



Försäljningen av köksinredning har skjutit i höjden de senaste åren, vilket även har fått efterfrågan på bänkskivor i natursten att öka kraftigt. Och nu börjar allt fler upptäcka alternativ till de vanligaste marmorsorterna.

TEXT PETER WILLEBRAND

Kökstrenden lyfter stenen



Marbodal är en av de kökstillverkare som märkt av den ökade efterfrågan på inredning i natursten.

FOTO: MARBODAL

Stenindustrin har gått för högt tryck de senaste åren. Den starka kopplingen till konjunkturen och en överhettad byggsektor har gjort att många stenproducenter haft fullt upp med att leverera allt vad man kan producera.

Med några år i backspeglarna kan man också konstatera att det är många faktorer som brett samverkar och bidrar till den uppåtgående kurvan i branschen. Natursten har till exempel varit en stark trend inom inredning i flera år, där i synnerhet bänkskivor i natursten varit en

bra värdemätare på både den allmänna konjunkturen och rådande trender.

Låga räntor och prisutvecklingen på bostadsmarknaden har drivit på försäljningstakten ytterligare. Privatpersoner som under senare år både renoverat hem och uppgraderat kök har inte sällan bytt ut den gamla bänkskivan mot en i marmor eller annan natursten.

– Vi för själva ingen samlad statistik över bänkskivor, men att döma av våra företags omsättningsrapporter har efterfrågan på bänkskivor ökat rejält, säger Robert Quaak, vd för den rikstäckande kedjan Steny som är inriktad på företagsmarknaden.

Steny har under de senaste åren även inlett samarbeten med flera inredningsföretag över hela landet, för att kunna möta den ökande efterfrågan.

– Vi arbetar i dag med underleverantörer från hela världen. För oss är det viktigt att kunna hantera stora volymer, samtidigt som vi kan anpassa oss till den lokala marknaden, säger Robert Quaak.

Försäljningen av köksinredningar är även en indikator på hur försäljningen av bänkskivor i natursten har utvecklats. Trä- och möbelföretagen, TMF, sammanställer halvårsvis försäljningsstatistik för köksinredningar på den svenska marknaden, i samarbete med branschanalytikern Prognoscentret.

Den senaste undersökningen visar att den fakturerade försäljningen av köksinredningar ökade med 7,9 procent till 2,7 miljarder under första halvåret 2017, jämfört med samma period året innan. Försäljningen av stommar till köksinredningar ökade samtidigt med 12,9 procent.

TMF:s samlade försäljningsstatistik för åren 2006–16 bekräftar bilden. Den totala försäljningen av köksinredningar på den svenska marknaden låg från 2006 stadigt runt 3,7–3,8 miljarder kronor årligen, tills den plötsligt ökade med 25 procent, till 4,8 miljarder kronor under 2015 – en ny försäljningsnivå som varit stabil sedan dess.

Försäljningsrapporten bygger på insamlad statistik från 20 branschaktörer, med åtskilliga varumärken i portföljerna. En av de största är Nobia, som med varumärkena Marbodal och Myresjökök under sitt tak levererar ett



Den fakturerade försäljningen av köksinredning ökade med 7,9 procent andra halvåret 2017.

FOTO: MARBODAL

E-HANDEL – MED KÄNSLA

Stenys vd Robert Quaak har nyligen återvänt till Sverige efter många år i USA, där han bland annat arbetade med såväl stenbranschen som e-handel.

– En stor global trend är att folk investerar allt mer i sitt boende. Köket som tidigare var en "arbetsplats" har blivit en central plats i hemmet där funktion är lika viktigt som att vara estetiskt tilltalande. Och vill man påverka värdet på sin lägenhet har köket oftast en mycket större betydelse än till exempel vardagsrummet. Därför får också valet av bänkskiva en stor betydelse, säger han.

Hur säljer man bänkskivor i natursten via e-handel?

– E-handeln bidrar framför allt med information och visualisering. Tidigare var ett besök i en butik ett första steg när man skulle välja bänkskiva eller göra om köket. Nuförtiden samlar många information hemma via hemsidor, bloggar, appar eller sociala medier, säger Robert Quaak, och tillägger:

– Visualisering av slutresultatet är viktigt. Det kommer allt fler interaktiva sajter där kunden kan "bygga" sitt eget kök. Inredningstrenderna har också stor påverkan på kundens beslut i dag. Men i slutändan är bänkskivan ett emotionellt beslut, och det finns fortfarande ett starkt behov hos kunden att se och känna på materialet "på plats".



flertal olika kökslösningar med bänkskivor i natursten som ett tillval.

– Efterfrågan på bänkskivorna i natursten ligger i linje med den ökade försäljningen av vår köksinredning, konstaterar Charlotte Wessman, marknadschef på Nobia.

FLERA INREDNINGSARKITEKTER som tidningen Sten har varit i kontakt med beskriver också hur allt fler privatpersoner i dag frågar efter alternativ till de vanligaste marmorn som dominerat under senare år.

– Kunskaperna om sten har blivit djupare samtidigt som många har blivit mer nyfikna på att jobba mer modernt med ett så klassiskt material som natursten ändå är, säger till exempel designern Per Söderberg, som under senare år har arbetat mycket med granit med tydliga färgtoner.

Bilden bekräftas av Charlotte Wessman när det gäller köksinredning:

– Vi ser ett större intresse för annan färg än vit. Det gäller även den vita marmorn. ■



▲ Detalj från projekt Primo i Billdal, signerat Pontus Lomar. Interiör runt en kaffestation, med skivor i Carrara C på både vägg och tak. Stengolv i fiskbensmönster. Arbetena är utförda av Kungälv Natursten.



GRANUM STENPRODUKTER

Natursten för interiöra,
exteriöra och
offentliga
miljöer.



info@granumstenprodukter.se

tel: 044-620 10 10

www.granumstenprodukter.se