

---

# Sammanfattning

---

Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet

---

Författare: Emilia Markström (LTU), Olof Broman (LTU), Tomas Nord (LiU), Sarah Ebadzadeh (LiU), Björn Nordin (Svenskt Trä) & Camilla Carlsson (Svenskt Trä)

---

December 2018

## Innehåll

1. Inledning.....	3
2. Heminredningsstilar och interiört trä.....	4
2.1. Stilpreferens .....	4
2.2. Lämplig mängd trä i olika stilar .....	5
2.3. Slutsatser: heminredningsstilar och interiört trä .....	6
3. Var i hemmet konsumenterna vill ha trä .....	7
3.1. Generella iakttagelser, dörrar och fönster .....	7
3.2. Väggbeklädnad .....	7
3.3. Tak och lister .....	8
3.4. Möbler .....	9
3.5. Golv.....	10
3.6. Köksluckor och bänkskivor .....	11
3.7. Slutsatser: var i hemmet konsumenterna vill ha trä .....	12
4. Preferenser för utseende av träprodukter .....	13
4.1. Färgskala.....	13
4.2. Synlig kvist .....	14
4.3. Träslaget furu .....	16
4.4. Slutsatser: preferenser för utseende av träprodukter .....	16
5. Köp av heminredningsprodukter.....	17
5.1. Inflytande i val av heminredningsprodukter .....	17
5.2. Viktiga faktorer vid köp .....	17
5.3. Var konsumenter vill inhandla heminredningsprodukter .....	19
5.4. Produkters miljöpåverkan .....	19
5.5. Slutsatser: köp av heminredningsprodukter .....	21
6. Resultatsammanfattning .....	22
7. Slutord .....	23

## 1. Inledning

Svenskt furuvirke har under många decennier varit ett eftertraktat träslag på den internationella marknaden. På senare år har detta svängt och leverantörerna av furuprodukter har tappat försäljning och marknadsandelar. Branchorganisationen Svenskt Trä har dock börjat få indikationer på att den negativa trenden är på väg att vända och att furu återigen börjar bli trendigt. Producenter av furuprodukter är därför intresserade av att få en tydlig bild av marknadens krav och förväntningar på interiöra träprodukter.

Denna rapport är en sammanfattning av en studie genomförd inom forsknings- och utvecklingsprogrammet *BioInnovation - Framtidens biobaserade byggande och boende (FBBB)* inom delprojektet *Marknadsförutsättningar och affärsmodeller*. Det övergripande målet med delprojektet är att identifiera olika marknadens krav och förväntningar på interiöra träprodukter för byggande och boende med specifikt fokus på furu. Studien som här sammanfattas bidrar till att uppfylla målet genom att undersöka kundpreferenser för synligt trä på olika marknader. Frågor som behandlades var:

- Vilka inredningsstilar dominerar och hur passar interiört trä in i dessa stilar?
- Var i hemmet vill konsumenterna ha trä?
- Vilka preferenser gällande utseende av träprodukter finns?
- Vad är viktigt vid köp av heminredningsprodukter?

Studien genomfördes som en enkätstudie i sju europeiska länder; Sverige, Norge, Storbritannien, Polen, Tyskland, Frankrike och Spanien. Detta för att få en bred bild av marknaderna samt för att utreda om preferenserna för trä/furu skiljer sig mellan länder. Totalt inkom drygt 7000 svar och respondenterna utgör ett riksrepresentativt urval av kvinnor och män i åldrarna 20 till 65 i dessa länder.

För att underlätta för dig som läsare att snabbt hitta det eller de avsnitt av intresse för dig har sammanfattningen delats in i avsnitt där respektive frågeställning behandlas var för sig. I varje avsnitt presenteras en sammanfattning av resultaten samt tillhörande slutsatser. För den som vill ta del av en mer detaljerad analys finns, i anslutning till varje figur och tabell, sidhänvisningar till ursprungsrapporten *Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet* som återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.

Projektgruppen består av representanter från Linköpings universitet, Luleå tekniska universitet och Svenskt Trä. Enkätinsamling och analys har utförts av Mantap Global AB på uppdrag av projektgruppen, där även Visualisera AB deltagit med inredningsexpertis. Samarbetspartners är Norra Skogsägarna, SCA, SSC Skellefteå AB, Sveaskog och TräBranschNorr.

## 2. Heminredningsstilar och interiört trä

### 2.1. Stilpreferens

Fyra inredningsstilar (Fig. 1) visades för att utreda om det var stora skillnader i preferenser mellan länderna avseende heminredningsstil samt vilka stilar som uppskattas mest.



Fig. 1. De undersökta stilarnas olika utseende samt frågeställning (s 16-25 i rapporten<sup>1</sup>).

Genomgående för alla länder är att modern stil fick flest positiva utlåtanden följt av skandinavisk och lantlig stil (Tabell 1.) Klassisk stil var den enda stil som hade fler negativa svar än positiva. Störst skillnad i preferens mellan länder var inom klassisk och modern stil (Figur 2).

Tabell 1. Resultat för alla länder (medelvärde<sup>#</sup>)

Stil:	Medelpreferens (% andel)		
	Positiv	Neutrala	Negativ
Modern	75	14	11
Skandinavisk	62	23	15
Lantlig	56	24	20
Klassisk	31	23	46

<sup>#</sup> beräknat värde från grafer på s18-21 i rapporten<sup>1</sup>.

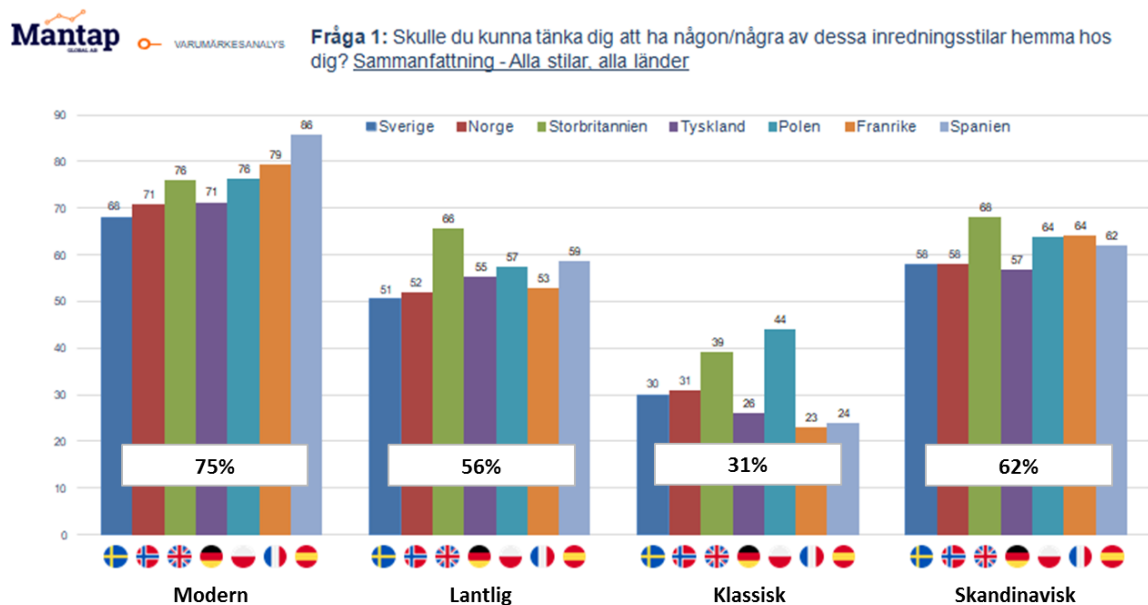


Fig. 2. Andel positiva utlåtanden av andel svar för respektive land (s 22 i rapporten<sup>1</sup>).

<sup>1</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.

## 2.2. Lämplig mängd trä i olika stilar

Frågan som ställdes var hur mycket trä som är lämpligt i de fyra heminredningsstilarna. Tre nivåer av mängd trä visades för respektive stil (Fig. 3):

- Mycket – golv, möbler och vägg;
- Medel – golv och möbler;
- Inget – inget synligt trä.

