

NORGESGRUPPENS HOVEDKONTOR → OSLO

METROPOLIS ARKITEKTUR & DESIGN AS

Prosjektansvarlig → Kari Ihle, Interiørarkitekt MNIL

Prosjektmedarbeidere → Charlotte Sundblad,
Marte Brandvold Klemp, interiørarkitekter MNIL

KREDITERING → SIDE 177



2. etg.



Podiet knytter hovedtrappen og de nedre etasjene sammen.



Honning konseptmøterom. Råvarene i møtesenteret. Inspirert av honningkam og den flytende sirupen. Rommet er plassert rett ved markedsplassen og kan åpnes opp med doble dører for å lage en forstørret samlingssone.

Mangfoldstreet

Metropolis ble engasjert som interiørarkitekt for Norgesgruppen og hadde en sentral rolle gjennom hele prosjektet, fra skisseprosjekt til utarbeidelsen av kravspesifikasjoner for både nybygg og rehabilitering. Målet var å skape et levende hus som var åpent og innbydende for både ansatte og besøkende. Det skulle være et sted med en felles identitet og samhandlingsområder på tvers av de 19 selskapene som deler samme adresse. Etter å ha vært lokalisert i Karenslyst allé i omtrent 20 år hadde Norgesgruppen behov for nye lokaler tilpasset dagens forretningsmodell og standard, med gode muligheter for samhandling på tvers av selskapene. Valget landet på å bli værende i Karenslyst allé, som fikk et betydelig løft tilpasset Norgesgruppens behov.

Det opprinnelige bygget hadde to fløyer som nærmest opplevdes som to separate bygg. MAD arkitekter vant arkitektkonkurransen der de optimaliserte flyten mellom fløyene. Metropolis videreførte grepet med gode og inkluderende fellesarealer som understøtter den overordnede visjonen med prosjektet; å skape mer samhold på tvers av selskapene. Det var stort fokus på optimalisering av arealer for å skape et fleksibelt bygg. Byggets tekniske struktur ble opprettholdt og de laget et teknisk grid som begrenset noe fleksibilitet. Dette ble gjort for at man kan styre fremtidige ombygginger, opprettholde siktlinjer og arkitektoniske kvaliteter samtidig som det ikke ble bygget unødvendig for å begrense klimapåvirkning.

Hvert av underselskapene i Norgesgruppen har ulike arbeidsplasskonsepter. I tidlig fase samarbeidet Metropolis med Mellomrom Arkitekturpsykologi med

kartlegging, samtidig som selskapene ble utfordret til å vurdere sine egne arbeidsmetoder. Flere av selskapene gikk over til å dele plasser med en aktivitetsbasert arbeidsmetodikk, mens andre beholdt cellekontorer og teambaserte løsninger.

Sentralt for prosjektet var å finne felles verdigrunnlag som prosjektet kunne jobbe videre med i løsninger og kommunikasjon.

Det overordnede visuelle uttrykket er nordisk, vennlig og lyst. Hvert av selskapene kan i tillegg tilføye sin merkevareidentitet, men må innordne seg helheten. Hele konsernet var involvert og informert underveis, mens en mindre konseptbeslutningsgruppe forankret og besluttet. Informasjonen og regien ble nøye styrt for å skape blest og overraskelse ved innflytting, noe som viste seg å bli en suksess. Gjennom bruk av materialer



