



RUM FÖR DET GODA
LIVET

PATRIAM

Därför tittar vi in i framtiden

Patriams affärsidé är att erbjuda exklusiva och hållbara hem för medvetna människor. Vi vill bygga rum för det goda livet. För att lyckas måste vi förstå människors behov och livsstilar. Vi måste veta vilka kunderna är och vilka behov de har. Därför har vi, tillsammans med Kairos Future, tagit fram den här trendrapporten som beskriver en rad trender och hur de påverkar utvecklingen av nya bostäder framöver. Rapporten kommer att hjälpa oss att fortsätta driva utvecklingen av framtidens bostäder och vidareutveckla vårt sätt att ta oss an nya projekt.

Vi samverkar alltid med ledande arkitektkontor och inredare för att utveckla unika, hållbara och genomtänkta hem, både i bostaden och kring fastigheten.

Från vårt första projekt har vi jobbat utifrån certifieringssystemet Miljöbyggnad och med målet Miljöbyggnad Guld i varje projekt. Nu har vi tagit nästa steg och jobbar hållbart utifrån FN:s hållbarhetsprinciper som berör arbetsrätt, miljö, sociala aspekter och aktivt motverkande av korruption. Vi kommer att utveckla det än mer framöver och väga in våra målgruppers förnyade krav.

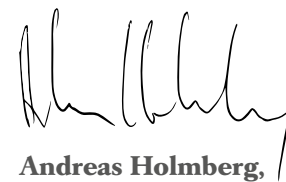
När du kliver över tröskeln, eller bara kommer in i våra kvarter, ska du känna att här finns ett boende med höga miljö- och designambitioner som är hållbart över tid. Hem du kan leva i och beröras av, länge.

Vår filosofi kommer inte att förändras, men omvärlden gör det. Därför måste vi lära känna morgondagen så att vi kan erbjuda det goda livet även då.

Hur ser människors behov och livsstilar ut i framtiden? Vilken påverkan har trender, digitalisering, globalisering, teknik, hållbarhet, samhällsutveckling och allt annat på boendet och bostadsbyggandet?

Den här rapporten svarar på mycket av det. Samtidigt ställer den en mängd nya och spännande frågor. Och vi har kryddat den med ett antal exempel på hur vi redan nu möter behov som kanske är outtalade i dag, men kommer att vara krav i morgon.

Välkommen till en spännande framtid.



Andreas Holmberg,
VD, Patriam





Innehåll

6

Bakgrund

Hur har hemmet sett ut historiskt? Är det goda livet på väg att förändras? Med det som utgångspunkt tittar vi på hur boendet ser ut idag. Vad önskar svensken och lever Svenssondrömmen trots allt?



16

Konsumtion

Vi lever i en tid när allt fler vill konsumera upplevelser snarare än att köpa produkter. Här går vi även närmare in på en annan tydlig trend: gemenskap och förflyttningen från jag till vi.



18

Livsstil och livsfas

Det pågår ett tydligt skifte från tilldelade till självvalda gemenskaper. Här tittar vi på den utvecklingen och pekar på hur livsstil och livsfas är ytterst viktigt att förstå för att utveckla bostäder människor vill ha.



20

Hållbar konsumtion och LOHAS

Allt fler vill konsumera hållbart. I bränschen går LOHAS och då särskilt fyra undergrupper – stilistan, holistan, puristan och idealistan. Att möta deras behov är A och O för att utveckla framtidens boende. Här introducerar vi dem.



26

Åtta nedslag i framtiden

Vi har gjort ett antal spaningar om saker som kan låta som science fiction i dag, men förmodligen är självklarheter i morgon. Från Internet of Things till orangerier, från hem som också är saluhallar till nykollektivism. Framtiden är oskriven, men spännande.



64

Tio medskick

För att nå fram till gröna och medvetna konsumenter finns tio genvägar. Här listar vi dem och tipsar samtidigt om de fällor du bör undvika.





Hem ljuva hem

Hemmet betyder mycket för människan

Ovanstående gäller hela världen och alla tidsepoker. Ett tryggt och bra boende är högt prioriterat av de flesta. Sedan länge är livets olika aktiviteter tilldelade specifika platser och byggnader. Vi bor hemma, jobbar någon annanstans, roar oss i nöjesdistrikt och så vidare. Även hemma är ytornas och rummens användning förutbestämda. Det här är ett fokus som i stort sett alla aktörer utgått från inom bostadsbyggande.

I dag utmanas det här tankesättet, givet att vi lever allt mer hektiska liv med utsuddade gränser mellan jobb, fritid och nöje. Dessutom påverkas 2000-talets livsstilar av vår energianvändning och vår planets ändliga resurser.

Det här föranleder några frågor inför framtiden:

- **Hur ser framtidens bostäder ut jämfört med dagens?**
- **Förändras hemmens roll i framtiden?**
- **Är bostadsbranschen redo att förändras om så krävs?**

Det goda livet förändras

I dag signalerar innebörden i uttrycket *det goda livet* att det är större än tidigare. Förr handlade det om att unna sig det lilla extra och njuta materialistiskt. Nu lägger fler och fler in betydelsen att det också måste bidra till en bättre värld, med andra ord – verkligen göra gott.

I bräschan går människor vars livsstilar strävar efter att agera hållbart utan att samtidigt försaka det moderna. De vill visa att vi kan leva hållbart utan att göra avkall på alla de framsteg mänskligheten ständigt gör.

För Patriam är de här människorna vägvisare in i framtidens samhälle. Att förstå dem är nyckeln till att fortsätta skapa rum för det goda livet.

”Nu lägger fler och fler in betydelsen att det också måste bidra till en bättre värld, med andra ord – verkligen göra gott.”



Boendet blir allt viktigare



En allt dyrare dröm

Hur och var vi bor blir allt viktigare. Samtidigt lyckas allt fler inte förverkliga sina planer på ett bättre boende (från 26 procent 1995 till 41 procent 2015). Den här utvecklingen visar inga tecken på att avta, varför det blir allt viktigare att förstå:

- De värden som ryms inom en bostad.
- Hur dessa värden påverkar efterfrågan på och konsumtionen av bostäder.

Kanske är boendekostnader det område som mest diskuteras offentligt i Sverige. Utifrån ett samhälls-ekonomiskt perspektiv är skuldsättningen ett problem, men för privatpersoner handlar det snarare om vad de lägger på boendet varje månad. Det här är en speciell konsumtion som inte låter sig jämföras med andra produkter och tjänster. För det första är det ofta den största enskilda utgiften i ett hushåll. För det andra är det en extremt inlåst och platsbunden konsumtion. Dessutom styrs den till stor del av politiska beslut och regelverk. Den här rapporten handlar inte om boendets ekonomiska aspekter. Målet är att belysa hur boendet förändras och anpassar sig till nya konsumtionsmönster. Dessutom är dessa utgifter för de allra flesta en konsumtionsfråga, även om boendet i vissa storstadsgrupper har utvecklats till en sparform givet de hastigt ökande bostadsvärdena.

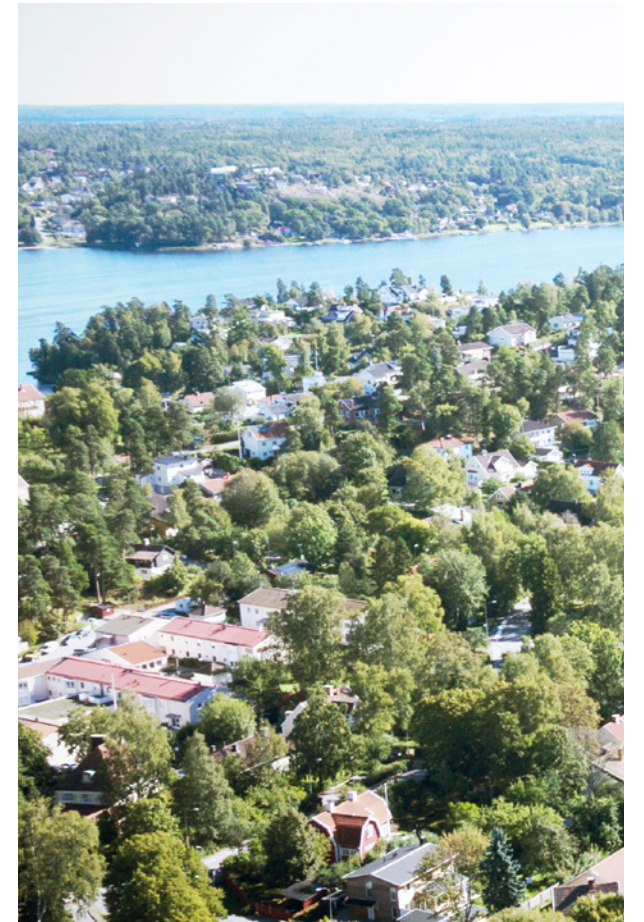
Jakten efter charm och närhet

Att söka nytt boende handlar sällan om ett måste, snarare en längtan efter ett större och rikare liv. I *Kairos Futures Stora Flyttstudien* hösten 2015 ombads 6000 svenskar beskriva sin senaste flytt. De allra flesta ville uppnå något som är *bättre än bra* med sin senaste flytt. Samtidigt angav 84 procent att de var nöjda med sitt nuvarande hem.

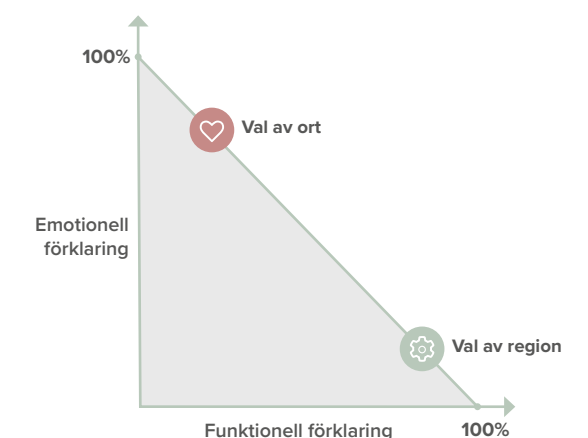
Det som främst eftersträvas vid en flytt är ett bättre boende, ett bättre jobb, något som ligger närmare eller är större. Förr var det främst arbete som lockade till flytt, i dag är flyttandet ett sätt att allmänt förbättra framtidsutsikterna inom livets alla områden. Det är tydligt att skälen till flytt förflyttar sig från funktion till emotion. När det handlar om region är det rationella beslut utifrån arbets- och pendlingsmöjligheter, tillgång till skola och barnomsorg med mera. Därefter tar känslorna över och bostadsort väljs utifrån kvaliteter som charm, skönhet, den mänskliga miljön och närhet.

Just ord som nära och närhet är centrala. Men, det handlar lika mycket om social som tidsmässig och geografisk närhet. Vi söker oss till grannskap där vi tror oss hitta våra gelikar.

”Att söka nytt boende handlar sällan om ett måste, snarare en längtan efter ett större och rikare liv.”