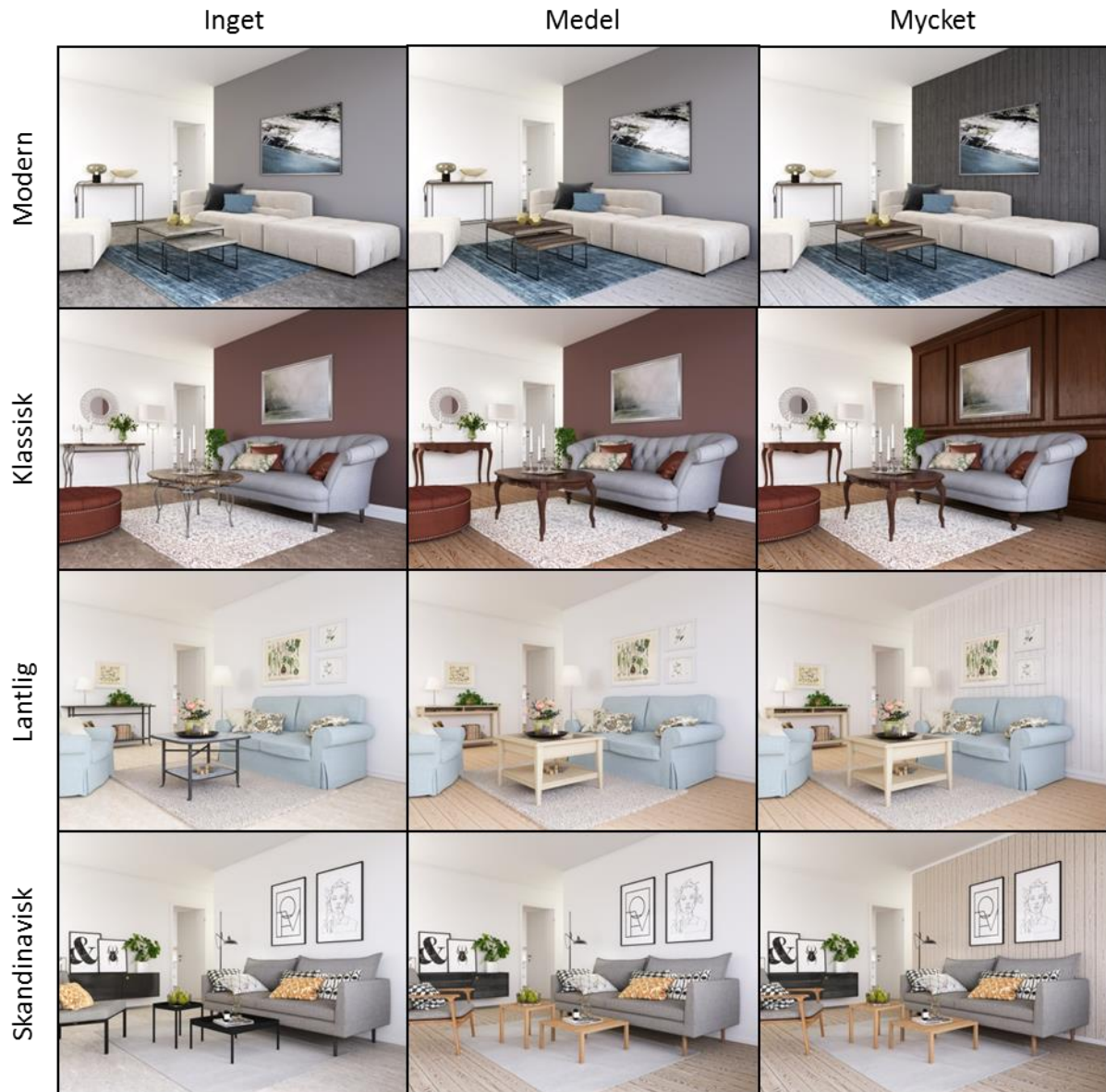


Fig.3. Bilder som visades i enkäten för att representera de olika mängderna trä. Bilderna är framtagna av Visualisera AB i nära samverkan med projektgruppen.

Resultaten visar en tydlig positiv respons till trä i samtliga länder och oberoende av inredningsstil (Fig. 4). Detta ses genom att medelmycket trä (trä i golv och möbler) genomgående anses lämplig av flest samt att *Mycket trä* i samtliga länder och stilar är den mängd som anses vara den näst mest lämpliga och *Inget trä* den minst lämpliga. Tydligast positiv respons på en introduktion av trä i rummet ses i den lantliga stilen (i snitt 32 % fler anser att medelmycket trä passar stilen jmf. med inget trä; i övriga stilar ses en ökning på 22-29 %). Den lantliga stilen är även den stil där mycket trä presterar bäst i relation till de andra två mängderna trä (25 % fler som anser att mycket trä passar

stilen jmf. med inget trä - i övriga stilar ses en ökning på 7-15 %; enbart 7 % färre anser att mycket trä passar stilen jmf. med medelmycket trä – i övriga stilar ses en minskning på 14-15 %). Vad som också kan konstateras är att stilpreferensen (se föregående fråga) lyser igenom i denna fråga. Det medför att skillnaderna mellan de olika mängderna trä inom respektive stil är mer intressant för denna frågeställning än absoluta skillnader stilarna emellan. Viss variation i andel positivt/negativt inställda ses även mellan de olika stilarna.

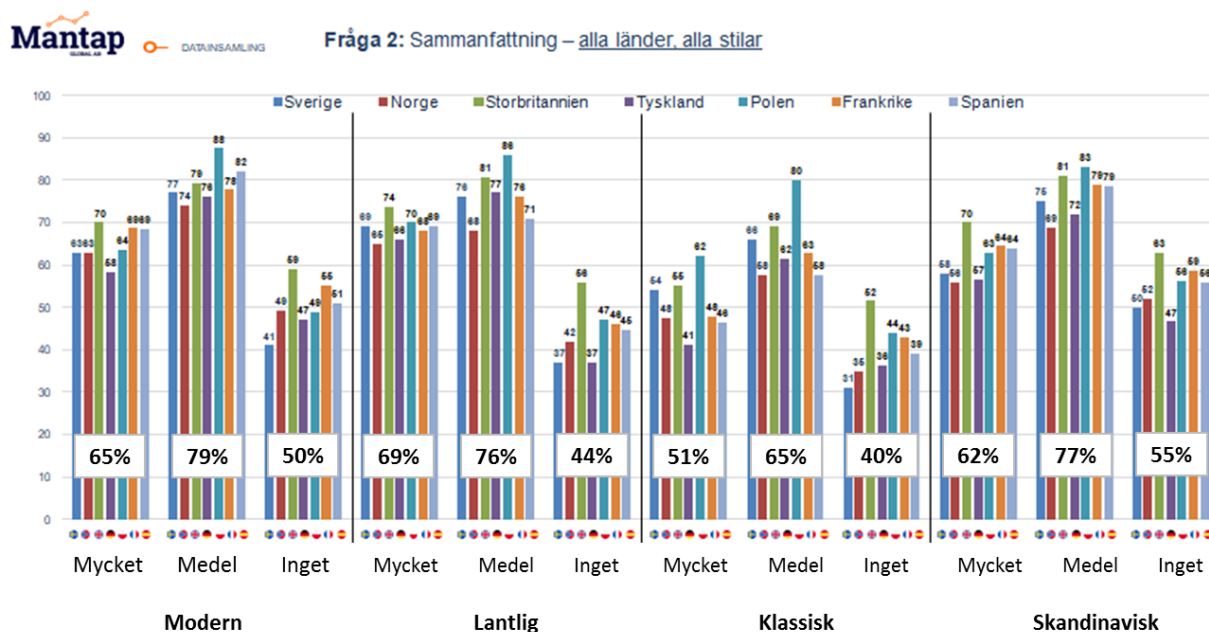


Fig.4. Andel som är positivt inställda till mängden trä (s. 52 i rapporten<sup>2</sup>).

### 2.3. Slutsatser: heminredningsstilar och interiört trä

Trä förstärker en positiv inställning till de olika stilarna, dvs. man blir mer positiv till en stil om det finns synligt trä än om det inte finns. I samtliga länder anses medelmycket interiört trä (i studien representerat som trä i golv och möbler) vara en lämplig mängd oberoende av inredningsstil.

Resultaten visar på stora skillnader i hur de fyra heminredningsstilarna presterade gentemot varandra men generellt inga större skillnader länderna emellan. Modern stil är den typ av heminredning som uppskattades mest i alla länder följt av skandinavisk och lantlig stil. Den stil som fick minst röster var klassisk stil.

<sup>2</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.

### 3. Var i hemmet konsumenterna vill ha trä

Respondenterna fick sedan svara på var de vill ha trä i hemmet genom att för vart och ett av rummen vardagsrum, kök och sovrums klicka i de alternativen där de vill ha trä. De fick även svara på vilka golvmaterial samt vilken väggbeklädnad de föredrar att ha i dessa rum.

#### 3.1. Generella iakttagelser, dörrar och fönster

Positivt är att det är få som anger att de inte vill ha trä i rummen (Fig. 5). I vardagsrum och sovrums är det färre som inte vill ha trä (2-9 % beroende på land och rum) jämfört med i köket (6-22 %) (Fig. 5). Att fler vill ha trä i vardagsrum och sovrums jämfört med kök gäller generellt, oavsett applikation med undantagen dörr och fönster där resultaten är rätt lika rummen emellan (i snitt 45-50% resp. 31-34%). Skillnader finns dock länderna emellan; för fönster kan länderna delas in i två tydliga grupper där Sverige, Polen och Norge tillhör den grupp där flest gärna vill ha trä (i snitt 46 % jmf. med 23 % som är snittet för de övriga länderna); för dörrar är det Polen som sticker ut som det land där flest vill ha trä och Frankrike det land där minst andel vill ha trä (64 % resp. 35 % jmf. med övriga på i snitt 47 %).

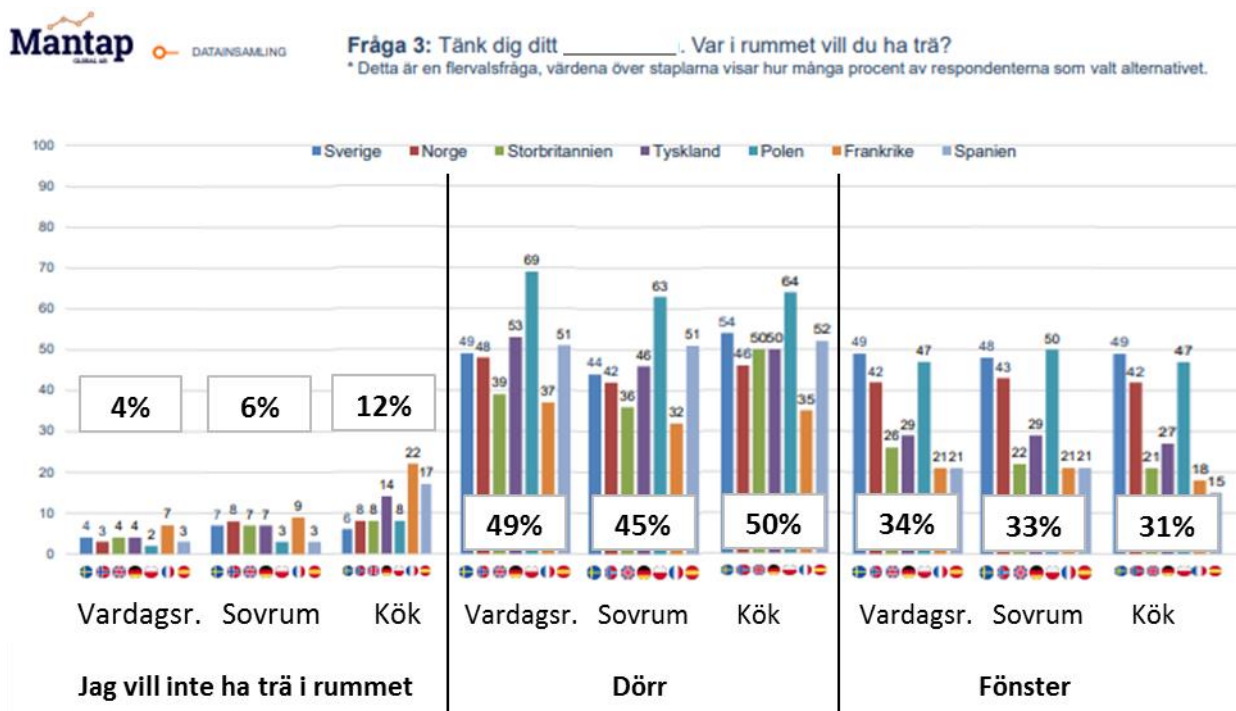


Fig.5. Andel som vill inte ha trä i rummet, vill ha trä i dörr samt vill ha trä i fönster för rummen vardagsrum, sovrums och kök (s. 56-62 i rapporten<sup>3</sup>). Notera att detta är en flervalsfråga.

