

# Kundanalyis

# Trädgårdsarkitekter

Kundanalyis baserad på kvantitativ data i form av en undersökning såväl som kvalitativa djupintervjuer med yrkesverksamma Trädgårdsarkitekter

Hanna Westerberg, Jennifer Yalda, Jens Brolin

**På uppdrag av Trädgårdsakademin har studenter vid Berghs School of Communication genomfört en kundanalys baserad på såväl kvantitativ data och kvalitativa djupintervjuer, i syfte att hålla sig uppdaterad på marknads behov och erbjuda ett attraktivt kursutbud.**

**Den kvantitativa undersökningen bestod av en enkät där Trädgårdsarkitekter besvarade frågor kring deras kunduppdrag, trender inom trädgårdsarkitektur och hur de tror att yrket kommer att utvecklas i framtiden. I den kvalitativa undersökningen djupintervjuades 10 yrkesverksamma Trädgårdsarkitekter kring liknande frågor.**



# Kundanalys sammanfattning

En sammanfattning av de insikter som framkommit i analysen av det kvantitativa och kvalitativa underlaget.

## Kundbasen

Utifrån undersökningarna så har det framkommit att kundbasen för Trädgårdsarkitektur varierar, men huvudsakligen består den av privatpersoner med villor eller fritidshus. Uppdragen finns i både små och stora städer. En majoritet av kunderna är villaägare. En mindre del av kundbasen utgörs av företag, kommuner och bostadsrättsföreningar. Gemensamt för de flesta av kunderna är att de är medel- eller höginkomsttagare.

Citat från yrkesverksam Trädgårdsarkitekt:

”Det jag erbjuder är egentligen en lyxvara för de som har ekonomisk möjlighet, annars löser de det själva”.

## Nya uppdrag

I analysen framkommer att det är främst via rekommendationer av befintliga och/eller tidigare kunder som de flesta nya uppdrag kommer in. Samtidigt blir digitala marknadsföringsmetoder, särskilt via onlineplattformar som Instagram, alltmer betydelsefulla. Mer än hälften av Trädgårdsarkitekterna använder sig av onlinemarknadsföring för att visa upp sitt arbete samt tjänster och locka till sig potentiella kunder. En välfungerande och informativ hemsida med kontaktformulär är också en vanlig strategi för att attrahera intresserade kunder. Nätverkande inom branschen och samarbeten med plantskolor, anläggare och andra yrkesverksamma är ytterligare några sätt att skaffa nya uppdrag.

## Trender

Trädgårdsarkitekterna i denna kundanalys lyfter hållbarhet som ett allt viktigare fokusområde. Hållbarhetsfrågor blir allt mer i fokus inom trädgård och anläggning. Kunden efterfrågar skräddarsydda lösningar som är miljömedvetna och tar hänsyn till materialval och vattenhantering. Biologisk mångfald och naturalistisk design blir alltmer populärt för att skapa trädgårdar med lager på lager av växtlighet. Det finns också en större medvetenhet om värdet av att anlita en Trädgårdsarkitekt för att undvika misstag och slöseri med resurser.

## Framtiden utifrån Trädgårdsarkitektens perspektiv

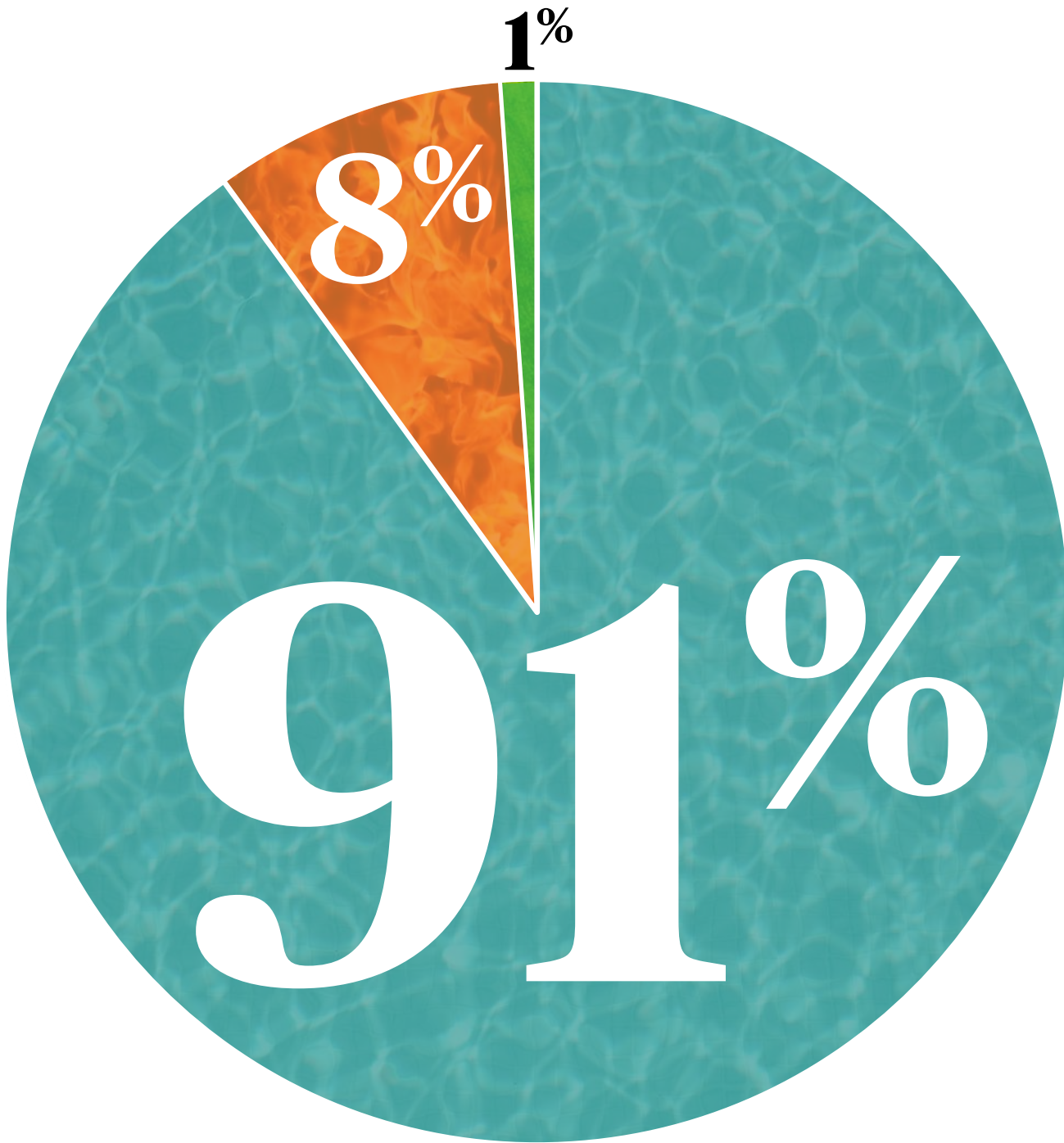
I analysens framtidsspaning utifrån Trädgårdsarkitekternas perspektiv så framkommer det dels ett ökat fokus på hållbarhet, men också att Trädgårdsarkitekterna hoppas på en ökad förståelse för den värdeskapande kunskap som yrket besitter. Hållbarhetstänkande och medvetenhet om naturen kommer framöver att prioriteras, liksom att designa trädgårdar för att minimera resursförbrukning. Det finns också en förväntad ökad efterfrågan på helhetslösningar, där Trädgårdsarkitekter förväntas samarbeta med andra discipliner. Framtidsmålet för många nya Trädgårdsarkitekter är att arbeta heltid och försörja sig på yrkesvalet.