Principskiss som förklarar val av plats vid en flytt



Vad får oss att välja en bostad?

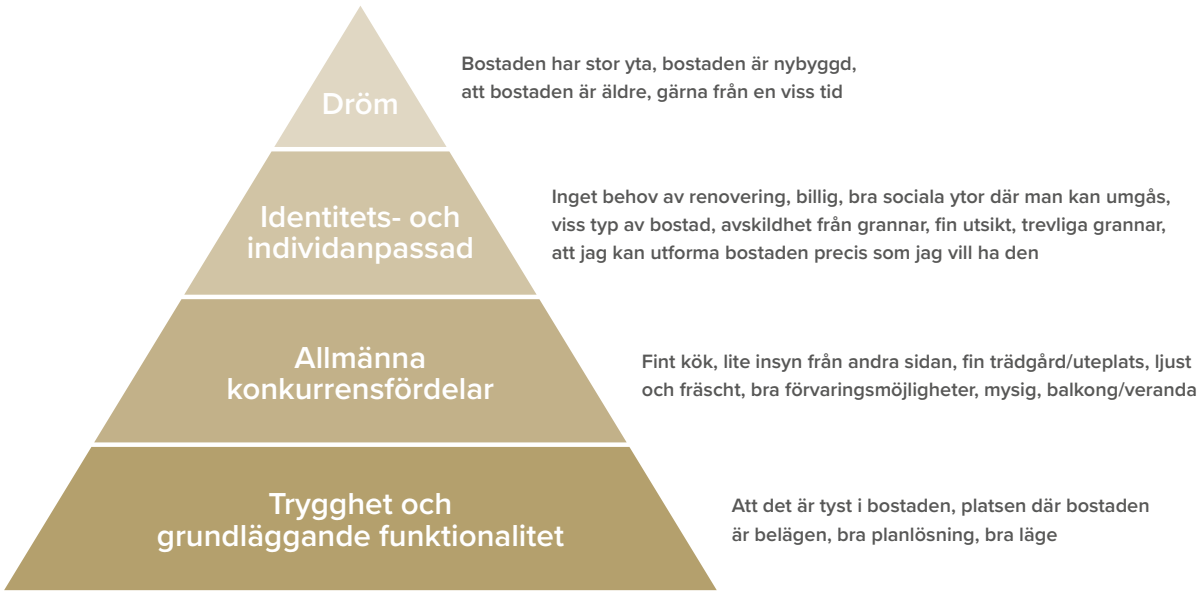
Vad är en ideal bostad? I den Stora Flyttstudien som Kairos Future genomförde 2015 svarade 6000 svenskar på den frågan och i ordmolnet på nästa uppslag syns vad som sticker ut. Tydligt är att storleken har betydelse. Men, det innebär inte att alla vill ha en stor bostad. Oftast söks ett lagom stort hem.

Utöver ord som stor och bra är det värt att notera hur närhet och länken till utemiljön, trädgården och balkongen hålls högt. Ska vi hitta ett enskilt rum som är viktigt är det köket, något som går i linje med det kraftigt ökande matintresset i landet. Köket har fått rollen som samlingsplats, lägerelden i modern tappning.

Alla vill bo i en pyramid

När svaren analyseras framträder en bostadspyramid som förklarar svenskens syn på de olika kvaliteterna i en bostad. Botten, eller grunden, är det som är viktigast och därefter byggs det på med mindre

vanliga krav och önskemål. I pyramidens topp syns den typ av önskemål som kan sägas vara drömbostaden, det hem som hade köpts om ekonomin var en icke-fråga.

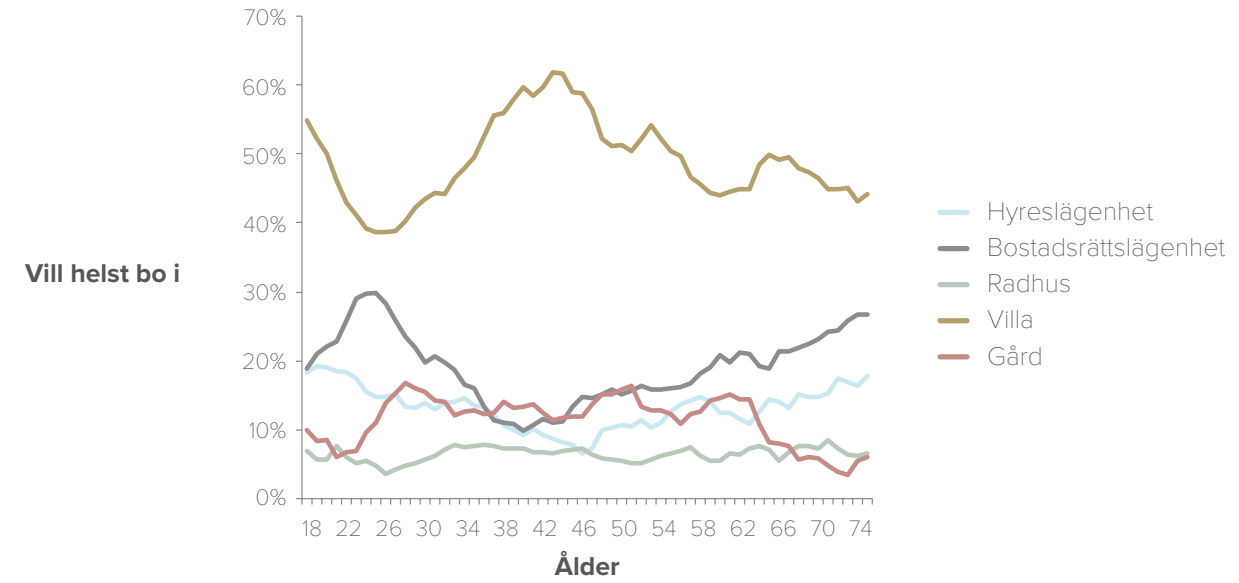


Bostadens olika värden sorterade efter det som är viktigast (nere i pyramiden) och det som är minst viktigt för svenskarna (längst upp i pyramiden). Källa: Stora Flyttstudien, Kairos Future.

Egen härd är guld värd

Naturligtvis vill inte alla svenskar bo i samma typ av bostad, men en genomgående vinnare är villan. Det gäller både med hänsyn taget till ålder och livsfas. Allra mest populär är villan hos personer som är i familjefasen med hemmavarande barn.

En titt på övriga boendeformer visar att bostadsrätten är mest populär hos yngre och äldre. Samma mönster gäller för hyresrätten, men den är allmänt sett mindre attraktiv. Gården har ett motsatt åldersmönster, medan radhusets popularitet är mer jämnt fördelad.



Vi är Svensson trots allt!

Trots att den dödförklarats, bespottats och förlöjligats lever Svenssondrömmen i allra högsta grad. Faktum är att många undersökningar bland ungdomar pekar på att idealet är starkare än på länge. Kanske beror det på att de visionära drömmarna är mer svåra att uppnå, särskilt i kombination med allt annat som krävs för att vardagslivet ska fungera.

Ljust och fräscht lever alljämt

Detta trots att budskapet om dess död fyllde arenorna när Fredrik Lindström och Henrik Schyffert turnerade. Fast, när skratten tystnat visar det sig att just det idealet är starkt hos de som vill bo i bostadsrätt. Det hamnar precis utanför pallen, men ses som viktigare än platsen där bostaden ligger, vilket framgår av den här tio-i-topplistan från Stora Flyttstudien, Kairos Future.

- # 10

i topp
1. Bra planlösning
 2. Att bostaden har balkong
 3. Bostadens läge
 4. Att det är ljust och fräscht i bostaden
 5. Själva platsen där bostaden är belägen (stad, ort, byggd...)
 6. Att det är tyst i bostaden
 7. Att bostaden har fint kök
 8. Bra förvaringsmöjligheter
 9. Att bostaden är mysig
 10. Inget behov av renovering

nära hus vill lagom kö tomt ljus liten modern
 b r a
 egen utsikt vet öppen samt närhet
 relativt enplanshus mysig belägen
 badrum planlös
 boende långt källare flera tak
 bostadsrätt rymligt gård äldre eget
 helst badkar lite lugnt bo
 naturen plan gammal lätt
 sjöminst natur lägenhet rymlig kö
 inglasad stora tomt pool
 utanför hög
 djur ytor många
 standard vacker hiss
 kommunikationer gammalt bostad
 färdig
 fint fin gott
 altan
 bekväm fräscht
 vill
 hav ute
 havet två
 runt stan
 litet hyra
 ganska vardagsrum högt
 nytt
 modern

a trädgård
 uteplats plats luftig
 skog bor planerad tvättmaskin
 möjlighet service
 natur nära kvm låg modernt sovrum tillgång
 ändå balkong läge utrymme
 stad garage billig tyst ca område
 tryggt större luftigt enplan ska väl bostaden centralt förvaring
 utrymme fräsch rum grannar
 fönster grönområden radhus enplansvilla affärer
 inga lugn öppna huset insyn
 vatten lätt skött
 mindre tillräckligt billigt

Textmoln över svenskarnas beskrivning av vad som ingår i en ideal bostad. Stora ord används ofta, små ord mer sällan.
 Fråga: Om du skulle beskriva den ideala bostaden för dig, hur skulle den vara? Källa: Stora Flyttstudien, Kairos Future.

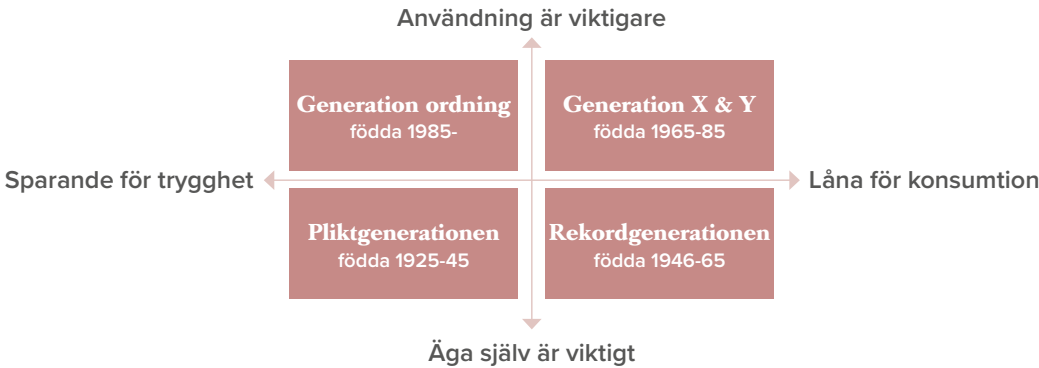
Så konsumerar svensken



Lite slarvigt skulle tidsandan i början av millenniet kunna summeras med: Jag konsumerar, alltså finns jag. Med ökade löner och högre krav på livet gick konsumtionen från att lösa grundläggande behov till att tillfredsställa tillfälliga begär. Köplust blev till ett livsstilsintresse. En gammal sanning är *du är vad du äger* och det uttrycker sig vanligen i att vi definieras av våra tillhörigheter. Att äga är en central princip, men kanske också en illusion, i det moderna västerlandet. Samhället är byggt på att vi äger våra tillgångar. För att förstå konsumtionsmönster och boeefterfrågan är det viktigt att se hur generationer skiljer sig åt.