#### 3.2. Väggbeklädnad

En relativt stor andel av respondenterna (i snitt 23-25 %) vill ha träpanel på en fondvägg eller del av vägg i vardagsrum och sovrums, men färre vill ha detsamma i köket (i snitt 13 %) (Tabell 2). I Norge är det även många (16-25 % beroende på rum) som vill ha trä på alla väggar. I övriga länder föredrar fler konsumenter en fondvägg eller en del av en vägg i trä framför att ha alla väggar klädda i trä (generellt mer än dubbelt så många, se Tabell 2). Föga förvånande är att kakel, klinker eller tegel samt målade

<sup>3</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.



ytor är mest populärt i kök medan målade ytor och tapet generellt ligger i topp både i sov- och vardagsrum (Fig. 6).

Tabell 2. Andel som vill ha träpanel på fondvägg/del av vägg resp. på alla väggar uppdelat på vardagsrum, sovrum och kök (s. 56-62 i rapporten<sup>4</sup>).

		Sverige	Norge	Storb.	Tyskland	Polen	Frankrike	Spanien	Medel
Vardagsr.	Fondvägg	22	27	19	24	26	29	27	<b>25</b>
	Alla väggar	9	21	8	7	6	9	12	<b>10</b>
Sovrum	Fondvägg	22	22	15	21	28	29	27	<b>23</b>
	Alla väggar	11	25	8	6	8	12	12	<b>12</b>
Kök	Fondvägg	16	16	10	12	11	15	8	<b>13</b>
	Alla väggar	7	16	7	4	4	6	5	<b>7</b>

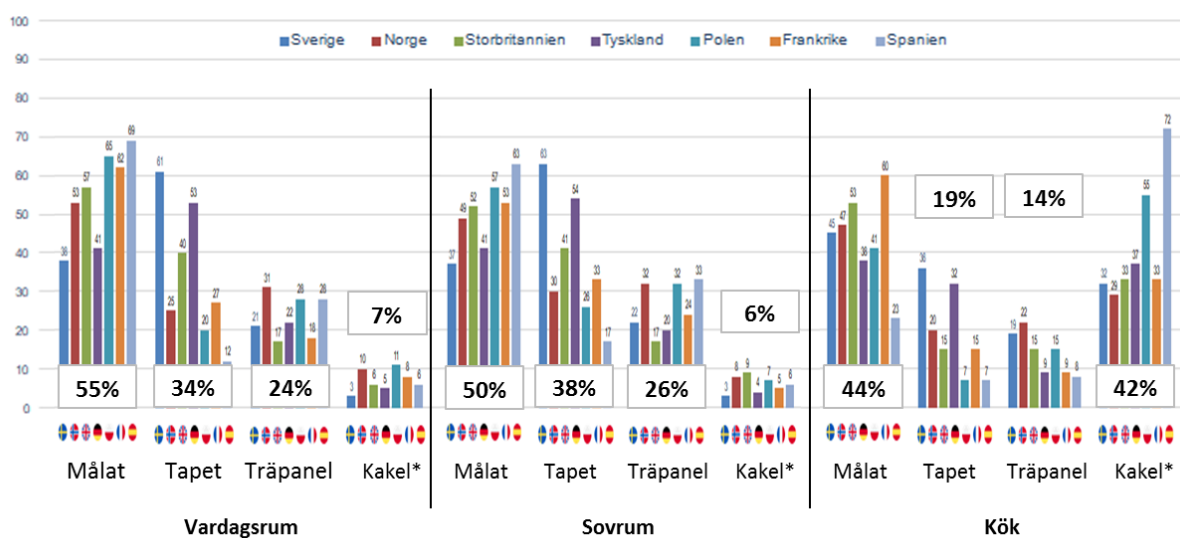


Fig.6. Väggbeklädnader respondenterna föredrar i vardagsrum, sovrum och kök (s. 96-100 i rapporten<sup>4</sup>). Notera att detta är en flervalsfråga. \*Kakel/klinker/tegel.

### 3.3. Tak och lister

Generellt är det relativt många som vill ha trälistor i rummen (i snitt 28-51 %) (Fig. 7). I Spanien är det dock få konsumenter som föredrar trälistor (i snitt 16 % jmf. med övriga snittet på 46 %). Trätak uppskattas genomgående av förhållandevis många i Norge och Sverige (i snitt 26 %) och av en viss andel av de tyska konsumenterna (i snitt 16 %). Få i de övriga länderna vill ha trätak (i snitt 8 %).

<sup>4</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.



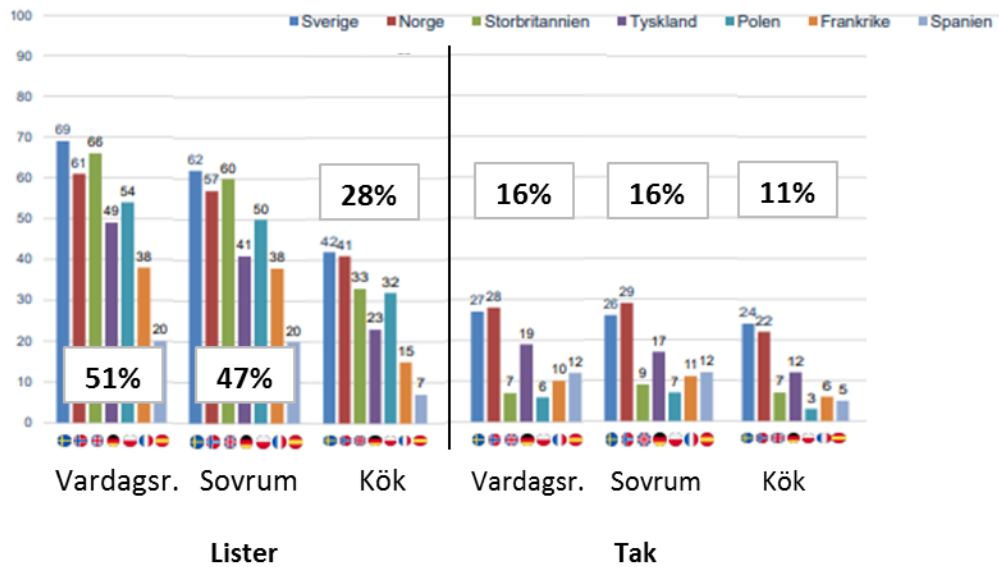


Fig. 7. Andel som vill ha trä i lister resp. tak i rummen vardagsrum, sovrum och kök (s. 56-62 i rapporten<sup>5</sup>). Notera att detta är en flervalsfråga.

### 3.4. Möbler

Trämöbler uppskattas mest i sovrum och vardagsrum (i snitt vill 58 resp. 63 % ha trä möbler i dessa rum) (Fig. 8).

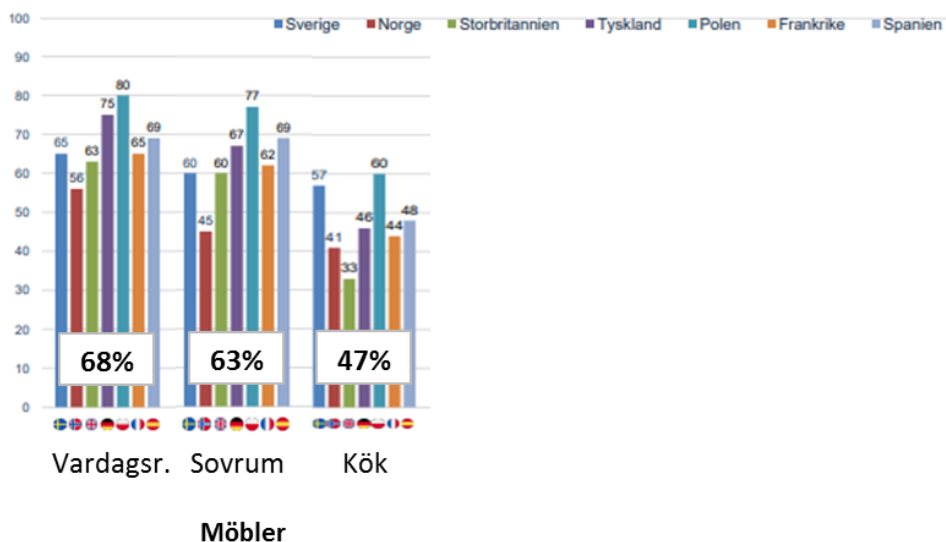


Fig. 8. Andel som vill ha trä i lister resp. tak i rummen vardagsrum, sovrum och kök (s. 56-62 i rapporten<sup>5</sup>). Notera att detta är en flervalsfråga.

