

RAPPORT



Hometail 2021

Hemmet som nav för produkter och tjänster



INTRODUKTION

Välkommen till Hometail-rapporten 2021

Det här är tredje upplagan av Fastighetsägarna Stockholms Hometail-rapport. En rapportserie där vi utforskar hemmets roll som marknadsplats och vad en ökad e-handel får för konsekvenser för fastighetsägare. Som fastighetsägare är det viktigt att följa och förstå förändringar i de boendes beteenden och behov. Det är avgörande för att kunna skapa ett bättre kunderbjudande, något som blivit ännu tydligare under pandemin.

De föregående Hometail-rapporterna konstaterade att samhället tidigare varit tydligt uppdelat i tre åtskilda typer av platser: hemmet, arbetet samt den tredje platsen (där "allt annat" äger rum, till exempel shopping, restauranger och mötesplatser utanför hem och arbete). År 2021 har det knappast undgått någon att skiljelinjerna mellan dessa rum är mindre tydliga än någonsin.

Det senaste året har inneburit tvära kast för länet och dess invånare. Från ett Stockholm präglad av ett rikt nöjes- och kulturliv, fullt med folk ständigt på språng, till en tillvaro med nedstängda verksamheter och invånare som begränsats till sina hem. Det har inneburit att hemmets roll som trygg oas blivit viktigare, men även att fler aktiviteter utförts hemma. Om pandemiåret 2020 tvingade stockholmarna till anpassning, blir 2021 året då vi ser vilka vanor i hemmet som behålls och vilka beteenden från innan pandemin man återgår till.

I årets rapport fördjupar vi oss i hur pandemin har drivit på och förstärkt utvecklingen av hemmets roll som marknadsplats. Vi undersöker även den stora konsumentgruppen äldre samt det hållbarhetsdilemma som följer med en ökad e-handel – tre områden som är centrala för dig som fastighetsägare att förstå för att kunna skapa ett bättre kunderbjudande.

Trevlig läsning!



"I och med pandemin har människors beteenden och behov i och kring hemmet förändrats rejält. För att som fastighetsägare bättre kunna stå rustad och säkerställa att man prioriterar och satsar på rätt saker är det viktigare än någonsin att lyssna på sina boende."

KATARINA GRAFFMAN,
DOKTOR I ANTROPOLOGI OCH TRENDXPRT

Innehåll

Välkommen till Hometail-rapporten 2021	3
Det här ligger till grund för rapporten	4
Vilka är drivkrafterna bakom hometail?	6
Hometail är här för att stanna	7
Leveranser – nyckelfråga i takt med ökat hometailande	8
Fokusområden Hometail-rapporten 2021	9
Post corona-hemmet	10
Passionärerna	12
Hållbarhet och hometail	15
Sammanfattning och implikationer för fastighetsägare	18



Foto: Toa Heftiba

METOD

Det här ligger till grund för rapporten

Resultatet och insikterna i rapporten bygger på en digital enkät bland invånare i Stockholms län, samt expertintervjuer.

Digital enkät

Den kvantitativa undersökningen genomfördes bland 1 007 personer boende i Stockholms län, i åldrarna 18 till 80 år. Enkäten genomfördes under perioden 21 maj till 2 juni 2021 med hyresgäster och bostadsrättsägare i flerbostadshus. Svaren samlades in med kvoter på kön, ålder och geografisk spridning med syfte att representera Stockholms län. Datainsamlingen skedde via en digital enkät som distribuerades via e-post. Respondenterna som deltog i undersökningen tillhandahölls av företaget CINT.

Expertintervjuer

För att få en fördjupad syn på enkätresultatet samt ett framåtblickande perspektiv intervjuades fyra experter med olika kunskaper kopplat till hemmet, bostadsmarknaden och konsumtion.

I följande rapport avser vi med "stockholmare" personer i länet boende i flerbostadshus.

EXPERTERNA:

Foto: Svensk Digital Handel



Per Ljungberg, vd Svensk Digital Handel

Svensk Digital Handel är ett dotterbolag till Svensk Handel som utvecklar tjänster och driver frågor som bidrar till en tryggare, smartare och mer lönsam digital handel i Sverige. Som vd på Svensk Digital Handel har Per gedigen kunskap om utvecklingen inom e-handel, inte minst när det kommer till frågor om hållbarhet och effektivisering. I denna rapport har Per bland annat bidragit med expertis kring hur framtidens leveranser kommer att se ut och vad det innebär för fastighetsägare.

Foto: Sören Vilks



Katarina Graffman, doktor i antropologi och trendexpert

Katarina Graffman är författare, föreläsare och doktor i antropologi. Hennes forskning har till stor del riktats mot hur konsumtionskultur yttrar sig och dess påverkan på samhället i stort. I denna rapport har Katarina bland annat bidragit med värdefulla insikter kring vilka beteenden kopplat till bostaden som kan tänkas bestå efter pandemin, och vilka som kan återgå till hur de var tidigare.