Synen på pengar är en viktig skillnad. Är de till för trygghet eller är (lånade) pengar en möjlighet till ett bättre liv? Dessutom handlar det om synen på ägande. Är ägandet centralt eller är det möjligheten till användning som är viktig?

I matrisen visas översiktligt hur det här skiljer sig åt mellan generationerna. Tydligt är att yngre generationer prioriterar användandet före ägandet. Dessutom framgår att den yngsta vuxengenerationen är mer fokuserad på sparande snarare än att låna för konsumtion.



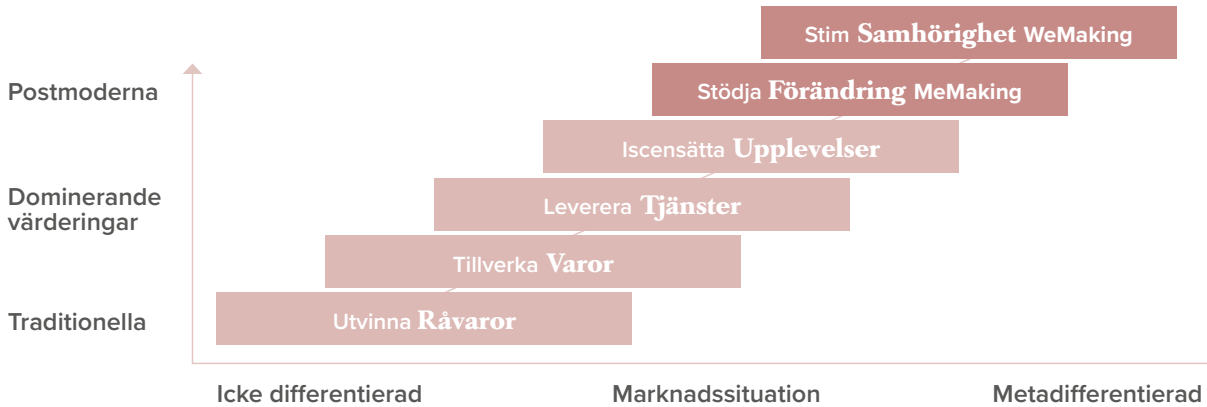
Upplevelser och gemenskap allt viktigare

Över tid är i stort sett alla utgiftsområden konstanta, så också boeudegifterna. Detta enligt SCB som regelbundet undersöker vad svensken lägger sina pengar på.

De förändringar som sticker ut är den stora ökning inom hushållstjänster som inträffade när rot- och rutavdragen infördes samt utgifter för kultur och fritid. Förändringen inom det senare stämmer väl överens med den förskjutning från materiella ting till upplevelser och tjänster som för närvarande pågår. I dag är det en stor konkurrensfördel för företag och

organisationer att erbjuda en stark upplevelse. Det gäller allt från vardagskonsumtion, resor och gåvor till bostäder. Vi lever i en komplex värld där upplevelser skapar sammanhang, samhörighet, identitet och berättar vem du är, eller vill vara.

Det här kan benämnas MeMaking, men samtidigt är det en tid där WeMaking tar för sig. Det är fortfarande upplevelser, men nu handlar det om att uppleva tillsammans. En upplevelseekonomi växer fram där samhörighet inom livsstilsgruppen stimuleras. Båda de här trenderna bidrar till att rita om konsumtionskartan, vilket framgår av bilden nedan.



Jaget och gruppen är allt



Ingen människa är en ö, det är en tanke som WeMaking förstärker. Vi är sociala varelser, men det som håller samman gruppen är i kraftig förändring sedan ett halvsekel.

Allt sedan den moderna konsumtionen slog igenom har livsstil utgjort en allt viktigare bas för identitet och konsumtion. Skillnaden nu är att gårdagens breda livsstilsgrupper (motorburen ungdom, idrottsintresserade, kulturkonsumenter etc) inte är relevanta. Om vi förr föddes in i gemenskaper (kollektiv) som var närmast givna – släkt, familj, klass etc – söker vi oss i dag till de identitets- och värderingsbaserade livsstilar vi känner mest samhörighet med. Det här är en utveckling som accelererat i takt med att internet och sociala medier tagit plats i våra liv. Följden blir en annan heterogenitet i samhället jämfört med tidigare sociala indelningar, exempelvis ursprung och resurser. Enkelt uttryckt pågår ett skifte från tilldelade till självvalda gemenskaper.

Andra skäl än tidigare får oss att söka gemenskap

Livsstilarna är samtidigt mer finmaskiga och komplexa. Var det förr nöjeslysten ungdom eller kulturkonsument som gällde kan det i dag vara motor- och teaterintresserad medelålders storstadskvinna med förkärlek för franskt vin och haikudikter. Oftast driver en kärna människor livsstilsgruppen (triben) framför sig. De lever helhjärtat enligt gruppens ideal. Runt dem finns en stor grupp supportrar som i varierande grad deltar och lever i gruppen. Många som lever hang around-liv gör det i flera livsstilsgrupper, varför de är svärdefinierade som konsumenter.

Ikke desto mindre är det centralt att förstå dem för att skapa goda liv på dessa individers egna premisser. Vad gäller boendet talar det för en förstärkt utveckling där personer inom en viss livsstil söker sig till kvarter och områden där de finner likasinnade.

I dag är det uppenbart i och med att enstaka byggnader eller kvarter, snarare än hela stadsdelar, attraherar olika grupper. Resultatet är en mikro-uppdelning av staden.

Vi söker nya förebilder idag

Ska du nå konsumentgrupper är två faktorer av särskild vikt.

- *Funktion – Livsfas.*
Var i livet en person befinner sig. Erbjudandet måste stämma in rent praktiskt i livet.
- *Emotion – Livsstil.*
Vilken slags livsstil en person identifierar sig med/vill uttrycka.

För att locka människor med erbjudanden om bra boenden krävs en djupgående förståelse av hur funktion och emotion samverkar. Den förståelsen ligger till grund för den kommunikation som skapas kring boenderbjudandet.

Kommunikationen måste signalera att avsändaren förstår den praktiska situationen men också att den förstår vilken slags samhörighet (livsstil) som mottagaren söker.

”Enkelt uttryckt pågår ett skifte från tilldelade till självvalda gemenskaper.”

Hållbar konsumtion — en väg till det goda livet?

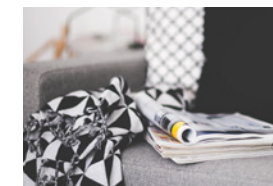


Mycket av vår konsumtion påverkas av vår omgivning och vi tar ett större ansvar när vi inte är anonyma. Att vara ansvarsfull och etisk är inte alltid naturligt utan måste sättas i en social kontext. Dessutom påverkas våra konsumtionsmönster av trender, normer och idéer. Slutsatsen är att vad och hur vi konsumerar är en social fråga i hög grad.

En allt större grupp i dag är conscious consumers. För dem är etiska och samvetsfulla köp en avgörande markör, även när omgivningen finner det obekvämt. De har tät kontakt på sociala medier och delar flitigt tips om såväl hållbar konsumtion som hur man sparar på bästa sätt.

Vid en analys av gruppen syns att etisk konsumtion inte är förbehållen medelklassen eller andra indelningar baserade på kön, socio-ekonomisk tillhörighet, etnicitet, ålder eller utbildning. Gruppen skär genom alla samhällsklasser och påverkar aktivt den stora massan som försöker förhålla sig till den här högljudda gruppen samvetsgranna konsumenter.

En stor del av den här gruppen benämns LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability). De har ett starkt fokus på välbefinnande och hållbarhet – i flera dimensioner. Huvuddelen är kvinnor och de lever främst i större städer i västvärlden, men gruppen växer också snabbt i framförallt borte Asien.



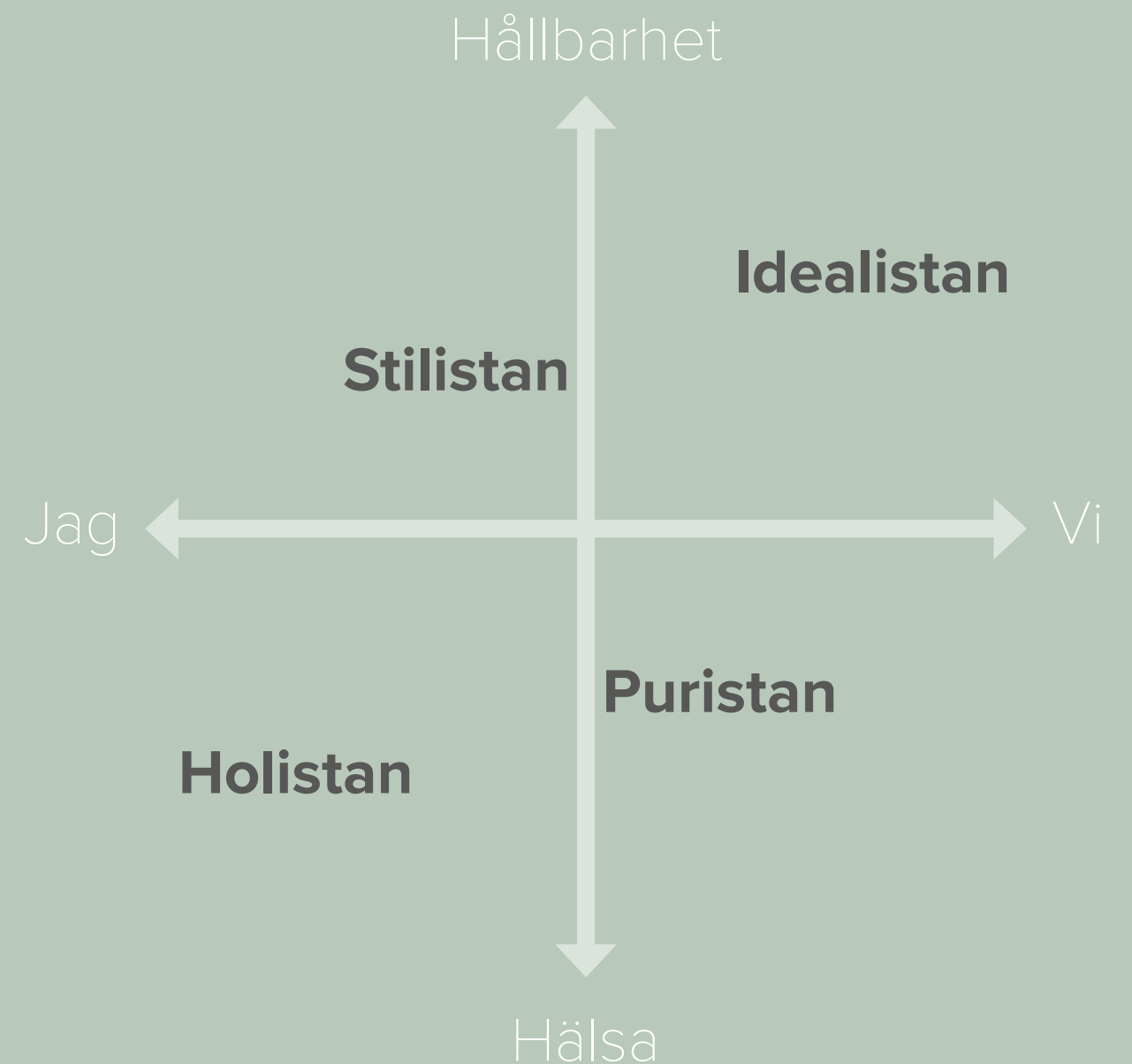
Det här är ingen smal grupp konsumenter. Enligt TNS/SIFO hör cirka tre miljoner svenskar dit, vilket visar sig i konsumtionsmönster och värderingar. Det är lite vanskligt att peka ut vissa karaktärsdrag utöver intresset för hållbarhet och hälsa, men från Stora Flyttstudien framgår att fyra områden särskilt utmärker dem:

1. **Arbete/familj/vänner**
2. **Samhällsfrågor/politik/miljö**
3. **Träning/hälsa**
4. **Design/inredning/mode/stil**

”Vad och hur vi konsumerar är en social fråga i hög grad.”