<sup>5</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.

Mest positiva är svaren från Polen (i snitt 79 %) och minst positiva är svaren från Norge (i snitt 51 %). Polen ligger även i topp gällande trämöbler i kök tillsammans med Sverige (båda kring 60 % jmf. med övriga på i snitt 42 %). Intressant är även att ungefär dubbelt så många av de brittiska konsumenterna vill ha trämöbler i vardagsrum och sovrum jämfört med i köket (i snitt 62 % jmf. med 33 %).

### 3.5. Golv

Trägolvet är främst uppskattat i vardagsrummen, men även till stor del i sovrummen (Fig. 9-10). Trä- eller parkettgolvet är i dessa två rum genomgående för alla länder det golv störst andel av konsumenterna föredrar (i snitt 64 %), med Storbritannien som undantag där textil är det material som något fler föredrar att ha i sitt sovrum jämfört med trä- eller parkettgolvet (41 % jmf. med 35 %) (Fig. 9).

Britterna sticker även ut gällande vardagsrumsgolv då en betydligt större andel än i övriga länder föredrar textilgolv (27 % jmf. med övriga snittet på 7 %). Fransmännen föredrar kakel-, klinker- eller stengolv i nästan lika stor utsträckning som trä- eller parkettgolvet i vardagsrum (36 % jmf. 48 %) medan dessa inerta material i övrigt inte önskas i någon större utsträckning i de övriga länderna (i snitt av 9 %). Värt att nämna är även att Polen är det land där flest vill ha trägolvet i vardagsrum och sovrum (mer än 80 %).

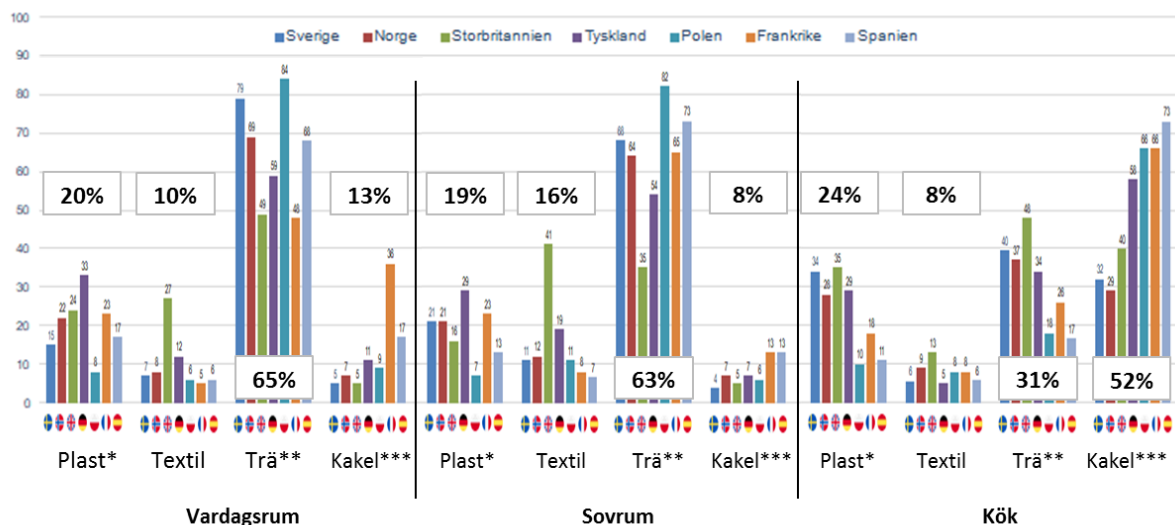


Fig. 9. Golvmaterial respondenterna föredrar i vardagsrum, sovrum och kök (s. 68-72 i rapporten<sup>6</sup>). Notera att detta är en flervalsfråga. \*Plast/Laminat/Linoleum, \*\*Trä/Parkett, \*\*\*Kakel/klinker/sten.

Trägolvet i kök är även uppskattat av många svenskar, normmän och briter (35-49 %) (Fig. 9-10). I dessa länder är trä- och parkettgolvet de golvmaterial flest föredrar (i snitt 42 %), tätt följt av golv i kakel, klinker och sten (34 %) samt plast, laminat och linoleum (32 %) (Fig. 9). I Tyskland, Polen, Frankrike

<sup>6</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.

och Spanien kommer trä- och parkettgolv på en andra plats (i snitt 24 %) och istället är det kakel-, klinker- eller stengolv som främst föredras i kök (66 %).

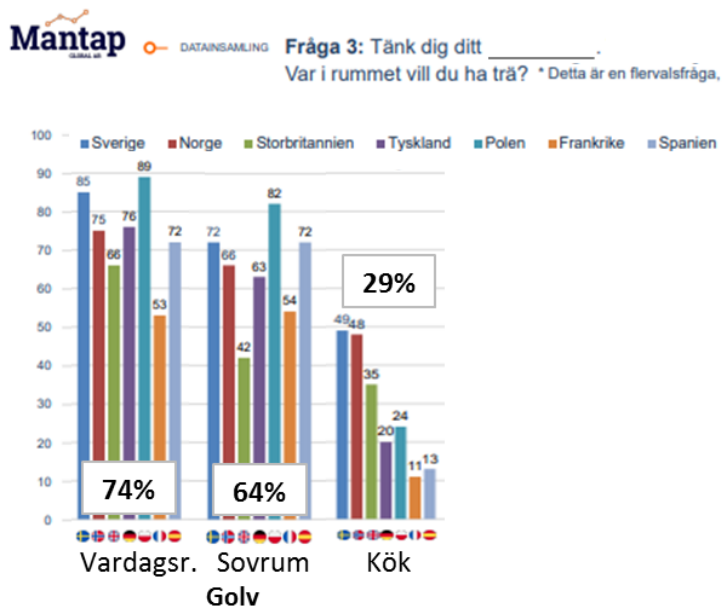


Fig. 10. Andel som vill ha trä i golv (s. 56-62 i rapporten<sup>7</sup>). Notera att detta är en flervalsfråga.

### 3.6. Köksluckor och bänkskivor

Trä i köksluckor är ett populärt alternativ i flertalet länder där Sverige, Storbritannien och Polen är de länder där störst andel vill ha trä i köksluckor (i snitt 62 %) och Frankrike det land där minst andel vill ha trä (38 %) (Fig. 11). Trä i bänkskivor är mest populärt i Polen och Tyskland (46 %), samt minst populärt i Spanien (17 %).

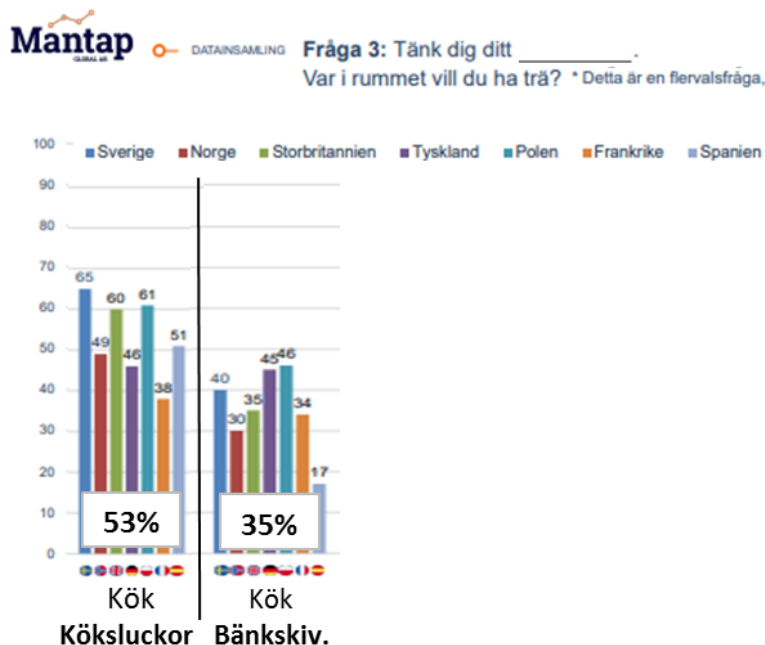


Fig 11. Andel som vill ha trä i köksluckor resp. bänkskivor (s. 56-62 i rapporten<sup>7</sup>). Notera att detta är en flervalsfråga.

<sup>7</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.

### **3.7. Slutsatser: var i hemmet konsumenterna vill ha trä**

Majoriteten av konsumenterna vill ha trä på ett eller flera ställen i rummen hemma. Stora variationer i preferenser för var man vill ha trä ses länderna emellan och till viss del även rummen emellan. Trä i möbler och i golv är generellt de applikationer där störst andel av konsumenterna vill ha trä i vardagsrum och sovrum. I köket ser konsumenterna generellt främst trä i köksluckor, dörr och möbler. Genomgående för alla rum är att det generellt sett är minst andel av konsumenterna som vill ha trä i tak och på alla väggar.

## 4. Preferenser för utseende av träprodukter

I studien föll valet på att fokusera på preferenser i två produktgrupper; trägolv och vägghpanel.

### 4.1. Färgskala

Oavsett om respondenten föredrog att ha trägolv/vägghpanel eller inte i sitt hem ombads denne att föreställa sig ett sådant/en sådan i sitt hem och sedan välja en eller flera färgskalor (ljus, vit, mörk, obehandlad, kulört) till golvet/panelen (Fig. 12).



Fig. 12. Färgskalor respondenterna fick ta ställning till.

För golv är det med en klar majoritet som den ljusa färgskalan (dvs. ljust brun/grå) placerar sig i topp då flertalet konsumenter i alla länder föredrar den skalan (62-76 %) (Fig. 13). Sedan är det relativt jämt mellan den vita (i snitt 23 %), mörka (24 %) och obehandlade skalan (23 %) och i botten hamnar den kulörta skalan (8 %). Inga större skillnader ses länderna emellan men vit är lite mer populärt i Sverige, Norge och Frankrike jämfört med övriga länder.

