

Inredningsgurun berättar sin lysande historia

"Innan man flippar ur måste man känna till och förstå grunden, basen som vi kommer ifrån."

Erik Nissen Johansen, dyslektikern från Norge som blev svensk guru i storytelling och kreativ chef för och ägare av det allt hetare inredningsföretaget Stylt Trampoli, är säker på sin sak.

» Stylt Trampoli står bakom framgångar som Lydmar Hotel och Le Rouge i Stockholm, Hotel Klaus K i Helsingfors, Sonya Reval Hotel i S:t Petersburg, Joe Farelli's i Göteborg och konferensvillan JC Stevens på Stenungsbaden.

Flera av projektet har vunnit priser, bland annat renderade Stenungsbaden EM-guld i hotellinredning 2008.

"Ska man skapa nytt måste man först ta reda på hur det är nu och varför", säger Erik Nissen Johansen.

"Ta dogmafilmerna. De bygger på **LARS VON TRIERS** och **THOMAS VINTERBERGS** manifest från 1995, egentligen ett litet papper med några nya regler på, men alltihop utgår från traditionell filmproduktion."

Erik Nissen Johansen invigde nyligen Stena Lines karibiska äventyrsbad The Reef i danska Fredrikshavn och lägger nu sista handen vid Orangeriet, **MELKER ANDERSSONS** växthusinspirerade kafé och barterrass intill krogen Kungsholmen i Stockholm.

PERSONLIGT OCH LÖNSAMT. Stylt Trampolis affärsidé går ut på att hitta den stämning som kunden vill ha på sitt ställe, förstärka det valda temat med en trovärdig story, ett manus, och sedan fylla på med möbler, tyger, dekor, ljud och ljus inom de ekonomiska och byggtkniska ramar som står till buds.

"Igenkänningen är viktig. Ofta handlar det om att utveckla redan knäckta koder som lagras i folks hjärnbark, som den vajande palmen på en kritvit strand som symbolen för att drömma sig bort. Men många, framför allt i hotellvärlden, är ointresserade av manuset. De vill börja i andra änden, att jag bara ska berätta vilken soffä de ska ha."

I storytellingens värld beaktas inte bara uppdragsgivarens förmåga utan även lokalens och ortens förutsättningar.

"Även om Clarion gör om det gamla posthuset i Göteborg till lyxhotell så kommer det att vara posthuset för göteborgarna i 50 år till, och då får det inte se ut som om stället har utsatts för en bulldozer eller amerikansk invasion", säger pionjären som ligger bakom personliga inramningar som allt fler krögare och hotelldirektörer har insett värdet av.

Enligt Erik Nissen Johansen är världens

mest lönsamma hotell per kvadratmeter varken anonyma härbärgen utmed motorvägarna eller välkända lyxkedjor, utan det brittiska paret **KIT** och **TIM KEMPS** triumfer i hemtrevnad.

"Deras Firmdale Hotels i London är ganska små, väldigt personligt inredda och dubbelt så lönsamma som Hiltons några kvarter bort."

KONSTNÄR OCH GALLERIST. Erik Nissen Johansens eget hem utanför Göteborg ser mest ut som en transitstation, fullproppad med "left-overs, torkade insekter, galna vetenskapsprylar och andra bra-att-ha-fynd från mässor och resor", enligt fyrbarnspappan och storfiskaren.

Erik Nissen Johansen är född och upp vuxen på Nesøya i Oslo men bor och arbetar i Göteborg sedan länge. Han är kass på ordning och reda och har fem projektledare på företaget som håller reda på hans kalender. Hustrun **ELISABET JOHANSEN** är en av dem. Karriären inleddes som konstnär och gallerist.

"Varje uppdrag är som ett nytt kapitel och för mig exakt samma sak som att vara konstnär. Projekt har dessutom den fördelen att man måste bli färdig."

Varför valde du att utbilda dig vid Konstakademien i Florens?

"För att det var i Florens som allting började och Europas moderna tider startade efter medeltiden. Meningsutbyte blev tillåtet först när bankirfamiljen **MEDICI** var rik och mäktig nog för att kunna utmana kyrkans 800-åriga monopol på makten, och samla den tidens tvärvetenskapliga smarthuvuden som **LEONARDO DA VINCI**, **MICHELANGELO** och **BRUNELLESCHI**."

Stylt Trampoli var från början ett konstnärskollektiv som du tog över 1991. Vad är nyckeln till kreativitet?