Möt dina fyra nya grannar

Patriam har med hjälp av Kairos Future identifierat fyra nyckelgrupper som ofta går före andra konsumenter i strävan mot ökad hållbarhet. De ingår alla i LOHAS-målgruppen, men har lite olika bevekelsegrunder när det gäller hur de vill förändra världen till det bättre.





Stilistan – den estetiska

Stil och design med eco-touch lockar stilistan både när det gäller kläder och inredning. Men, glöm skogsmulle, här är det stil, medvetenhet, kvalitet och hållbarhet som gäller. För stilistan är det viktigt att våga sätta trender snarare än att följa dem och de har stor påverkan på andra konsumenter. Second hand och ruralromantik lockar, men filtrerat genom storstad och högre pris.

Etik är en viktig fråga, men sekundär jämfört med känsla och uttryck. En stilista betalar gärna lite mer för hög kvalitet och väljer gärna ekologiskt. Boendet ska vara estetiskt genomtänkt, men får inte se ut som i en inredningstidning. Hemmet måste vara stilistans eget och spegla dess egna preferenser. Färgmässigt blandar gärna stilistan grundtoner med accentuttryck.



Puristan – barnens förkämpe

Att undvika gifter och ohälsa genom att befria livet från onaturliga material, kemikalier, och plaster är centralt för puristan, särskilt om denne är förälder. Gruppens drivkraft är barnens väl och ve. Bonusen är att det medför ett samhällsansvar. Det etiska är viktigt och går mot medveten, rättvisemärkt konsumtion. På många sätt gör det gruppen prylgalen snarare än minimalistisk trots att den är konsumtionskritisk. Det handlar dock främst om slit-och-släng-industrin. Är produkterna/tjänsterna naturliga och bra köper de gärna.

Puristan söker kontroll och är tydligt faktasökande. Den är en tuff köpare som ställer hårda krav på såväl företag som sig själv. Vad gäller boendet är idealet det minst urbana. Eget hus är mest för familjens skull, däremot är miljön för barnen A och O. Puristan kräver dock sin egen oas i hemmet och söker ett uttryck som kan delas med likasinnade i sociala medier. Ofta är de stildrivna, även om de vill förmedla hur det förstärker bilden av dem som kreativt hållbara och naturliga.



Holistan – den hälsomedvetna

Mat och träning är vägen till njutning, balans och harmoni för holistan, den mest individuella och minst etiska av de fyra. Att resa långt, trots miljöbelastningen, är inget som stör. Jakten på balans kan kantra över i jakt på perfektion. Dessa krav botas ofta med mys. Holistan är urban, men söker lantliga andningsrum i form av spa eller sommarstuga.

Holistan har en stor plånbok och fokuserar på må-bra-konsumtion. Tjänster och upplevelser är minst lika viktiga som prylar och skrytfaktorn är hög på Instagram (vilket stressar andra holistas).

Boende för holistan handlar mycket om balanspunkter och kontemplation. Antingen ryms de i bostaden eller så finns bostaden på en plats med utrymme för detta. Köket är ett centralt rum som säkerställer näringsintaget och bjuder på en såväl inbjudande som praktisk miljö.

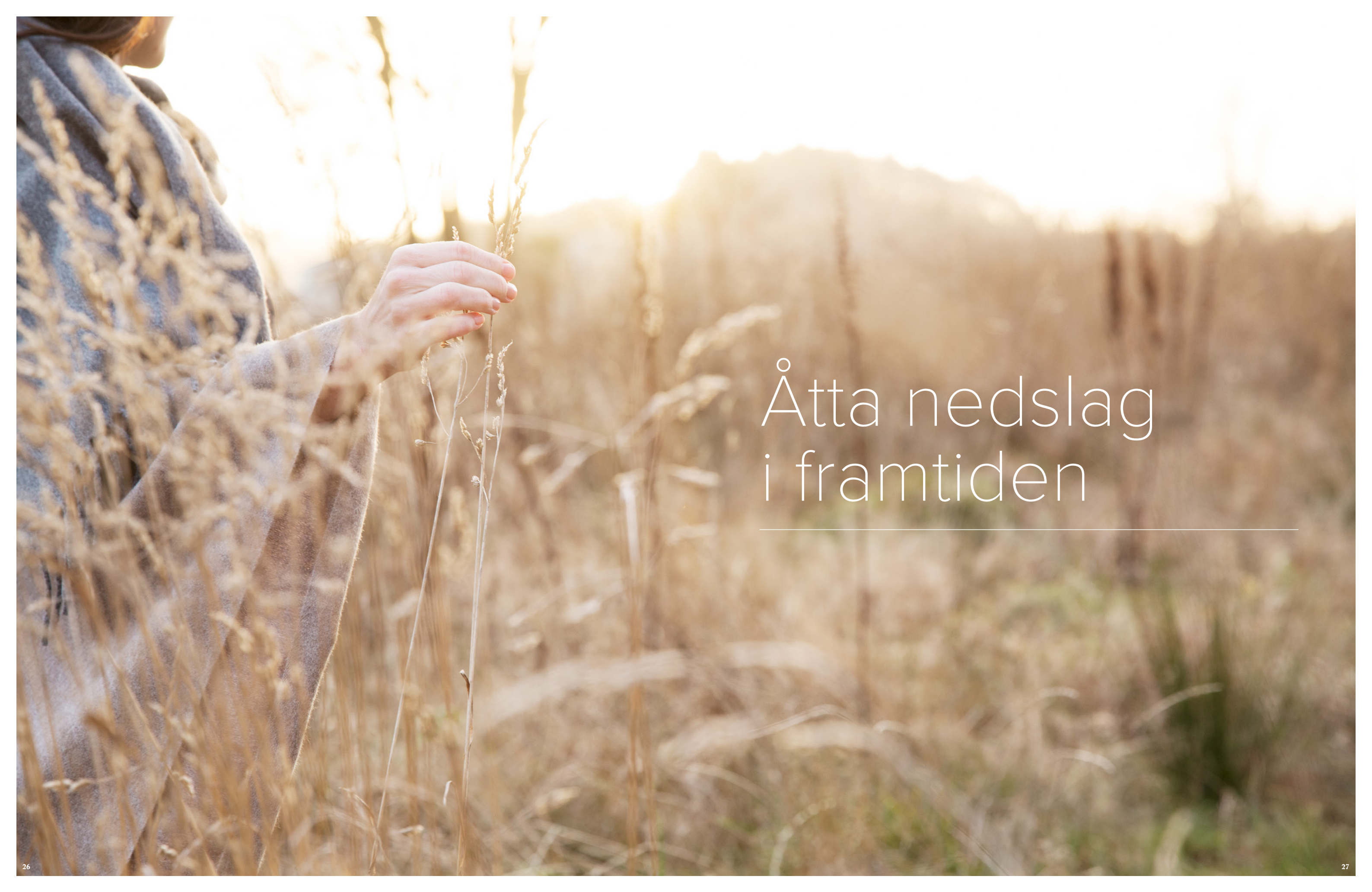


Idealistan – den etiske aktivisten

För idealistan är ett etiskt och hållbart samhällsperspektiv ett markant förtecken. Att konsumera medvetet och rättvisemärkt är självklart och kraven på företagens sociala och ekologiska hållbarhet är höga.

Idealistan vill att andra tar betydligt mer samhällsansvar och föregår gärna med gott exempel. Den är en aktivist och deltar hellre i gräsrotsrörelser, volontärarbete och klimatmarscher än skänker till välgörenhet. Nykollektivism är något som förespråkas rejält.

En idealista ser sig gärna som en sten i skon på företag som missköter sig. Den är inte emot all konsumtion, men har en stark aversion mot det ohämmade köpandet. Engagemanget är ofta altruistiskt och konsumtionen positiv genom att etiskt riktiga alternativ aktivt väljs. Idealistan hyllar gör-det-självtanken av såväl ideologiska som ekonomiska skäl. Återbruk är bättre än att köpa nytt och samnyttjande av prylar och tjänster en självklarhet. Klädbytardagar och loppisar är ofta organiserade av en idealista.

A person wearing a grey and white plaid shirt is shown from the side, holding a single stalk of grain. They are standing in a field of tall, golden-brown grass. In the background, there are rolling hills or mountains under a bright, hazy sky, suggesting a sunset or sunrise. The overall mood is peaceful and contemplative.

Åtta nedslag i framtiden

Säg hej till sensorekonomin



”Fakta som beslutsunderlag är inget konstigt, men vi är på väg in i en tid där mängden tillgänglig information och fakta kommer att explodera.”



Siffror är det nya svarta

I filmen Moneyball (2011) beskrivs hur sportchefen i ett mediokert basebollag väljer att styras av siffror när det gäller spelarnas prestationer snarare än talangscouters bedömningar. Genom att låta fakta styra värvningar och coachning skapas den längsta vinnarserien någonsin. Det kallas numera Money-balleffekten och blir allt viktigare inom idrotten, men självklart är fakta och siffror lika viktiga beslutsverktyg i andra verksamheter.

Fakta som beslutsunderlag är inget konstigt, men vi är på väg in i en tid där mängden tillgänglig information och fakta kommer att explodera. En ofantlig mängd uppkopplade sensorer kommer att kunna kommunicera med varandra och skapa ett helt nytt beslutslandskap.