## Potentiella områden för vidareutbildning inom Trädgårdsarkitektur

För vidareutbildning inom Trädgårdsarkitektur lyfter flera av deltagarna i denna studie klimatanpassning och hållbara metoder som viktiga områden. Det handlar om att hantera extrema temperaturer och förändrade väderförhållanden genom växtval och trädgårdstekniker. Utbildning inom landskapsarkitektur ger också möjlighet att planera för både privata och offentliga utomhusmiljöer. Teknologi och innovation, inklusive VR och 3D-ritningar, kan förbättra användarupplevelsen och visualiseringen för kunder. Trädgårdsarkitekt blir en alltmer etablerad yrkeskår och i takt med att konkurrensen ökar blir det viktigt att lära sig hur man profilerar och marknadsför sig. Därför kan marknadsföringskurser och kurser om att driva affären vara attraktiva för Trädgårdsarkitekter som vill nå ut till nya kunder och lära sig hur man framgångsrikt driver ett företag.


## Framtidens kundbehov

I och med nedåtgående konjunktur så har storleken samt uppdragens omfattning delvis minskat för yrkesverksamma Trädgårdsarkitekter. Under pandemin ökade både omfattningen och uppdragen i antal, men nu upplever deltagarna i studien att det blivit svårare att få större uppdrag. Kunden efterfrågar mer rådgivning och vill själv göra en del av arbetet för att spara pengar. Hållbarhet är en viktig faktor i kundernas efterfrågan, medan efterfrågan på pool och poolanläggningar verkar minska på grund av ekonomiska begränsningar.



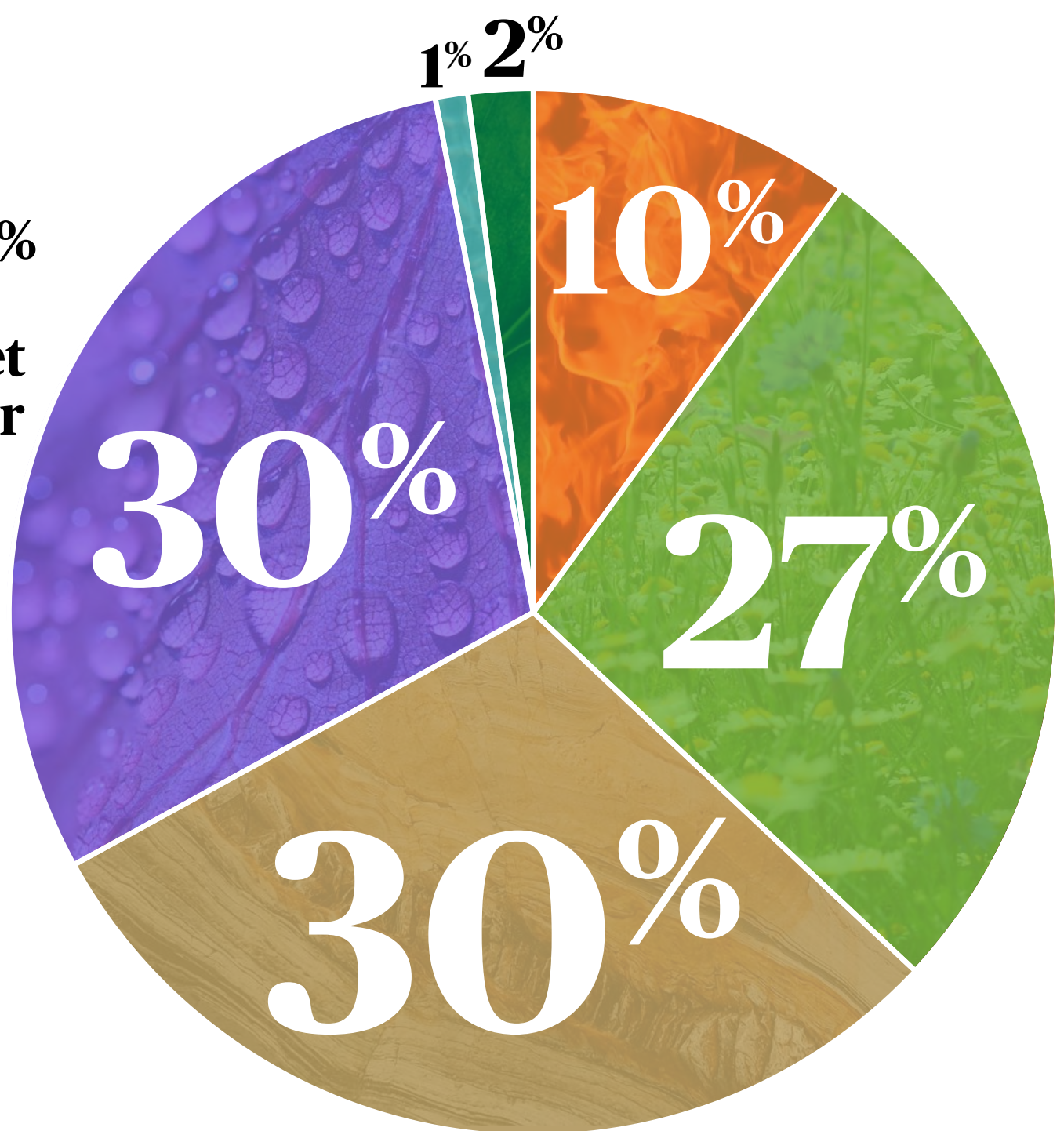
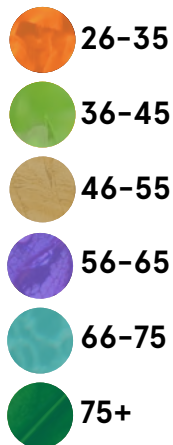
**Yrket domineras fortsatt av kvinnor. Att locka fler män till yrket vore fördelaktigt utifrån ett jämställdhetsperspektiv.**