Foto: Anette Runsteen



Petter Ahlström, ekonomie doktor, vd CLA Sweden och generalsekreterare SeniorVärlden

Petter är generalsekreterare vid SeniorVärlden, en ideell förening som syftar till att förmedla kunskap och forskning för lärande och utveckling kopplat till seniorer, bland annat med fokus på boende-frågor. CLA Sweden utvecklar livsstilboende för 60 plusare med fokus på livskvalitet och gemenskap, och sjösätter just nu det första projektet i Simrishamn. I denna rapport har Petter bland annat bidragit med expertis kring framtidens boende för seniorer, och hur fastighetsägare kan tänka och agera för att bättre stå rustade för att attrahera och behålla denna stora och köpstarka grupp.

Foto: FTI



Ulrika Eliason, produktchef fastighetsnära insamling (FNI), FTI

Som produktchef för FNI har Ulrika stenkoll på frågor gällande fastighetsnära återvinning. I denna rapport har hon bidragit med expertis kring hur pandemin påverkat svenskarnas återvinningsbeteenden, och vad fastighetsägare kan göra för att hantera en ökande mängd avfall och förpackningar.

Vilka är drivkrafterna bakom hometail?

I den första Hometail-rapporten identifierade vi tre drivkrafter till utvecklingen av hemmet som marknadsplats: ökad tillgänglighet, ett livspussel som inte går ihop samt möjlighet till tillgång snarare än ägande. Under pandemiåret tvingades stockholmarna undvika såväl onödig social kontakt som att besöka fysiska butiker, vilket ledde till att e-handelns roll förstärktes ytterligare. Vad är status nu?

Tillgänglighetens tid 2.0



Både tillgänglighet och efterfrågan på hemleveranser ökar, samtidigt som ny infrastruktur med fastighetsnära paketboxar utomhus rullas ut. Under pandemin har e-handlandet anammats av allt fler stockholmare, vilket har lett till att nätshoppingens ohållbara konsekvenser blivit mer tydliga – inte minst när det gäller de stora mängderna förpackningar.

Livspusslet som går ihop



När stockholmarna under pandemin begränsades till sina hem upptäckte många att livspusslet faktiskt gick ihop lite bättre. Detta eftersom mycket tid sparades in på att e-handla i stället för att besöka fysiska butiker samt på att slippa transporter från jobb och träning – vardagsaktiviteter som i större utsträckning utfördes hemma.

Tillgång trumfar ägande



Trots social distansering och eventuell rädsla för att smittas av virus, har delningsekonomin ökat under pandemin – särskilt inom verktyg och byggmaterial, där digitala lösningar har möjliggjort uthyrning utan fysisk social kontakt. Nu hoppas experter att delningsekonomin och marknaden för begagnat ska släppas in även i de utbredda leveranssystemen, såsom paketboxar.

26% av stockholmarna har e-handlat mer under pandemin än tidigare

Hometail är här för att stanna

Årets undersökning visar att allt fler stockholmare har blivit "hometailare", det vill säga att man konsumerar tjänster och produkter från och till sitt hem på regelbunden basis.

Nästan 9 av 10 stockholmare är hometailare

Årets undersökning visar att nästan nio av tio (87 procent) av länets invånare beställer någon vara eller tjänst till hemmet på kvartalsbasis. I åldersgruppen 18–29 är beteendet ännu mer utbrett – i princip alla (99 procent) använder den här typen av tjänster minst en gång i kvartalet. De tjänster som flest tar del av på kvartalsbasis är digitala underhållningstjänster (77 procent), följt av hemleverans av sällanköpsvaror (53 procent) och hemleverans av dagligvaror (45 procent). De kategorier som blivit viktigare för stockholmarna att kunna handla online jämfört med i fysisk butik är till stor del vardagsartiklar, såsom apoteksvaror, kläder och mat.

TOPPLISTA:

Varorna som blivit viktigare att handla online jämfört med fysisk butik

Apoteksvaror	36 %
Kläder och accessoarer	34 %
Elektronik	27 %
Skönhet	21 %
Take away-mat	20 %
Livsmedel	19 %

n=914

Konsumtion av hushållsnära tjänster minst en gång i kvartalet

INNANFÖR TULLARNA



28%

47%

UTANFÖR TULLARNA



13%

35%

Hemleverans av färdiglagad mat minst en gång i kvartalet

Innerstadsbor och yngre mer frekventa i sitt e-handlande

Även om hometail-beteendet anammats av invånare i hela länet, är det mer framträdande bland innerstadsborna. Bland dessa är exempelvis beställning av hushållsnära tjänster och hemleverans av färdiglagad mat vanligt förekommande. En anledning är att utbudet av tjänster innanför tullarna än så länge är större. Samtidigt ser vi att allt fler aktörer, som till exempel Picmart och Vembla, på senare tid börjat eller planerar att erbjuda tjänster även utanför tullarna – något som talar för en ökande efterfrågan på denna typ av tjänster även i ytterområdena framöver.

