Lager liv med farger

Hos malermester Talseth og Husby i Trondheim vil de helst ha fargerike dager på jobben. − Takk og lov for at den hvite perioden er over, sier prosjektleder Lars Erik Saltrø.

Av Robert Walmann/ifi.no, ifi.no



Det startet i 1994 da Knut Erik Talseth etablerte Talseth Malerfirma. I 1997 slo han seg sammen med Øyvind Husby. Siden har de holdt det gående.

Levende mose

Lars Erik Saltrø er prosjektleder i firmaet. Han holder styr på det meste.

− Vi er nettopp ferdig med et stort prosjekt. I kontorene til EC Dahls Eiendom har vi blant annet brukt levende mose på veggene. Vi har også hengt opp et fantastisk tapet. Det har vært et veldig morsomt prosjekt, sier han.



LEVENDE MOSE: I kontorene til EC Dahls Eiendom har Talseth og Husby blant annet brukt levende mose på veggene.

Takker lekne eiere

Ordet «morsomt» er et ord som stadig dukker opp i det populære malerfirmaet. De klarer å få oppdrag som får de kreative musklene i bevegelse.

− Vi er prisgitt arkitekter og eiere som tør å være vågale. Heldigvis ser vi at det skjer oftere enn før. Saltrø trekker frem frisørkjeden H2 i Trondheim som et godt eksempel. Her fikk hans firma lov til å skape visuell underholdning.

− Eieren lot oss være litt «gale». Han ønsket at fasaden skulle speile hva som skjer innenfor dørene. H2 er en fargerik virksomhet. Derfor malte og spraylakkerte vi fasaden med en leken hånd, forteller han.



FARGER: H2 er en fargerik virksomhet. Det ville Talseth og Husby vise.



FRISK FRISØR: Malerne hos Talseth og Husby har skapt en spektakulær fasade hos H2 Frisør på Mercursenteret i Trondheim.

Skaper folkesnakk

Saltrø mener nøkkelen til en fyldig ordrebok er å skape tillitt.

− Vi må sørge for at folk snakker om det vi gjør – og hvem vi er. Folkesnakket skaper interesse. Også må vi ha ansatte som trives på jobb. Jeg tror også at det er avgjørende at vi viser at malerfaget er et stolt yrke. Den positive energien vil smitte over på kunden og skape trygghet. Vår politikk er også å ha tett kontakt med oppdragsgiver. Det er så enkelt som å komme til avtalt tid og gi beskjed hvis vi ikke kommer. Det gjelder også å bruke god tid med kunden før jobben starter, sier han.



STOLTE FAGFOLK: Lars Erik Saltrø hos Talseth og Husby mener malere må vise mer yrkesstolthet. – Stolte ansatte som trives ute i felten gjør at vi får flere jobber til firmaet, sier han.

Ser farger i folk

Saltrø mener en maler kan bli en god menneskekjenner.

− Vi ser fort om en person er fargerik. Merker vi at «fargekartet» i kunden er stor, så kommer vi med mange forslag. Vi drar ikke i «fargebremsen» for å si det sånn. Vi er jo tross alt i et kreativt yrke. Farger er «in». Det gjelder både i privat- og prosjektmarkedet. Heldigvis er den hvite perioden over. Nå skal det være oransje, blått og grønt. Gjerne knallfarger i vågale kombinasjoner. Trenden nå er at ingenting er «stygt». Det er ingenting som heter «grusomme farger», sier han.



GLASSKLAR BARBERER: − Hos H2 Barber and Sons i Trondheim har vi gjort alt med tak, gulv og vegger. Glassveggen mot klesbutikken gjør at salongen virker større. Klesbutikken bak glasset har også samme stil som barbersalongen, sier Lars Erik Saltrø h

Tapet i skuddet

Også i Trondheim selges nye leiligheter helt hvite slik at kjøperen kan sette sitt personlige preg.

− Vi ser at folk velger mer tapet enn før. Nå tapetseres gjerne flere vegger og fargene er med. Særlig tapetserte fondvegger skal skape store kontraster. Før var det duse farger. Nå er det signalfarger som rødt og gult. Kvalitetstapet trenger heller ikke koste mye. Men styr unna de billigste tapetene, sier han.



GOD OVERSIKT: Elgen følger godt med. Det kan den fordi hos H2 Barber and Sons i Trondheim er det satt opp en glassvegg til nabobutikken.

Viser seg i gulvet

En annen «superhit» i byen er klikkvinyl. Ifølge Saltrø har det smarte gulvet tatt helt av i Trøndelag.

− Det er robust og ikke minst godt å gå på. I tillegg er det prisgunstig og vedlikeholdet er enkelt. Vi har solgt svært mye klikkvinyl det siste halve året, sier han.

Prosjektlederen mener gulvet er blitt en identitetsmarkør for folk flest.

− De siste årene har det kommet gulv i alle farger. Folk tør å vise mer av seg selv i gulvet. Mye fordi produsentene er flinke til å vise frem nye løsninger. Nylig la vi et kjøkkengulv i knall oransje. Sånt er moro, sier han.



LEKELAND: Hos Leos Lekeland i Trondheim har Talseth og Husby fått leke seg med farger og materialer. – Vi har gjort alt fra gulv til tak. Alle bursdagsrommene har ulike temaer. Det er blitt råstilig, sier Lars Erik Saltrø.

Mer informasjon:
Talseth og Husby