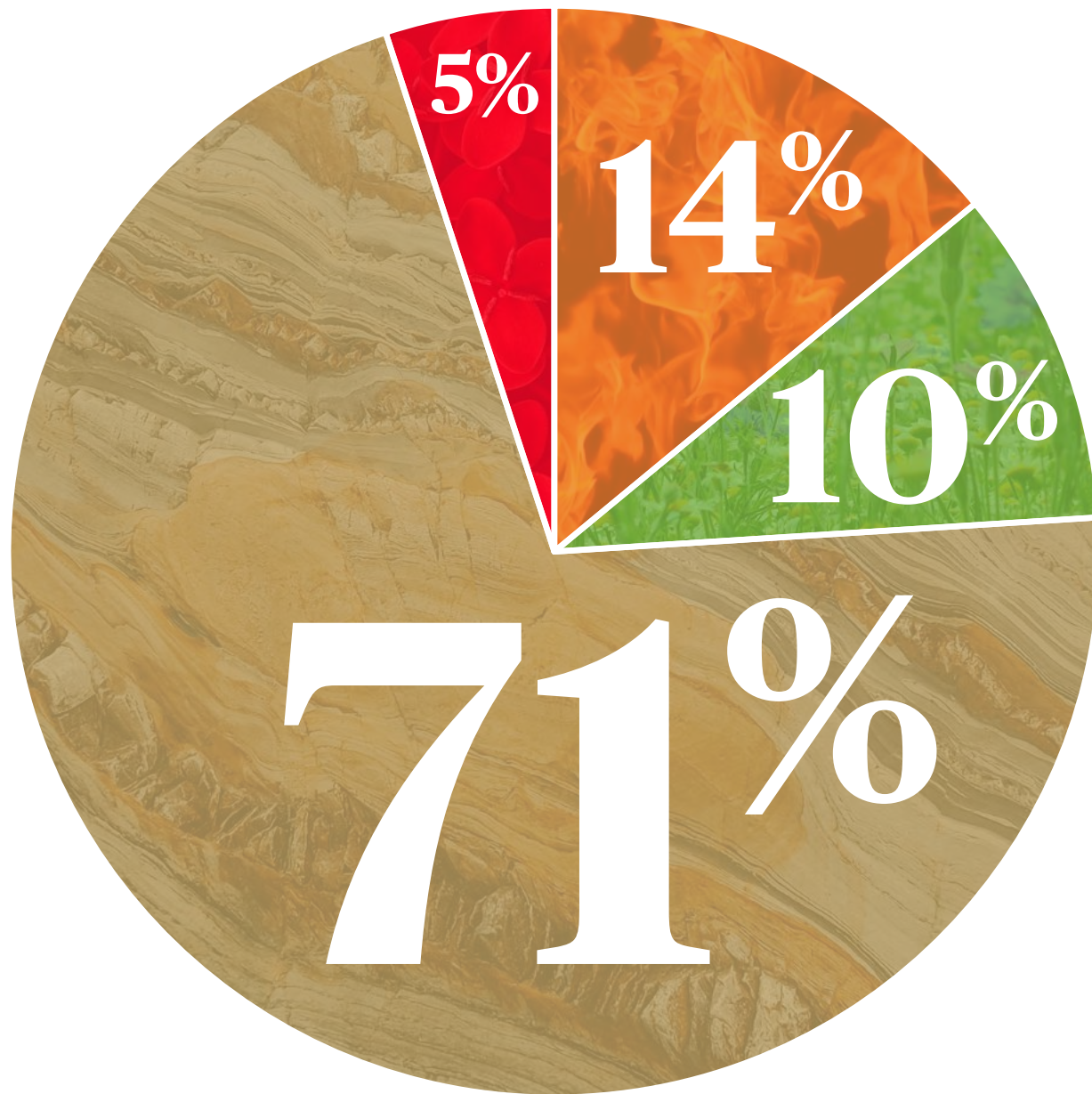
### Kön

-  Kvinna
-  Man
-  Annat





De flesta deltagarna i kundanalysen är i medelåldern. 30% är mellan 46-55 år och ca 27% är mellan 36-45 år. Att locka fler yngre till yrket kan vara fördelaktigt för att utveckla branschen på sikt.

