Tapethuset.

1. juni 1993 etablerte de Tapethuset ANS, og like etter ble selskapet omvandlet til aksjeselskap.

Opprinnelsen til samarbeidet mellom de to veteranene i bransjen, tilskrives faktisk Boråstapeter. Odd og Geir arbeidet hver for seg, men leide lokaler i samme bygg. Odd som skandinavisk salgsjef for sveitsiske Winter & Co., og Geir som agent for blant annet italienske tekstiltapeter.

- Vi fikk kontakt med Boråstapeter, som ikke var i Norge i det hele tatt på det tidspunktet. Sammen begynte vi å jobbe med dem, forteller Geir Larsen.

Først med det nye

Den gang førte Borås en lang rekke nøytrale papirtapeter – såkalte byggtapeter. De hadde riktig nok en vinylkolleksjon også, men den gikk ut like etter at Tapethuset begynte å introdusere dem til Norge.

- I januar 1994 reiste vi til messen i Frankfurt, og kom i kontakt med LECO-Werke. Leco-dekk svarte på et behov som oppstod hos forbrukere som på 1980-tallet hadde satt opp glassfiberstrie på veggene og nå ønsket å komme tilbake til tapeter, forteller Geir Larsen og fortsetter:

- Tapethuset ble de første som lanserte veggfornyere på det norske markedet.

Lanserte fibertapeter

Fortsatt arbeider Tapethuset med LECO-Werke. Produktfloraen er utvidet og omfatter nå også veggmaterialer med akustiske og varmeisolerende egenskaper. Noen av de overmalbare eller overtapetserbare produktene fungerer også som armering på vegger med dårlig overflateholdfasthet, de finnes med helt glatte overflater, eller preget i ulike design. Det opprinnelige produktet fra LECO-Werke lages av cellulose, kombinert med polyester. I dag finnes flere etterfølgere på markedet, både i fiberkvalitet og glassfiber.

- Vi var også først på det norske markedet med fibertapet. Det var i oktober 1995 da vi kom med Moment I fra Boråstapeter, forteller Geir.

- Den demonstrerte vi rundt om i Norge, men det var vanskelig i starten. Ingen skjønnte hva den skulle brukes til – det fantes jo så mye fin vinyl- og papirtapet, legger Odd til.

- Vi har jo alltid kjøpt baksiden i Norge. Hva som er på fremsiden er ikke så viktig... Det skal være lettest mulig å sette opp.

Fruktbart samarbeid

Det var også troen på fibertapeter som ga opphav til enda et fruktbart og langvarig samarbeid for Tapethuset. Geir og Odd lette etter flere fiberkolleksjoner å ta inn til Norge, og et tips fra en bransjekollega gjorde at de fant veien til Harlequins stand på Heimtextil.

- Dette var i 2003, og jeg hadde reist alene til messen og gikk i møte med dem. Harlequin da hadde en flott fiberkolleksjon kalt Linear. Det var en kolleksjon i lyse pastelfarger, husker Geir.

- Da den gikk ut, tok det riktig nok mange år før de fulgte opp med flere fiberkolleksjoner. Harlequin selger produktene over hele kloden, og etterspørselen etter papirtapeter er stor world-wide. Derfor holdt de lenge fast ved papir, som gir en fantastisk kvalitet i mønster og farger.



Ny kundegruppe

I dag er majoriteten av tapetene fra Harlequin på fiberbakside, men barnekolleksjonene lages fortsatt på papir. Og i disse dager lanseres nok en ny slik kolleksjon med morsomme og detaljrike mønstre som passer både for barn og voksne.

- De lager kanskje markedets beste barnekolleksjoner. Noe av det som er fint med bøkene er at de der også viser frem matchende tekstiler. Dessuten løftes flere av tekstilene ut i en egen bok, sier Geir.

- Harlequin er også flink til å knytte til seg kjente designere som Clarissa Hulse og Orla Kiely. Dessuten har de laget et nytt varemerke, Scion, som lager prisgunstige og aktuelle design, gjerne litt retroinspirert.

Orla Kiely er mest kjent som motedesigner, men arbeider også med andre saker. Alt med et tydelig retro-preg.

- Det har også gitt oss en ny kundegruppe, og en helt ny type forretninger er kommet inn i bildet, forteller Geir, og viser blant annet til Futura på Grünerløkka i Oslo som selger en mix av vintage og nytt, og der den irske designerens tapeter og kjøkkenutstyr selger som varmt hvetebrød til unge, urbane kunder.



Flere agenturer

På de ti årene som Tapethuset har vært agent for Harlequin, har tekstilene vokst kraftig som produktgruppe.

- Da vi innledet samarbeidet var 80 prosent tapet og 20 prosent tekstil. I dag er forholdet omvendt, sier de. Sortimentet omfatter pledd, puter, tepper og håndklær, i tillegg til metervare for gardiner og møbler.

Gjennom årene har Tapethuset-gutta hatt flere mindre agenturer, og har blant annet arbeidet med Duro, som nå er overtatt av andre. Fortsatt fører de kolleksjoner fra finske Sandudd, som de har arbeidet med like lenge som Harlequin.

- Men nå konsentrerer vi oss mest om Harlequin og LECO-Werke. Vi tar fortsatt inn det nye som kommer fra Sandudd, og de er på vei med en ny kolleksjon i høst.



En trio

Duoen i Tapethuset er også blitt til en trio i og med at de har fått med Gro Welle-Watne på laget. Hun begynte 1. februar i år som agent for Tapethuset, og arbeider fra det egne selskapet Fab Walls med å bearbeide både detaljister og arkitekter. Gro har lang erfaring fra tapetsalg og kommer senest fra en stilling som prosjektselger hos INTAG J. Sveen.

- Harlequin kommer med nye kolleksjoner titt og ofte, og bøkene lever lenge. Vi kjenner at vi kan gjøre en bedre jobb med ett sterkt tapetmerke enn med flere.

- Vi er en nisjeleverandør og har ingen ambisjoner om å vokse voldsomt. Hvorfor bli stor, når man er lykkelig som liten, smiler Odd avslutningsvis.

For mer informasjon:

www.tapethuset.no