



Trädgårds- barometern

En rapport om trädgård i Sverige, Norge och Finland

Plantagen i samarbete
med HUI Research

HUI
RESEARCH

PLANTAGEN
plantagen.se

Innehåll

Varför en Trädgårdsbarometer?	1
Trendstudien	2
Att inreda ute är inne	3
Expressträdgården	4
Från trädgård till tallrik	5
Konsumentstudien	7
Vad säger konsumenterna?	8
Trädgårdstoppen	10
Trädgård och bostad	12
Tid och inspiration	15
I trädgården 2011	16
Tid och pengar	17
Detaljhandelns utveckling 2012	20
Metod	21



Varför en trädgårdsbarometer?

På Plantagen är vi experter på växter och trädgård och uppdaterar oss ständigt på de senaste trenderna.

Den livskvalitet som trädgården skänker oss vill vi dela med så många som möjligt. Därför lanserar vi under 2012 Plantagens Kunskapslyft – en satsning för att inspirera, väcka intresse och ge människor lite grönare fingrar. Tillsammans med våra kunder skapar vi Europas mest inspirerande trädgårdar.

En av de viktigaste delarna i satsningen har du nu framför dig. Med Trädgårdsbarometern ger vi den intresserade en inblick i hur det står till med trädgårdsintresset i Sverige, Norge och Finland just nu 2012. Vi visar också vad som är på gång, vilka trender som finns runt hörnet.

Trädgårdsbarometern har tagits fram i samarbete mellan HUI Research och Plantagen.

Vi vill med Trädgårdsbarometern bjuda både på fakta och ge ny kunskap om trädgårdsbranschens utveckling och de trender experter och konsumenter ser formar den framtida utvecklingen.

Vår ambition är att Trädgårdsbarometern som årligt återkommande rapport blir den självklara källan till kunskap om trädgårdsfrågor.

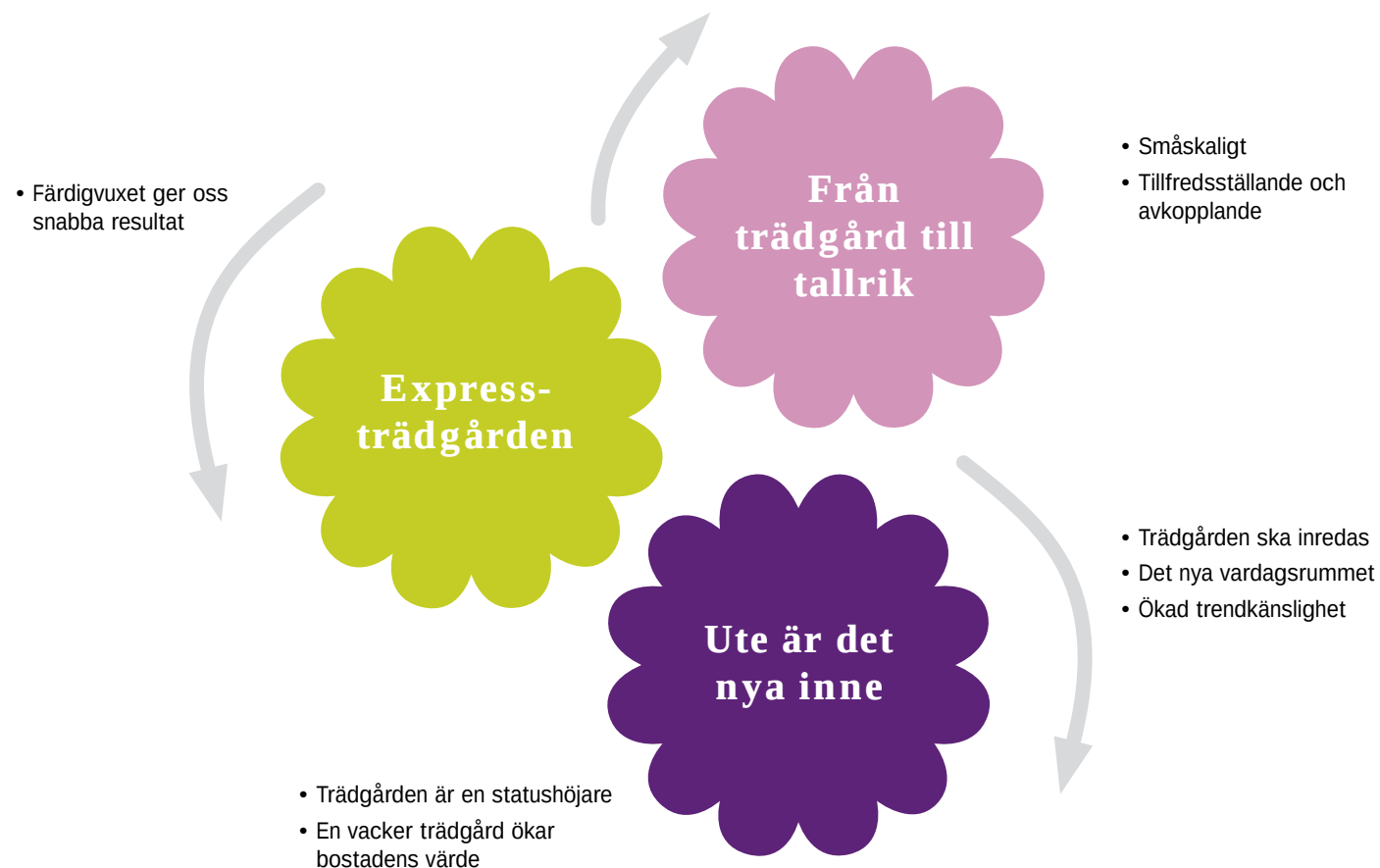
Eric Lundberg,
Marknadsdirektör

eric.lundberg@plantagen.se
Telefon: +46 (0)70 104 10 47



Trädgårdsbarometern består av en konsumentstudie som baseras på svar från fler än 1000 respondenter i Sverige, Norge och Finland och av en trendstudie som baseras på konsumentstudien och resultatet av åtta djupintervjuer med trädgårdsexperter i de tre länderna.