Även om en större andel inom alla ålderskategorier numera är hometailare, konsumerar yngre fortfarande tjänster och varor från och till sina hem i högre utsträckning än äldre – till exempel när det gäller digitala hälsotjänster och hemleverans av färdiglagad mat.

18-29 ÅRINGAR 30-59 ÅRINGAR 60 ÅR OCH ÄLDRE



Använder digitala hälsotjänster minst en gång i kvartalet

39%

24%

5%

Beställer hemleverans av färdiglagad mat minst en gång i kvartalet

73%

44%

9%

Leveranser – nyckelfråga i takt med ökat hometailande

Innan vi går in på rapportens tre fokusområden vill vi rikta fokus mot en fråga som blivit central i takt med ett alltmer utbrett hometail-beteende: leveranser. Vilka är stockholmarnas preferenser när det kommer till leveranssätt, och hur ser experter på utvecklingen?

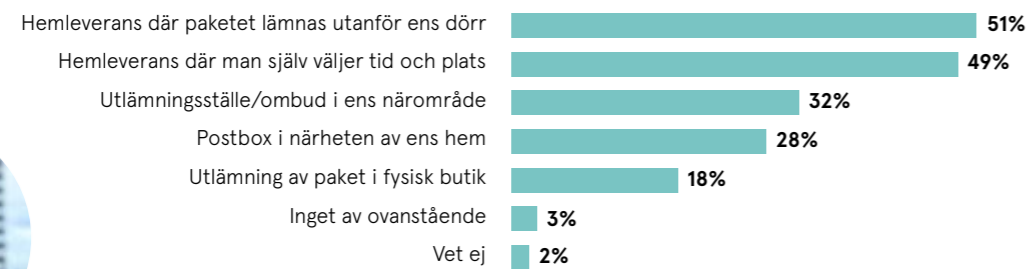
Stockholmarna själva föredrar hemleveranser...

På frågan om hur man föredrar att få e-handelsvaror levererat hamnar hemleveranser i topp bland stockholmarna – antingen genom att paketet lämnas utanför ens dörr eller att

själv välja tid och plats för lämning. Därefter föredrar man att hämta paket på ett utlämningsutbud eller box i närheten av ens hem. Preferenserna är ungefär desamma bland boende innanför och utanför tullarna.

Så föredrar stockholmarna att få e-handelsvaror levererade

De som har e-handlat. n=914



...men experten pekar på en nödvändig utveckling mot leveranser utanför bostaden

Samtidigt som stockholmarna själva föredrar att få paket levererat direkt hem, pekar experter på behovet av fler möjligheter till leverans utanför bostaden. En av dem är **Per Ljungberg, vd på Svensk Digital Handel**, som genom åren följt utvecklingen av e-handel både i Sverige och internationellt. Här ger han sin syn på utvecklingen av leveranser och hur fastighetsägare kan agera på den.

Per, vilken typ av leveranser kommer vi se mer av framöver?

– I takt med att fler och fler e-handlar regelbundet kommer diskussion om hur hållbart enskilda hemleveranser är ur säkerhets- och hållbarhetsperspektiv att intensifieras. Framöver kommer vi därför sannolikt se två typer av lösningar. Dels kommer det bli vanligare med prenumeration på hemleveranser, där flera i huset får leveranser en viss dag. Men framförallt kommer vi se mer samarbeten och samkörning. Jag är övertygad om att konkurrensneutrala boxar som är placerade utanför men nära bostaden och

som är öppna för alla är vägen framåt. I Kina ligger man långt fram med detta, där finns rader med boxar utanför i princip varje större bostadskomplex. Som fastighetsägare innebär den typen av lösningarna en dubbel fördel: du slipper springet i trapphuset, samtidigt som du ger de boende närhet till leveranspunkt.

Vad får det för konsekvenser för fastighetsägare när i princip alla hometailar?

– I takt med att allt fler beställer tjänster och varor till hemmet blir bostaden som en egen liten infrastruktur. En viktig roll för fastighetsägare framöver kommer vara att ta ett större ledarskap när det gäller att samordna tjänster – inte minst när det kommer till leveranser. Mitt råd till fastighetsägare är därför att se över mer samordnade lösningar, till exempel att samla alla intressenter för att undersöka möjligheter till samkörning av leveranser och att hitta samarbetspartner för boxar i närheten av fastigheten, och då fokusera på just de som erbjuder konkurrensneutrala paketboxar som är öppna för alla.

Hometail-rapporten 2021

Tre år med hometail – var står vi idag?

Drygt ett år av pandemi har drivit på utvecklingen av hemmets roll som marknadsplats. I årets rapport fördjupar vi oss inom tre områden: post corona-hemmet, den nya och stora konsumentgruppen äldre samt det hållbarhetsdilemma som följer med en ökad e-handel.



Foto: Helena Lopes

Post corona-hemmet

Nya krav på hemmet ställer nya krav på fastighetsägare

Även om många längtar tillbaka till livet så som det såg ut innan coronakrisen, talar mycket för att en del av de beteenden och behov som etablerats i hemmet under pandemin kommer bestå även framöver – något som fastighetsägare behöver förstå och förhålla sig till för att skapa ett bättre erbjudande för de boende.

