

Svensk gulvteppeprodusent jobber med motenavn som italienske Missoni:



MØNSTERSØSTRE: Annica Eklund, til venstre, er administrerende direktør, mens Marie Eklund er kreativ direktør i Bolon.

FOTO: BOLON

# SETTER TEPPET PÅ INTERIØRKARTET



Søstrene Annica og Maria Eklund har tatt familiebedriften Bolon fra å være en teppeprodusent til å bli et internasjonalt varemerke som samarbeider med kjente navn innen mote og arkitektur. På kundelisten står Mercedes, Armani, Google, Sissel Berdal Haga i Olav Thon Gruppen og Joakim Varner i Varner-gruppen.

**Farfaren startet med** å lage filleryer av stoffrester fra tekstilindustrien. Foreldrene utvidet sortimentet med store matter i plast til bruk i fortelt på campingvogner. Søstrene Annica og Marie har løftet Bolon til et internasjonalt nivå og leverer bedre tall enn noen sinne. Dette er historien om hvordan et svensk vinylteppe har blitt et verdensomspennende fenomen.

– Vi har tatt et veveri til å bli et internasjonalt varemerke og fått gulv inn i interiørverdenen. Gulv har fått en større identitet, og budsjettene til gulv i byggeprosjekter har økt, sier Annica Eklund, som er administrerende direktør i Bolon.

Fra den lille byen Ulricehamn, knappe ti mil øst for Göteborg, styrer hun og den tre år eldre søsteren Marie, med tittel kreativ direktør, selskapet som i fjor omsatte for over en kvart milliard kroner, opp nesten ti prosent fra året før. Resultatet før finanskostnader, som er det foreløpige tallet Bolon oppgir, styrket seg i samme periode med 40 prosent til cirka 40 millioner kroner. Dette var det beste året noensinne.

### Svensk eksportpris

I dette idylliske landskapet i Ulricehamn, kjent for sine lange tradisjoner i tekstilbransjen, ligger fabrikken med 85 ansatte og blant annet et eget gjestehus hvor søstrene lar potensielle kunder få tilbringe natten, og hvor de serveres mat av en lokal kokk. Det var for øvrig også her oppfølgeren til den svenske filmsuksessen Ånglagård ble spilt inn.

Siden søstrene Eklund overtok Bolon for litt over ti år siden, har de lagt mye energi i å utvikle familiebedriften og tilpasse den tidsånden med en miljøvennlig profil. De har sågar også valgt å flytte all produksjon hjem til Sverige – tidligere lå deler i Belgia. Bolon fremstår nå mer som et slags design- eller motehus enn en tradisjonell industribedrift, og da særlig i måten bedriften presenteres på. Mønstrende og fargene på de vevede tepene, som er laget av vinyl, har blitt belønnet med flere designpriser.

– Sakte har gulvmarkedet fått betydelig mer oppmerksomhet. Samarbeidet med Missoni, Bolon by Missoni, og andre aktører innen kreative installasjoner og konsepter, styrker varemerket vårt. Det største verktøyet er at det åpner dører til andre kreative miljøer, sier Marie Eklund til Kapital.

På tampen av 2014 ble det kjent at Bolon ble tildelt Stora Exportpriset.

Den deles ut til et selskap som har hatt stor internasjonal fremgang de seneste årene. Tidligere har prisen gått til Hästens med sine eksklusive senger og tilbehør og barneutstyrproduzenten Baby Björn.

– Det var en milepæl å få den prisen, sier Annica Eklund.

Bolon selger nå tepper over hele verden. USA er det største markedet etterfulgt av Japan og Frankrike. På kundelisten står firmaer som Mercedes, Armani og Google.

### Var modell i Italia

Firmanavnet Bolon er bokstavsammensetningen av de to første bokstavene i bomull og de tre siste i nylon. Det var ikke gitt at søstrene skulle overta. Annica drev lenge konkurranseridning, og Marie jobbet som modell i Italia, hvor hun siden studerte mote ved Accademia Moda i Firenze.

