

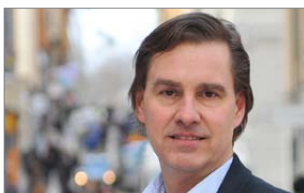
INLEDNING

Ljust och fräscht lika viktigt som kvadratmetrar och renoveringsbehov

Aldrig tidigare har boendet och bostaden upptagit så mycket engagemang som nu. Fredrik Lindströms och Henrik Schyfferts nya krogshow "Ljust & Fräscht" är ett tecken. Folk söker bostadsannonser på nätet, inte bara för att hålla sig ajour med priser i olika områden, utan också för att få titta in i folks hem och få inredningsinspiration och drömma sig bort.

I den här världen har även mäklarrollen förändrats. Från att ha varit experter på köpekontrakt, besiktningar och kvadratmeterpriser har nu mäklarannonserna närmast sig inredningsreportagen i ambitionsnivå. Mäklare anlitar författare att skriva annonser och proffsfotografer för att ta bilder. Ett vindsvåningsreportage i Dagens Nyheter kritiserades för att det liknar en bostadsannons i det blå.

Den här rapporten speglar inte bara mäklarnas förmåga att brodera ut texterna för att lyfta fram sina bästa säljargument. Jag skulle istället framförallt vilja se den här rapporten som en bild av svenskarnas engagemang i sitt boende. Att boendet har blivit ett sätt att förverkliga sig själv, en livsstil och ett intresse. Då är det naturligt att också mäklarspråket förmedlar bilden av alla de förhoppningar och ambitioner man har som bostadsspekulant. Det handlar inte längre enbart om kvadratmetrar, hissar, renoveringsbehov eller stambyten när man letar efter ett nytt boende. Vår undersökning visar istället att *ljust och fräscht*, *härlig* och *naturskön* är minst lika lockande ord för bostadsspekulanter.



Ulf Magnusson
VD, Bovision.se

Fakta om undersökningen

- Undersökningen Mäklarspråket 2011 bygger på alla de ord som förekommer i mäklarnas annonser på Bovision.se
- Analysen genomfördes i januari 2011. Annonstexterna kommer från hela Sverige. Både bostadsrätter och hus ingår i undersökningen.
- Antal analyserade objekt: 11 327
- Antal analyserade ord: 575 411
- Topplistorna har skapats från antalet förekomster i databasen.
- Ord som blir betydelselösa utan sitt sammanhang har sorterats bort, exempelvis "och", "en", "inte" osv.

BESKRIVANDE ORD – TOPP 50

Ljust och fräscht i topp bland mäklarnas mest säljande adjektiv

Fredrik Lindström och Henrik Schyffert har inte tagit titeln till sin nya krogshow "Ljust & Fräscht" på Berns i Stockholm ur luften. Ordet *ljust* är det näst vanligaste adjektivet i bostadsannonser. *Fräscht* hamnar på 19 plats. Den enda färgen som tar sig in på topp 50-listan är också *vit*, på 22 plats.

Att så gott som alla adjektiv har något av en positiv laddning över sig är

kanske inte så konstigt, det rör sig ju om annonser. Men det finns också en hel del konkreta beskrivningar med på listan över adjektiv. Eller vad sägs om: *välplanerad*, *helkaklat*, *nyrenoverat*, *inglasad*, *barnvänligt*, *stambytt* och *insynsskyddad*?



Sedan finns det ju en hel del svepande formuleringar, som inte ger en lika klar bild av huset eller bostadsrätten: *vackra*, *bra*, *fin*, *trevlig*, *perfekt*, *bästa*, *underbar*, *trivsamt*, *attraktivt*, *generös*, *unikt* och *utmärkt*.

1	Stor	18	Fantastisk	35	Barnvänligt
2	Ljust	19	Fräscht	36	Populära
3	Vackra	20	Perfekt	37	Gamla
4	Öppen	21	Charmig	38	Äldre
5	Bra	22	Vit	39	Renoverad
6	Högt	23	Mindre	40	Attraktivt
7	Fin	24	Bästa	41	Övre
8	Härlig	25	Låg	42	Lättskött
9	Rymlig	26	Liten	43	Soligt
10	Trevlig	27	Underbar	44	Generös
11	Lugnt	28	Nyrenoverat	45	Unikt
12	Nytt	29	Trivsamt	46	Utmärkt
13	Belägen	30	Mysig	47	Stambytt
14	Genomgående	31	Välskött	48	Insynsskyddad
15	Modern	32	Bekvämt	49	Fri
16	Välplanerad	33	Inglasad	50	Spännande
17	Helkaklat	34	Naturskönt		

RUM – TOPP 15

Klädkammare vinner över Walk-in closet

Köket står sig väl som det mest säljande rummet i svenskarnas hem även 2011. Nummer två på topplistan över omnämning i bostadsannonser kommer sovrum, följt av badrum och vardagsrum.