Passionärerna

Hometails nya och stora konsumentgrupp

Antalet äldre i Stockholm ökar, och många både vill och förväntar sig att kunna bo kvar hemma så länge de kan. Dagens och framtidens seniorer är piggare, mer köpstarka och digitala än någonsin, och i takt med att de anammar hometail-beteendet kommer tjänster och handel för denna grupp bara att öka. Genom att som fastighetsägare tillmötesgå dagens och framtidens seniorers behov finns stora möjligheter till affärsvärde.



Foto: Renate Vesper

Hållbarhet och hometail

Vilka konsekvenser får förändrade beteenden?

Många stockholmare har förflyttat sin konsumtion från fysiska butiker till nätet, med ökade leveranser och fler förpackningar i hemmet som följd. När bekvämligheten tar över får det konsekvenser för såväl klimat och miljö som för dig som fastighetsägare.



Foto: Unsplash

Post corona-hemmet

Nya krav på hemmet ställer nya krav på fastighetsägare

Samtidigt som pandemin tvingade stockholmarna att vara hemma mer än önskat, ledde hemmalivet även till att många började värdesätta och uppgradera sina hem. Flertalet av de vanor och behov som etablerades hemma under pandemin förväntas bestå framöver, vilket innebär att hemmet behöver fylla fler funktioner och tillfredsställa fler behov.

Pandemin har fått stockholmarna att uppvärdera och uppgradera sina hem

Medan trenden tidigare år gått mot att mer tid tillbringas utanför hemmets fyra väggar, tvingade pandemin stockholmarna att återgå till hemmet som bas och nav i vardagen. När alltmer tid tillbringats i hemmet har det blivit viktigare att ha det hemtrevligt, vilket gjort att många lagt ner mer tid och pengar på sina hem. Nästan en tredjedel av stockholmarna har fixat mer hemma, och mer än en femtedel har investerat mer i hemmet. Enligt de experter vi talat med kommer viljan att lägga både tid och pengar på hemmet bestå, även efter pandemin.

TOPPLISTA:

Aktiviteter som stockholmarna anser blivit viktigare att göra hemma sedan pandemin startade

Ta del av digital underhållning	50 %
Laga mat	38 %
Ta del av ljudtjänster	34 %
Äta mat	31 %
Träna	28 %
Utföra hobbies	23 %
Odla	20 % (26 % av kvinnorna)

n=1007

42% tycker att det är viktigare att hemmet är mysigt sedan pandemin startade

30% har fixat mer i hemmet sedan pandemin startade

Ökat behov av plats när många boende och aktiviteter samsas på samma yta

Förutom att stockholmarna har investerat mer i sina hem, har det också blivit viktigare att kunna utföra fler aktiviteter samt ta del av digitala tjänster hemifrån. Och med tanke på att mer tid tillbringas och fler aktiviteter utförs hemma än tidigare, är det inte särskilt förvånande att ungefär en av sex (16 procent) stockholmare tycker att det blivit viktigare att bo stort och att mer än en tredjedel (35 procent) anser att det är viktigare att kunna vara för sig själv hemma, sedan pandemin startade.

21% har investerat mer i hemmet sedan pandemin startade

”Pandemin har fått oss att bona in oss hemma, vilket gjort att vi har något att göra och lägga våra pengar på. Och nu när vi har insett hemmets betydelse och värde kommer viljan att spendera på och i hemmet fortsätta, även efter pandemin.”

PER LJUNGBERG,
VD SVENSK DIGITAL HANDEL

Hemmet som fristad och grön oas, och flytten från storstaden

Sedan en tid tillbaka har längtan efter ett lugnare och mer naturnära liv växt sig starkare – en längtan som bland annat speglas i en pågående ”rurbaniseringstrend”, som handlar om att stadsbor inspireras av livet på landet, och att allt fler flyttar från storstäderna till ytterområden och småstäder. Denna längtan efter ett lugnare och grönare liv har accelererat i och med coronakrisen, inte minst i Stockholm. Andra undersökningar visar till exempel att pandemin har gjort fler stockholmare medvetna om hur viktigt det är med parker och grönområden i sin närmiljö, och grönområden tillhör nu topp tre av vad man tycker är viktigast att ha i närheten av sin bostad.¹ Flyttstatistik visar även ett minskat flyttnetto i Stockholms stad och att många av länets invånare rört sig ut till områden som Huddinge, Nacka och Solna.²

Att pandemin fått stockholmarna att värdesätta lugn och ro, frisk luft och gröna ytor i och kring hemmet bekräftas i vår undersökning: nästan fyra av tio (39 procent) säger att det blivit viktigare att man kan vila och återhämta sig hemma, fler än en av fem (21 procent) att det blivit viktigare att man bor i hus med lite oljud, och drygt fyra av tio svarar att det blivit viktigare med balkong eller uteplats.