– Jeg visste at jeg ikke ville jobbe med familien min. Jeg synes campingvognteppes-industrien var kjedelig, en business uten potensial. Jeg klarte ikke å se forbi de gamle katalogene, de tradisjonelle tepene og forbindelsen

til campingvognene, uttalte Marie Eklund til *The Bolon Story*, en påkøstet bok som ble utgitt da søstrene hadde drevet Bolon i ti år.

Men så skjedde det noe med Marie. Foreldrene hadde investert i en ny fabrikk, søsteren hennes hadde begynt å jobbe der. Dermed var de i gang.

– Vi har vokst opp med Bolon, og har Bolon i kroppen, men vi har andre tanker og visjoner enn våre foreldre. Vi startet å jobbe i selskapet i begynnelsen av 20-årene. Vi var interessert i mote, interiør og design, sier Annica Eklund.

I begynnelsen hadde de en ekstern administrerende direktør. Han var mer en som forvaltet tradisjonene i firmaet.

Etter ett og et halvt år overlot han til oss å fortsette å drive med vår visjon.

### Lunsj med Missoni

– Hvilke tanker hadde dere om videre strategi da, og hvordan har det blitt sammenlignet med det dere tenkte?

– Vi måtte begynne å kommunisere på en helt annen måte. Det begynte med at vi måtte si nei til noen kunder



**PRIS PÅ TEPPER:** Bolon har fått flere designpriser for tepene sine som er laget av vinyl og limes på underlaget.



**FARGEGLADE:** - Et fargeglad Bolon-dekke kan bidra til å sette en spiss på det uttrykket vi ønsker, sier Sissel Berdal Haga, som er designansvarlig i Olav Thon Gruppen. Her sammen med interiørarkitekt Trond Ramsøskar.

FOTO: HANS PETTER SMEBY

fra de lavere segmentene. Det tok to til tre år å tenke annerledes. Vi begynte raskt å tjene mer penger på å gjøre det på denne måten. I starten hadde vi ikke helt trykkgheiten under produktet. Det kreative og visjonene var på plass, men vi måtte investere i teknologi og teppekompetanse. Nå er vi blitt et internasjonalt varemerke. Vi jobber med partnere i utlandet og arbeider mye med å koble produktet til varemerket. Et produkt kan man lett kopiere, men det klarer man ikke med et varemerke, sier de.

Det er litt tilfeldigheter som har ført til samarbeidet med de ulike partene i utlandet.

- Vi traff hun som er ansvarlig for

innredningen på Missoni-hotellene under en lunsj i Milano for noen år siden. Det er fjerde året vi gjør noe sammen med dem, og vi var den første bedriften Missoni laget en egen kolleksjon for, sier de.

I fjor jobbet Bolon med koreografen Alexander Ekman, som laget en film for dem, hvor teppeprøver vises med dansere. Ekman var for øvrig også koreograf da A Swan Lake ble satt opp på Operaen i Oslo i fjor.

Søskenparet har også arbeidet med den franske arkitekten Jean Nouvel – mannen som blant annet har tegnet museet Louvre Abu Dhabi med planlagt åpning senere i år. De har samarbeidet om et konsept, men ikke gulv-

design – enn så lenge.

- Hvem blir den neste dere skal samarbeide med?

- Det vet vi ikke helt ennå, sier Marie Eklund.

### Vokst betydelig i Norge

Firmaet Berg Studio i Oslo, som retter seg mot innredning av næringsbygg, overtok det norske agenturet på Bolon for tre år siden.

- Norge har vokst betydelig de siste årene etter at Berg Studio overtok agenturet, sier Annica Eklund.