Trendstudien – tre tydliga trender



Trendstudien baseras på resultatet från konsumentstudien som följer samt djupintervjuer med 8 trädgårdsexperten. En förteckning över vilka finns sist i rapporten.

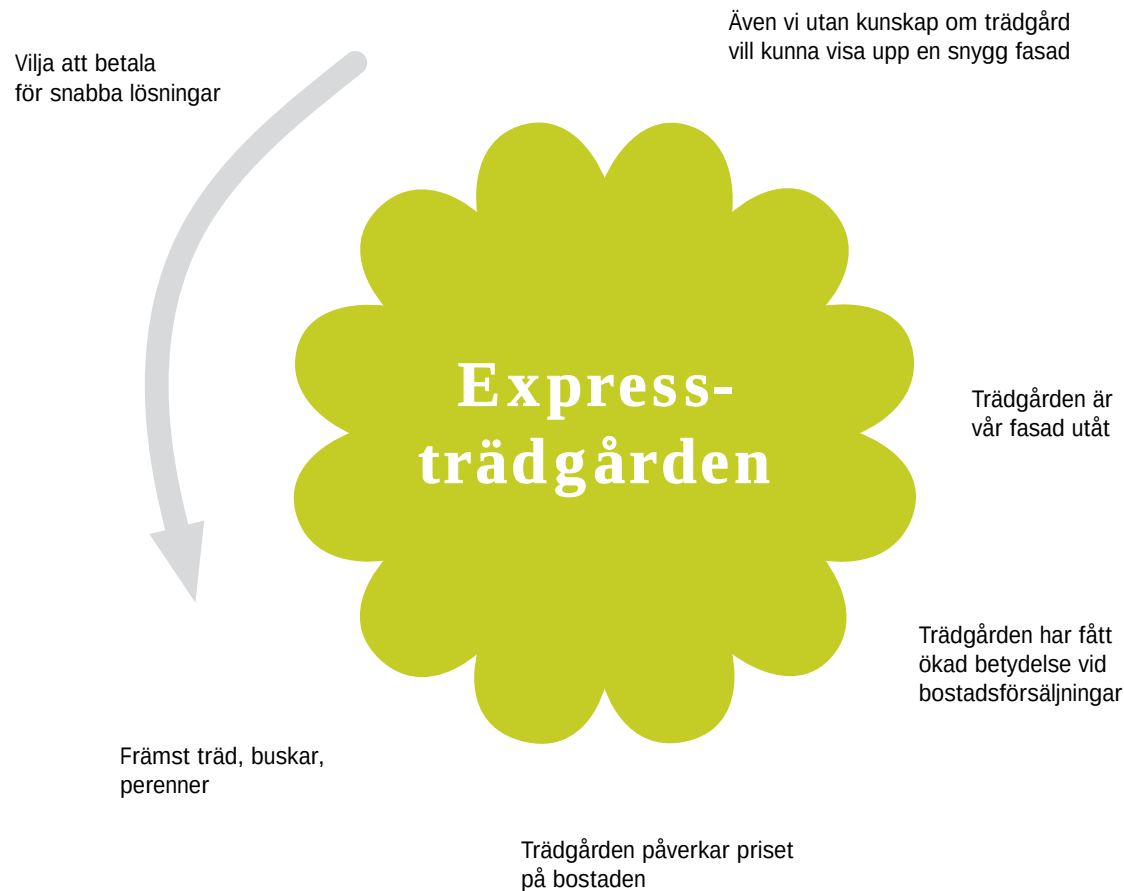
• Att inreda ute är inne



Ökad trendkänslighet

- Trädgården, altanen eller balkongen ses som en förlängning av vardagsrummet. En plats man umgås och kopplar av på.
- Retro, romantiskt, nostalgiskt, minimalistiskt, grönt, naturnära och medelhav är de "säljtrender" som nämns just nu.
- Trädgården ägnas omsorg, tid och pengar på samma sätt som bostaden. Fler och fler har insett att trädgården är en yta som bör utnyttjas mera.
- Försäljningen av utemöbler, gasolvärmare och trädgårdsbelysning ökar.
- Konsumenter efterfrågar nya produkter och känner till vad som är trendigt, t ex efter att ha sett det på TV eller i tidningar. Detta ställer krav på handlarna, som behöver anpassa utbudet och vara pålästa.
- Trädgården har fått större betydelse i samband med bostadsförsäljningar.