Ålder

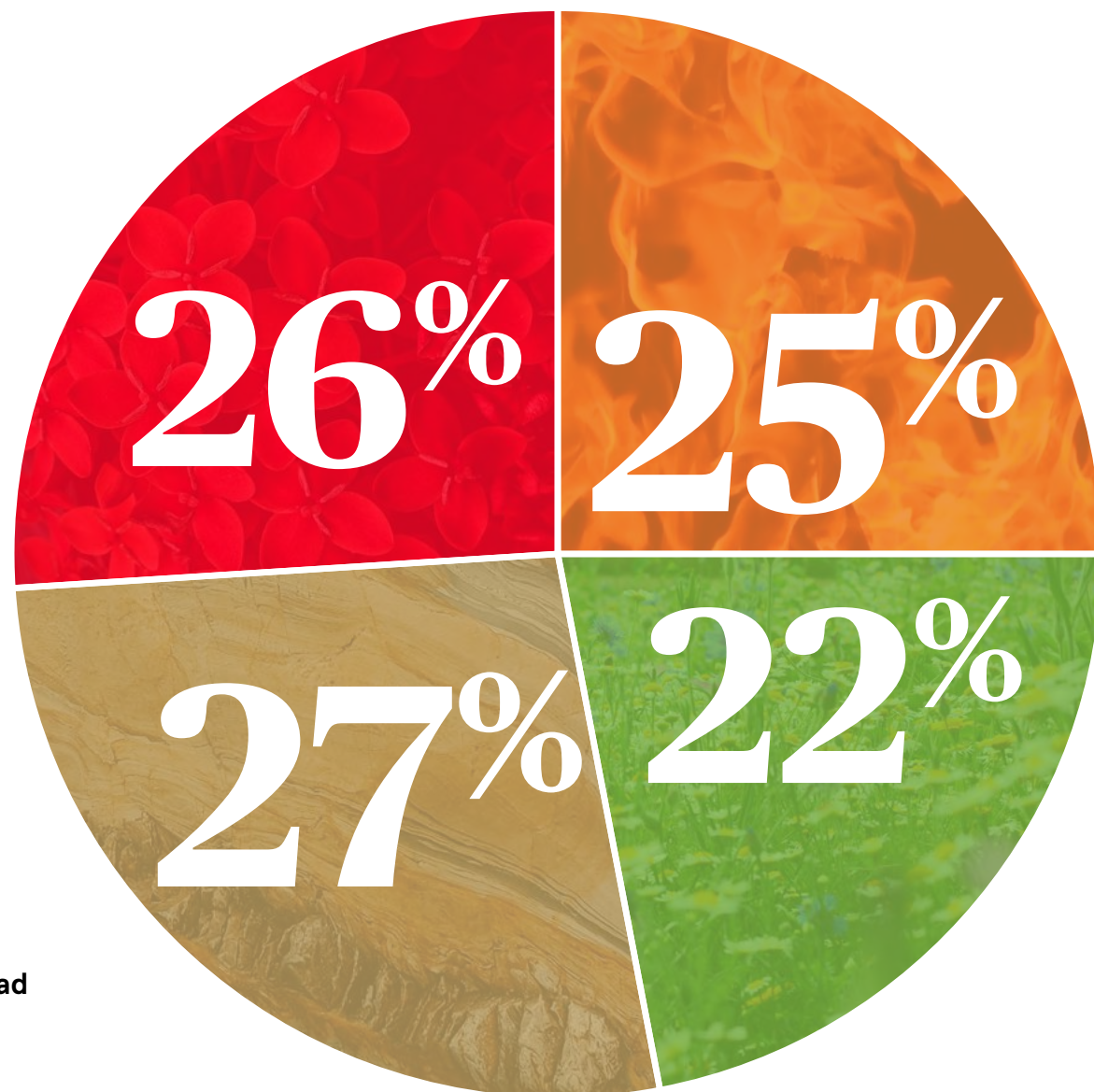


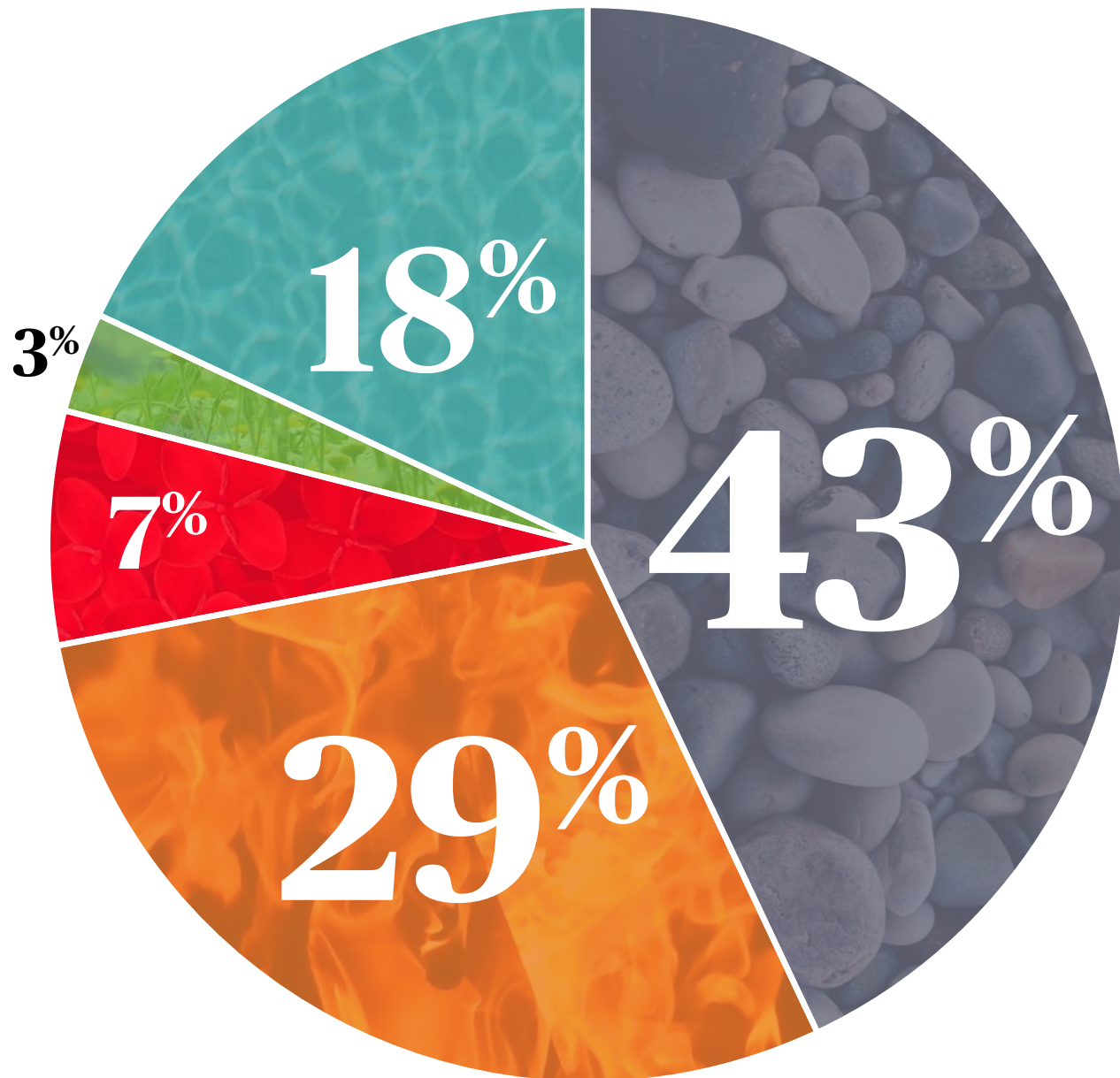


**Merparten av Trädgårdsarkitekterna arbetar i egen firma. Att ta del av ett kursutbud av utbildningar som fokuserar på att driva företag som Trädgårdsarkitekt är därför av intresse hos många av de yrkesverksamma.**

-  Egen firma
-  Anställd
-  Både anställd och egen firma
-  Vill ej uppge

**Kundunderlaget finns både i mindre och större orter. Utifrån det kvantitativa underlaget går det att se att kundunderlaget är relativt jämnt fördelat över tätort och landsbygd. Huvuddelen, 27% finns i småstad men stora och mellanstora städer, samt landsbygd har också stor del av kundunderlaget.**





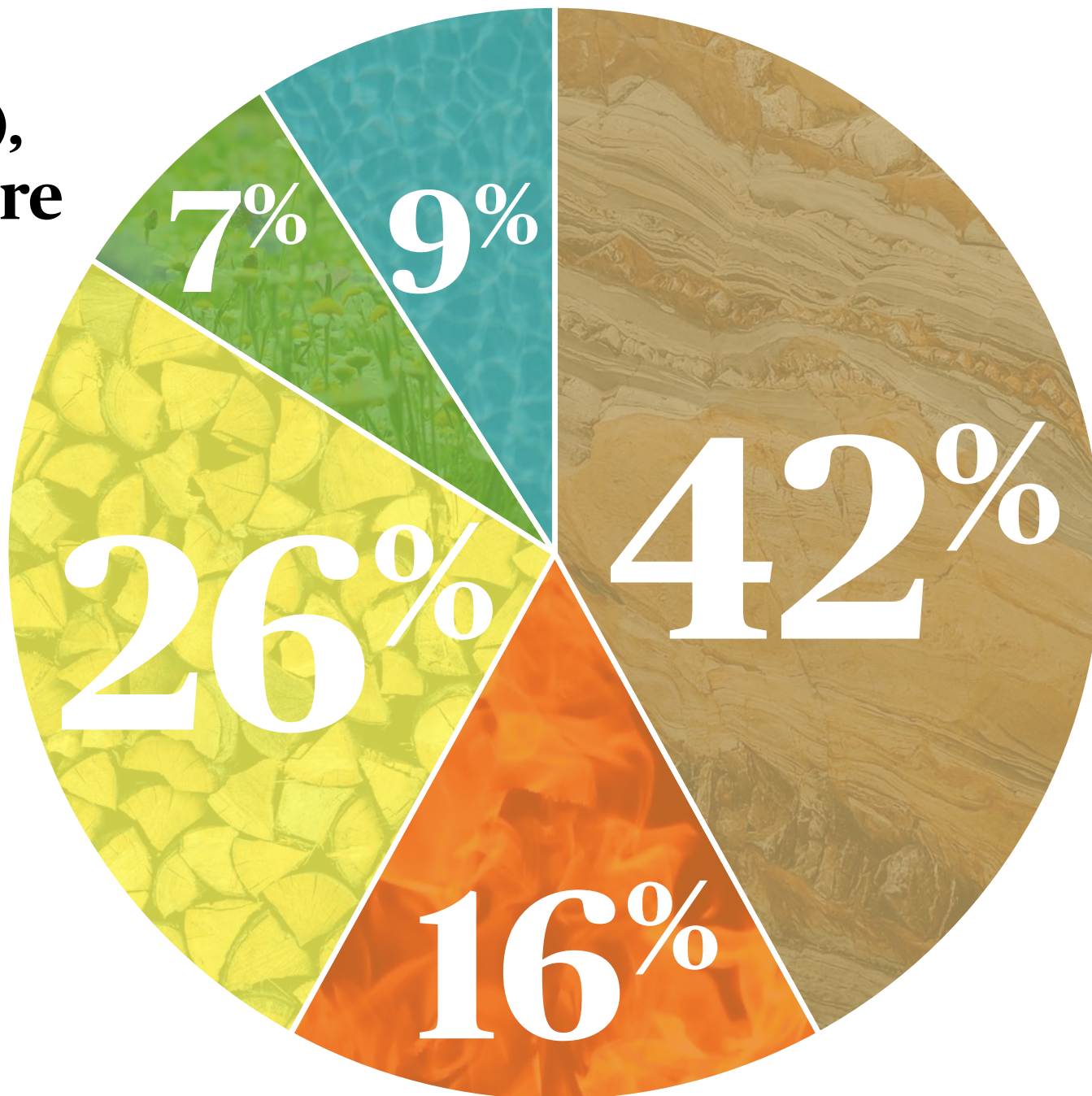
**Det vanligaste sättet att få in nya kunduppsdrag är via kontakter men det går också att se i kundanalysen att onlinemarknadsföring är fördelaktigt för att få in nya kunder.**

-  **Kontakter**
-  **Onlinemarknadsföring**
-  **Lappar i närområdet**
-  **Annonser i tidningar**
-  **Annat sätt**