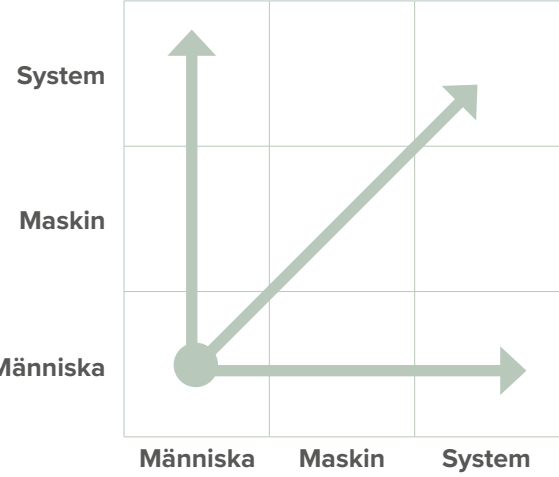
It-jätten Ericsson spår att det år 2020 kommer att finnas 50 miljarder internetanslutna enheter i världen. Lägg på ett decennium och estimatet är tusen uppkopplade sensorer per person. Alla former av beslut, styrning och ledning, såväl i samhället som i privatlivet, kommer att revolutioneras.

Överallt – agenter

Sensorerna är bara en del av revolutionen. Digitala agenter med artificiell intelligens växer fram i rasande

takt. De tar in och interagerar med varandra och alla de uppkopplade enheter som fyller vår värld. Sammantaget kallas detta Internet of Things (IoT). Agenterna kommer snabbt lära sig vem du är och vilka dina behov och önskemål är. Du kommer att få förslag på saker du inte visste att du ville ha, men som du kommer att gilla när du ser dem. Embryot till detta ser vi redan i dag på många e-handelssajter.

Vad som bär agenterna i morgon vet ingen säkert i dag. Kanske utvecklas mobilerna och wearables till självständiga rådgivare och beslutsfattare. Kanske blir det någon form av virtual reality.



Ett exempel på digital agent som är på väg att slå igenom är Microsoft Hololens. I dag används den i bland annat bilindustrin. Där skapar den redan på ritbordet nya upplevelser och en känsla för hur bilen kommer att uttrycka sig i den verkliga världen.

Hög tid att visualisera det goda livet

På samma sätt kommer fastighetssektorn att revolutioneras när människor kan visualisera sitt kommande boende med de egna möblerna på plats långt innan bostaden ens har sålts eller byggts. Att våga hjälpa människor visualisera det kommande boendet blir en nyckel för den som vill bidra till det goda livet.

Vi kommer att omgärdas av smarta lösningar som ger råd och hjälper oss till ett gott liv utifrån våra preferenser. Redan nu finns det inom hälso- och träningssektorn där digitala agenter bistår med kost- och träningsråd, påminner om att det är dags att träna eller tid för att sova med mera. Tydligt är också hur automatiserade och självreglerande system för styrning av hus och hem, elförsörjning, logistik och leveranskedjor utvecklas.

Ett exempel (från USA) är Fountain, en gratisapp där experter bistår privatpersoner med alla möjliga tips om hur bostäder sköts. På en makronivå har Boston med flera städer i USA tagit fram system som övervakar

alla stadens nyckelfunktioner i realtid och ger viktiga beslutsstöd. Det här förändrar all kunskap om vad som skapar värde i en fastighet. Sitter någon på högkvalitativ data om kunder och användare är det guld värt. Med andra ord bör bostadsutvecklare fundera på vem de ska liera sig med när husen ska bli smarta.

Fastigheten – en smart dejtingapp

Matchmaking är centralt i det digitala livet. Dejting-appar har länge använts för att hitta en livspartner, men fler och fler områden drar nytta av det här tankesättet. Bland annat erbjuder flygbolaget KLM konceptet seat and meet där resenärer kan välja vem de vill sitta ihop med utifrån matchning av profiler på LinkedIn, Facebook och Google+.

Än så länge är inte lösningarna för hemmet så långt gångna. Det finns communities som Eatwith och AirDine (middagssällskap), men det finns många områden där livet i hemmet skulle bli mer levande om någon tog stafettpinnen och försökte mäkla samman folk. Det kan handla om att säkerställa ett trevligt grannskap innan inflyttning. Eller gjuta liv i ett kvarter, byggnad eller område när det uppförts. Det här är en häftig utmaning för byggare och bostadsutvecklare. Byggnaderna ska sjuda av liv även när byggjobbarna har gått hem. Hur säkras det?

Makalösa manicker

”Självkörande bilar och torktumlare som återvinner vatten och energi är redan under utveckling. För att inte tala om helt nya lösningar som vådrobotar och robotkockar.”

En automatisk förändring

Det är inte bara smarta system som växer fram. Mycket av det vi alla är vana att göra manuellt går mot automatisering och robotisering. Inom det här området finns en uppsjö smarta lösningar som inom kort skapar en ny typ av vardag för oss. Robotar kommer definitivt att bidra till det goda livet.

Redan i dag avslöjar en promenad i villakvarter hur gräsmattorna tagits över av robotgräsklippare. Inne i allt fler bostäder jobbar deras kusiner – robotdammsugarna – oförtrutet. Och det väntar en hel del ytterligare. Självkörande bilar och torktumlare som återvinner vatten och energi är redan under utveckling. För att inte tala om helt nya lösningar som vådrobotar och robotkockar.

Äntligen blir 3D nyttigt

De flesta av oss har väl sett filmer med konstiga glasögon och sen undrat om det där med 3D är något att ha. Det är det. 3D-skrivarna har slagit

igenom och kan redan nu skriva ut allt från reservdelar till mänskliga vävnader och hamburgare, och de utvecklas snabbt. Bredvid i kön står drönarna. Här talas om möjligheter att leverera varor till folk utan att det krävs någon förare. På samma sätt kommer självkörande bilar, bussar och andra fordon att i grunden förändra allt från hemleveranser till kollektivtrafik.

Ovan nämnda lösningar kommer på olika sätt att förändra logistiken och varuförsörjningen i hushållen. Hur kan bostadsutvecklare planera för detta? Måste det finnas utrymme för en 3D-skrivare i huset så att de boende inte behöver åka iväg för att handla reservdelar eller extra skruvar? Kanske blir det krav på en landningsplats för drönare så att paket kan levereras? Hur tas förarlösa fordon emot?

De nya teknikerna ställer en mängd frågor. Och redan nu bör bostadsutvecklare fundera på svaren om de ska kunna säkra det goda livet i morgon.

7°C

08:01

Auto Pilot ending
Hold both paddles to take
over the drive

Next:
Autonomous driving ends at Eriksbergsmotet

Alla vill in.
Vem släpper vi in?

”I dag ska butlern inte bara vara en artig
dörröppnare och veta hur en middag
dukas upp. Nu önskas det it-kompetens.”

Delningsekonomin växer fram

En dominerande trend i dag är att alla vill vara hushållens bästa vän. En mängd aktörer satsar på lösningar kring vardagstjänster, från concierge- och butlerlösningar till lösningar med bas i delnings-ekonomin. Digitaliseringen har gjort det möjligt för såväl etablerade aktörer att bredda sig som att öppna marknaden för riskvilliga nykomlingar. Telia erbjuder inte bara kommunikationslösningar, de har också it-stöd och e-hälsolösningar i portföljen. Bland färskare företag kan Urb-it nämnas, en slags Uber för hemleveranser av paket. Här är idén att boende i city (tjänsten finns bland annat i Stockholm, Paris och London) inom en timme ska få leveranser. Speditören är en privatperson som använder ett miljövänligt fordon, cykel eller åker kollektivt.

Leverans utan mottagning – ja tack

Tröskeln för hemleveranslösningarna stavas bättre system. E-handeln växer enormt, men än finns inga tillfredsställande lösningar när det gäller smidiga hemleveranser utan att kunden är hemma, så kallad omni-delivery. Men, saker händer även här.

Postnord, ICA och låsföretaget Glue har ett färskt samarbete där en speditör ges tillträde till lägenheten under en kort period och då kan leverera maten samt plocka in varorna i kylan. Den som bygger bostäder måste fråga sig: vem ska jag släppa in i hemmen och fastigheten för att säkra det goda livet? För även om vi går mot en allt mer uppkopplad värld håller personlig service på att bli en nyckelfråga.

Butler 2.0

I linje med det får butlern en renässans. Fast, i dag ska butlern inte bara vara en artig dörröppnare och veta hur en middag dukas upp. Nu önskas det it-kompetens för att hantera ljudsystemet, datorn, teven, streaming-tjänsterna och se till att det där smarta hemmet fungerar som det är tänkt.

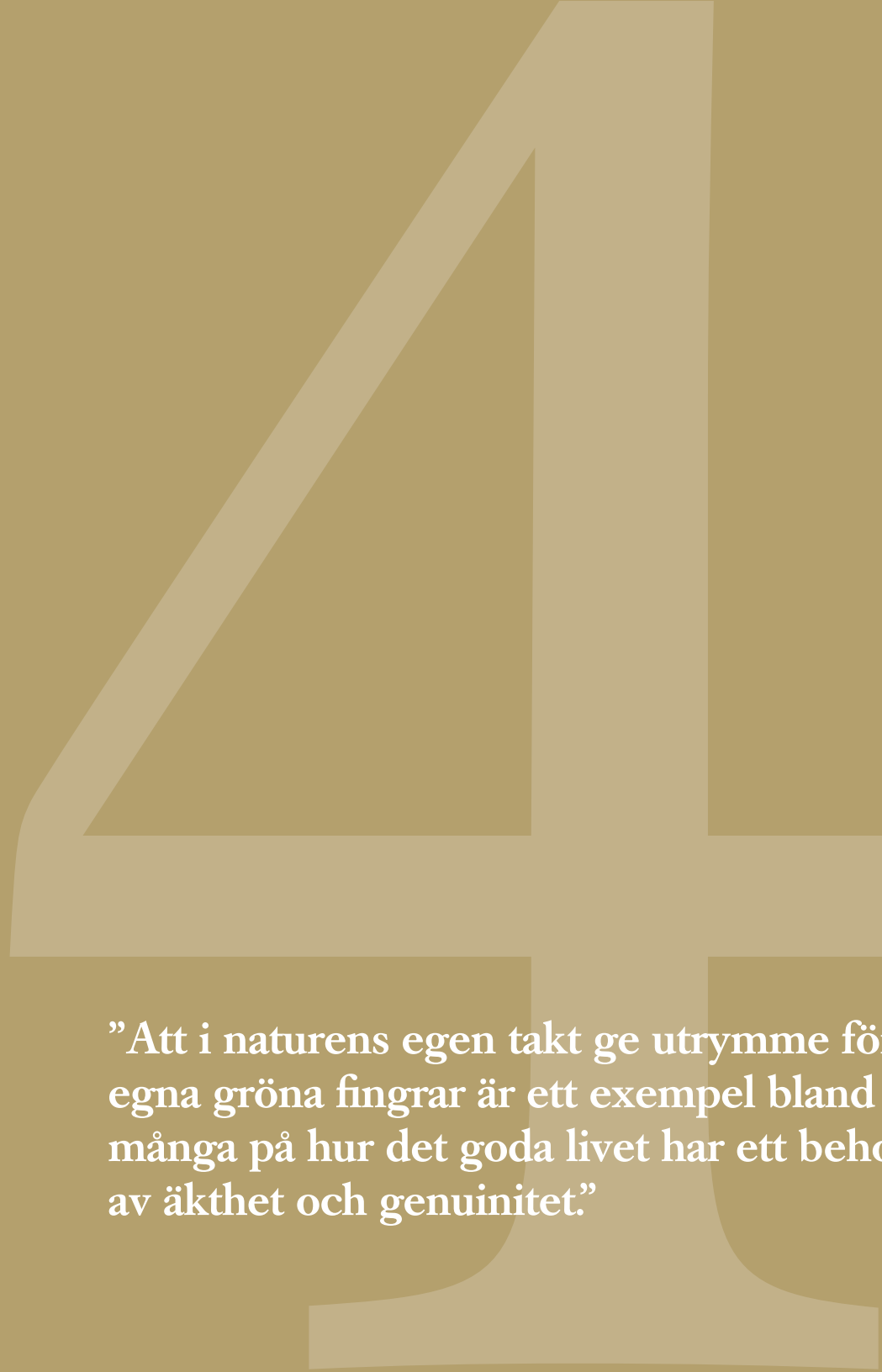
Fler delningslösningar poppar också upp. Några exempel är Taskrunner (extra hjälp till hemmet av personer som råkar bo i närheten), City Co Pilot (conciergetjänster för AirBnB-användare) samt Hotel Cloud (en conciergetjänst för allt från hotell och B&B:s till privata hem och företag).