• Expressträdgården



- Trädgården har fått större betydelse i samband med bostadsförsäljningar. Denna trend kan leda till en ökad efterfrågan på tjänster kopplade till trädgården, t ex trädgårdsarkitekter, anläggning och skötsel av trädgården.
- Ökat intresse för halvfabrikat, d v s färdiguppdrivna plantor som träd, buskar och perenner. Vi vill se snabba resultat.
- Även de som inte har kunskap om trädgårdsodling vill kunna visa upp en snygg fasad. Man är rädd att misslyckas om man gör allt från grunden.

• Från trädgård till tallrik





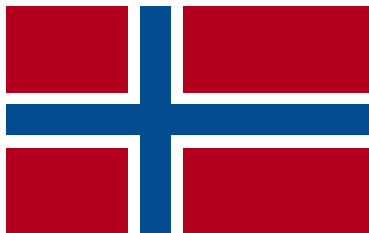
Konsumentstudien

Finländarna
är mest
trädgårds-
intresserade

42%



37%



34%



Bland de jämförda länderna är det finländarna som har det största intresset för trädgård, medan svenskarna är de som är minst intresserade.

Respondenterna fick ange hur intresserade de var av trädgård på en skala från 1–5 där 1 = "mycket ointresserad" och 5 = "mycket intresserad". De som angav värde 4 eller 5 anses vara intresserade av trädgård.

Vad säger konsumenterna?

Trädgården är viktig vid bostadsförsäljning

- 8 av 10 anser att det är **viktigt med tillgång till balkong eller terrass** när de byter boende. Lika många anser att en väl anlagd trädgård **ökar värdet på en bostad**.

Trädgården ska inredas

- Nära hälften (42–46%) av de som har tillgång till trädgård, balkong eller terrass tycker att det är lika viktigt med en **vacker trädgård/balkong/terrass som med en smakfull inredning**.
- En tredjedel av dem som har trädgård/balkong/terrass **önskar sig nya utemöbler** medan ca 20–30% önskar sig antingen **inglasning, pool, växthus eller badtunna**.

Vi lägger allt mer tid i trädgården

- Var femte svensk och var fjärde finländare och norrman uppger att de planerar att **lägga mer tid på arbete i sin trädgård, balkong eller terrass** jämfört med 2011.
- Det är trendigt att odla eget.

”Jag skulle gärna så mina egna grönsaker, kryddor och plantor.”

37% håller med om detta påstående genom att svara 4 eller 5 på den femgradiga skalan. Skillnaderna mellan länderna är mycket små. Frågan ställdes enbart till dem som hade tillgång till trädgård, balkong eller terrass.

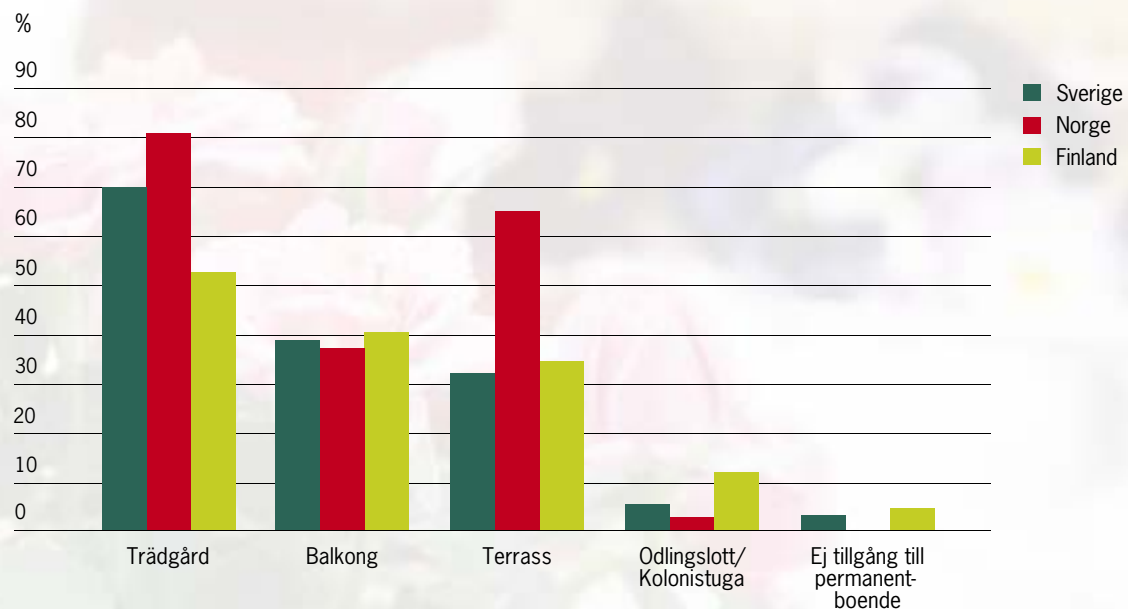
”Jag skulle gärna odla mina egna grönsaker och rotfrukter.”

Detta påstående håller **4 av 10 svenskar och finländare** med om, och **3 av 10 norrmän**. Gäller samtliga, även de som inte har tillgång till trädgård.



9 av 10 har
möjlighet
att odla

Vilka odlingsmöjligheter har du vid din permanentbostad?



Frågan ovan ställdes enbart till dem som hade tillgång till trädgård, balkong eller terrass. Resultaten visar att 9 av 10 har tillgång till trädgård, balkong eller terrass. Den lilla andel som inte hade tillgång till odlingsmöjligheter vid den permanenta bostaden, hade det vid en sommarstuga eller dylikt.

Trädgårdstoppen

Det ska vara
trevligt och
lättskött

Vad tycker du är viktigast i din trädgård/
på din balkong/på din terrass?