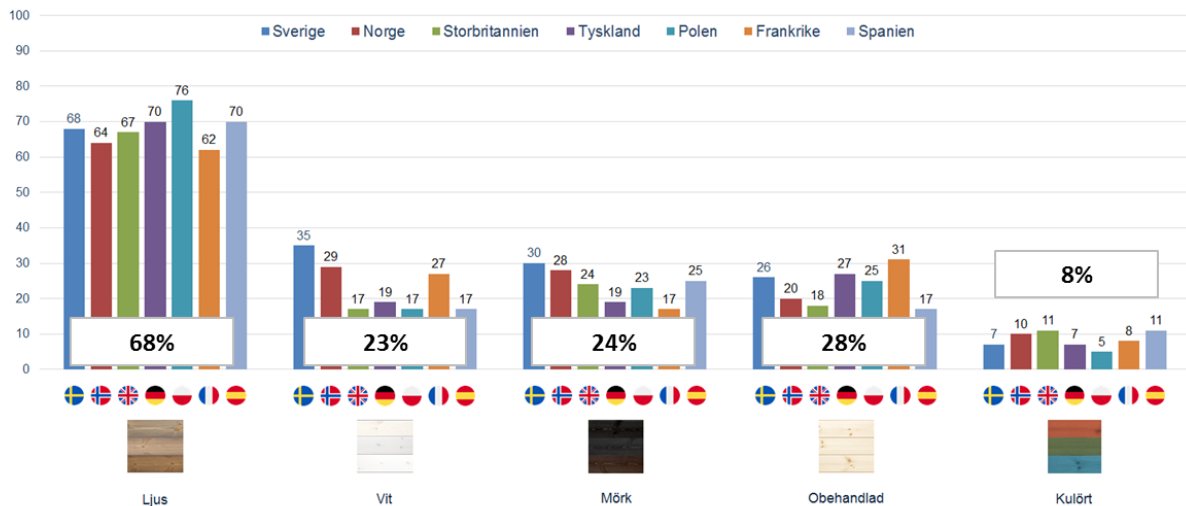


Fig. 13. Färgskalor som föredras till trägolv (s. 84 i rapporten<sup>8</sup>). Notera att detta är en flervalsfråga.

<sup>8</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.

För väggpanel var ljus (dvs. ljus brun/grå) och vit de två skalor som genomgående valdes av flest (45 % resp. 42 % i snitt), följt av obehandlat trä (28 %) och sist kom mörk och kulört färgskala (16 % resp. 15 %) (Fig. 14). Resultaten skiljer sig inte så mycket mellan de olika länderna men vissa skillnader kan ändå utläsas; vit är något mer populärt i Sverige och Norge, ljus i Polen och Spanien och obehandlat i Tyskland, Polen och Frankrike.

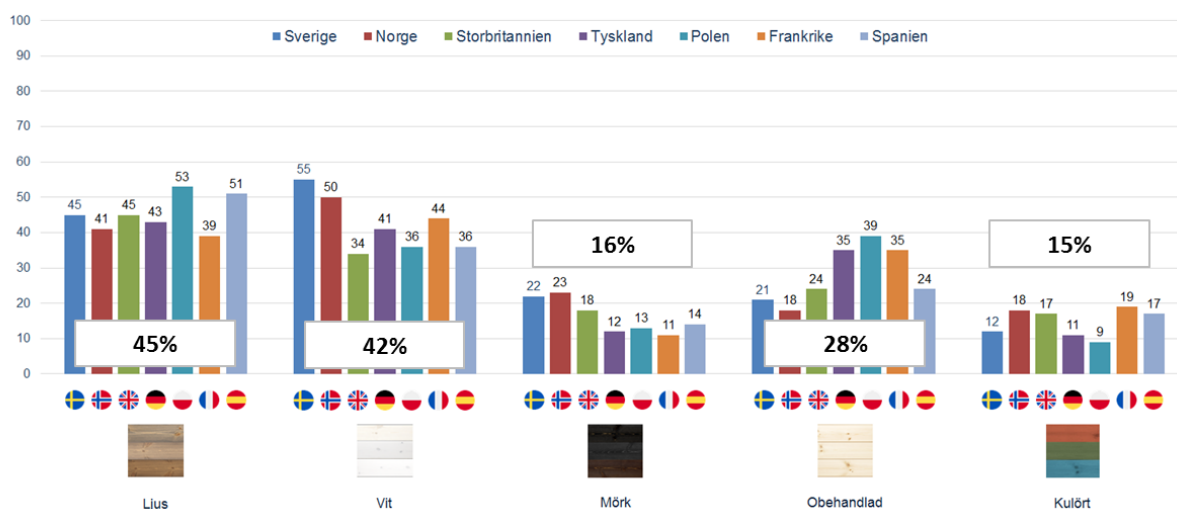


Fig. 14. Färgskalor som föredras till träpanel (s. 113 i rapporten<sup>9</sup>). Notera att detta är en flervalsfråga.

## 4.2. Synlig kvist

Acceptans och preferens gällande synlig kvist är också av intresse när det gäller både trägolv och väggpanel, speciellt när fokus ligger på furu. Respondenterna fick därför ange om de gärna har synlig kvist alternativt hellre föredrar kvistfria eller täckmålade ytor.

I samtliga undersökta länder är det fler respondenter som gärna har synlig kvist i trägolv (i snitt 46 %) än respondenter som föredrar kvistfria golv (i snitt 24 %) och täckmålade golv (i snitt 7 %) (Fig. 15). En viss andel (i snitt 21 %) anser att det inte spelar någon roll om golv eller väggpanel har synlig kvist eller inte. Svaren är relativt lika länderna emellan men Polen utmärker sig som det land som har den absolut högsta acceptansen för kvisten (hela 62 % av de polska respondenterna uppger att de gärna har synlig kvist i trägolv; motsvarande siffra för de övriga länderna varierar mellan 39 och 46 %).

<sup>9</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.

Fråga 10: Vad tycker du om synlig kvist i trägolv?

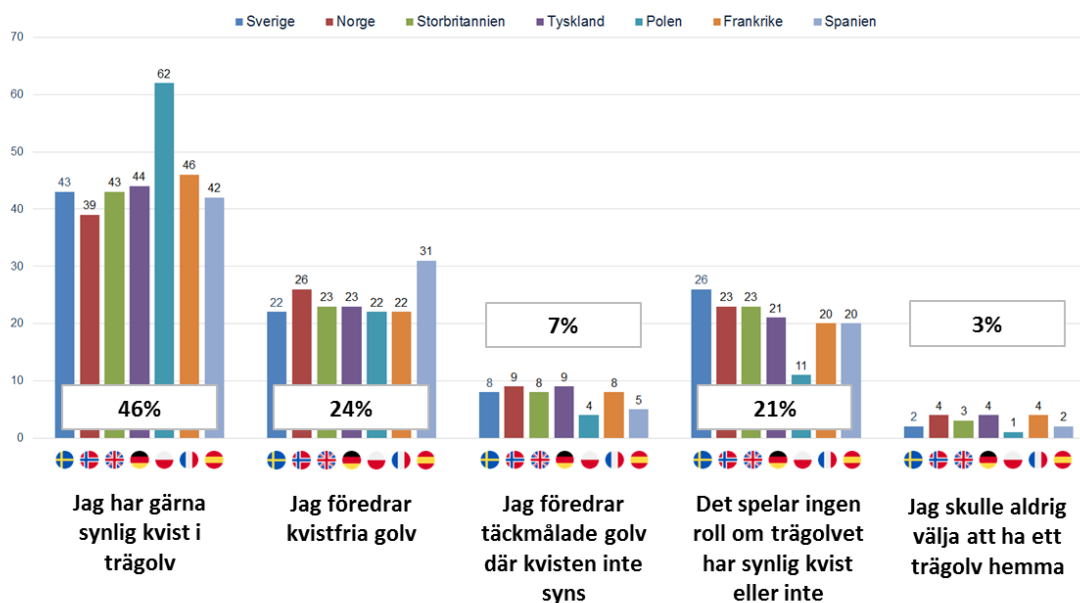


Fig.15. Preferens för synlig kvist i trägolvs (s. 92 i rapporten<sup>10</sup>).

Detsamma gäller för vägghpanel där synlig kvist generellt var mer uppskattad (i snitt av 37 %) än både det kvistfria (i snitt 25 %) och det täckmålade (i snitt 10 %) alternativet (Fig. 16). Polen utmärker sig även här som det land där absolut flest konsumenter föredrar kvistig panel (hela 50 % av respondenterna jmf. med 32-40 % i de övriga länderna).

Fråga 14: Vad tycker du om synlig kvist i vägghpanel?

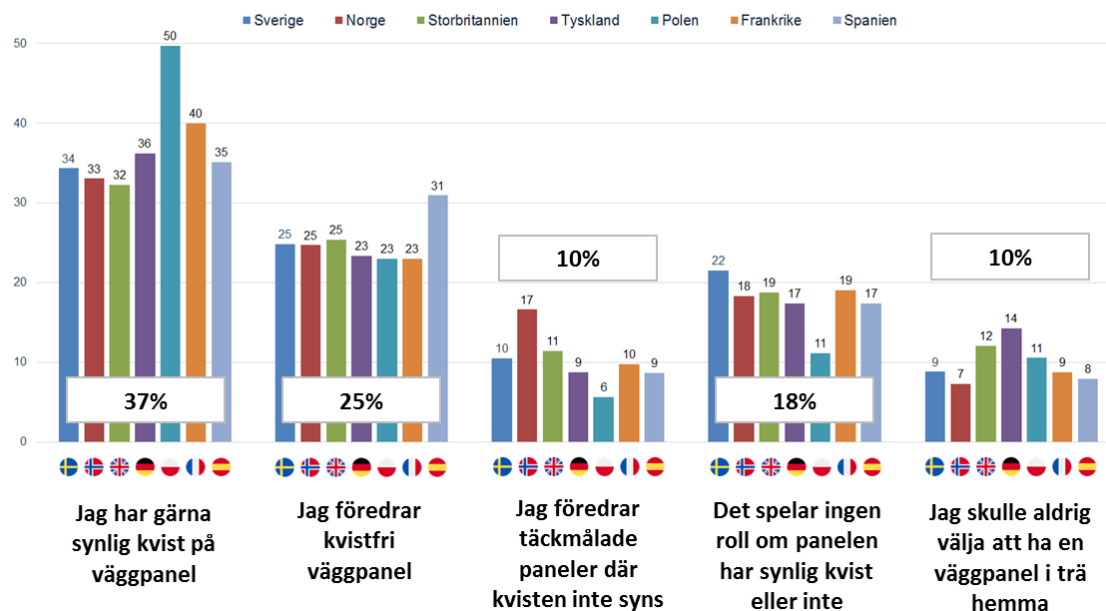


Fig. 16. Preferens för synlig kvist i vägghpanel (s. 117 i rapporten<sup>10</sup>).