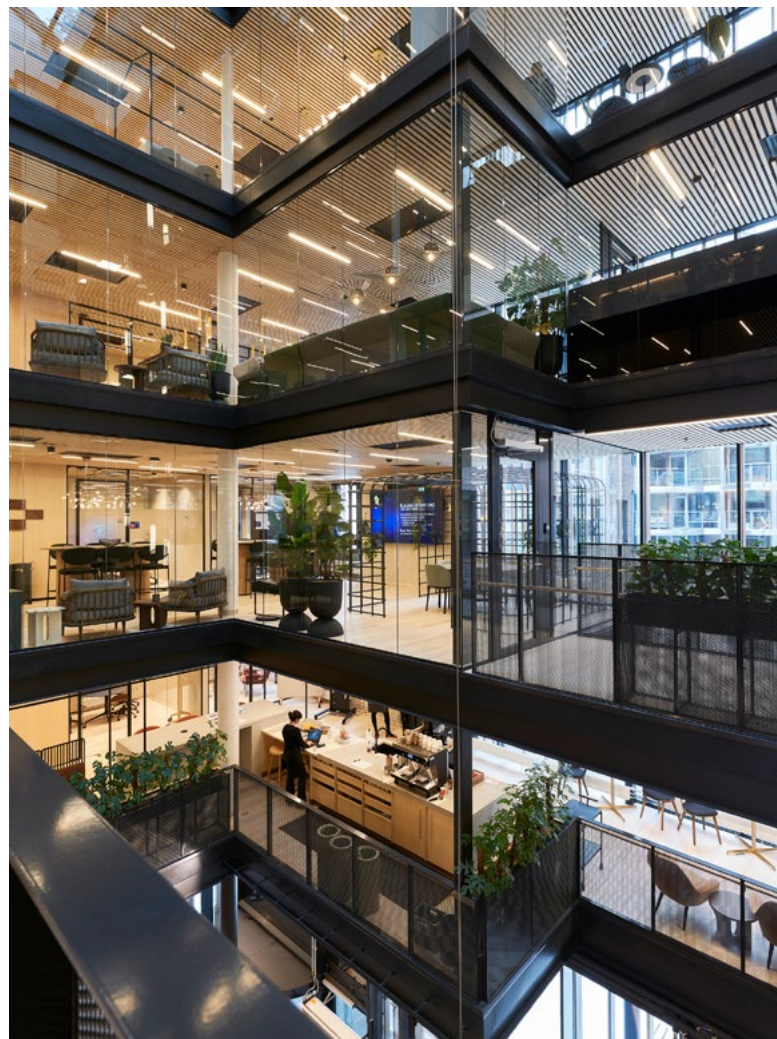
Frukt og grønt konseptmøterom. Råvarene i møtesenteret. Møterommet representerer «5 om dagen».



På markeds plass der det er lagt opp til å kunne ha møter i åpen sone og en mobil skjerm kan plasseres for full funksjonalitet.



Resepsjonen er utformet som en markedsbod med norsk stein. Plassert foran en stor skjerm med roterende visning av alle Norgesgruppens selskaper.



Atriet strekker seg gjennom hele bygget og slipper lyset ned ni etasjer forbi alle markeds plassene.

som ask og en nøye utvalgt fargepalett, ble det skapt et interiør som kunne tåle tidens tann samtidig som det fremhevet Norgesgruppens identitet og verdier.

I fellesarealene deler de 19 selskapene blant annet møterom, shuffleboard, og baristakafe. Felles workshoper ble holdt på tvers av selskapene for å definere brukerkonseptene for de ulike fellesområdene. Spisskompetanse fra de ulike forretningsområdene ble brukt for å få den beste kaffen, de beste samhandlingsarenaer og IT-løsninger.

Møbleringen i nedre etasjer symboliserer stammen med varme jordfarger. Midtre etasjer spiller på grøntonner som representerer vekst, der det spirer og gror. De øverste etasjene er i blåtoner, der treet vokser mot himmelen og representerer fremtiden og målet om alltid å strekke seg. Arbeidsfløyene er grener og blader på

stammen og har derfor en gjennomgående grønn palett. Kantinen speiler opphavet til råvarene: skogen, åkeren og havet. Dette ga rom for ulike miljøer og atmosfærer, fra intime skogsmiljøer til åpne landskap ved åkeren og havet med mer dynamisk møblerte områder. Mulighet for ommøblering og rigging av arrangementer ble ivarettatt.

Historiefortelling var en viktig del av designet, og det er i lokalene laget mange talking pieces, med digitale og analoge flater fortelles historien om Norgesgruppen.

Den høyreiste veggen som møter oss i inngangspartiet symboliserer stammen til «mangfoldstreet». Her fortelles historien som har vært med på å forme Norgesgruppen slik vi kjenner dem i dag. Klossene er laget av norsk furu, behandlet for å likne røkt ask. Asken er synlig i hele huset og er en tresort inspirert fra opphavet i Askim der Joh. Johannson startet sin

virksomhet i 1866.

Anskaffelser og innkjøp av alle møbler og inventar ble valgt ut på bakgrunn av funksjon, miljø, grad av gjenbruk og estetikk. Møbelanskaffelsen ble gjennomført i godt samarbeid med Input Interiør. Fokus på miljø der blant annet alle understell på kontorpulter ble gjenbrukt og de fleste multiromstoler fikk nytt liv med noen enkle forbedringer med blant annet sittestilling og høyde. På gjenbruksmøblene ble det montert en liten tag, for å fortelle historien og øke bevisstheten rundt gode og bærekraftige valg. Alle selskapene fikk velge møblement til sine egne lokaler ut ifra møbelpakker med forhåndsdefinerte overflater og kvaliteter, det vil si at alle møblene på huset kan fleksibelt flyttes rundt og ommøblering og vedlikehold løses optimalt.