	Sverige, %	Norge, %	Finland, %
En trevlig plats att sitta på	35	37	30
Att det är lättskött	22	14	19
Grönskande lummighet	11	5	10
Att det blommar	8	10	10
En trevlig plats att grilla på	8	10	11
Att barnen har utrymme att röra sig och leka på	6	9	9
Att det är avskilt och insynsskyddat	6	10	5
Att det är stilrent	2	3	5

Nya
utemöbler
och inglasad
terrass överst
på önske-
listan

Vi satsar på
krukväxter
och balkong-
lådor i år

Frågan ställdes enbart till dem som hade tillgång till trädgård,
balkong eller terrass.

Vad skulle du helst önska dig till din trädgård/balkong/terrass om du inte behövde ta hänsyn till kostnaden?

	Sverige, %	Norge, %	Finland, %
En inglasad terrass eller balkong	31	19	30
En pool	27	20	21
Nya utemöbler	26	40	32
En badtunna	23	20	21
Ett växthus	21	21	24
Stenläggning	17	21	15
Ett tak över terrassen eller balkongen	14	22	21
En ny grill	13	15	22
Fullvuxna träd eller buskar	12	7	11
Hjälp av en trädgårdsmästare	12	7	7
En självgående gräsklippare	10	8	7
En syrérbarså	9	6	7
En trädgårdsarkitekt	9	13	10
Värmesvampar (gasol driven fjärrvärme)	5	16	17
En åkgräsklippare	4	6	8
Hjälp av en arborist	3	1	1

Frågan ställdes enbart till dem som hade tillgång till trädgård, balkong eller terrass. De fick välja max tre alternativ.

Vad kommer du främst att satsa på att odla i din trädgård/på din balkong/på din terrass våren och sommaren 2012?

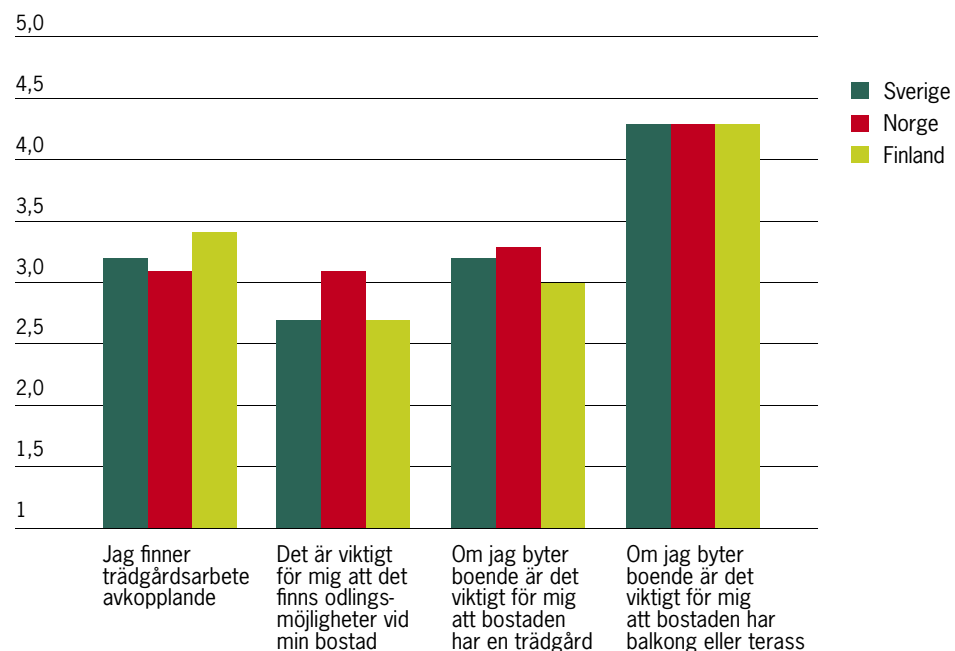
Sverige, %
Växter kruka/balkonglåda
25
Perenner
15
Grönsaker
12
Gräsmatta
11
Kryddor
8
Norge, %
Växter kruka/balkonglåda
31
Gräsmatta
15
Kryddor
7
Stenpartiväxter
6
Rosor
6
Perenner
6
Finland, %
Växter kruka/balkonglåda
20
Kryddor
15
Grönsaker
9
Gräsmatta
9
Perenner
8

Frågan ställdes enbart till dem som hade tillgång till trädgård, balkong eller terrass. Respondenterna fick endast välja ett alternativ. De fem vanligaste svaren i varje land redovisas ovan.

