

rymd



SSARK

NYHETSBRÄV #1 2000
UTGIVET AV: SCHEIWILLER SVENSSON
ARKITEKTKONTOR AB

Länken mellan idé och verklighet

– Jag tror att vi på Scheiwiller Svensson är eniga om grundförutsättningarna för vårt arbete – sättet att tänka. Vi är kvalitetsmedvetna och duktiga på att jobba analytiskt utifrån mötet med kunden. Dessutom förenar ambitionsnivån oss. Vi ser det som en del av vårt yrke att vara innovativa och strävar efter att idémässigt lyfta våra projekt över det vanliga. Vår uppgift är att förmedla arkitektens fulla potential till uppdragsgivarna och hjälpa dem att utnyttja den till sin fördel.

– När företag tillsammans med arkitekter arbetar fram fysiska lösningar till sina problemställningar och utvecklingsplaner sätts en unik process igång. När arkitekten visualiserar konkreta lösningar till tankar och idéer blir de lättare att jämföra och värdera. På detta sätt kan förprocessen till ett byggprojekt fungera som en analysmetod i sig. Denna metod vill vi utveckla och stärka, bland annat genom vårt arbete med 3D och VR. Vår styrka ligger i att vara länken mellan idé och verklighet, säger Ylva Gunterberg.

Gemensamt utvecklingsarbete

För att fortsätta utvecklas måste Scheiwiller Svensson vara öppet för intryck utifrån. Kontakten med KTH är viktig för att hålla sig uppdaterad med den senaste utvecklingen och för att locka de bästa nyutbildade medarbetarna till företaget. Flera medarbetare medverkar till exempel periodvis i KTHs arkitektutbildning.

– Vid sidan av det grundläggande utbudet av teknisk vidareutbildning försöker vi koncentrera oss på kärnan i vår verksamhet – arkitekturen. Viktigt är att skapa gemensamma referensramar, något som den årliga studieresan bidrar till. Dessutom försöker vi regelbundet samlas för gemensam genomgång och diskussion av aktuella projekt på kontoret. Det är viktigt med ett internt forum för debatt. Företaget har också regelbundna workshops, både internt och tillsammans med kunder.

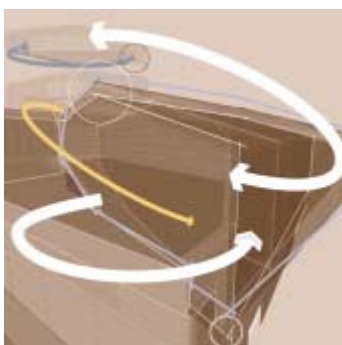
Det som förenar medarbetarna hos SSARK är sättet att driva projekt och processer, snarare än ett gemensamt arkitektoniskt uttryck. Den inledande analysen, dialogen med uppdragsgivare och slutanvändare samt förmågan att med hjälp av ny teknik visualisera och förmedla idéer är några aspekter av processkvaliteten.

Hur skapar, upprätthåller och utvecklar ett arkitektkontor sin "linje" – sitt gemensamma sätt att arbeta? Frågan är högst aktuell för Ylva Gunterberg, arkitekt hos SSARK, som bland annat ansvarar för utbildningar och utveckling.

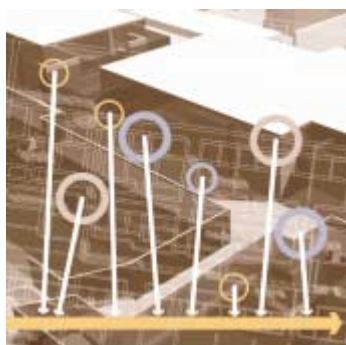
Analys.



Design.



Produktion.



Grafisk bild av de olika faserna i projektprocessen hos Scheiwiller Svensson.



Entré Nokia.

Ericsson och Nokia behöver inte ringa till varandra. Det räcker att ropa. Scheiwiller Svensson har ritat de två kontorsbyggnaderna i kvarteret Helgafjäll i Kista.

Telekomjättar samsas om tomt i Kista

Många turer har lett fram till att Nokia och Ericsson delar tomt i Kista. När projektet startade med Skanska Fastigheter som beställare fanns ett parkeringsdäck på tomten som Skanska hade rätten till. Man ville utnyttja tomten bättre, och Bo Svensson, arkitekt hos SSARK, gjorde en skiss på en lagerbyggnad. Han blev sedan hastigt inkallad till ett möte med Nokia, som ville ha ett nytt huvudkontor i Sverige.

– När jag fick kontakt med Nokia hade två andra arkitekter redan skissat på förslag till ett nytt kontor. Jag gjorde två förslag – ett djärvare med trekantiga byggnader, och det förslag som Nokia till slut valde, berättar Bo Svensson.

Kontor och lager

– Nokia ville flytta från sina trista lokaler i Kista, lokaler man också höll på att växa ur, och Skanska föreslog tomten. Företaget ville visa upp sin kultur på ett bättre sätt och byggnaden skulle ha en finsk anknytning, till exempel när det gällde materialval, säger Lars Aspe, som anlätades som projektledare av Nokia.

Det var bråttom att få igång arbetet. Förutom kontorsbyggnaden ritades ett lager för resten av tomten. Under byggandet ändrades detaljplanen för tomten så att lagerlokalen kunde bli högre. 1998, strax innan Nokia skulle flytta in visade sig att det företag som skulle utnyttja lagret inte längre var intresserat. Denna byggnad ritades då om till kontor och Ericsson visade intresse.

