

INTERVJU // FANTASTIC NORWAY:

- DRITT LEI VOGNA OG VAFLER



Fantastic Norway med sine «interns» en dag i oktober, fra venstre: Håkon Matre Aasarød, Ida Pande, Caroline Richard, Thomas Paltiel og Erlend Blakstad Haffner. Foto: Olav Ødegården

Håkon Matre Aasarød og Erlend Blakstad Haffner har vært i Venezia og vist seg fram. Nå vil de bli kvitte seg med både campingvogna og vafler.



TEKST: GRETIE KRISTIN HENNISSEN
redaktør

Gutta i Fantastic Norway har klart det igjen. I Venezia hadde de den mest populære utstillingen på hele biennalen. Atriumshytta de har tegnet vil dukke opp i Icon, Domus og Wallpaper. Tenk på det: Det første bygdeprosjektet til kontoret kommer i tre internasjonale tidsskrifter! Dette kommer fra gutta som sier de ikke har noen langsiktig plan og egentlig ikke vet hva de gjør...

Lagde fest i Venezia

– Vi traff tematikken midt i smørøyet; arkitektur utover bygging («Architecture beyond building»). Erlend fikk plutselig en telefon i vår med spørsmål om vi hadde planer for høsten. Etter noen dager fikk vi offisiell innbydelse.

Hvordan hadde de hørt om dere egentlig? – Vi har reist rundt og holdt foredrag om arkitektur på ulike skoler i Europa. FAD-prisen vi fikk i Barcelona i 2007 ble et internasjonalt gjennombrudd for oss.

Under planleggingen av festivalen har Fantastic Norway snakket med andre som har deltatt eller vært på biennalen. Spesielt Per Kartvedt har vært som mentor for dem – de har ofte hatt samtaler med ham.

– Det var en stor investering for oss å dra dit og vi måtte få masse oppmerksomhet. Det er jo 52 arkitektkontor som stiller ut der nede! Vi kjørte derfor hardt på PR.

Einar og Ingerid fra Arkitektur N hjalp oss med sponsing av plakater. Vi hadde med kokk og DJ. Kjærestere og venner. I alt åtte stykker var med. Jeg og Erlend kunne bare gå rundt og prate, forteller Håkon fornøyd.

Fantastic Norway trykkte opp flere hundre t-skjorter og flip flops som alle på festivalen gikk rundt med. De hang opp plakater over hele byen. Til og med campingvogna tok de med nedover.

– Vi lagde skikkelig festival hver eneste dag. Det var tjukt av folk hele tida. Tilskuerne skjønner vanligvis bare 2% av det de ser på biennalen. Vi lagde en arena der man kunne diskutere utstillingen. Man kan bygge stedsfølelse, dialog, identitet og fysiske ting. I Venezia ville vi bygge en atmosfære. En sosial arena.

Inspirerer andre

Det ble to utstillinger: En festival ute og én utstilling inne. Utstillingen inne inneholdt en slags manual for å formidle det de har gjort. Manualen besto av enkle ikoner for å appellere til og kommunisere med tilskuerne.

– Med utstillingen ønsket vi å få anerkjennelse og framtidige oppdrag. Vi ville oppfordre andre til å jobbe som oss.

Gutta har fått det som de ville. I Sverige har en gjeng allerede reist rundt på lignende måte. I

Italia vil en gruppe studenter starte Fantastic Italy. Metoden har hatt særlig appell i studentmiljøer. Smigrede og stolte uttrykker Fantastic Norway glede over at målet om dialog er nådd.

Men, det er ikke bare bare å kopiere Fantastic Norway-metoden.

I Venezia ble de lei både vafler og vogn. Vogna kom hjem mørkbanka.