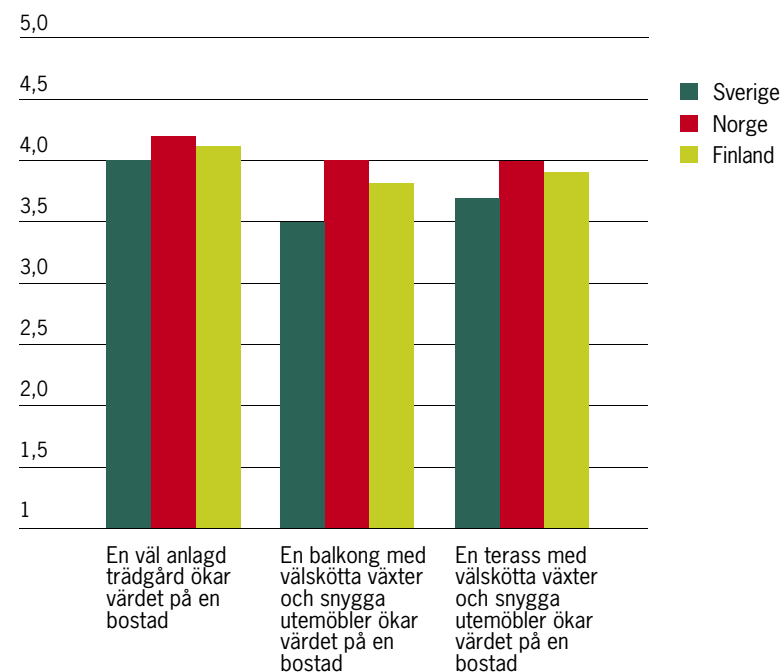
**Balkong
och terrass
är mycket
viktigt när vi
byter bostad**

**Välskött
grönska ökar
värdet på en
bostad**

I vilken grad instämmer du med följande påståenden:



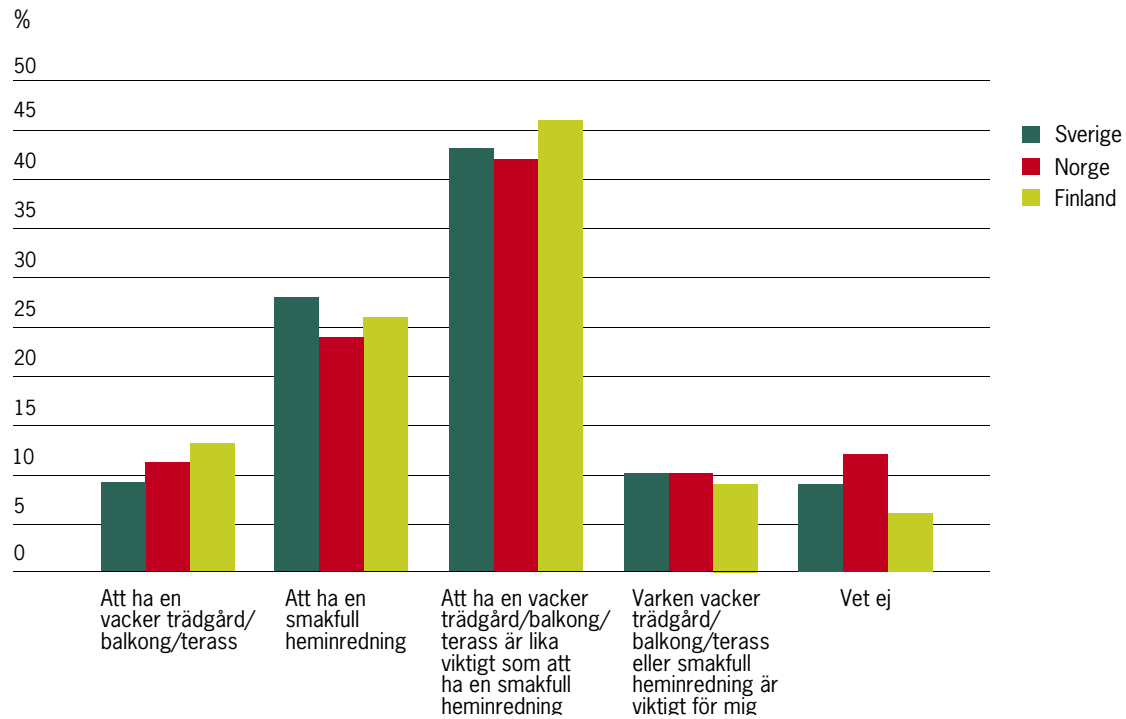
Husägare och radhusägare tycks värdera trädgården högre än de som bor i lägenhet. Vid byte av bostad är detta viktigt för dem att den nya bostaden har trädgård.



Värdering på en skala 1-5 där 1="instämmer inte alls" och 5="instämmer helt och hållet"

Fin utemiljö
lika viktigt
som fin
inredning

Vad av följande är viktigast för dig?

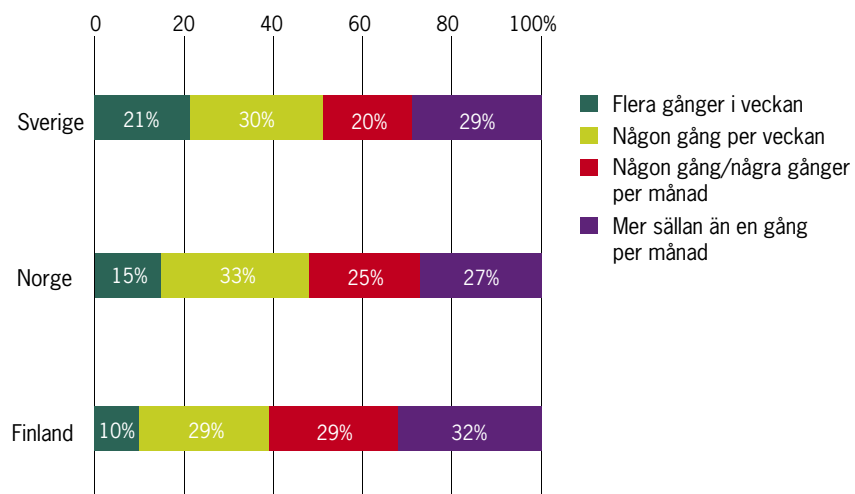


Frågan ställdes enbart till dem som hade tillgång till trädgård, balkong eller terrass.



