

Nordisk boendebarometer 2023

Delrapport 3 – Hållbarhet

OM UNDERSÖKNINGEN

Boendebarometern ges ut i flera delar och bygger på en undersökning som genomförs årligen i Sverige, Norge och Finland av Kantar Sifo på uppdrag av JM. Totalt deltar 4500 slumpmässigt utvalda personer i åldrarna 18–79 i varje undersökning som är riksrepresentativ vad gäller kön, ålder och region i varje land.



Hållbarhet blir allt viktigare vid köp av ny bostad

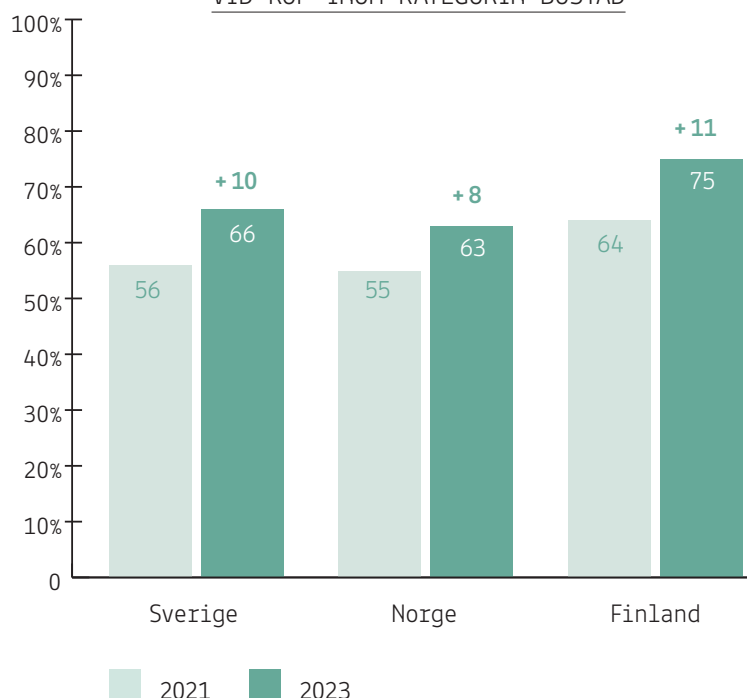
INTRESSET FÖR HÅLLBART BOENDE VÄXER
I SVERIGE, NORGE OCH FINLAND OCH BETYDLIGT FLER
ÄN TIDIGARE SÄGER SIG TA HÄNSYN TILL KLIMAT OCH
HÅLLBARHET NÄR DET ÄR DAGS ATT KÖPA NY BOSTAD,
VISAR JMs BOENDEBAROMETER.

Intresset för hållbarhet, klimatanpassning och energieffektivitet kopplat till bostaden växer i Sverige, Norge och Finland. Enligt JMs Nordisk boendebarmeter 2023 är det i bostadskategorin som de största ökningarna har skett när det gäller hänsyn till klimatet vid köp. Andelen som svarar att de tar hänsyn till klimat vid bostadsköp har ökat med omkring tio procentenheter i de tre länderna de senaste två åren.

10
PROCENTENHETER

Så stor är den ungefärliga ökningen i andelen som svarar att de tar hänsyn till klimat vid bostadsköp de senaste två åren.

JAG TAR HÄNSYN TILL HÅLLBARHET OCH KLIMAT
VID KÖP INOM KATEGORIN BOSTAD





Maria Sandell,
Hållbarhetschef JM



Markus Heino,
VD för JM Finland

– Att vi ser ett ökat intresse för klimat vid köp av bostad har säkert flera förklaringar. Jag tror att det finns en allmän ökad kunskap om vad företagen kan göra för att minska utsläppen och då ökar också förväntningarna och kraven på oss företag. De höga elpriserna och efterfrågan på lågenergibostäder tror jag också ligger bakom det kraftigt ökade intresset. Jag hoppas och tror att vi kommer se att intresset ökar ytterligare framöver, säger Maria Sandell hållbarhetschef på JM.

Finland utmärker sig och det är också här som högst andel säger sig ha gjort klimat- eller energirelaterade anpassningar i sin bostad de senaste två åren och som uppger att deras nuvarande bostad är klimatomfattigt hållbar. Markus Heino, VD för JM i Finland, känner igen tendenserna.