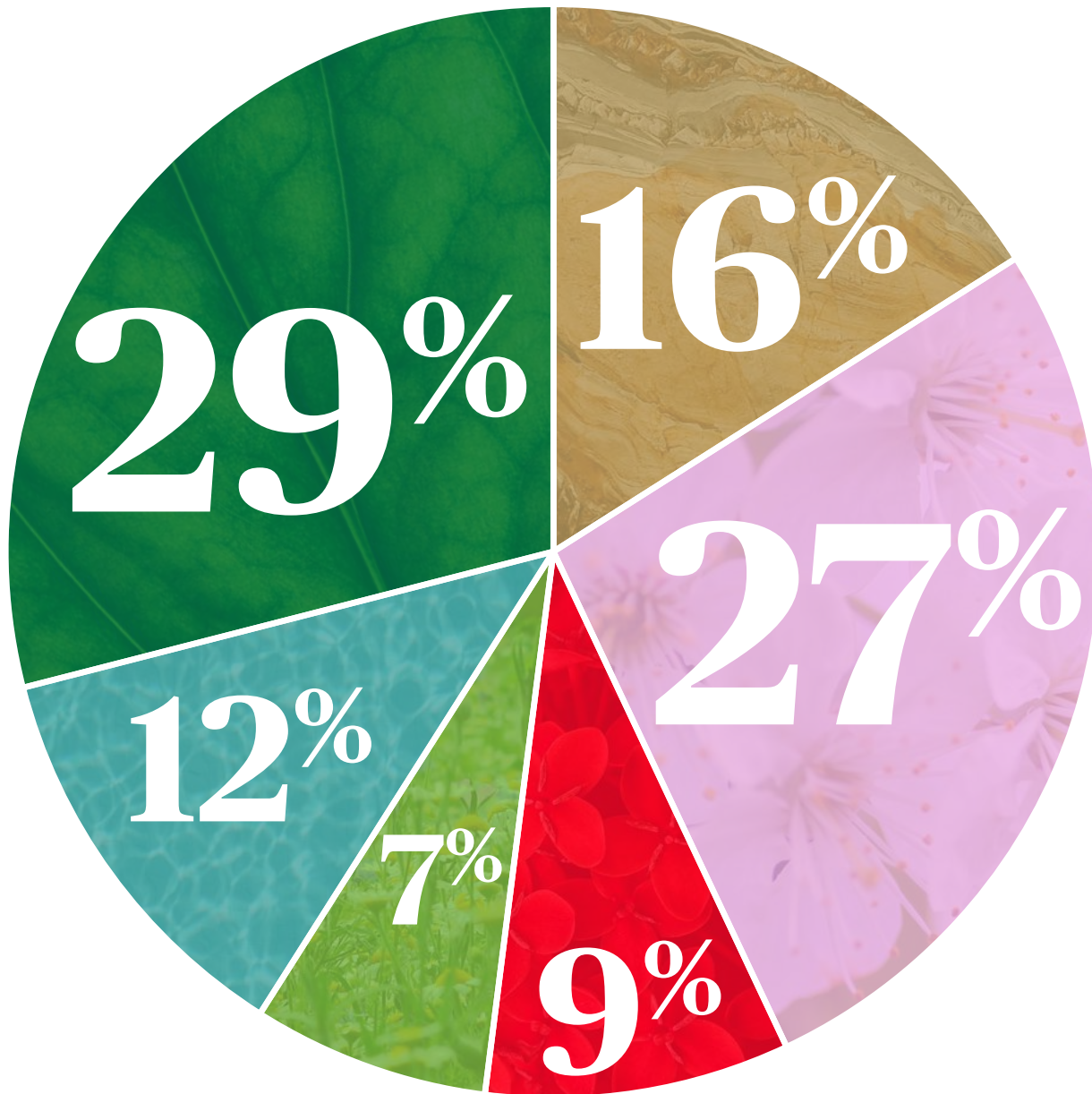


**De flesta kunder är villaägare (42%), men fritidshusägare är också en stor kundgrupp (26%).**

-  Villaägare
-  Fritidshusägare
-  Bostadsrättsföreningar
-  Kommuner
-  Övriga



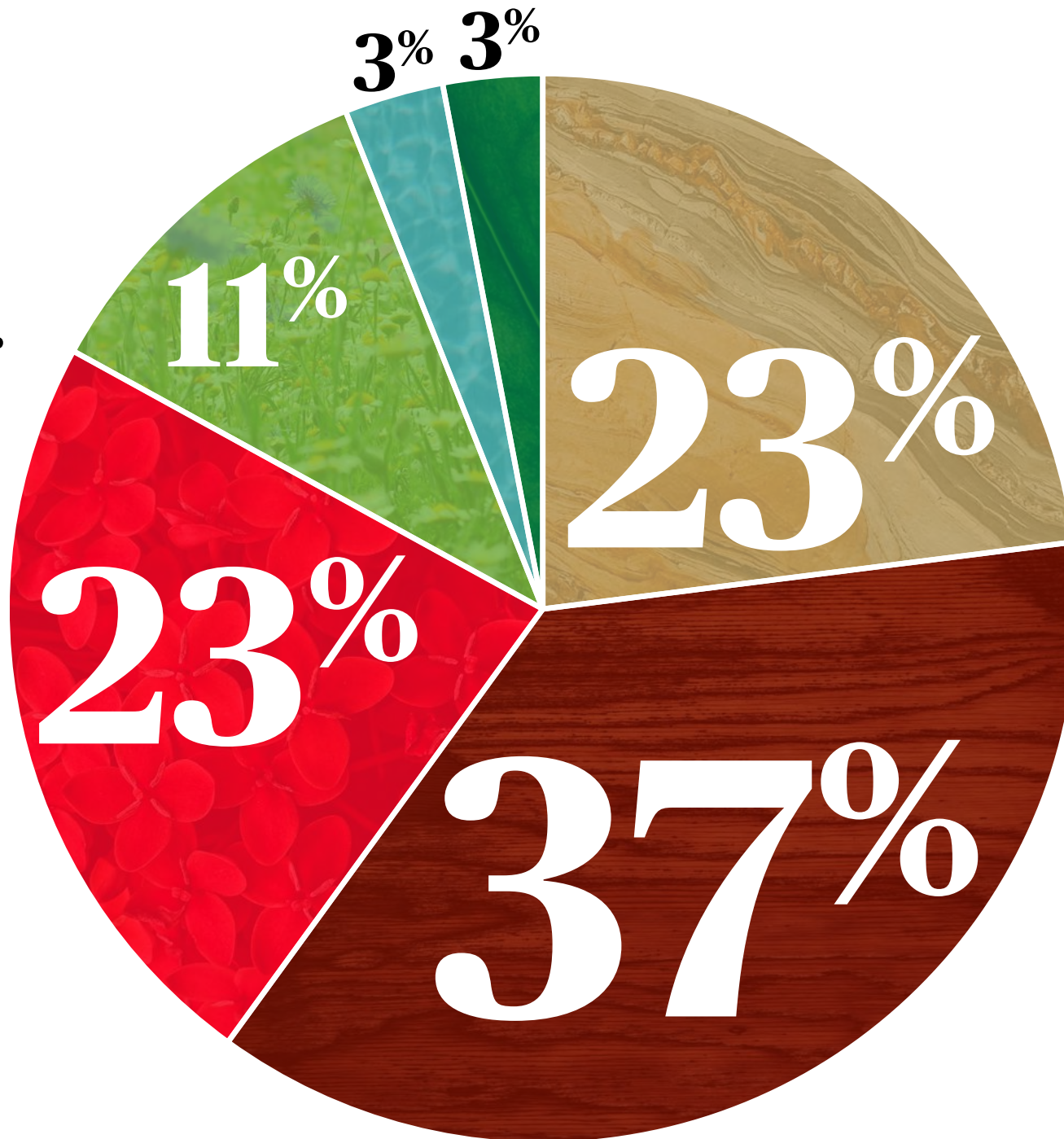
**De vanligaste uppdragen är en övergripande planering av hela trädgården samt planteringar.**