🗨 Patriam kommenterar

Vem gillar att vara hemma klockan 17-21 eller gå runt till 3-4 olika utlämningsställen beroende på vem som levererar paketet? Hemleverans av varor är något vi arbetar aktivt med och som påverkar utformningen av våra bostäder. Folk måste kunna ta emot varor, även när de inte är hemma.

Ett beteende där budbilar levererar livsmedel istället för att alla kör till affären själva är dessutom mer hållbart. I ett av våra projekt skissar vi på en form av servicerum där paket och varor kan hämtas och lämnas för vidare distribution. Vi tror även att tjänster som massörer, frisörer, kemptvätt och annat kommer att behövas ges plats där vi bor. Det blir en del av det nya sättet att leva.

Ibland vill
du lukta på
blommorna



”Att i naturens egen takt ge utrymme för
egna gröna fingrar är ett exempel bland
många på hur det goda livet har ett behov
av äkthet och genuinitet.”

Avkoppling och nedkoppling

Som en motvikt till det uppkopplade, digitala och hetsiga märks en tydlig ökning av intresset för trädgård, odlande och längtan efter gröna lungor.

Inte minst i städerna är rurbanism – en kombination av den rurala, lantliga livsstilen och ett liv i den täta vibrerande staden – en stark trend. Allt fler växthus på taken, odlingslådor i gaturummet och ett nyväckt intresse för koloniträdgårdar. Inte sällan kopplas de här intressena samman med leverans av grönsaker till lokala restauranger. Växthus på taket – lagad mat i bottenvåningen.

Många gånger handlar det dock inte bara om möjligheten att odla. En lika viktig aspekt är det grönas inverkan och läkande effekt på den stressade storstadsmänniskan. Att i naturens egen takt ge utrymme för egna gröna fingrar är ett exempel bland många på hur det goda livet har ett behov av äkthet och genuinitet.

Trenden förstärks även av en ökande insikt om kopplingen mellan gröna miljöer och hälsa. I dag föreskriver allt fler läkare motion på recept. För många innebär schemalagda promenader i grönområden en chans att röra på sig och erbjuder samtidigt en lisa för själen.

Nya husdjur på väg

Sedan länge har katter och hundar befordrats från husdjur till familjemedlemmar. Nu går trenden mot nyttiga husdjur. Där det tidigare stod hundkojor rymt i dag istället hönshus och bikupor. Även trenden med insekter som bas för matlagningen kan komma att kräva nytt utrymme. För den som så önskar finns redan nu insektsodlingslösningar om en god proteinbas i matlagningen önskas.

Cirkeln är slut. Det öppnar för det goda livet.

Ekonomin har länge byggt på mer eller mindre slit-och-släng-mentalitet. Kostnaderna för nya varor har varit så låga att det inte lönat sig att ta hand om avfallet till skillnad från bondesamhällets mantra om att inget-får-förfaras. I dag talar mycket för ett genombrott för det som kallas cirkulär ekonomi – ett ekonomiskt system där material och energi cirkulerar i prissatta slutna kretslopp. Basen utgörs av principen att avfall inte existerar samt en maximal användning av förnybar energi. Det kräver en medveten design av hela processen samt hög kvalitet så att materialet kan användas flera gånger.

Återvinning är en självklarhet

Digitaliseringen, smarta tjänstelösningar, men också ökade hållbarhetskrav och nya tankesätt driver den här utvecklingen. Många affärsidkare ger rabatt om du lämnar in gamla textilier. Däcktillverkaren Michelin har slutat sälja däck till sina storkunder. Dessa leasar däck istället, vilket skapar en helhetslösning som förbättrar kundernas transportekonomi samtidigt som Michelin bidrar till ett hållbart samhälle genom att ta hand om däcken efteråt.

För bygg- och fastighetsbranschen är den cirkulära ekonomin inte bara en fråga om att samla in avfall. Det handlar om samarbeten med nya aktörer. Kanske blir det energibolagen eller återvinningsföretagen. Kanske en ännu okänd typ av aktör. Samtidigt kommer branschen möta krav på att bättre ta hand om det egna material som används vid byggande och renoveringar. Inte minst med tanke på att byggavfall i dag står för de i särklass största volymerna avfall som inte hanteras på annat sätt än deponi, vilket samhället vill minimera.

Den cirkulära ekonomin kommer att utmana branschen mer än vad många föreställer sig. Hållbarheten kräver en rejäl ansträngning för branschen, men för den som vill bidra till det goda livet är cirkulära principer och modeller en självklarhet.

☉ Patriam kommenterar

Kan du inte komma till naturen får naturen komma till dig. I dag ser vi att det ekologiska och gröna är en allt oftare sökt motvikt till det uppkopplade och stressiga livet. Därför har vi upptäckt att orangerier är attraktiva i stadsmiljön. I en värld av compact living är orangeriet den nya trädgården.

På bara sju kvadratmeter kan de boende skapa sin egen privata stadsodling. Det är inomhus, det är grönt året om. En målbild, som är verkligt häftig, är att bygga ett Bosco Verticale (Den vertikala skogen) i Stockholm. De här husen i Milano har tillsammans cirka 900 träd, snacka om gröna lungor i storstaden.

Vi delar gärna
vår glädje

**”För bostadsutvecklare som vill erbjuda
människor ett gott liv blir det allt viktigare
att underlätta sociala aktiviteter.”**

Mötet tar mer plats

Jag, jag, jag – det var länge ett mantra när det gäller individers värderingar. Det där börjar klinga av i dag. Visst, vi vill fortfarande bemötas som individer, men det finns en högst påtaglig längtan efter gemenskap. Och det är en rekyl som är starkast bland yngre svenskar. Vi vill känna samhörighet och vara del av en grupp.

Det finns starka strömningar som påminner om en slags nykollektivism, om än inte politisk à la 1970-talet. Det här präglar många vardagsuttryck. Det skapas praktiska lösningar för gemensamma aktiviteter, men framförallt lockas vi allt mer av sociala ytor och aktiviteter.

Kaféer och juicebarer tar mer plats i köpcentra. I våra hem sneglar gestaltningen allt mer mot de sociala ytorna. Trädgårdar ersätts med trädäck där soffgrupper och stora bord inbjuder till möten. Köken är inte längre en plats att laga mat i. Där umgås vi samtidigt som grytorna puttrar. För bostadsutvecklare som vill erbjuda människor ett gott liv blir det allt viktigare att underlätta sociala aktiviteter.

Goda grannar?

Att ha grannar är dubbelbottnat. I och med att betydelsen av identitetsbaserad livsstilstillhörighet ökar bosätter vi oss annorlunda. Människor väljer inte bara utifrån vilka grannarna är, utan också med tanken att hitta en lagom interaktion.

En relation med grannarna är önskvärd, då den ger en grundläggande trygghet. Samtidigt vill vi inte komma för nära dem och bli beroende av dem. Ett bra riktmärke är: på armlängds avstånd.

Kollektivet är tillbaka

En växande skara människor söker kollektiva lösningar och grupperingar, om än mer till följd av praktisk gemenskap än 1970-talets ideologiskt präglade kollektivrörelse.

Några exempel:

- **middagsgemenskaper** (mikrokollektiv)
- **gåbussar** – familjer organiserar gemensam hämtning/lämning på förskola
- **inköpsorganisationer** – à la Kundkraft som förhandlar om elleveranser med elbolagen för stora kundbaser
- **bilpooler** – växer redan rejält, men spås öka kraftfullt kommande år

Tänket stötts och förenklas av alla de snabbt växande digitalt baserade plattformar för delningsekonomi som finns. Att AirBnB på kort tid har förändrat hotellbranschen och att de flesta biltillverkare i dag håller på att ge sig in och skapa en egen variant av bilpoolslösning är uppenbart. På samma sätt växer liknande lösningar fram för kläder som används sällan, till exempel balklänningar och andra festkläder.

Vill vi dela vardagen?

Värt att påminna är att det är varor som köps och används sällan vi vill dela. För de flesta handlar det om en avvägning. Är kostnaden för boken att inte ha omedelbar tillgång till lösningen lägre än kostnaden för att skaffa ett eget exemplar eller inte?

Således är det bara en av sex som instämmer i påståendet: att äga saker är mest till besvär. Och bara en av fyra försöker köpa begagnat/second hand så fort det går. Intressant nog uppger samtidigt två av tre att de har för många prylar. En analys av det är att om det kommer fram tillräckligt bra delningslösningar är fler villiga att avstå ägandet, inte minst om det samtidigt gör gott för klimatet.

Att hjälpa människor hantera prylar är viktigt, vilket IKEA har insett. I dag är deras förvaringslösningar ett av deras mest lönsamma segment. För bostadsutvecklare som vill bidra till det goda livet är tekniska lösningar som hjälper till att nyttja svårnådda utrymmen för förvaring av sällan använda prylar värda att beakta.



🗨 Patriam kommenterar

Nykollektivismen hyllar och stärker vi gärna. Bilpoolerna blir fler och större, och även i bostadsrättsföreningen vill folk dela på saker. Vi har exempelvis utvecklat hobbyrum i vissa projekt och tänker oss även att de boende kan dela på verktyg.

Överlag ser vi en trend och möjlighet att flytta funktioner från lägenheten till gemensamma ytor, vilket minskar ytan bostäderna behöver. I flera av våra projekt har vi utvecklat gym och orangerier och i några ingår vinkällare och delade takterrasser i planerna.

Rutiner, överraskningar och nytänk

”I dag ser vi många intressanta exempel på boendelösningar som blandar och ger. Dels kan resurser nyttjas på ett hållbart sätt, dels skapas utrymme för det goda livet.”