– Medvetenheten kring hållbarhetsfrågor har tveklöst ökat hos allmänheten i Finland, jag tror det är det vi ser effekten av. Vi har förut varit lite efter Sverige och Norge på det här området, men börjar nu äta i kapp det försprånget. Det har kommit flera nya lagar och lagförslag som gjort frågan mer synlig de senaste åren också.

Markus Heino ser de finska byggföretagen som drivande i utvecklingen. Det är deras initiativ, tillsammans med progressiva lagförslag, som byggt konsumenternas efterfrågan.

– Flera finska byggaktörer har lyft frågor som koldioxidavtryck, miljöcertifieringar och fossilfria byggarbetsplatser de senaste åren. Det gör självklart också att frågan lyfts och blir mer intressant för allmänheten.

”Jag tror att det finns en allmän ökad kunskap om vad företagen kan göra för att minska utsläppen och då ökar också förväntningarna och kraven på oss företag”

Maria Sandell, Hållbarhetschef JM

ENERGIEFFEKTIVA BOSTÄDER SPÅS ÖKA I VÄRDE

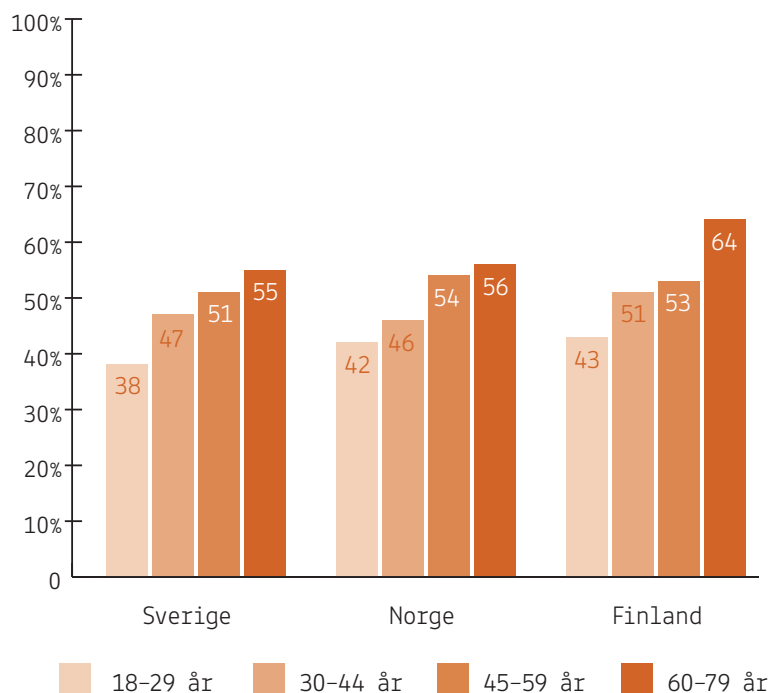
Det senaste årets höga energipriser ser ut att göra avtryck i JM:s undersökning. Bland annat har åsikten att en ny bostad måste vara energieffektiv för att vara attraktiv ökat i alla tre länder. Det är också fler nu än för ett år sedan som tror att värdet på energieffektiva bostäder kommer att öka mer än för övriga bostäder. Allra starkast är dessa uppfattningar i den äldsta åldersgruppen, de över 60 år.

– Tror man att energipriserna kommer fortsätta vara höga så kommer det självklart vara attraktivt med energisparande bostäder, säger Maria Sandell. Men jag tror också att vi nått den punkt där det är så många som tycker att energieffektiva bostäder är viktigt att det kommer att påverka marknadsintresset för dessa bostäder under lång tid.

62%

av de tillfrågade tror att värdet på energieffektiva bostäder kommer att öka mer än för övriga bostäder.

"BOSTADEN MÅSTE VARA ENERGIEFFEKTIV
FÖR ATT VARA ATTRAKTIV FÖR MIG"



FLER ÄR VILLIGA ATT BETALA MER FÖR KLIMATSMARTARE HEM

I alla tre länder ökar också andelen som är beredda att betala mer för en helt klimatneutral bostad jämfört med förra året. 2023 är ungefär var fjärde tillfrågad villig att betala mer (Sverige 28 procent, Norge 25 procent, Finland 24 procent). Även intresset för klimatsmarta lösningar, som plats för elbil och odlingsmöjligheter, speglas i en högre betalningsvilja i alla länder jämfört med för ett år sedan. I Sverige är det nu 37 procent (31 procent 2022), i Norge 31 procent (26 procent

2022) och i Finland 30 procent (24 procent 2022) som kan tänka sig att betala mer för bostäder som tillhandahåller det.