43% anser att tillgång till balkong eller uteplats blivit viktigare sedan pandemin startade

SAMMANFATTNING POST CORONA-HEMMET: VAD INNEBÄR DETTA FÖR FASTIGHETSÄGARE?

- ✓ **Mer tid hemma ställer nya krav på ytor och tjänster**
I och med att en stor del av det ”hemmaliv” som etablerats senaste året förväntas bestå även efter pandemin, finns ett behov att som fastighetsägare se över möjligheter att förbättra till exempel
 - utrymme för mer både egen- och tillsammans tid
 - utrymme för jobb, hobbies och träning
 - säkerställa att bredband är starkt nog att klara tung belastning
 - möjligheter att smidigt och säkert få varor levererade hem, till exempel via paketboxar i närheten av fastigheten

- ✓ **Längtan efter lugn och gröna ytor ökar kravet på att kunna erbjuda ett ”rurbant” liv**
När allt fler stockholmare söker lugn och grönområden

blir det viktigare att kunna erbjuda detta även i innerstaden. Detta kan till exempel möjliggöras genom att satsa mer på utomhusaktiviteter på de egna gårdarna och förgårdsmarken i direkt anslutning till fastigheterna, men också genom att försöka påverka närområdet tillsammans med andra fastighetsägare och/eller kommunen.

- ✓ **Ta reda på vad de boende behöver och önskar**
Pandemin har förändrat de boendes behov och preferenser på många sätt, vilket innebär att det är ännu viktigare att ta reda på vad som efterfrågas av dem. Genom en enkät med frågor om vilken typ av ytor och tjänster som de boende upplever att de saknar ökar chanserna att bättre kunna möta behov och prioritera tid och resurser rätt.

Passionärerna

Hometails nya och stora konsumentgrupp

Antalet äldre i Stockholms län blir allt fler – redan idag är mer än var fjärde invånare i länet 55 år eller äldre.³ Dagens och framtidens seniorer är inte bara en stor, utan också livsbejakande och köpstark grupp, som både värdesätter möjligheten att bo kvar hemma och som kommer vilja konsumera produkter och tjänster från hemmet.

Bra boende på ålderns höst – avgörande för livskvalitet

Att skapa bättre boendemiljöer för äldre är ett hett ämne inom såväl fastighetsbransch och stadsplanering som forskning och politik. Möjligheten att som äldre kunna bo kvar hemma så länge som möjligt är en förutsättning för välmående, något som vår undersökning bekräftar: runt åtta av tio stockholmare svarar att de vill kunna bo hemma så länge som möjligt och att det är en viktig faktor för hög livskvalitet. Dessutom anser tre av fyra att det borde satsas mer på att möjliggöra för äldre att bo kvar hemma.

Pandemin har gjort seniorer till hometailare

Undersökningen visar även att pandemin fått äldre i länet att anamma hometail-beteendet: nästan en av fyra bland de över 60 år har e-handlat mer, och nästan fyra av tio har använt mer digitala tjänster sedan pandemin startade. Att seniorer börjat e-handla mer sedan coronapandemin är

en trend vi sett även på nationell nivå, och äldre beskrivs numera som "e-handelns hetaste konsumentgrupp".⁴

Att efterfrågan på tjänster och produkter bland dagens och framtidens äldre kommer fortsätta att växa sig starkare – även efter pandemin – är något som både undersökningar och experter pekar på. I en undersökning bland nordiska konsumenter svarade till exempel mer än sex av tio (63 procent) av de 75 år och äldre att de kommer fortsätta handla mer online jämfört med före pandemin.⁵

82% vill kunna bo hemma så långt upp i åldern som möjligt

79% tycker att kunna bo kvar hemma långt upp i åldern är en viktig faktor för hög livskvalitet

75% tycker att det borde satsas mer på att möjliggöra så att äldre kan bo kvar i sina hem

"Äldre har verkligen etablerat sitt e-handlande. De började på mat- och apoteksvaror, sen har de succesivt tagit med sig vanor och börjat e-handla inom de flesta andra kategorier, och närmar sig nu att e-handla lika mycket som andra åldersgrupper. Och nu när de lärt sig hur man gör kommer de sannolikt att fortsätta, även efter pandemin."

PER LJUNGBERG,
VD SVENSK DIGITAL HANDEL

23%

av 60+ har e-handlat mer sedan pandemin startade

39%

av 60+ har använt mer digitala tjänster sedan pandemin startade



Experten:
"Se seniora hyresgäster som en resurs, inte ett problem"

Vad innebär fler, piggare och mer köpstarka seniorer för fastighetsägare? För att ta reda på det vände vi oss till **Petter Ahlström, vd CLA Sweden och generalsekreterare SeniorVärlden**, som har mångårig erfarenhet av boende-frågor för äldre.

Petter, hur kommer framtidens boende för äldre se ut?

– Allt färre kommer vilja bo på äldreboende och i stället bo hemma så länge som möjligt, vilket gör att vi går mot ett skifte där vi blir allt mindre beroende av instanser. Som en konsekvens kommer hemmen alltmer att bli en multicentral för olika typer av tjänster. Lite som ett hotell, med service som de boende kan ta del av när de vill.