I 2013 solgte de 48.000 kvadratmeter Bolon-tepper. De ønsker ikke å oppgi andre tall til Kapital, men Anita Berg, som jobber med Bolon i firmaet, forteller at teppene koster mellom 520 og 795 kroner eksklusive moms samt et tillegg på 30 til 50 prosent for laser-skårne former. Inklusive rundt 200 kroner pr. kvadratmeter til legging, blant annet liming. Hittil har blant andre Bama, Deloitte, NSB, Aspelin Ramm Vulkan, Sparebank 1 Fredrikstad og Advokatforeningen kostet på seg de trendy teppene.

- Jeg pleier å starte møtet med å helle en kopp kaffe på teppet her, sier Berg til Kapital og demonstrerer akkurat det på et gulvteppe i kontorlokale i Bygdøy allé i Oslo. - Nå kan den kaffen bare ligge der, og så skal jeg vise deg hvordan flekken lett kan tørkes bort med en fuktig klut etterpå, reklamerer hun. Noe som faktisk viser seg å stemme. Ellers rengjøres teppene med en standard gulvrensjøringsmaskin, forteller Berg, som deler ut kataloger og stoffprøver i en slags handleveske laget av gulvbelegget.

### Rosa tepper hos Thon

I Olav Thon Gruppen er Sissel Berdal Haga, Olav Thons samboer, designansvarlig og har valgt Bolons tepper på flere hoteller. Hun er tidligere dommer i Oslo tingrett og startet i jobben da hun pensjonerte seg der for noen år siden.

Berdal Haga arbeider tett med interiørarkitekt MNIL Trond Ramsøskar. Det var han som kom over Bolons tepper på en messe for flere år siden. Han forteller at det er vanskelig å finne et riktig gulv til hoteller. På hotellrom blir det kaldt med parkett, som dessuten lett ripes opp.

- Bolons tepper har en vevet overflate. Det blir dannet en luftlomme som gjør at den kjennes varm. Vegg til vegg-tepper er gammeldags, men Bolons tepper er et teppe uten at det føles gammelt, mener interiørarkitek-

ten.

Det første hotellet i Thon Gruppen som fikk Bolon-tepper var Thon Hotel EU i Brussel. Siden har hotellkjeden brukt teppet på blant annet Thon Hotel Rosenkrantz og Thon Hotel Munch. Nå innreder de et hotell i Trondheim med Bolon-tepper. De tre sistnevnte sorterer under budget-konseptet, hvor det satses på enkelt og standardisert innredning med utstrakt bruk av farger.

– Et fargeglad Bolon-dekke kan bidra til å sette en spiss på det uttrykket vi ønsker, sier Berdal Haga. – I tillegg må det ha gode bruksegenskaper. Jeg vil spesielt understreke at produktet vi ønsker å bruke til hotellene må ha “klasse”, både når interiøret skal gnistre av farger – som i spisesaler med dyprosa Bolon-gulv – eller i de roligere, mer klassiske interiører, sier hun.

Det har vært enkelte diskusjoner om hva som kan sette seg fast i Bolon-teppene, men det har vist seg ikke å være noe problem. Man kan ikke moppe teppene; man må bruke en egen maskin, men den koster ikke mye.

Etter det Kapital kjenner til, var Olav Thon i utgangspunktet skeptisk til Bolon-teppene fordi de er dyrene enn andre gulvtepper. Han skal angivelig ha endret mening etter at han så at hotellene med disse teppene gjorde det bedre enn de andre i kjeden.

– Det er ikke mulig å hevde at Bolon alene øker omsetningen på Thon-hotellene, sier Berdal Haga. – Men i mange tilfeller, hvor vi har fornyet hotellene med gode innredninger og markerte fargevalg, har resultatet vært økt omsetning, forteller hun.

**Joakim Varner liker Bolon-“folka”**  
Klesimperiet Varner-gruppen er også

god Bolon-kunde. Joakim Varner er den yngste av de tre brødrene og er kjent for sin interesse for design og arkitektur. Han forteller at de er svært positive til Bolon som gulvleverandør.

