

Färgernas återkomst!

Ut med gråskalan och in med färger och mönster! Den natursten vi möter inom ny inredning har allt fler nyanser, samtidigt som speciallösningarna blir fler. Många av de "nya inredarna" utmanar också de traditionella inredningsarkitekterna. En bild på Instagram kan i dag vara viktigare än rätt utbildning.

TEXT PETTER EKLUND

Pelare i Saluhallen på NK. Mosaik i Brännlyckan och lameller i Ekebergsmarmor – två klassiska svenska stensorter som återkommer i hela inredningen.



Köksdetalj från
Joanna Lavéns
Apartment G.

FOTO: JAMES STOKES AMSTERDAM



Bröderna Ahlgrens har
lagt golvet på Elite Hotell
Mollberg, Helsingborg.

FOTO: BRÖDERNA AHLGREN'S MARMORINREDNINGAR

Trender kan tyckas ytliga och tillfälliga, men de skär djupt i berggrunden. På 00-talet var minimalistiska våningar med Carraraglänsande köksbänkar högsta mode.

Hemtrivseln fick maka på sig för scenografisk hotellkänsla. Motreaktionen kom med de senaste årens grå hemmiljöer, med mättade toner i beige och jordfärger och inhemsk kalksten och granit. En udda skulptur i en salong med chokladbruna stolar, ett elegant bord, en tavla på väggen, det blev en standard som upprepades igen och igen, färgade av sig, ekade vidare i de sociala mediernas oändliga rum. Nu är det grå inredningsidealet något uttjatat och vi spanar efter något annat. Det har pratats om färg i ett par år. På bloggar, Instagram, i magasin och från utländska mässor rapporteras det om starkare kulörer och uttryck.

– Det finns verkligen ett nytt intresse för färg. Det kommer sig nog av att Carraran användes så länge och sedan kom den lekfulla terrazzon. Det väckte något också hos stenleverantörerna, säger Helena Eliason på Joyn Studio i Stockholm, en liten, men växande studio av inredningsarkitekter som har fått uppmärksamhet för sina restauranginredningar.

Joyn Studio fick Stenpriset 2019 för sitt arbete med Frantzéns trestjärniga restaurang i Stockholm, där man skapade en spännande atmosfär baserad på svensk Brännlyckanmarmor. Nu arbetar man vidare med Frantzéns restauranger i Asien och det kommande "powerbrasseriet" Astoria, en före detta bio på Östermalm som ska bli bar och två restauranger. Joyn Studio har skrivit in terrazzo i projektet, men också röd kalksten.

– Ja, det blir rött. I originalinredningen finns också Kolmårds-marmor, så vi har skrivit in mer sådan som ska passa till en befintlig och fantastisk stucco lustro-vägg, säger Helena.

Röd kalksten minsann, här kommer den tillbaka efter sin glansperiod på 80- och tidigt 90-tal.

– 90-talet kommer starkt, skrattar Helena och säger att Joyn Studio också valde körsbär till Frantzéns restaurang.

Men då rynkade alla på ögonbrynen och sade "körsbär, vad är det för 90-talsgrej?". Nu använder studion träslaget i flera andra projekt. Trender tycks uppstå ur en allmän men oformulerad saknad, som får sitt nya uttryck när någon gör ett oväntat val av färg och material som inte synts till på länge. Den röda kalkstenen har legat i skuggan, men vem vet, snart kanske långtradare med röd kalksten rullar mot storstäder och utland. Eftersläpningen på trenderna är lång. Medan den grå vägen är på väg ut, monteras fortfarande ansenliga mängder vit sten.

– En anledning till att Carraran blev så stor är att det är en snäll och inte så bråkig sten. Den var ju billig förr, men har stigit i pris under 10-15 år. När alla – till och med Ikea – skulle ha Carrara har den blivit urholkad, säger Helena Eliason.

Dagens längtan efter färger bekräftas av Kenn Ahlgren på Bröderna Ahlgrens marmor i Herrljunga.

– Ja nu kommer det allt mer färger; grön Verde Guatemala, Verdi Alpi, svart Nero Assoluto och mycket Nero Afrika, berättar han. Andra sorter som går bra är Steel Grey, Tossene Grå Bohus, Khasmir White Silver och Lemon Ice.

Bröderna Ahlgrens marmor är ett familjeföretag i fjärde generationen, startat 1926 av Carl-Oscar Ahlgren i en verkstad bakom Liseberg i Göteborg. I dag drivs företaget av bröderna Kenn och Pierre, som växte upp med firman, lärde sig stenjobbet. Pappa och farfar gjorde mycket badrumsbänkar, buffé- och bardiskar.