"Nyfikenheten. Viljan att lära sig något nytt, intresse nog att läsa på och sätta sig in i det och sedan göra något som ingen annan har gjort förut."

Och varifrån kommer den viljan?

"Jag tror att antingen är man född sådan eller så är man inte det. Jag är ju grav dyslektiker, så för min del gick alla teoretiska skolämnen fetbort, tidigt."

SOM ATT BO HEMMA. Människors efterfrågan av personliga upplevelser ökar och konsten att hänga upp ett etablissemang på en story, verklig eller påhittad, är en hotell- och krogtrend på frammarsch, enligt Erik Nissen Johansen.

"Smilet på gästernas läppar måste vara större än hålet i plånboken när de checkar ut", säger han och tar Lydmar Hotel som exempel:

"Det ska kännas som om man bor hemma hos **PELLE (LYDMAR)**. I iveren att tjäna pengar har många glömt basen för all hotellverksamhet: gästfrihet. Inte tar du betalt av dina gäster om de vill se på tv?"

JOHANNA SALTER
johanna.salter@di.se
08-573 650 20

PROFET. Konsten att hänga upp ett hotell eller en restaurang på en berättelse är en tydlig och lönsam trend i hela världen, enligt Erik Nissen Johansen, ägare och kreativ chef på inrednings- och storytelling-företaget Stylt Trampoli i Göteborg.

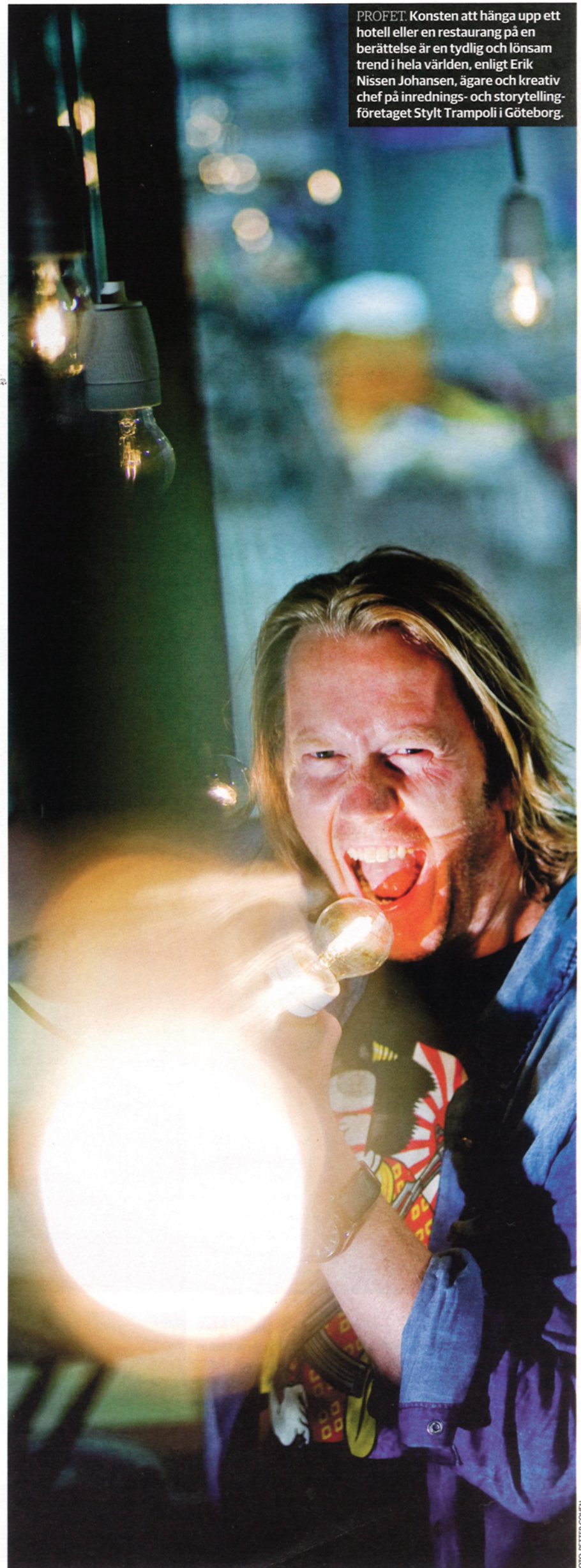


FOTO: PETER COHEN