– Resultatet blev två e-formade hus som liknar varandra ganska mycket, med enkla släta fasader och mycket glas, men samtidigt med många detaljer som gör byggnaderna unika. Där finns stora ljusgårdar och en öppenhet mot omgivningen som har blivit lyckad. Man ska aldrig känna sig instängd i dessa byggnader, säger Inger Lindberg-Bruce på SSARK.

Lagerbyggnaden var en genererell struktur, som snabbt kunde förändras till kontor. Även invändigt var de två lokalerna förberedda för stor flexibilitet. Flera Nokia-bolag skulle flytta in och de hade egna krav på den inre miljön. Något bolag ville sitta i öppen miljö, medan ett annat ville ha kontorsrum. Det Ericsson-bolag som flyttade in ville sitta i rum, men SSARK gjorde en flexibel lösning som skulle fungera för olika kontorsmiljöer.



Exteriör Ericsson.



Även om kulturskillnaderna mellan Sverige och Finland inte är stora så märks de ändå i projektet enligt Inger Lindberg-Bruce.

Ljuskärl Nokia.

Nokia-huset har finsk karaktär

– Det vi lade märke till var att beslutsgången är något annorlunda. I Sverige ska många vara med och bestämma – det blir många gruppmöten innan ett beslut kan tas. I Finland finns en större acceptans för att det finns någon som beslutar och att dessa beslut sedan följs. Generellt kan också sägas att Nokia som företag är mer medvetet om "corporate design" – man har en annan tradition i inställningen till arkitektur och design i Finland. Det är lättare att känna igen ett Nokia-kontor än en av Ericssons byggnader.

Nokia-huset har också fått en finsk karaktär när det gäller färger och material – en lite kärvare känsla än Ericsson-kontoret. Gemensamt är användandet av så kallat fusionsljus på ljuskärlarna. Två armaturer lyser upp en hel innegård och ljuset kan riktas för att belysa detaljer. Detta ljus är så starkt att man inte kan titta in i ljuskällan - därför fick SSARK utveckla specialarmaturer som skärmar av och som kyls av fläktar.

– Det Scheiwiller Svensson lyckats bäst med är den vackra, tydliga exteriören, det bra entrépartiet och ljuskärlarna, med arrangemangen kring dem. Nu ska Nokia utöka med ännu ett hus där forsknings- och utvecklings-avdelningen ska hålla till. Det kommer att ligga på andra sidan vägen och förbindas med huvudkontoret med en tunnel. Tillsammans kommer de två byggnaderna att ge nya spännande möjligheter, säger Lars Aspe.

Bo Svensson summerar sina erfarenheter av projekten i kvarteret Helgafjäll:

– Det allra viktigaste är att husen inte är precis likadana. Vi har medvetet gjort dem olika. En annan sak vi lärt oss genom åren är att vara förutseende och att inte stänga in oss i statiska lösningar. Detta projekt visar vikten av att planera byggnader som fungerar för olika användningsområden och kontorsmiljöer, avslutar Bo Svensson.



Exteriör Nokia.

fokus

Den som inte syns finns inte

Detta talesätt kan sägas vara allmängilligt, men i designvärlden blir det särskilt betydelsefullt. När man ger något en form startar man en kommunikation. När vi som arkitekter skapar form gör vi det med utgångspunkt i att kommunicera vår uppdragsgivares budskap till omvärlden. Vi är "länken" och verktyget som transformerar en affärsidé och vision hos en organisation till en fysisk form. När vi lyckas skapas också goda affärer för våra kunder.

Vi har lärt oss att det inte bara är fysisk form som är viktig utan också hur den marknadsförs. Därför kommer vi att satsa på samarbeten inom detta kompetensområde för att kunna erbjuda helhetslösningar.

Vi på Scheiwiller Svensson har gjort en medveten satsning på marknadsföring och varumärkesbyggande. Genom väl genomtänkt design i våra projekt och strategisk marknadsföring vill vi berätta för gamla och nya kunder om vårt arbetssätt, som går ut på att skapa dessa helhetslösningar. Vi är duktiga på att omsätta idéer och tankar till fysisk verklighet och med dagens teknik kan vi dessutom visualisera produkten på ett mycket tydligt sätt innan man "slagit i en enda spik".

Vi vill bjuda in till en dialog som gör dig delaktig i processen och samtidigt skapar handlingsfrihet för dig. Ge oss din affärsidé så skapar vi din nya arbetsplats. Det som syns är det som räknas.



Per-Arne Fuhr, partner och marknadsansvarig

medarbetare

Utrymme för produktutveckling

– Jag blev arkitekt bland annat för att yrket är komplext och binder ihop så många discipliner och är starkt kopplat både till den enskilda människan och till samhället i stort. Vi vill skapa arkitektur som tolkar och kommenterar vår samtid.

– Bland de projekt jag ansvarat för märks till exempel kvarteret Tackan i Sollentuna, där en kontorsfastighet från 70-talet omdanades till moderna kontorslokaler för Vattenfall Sveanät AB.

– En av mina drömmar är att skapa oss ett utrymme att inom projekten utveckla så bra produkter att de kan vara intressanta på en större marknad. Ett mål är att ha en egen produktutvecklingsavdelning.

*Ylva Gunterberg,
partner och utbildningsansvarig*