– Vi har bland annat byggt om på Elite Park Avenue i Göteborg i flera omgångar, säger Kenn.

Det är inte bara färg som skymtar, utan också en rörelse mot

Detalj, Apartment G.



FOTO: JAMES STOKES/AMSTERDAM

Företaget Vanitas satsar på lyxiga badrum och Joanna Lavén är designer.



FOTO: VANITAS

”Vissa betalar vad som helst. Nu gör vi kök som kan kosta över 100 000 kronor, en väldig ökning på bara några år.”

extravaganta inredningar med mönstrade golv och exklusiva stensorter. Påkostade high-end-projekt. Till anrika Elite Hotell Mollberg i Helsingborg har Bröderna Ahlgren levererat ett golv där Carrara, Bardiglio och Nero Margurina skapar en tredimensionell trompe l'œil-effekt i rakt nedstigande led från romerska villor i Pompeji och "opus sectile" – en stenens motsvarighet till träets intarsia, en mångårig trend i romarriket.

Trenden drivs av det påkostade och dyrbara. Kenn Ahlgren är själv häpen över hur budgetarna för kök har hissats uppåt.

– Vissa betalar vad som helst. Nu gör vi kök som kan kosta över 100 000 kronor, en väldig ökning på bara några år. Det har med design att göra. Det ritas in mer och mer speciallösningar, väggar, och sidostenar i specialkvartstiter som är hårda att arbeta med.

Trenden med grafiska stenarbeten är också en utflykt till föregångare i mellankrigstidens art déco-epok där stildrag från historien sögs upp och presenterades som en grandios fantasi-värld, perfekt för Hollywood att sätta tänderna i. Greta Garbo strålade i *Grand Hotel*. Underbara miljöer skapades av Cedric Gibbons. I dag är det högsta inredningsmode, hand i hand med antikvårdens intresse för mellankrigstidens möblemang.

I dagens landskap av tidspress på jobbet och företagets kamp om att locka och behålla ung personal söks också filmiska effekter. Vi ska transporteras till en underbar överklighet på "the workplace" – dagens buzzword för "kontor".

När Note Design Studio nyligen inredde 20-talsbyggnaden Summit House i London var uppdraget att höja husets trista kontorsinredning till samma nivå som dess spektakulära fasad i keramisk art déco. I entrén lades ett mönster i marmorterrazzo, ett grepp som återkommer i många miljöer idag, till exempel hos den engelske arkitekten David Chipperfield.

Det talas också mycket om "Re-defining the office", hur arbetsplatser ska inredas och fungera nu när det aktivitetsbaserade kontorets poänger ifrågasätts och molnet dominerar verksamheterna, både knyter oss samman och isolerar individerna.

När många bokstavligen kan ha kontoret i fickan, kommer arbetsplatser att bli viktiga sociala mötesplatser, ställen där de anställda vill träffas, där känslan är trivsamt och inspirerande, men själva jobbet kan fixas var som helst: på tåget, närmsta fik eller i soffan hemma.

Hur ska de framtida gränserna dras mellan hem, arbetsplatser och "det tredje rummet": fik, offentliga lokaler, mötesplatser, hotellobbyer, där det i dag kryllar av arbetande och studerande människor. Att få arbetsplatser trivsamma och samtidigt drivna av den senaste teknologin är en utmaning. Inredningsarkitekternas uppdrag kommer att fokusera på innehållet mer än den fysiska gestaltningen, samt på ett närmande till naturen, till gröna miljöer, men också "äkta" material som natursten som kommer att ha en viktig roll i utvecklingen, bara branschen är öppen för nya slags beställningar.





Unda,
stengolv,
Vanitas.

FOTO: VANITAS



Joanna Lavén.

FOTO: KRISTOFER JOHNSON

Hur styrs trenderna på inredningsmarknaden? Förr kunde stenbranschen förlita sig på utbildade arkitekter och inredningsarkitekter, i dag drivs utvecklingen också på andra sätt. En Instagrambild kan betyda mer än en examen. "Arkitekt" kan vem som helst kalla sig. Flera av de "nya inredarna" har sin bakgrund inom styling, mode och setdesign. De utmanar traditionellt utbildade inredningsarkitekter, som använder beteckningen SIR, en kvalitetsgaranti som visar att de har genomgått utbildning på högskola eller universitet.