- En övergripande planering av hela trädgården
- Planteringar
- Stenläggningar
- Odlingar av frukt och grönsaker
- Pool
- Spabad

**Det vanligaste  
arvodet för  
uppdragen är  
601-900 kronor  
i timmen.**

**Timpris**

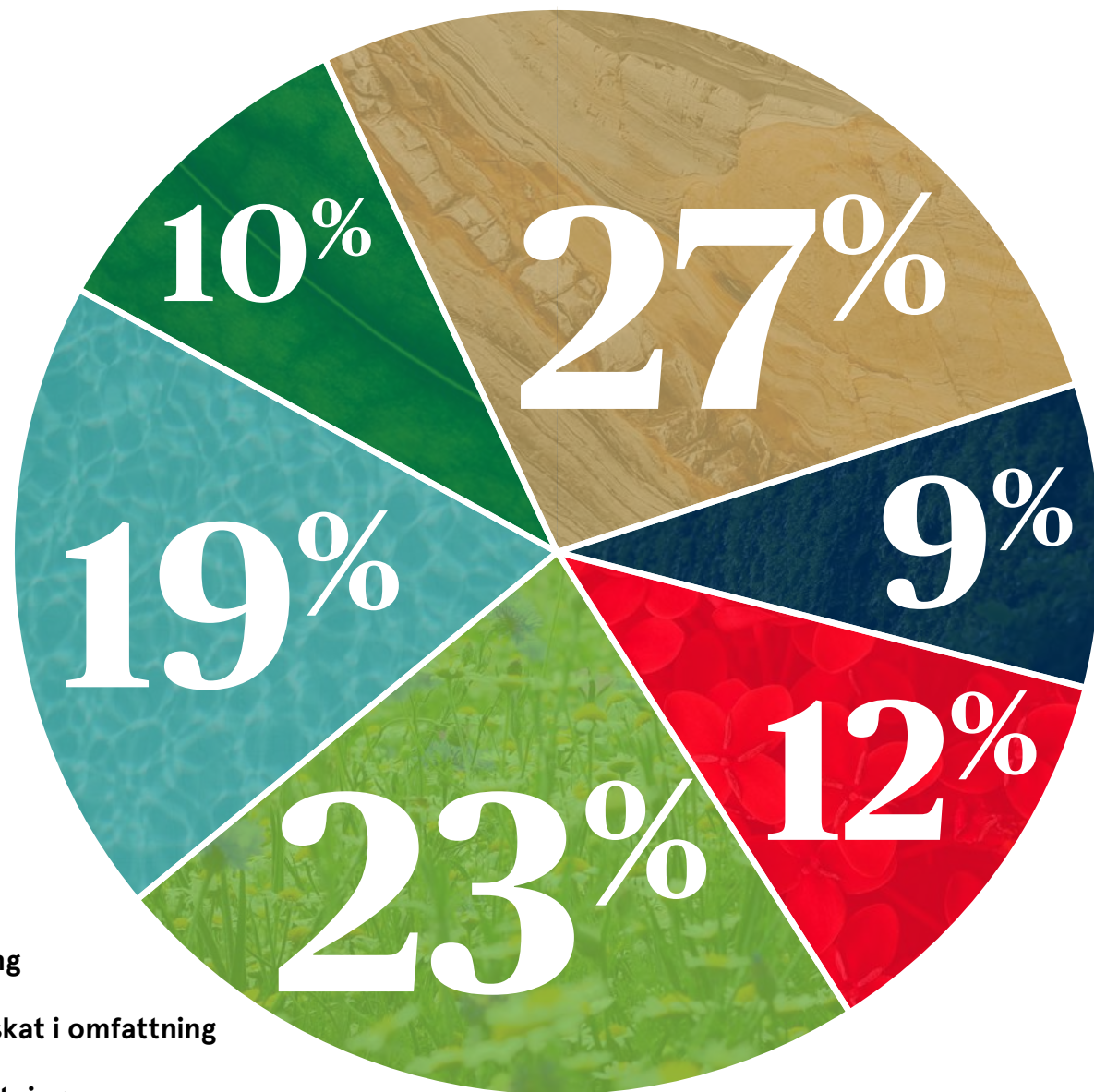




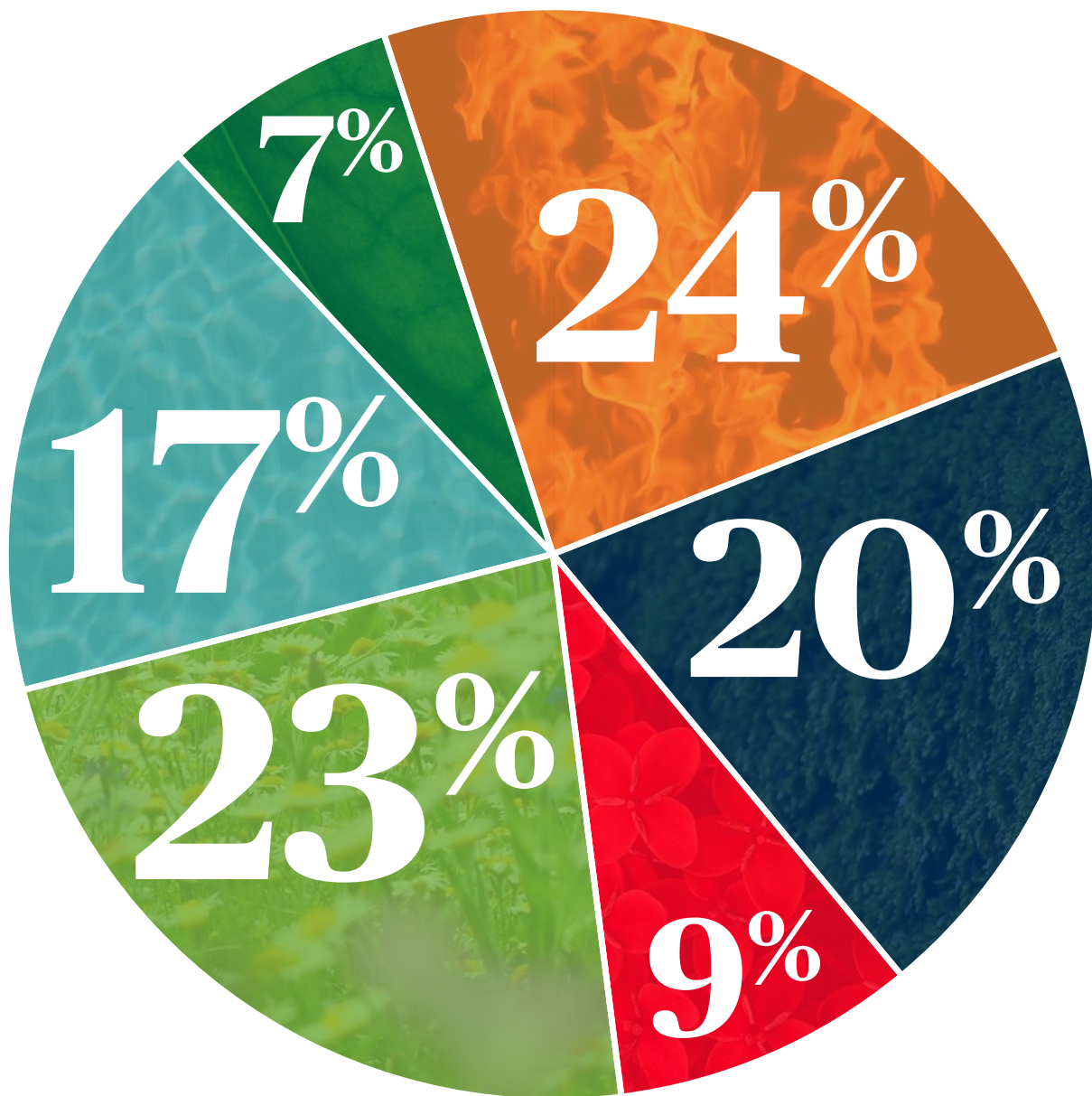
**De deltagande Trädgårdsarkitekterna uppger att merparten av uppdragen har en budget under 50 000 kr, de flesta uppdragen ligger under 20 000 kr. Kunderna tenderar också att i sämre tider göra mer av arbetet själva och istället enbart ta hjälp av en Trädgårdsarkitekt med konsultation.**