Vad får det för konsekvenser för fastighetsägare?

– Fastighetsägare kommer behöva ta ett mer aktivt ledarskap genom att hjälpa till med att beställa och samordna servicetjänster och leveranser. En annan viktig del handlar om att skapa förutsättningar för ett socialt och rikt liv. Där kan fastighetsägare tänka nytt och annorlunda. Gemensamma ytor kan bli meraffär för fastighetsägare, här finns en slumrande potential.

– Jag hoppas att fler fastighetsägare inser att äldre är en köpstark målgrupp och börjar se dem som en resurs snarare än ett problem. Skapa ett paket som blir meningsfullt för dem. Det kan man göra affär av!



Foto: Annera Ouliel

Framtidens seniorer ställer högre krav på hemmet

Förutom att stockholmarna vill kunna bo kvar hemma länge, visar undersökningen att det finns en stor efterfrågan på tjänster och produkter både bland dagens och framtidens seniorer – framför allt inom områdena tvätt och städ, hälsa och mat. Redan idag ser vi exempel på hur aktörer agerar på utvecklingen genom att erbjuda produkter och tjänster specifikt för äldre. Mathem.se har till exempel ett sortiment med mat och andra varor som är populära bland seniorer, medan Hemfrid erbjuder vardagsomsorg för seniorer som behöver en extra hand med till exempel tvätt, matlagning och enklare ärenden.

TOPPLISTA: Det här vill stockholmarna ha hjälp med i hemmet när de blir äldre

Tvätta och städa	63 %
Medicin och sjukvård	51 %
Handla livsmedel	46 %
Laga mat	34 %
Återvinning	33 %
Fysisk hälsa (träning)	32 %

n=1007

TOPPLISTA: Tjänsterna stockholmarna främst vill konsumera digitalt i sitt framtida boende

Underhållning	54 %
Inhandling av varor och tjänster	50 %
Sjukvård	33 %
Tjänster som möjliggör digitalt socialt umgänge	28 %
Fysisk hälsa (träning)	26 %
Mental hälsa och meditation	19 %

n=1007

SAMMANFATTNING PASSIONÄRERNA: VAD INNEBÄR DETTA FÖR FASTIGHETSÄGARE?

✓ Inse värdet i att skapa bättre förutsättningar för seniorer

Äldre är en köpstark målgrupp som vill kunna bo kvar hemma länge. Att lyssna på och tillgodose deras behov och önskemål kan innebära affärsvärde.

✓ Öka tillgängligheten

Fastighetsägare kan göra mycket för att öka den generella tillgängligheten i och kring fastigheten, och på så sätt möjliggöra för äldre att bo kvar hemma så länge som möjligt.



34%

tenderar att handla mer när de handlar på nätet

53%

av de som returnerar varor reflekterar inte över den påverkan ens retur har på klimat och miljö

n=555

FOKUSOMRÅDE 3

Hållbarhet och hometail

Vilka konsekvenser får förändrade beteenden?

I takt med att det blivit både vanligare och enklare att e-handla har näthandelns klimat- och miljöpåverkan hamnat högre upp på agendan. För aktörer inom såväl handel och logistik som bostäder kommer hanteringen av förpackningar och emballage bli central framöver.

Hållbarhet inte prio när stockholmarna e-handlar

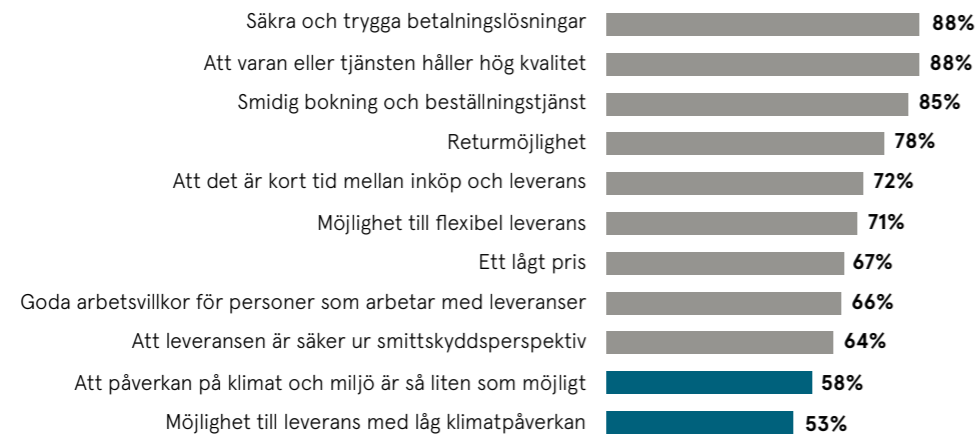
På senare tid har många aktörer inom e-handelsbranschen satsat på mer hållbara lösningar: betaljätten Klarna hjälper kunder spåra sitt klimatavtryck, leveransföretaget Airmee har fossilfria leveranser, och e-handelsplattformen Boozt stänger av användare med ohållbara returvanor. Samtidigt visar vår undersökning att hållbarhetsfrågor inte är något som prioriteras bland konsumenterna själva. Endast en av tre (33 procent) av stockholmarna reflekterar över klimat och miljö när de e-handlar och knappt tre av tio (29 procent) väljer alltid leveransen med lägst påverkan på klimat och miljö när de handlar på nätet. Dessutom svarar mer än en tredjedel att de tenderar att handla mer när de e-hand-