Hemmet kan vara så mycket mer

Livet är en balansgång mellan vardag och utmaningar. Samtidigt som mycket går på rutin önskar vi hjälp att få till en lagom utmanande blandning. Vi vill att livet ska överraska oss. I dag ser vi många intressanta exempel på boendelösningar som blandar och ger. Dels kan resurser nyttjas på ett hållbart sätt, dels skapas utrymme för det goda livet.

Tidigare nämndes att funktionsseparering varit ett mantra. Allt – jobb, fritid, boende, inköp – har bestämda platser. I dag går trenden mot koncept där samma byggnad integrerar flera funktioner. Kontor och affärer, gym och butiker, butiker och bostäder, bostäder och hotell, bostäder och sjukhus är bara några exempel.

I Sverige är kvarteret Orgelpipan (centrala Stockholm) det tydligaste exemplet, men utomlands finns en mängd exempel på hur goda boendemiljöer kan samsas med exempelvis en saluhall (Markthal, Rotterdam) eller kombinera kontor, boende, shopping och konsthall (The 2 Girls Building, Melbourne).



Tvättstugan – en plats att längta till

Ibland samnyttjas resurser i mixade byggnader, exempelvis gemensam reception, hälsoklinik eller restaurang. Andra gånger är det helhetskoncept där allt ingår och skapar lösningar som levererar ett bekymmerslöst boende.

Den växande delningsekonomin sträcker sig bortom smarta plattformar och når även fasta ytor. Visst, vi har haft utedass på gården och gemensamma tvättstugor, men skillnaden är att det nu inte bara är påvra, funktionella miljöer.

Nu finns lösningar där delade funktioner ges varma och inbjudande miljöer så att du vill hänga i tvättstugan även när du inte har någon tvätt att ta hand om. Ett exempel är New York-konceptet SixtyFourCondo med ett gemensamt bibliotek, en tvättstuga som ser ut som en hotellounge och fitness- och gymutrymmen som kan mäta sig med lyxiga träningsklubbar.



Flexibiliteten är orubblig

I dag suddas gränserna mellan det privata och det professionella ut, främst i storstäderna. Mer än hälften av svenskarna är ständigt tillgängliga tack vare att de har jobbmejl i mobilen. Andra studier visar att anställda hävdar att de jobbar mest effektivt utanför arbetsplatsen, exempelvis på kaféer. Det har skapat ett nytt fenomen – hoffice – där personer som vill jobba hemma upplåter sitt hem för andra med samma behov.

Ett annat exempel är hur ungdomar ser kollektivtrafiken och tunnelbanan som ett förlängt vardagsrum. Där äter de, umgås och spanar in folk. Det privata och det offentliga blir ett.

Multifunktion och Pop Up

Byggnader kan också temporärt användas på olika sätt. Hotellkonceptet Zoku i Amsterdam är en hybrid mellan ett traditionellt hotell och lägenhetshotell. Här möts boende och arbete och rummet/lägenheten kan enkelt justeras så att det blir mysigt, affärsmässigt eller någonting mittemellan beroende på funktion och humör. Normalt dominerar sängen ett hotellrum. På Zoku är det köksbordet. Det funkar som arbetsplats, används vid middagsbjudningar eller så lägger du huvudet på det efter en utmattande arbetsdag.

Pop Up-lösningar är ett annat exempel. I köpcentra märks sedan en tid tillbaka hur tillfälliga affärer nyttjar öppna torgtor och säljer allt från mobilabonnemang till bröd. De är fasta installationer, men inte permanenta.

Samma tanke smyger sig in på bostadssidan. Den omfattande bostadsbristen på många håll i världen tvingar fram snabba och mer extremtemporära bostadslösningar. Det handlar inte bara om slappt gestaltade paviljonger utan medvetna,

framtidssinriktade designlösningar. Ett exempel är franska Pop Up House vars smart designade modulhus också är passivhus med en minimal energianvändning. Deras lösning visar att det temporära inte behöver stå i kontrast till det hållbara.

Ett hållbart ombyte

Den framväxande delningsekonomin skapar också bostadsalternativ för extremnomaderna. Det finns möjligheter för lösa temporära kollektiv att hyra in sig i bostäder via AirBnB eller liknande under kortare perioder, beroende på hur regleringarna kring den typen av tjänster utvecklas. Nedanstående citat från bloggofären illustrerar den efterfrågan som driver fram mer temporära bostadslösningar:

”Måste jag... välja ett ställe? Om jag var stenrik och fick bo hur jag ville, skulle jag ha flera hem. En villa i Sverige någonstans, en lägenhet i Tel Aviv, en lägenhet i London, en lägenhet i L.A. eller San Francisco (eller båda), ett hus på stranden någonstans runt Medelhavet, något litet på Nya Zeeland... något överallt där jag vill vara.”

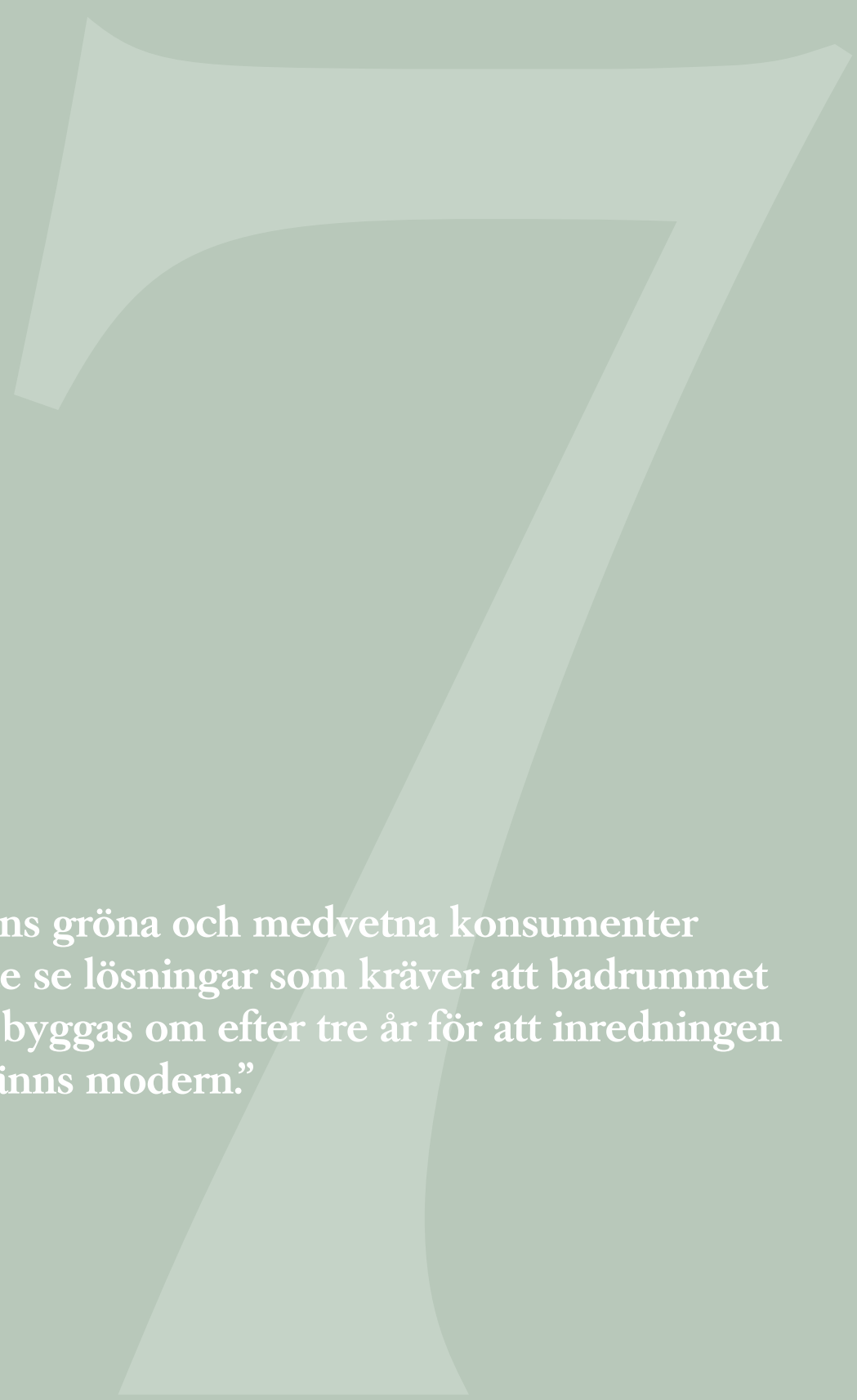
Citatet visar att flexibilitet är ett av de mest centrala orden att ta fasta på för den som vill erbjuda boende det goda livet.

Delningsekonomin handlar inte bara om effektivt och smidigt resursutnyttjande utan om att ge människor chansen att leva som de vill. De behöver inte låsa in sina tillgångar i fast ägande utan kan sprida dem och dela dem med andra och på så sätt öppna upp tillvaron för ett mer flexibelt liv.

Även semesterbostadskoncept som Holiday Club i Åre erbjuder denna flexibilitet. Förutom att du har en traditionell time-share-bostad där, ges du tillträde till lägenheter över hela världen.



Hållbar design — det enda hållbara



”Dagens gröna och medvetna konsumenter vill inte se lösningar som kräver att badrummet måste byggas om efter tre år för att inredningen inte känns modern.”

Stadslivet grönskar

Det finns, som sagt, ett ökande intresse för trädgård, odling och gröna miljöer. Samtidigt efterfrågar allt fler den genuina stadens kvaliteter och utbud snarare än småstadens eller den förvuxna tätortens miljö. Ganska få storstadsbor (18 procent) drömmer om ett liv på landet och ännu färre landsbygdsbor (6 procent) vill flytta till staden. Istället går trenden mot ökad rurbanism.

Att vara ekologiskt medveten förknippades länge med en ovilja att hänga med i modetrender och andra uttryck som den stora massan tyckte var viktigt. Det var snarast ett sätt att visa sin särart i de mer extrema grupperna när någon klädde sig och inredde sitt hem på ett sätt som var långt från Vogue.

Eco-chic är på modet

I dag ser det annorlunda ut. Det finns ingen motsättning mellan eko och snyggt. Tvärtom präglar eco-chic åtskilliga av de nya lösningar som svarar på folks längtan efter rurbanism. Det handlar om odling, höns, kompostering och så vidare, men med en utformning som tilltalar den moderna storstadsmänniskan.

Nu finns exempelvis snygga stadshönshus eller miniväxthus för hemmabruk som tål att stå framme i finrummet. Och vill/kan du inte bygga en riktig jordkällare saluförs konstgjorda varianter. Självklart finns också en stilfull biogasproduktionsanläggning för den egna bakgården.

Gemensamt är att lösningarna är skapade för att synas och ta plats på ett positivt sätt. De bidrar till ett hållbart samhälle, erbjuder ägarna praktiska vardagslösningar och stärker deras profilerade livsstil och status i gruppen.

Hur designas ett hållbart gott liv?