– Vi tok et standpunkt etter Venezia og diskuterte forholdet til campingvogna; hva den symboliserer. Det er ikke den fysiske vogna som er viktig, men den har blitt veldig konkret. Den er et bilde på nær dialog, på det å oppsøke og foreslå prosjekter. Det siste året har det bare blitt tatt bilder av oss med vaffel, ikke med prosjekter, klienter eller lokalsamfunn. Vi ønsker å distansere oss både fra vogn og vaffel i tiden fremover.

Hytta på fjellet

Hytta til Håkons foreldre er kontorets første ferdigbygde prosjekt.

Under prosjekteringen med hytta hadde kontoret løpende dialog med lokalsamfunnet og lokale myndigheter. Blant annet sa tall i værdataene noe annet enn folk som bodde der. Lokalbefolkningen trodde vinden ville gå over hytta, og ikke som dataene fortalte.

– Vi prøvde ut lokalkunnskapen med pinner og plastikkposer. Senere brøt vi alle lokale reguleringer som torv på taket og villmarkspanel, men løpende dialog med teknisk avdeling i kommunen gjorde at det gikk bra.

Jeg begynner å forstå at ordene «dialog» og «møter» er essensielle hvis man skal forstå hvordan Fantastic Norway tenker og jobber...

Hvordan var det å jobbe med konkret prosjektering?

– Hytta ble bare i en annen skala enn andre prosjekter. Vi snakket med kommunen og håndverkeren i stedet for et lokalsamfunnet. Vi tenkte på stedet og plassering på tomta, og lagde planen i snøen. Lagde 14 modeller og tegnet 14 utgaver av hytter. Både skisseringen i 1:1 og modellene var redskap for å holde en åpen og tilgjengelig dialog med oppdragsgiver. Man må aldri gå inn i en prosjekteringsfase med fastlåste planer.

Hytta ble en hit på biennalen.

– Å få sitt første bygg på trykk i Wallpaper er stas. Jeg synes det er viktig å profilere norsk arkitektur, sier Håkon med en dårlig skjult stolthet.

Starten på reisen

Erlend og Håkon gikk i samme klasse på Bergen arkitektskole. Det var der det hele begynte.

– Vi fikk en oppvåkning i tredje klasse.

Plutselig ble det vi gjorde viktig. BAS er en holdningskapende skole. Arkitekter må nå ut med noe! Vi så muligheten for å være arkitekt på en ny

måte, gå inn i rollen som samfunnsbygger.

I begynnelsen av tredje klasse på BAS var de på ekskursjon med klassen til Nord-Norge. Turen skulle vise seg å bli startpunktet for den fantastiske reisen som ennå ikke har sett sin siste dag på veien.

Klassen kom til Brønnøysund. Torget midt i byen skulle privatiseres og bli kjøpesenter. Plassen var det siste offentlige rommet i byen. Erlend og Håkon gikk sammen med lokale kunstnere og velforeningen, og gikk til sak med flagget til topps. Interessen for industrisamfunn har de hatt siden.

– Vi fokuserte relativt lite på skolekuret og ekskursjonen, og satte vår egen agenda. Vi skrev i lokalavisa, holdt allmøter. La igjen ulike skriv på cafeer og bibliotek. Visualiserte drammer. Det er viktig å sette ord på ting. Det går an å ha holdninger, man bør ha holdninger!

I Brønnøysund tok gutta et klart standpunkt. De var med i debatten.

– Det er viktig å få fram folk med fagkompetanse. I dag er det bare Erling Dokk Holm og Jan Carlsen som skriver. Lokalaviser og lokalsamfunn er nysgjerrige på hva andre har å si om stedet. Vi har alltid hatt en god dialog med lokalaviser og menneskene på stedene. Kanskje fordi vi lytter? Har en dialog? I mange debatter mister man alle involverte, bortsett fra arkitektene. Vi oppfordrer til å få fram hva det er som gjør stedet spesielt. I en tid hvor standardisering og globalisering er rådende trender, er verdien av det lokale kanskje enda viktigere enn noensinne.

Om holdninger og myter

Etter kampanjen i Brønnøysund kom ideen om en campingvogn.