Vi lägger mycket tid på trädgårdsarbete

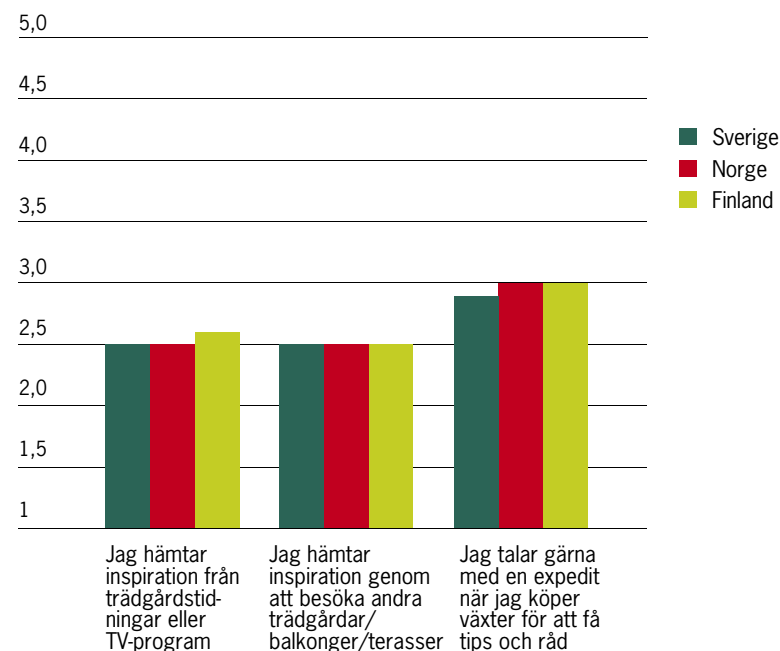
Hur ofta ägnar du dig åt trädgårdsarbete och dylikt (ej gräsklippning) under barmarkssäsongen



- Svenskarna lägger mest tid i sin trädgård, över hälften ägnar sig åt trädgårdsarbete minst en gång i veckan.
- Endast 16–19 % uppger dock att de löpande köper in fröer och växter under säsongen.

Var hittar vi inspirationen?

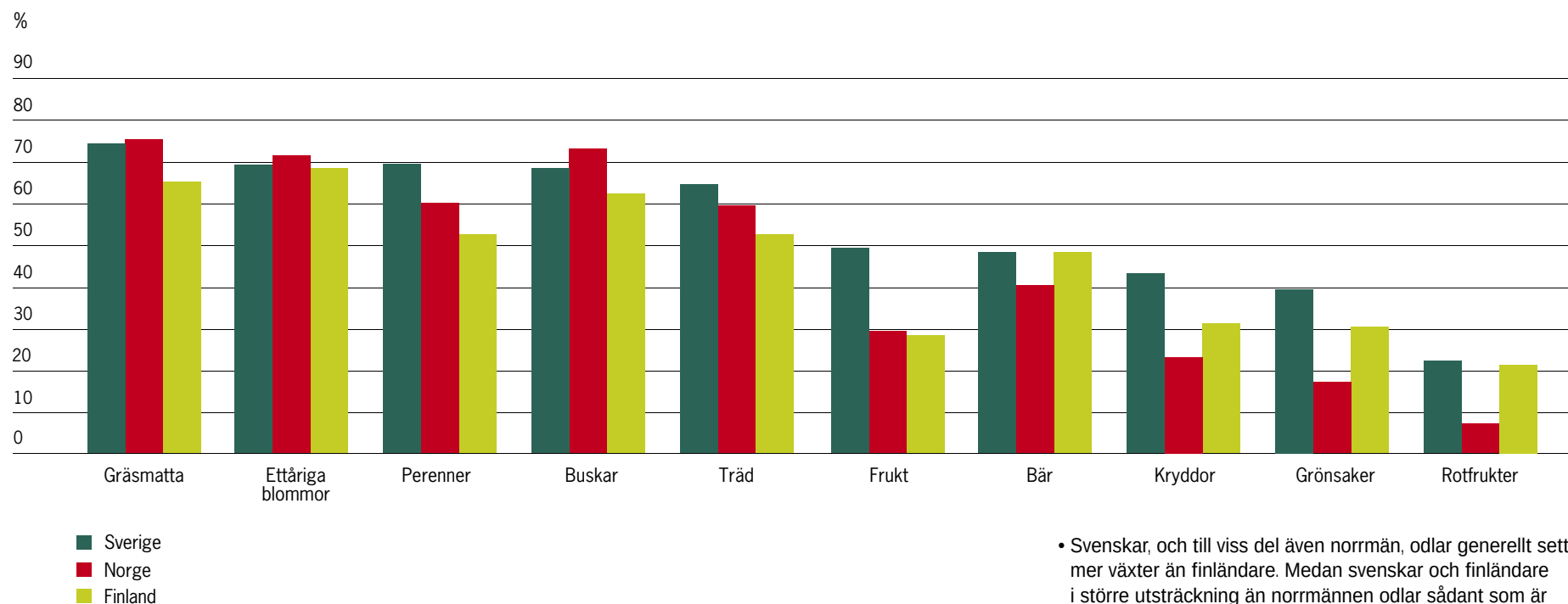
I vilken grad instämmer du med följande påståenden?