En stor utmaning är konsten att designa lösningar för det goda livet som är genuint hållbara och baserade på långsiktighet och resursminimering. Dagens gröna och medvetna konsumenter vill inte se lösningar som kräver att badrummet måste byggas om efter tre år för att inredningen inte känns modern.

Begrepp som tidlöshet och kvalitet är ledstjärnor för den bostadsutvecklare som vill erbjuda det goda livet. Det här är en enorm utmaning. Även om hållbarhet är hett i dag kommer det krävas en hel del för att såväl fastigheten som det liv som levs i den ska kunna bli cirkulärt i allt från materialval till energilösningar och varutillförsel. Det kan handla om att utforma nybyggandet så att materialet går att återanvända. För trettio år sedan var det en omöjlig tanke i bilindustrin. I dag är i stort sett alla bilar konstruerade för att delarna ska återvinnas eller återbrukas. Den utvecklingen ligger framför bygg- och fastighetssektorn.

Ny energi på väg

Särskilt energiområdet bedöms bli viktigt framöver. De nya, småskaliga och förnybara lösningar som tas fram blir allt billigare och effektivare. För att vara tydlig: de kommer att slå ut existerande fossil- och kärnkraftsbaserade lösningar. Redan nu är solcellsproducerad el på väg att bli billigare än konventionellt producerad el.

Är fastigheten snart en nettoproducent?

Grundlogiken om fastigheter som passiva energikonsumenter, om än allt mer energieffektiva, håller snart inte. I framtiden kommer fastigheter att vara nettoproducenter av energi. Solceller på tak, väggar, i fönster och smarta batterier är på väg att förändra allt. Nu upptäcker yrvakna energibolag detta och så även en del bostadsutvecklare. För andra väntar en förändring vars kraft kommer att chockera. För bostadsutvecklare gäller det helt enkelt att se hur de kan skapa hållbara goda liv för sina kunder med hjälp av klimatsmarta system.



🕒 Patriam kommenterar

Energi är en annan nyckelfråga för framtiden. Vi måste sluta se husen som passiva förbrukare. I framtiden kommer husen troligtvis att vara helt självförsörjande. Att ta tillvara på och lagra solenergi och andra energikällor kommer i framtiden att slå ut traditionella lösningar. Att anamma den här pågående revolutionen är en förutsättning för alla bostadsutvecklare som vill hänga med.

Tro på livet om
det är dig kärt

”Det räcker troligen inte att bara lösa
behoven med själva byggnaden framöver.
Istället handlar det om att ta hand om
livets mjuka värden – att hjälpa människorna
som bor och verkar i husen att leva det
goda liv de önskar.”

Ett hem utan själ är ohållbart

Det goda livet kräver mer än en byggnad. Finns endast det så är det bara en fasad. Huset och området måste kännas levande. Människor tycker inte om när någon tar i så mycket att livet försvinner. Det dödar själen i området.

Värt att tänka på är hur några av de mest levande och vibrerande platserna i världen inte alltid har en vacker yta, men nästan alltid ett myllrande liv. Det handlar om äkthet och genuinitet. I dag finns det en klar tendens att hylla livet med lite sprickor i fasaden.

Den som vågar visa sina tillkortakommanden får mest respekt från omgivningen. På samma sätt har bostadsannonsernas mest extrema home staging tonats ned på senare år och mäklarna uppmanar istället säljarna att se till att hemmen ser bebodda ut.

Enkelt uttryckt vill människor inspireras utan att känna att det önskade är ouppnåeligt. Det goda livet fokuserar mer på livet än ytan runtomkring. En god social miljö, bra kvalitet och ett bra innehåll är starka, moderna statusmarkörer.





Är tjänstedesign framtidens byggstenar?

Tillverkningsindustrin går allt mer mot att sälja tjänster där produkterna ingår snarare än att sälja bara produkt. Samma tankar finns hos aktörer i och runt våra hem. Det handlar om att förenkla val i frågor som är komplexa och/eller svåra att engagera sig i. Ett exempel är pensionssystemet PPM. Valfrihet är bra, men kräver kunskap. Givet att många saknar tid och energi att skaffa den kunskapen eftersöks lösningar som svarar mot behoven.

Det är inget konstigt att all inclusive-resor samt hemleverans och montering av IKEA-möbler blir allt populärare. Vi förlitar oss allt mer på andra auktoriteter och väljer paketslösningar före egna val.

Att skapa processer baserat på kundflöden där kundernas behov är i fokus kallas ibland tjänstedesign. Det är ett synsätt som just nu får ett kraftigt genomslag i många branscher. Många gånger handlar det om smarta lösningar i det lilla, inte sällan med digitala hjälpmedel i botten.

Ett exempel är hur Netflix hösten 2015 lanserade The Switch. Ett tryck på knappen slår på teven, söker upp Netflix, tystar telefonerna, dämpar belysningen och beställer favoritmaten.

Bostäder blir aldrig färdigutvecklade

För bostadsbolag är det här ofta en smula problematiskt. Många är vana vid att skapa en god bebyggd miljö. Sedan lämnar de över till köparna. Nu ökar kraven på att ta hand om och skapa liv i byggnaden efter att nycklarna är överlämnade. Utifrån det är tjänstedesign något alla bostadsutvecklare bör ta till sig om de verkligen vill erbjuda det goda livet.

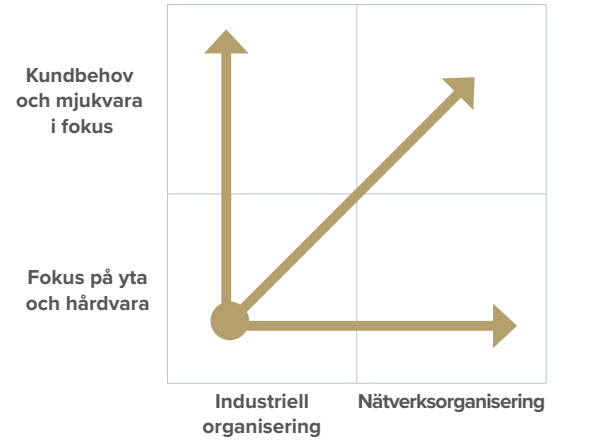
Det innebär att ge sig in på en ny spelplan. Självklart har varje bostadsutvecklare eller byggherre med självaktning alltid utgått från människors behov, men det räcker troligen inte att bara lösa behoven med själva byggnaden framöver.

Istället handlar det om att ta hand om livets mjuka värden – att hjälpa människorna som bor och verkar i husen att leva det goda liv de önskar. Precis som i den tillverkande industrin är detta troligen ett av de stora skiften som kommer att definiera morgondagens bostadsbransch.

Kan branschen förstå digitaliseringen?

En annan fråga är om branschen fortsätter att basera sina lösningar på industriell logik eller om den förmår nyttja digitaliseringens fulla möjligheter. Det senare skapar lösningar och affärsmodeller som nyttjar nätverksorganiseringens fördelar, vilket öppnar nya dörrar för affärsmässig utveckling och tillväxt.

Schematisk bild av bostadsbranschens förändring de kommande åren om den på ett effektivt sätt vill ge människor rum för ett gott liv



Slutord

Tio medskick till dig som vill förstå och nå gröna kvalitetsmedvetna konsumenter.

1

Slarva inte med kvaliteten

Genomgående för alla moderna gröna konsumenter är kvalitet. Oavsett om det är kvalitetstid, produktkvalitet eller livskvalitet. Kvalitet är aldrig fel. Dåliga materialval eller fusk med byggandet slår alltid tillbaka.

2

Långsiktighet i allt

Slit och släng är inget för dessa grupper. Visa i allt väsentligt att alla lösningar du som bostadsutvecklare tar fram bygger på ett långsiktigt ansvar.

3

Ansvar genom konsumtion

Det finns minst sagt olika syn på konsumtion inom den större gruppen. Det som förenar är tron på att konsumtion förändrar världen. Att konsumera rätt är inte bara rätt, det är en dygd. Ta fasta på detta och hjälp dem handla rätt.

4

Mys, mys och mys

Många LOHAS återkommer till det lilla ögonblickets betydelse mitt i det stora ansvarstagandet. Det gäller att förstå deras genuina behov och erbjuda miljöer som stimulerar mysfaktorn i livet.

5

Kontraster är bra

Många gröna konsumenter är livrädda för att fastna i förutbestämda fack och leva som alla andra. De försöker skapa egna profiler genom att ta in kontrasterande föremål och lösningar. Utgår gärna från Yin och Yang-filosofin med dess dubbla sidor som innehåller en punkt från den motsatta sidan.

6

Livet på landet och landet i livet

Att få tillgång till det gröna är centralt för målgruppen. Se till att stimulera rurbanismen. Det kan vara egna täppor och odlingar i huset. Eller möjlighet att uppleva landsbygden genom konkreta koncept och lösningar (husbyten, kollektiva semesterboenden etc).

7

Blygsamheten förbjuder att signalera pengar

En tydlig trend är att dessa konsumenter avskyr det vräkiga. Det får gärna vara dyrt men det ska inte skrika pengar. Subtila och diskreta uttryck är det som gäller. Bara de insatta ska förstå kvaliteten och kostnaden för det någon i gruppen skaffat sig.

8

Riskminimering som ledord

Undanröj den svagaste länken. Möjligheten att hamna rätt är inte lika viktig som att undvika risken att hamna fel. Som bostadsutvecklare kan du hjälpa de boende identifiera och åtgärda risker som kan leda dem bort från ett grönt liv.

9

Balans som kan slå över i perfektionism

Balans är ett viktigt ledord för många gröna konsumenter. Men det kan slå över i perfektion vilket många är plågsamt medvetna om. Hjälp dem i deras strävan så att de inte tar i för mycket utan nöjer sig med det lagom perfekta.

10

Lika söker lika

I dag vill många individer vara en del av en grupp likasinnade. De vill ha praktiska lösningar som samåkning, bloppis, urban training. Att ta matchmakingrollen på allvar är bostadsutvecklare generellt sett svaga på. Här finns stora vinster att göra för den som sköter korten rätt.

PATRIAM

Om Patriam

Patriam erbjuder exklusiva och hållbara hem för medvetna människor – och med människors behov i centrum. Genom att se bortom standardiserade lösningar utvecklar vi vackra och genomtänka hem med attraktiva detaljer, både i bostaden och kring fastigheten. Vår ambition att skapa boenden med höga miljö- och designambitioner ger dig ett hållbart hem över tid. Ett hem som du kan leva i och beröras av, länge.

KAIROS FUTURE

Om Kairos Future

Kairos Future är ett internationellt konsult- och analysföretag som hjälper företag att förstå och forma sin framtid. Genom trend- och omvärldsanalys, innovation och strategi, ger vi våra kunder de stora sammanhangen och hjälper dem komma först till framtiden.

Kairos Future grundades 1993, vårt huvudkontor finns i Stockholm, vi har egna kontor i Göteborg, Malmö, Shanghai och Barcelona samt representanter och samarbetspartners över hela världen.



PATRIAM