Om äldre sticker ut i frågor om energieffektivitet, tar sig ungas intresse för hållbarhet andra uttryck. Unga i Sverige är till exempel den grupp som är mest villiga att betala mer för både helt klimatsmarta bostäder och bostäder som har funktioner i omgivningen som gör det möjligt att leva mer klimatsmart. Det är också i denna grupp som intresset för lösningar som laddinfrastruktur för elbilar och odlingsmöjligheter ökar mest.



FOTO JOHNÉR

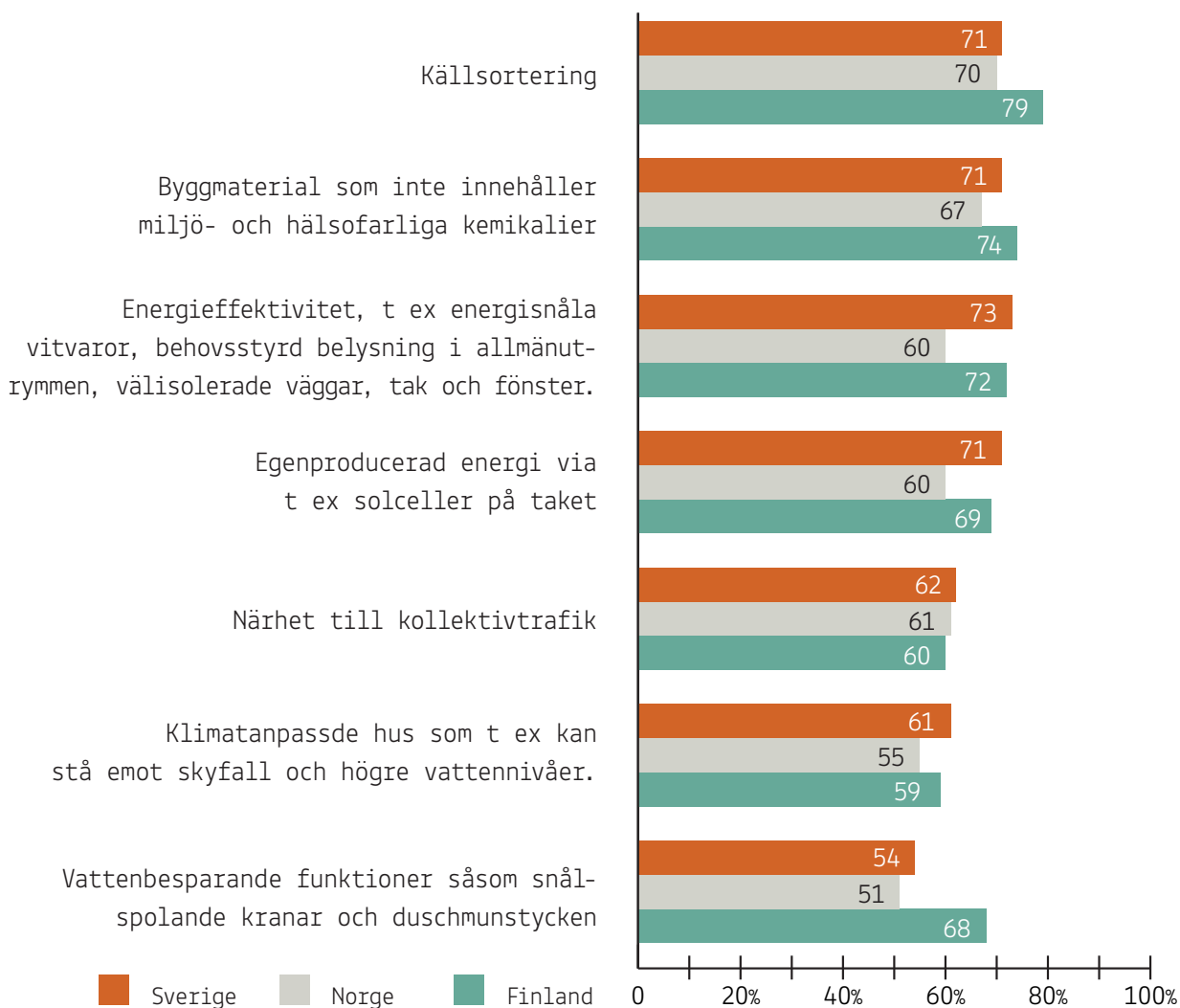
– Jag tror många unga fick upp ögonen för odling under pandemin, när man var hemma mer. Många över 60 är pensionärer och var hemma mer redan innan pandemin, så det är inte konstigt att deras beteende inte har förändrats lika mycket, säger Maria Sandell.