Här finns en grundläggande skillnad. Utbildade arkitekter har varit elever, de har tränats och slipats med olika uppgifter, de har haft professionella lärare, stött på problem, sett olika lösningar, de har orienterat sig i samtidens arkitektur och inredning under många år. De nya, nätdrivna inredarna kan däremot vara skolade i grafiska yrken, ha arbetat praktiskt som assistenter till andra inredare och sedan startat eget. De har koll på rekvisita och miljöskapande inslag. De tänker i scenografier och beskrivs som stilmedvetna med "magiska ögon" och skapar "wow-våningar" med internationell svansföring. Jobben sprids via bilder på välvärdade Instakonton med global exponering, men också till stort upplagda reportage i magasin som Residence och Elle Decoration och deras utländska motsvarigheter.

En av de nya inredningsstjärnorna är Joanna Lavén, omtalad för sina eleganta våningar och belönad av magasinet Residence som Årets inredare 2019. När hon beskriver sina uppdrag påminner processen om traditionella arkitekters arbete.

– Jag drivs av ett slags aha-upplevelse. Först känner vi av vad personerna gillar. Oftast har de sett en viss typ av stil, har vänner med en viss typ av hem. Drömmarna kan vara jättestora, men vi utgår från behoven i det blivande hemmet. Vi försöker också utmana, det måste man, säger hon.

"Drömmarna kan vara jättestora, men vi utgår från behoven i det blivande hemmet. Vi försöker också utmana, det måste man."

Joanna och kollegan David Wahlgren tar hand om allt från helhetslösningar, ritning och projektledning av byggen till att ställa ut en vas på ett visst ställe. Det nya är att jobben inte sällan kommer via Instagram. Joanna berättar om en finanskvinnor i USA som hittade henne på Insta och gav henne i uppdrag att renovera ett hundraårigt Town House i New York.

– Hon skickade massor av inspirationsbilder, säger Joanna, som snart besökte stenfirmor i New York i jakt på spännande sten.

Hösten 2019 drog hon och David Wahlgren i gång företaget Vanitas som levererar stiliga badrum som har blivit populära i USA. De ofta komplexa stencmönstren förutsätter modern CNC-teknik.

Få har råd att betala för handhuggna arbeten av den typen. Vanitas arbetar tillsammans med Stendesign i Haninge som köper in från sin kontakter i och omkring Carrara i Italien. Stensorterna är till exempel Carrara, Grigio Carnico, Bianco Perlino, Rosso Levanto, Nero Marquina och Jura.

Det bilddrivna sättet att få jobb blir allt vanligare.

– Vi märker av trender dels via inredningsarkitekter, dels genom Pinterest, bloggar och Instagram som våra kunder kollar



Köksinredning, Liljencrantz for Kvänum.

FOTO: KVÄNUM



Köksinredning, Liljencrantz for Kvänum.

FOTO: KVÄNUM

mycket på. Många är nyfikna på färgad sten, men sedan går de på säkra kort, säger Kenn Ahlgren.

Folk ser inredningar på nätet, vill ha samma sak och kontaktar inredaren. Men vad vet man om inredaren, vad finns bakom de snabbt utbytbara bilderna? Joanna Lavén höjer ett varnande finger för alltför trendiga inredningar.

– Det gäller att se hemmet utifrån. Kunder blir lätt närstyrda och får förälskelser som de inte fattar bara är något trendigt. Det finns ingen ordentlig grund i den längtan.

Joanna var tidigt intresserad av inredning och började jobba som stylist 2003, gjorde "mode, inredningar och set design", arbetade för Hästens, Ikea och Åhléns och startade eget 2006. Gradvis närmade hon sig heminredning som är mer långsiktig än de snabbt utbytbara reklammiljöerna. Hon söker det slitstarka – också för ögat – genom att gärna inreda med vintagemöbler köpta på internationella auktioner, helst i Italien och Frankrike.

– Det är klassiska former som har hållit i många år. Inredning handlar om något mera än att bara flytta hem en möbelbutik.

En annan av de nya toppinredarna är Louise Liljencrantz, som också inreder luxuösa våningar och miljöer, bland annat för Oscar Properties. Hon har utbildning och erfarenhet inom mode och grafisk form, men hittade rätt när hon kunde börja inreda. Hon anlätades 2019 som designer för Kvänums Kök, som lanserar serien Liljencrantz for Kvänum, med stenarbeten av Bröderna Ahlgrens. Liljencrantz tog fram passande stensorter och arbetade med idéerna tillsammans med Kvänums in house-designer Pär Fernholm.

– Han ritade upp, bollade idéer med mig. Vi valde Atlantic Lava Stone, berättar Kenn Ahlgren.

Det är en lavasten som importeras från Kina. Snygg sten, men med minuspoäng för transporterna.

