



18-06-2009

## 5 mensen op 10 willen de vloer in hun huis veranderen

Keramische vloeren zijn de populairste vloeren in Europese huizen, gevolgd door houten vloeren en laminaatvloeren. 5 mensen op 10 willen de vloer in hun huis veranderen, en dan vooral in hun woonkamer, slaapkamer en keuken. De belangrijkste informatie bij het kiezen van een nieuwe vloer is onderhoudsinformatie en vloerstalen. Mensen associëren een houten vloer met 'natuurlijk' en 'een warm gevoel', volgens de ecologische en authenticiteitstrend, en beschouwen het als een goede investering op lange termijn. Dit zijn conclusies van het Europese Klantenonderzoek over Parket, dat in 8 Europese landen gevoerd werd door InSites Consulting in opdracht van de FEP (de Europese Federatie van de Parketsector).

### Keramische vloeren zijn het populairst, gevolgd door houten vloeren

Een keramische vloer is het populairste type vloer in Europa en komt in 89% van de huizen of appartementen voor. Op de tweede plaats komt de houten vloer (43%), gevolgd door laminaat (34%). Tapijt (27%) en vinyl (19%) zijn de minst populaire vloeren.

De populariteit van houten vloeren verschilt van land tot land. Op de eerste plaats staat Zweden, waar men in 8 huizen op 10 houten vloeren aantreft. Ook in Polen (67%) en in Oostenrijk (65%) houdt men van houten vloeren. Houten vloeren komen het minst voor in Spaanse huizen of appartementen (16%).

Houten vloeren worden meestal gelegd in slaap- of woonkamers. De meest gebruikte installatie van houten vloeren is halfvastgelijmd of -genageld parket. Zwevend parket wordt ook dikwijls gebruikt.

### 5 mensen op 10 willen de vloer in hun huis veranderen

50% van de mensen die een huis of appartement bezitten of huren, overwegen om in de komende 5 jaar van vloer te veranderen. Ze willen vooral de vloeren van de woonkamer, slaapkamer en keuken veranderen. Als mensen kunnen kiezen welk parket ze willen leggen, dan kiest de meerderheid (60%) voor zwevend parket. Ze kopen parket liever bij een gespecialiseerde verdeler (45%) dan in een doe-het-zelfzaak (39%). Toch werden de reeds gelegde vloeren meestal in doe-het-zelfzaken gekocht nadat eerst advies werd ingewonnen in professionele winkels.

*"Mensen neigen eerst professionele zaken te bezoeken en die als informatiebron te gebruiken doorheen hun beslissingsproces, maar kopen daarna hun vloer in een doe-het-zelfzaak,"* legt Christophe Vergult, Managing partner bij InSites Consulting, uit.

Een bezoek aan een winkel heeft de grootste invloed op het eigenlijke beslissingsproces. Zowel informatie over het onderhoud en het poetsen van de vloer als de eigenlijke vloerstalen zijn cruciale informatie. Heel wat minder, maar ook belangrijk wanneer men een beslissing neemt over welke vloer men zal kopen, is de mening van anderen (39%) en de eigen vorige ervaringen (38%).

### Een houten vloer is een goede investering op lange termijn

Als we de trends bekijken, zien we dat mensen erg begaan zijn met de inrichting van de woning of het appartement waarin ze wonen. Wanneer mensen hun woning inrichten, verkiezen ze echte producten boven namaakproducten, ook al kosten die meer. Dit betekent echter niet dat het budget niet van belang is. Mensen denken dat de economische crisis een grote invloed heeft op hun uitgaven en dat de crisis ook een grote invloed zal hebben op hun toekomstige uitgaven. Maar ze beschouwen een houten vloer als een goede investering op lange termijn.

Press release - 18-06-2009

Veel mensen *cocoonen* en brengen in een doorsneeweek meer tijd thuis door in vergelijking met 5 jaar geleden. Een houten vloeren wordt geassocieerd met het schenken van een 'warm gevoel'. Dit is minder het geval bij laminaat, keramiek, natuursteen, vinyl, beton of tapijt.

Mensen denken ook dat bouwen op een ecologisch verantwoorde manier belangrijk is en leiden hun leven zo ecologisch mogelijk. Houten vloeren worden geassocieerd met natuurlijkheid, authenticiteit en duurzaamheid. Parket wordt het minst geassocieerd met chemische producten.

Deze onderzoeksgegevens zijn het resultaat van een marktonderzoek dat in mei 2009 gevoerd werd door InSites Consulting in opdracht van de FEP (de Europese Federatie van de Parketsector). Het Europese Klantenonderzoek over Parket geeft een overzicht van de marktstructuur, het marktpotentieel, de kennis en perceptie van verschillende vloeren, het koopproces, de aankoopredenen en de verwachtingen. In totaal namen 8194 klanten deel aan dit online onderzoek in 8 landen: Nederland, Frankrijk, Spanje, Zweden, Duitsland, Polen, Oostenrijk en Italië. De cijfers zijn representatief voor elk land en voor Europa, volgens leeftijd (25-70) en geslacht.



Contact:

**Christophe Vergult**

**Managing Partner**

**InSites Consulting**

**Christophe.vergult@InSites.eu**

**T +32 9 269 15 06 | M +32 496 232 932**

### **InSites Consulting**

InSites Consulting is een toonaangevend marktonderzoeksbureau op het gebied van online marktonderzoek met een sterke internationale positie. Het werd opgericht als een spin-off van de Vlerick Leuven Gent Management School. Via een online panel bestaande uit meer dan 2.000.000 panelleden, verspreid over 25 Europese landen, wordt zowel kwantitatief als kwalitatief online marketingonderzoek gevoerd. Het hoofdkantoor in Gent telt 75 hooggeschoolde en ervaren werknemers. InSites Consulting staat voor: expertise en consulting, door innovatie gedreven, excellente klantenservice en kwaliteitsgeoriënteerd. Meer informatie op [www.insites.eu](http://www.insites.eu) en onze blog <http://blog.insites.be>