lar. Och tittar man på vad stockholmarna värdesätter vid e-handel hamnar alternativ som innebär minskad miljöpåverkan i botten, medan aspekter som säkerhet, kvalitet och smidighet upplevs som viktigast. Även när det gäller retur är det få som tänker på hållbarhetsaspekten: en majoritet av de som returnerar varor svarar att de inte reflekterar över returernas påverkan på klimat och miljö.

Samtidigt som många har en ambition att leva mer hållbart är alltså hållbarhetsmedvetenheten bland stockholmarna relativt låg när det kommer till e-handelsbeteendet. Som fastighetsägare kan man därför ha en stor positiv påverkan genom att informera om och underlätta val av mer hållbara alternativ.

Viktigaste attributen när stockholmarna beställer varor eller tjänster till hemmet

n=1107



”Med ökad e-handel och fler hemleveranser blir det allt viktigare att hitta hållbara förpackningslösningar och säkerställa återvinning av emballagen. Här behövs ännu mer samverkan mellan de intressenter som berörs.”

PER LJUNGBERG,
VD SVENSK DIGITAL HANDEL

Ökad e-handel leder till ökat behov av återvinning

En tydlig konsekvens av den accelererande e-handeln är en ökad mängd avfallsmaterial, något som blivit särskilt märkbart under pandemin. Enligt **Ulrika Eliasson, produktchef på FTI**, har det under pandemiåret skett en tydlig förflyttning av avfall från arbetsplatser till hemmet, samtidigt som mängden pappersförpackningar ökat till följd av en ökad e-handel – en utveckling även stockholmarna känt av: mer än fyra av tio upplever att mängden förpackningar och kartonger ökat sedan pandemin. Enligt **Per Ljungberg, vd på Svensk Digital Handel**, kommer frågan om emballage för e-handelspaket och återvinning bli allt viktigare framöver:

– Med ökad e-handel och fler hemleveranser blir det

allt viktigare att hitta hållbara förpackningslösningar och säkerställa återvinning av emballagen. Här behövs ännu mer samverkan mellan de intressenter som berörs.

Per menar på att företagen är högst medvetna om problematiken med förpackningar och emballage, och att många arbetar intensivt med att ta fram mer hållbara lösningar. Och redan idag ser vi goda exempel på marknaden. På modeföretaget Asket kan man till exempel välja att få varor i en återanvänd förpackning som kan skickas tillbaka för att användas igen. Det finns även en rad intressanta pantinitiativ, till exempel företaget &Repeat som sedan december 2020 infört ett pantsystem på förpackningar från flera av Stockholms restaurangkedjor.



42% upplever en ökad mängd förpackningar och kartonger i deras fastighet sedan pandemins början

Fastighetsnära paketboxar – framtidens hållbara leveransalternativ

Under pandemin har efterfrågan på hemleverans utan kvittens ökat bland stockholmarna – ett leveransalternativ som visserligen är smidigt, men som medför en del problem när det gäller säkerhets- och hållbarhetsaspekter. I vår undersökning svarar drygt en av tio (12 procent) att de upplever otrygghet i sin fastighet på grund av produkt- och tjänsteleveranser. **Per Ljungberg, vd på Svensk Digital Handel**, är som tidigare nämnts övertygad om att utvecklingen av leveranser därför kommer gå mot paketboxar nära bostaden, och pekar på flera hållbarhetsfördelar:

– Boxar utanför bostaden är inte bara tryggare för de boende, utan leder även till färre leveranspunkter och att leveranser kan ske på natten, vilket är bra ur ett hållbarhets-

perspektiv. Dessutom skulle de kunna användas för aktörer inom delningsekonomin och marknaden för begagnade varor, vilket ytterligare möjliggör ett mer hållbart system.

Redan idag ser vi tecken på en utveckling mot fastighetsnära paketboxar. PostNord har till exempel efter en försöksperiod nyligen beslutat att uppföra 4 500 av denna typ av boxar. Och precis som Per Ljungberg är inne på, visar vår undersökning att e-handel kan möjliggöra hållbar konsumtion gällande begagnade varor: nästan en tredjedel (32 procent) av stockholmarna svarar att de tycker att det är lättare att handla begagnade varor via e-handel än i fysisk butik. Samtidigt som den nutida e-handels icke-hållbara konsekvenser uppenbaras alltmer, rör vi oss alltså förhoppningsvis mot en grönare e-handelsframtid!

Sammanfattning hållbarhet och hometail: VAD INNEBÄR DETTA FÖR FASTIGHETSÄGARE?