Även om det fanns 23 bostäder med *Walk-in closet* och 39 annonser med *Master bedroom* i januari 2011 så lyckades inget av de engelskspråkiga rummen ta sig in på topp 15-listan. I stället använder mäklarna vanliga svenska *klädkammare* och *sovrum*. Den raka beskrivningen som alla förstår verkar helt enkelt vinna över engelskspråkiga nymodigheter, även om det är trendord i inredningskretsar.

1	Kök	6	Toalett	11	Bastu
2	Sovrum	7	Matplats	12	Tvättstuga
3	Badrum	8	Förråd	13	Källare
4	Vardagsrum	9	Allrum	14	Duschrum
5	Hall	10	Klädkammare	15	Garderober



UTRUSTNING – TOPP 10

Klinkerfrossartrend ett lyft för golvvärmen

Eftersom de flesta bostäder innehåller en spis är det inte så anmärkningsvärt att ordet toppar listan över den mest omnämnda utrustningen i svenska bostadsannonser.

Något som sticker ut i listan är att golvvärmen hamnat på tredje plats och alltså omnämns oftare än sådan standardutrustning som kyl och frys. Vardagslyx som signalerar nyrenoverat badrum, kanske. Ett måste i vår kakel- och klinkerfrossartrend. Märk väl också att ordet *helkaklat* är det sjuttonde vanligaste adjektivet. En alternativ tolkning av succén för golvvärme i svenska bostadsannonser är att vi svenskar kanske helt enkelt gillar att gå i strump-lästen utan att frysa om fötterna?

Något förvånande är kanske att *diskmaskinen*, denna smarta maskin, som gör att man slipper diska, hamnar på sista plats över mest säljande utrustning i bostadsannonser.

1	Spis	5	Vitvaror	9	Frys
2	Tvättmaskin	6	Badkar	10	Diskmaskin
3	Golvvärme	7	Braskamin		
4	Torktumlare	8	Kyl		

UTOMHUS – TOPP 10

Praktisk hiss och garage ligger inte i topp

Balkonger är hetare än *hissar* och *trädgård* går före *garage* och *carport*. Så kan man sammanfatta listan på vad mäklare helst trycker på i bostadsannonser när det gäller vad som finns utanför lägenheten respektive huset. Kanske det är mer lockande att kunna sitta på balkongen och äta middag, de där dagarna varje år när vädret tillåter, än det praktiska i att slippa bära matkassar uppför trapporna. Kanske kittlar det vill-ha-känslan mer att kunna plantera vinbärsbuskar i en alldeles egen trädgård än att ha ett garage, så man slipper skrapa framrutan på bilen under vintern.

1	Balkong	5	Garage	9	Carport
2	Tomt	6	Altan	10	Uthus
3	Trädgård	7	Innergård		
4	Uteplats	8	Hiss		

I NÄRHETEN – TOPP 20

*Naturen viktigare än
kommunikationer och gångavstånd*



Natur, havet, sjön, grönområden, skog, promenadstråk, båtplats, strand, badplats och stall. Topp 20-listan är full av naturreferenser i svenska bostadsannonser. Även praktiska platser i närheten av bostaden nämns, kommer såklart högt upp bland de ord mäklare oftast använder i bostadsannonser. Kommunikationer, gångavstånd, centralt och buss är ju praktiskt. Och inrättningar som restauranger, dagis, skolor och butiker används också ofta flitigt.

1	Natur	8	Restauranger	15	Butiker
2	Kommunikationer	9	Grönområden	16	Promenadstråk
3	Gångavstånd	10	Dagis	17	Båtplats
4	Centralt	11	Skolor	18	Strand
5	Service	12	Buss	19	Badplats
6	Havet	13	Skog	20	Stall
7	Sjön	14	Affärer		

ORD PÅ VÄG UT?

Några ord hade vi nog väntat oss mer av i topplistorna, ord som det talats mycket om de senaste åren. Kan det vara så att det inte är lika populärt med köksöar i en öppen planlösning längre? Walk-in-closet kanske inte låter lika lyxigt? Och vad är en hemmabio jämfört med en iPad, egentligen?

- Köksö
- Walk-in-closet
- Hemmabio
- Master bedroom
- Fondvägg

OM BOVISION.SE

Bovision.se är Sveriges första marknadsplats för bostäder på internet. På Bovision.se finns allt från hyres- och bostadsrätter till villor och utlandsbostäder. Här möts såväl köpare och säljare, nyproducenter och utlandsförmedlare som hyresgäster och hyresvärdar. Bovision grundades i Kalmar 1994 och Bovision.se lanserades 1996. Företaget ingår sedan 2006 i den finska mediekoncernen Alma Media som driver marknadsplatser för bostäder i elva länder.

Kontakta oss gärna

Vill du veta mer om Bovision.se eller om undersökningen? Titta gärna på vår webbsida Bovision.se eller i vårt pressrum på MyNewsdesk:

www.mynewsdesk.com/se/pressroom/bovision

bovision.se

BOVISION AB

Vxl +46 (0)480-44 74 50

Box 751, 391 27 Kalmar

Bovision.se och Objektvision.se är två av Sveriges största marknadsplatser på internet för bostäder samt lediga lokaler/kommersiella fastigheter. De ägs av den finska mediekoncernen Alma Media.