

VIPPS → NYTT HOVEDKONTOR → OSLO

RADIUS DESIGN AS

Prosjektansvarlig → Thomas Ness, interiørarkitekt MNIL

KREDITERING → SIDE 225



«Sentralrommet» er selve kjernen til Vipps; rommet der alle møtes, slapper av og småjobber i liggestoler. Store digitale skjermer er integrert i plassbygde vegger.

Kreativ arena

Våren 2019 ble selskapene BankAxept, Vipps og BankID fusjonert og lansert samlet under navnet Vipps. Radius design fikk i oppdrag å være med og utvikle et formspråk for de nye lokalene, som skulle ivareta de mange ulike behov for samarbeid der kreativitet og innovasjon, teknologi og forskning står sentralt.

Vis-à-vis operaen, ligger «Diagonale»; de tre nye byggene mellom Dronning Eufemias gate og Operagata, tegnet av arkitektene Lund+Hagem, og som favner det nye Deichman og nytt hovedsete for TV2 og Vinmonopolet.

I midtbygget skulle de tre selskapene forme sin nye, felles identitet på plan 1, 2 og 3, der tre ulike firmakulturer skulle smelte

sammen og oppstå samlet som den nye giganten innfor betalingssystemer og utvikling av disse.

Vipps er vårt hverdagsliv; hver gang vi trekker kortet og betaler for noe, bygger dette på innovasjon og kreativ tekning i så mange ulike former. En stor og innholdsrik farge- og materialpalett ble utgangspunktet for en dialog med oppdragsgiver, som gjerne bruker dette som redskap for hva de står for og hvem de vil være. Vipps ønsket å utfordre seg selv og se på hva slags romfasiliteter de hadde behov for. Det ble utviklet et romprogram som kunne stimulere til samarbeid og egenutvikling, med mange ulike muligheter for alt fra korte møter der grupper står rundt skrivetavler, til verksteder for utforming av for eksempel nye betalingsterminaler, til hvilerom med liggestoler,

møterom med «jungel-lyder» med planetgrid i taket, flyttbare skillevegger i papir, som kan snurpes sammen eller trekkes ut; alt etter hvilken sone som skal skjermes, og rom med hemmelige dører til private soner.

Inngangen til Vipps ligger på byggets plan 2 og her finnes hjertet av prosjektet; «sentralrommet» – selve kjernen av Vipps; det rommet der alle møtes, slapper av, småjobber i integrerte liggestoler, henter kaffe, sitter bak et forheng og tar en telefon. Store digitale skjermer er integrert i plassbygde vegger som både dekorerer, signaliserer og informerer om hva Vipps i fremtiden utvikler og skaper. På plan 3 ligger en kreativ arena for mange ulike aktiviteter, med plass til workshops, foredrag, teamutvikling, presentasjoner og opplevelser.

Egen terrasse med utsikt mot Operaen



Vipps ble en utrolig morsom og inspirerende utfordring der oppdragsgivers overordnede ønsker fylt av humor og begeistring for det som er annerledes.



For mye fargeinformasjon kan også være forstyrrende i en hektisk hverdag. Balanse mellom sterke og overraskende dekorelementer og den enkeltes arbeidsdag var viktig.



På plan 3 ligger en kreativ arena for mange ulike aktiviteter, med plass til workshops, foredrag og teamutvikling.



En stor og innholdsrik farge- og materialpalett ble utgangspunktet for en dialog med oppdragsgiver, som gjerne bruker dette som redskap for hva de står for og hvem de vil være.



Humor og uhøytidelig felles tone. Alle toaletter ble utformet med særegen design; der konseptet «Utedo» for eksempel ble realisert med klassiske dekorelementer.

og Oslofjorden er flott forlengelse av amfiet på innsiden der den enkelte medarbeider kan arbeide, slappe av eller drikke kaffe.

I yttersonen ut mot Dronning Eufemias gate, Operagata og Robert Levinsgate ligger åpne landskap, den store møteromsavdelingen, samt soner avstengt for innsyn for utvikling av ny teknologi.

Måten å arbeide på, plassbygde møbler, utfordrende formforløp, en leken fargepalett, mye humor, løse møbler av aparte karakter og sammenstilling av disse, skal underbygge selskapets ønske om hele tiden være i levende kontakt med og i forkant av hva samtid og samfunn til enhver tid trenger, vil ha behov for, og som de skal skape av ny teknologi.

Som symboler på humor og uhøytidelig felles tone, ble alle toaletter utformet med

særegen design; der konseptet «Utedo» for eksempel ble realisert med klassiske dekorelementer som plankevegger og utgatte ski, gamle klokkestrenger brodert av tante Edith, sliten skismøring og magasiner som er 30 år gamle.

Vipps ble en utrolig morsom og inspirerende utfordring der oppdragsgivers overordnede ønsker fylt av humor og begeistring for det som er annerledes ble førende når man skulle lande alle de hverdagslige og nødvendige krav til kontorlokaler tilpasset daglig bruk. Det var likevel viktig at vanlige arbeidsplasser fungerer godt og uansett hvor mye moro man kan designe og finne på, må hensyn til balanse og ro, riktig arbeidshøyde, fleksibilitet rundt sitt eget arbeide også få fokus. For mye

fargeinformasjon kan også være forstyrrende og bli et irritasjonsmoment i en hektisk hverdag. Det ble derfor viktig å finne en balanse mellom sterke og overraskende dekorelementer og den enkeltes arbeidsdag.

Våren 2020 åpner Vipps plan 1; matkonsept med mange ulike soner, der Vipps egne ansatte gjennom arbeidsdagen vil spise og arbeide, samtidig som disse arealene vil være åpne for gjester fra gaten, samt være en arena for eventer og arrangementer av ulik karakter og størrelse.