

PRESSMEDDELANDE

2012-03-05

Aprikosfärgat ute och lattefärgat inne

– svenska villaägare oeniga med inredningsexperterna

I år ska vi enligt inredningsexperterna inreda våra hem i aprikosfärgat och mintgrönt och vi ska detoxa både hemmet, vår Facebook och oss själva. Men villaägarna håller inte med. Enligt dem är lattefärgat, fondvägg och jacuzzi trendigt. Det visar resultatet från Vi i Villas senaste Villapanel som handlar om trender i och utanför villan.

– Det är intressant att se att de inredningstrenderna är långlivade i de svenska hemmen. Det tar lång tid innan nya trender får fäste och vad svenska villaägare faktiskt tycker är snyggt skiljer sig i många aspekter från vad experterna anser är trendigt och "rätt", säger Stina Abenius, chefredaktör för Vi i Villa.

Varje år uttalar sig inredningsexperter om hur vi ska inreda våra hem, tips och råd som påverkar oss i våra val. Resultatet från Vi i Villas senaste Villapanel, där över 4 000 svenska villaägare har svarat på frågor om trender i och utanför villan, visar tydliga skillnader i vilken utsträckning kvinnor och män påverkas. Sju av tio kvinnor (72 procent) påverkas helt eller till viss del av inredningsexperternas tips och råd när de ska inreda sitt hem. Motsvarande siffra bland männen är 50 procent. Sju procent av kvinnorna och 19 procent av männen tänker inte nämnvärt på inredningen i sitt hem utan väljer möbler och saker för att de är praktiska.

Villaägarna fick även svara på vad som är trendigt i år. Frågorna var bland annat uppdelade i "flipp" och "flopp" för att indikera vad som är inne respektive ute. Resultatet visar att är ljusst och fräscht-trenden fortfarande är stark, 93 procent tycker detta är "flipp". Däremot är New England-stilen helt ute enligt svenska villaägare. En klar majoritet (72 procent) tycker denna inredningsstil är en "flopp".

Doftljus och divansoffa – en vattendelare

Kvinnor och män är eniga om mycket gällande inredningen. Både bastu och jacuzzi något som majoriteten gillar, 56 procent män och 53 procent kvinnor tycker bastu är en "flipp". Över hälften, 52 procent män och 53 procent kvinnor, tycker att jacuzzi är en "flipp". När det gäller divansoffa och doftljus går däremot meningarna kraftigt isär. Knappt hälften, 43 procent av männen och en klar majoritet, 60 procent, av kvinnorna tycker att divansoffa är "flipp". Även doftljus tilltalar kvinnor mer än män, 52 procent av kvinnorna och 37 procent av männen tycker doftljus är en "flipp".

Teppanyakihäll ute och utekök inne

Det mest otrendiga man kan ha enligt de svenska villaägarna är vattensäng, endast tre procent tycker det är en "flipp". Den omdebatterade teppanyakihällen är också ointressant i de flesta villor, majoriteten (64 procent) tycker den är en "flopp". Utekök är däremot något som villaägarna tycker är positivt, 62 procent tycker det är "flipp".

För kommentarer och ytterligare information kontakta:

Stina Abenius, chefredaktör på tidningen Vi i Villa

Tfn: 08 731 29 73, mobil: 0707997936

E-post: stina.abenius@viivilla.se

Eller besök www.viivilla.se

Om villapanelen

Totalt har 4 574 villaboende från 20 år och uppåt deltagit i undersökningen. Fler siffror följer nedan. Villapanelen är den första oberoende och opolitiska panelen som speglar villaägarnas åsikter inom olika områden. Det är en återkommande undersökning inom olika aspekter i villalivet och initiativtagare är Vi i Villa, Sveriges största tidning med en räckvidd på ca 2 111 000 läsare. Stina Abenius är chefredaktör och tidningen distribueras gratis tolv gånger per år till samtliga villahushåll i Sverige. Den gedigna kunskapen om och kontaktytan med villaägaren leder till intressant, rolig och viktig information. Se även www.viivilla.se

Bilaga

Totalt resultat Villapanel "Trender"

Kontakta Vi i Villa för ytterligare nedbrytningar.

