



”Fokusera mer på kunden”

Per Fernholm är designchef på Kvänum, Sveriges största inköpare av natursten för köksinredning. Han vill se en bransch som fokuserar mer på kunden istället för teknikens möjligheter och tillgången på stensorter. – Det handlar om att skapa system som i slutänden ger fler nöjda kunder.

TEXT **PETER WILLEBRAND** FOTO **PETER PHILLIPS**

Kvänum kök firar hundra år i år. Företaget startade som ett lokalt snickeri 1923, när grundaren Gustav Johansson ville förse traktens invånare med inredning. Sedan 40-talet har köksinredningar varit företagets nisch. Som varumärke betraktat förknippas Kvänum ofta med de mer exklusiva köken i svenska hem, med stora möjligheter för kunderna att själva påverka utformning och materialval.

– Vår varumärkesnisch är att alltid arbeta med äkta material och vi har alltid sålt mycket sten. Kalkstenen från Kinnekulle har varit vår ”hussten” genom alla år eftersom den bryts i vårt närområde, säger Per Fernholm, som har arbetat för Kvänum i drygt tjugo år.

Under den tiden har han sett intresset för natursten öka. Flera konsumentundersökningar bekräftar att många ser just köket som huset hjärta, som man vill ge en personlig prägel.

– När det gäller köksinredning generellt har det helt klart skett en förskjutning mot en större prisacceptans. Människor är beredda att lägga stora summor på sina kök idag.

STENTRENDERNA I KÖKET har speglat de senaste decennierna.

– I början av 2000-talet dominerade den svarta diabasen. Några år senare efterfrågade allt fler vita bänkskivor och kvarts-kompositerna tog över, men efterfrågan minskade när de även blev en del av sortimentet hos stora återförsäljare som Ikea.

För ett tiotal år sedan märkets ett ökat intresse för nya sten-sorter och Kvänum började bland annat testa olika graniter och kvartsiter. Det blev en lyckad satsning.

– När vi introducerade våra kvartsiter märkte vi direkt av en tydlig försäljningseffekt, inte minst i butikerna i Stockholm där omsättningen poppade upp ett snäpp.

Mönsterrika och färgstarka kvartsiter har fortsatt att vara en ”riktig hit” för Kvänum.

– Våra kunder är inte särskilt priskänsliga och söker i första hand efter något som är både unikt och vackert. Kvartsiter är också tacksamma och tåliga stensorter som inte kräver samma underhåll som till exempel marmor.

Kvartsiterna kommer från bland annat Brasilien, ett land som snabbt har tagit marknadsandelar och blivit en betydande aktör globalt.

Kvänum arbetar annars med ett standardsortiment av natursten för hela Norden.

– Den klassiska delen av vårt sortiment har en förankring i olika historiska epoker som gör att vi alltid arbetar med svenska kalkstenar och Carraramarmor, säger Per Fernholm.

Cirka 20 procent av försäljningen består av svensk sten.

– Men jag skulle gärna se att vi kunde nå en större andel, inte minst för att kvaliteten på svensk kalksten och marmor är så hög. Dessvärre verkar det vara mycket svårt få fram material. Vissa leveranstider är helt enkelt för långa för att fungera rent praktiskt för oss.

BÄNKSKIVAN ÄR DEN dominerade stenprodukten för Kvänum men en hel del sten används också i väggar och stänkskydd.

– Sten ger ett väldigt vackert uttryck utan att behöva kompromissa med funktionen. Den typiska bänkskivan utsätts ju för ett extremt slitage jämfört med de flesta andra ytor i hemmet.

Stenens naturliga patina brukar vara ett argument för att välja materialet, men det är inte självklart för alla, understryker Per Fernholm.

”Även om våra kunder inte faller in i en kategori som klassas som priskänslig vill de förstås att deras val ska vara hållbart. Det är ju håll i huvudet att bygga ett kök som rivs ut efter tio år.”

– Vissa kunder mår nästan fysiskt illa av en vinfläck på marmorskivan.

Under senare år har parametrar som hållbarhet och återbruk blivit allt viktigare för kunderna. Per Fernholm beskriver en förändrad mental inställning.

– Även om våra kunder inte faller in i en kategori som klassas som priskänslig vill de förstås att deras val ska vara hållbart. Det är ju håll i huvudet att bygga ett kök som rivs ut efter tio år.

– I dag får vi relativt ofta frågan om vi kan återbruka den gamla bänkskivan i det nya köket. Tyvärr är det ofta omöjligt eftersom måtten sällan stämmer med moderna kökslösningar. De äldre köken byggdes för ett fåtal personer.

Per Fernholm är övertygad om att hållbarhetsperspektivet gynnar den framtida efterfrågan på natursten.

– Det kommer ju också allt fler rapporter som verkligen visar naturstenens fördelar jämfört med andra material. Jag var själv i Italien i höstas och besökte en av våra stora återförsäljare som just hade genomfört en större studie som man skulle börja använda i sin kommunikation mot kunderna.

FÖR ATT MÖTA kundernas ökade intresse för natursten vill Per Fernholm nu se en större systematik från den svenska stenbranschens sida.

– Det råder av naturliga skäl stora variationer inom alla sten-sorter, även från samma brott. Men det är inte lika självklart för kunderna som för oss som är i branschen. Därför skulle jag till exempel vilja att återförsäljarna alltid fick en bild av blocket varifrån bänkskivan kommer att tillverkas.

Det är en liten instats som kan göra stor nytta, betonar han.

– När kunden är missnöjd handlar det ofta om det förväntade utseendet på stenen, att det avviker för mycket från proverna i butik eller den Carraramarmor som många redan har i sitt hem.

– En kund som lägger upp till en miljon på ett nytt kök vill heller inte se några skarvar eller hack. I slutänden handlar det alltså om att flytta fokus mot kunden, och inte bara vad som är tekniskt genomförbart. Vi själva köper en helhet av underleverantören, från sten till montering. Då måste alla delar fungera.

Som inköpare tycker han även att marknaden sprutar för mycket vad gäller till utbud och pris.

– Jag skulle framför allt vilja se en mycket tydligare märkning av stenstorter och varifrån de kommer. Det finns i dag en alldeles för stor spridning i prisbilderna på vad som förefaller vara en och samma stensort. Det är svårt att förstå skillnaderna, särskilt om det inte finns en tydlig och gemensam varudeklaration. ■