Vi gjør det selv

Ingen i hele verden bruker så mye tid og penger på hus og hjem som vi nordmenn. Vi er våre egne interiørkonsulenter, men også håndverkere.

Av ifi.no



Alle nordmenn går med en håndverker i magen. - Det er ikke prisene på tjenestene som får oss til å ta penselen i egen hånd. Norge er et av verdens rikeste land, og ingen bruker mer penger på hus og hjem enn oss. Men nordmenn tror de er født med ski på beina og en malerpensel i hånden, sier Bjørn-Erik Øye, administrerende direktør i analyseselskapet Prognosesenteret AS.

Overflatesuksess

Over 50 prosent av all maling som selges i butikkene går til "gjør det selv-markedet". For utendørsmaling er markedet enda større, ifølge Prognosesenteret. Denne trenden sprer seg til andre byggevarer og interiørprodukter også. Etterspørselen etter tunge byggevarer er på vei rett ned, mens salg av overflateprodukter bare går én vei: oppover. - Interiørbransjen har en lykkelig framtid foran seg om de klarer å tenke helhetlig og løsningsorientert, sier Øye, som mener utfordringene står i kø for produsentene og byggevarehusene.

Kunnskap til kundene

Morgendagens byggevarehus og faghandlere vil være noe helt annet enn hva vi ser i dag. Vi vil få alt fra opplevelsessentre til små spesialforretninger på linje med delikatesseforretningene. Kundene trenger ikke produktinformasjon med detaljert innsikt i innholdeklarasjonen. De trenger hjelp til å velge rett

produkt til rett pris. Og de trenger kvalifiserte råd om hvordan jobben skal gjøres. I tillegg må det være en opplevelse for kunden å handle inn til sitt drømmeprosjekt, mener Øye. Han forklarer dette fenomenet med at nordmenn har begynt å konsumere oppussing på linje med mat og klær.

- Vi gjør mye mer enn det som er nødvendig i forhold til å opprettholde standarden eller verdien på boligene våre. Viljen til å gjennomføre fornyelse og vedlikehold er mye større enn behovet, sier han. - Tidligere måtte vi velge mellom sydentur og nytt kjøkken. Nå tar vi oss råd til begge deler.