



Storytelling är en gren inom marknadsföring och upplevelse-industri som började synas i Sverige först på 2000-talet. Ikea och SAS Sverige är exempel på företag som använder sig av Corporate Storytelling.



SUCCÉN VAR GIVEN NÄR PELLE LYDMAR SLOG UPP PORTARNA TILL NYA HOTELLET PÅ BLASIEHOLMEN I STOCKHOLM. HÄNG MED PÅ TÄTATÄT MED MANNEN SOM GJORDE DET HELA MÖJLIGT, EN GURU INOM "STORYTELLING".

TEXT: SARA TRUS FOTO: ANJA CALLIUS

Sagan om Lydmar

●●● DÄR STÅR EN blå soffa med ett synnerligen pompöst ryggparti. Att något så oestetiskt som en 80-talsbakelse med rokokoprägel har givits plats i en av hotell Lydmars sviter. Faktum är att den gör sig riktigt bra i sällskap av två krämvita skinnfätöljer i tidlös 30-talsdesign och soffbord i Art déco-stil flankerad av en exotisk fjärling tvingad till evig stillhet i en liten glaskupa.

Bortom denna kornblå plyschhistorias höga ryggparti utbreder sig ett förunderligt panorama över Slottet, Gamla Stan och Stockholms Ström.

Det här läget dyker upp "once in a million".

ERIK NISSEN JOHANSEN står avslappnat lutad mot rummets spiselkrans och den diskret tapetserade väggen, anpassad för belamring av konst. Han är mannen bakom utformningen av Lydmar hotell, framgångssagan på Blasieholmen. Hit-flugen från hemstaden Göteborg, för att ge Entré the grand tour i några av de omtalade hotellrummen, står han nu här. Belåtet betraktandes sina skapelser i vad som för inte alls länge sedan var slitna kontorslokaler. Att inredningsuppdraget föll på Erik Nissen Johansen berodde inte bara på en nära vänskap

med Pelle Lydmar. Det var Eriks särregna kompetens inom Storytelling som hotelldirektören ville åt.

Så kallad Corporate Storytelling innebär att de berättelser ett företag bär på används i marknadsföringen för att addera värden till verksamheten. Erik Nissen Johansen och hans företag Stylt Trampoli AB tar det hela ett steg längre. Hela designkonceptet byggs upp kring denna saga, som ska förnimmas i minsta

inredningsdetalj. Det som gör företagets nisch inom upplevelseindustrin extra intressant, torde vara att den tillåter en mer eller mindre uppdikta historia.

Vi arbetar främst på uppdrag av hotell och då handlar det om att gräva fram en story om byggnaden, staden eller personen bakom. I fallet Lydmar fanns en gemensam nämnare i dem alla tre; resan.

Designkonceptet skulle ta avstamp i





Bildtext till två bilder här uran gen. Personalen ska i princip kunna slå sig ner i soffan bredvid gästerna, så som man gör hemma. Pelles ambition är att ligga på samma nivå som Gran.

Pelle Lydmar som globetrotter, byggnadens härbärgerande av hela sex ambassader och Stockholm som hett rese-mål. Känslan av att kliva in i en berest människas hem infinner sig redan i entrén. I restaurangen, som Pelle Lydmar själv föredrar att kalla för vardagsrummet, råder avslappnad elegans skapad av slitna skinnsoffor och udda matbord och stolar. De vita bokhyllorna som klär väggarna är belamrade med coffe-table-böcker, tavlor, skulpturer och en och annan tavla; souvenirer från Pelles resor.

INGET AV DE 46 rummen är det andra likt. Möbler och rekvisita har handplockats av Stylts inredare under resor till främst England och Frankrike. Variationen av originella taklampor gör intryck. Ungefär tjugo mässor om året krävs för att

Erik och hans kollegor ska hitta de där alldeles unika artefakterna. Endast småskalig produktion gäller förstas.

Den här typen av koncept vill jag se som en replik på storhotellens drift med rum stöpta i en och samma anonyma form med slogans som "your best surprise is no surprise" och med det trista mottot: lättstädad framför allt. Det är hotellen som avviker från detta som kan ta bäst betalt.

Och kostar, det gör rummen. Sjuttiokvadrataren, till exempel, går loss på 12 500 kronor natten. Inklusivt fri minibar.

"Quite simply the finest hotel in Stockholm", skrev resemagasinet Condé Nast Traveller när Lydmar hamnade på magasinets "Hot list".

Vid det här laget, efter 20 år i bran-



Lydmar Hotell

Hotell Lydmar, mellan Grand Hotel och Nationalmuseum, kallades länge Edelstamska huset och uppfördes 1829. Huset har rymt både bostäder och kontor och har huserat hela sex ambassader. I november 2008 öppnade Pelle Lydmar portarna till ett av Stockholms dyraste hotell. Celebriteter som bott här är bland andra Bill Clinton, Tony Blair och Richard Branson.

Rotpriset

Ombyggnaden av Lydmar Hotel, där JM Entreprenad var generalentreprenör, har belönats med Byggmästareföreningens ROT-pris. Ett årligt pris instiftat av Stockholms Byggmästareförening, med syfte att främja ombyggnad i Stockholm. Priset ges till den beställare, arkitekt och byggtentreprenör som bäst tillvaratagit en byggnads kvaliteter och särdrag.

Juryns motivering i korthet: "Genom ett tidigt samarbete mellan brukare, byggherre och arkitekt har, i Stockholms vackraste och mest centrala lägen, ett nedslitit kontorshus omvandlats till ett nytt hotell som håller världsklass. De smakfullt inredda rummen har utsikt mot Strömmen, Stockholms slott, Nybroviken och Strandvägen".

schen, är Erik van vid att hans hotell hamnar i rampljuset. Han beskriver sitt företag, Stylt Trampoli AB, som en kombination av inredningsfirma, arkitektkontor och reklambyrå.

Erik är konstnär i grunden, fattig sådan har han också varit.

När jag studerade på akademien i Florence togs jag in för undernäring vid ett tillfälle. Det var för övrigt där jag specialiserade mig inom materialkollage, det jag fortfarande sysslar med, fast i en mer storskalig och kommersiell form. På 80-talet var det tabu att kommersialisera konst. Tack vare främst den brittiske konstnären Damien Hurst, lever konsten och kommersialismen i symbios idag.

Det är just konsten "jazzmannen" Pel-

le Lydmar valt att fokusera på den här gången. Just nu pågår – på många av hotellets väggar – en utställning av James Nachtwey, en av världens främsta dokumentärfotografer. Svartvita föreviganden som skildrar terrorattacken mot World Trade Center, demonstranter i Palestina och aidsjuka afrikanska barn.

Pelles ambition är att ligga på samma nivå som Grand Hotel, fast med en yngre och mer personlig profil. Vi har till exempel ingen bardisk i restaurangen. Personalen ska i princip kunna slå sig ner i soffan bredvid gästerna, så som man gör hemma.

En idé som för tankarna till Melker Anderssons restaurang Le Rouge i Stockholm, där Erik också haft ett finger med i spelet. ●



Pelles ambition är att ligga på samma nivå som Grand Hotel, fast med en yngre och mer personlig profil. Vi har till exempel ingen bardisk i restaurangen.

Personalen ska i princip kunna slå sig ner i soffan bredvid gästerna, så som man gör hemma. Pelles

ambition är att ligga på samma nivå som Grand Hotel, fast med en yngre och mer personlig profil..

Vi har till exempel ingen bardisk i restaurangen. Personalen ska i princip kunna slå sig ner i soffan bredvid gästerna, så som man gör hemma.