I vilken utsträckning följer du inredningsexperternas tips och råd i teve, tidningar eller sociala medier?	Rikssnitt	Kvinnor	Män
Jag följer inredningsexperterna noggrant och inreder ofta mitt hem efter deras tips och råd	0 %	0 %	0 %
Jag följer inredningsexperterna till viss del och inreder delar av mitt hem efter deras tips och råd	3 %	4 %	2 %
Jag får till viss del inspiration från inredningsexperten men inreder mitt hem till största delen efter eget tycke och smak	60 %	68 %	47 %
Jag varken följer eller hämtar inspiration från någon inredningsexpert utan inreder mitt hem helt efter eget tycke och smak	24 %	20 %	29 %
Jag tänker inte nämnvärt på inredningen i mitt hem utan köper möbler och saker för att de är praktiska	12 %	7 %	19 %
Vet ej	1 %	0 %	2 %

Flipp och Flopp - inomhus

Rikssnitt	Flipp	Flopp
Bastu	54 %	46 %
Detoxa hemmet	60 %	40 %
Divansoffa	53 %	47 %
Doftljus	46 %	54 %
Feng-shui	38 %	62 %
Fondvägg	60 %	40 %
Fototapet	54 %	46 %
Gillestuga	23 %	77 %
Heltäckningsmatta	27 %	73 %
Jacuzzi	53 %	47 %
Panelgardiner	46 %	54 %
Rislampa	28 %	72 %
SPA-avdelning	70 %	30 %
Teppanyakihäll	36 %	64 %
Walk-in closet	83 %	17 %
Vattensäng	3 %	97 %
Öppen planlösning	84 %	16 %

Kvinna	Flipp	Flopp
Bastu	53 %	47 %
Detoxa hemmet	71 %	29 %
Divansoffa	60 %	40 %
Doftljus	52 %	48 %
Feng-shui	48 %	52 %
Fondvägg	62 %	38 %
Fototapet	59 %	41 %
Gillestuga	19 %	81 %
Heltäckningsmatta	32 %	68 %
Jacuzzi	53 %	47 %
Panelgardiner	42 %	58 %
Rislampa	35 %	65 %
SPA-avdelning	75 %	25 %
Teppanyakihäll	39 %	61 %
Walk-in closet	88 %	12 %
Vattensäng	2 %	98 %
Öppen planlösning	84 %	16 %

Man	Flipp	Flopp
Bastu	56 %	44 %
Detoxa hemmet	45 %	55 %
Divansoffa	43 %	57 %
Doftljus	37 %	63 %
Feng-shui	24 %	76 %
Fondvägg	58 %	42 %
Fototapet	46 %	54 %
Gillestuga	28 %	72 %
Heltäckningsmatta	22 %	78 %
Jacuzzi	52 %	48 %
Panelgardiner	51 %	49 %
Rislampa	17 %	83 %
SPA-avdelning	63 %	37 %
Teppanyakihäll	31 %	69 %
Walk-in closet	75 %	25 %
Vattensäng	4 %	96 %
Öppen planlösning	84 %	16 %

Flipp och flopp - utomhus

Rikssnitt	Flipp	Flopp
Trädgårdstomtar	14 %	86 %
Lounge-grupp	52 %	48 %
Utekök	65 %	35 %
Badtunna	51 %	49 %
Hammock	39 %	61 %
Bärbuskar	79 %	21 %
Fruktträd	84 %	16 %
Sten/betong	79 %	21 %
Perenner	86 %	14 %
Grönsaksland	78 %	22 %
Naturtomt	77 %	23 %
Syrenberså	51 %	49 %