– Vi fikk 15.000 av NAL til å kjøpe vogn. Et stipend for unge, lovende arkitekter. Vi skrev en 100-siders prosjektbeskrivelse, men visste vel ikke helt hva vi gjorde. Det er imidlertid en myte at vi har bodd i campingvogna.

Det er også en annen myte det er viktig for Fantastic Norway å avlive.

– Mange tror vi har gjort dette for å være snille og greie, men vi har tjent penger fra dag én. I Narvik fikk vi full lønn under hele prosjektet. Privat næringsliv og kommune spleiset på lønningene. Vi kom inn på et heldig tidspunkt og ble en del av de større strategiplanene til kommunene. Vi har hele tiden hatt en klient, og det gjør ting lettere. Dette er ikke et studentprosjekt, understreker de to.

Assosiasjonspartnere

Ønsket om å utvikle seg, finne nye veier og overraske driver Fantastic Norway framover. De vil

ikke være et ordinært arkitektkontor. De vil være kreative sammen med andre. Akkurat nå deler de arbeidsplass med gjenger fra FIN Fashion. Gutta vil skape noe som fungerer, noe som ligger i bunn, derfra kan de eksperimentere.

Har dere noen spesielle arbeidsmetoder?

– Under konseptutviklingen av et prosjekt inviterer vi ofte kjentfolk til middager. Vi bruker ulike assosiasjonspartnere. Slik kan vi også få bidra tilbake og dra nytte av et levende kunstmiljø.

Kontoret har mange baller i luften, og ikke alle lander. De driver mye med kulturbygg og turisme. Akkurat nå er det to-tre kulturhusprosjekter i ulik skala som står på plakaten. Det som ligger hjertet nærmest er musikkpaviljongen i Larvik til ære for bybarnet og æresborger Arne Norheim. Ideen kom fra Norheims komposisjon av et innrigningsignal på en skole i byen. Prosjektet

får grunnstøtte fra Norsk Kulturråd.

– Det dreier seg om å tilføre byen noe nytt, noe forunderlig eller uforutsett. Et «frikjonspunkt» som kanskje kan gjøre at byen utvikler seg i ny retning.

Paviljongen er utformet som en sirkel med sittelandskap, og sensorer i søyler som fanger opp kroppspråk og responderer lydlig på besøk.

Larvik er fødebyen til Norheim og Antonio Bibalos hjemsted til han døde i sommer. Et sted for musikk. Fantastic Norway vil skape arkitektur

som forener stedets historie, identitet og det nyskapende.

– Det skal være et sted for presentasjon av samtidsmusikk og med respekt for den. Vi tenker oss at komponister kan være med å jobbe med strukturen. Vi har utvekket forslaget og selv lagt føringene. Nå gir vi ideen til byen som gave.

Fantastisk forlag?

Har dere noen andre konkrete planer framover?

– Etter Venezia har mange tatt kontakt. Nå har vi lyst til å vise fram det arkitekturfaglige. Framover vil vi prøve oss på konkurranser. Har alltid jobbet oss nedefra og oppover. Dette blir omvendt. Vi vil rett og slett se om vi får det til. Kanskje Fantastic Norway kan bli et forlag? Drive med arkitekturformidling? Hardcore prosjektering? Være en paraplyorganisasjon? Fantastic Norway er en handlingsorganisasjon, vi venter ikke på oppdrag!

Det eneste kontoret har aldri fått en smørbrøstide med påskriften «dette skal inn om to uker». De to har initiert de fleste prosjektene selv. Utan program og ofte uten tomt. Målet: Bygninger som gjenspeiler historie og lokale fenomener som relaterer seg til det lokale.

Vi er tilbake der vi begynte – om reisen og dialogen – denne gangen uten campingvogna. ■

Les mer om Fantastic Norway og se deres prosjekter på www.fantasticnorway.no



Fantastic Norways atriumshytte på Vårdehaugen. Foto: Fantastic Norway