<sup>10</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.



Gruppen som föredrar kvistfria ytor är något större i Spanien jämfört med de övriga länderna, både för golv och för väggpanel (31 % jmf. med 22-26 %). Fler norska konsumenter (17 %) gillar täckmålade väggpaneler jämfört med de övriga (6-11 %).

### 4.3. Träslaget furu

För att få en bild av träslagets roll vid val av golv, och mer specifikt preferensen för furu, fick respondenterna ange om de gärna använder furu, generellt föredrar andra träslag eller om de anser att träslaget inte har någon betydelse. Det fanns även möjlighet att svara att man inte vet eller har någon åsikt, vilket en mindre andel gjorde (i snitt 13 %) (Fig. 17).

En relativt stor andel (i snitt 34 %) av konsumenterna anger att de gärna använder furu och ungefär lika många (i snitt 32 %) anger att de generellt föredrar andra träslag än furu. En något mindre grupp tycker att träslaget inte har någon betydelse (i snitt 21 %). Resultaten är ganska lika för de studerade länderna, med några mindre variationer såsom att något fler än genomsnittet gärna använder furu som golvmaterial i Polen (41 % jmf. med övriga snittet på 32 %).

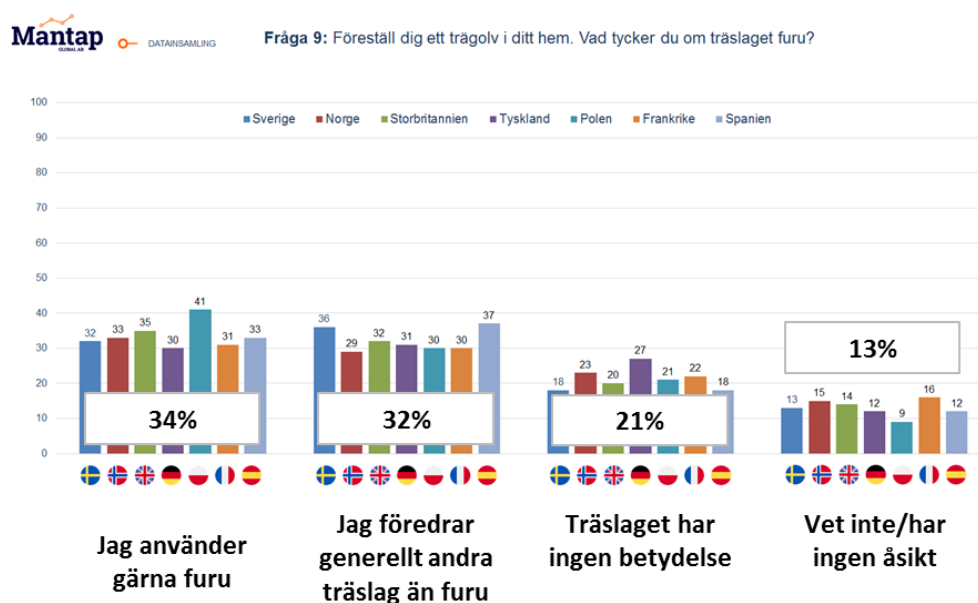


Fig. 17. Preferenser för furu i trägolv (s. 88 i rapporten<sup>11</sup>).

### 4.4. Slutsatser: preferenser för utseende av träprodukter

Preferensen för färg på trägolv och väggpanel är relativt lika länderna emellan; tydligt är att ljusa trägolv (i studien visade som ljusbruna/ljusgrå) är uppskattat av flest. Övriga färgskalor har, enligt denna studie, mindre marknader. Preferenserna för väggpanel är lite mer spridda och ljusa och vita väggpaneler är de två alternativ som flest uppskattar följt av obehandlade.

En annan slutsats är att synlig kvist är accepterat av många konsumenter, både i golv och i väggpanel (i snitt 67 % resp. 55 % svarade att de föredrar synlig kvist alt. att det inte spelar någon roll) samt att det finns en relativt stor grupp som uttryckligen föredrar trägolv i furu (i snitt 34 %). Andelen som föredrar kvistfritt i golv och väggpanel (i snitt ca 25 %) samt de som generellt föredrar andra träslag än furu i golv (i snitt 32 %) är dock inte försumbara.

<sup>11</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Träs hemsida.

## 5. Köp av heminredningsprodukter

### 5.1. Inflytande i val av heminredningsprodukter

En betydande andel av de svarande anser att de själva har stort inflytande vid val av heminredningsprodukter (i snitt 79 %) följt av familj, släkt och vänner (i snitt 41 % anser att denna grupp har stort inflytande) (Fig. 18). Färre anser att inredningsarkitekter, byggare och hantverkare samt butikspersonal har inflytande och svaren emellan dessa aktörer är relativt lika. Det land som sticker ut i sammanhanget är Spanien där de olika yrkesgrupperna erhåller liknande svarsfrekvenser som familj, släkt och vänner. Sverige och Tyskland är de länder där dessa yrkesgrupper har minst inflytande.

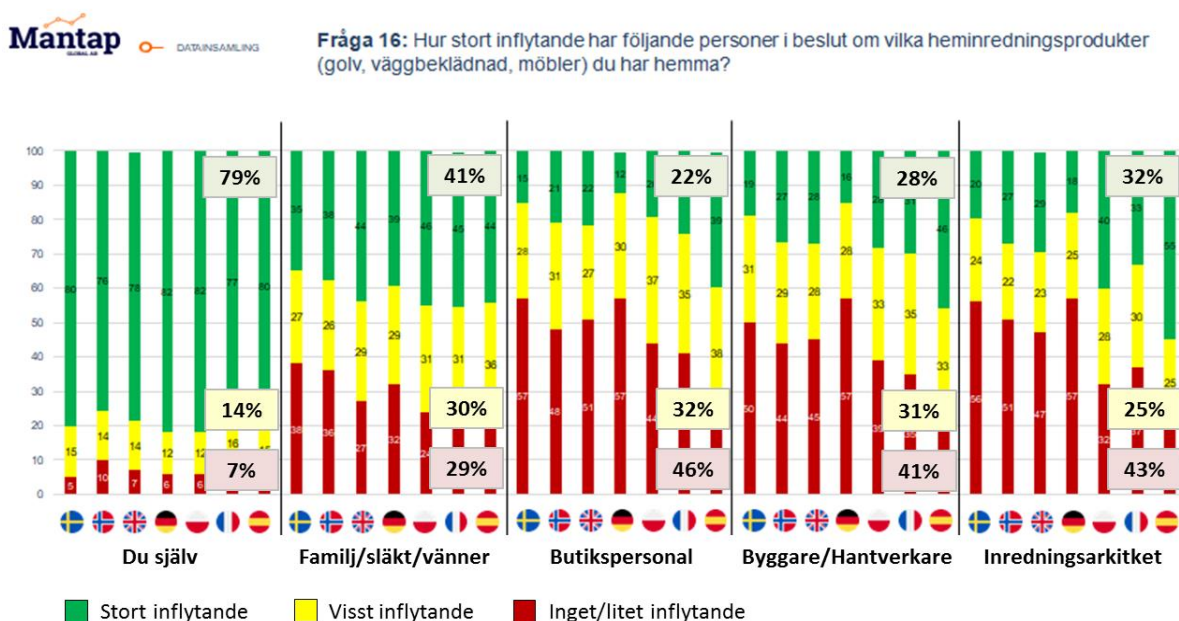


Fig. 18. Inflytande i beslut om vilka heminredningsprodukter (golv, väggbeklädnad och möbler) respondenterna har hemma (s. 125 i rapporten<sup>12</sup>).

### 5.2. Viktiga faktorer vid köp

Respondenterna fick svara på hur viktiga faktorerna *Lätthet att hålla rent*, *Möjlighet till monteringshjälp* och *Möjlighet till hemleverans* är vid köp av golv respektive väggbeklädnad. Vid köp av både golv och väggbeklädnad ansågs den första faktorn, *Lätthet att hålla rent*, vara viktig av majoriteten (73-89 %) av de svarande i alla studerade länder (Fig. 19). Färre ansåg de andra två faktorerna viktiga (46-71 %) men inom respektive land fick de båda ungefär samma vikt. Mellan länderna kan dock vissa skillnader utläsas; exempelvis är Sverige och Norge de länder där minst andel tycker att monteringshjälp och hemleverans är viktiga faktorer vid köp av golv (49 resp. 46 % jmf. med övriga i snitt 65 %).

