Tapet vokser i kresent marked

Tapet har i mange år hatt svært liten plass i prosjektmarkedet, men tegn i tiden tyder på endring.

Av ifi.no



Norge er generelt sett et lite land sett med tapetøyne, med en omsetning i 2014 på ca. 120 millioner kroner. Under 10 % ble hentet ut i prosjektmarkedet og slik har det vært i mange år. Men nå er det mye som tyder på at kurven vil få et oppsving og tapetleverandørene retter et spent og forventningsfullt blikk mot et marked med muligheter.

Mer hygge i offentlige miljø

Forklaringene ligger i tiden vi lever i: Individualitet og personlighet er omdreiningspunkt på alle plan og åpner for større kreativitet og mangfold også i utforming av rom. Samtidig viskes det tradisjonelle stilskille mellom privat- og kontraktmarked ut. Det stramme, effektive og upersonlige preget erstattes av mer hjemmelig hygge og privat atmosfære.

- Innen hotell og restaurant har vi sett dette en stund, og nå kommer det også i kontormiljø, sier Birgit Torkildsby, produktansvarlig hos tapetleverandøren Borge



Kart på veggen: Spennende veggdekor på Thon Hotell Fosnavåg.

Internasjonale trender

Det er flere som deler Birgit Torkildsby sin analyse.

- Etter lang tid med stramme rom og minimalistiske uttrykk ser det ut til at vi har behov for å omgi oss med større variasjon i form av farger, tekstur og mønster, sier interiørarkitekt Marianne Aaen Skaara fra Scenario.

Trond Ramsøskar interiørarkitekt MNIL er sikker på det norske markedet beveger seg mot de internasjonale trendene, selv om mange fortsatt sitter fast i det hvite.

- I løpet av et par år vil bildet se annerledes ut. Men det betinger også at våre oppdragsgivere blir litt dristigere, sier han.



Et kraftig vinyltapet tåler en støyt.

Lettere å komme inn med nyheter

INTAG er en av landets ledende på tapet til kontraktmarkedet. Daglig leder Jannicke Sveen merket godt at det ble litt pause mens hyperminimalismen hersket rund om i kontorlokalene, men nå opplever de helt klart at trenden er i ferd med å snu. De har ikke konkrete tall, men salget av tapet fra Vescon, Sorell og Omexco som går mest til kontraktmarkedet øker og de merker en endring i stemningen ute.

– Selgerne mine møter kjemperespons og det er lettere enn før å komme inn på arkitektkontorene for å presentere nyheter, sier hun.

Flere vil satse på prosjekt

Borge har i mange år vært ledende leverandør av tapet til privatmarkedet, men ser nå mulighet til å orientere seg mer mot prosjektmarkedet. Birgit Torkildsby forteller at de er helt i oppstartsfasen. De gjør blant annet endringer i organisasjonen for å satse på et nytt marked. Hun tror at den lave interessen for tapet blant arkitekter og interiørarkitekter også kan skyldes mangel på markedsføring.

- Bransjen må ta litt på egen kappe her og satse litt mer. Det kommer stadig nyheter og vi må ut å vise mulighetene og satse mer på opplæring, sier hun.

Fra hotell og restaurant til kontor

Eksemplene på tapet i hotell og restaurant er mange. Men forretninger, banker og kontorlokaler med sine ulike rom trekkes fram som nye områder. Anette Bolme, en av INTAGs representanter som banker på hos arkitektene med nyheter, opplever at stadig fler beskriver tapet til kontorlandskap.

– I moderne lokaler med mye glass og harde flater må det kompenseres med noe taktilt. Møbler og tepper er ofte ikke nok, da er tapet et godt tillegg, sier hun.



Utvalget er stort av vinyltapet som er spesialdesignet for kontraktmarkedet.

Appellerer til sansene

Og nettopp struktur og det tredimensjonale uttrykket er det som synes å tiltale de arkitektene som har bruket tapet.

– Den som måtte tro at tapet kun handler om dekor overser det vesentligste; en av fordelene med tapet er struktur, og det er noe vi trenger! Se på naturen, den er ikke flat. Tapet gir assosiasjoner til natur og det tiltaler oss, mener Jannicke Sveen som også påpeker at i rom som skal oppleves elegante er tapet selvskreven.

Holdbare og vaskbare argumenter

Utvalget i tapet er større enn noensinne og selgerne rekker nesten ikke rundt før neste kolleksjon er aktuell. Lastet med det siste farter de rundt, og salgsargumentene går ikke bare på det visuelle uttrykket. De viser entusiastisk tapet som scorer høyt på slitestyrke, holdbarhet og vedlikehold.

- I områder med mye trafikk, det være seg hotell eller kjøpesenter, blir det fort merker på vegger som en vinyltapet tåler uten å få skrammer og den er lett å vaske. Tapet som produseres for kontraktsmarkedet leveres i bredder opp til 130 cm noe som gjør oppsettingen enklere og rimeligere.

Mer informasjon

Borge

Intag