✓ **Uppmuntra till och informera om ökad återvinning**
Hjälp de boende att återvinna genom att kommunicera vilken typ av förpackningar som kan återvinnas, och var – oavsett om det är i fastigheten eller i närområdet.

✓ **Följ utvecklingen**
Håll dig uppdaterad om hållbara lösningar som till exempel pantsystem och möjlighet att skicka tillbaka förpackningar, för att kunna informera boende om smarta lösningar som minskar mängden förpackningar och emballage i den egna fastigheten.

KEY TAKEAWAYS

Sammanfattning och implikationer för fastighetsägare

Avslutningsvis följer här en sammanfattning av huvudinsikterna från årets hometail-undersökning, och vad de innebär för dig som fastighetsägare.



Foto: Unsplash



Foto: Scandray

Hometail är här för att stanna

- Hometail-beteendet har accelererats och cementerats under pandemin och kommer med ökad tillgänglighet och tekniska framsteg fortsätta växa även framöver.
- Pandemin har visat att vardagen kan förändras fort och att fastighetsägare har stort inflytande över hur, var och när förändrade sätt att leva och konsumera träder i kraft. Fastighetsägare behöver både förstå boendes behov och krav kopplat till hemmet och kunna planera för att säkerställa att satsningar prioriteras rätt.

Ökade krav på hem och närmiljö post corona

- Även om livet återvänder till det vanliga har många stockholmare insett att man kan vinna både tid, pengar och energi på att till exempel träna eller arbeta hemma. Att kunna erbjuda de boende mer plats för till exempel umgänge och privatliv, ytor för såväl arbetsliv som fritidsliv och en stabil internetuppkoppling kommer bli viktigare.
- Pandemin har också fått många att inse värdet av att ha nära till grönområden och frisk luft. Att ha en bostad med tillgång till lugna gröna ytor kommer vara viktigare än någonsin. Detta ställer i sin tur krav på fastighetsägare att skapa boenden med tillgång till attraktiva funktioner inom ett helt område, utöver den enskilda fastigheten.



Foto: Adalia Bouitha

Hemmet ett framtida nav för service och tjänster – fastighetsägare kan ta mer aktiv roll

- Både statistik och expertutlåtanden pekar i samma riktning: framtidens hem kommer bli alltmer av ett nav för service och tjänster – inte minst för äldre målgrupper där det finns en stor köpkraft.
- För fastighetsägare innebär detta en möjlighet att ta en mer aktiv roll i att planera, underlätta och samverka med olika aktörer inom näringsliv och kommun för att skapa bättre lösningar. Det finns också ett värde i att gemensamt adressera utmaningen i att fler boende kommer ha behov för specifika tjänster som skall rymmas inom fastigheten.



Foto: Andre Ouliet

Infrastruktur för både leveranser och återvinning krävs för ett mer hållbart system

- Enskilda hemleveranser ökar i användning trots att det inte är det säkraste eller mest hållbara alternativet. Utvecklingen internationellt och i Sverige går mot fastighetsnära paketboxar. Fastighetsägare som vill erbjuda service och ligga steget före bör undersöka möjligheten för paketboxar i närområdet, snarare än att erbjuda och utveckla en egen lösning.
- Ökade leveranser hem betyder mer förpackningar i fastigheten. Genom att informera boende om vad som kan återvinnas och var förpackningar ska återvinnas, samt att hålla sig uppdaterad om smarta pant- och returlösningar, kan fastighetsägare minimera risken för överfulla sop- och återvinningskärl i den egna fastigheten.



Foto: Unsplash

Fastighetsägarna Stockholm är en medlems- och branschorganisation för fastighetsägare i Stockholms och i Gotlands län med 4 500 medlemmar. Vi strävar efter en väl fungerande fastighetsmarknad och driver fastighetsbranschens frågor framåt – hållbar stadsutveckling, en välfungerande bostadspolitik, fastighetsägares digitala verklighet. Vi arbetar för en levande stad som utvecklas hållbart, nu och i framtiden.

Källor:

¹ <https://www.wsp.com/sv-SE/insikter/gatan-kvarteret-och-friluftsomradet-sa-har-pandemin-paverkat-onskan-om-den-grona-staden>

² https://www.lansfast.se/media/2216/bostadsa-ret-med-corona_lff_lgpl.pdf

³ <https://www.sll.se/verksamhet/Regional-utveckling/sa-arbetar-vi-med-regional-utveckling/demografiska-prognoser-publikationer-och-kartor/demografiskarapporter2019/>

⁴ <https://www.postnord.se/siteassets/pdf/rapporter/e-barometern-q2-2020.pdf>

⁵ <https://www.strategyand.pwc.com/n1/en/media/pdf/Nordic-consumer-trends-2020.pdf>



FASTIGHETSÄGARNA

Fastighetsägarna Stockholm, Box 12871, 112 98 Stockholm | Alströmergatan 14
08-613 57 00 | info@fastighetsagarna.se | www.fastighetsagarna.se