Personerna i studien ombads att även att föreställa sig att de ska köpa golv och väggbeklädnad till sitt hem och rangordna faktorerna pris, kvalitet och utseende/design efter hur viktiga de är vid köp. Utfallet visar att pris anses viktigast av flest (i snitt 39 %), kvalitet främst klassas som näst viktigast (42 %) och utseende design oftast som minst viktig (41 %) (Fig. 20). I grova drag är dock skillnaderna

<sup>12</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.

mellan faktorerna inte jättestora och dess inbördes placering varierar mellan olika länder. Det som kan konstateras är att det inom varje land finns grupper som tycker att respektive faktor är den viktigaste och att dessa grupper är relativt lika stora.

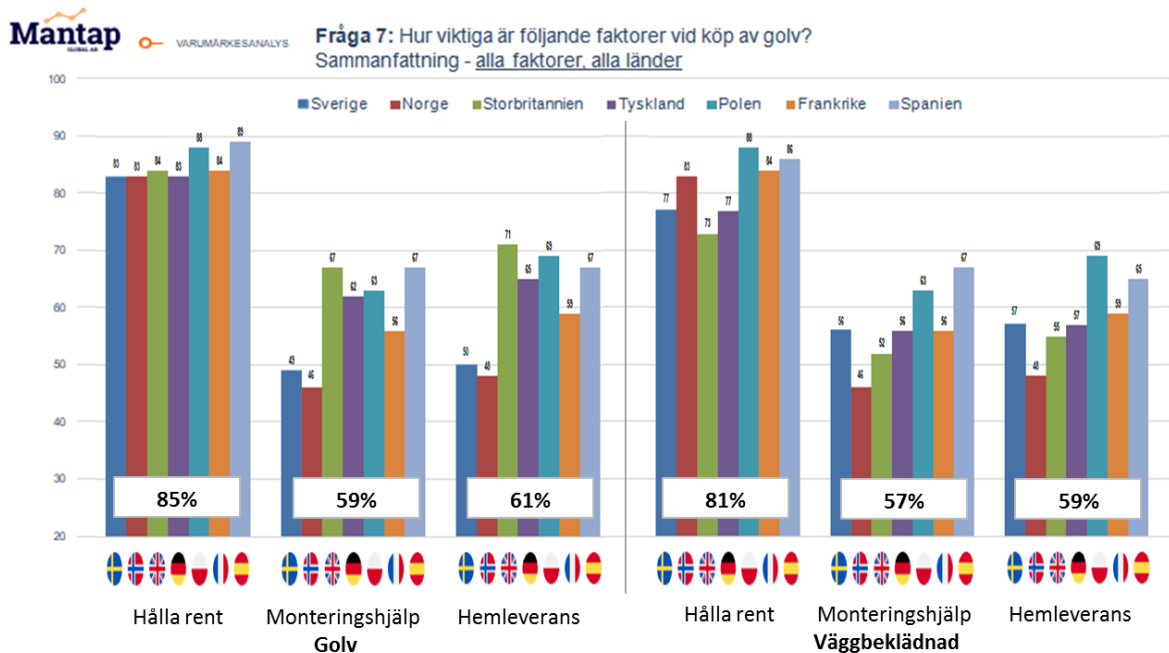


Fig. 19. Andel som tycker att respektive faktor är viktig eller mycket viktig vid köp av golv respektive väggbeklädnad. (Sammanställning av s. 108 och 132 i rapporten<sup>13</sup>).

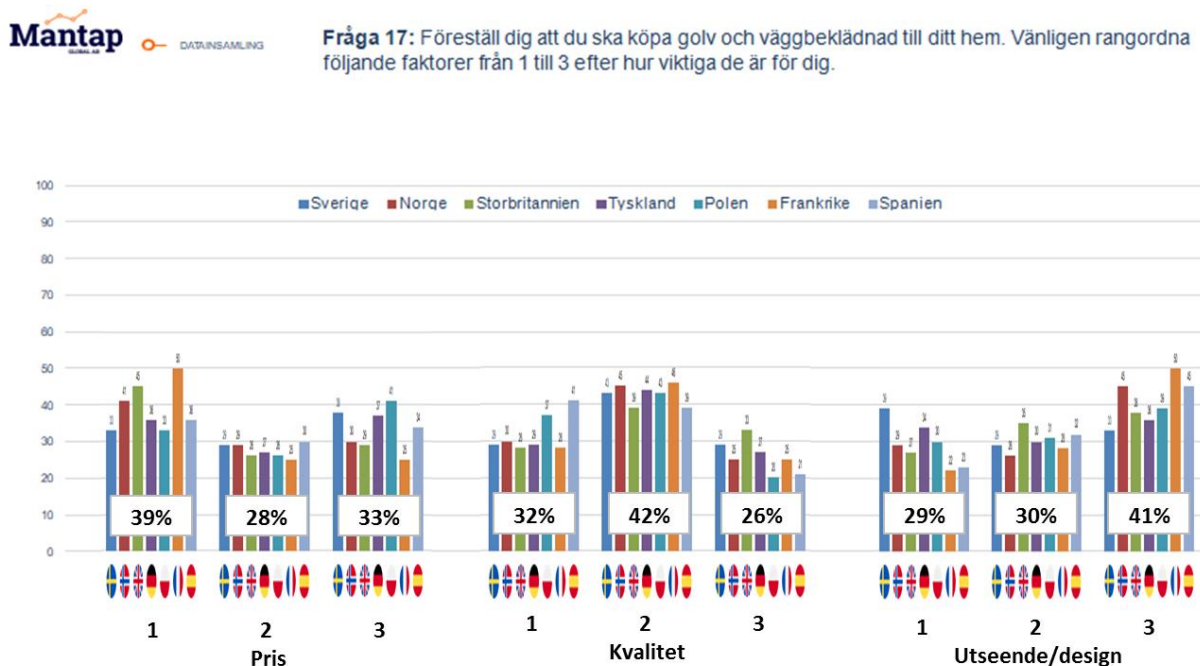


Fig. 20. Rangordning av faktorerna pris, kvalitet och utseende/design vid köp av golv och väggbeklädnad. 1=viktigast, 2=näst viktigast och 3=minst viktig. (Sammanställning av s. 129-131 i rapporten<sup>12</sup>).

<sup>13</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.

### 5.3. Var konsumenter vill inhandla heminredningsprodukter

Studien visar att en stor andel av konsumenterna i princip enbart vill handla inredningsprodukter i butik (i snitt 44 %) men även att många gärna handlar både i butik och via nätet (i snitt 51 %) (Fig. 21). Gruppen som enbart vill handla via nätet är liten (i snitt 5 %). Viss skillnad i preferens länderna emellan kan ses; exempelvis är det fler i Norge, Spanien och Polen som helst enbart handlar i butik jämfört med de övriga länderna.

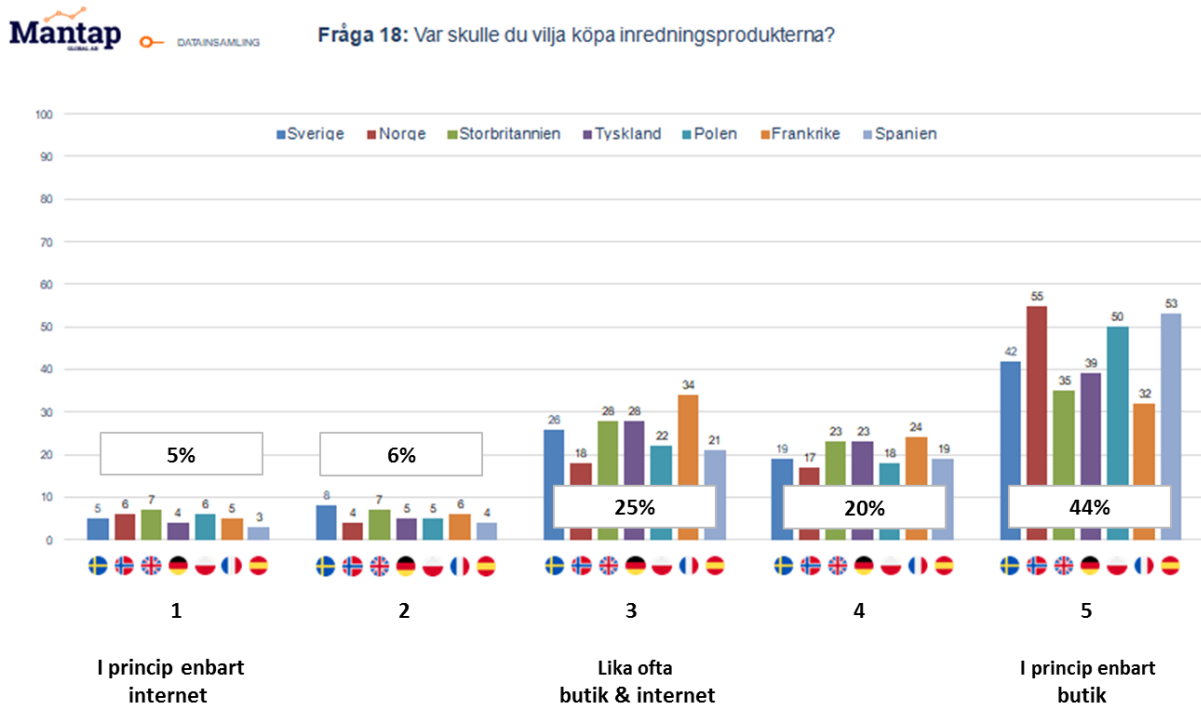


Fig. 21. Var konsumenterna helst vill köpa inredningsprodukter (s. 136 i rapporten<sup>14</sup>).

### 5.4. Produkters miljöpåverkan

Respondenterna ombads att ta ställning till tre påståenden avseende produkters miljöpåverkan. Svaramönstret är ganska lika i jämförelsen mellan alla länder (Fig 22); en majoritet (65 %) av respondenterna har svarat att de värdesätter att en produkt har låg miljöpåverkan men färre (50 %) uppger att de är villiga att betala mer för en miljövänlig produkt. Mer än hälften av respondenterna (53-72 %) anser att trä är ett bättre material än alternativen sett ur miljösynpunkt.

<sup>14</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.