– Teppene gir minimalt med slitasje og er lette å vedlikeholde. I tillegg er de gode å gå på og gir ingen trinnlyd. For vårt nye hovedkontor, som skal stå ferdig i november, har vi brukt mye tid på å undersøke forskjellige gulvleverandører. Bolon stiller i en helt egen klasse. De er de mest innovative på markedet nå, slik vi opplever det. De utvikler spennende vevteknikker. Dette har en sterk tilhørighet til hva vi driver med, sier han.

Varner forteller videre at de har fått et godt inntrykk av “folka” hos Bolon.

– De er visjonære og fremtidsrettede. Det passer oss veldig bra. Til det nye hovedkontoret utnytter vi Bolons styrke med å variere og blande forskjellige varianter innen produktfamilier. Vi velger en grunnfarge som går igjen overalt, men blander inn forskjellige farger og mønstre i spesifikke soner for å skape litt liv og røre. De utvikler egne farger og mønstre kun for oss, med utgangspunkt i farger fra Silence-serien og vevemønstre fra Create-serien, forteller han.

#### - Ikke aktuelt å selge

På møbelmessen i Stockholm i begynnelsen av februar skal Bolon presentere den nyeste kolleksjonen, Flow, som er mer transparent og “mykere” fordi de har brukt gjennomsliktig tråd.

– 33 prosent er laget av resirkulert avfall fra andre bedrifter. Dermed er holdbarhetsperspektivet hensyntatt. Vi har investert i en helt egen maskin for å få til dette. Botanic, som er den første miljøkolleksjonen vår, selger vi



**- STERK TILHØRIGHET:** – Bolon utvikler spennende vevteknikker. Dette har en sterk tilhørighet til hva vi driver med, sier Joakim Varner i Varner-gruppen som har Bolon-tepper på hovedkontoret.

FOTO: VARNER-GRUPPEN

mye av.

– Det er dyrt å drive i Sverige sammenlignet med mange andre land?

– Vi har alltid vært tydelige på at vi vil ha alt i Sverige. Det gir oss fleksibilitet og tilgjengelighet, som er avgjørende for fremgangen. Vi har et eget råmateriale som gjør oss unike. Da kan vi være tidlig ute med innovasjon, sier Annica Eklund.

De dårlige tidene i Europa har påvirket Bolon, og prosjekter i både Spania, Frankrike og Italia har blitt parkert.

– Fordelen med å ha så mange markeder er at vi ikke blir like sårbare. Vi selger i fire verdensdeler. Da blir vi ikke så rammet hvis det går dårlig ett sted. Vi selger mest grå og beige tepper, men det er viktig å ha andre farger. Rosa og oransje kan gi en edge, eller oppmerksomhet til ett område eller forsterke noe annet. Det er viktig å ha i kolleksjonen.

Eierskapet i Bolon er søsterlig fordelt med en halvpart hver.

– Vi vil ha selskapet under våre vinger og er ikke interessert i investorer.

– Bolon er ikke til salgs for noen pris?

– Nei, det er ikke aktuelt å selge.

### Kapital-fakta

**Selskap:** Bolon, holder til i Ulricehamn, vest for Göteborg.

**Bransje:** Produserer vevde tepper i vinyl, primært til bedriftsmarkedet.

**Eierskap:** Eies fifty-fifty av søstrene Annica og Marie Eklund, henholdsvis administrerende direktør og kreativ direktør.

Tall:	2014	2013	2012
Driftsinntekter:	254*	233	225
Driftsresultat:	-	29	21
Resultat før skatt:	-	29	20

**Nå:** Ble nylig kronet med Svenska Exportpriset, har levert sitt beste år noensinne og vokser stadig i Norge. Aktuell med ny kolleksjon, Flow, som lanseres i februar.

\*) Foreløpige tall.  
Alle tall i mill. kroner.  
Kapital-fakta

Kari Nestaas

kari.nestaas@kapital.no