Frågan ställdes enbart till dem som hade tillgång till trädgård, balkong eller terrass.

I trädgården 2011

Vad av följande fanns i din trädgård/på din balkong/din terrass under 2011?

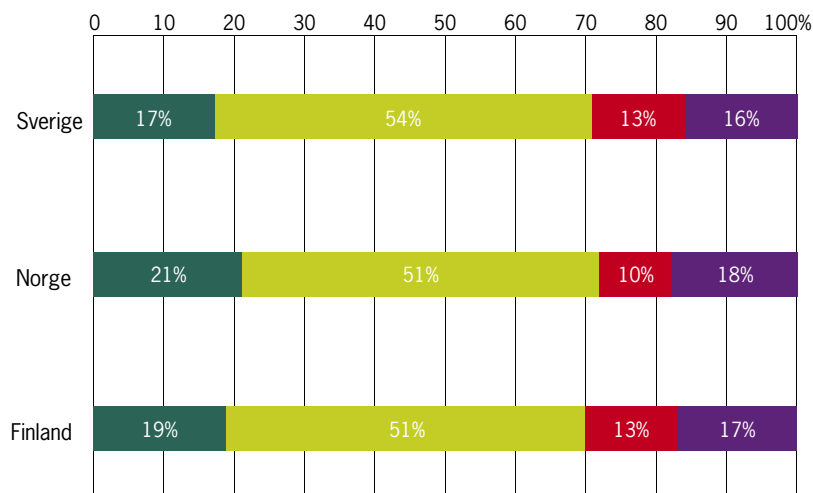


- Svenskar, och till viss del även norrmän, odlar generellt sett mer växter än finländare. Medan svenskar och finländare i större utsträckning än norrmännen odlar sådant som är ätbart (bär, kryddor, grönsaker och rotfrukter).

Frågan ställdes enbart till dem som hade tillgång till trädgård, balkong eller terrass.

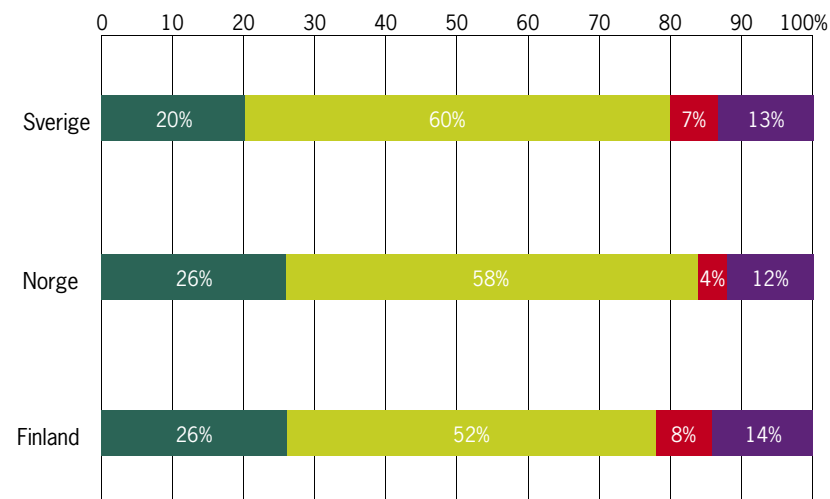
Vi tänker lägga mer eller lika mycket tid på trädgården

Kommer du under år 2012 att lägga mer eller mindre pengar på växter, trädgårdsprodukter och utemöbler jämfört med år 2011?



- Mer pengar
- Lika mycket pengar
- Mindre pengar
- Vet ej

Kommer du att lägga mer eller mindre tid på din trädgård/balkong/terrass under år 2012 jämfört med år 2011?



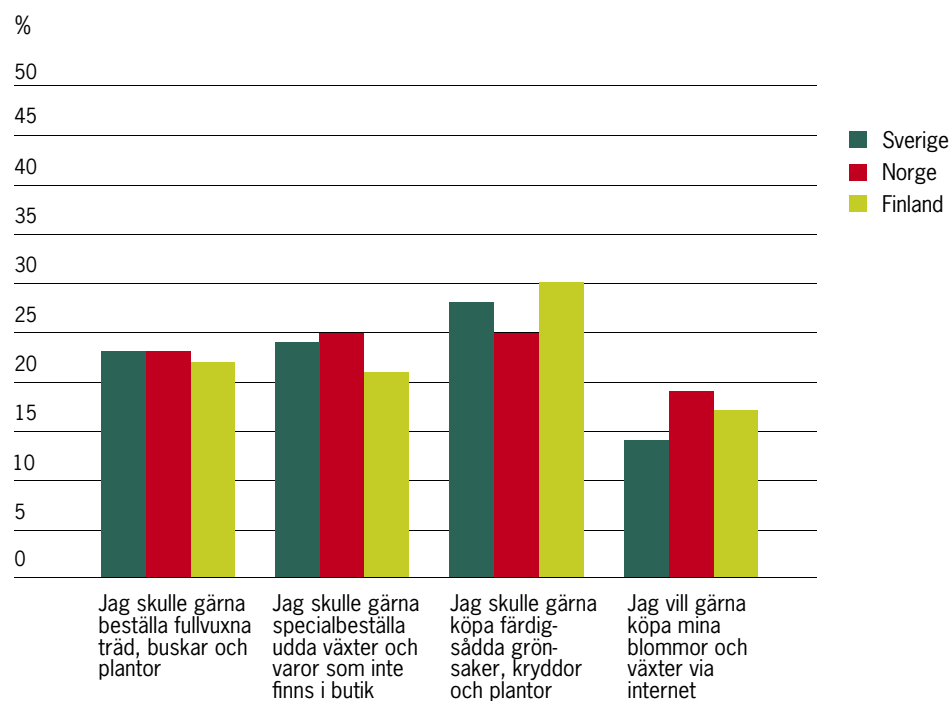
- Mer tid
- Lika mycket tid
- Mindre tid
- Vet ej

Frågan ställdes enbart till dem som hade tillgång till trädgård, balkong eller terrass.