Flertalet av de deltagande Trädgårdsarkitekterna uppger att uppdragen varken minskat eller ökat i omfattning. Det vill säga att konjunkturläget inte påverkat verksamheten i stort. Dock är trädgårdsarkitektur en form av lyxkonsultation vilket gör att det finns en oro i branschen för en sviktande konjunktur. För 10% av Trädgårdsarkitekterna som deltagit i analysen har uppdragen ökat men för nästan lika många, 9%, har uppdragen minskat.



- 5 - Ökat i omfattning
- 4 - Delvis ökat i omfattning
- 3 - Varken ökat eller minskat i omfattning
- 2 - Delvis minskat i omfattning
- 1 - Minskat i omfattning
- 0 - Tveksamt vet ej, blankt svar

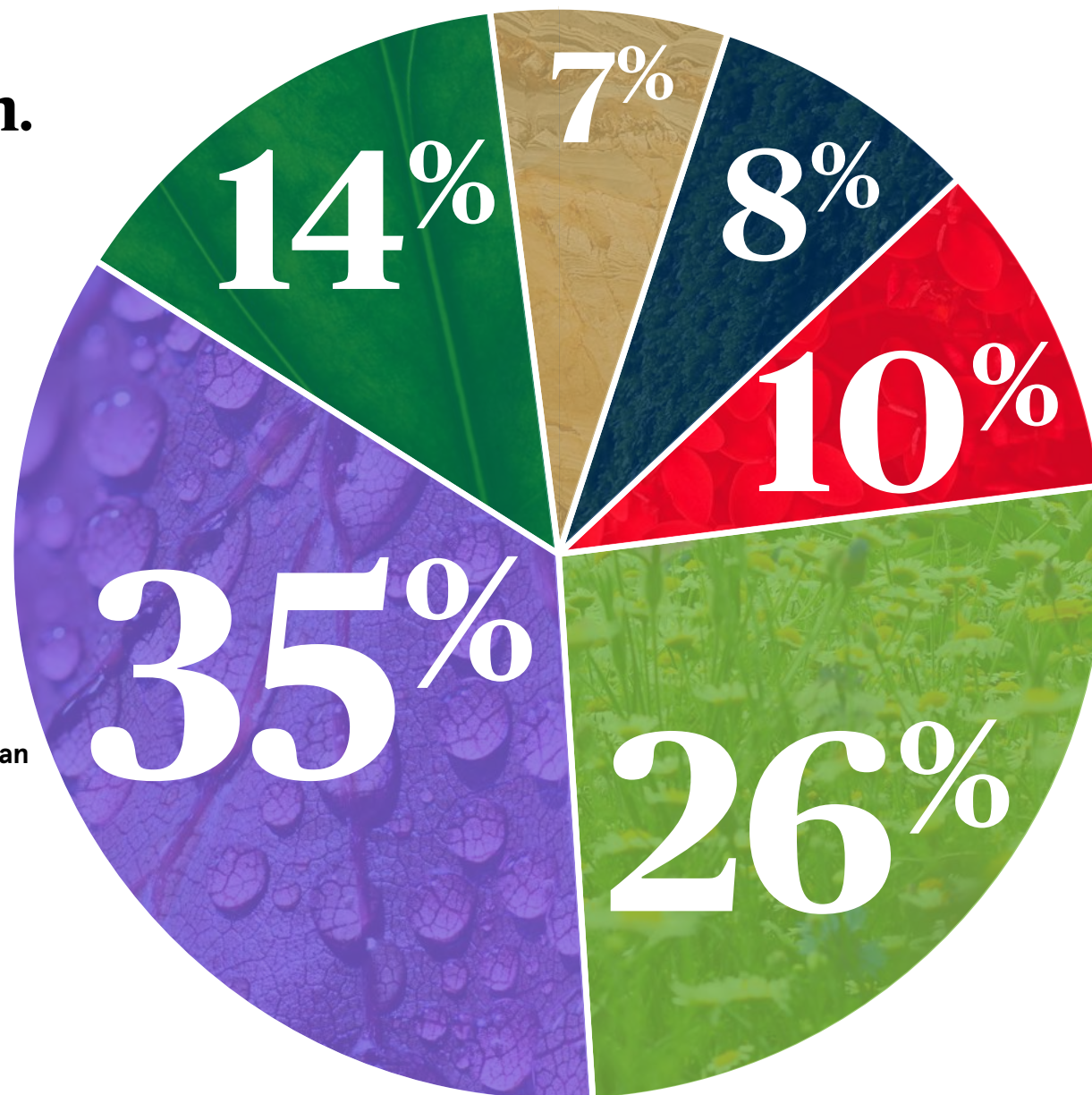


**Antalet uppdrag verkar dock ha minskat för Trädgårdsarkitekterna i denna analys. En fjärdedel av deltagarna uppger att de varken ser en upp- eller nedgång i antalet uppdrag, men nästan 30% har fått mindre eller delvis mindre antal uppdrag det senaste året. Samtidigt som över en tredjedel delger en ökning i antal uppdrag.**