Inredare skolade i stylistbranschen arbetar naturligt med effekter. De är inte rädda för att kliva mellan disciplinerna, att gå från inredning till möbelformgivning eller design av konstobjekt. Louise Liljencrantz har till exempel lanserat en egen skulptural möbelkollektion tillsammans med KFK Master Cabinet Makers.

Att sten fungerar utmärkt i det segmentet kan vi se hos företaget Kullaro, som presenterar en spännande mix av bruks- och designobjekt i sin specialitet, den svartglänsande skånska diabasen. Smycken, bord, avancerade inredningsobjekt med form av Jenny och Andreas Kullaro, Lisa Hilland, Malmöbaserade Stoft Studio och Glen Baghurst.

Med den senaste CNC-tekniken i full fart får vi säkert se ett uppsving i stenkonst, formgiven av nya aktörer i inredningsvärlden. Alla vill ha det personliga, det unika objektet, även mitt i en trend.

Tempot är högt i inredningsbranschen. Kunderna har ofta bråttom. "Jag har bjudit in Ulla-Britta och Kent om tre veckor, kan det vara klart tills dess?", skojar Helena på Joyn Studio.

– Men så funkar det inte, den stressen är inte till gagn för någon, varken för miljön eller alla dem som jobbar med inredningen.

Joanna Lavén möter samma tidspress.

– Kan det vara klart om ett par veckor, hör vi ofta, säger hon.

I inredningsprojekt är det viktigt att få tid att tänka igenom planlösningar noga och testa alternativ.

– Det är en otrolig skillnad på de sista 15-20 åren. Allt går





Apartment G.

FOTO: JAMES STOKES AMSTERDAM



Bänkskiva av skiffer.

FOTO: NORDSKIFFER

fortare. Specialjobb som förr tog två månader tar i dag en vecka, säger Kenn Ahlgren.

Beställningarna läggs också senare och senare, bland annat för att kunderna numera vet att företagen kan leverera snabbt. Det är urvalsprocesserna som tar lång tid.

– Att bestämma sig och komma till skott är det tidsödande, säger Kenn.

CNC handlar också främst om tids- och kostnadsvinster.

– Michelangelo kunde stå i ett år och arbeta med en skulptur. Samma jobb idag tar en vecka.

Alla inblandade – kunder som inredare – har full koll på sociala medier, jagar nya miljöer som cirkulerar i ett globalt, flyktigt kretslopp.

Önskemål möter trendspaning, ofta är det samma bilder. Risken med de snabba flödena i inspiration och processer är att det hela drivs till ett slitage av stilar och uttryck.

Det här är inget nytt, storstadsvåningar har piffats upp trendriktigt sedan 1800-talet. Det är exponeringen som är det nya.

En inredning som får fäste på Instagram kan ses över hela världen och förfrågningarna duggar in. Klienterna har ofta ekonomiska muskler och uppdragen gäller i första hand större våningar i storstäderna. Men en alltför trendig inredning bär i sig sin egen undergång. Vi ledsnar. I de påkostade miljöer som visas finns det sällan ekonomiska hinder för riva ut och bygga något annat. På det viset bli miljöerna kortsiktiga, miljövidriga stilideal, likt hotelllobbys eller kontor där ombyten ingår i upp-lägget.

– Trenderna är väldigt kortlivade. På Möbelmässan i år tala-

”Michelangelo kunde stå i ett år och arbeta med en skulptur. Samma jobb i dag tar en vecka.”

des det mycket om att försöka stå emot trenderna och göra sin egen grej, för att kunna stå sig över tid. Man får kanske ta några gnetiga år, men äkthet kommer alltid igen, säger Helena Eliason på Joyn Studio, där alla har gått ”den hårda vägen” på konstskolor och Konstfack.

Det har blivit hårdare konkurrens. För konsumenterna, särskilt de privata, är det en tuff bransch, de måste vara pålästa och ha koll, annars kan de drabbas.

– Det är synd om de kunder som ibland inte får vad de hade önskat sig, bara för att de inte hade gjort sin research ordentligt. Oseriösa aktörer finns i alla branscher och de kan dra ner värdet på oss alla, säger Helena.

Enligt henne är det ändå alltid den personliga kvaliteten som avgör om du är en bra inredare eller en bluff.

– Även om du inte har gått länge i arkitektskola kan du vara fantastisk duktig. Det finns också folk med långa utbildningar som inte alls kan leverera. Det handlar i slutändan om du har talang och driv att fullfölja projekten.

Helena Eliason tror att om man känner sig trygg med vad man själv kan leverera, behöver man inte oro sig för vad alla andra gör. Hållfasthet i tanken ger gedigna jobb. ■