**Svenskarna älskar sina robotgräsklippare**

– en ny familjemedlem som bidrar till mindre bråk och dåligt samvete

**Grönare gräsmatta, mer fritid och mindre bråk om vems tur det är att klippa gräsmattan. De uppger ägare till robotgräsklippare som de största fördelarna. Svenskarna verkar dessutom ha ett emotionellt och nära förhållande till sina robotar. Enligt undersökningen Trädgårdsbarometern 2018\* svarar hälften av de tillfrågade att roboten fått ett eget smeknamn!**

Förra året tog Trädgårdsbarometern upp hur det står till med den svenska grannsämjan bland villa- och fritidshusägare. Årets upplaga av Trädgårdsbarometern har inriktat sig på frågor kring robotgräsklippare, en produkt som fortsätter att ta allt större marknadsandelar. Frågorna har kretsat kring hur det är att äga en robot. Om den gör någon skillnad för drömmen om den perfekta gräsmattan och vilka förväntningar husägare har på framtidens robotgräsklippare.

**Ökande marknadsandelar**

Sedan den första robotgräsklipparen introducerades 1995 så har försäljningen och utbudet av modeller ökat för varje år. Att många hus- och tomtägare upplever fördelar med sin investering, bekräftas i Trädgårdsbarometern 2018.

Av de svenska husägarna var det 38 % som planerade att köpa en ny eller uppgradera sin nuvarande robotgräsklippare. Det vanligaste skälet till att avstå ett inköp, förklaras främst med olämplig tomt, 37 %. För dyr tyckte 11 % och 4 % tror det är för krångligt att installera. 7 % uppgav att de behöver motionen som gräsklippning ger.

**Bra för familjefriden**

Bland tillfrågade som redan ägde en robotgräsklippare, kan vi konstatera att en stor majoritet är nöjda med sin investering och det på flera plan. 65 % upplever att deras gräsmatta blivit tätare och grönare. Nästan lika många, 61 %, uppger att det inte behöver känna dåligt samvete eller oroa sig för gräsmattan när de är bortresta eller på semester. Drygt hälften, 54 %, uppskattade att de fick mer tid över till annat och var fjärde, 28 %, uppgav att de numera slipper bråka med sin partner eller övriga familjen om vems tur det är att klippa gräsmattan.

**Framtidens robotgräsklippare**

Trädgårdsbarometern ställde också frågan vilka förväntningar eller funktioner hus- och tomtägarna har på framtidens robotgräsklippare. Knappt hälften, 49 %, svarade att de vill se roboten rå på maskrosor och annat ogräs. Nästan lika många, 45 %, vill att den ska kunna eliminera mördarsniglar och olika skadedjur. Hjälpa till att så frön eller vattna gräsmattan var andra önskemål.

**En ny familjemedlem**

Helt klart har många ägare fått emotionella band till sin robot. En fjärdedel av de svenska ägarna uppgav att de fått en ny ”familjemedlem” och fler än hälften, 53 %, hade även namngett sin klippare. Här kan vi konstatera att antalet namn verkar vara lika många som antalet robotar och att fantasin flödar. Till de mer underhållande hör onekligen Grace Killer, Trädgårdsmästaren och Rymling. Om den sistnämnda hade svårt att hitta tillbaka till laddstationen låter vi vara osagt.

*\* Trädgårdsbarometern 2018 är initierad av Andreas Stihl Norden. Undersökningsföretaget Yougov har under februari frågat 1944 villa- och fritidshusägare i de nordiska länderna om deras synpunkter på och relationer till robotgräsklippare.*

***Bildtext:***

***Tid över till annat. En stor majoritet av svenskarna är nöjda med hur deras robotgräsklippare fungerar och underlättar vardagen. Många har till och med döpt sin hjälpreda i trädgården.***

Ytterligare miljö- och produktbilder finnas att ladda ner på Mynewsdesk via denna länk:

<http://www.mynewsdesk.com/se/andreas-stihl-norden-ab/latest_media/tag/traedgaardsbarometern#filter-list-items>

För ytterligare information, vänligen kontakta:

Gunilla Eriksson, Marknadskoordinator Sverige, Andreas Stihl Norden,

0302-248 08, [gunilla.eriksson@stihl.se](mailto:gunilla.eriksson@stihl.se).

Jan-Olof Ekelund, Presskontakt More PR, 0705-92 75 66, [joe@morepr.se](mailto:joe@morepr.se).

Emma Birgersson, Presskontakt More PR, 0737-36 23 14, [emma.biorgersson@morepr.se](mailto:emma.biorgersson@morepr.se)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**STIHL/VIKING utvecklar och tillverkar verktyg till trädgård, skogsbruk och landskapsunderhåll. Produkterna säljs endast via den servande fackhandeln med över 400 specialiserade butiker i Sverige. Det nordiska huvudkontoret ligger i Stenkullen utanför Göteborg. 2016 omsatte STIHL 3,46 miljarder euro. Koncernen**

**har närmare 15 000 medarbetare i ca 140 länder. Läs mer på www.stihl.se.**