Fråga 19: Nedan följer tre påståenden om heminredningsprodukter (golv, väggbeklädnad, möbler). Ange i vilken grad de stämmer in på dig. [Sammanslagning alla länder – alla påståenden](#)

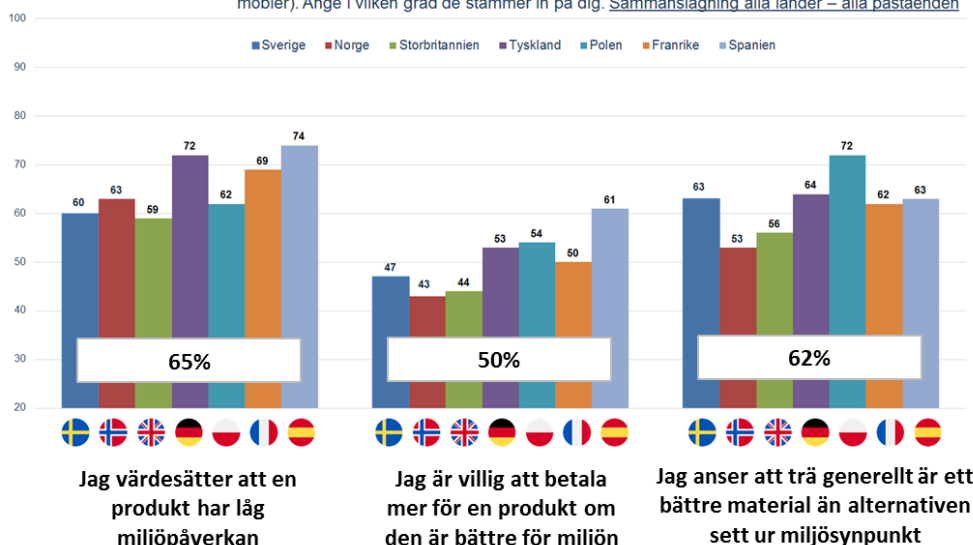


Fig 22. Tre påståenden om trä och miljö. Figuren visar andel som håller med (s 144 i rapporten<sup>15</sup>).

Nivån på hur mycket de intervjuade var villiga att betala extra för en miljövänlig produkt undersöktes i separat fråga (Fig 23).

Fråga 20: Hur mycket mer är du generellt villig att betala för en miljövänlig heminredningsprodukt (golv, väggbeklädnad, möbler)?

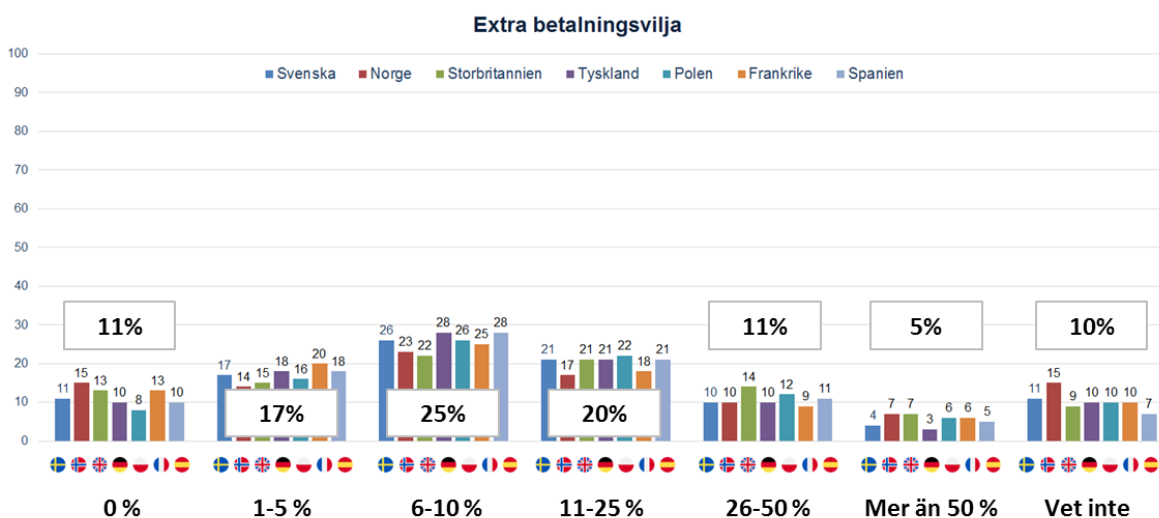


Fig. 23. Nivån på viljan att betala extra för en miljövänlig produkt (sid 148 i rapporten<sup>15</sup>).

Gruppen som uppger att de inte är beredda att betala något extra alls är liten (11 %) och jämfört med föregående fråga är det betydligt fler som här uppger sig vara villiga att betala extra för en mer miljövänlig produkt jämfört med föregående fråga (78 % jmf. med 50 %). Detta indikerar att resultatet ska tolkas med försiktighet och att respondenterna mest troligt har varit lite generösa när de skattat sin betalningsvilja. Variationerna länderna emellan är små.

<sup>15</sup> Trä i hemmet - En undersökning i sju europeiska länder om inredningsstilar och intresset för svenska interiöra furuprodukter till hemmet. Återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.

### **5.5. Slutsatser: köp av heminredningsprodukter**

Familj, släkt och vänner har generellt större inflytande över köp av heminredningsprodukter än butikspersonal, byggare, hantverkare och inredningsarkitekter. Fler än hälften av respondenterna anger dock att dessa yrkesgrupper ändå har ett stort eller visst inflytande vid köp.

Vad som även kan konstateras är att lätthet att hålla rent anses viktig av de flesta konsumenter. Monteringshjälp och hemleverans är också generellt viktiga aspekter vid köp men stora variationer finns länderna emellan. Många uppskattar även att en produkt har låg miljöpåverkan men färre är villiga att betala extra för detta attribut. Kundgrupperna som anser att pris, kvalitet respektive utseende/design är viktigast är relativt lika stora.

Resultatet visar att konsumenterna generellt hellre handlar inredningsprodukter i butik än via nätet, men att många ändå i viss utsträckning vill handla via internet.

## 6. Resultatsammanfattning

Syftet med studien var att undersöka kundpreferenser för synligt trä på olika marknader. Följande fyra frågeställningar var i fokus:

- Vilka inredningsstilar dominerar och hur passar interiört trä in i dessa stilar?
- Var i hemmet vill konsumenterna ha trä?
- Vilka preferenser gällande utseende av träprodukter finns?
- Vad är viktigt vid köp av heminredningsprodukter?

Resultaten från dessa frågeställningar har behandlats i varsitt avsnitt ovan och kan i korthet sammanfattas i följande punkter:

- Modern stil är den typ av heminredning som uppskattas av flest
- Trä förstärker en positiv inställning till inredningsstilar, dvs. man blir mer positiv till en stil om det finns synligt trä än om det inte finns
- Medelmycket interiört trä (i studien representerat som trä i golv och möbler) anses vara en lämplig mängd trä oberoende av stil
- Majoriteten av konsumenterna vill ha trä på ett eller flera ställen i rummen hemma
- Konsumenterna vill generellt ha mer trä i vardagsrum och sovrum än i kök
- Trægolv och väggpaneler i ljusa kulörter uppskattas i större utsträckning än mörka och färgglada
- Synlig kvist är accepterat av många konsumenter, både i golv och i väggpanel
- En relativt stor grupp föredrar uttryckligen trægolv i furu
- Familj, släkt och vänner har generellt större inflytande över köp av heminredningsprodukter än butikspersonal, byggare, hantverkare och inredningsarkitekter
- Kundgrupperna som anser att pris, kvalitet respektive utseende/design är viktigast är relativt lika stora
- Lätthet att hålla rent, monteringshjälp och möjlighet till hemleverans är alla tre viktiga faktorer vid köp för en stor del av konsumenterna
- Konsumenterna handlar generellt hellre inredningsprodukter i butik än via nätet, men många vill ändå handla via internet i viss utsträckning
- Kundpreferenserna gällande heminredningsstilar är relativt lika länderna emellan. Tydliga skillnader i preferens ses dock för var konsumenterna vill ha trä och vissa skillnader kan även utläsas gällande utseende av träprodukter och köp av heminredningsprodukter.



## 7. Slutord

Svenskt Trä har den senaste tiden uppmärksammat positiva signaler kring efterfrågan av furu, bland annat i och med att allt fler furuprodukter visas på mässor och lyfts fram av framstående designers. Resultaten från denna studie visar att dessa positiva trender även nått slutkonsumenterna; de vill ha trä i hemmet och den svenska furans egenskaper såsom dess ljusa kulört, kvistighet, miljöriktighet och prisvärdhet matchar kundernas preferenser av vad som positivt förstärker hemmiljöer. Detta tyder på att den tidigare negativa trenden med minskad efterfrågan på furu är bruten.

Både heminredare och aktörer som arbetar med snickeri- och/eller beklädnadsvirke har mycket att hämta från rapportens resultat då den ger en bred, och i viss mening även detaljerad, bild av kundpreferenser för synligt trä i hemmen runt om i Europa. Svensk snickeriindustri generellt och speciellt de företag som exporterar delar av sin produktion kan ta intryck av rapportens resultat vid sin material- och produktutveckling samt utveckling av marknadsföringsstrategi. Det finns även mer djupgående rapporter för vart och ett av de länder som ingått i studien för den som önskar en än mer detaljerad bild av kundpreferenserna. Dessa återfinns på Svenskt Trä:s hemsida.

Studien har även visat sig fungera väl och bjuder därmed in till att genomföra liknande studier i fler världsdelar/länder av intresse. Den kan också fungera som en startpunkt till mer detaljerade studier kring frågor av speciellt intresse, exempel rörande en viss produktgrupp och/eller attribut.

Slutligen vill vi rikta ett stort tack till BioInnovation som finansierat studien samt till alla som deltagit i enkäten eller på annat sätt bidragit.