Även när det gäller ett relativt nytt fenomen som återbruk av material i byggprocess och inredning märks en generationsskillnad – framför allt i den yngsta målgruppen, 18–29 år, ses återbruk som en del av ett hållbart hem. Även delningsekonomiska, och tekniska, lösningar som bil- och cykelpooler associeras i högre grad till hållbarhet bland de unga.

– En stor del av förklaringen handlar troligen också om hur snabb man är på att ta sig an ny teknik och nya metoder och hur viktigt det är för olika generationer, säger Maria Sandell.

ASSOCIATIONER TILL ETT HÅLLBART HEM

Egenskaper som minst hälften av de tillfrågade i respektive land associerar med ett hållbart hem.





50%

av de tillfrågade
associerar klimatanpassade
hus, som ska klara kraftiga
skyfall och högre vatten-
nivåer, med ett
hållbart hem.

KLIMATFÖRÄNDRINGARNA GÖR AVTRYCK PÅ BOSTADSBYGGANDET

Ett intresse för bostadsbyggande som parerar för klimatförändringarnas effekter märks också tydligt, då mer än varannan tillfrågad i boendebarmetern associerar klimatanpassade hus, som ska klara kraftiga skyfall och högre vattennivåer, med ett hållbart hem.

Detta är ett viktigt utvecklingsområde för såväl arkitekter som byggbranschen i stort. När samhället behöver ställa om för att hantera klimatförändringarna, hör planering av nya områden och nyproduktion av hus till de områden där det finns störst möjligheter att planera in åtgärder från början och använda den senaste tekniken inom hållbarhetsområdet.

JM har exempelvis infört ett steg med klimatriskanalys i ett tidigt skede för samtliga nya projekt. Genom att exempelvis placera en park i en lågpunkt så att den kan fungera som ett vattenmagasin vid ihållande regn, samtidigt som den alla andra dagar bara är en fin park, kan vi undvika översvämningar och konsekvenser för både människor och egendom.

– Det är intressant att se att klimatanpassning av hus är något som även allmänheten associerar med hållbarhet. Det är en viktig framtidsfråga som vi bostadsutvecklare har stort fokus på och jobbar aktivt med. Vi kommer att få se flera innovativa metoder framöver för att klimatanpassa våra hus och framtida stadsdelar, säger Maria Sandell.

*”Klimatanpassning av hus
är en viktig framtidsfråga
som vi bostadsutvecklare
jobbar aktivt med”*

Maria Sandell, hållbarhetschef JM

Har du frågor om Nordisk boendebarometer 2023?

FÖR MER INFORMATION KONTAKTA GÄRNA:

Katarina Jordell Rimmerfeldt

Kommunikationschef i JM-koncernen

073-432 61 20, press@jm.se

Cristina Englund

Marknadsanalytiker

stina.englund@jm.se, 08-782 12 66



Rapportansvarig:

Heidi Ekberg, kommunikationsstrateg, JM AB

Redaktion:

Cristina Englund, marknadsanalytiker, JM AB

Heidi Ekberg, kommunikationsstrateg, JM AB

Laura Saraste-Mäkinen, kommunikationschef, JM Finland OY

Kjell Kvarekvål, Direktør Kommunikasjon & Samfunnskontakt, JM Norge AS

Produktion: Mattias Dahlström & Kristin Djerf, Make Your Mark

Art Director: Helena Nilsson, Make Your Mark

Utgivning: Juni 2023