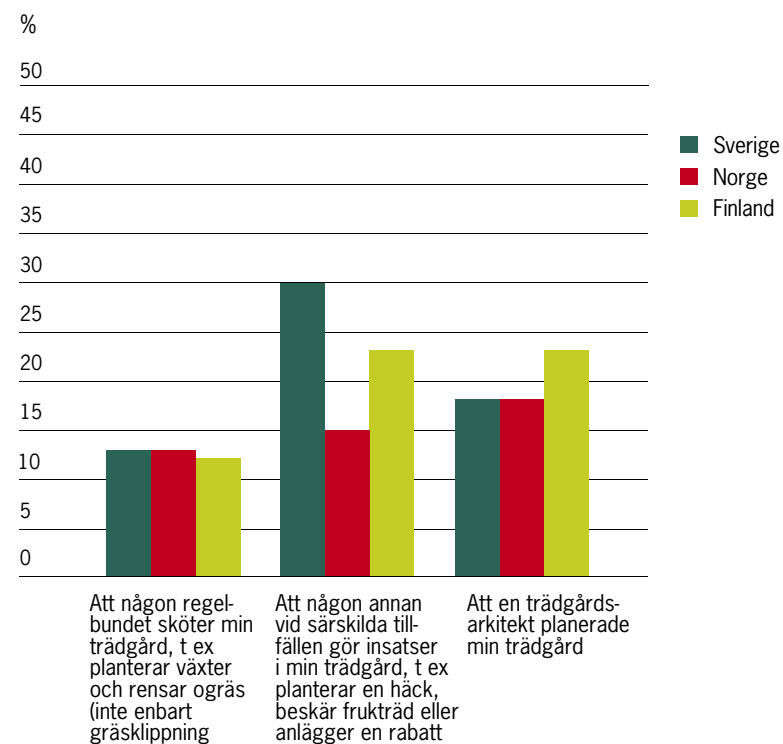
Vi vill
gärna ha
det enkelt

I vilken grad instämmer du med följande påståenden:

Vi kan tänka
oss att köpa
trädgårds-
tjänster



Frågan ställdes enbart till dem som hade tillgång till trädgård, balkong eller terrass.



Andel som svarat 4 eller 5 på skalan (1="instämmer inte alls" och 5="instämmer helt och hållet")



Prognos för detaljhandelns utveckling i Norden 2012

Land	Prognos 2012	Källa
Finland	1%	(Kuppa)
Norge	3,5%	(Virke)
Sverige	1,5%	(HUI Research)

HUI Researchs kommentar:

- Handeln genomgår sin tuffaste kris sedan 90-talets början. Konsumenterna kommer under 2012 inte att få hjälp av sänkta skatter och räntor på samma sätt som 2011. Jämfört med de senaste 14 åren av stark tillväxt är 2011 och 2012 mycket svaga år.
- Ur perspektivet att världsekonomin och Norden genomgått, och fortfarande genomgår, en av de djupast ekonomiska kriserna i modern tid är en svag försäljningsutveckling emellertid en lindrig följd. Försäljningen ökar fortfarande om än svagt.
- De nordiska konsumenter står åtminstone hyggligt väl förberedda för krisen. Det finns sannolikt en buffert hos hushållen.
- Den psykologiska effekten av en kris ska inte underskattas, men om optimistiska signaler kan skönjas från omvärlden finns det resurser att handla för.
- Det är rimligt att räkna med 2012 som ett svagt år, men var redo för ett uppdämt shoppingbehov 2013.





Konsumentstudie

Metod

HUI Research genomförde i februari 2012 en enkätundersökning med ett slumpmässigt urval invånare i Sverige, Norge och Finland för att kartlägga deras intresse och åsikter om trädgård samt för att ta pulsen på dem inför trädgårdssäsongen 2012. Totalt antal svarande presenteras i nedanstående tabell:

Land	Antal fullständiga svar
Sverige	358
Norge	358
Finland	349
Totalt	1 065

Trendstudie

De som intervjuades i trendstudien var:

André Strömqvist, Allt om trädgård
Ebba Svanholm, Chefredaktör Drömhem och Trädgård
Göran Carlsson, Vd och redaktör på trädgårdsforumet Odlar.nu
Hilde Poppe, Trädgårdsmästare Plantasjen Norge
Johanna Karlén, Trädgårdsmästare Plantagen Sverige
Kenneth Ingebretsen, Bloggare och trädgårdsmästare Plantasjen Norge
Leena Luota, Biolog, trädgårdslärare och redaktör
Terttu Pajumäki, Trädgårdsmästare Plantagen Finland

Plantasjen.no
Plantagen.se
Plantagen.fi