Kvinna	Flipp	Flopp
Trädgårdstomtar	13 %	87 %
Lounge-grupp	60 %	40 %
Utekök	72 %	28 %
Badtunna	54 %	46 %
Hammock	39 %	61 %
Bärbuskar	81 %	19 %
Fruktträd	86 %	14 %
Sten/betong	82 %	18 %
Perenner	90 %	10 %
Grönsaksland	83 %	17 %
Naturtomt	78 %	22 %
Syrenberså	56 %	44 %

Man	Flipp	Flopp
Trädgårdstomtar	14 %	86 %
Lounge-grupp	41 %	59 %
Utekök	54 %	46 %
Badtunna	46 %	54 %
Hammock	38 %	62 %
Bärbuskar	75 %	25 %
Fruktträd	80 %	20 %
Sten/betong	76 %	24 %
Perenner	80 %	20 %
Grönsaksland	72 %	28 %
Naturtomt	75 %	25 %
Syrenberså	44 %	56 %

Flipp och flopp - färger i hemmet

Rikssnitt	Flipp	Flopp
Naturfärger (latte, beige)	69 %	31 %
Vitt	86 %	14 %
Svart	59 %	41 %
Brunt	30 %	70 %
Orange	35 %	65 %
Starka och klara färger	59 %	41 %
Mintgrönt	24 %	76 %
Aprikos	25 %	75 %

Kvinna	Flipp	Flopp
Naturfärger (latte, beige)	69 %	31 %
Vitt	85 %	15 %
Svart	63 %	37 %
Brunt	38 %	62 %
Orange	43 %	57 %
Starka och klara färger	67 %	33 %
Mintgrönt	26 %	74 %
Aprikos	22 %	78 %

Man	Flipp	Flopp
Naturfärger (latte, beige)	70 %	30 %
Vitt	88 %	12 %
Svart	53 %	47 %
Brunt	20 %	80 %
Orange	23 %	77 %
Starka och klara färger	49 %	51 %
Mintgrönt	22 %	78 %
Aprikos	28 %	72 %

Flipp och flopp - inredningsstil

Rikssnitt	Flipp	Flopp
Retro (50, 60, 70-tal)	61 %	39 %
Minimalistiskt	45 %	55 %
Shabby-chic (lantligt)	56 %	44 %
New England (marint)	33 %	67 %
Romantiskt	48 %	52 %
Ljust och fräscht	91 %	9 %

Kvinna	Flipp	Flopp
Retro (50, 60, 70-tal)	68 %	32 %
Minimalistiskt	49 %	51 %
Shabby-chic (lantligt)	63 %	37 %
New England (marint)	37 %	63 %
Romantiskt	52 %	48 %
Ljust och fräscht	90 %	10 %

Man	Flipp	Flopp
Retro (50, 60, 70-tal)	51 %	49 %
Minimalistiskt	40 %	60 %
Shabby-chic (lantligt)	46 %	54 %
New England (marint)	27 %	73 %
Romantiskt	43 %	57 %
Ljust och fräscht	92 %	8 %

Trendbarometer

Rikssnitt	Trendig	Otrendigt	Varken eller
Baka surdegsbröd	50 %	20 %	30 %
Yoga	38 %	27 %	35 %
Löpning	49 %	14 %	37 %
LCHF-kost	38 %	30 %	32 %
Zumba	46 %	26 %	28 %
Matkasse till dörren	54 %	19 %	27 %
Närodlat och närproducerat	83 %	4 %	13 %
Egenodlade grönsaker	68 %	11 %	21 %
Långkok	41 %	31 %	28 %
Spikmatta	5 %	81 %	14 %
Inredningsbloggar	47 %	21 %	32 %
Bakbloggar	34 %	31 %	35 %
Gjuta i betong	32 %	31 %	37 %
Sociala medier (Facebook, Twitter)	66 %	11 %	23 %