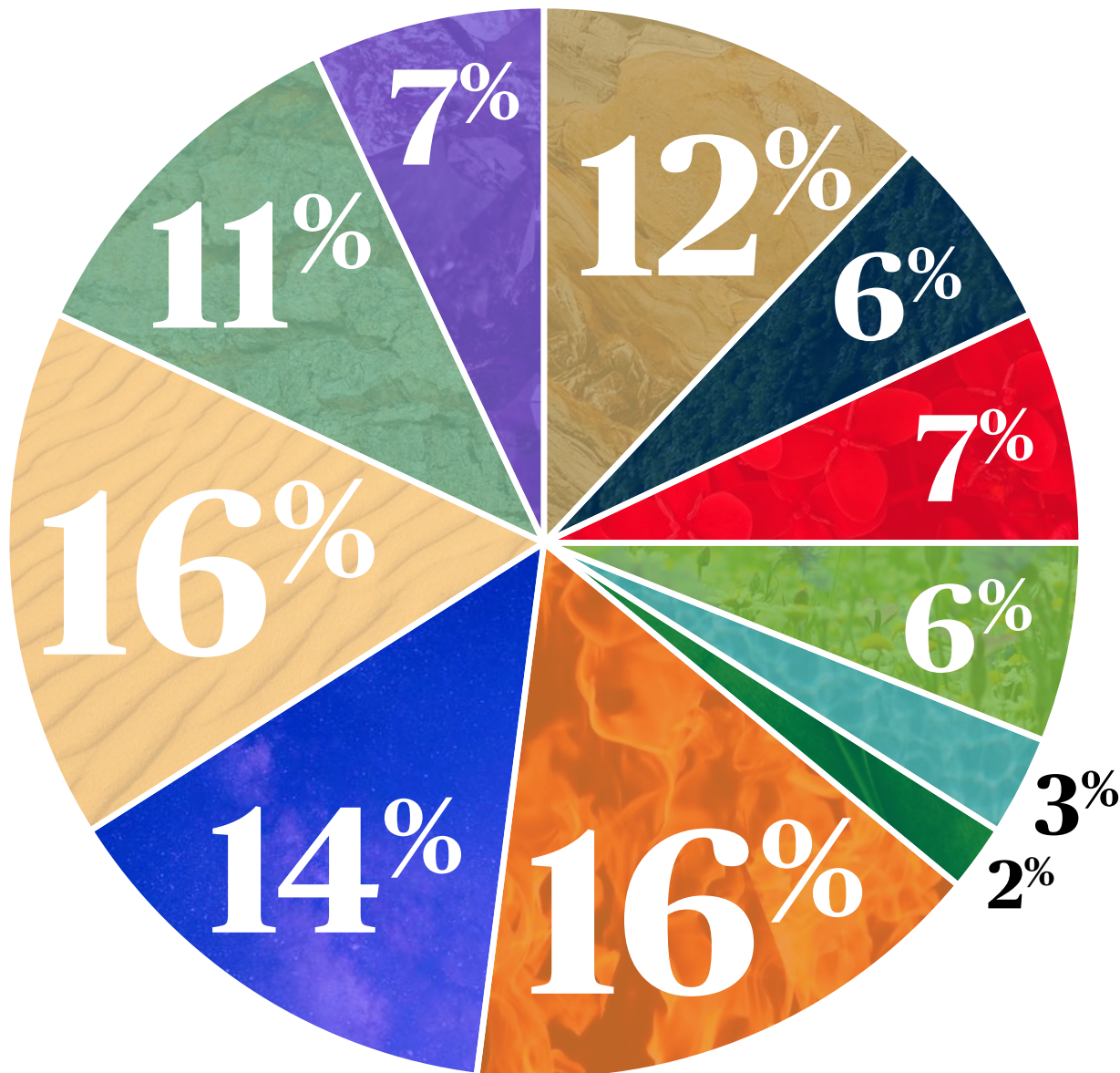
- 5 - Ökat i antal
- 4 - Delvis ökat i antal
- 3 - Varken ökat eller minskat i antal
- 2 - Delvis minskat i antal
- 1 - Minskat i antal
- 0 - Tveksamt vet ej, blankt svar

**Tre fjärdedelar tror att det samhällsekonomiska läget kommer påverka efterfrågan. Medan 18% tror på en delvis eller liten påverkan på Trädgårdsarkitekternas erbjudande av trädgårdstjänster.**

- 5 – Stor påverkan
- 4 – Delvis stor påverkan
- 3 – Varken stor eller liten påverkan
- 2 – Delvis liten påverkan
- 1 – Liten påverkan
- 0 – Tveksam, vet ej, blankt svar



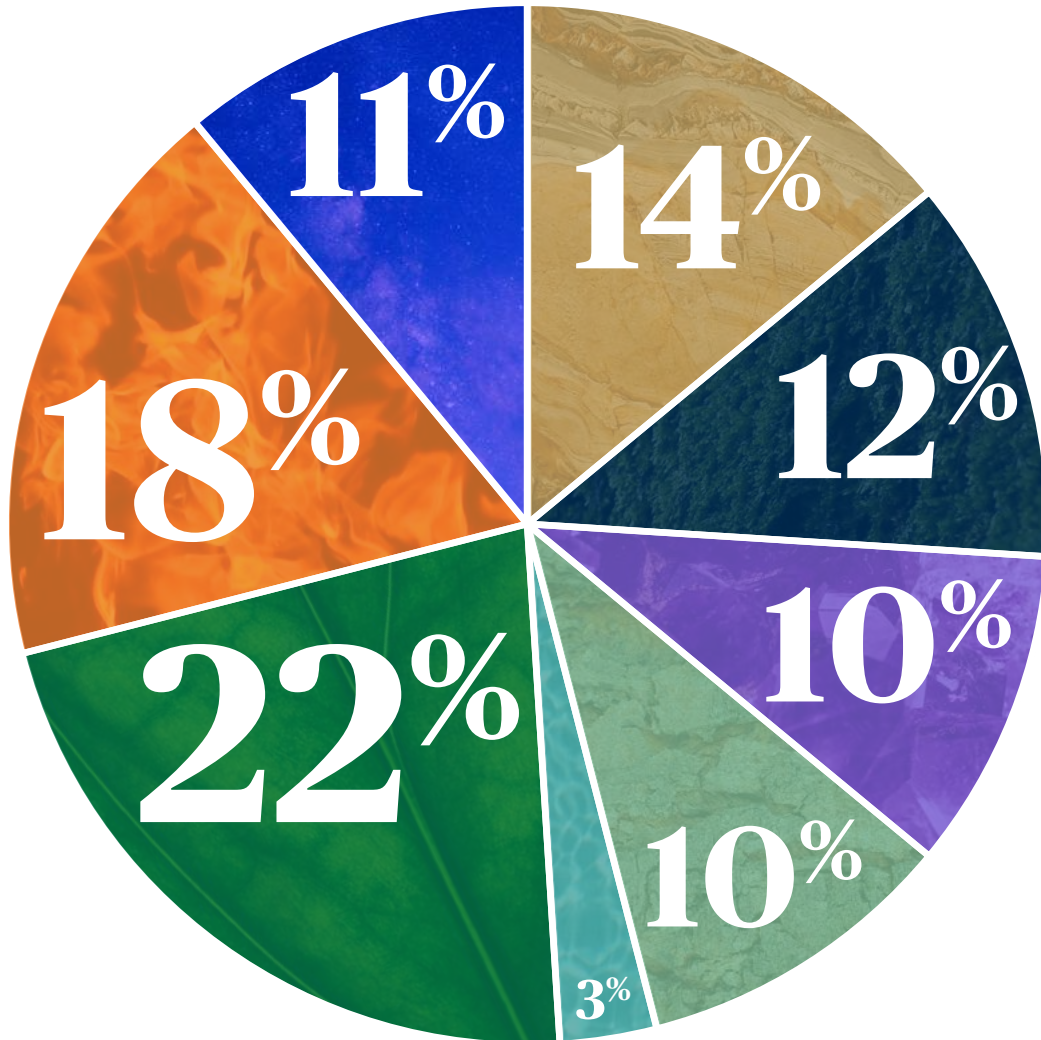
## En tredjedel ser att efterfrågan om lösningar med hållbarhet i fokus kommer öka i framtiden.



- Trädgård med fokus på biologisk mångfald
- Planering av en mindre del av trädgården/kortare konsultation
- Köksträdgårdsplanering/grönsaksodling
- Planteringar
- En övergripande planering av hela trädgården
- Uppföljning och underhållsplaner
- Mindre rabatter
- Stenläggning
- Poolområde
- Damm
- Spabad



Idag efterfrågar inte kunderna i så stor utsträckning tjänster med fokus på hållbarhet och biologisk mångfald, men Trädgårdsarkitekterna i denna analys ser ändå att efterfrågan på tjänster med fokus på hållbarhet kommer öka i framtiden. Mindre rabatter och uppföljande underhållsplaner är också områden som man tror kommer efterfrågas framöver.



- Trädgård med fokus på biologisk mångfald
- Köksträdgårds/grönsaksodling
- Växtodlingar
- Stenläggning
- Uppföljning och underhållsplaner
- Poolområde
- Mindre rabatter
- Damm



# Kontaktuppgifter

**Cecilia Sjödin, projektledare Berghs Studio**  
**[cecilia.sjodin@berghs.se](mailto:cecilia.sjodin@berghs.se)**