



Karlstad Business School
Handelshögskolan vid Karlstads universitet

Melanie Johansson & Amanda Grahn

Senior living – en framtida
marknad?
En intervjustudie

Senior living – a future market?

An interview study

Fastighetsekonomi
C-uppsats

Termin: VT 2014
Handledare: Petter Ahlström

Förord

Denna uppsats har vi skrivit inom företagsekonomi vid Karlstads universitet, våren 2014. Vi har valt att inrikta oss på boendekoncept inom seniorboendebranschen med fokus på fyrptotalisternas efterfrågan. Inriktningen valdes då det väcktes ett intresse genom en föreläsning vid Karlstads universitet och att vi ser att det finns en marknad inom denna bransch.

Vi vill rikta ett stort tack till vår handledare Petter Ahlström som bidragit med stor kunskap och engagemang till detta arbete. Vi vill särskilt tacka representanterna som medverkad på intervjuer. Tack till Barbro Nilsson från KBAB, Lena Johansson från Uddevallahem, Owe Lislrud från HSB Norra Bohuslän, Rasmus Edlund från Riksbyggen/Bonum, Susanne Karlsson från Hammaröbostäder, Marlene Piper-Ekström och Johan Asp från Kilsbostäder.

Karlstad, maj 2014.

Melanie Johansson

Amanda Grahn

Sammanfattning

Den demografiska förändringen som sker i Sverige har bland annat resulterat i en befolkning med fler personer i högre åldrar. Bristen på seniorboende i Sverige är betydande och den stora gruppen av fyrtiotalister har högre krav än tidigare generationer. Detta gör att fastighetsföretagen som erbjuder seniorboende måste tänka om vid utveckling av nya koncept på marknaden. Tidigare forskning, enkätstudier och intervjustudier av koncepten inom seniorboendemarknaden samt fyrtiotalisternas nya inställningar, har till viss del gjorts men området bör uppmärksammas betydligt mer. **Syftet** med denna uppsats var att utreda hur fyrtiotalisternas attityder och behov påverkar samt förändrar företagens koncept för seniorboende. I den **teoretiska referensramen** beskrivs seniorboendebranschens utveckling samt framtida möjligheter i Sverige. Demografin och den ökade medellivslängden beskrivs samt stort fokus ligger på fyrtiotalisterna. För att mäta vad som efterfrågas i ett koncept redogörs både kundvärde och kundnyttor. **Metoden** som använts var kvalitativ och sex representanter från fastighetsföretag medverkade i halvstrukturerade intervjuer vid insamling av data. Intervjuerna inspelades med hjälp av mobiltelefoner och omskrevs till en text. Bearbetningen av **empirin** resulterade i fem kategorier som anses vara av relevans för att analysera syftet. Dessa är koncept, aktiviteter och tjänster, efterfrågan på seniorboende, uppföljning av kundnöjdhet och observerade attitydförändringar hos fyrtiotalisterna. Kategorierna sammanfattas slutligen i en tabell. I **Analysen** jämförs den empiriska undersökningen med den teoretiska referensramen. Detta för att belysa problemet med att utveckla skräddarsydda koncept efter fyrtiotalisternas efterfrågan. **Slutsatsen** är att det i studien framkommer att seniorboendemarknaden med dess anpassade koncept för de äldre är uppskattade av både marknadens aktörer och av kunderna. När gruppen av äldre personer blir både större och friskare skapar det goda möjligheter för företag att investera i seniorboenden. Framtiden ser positiv ut och fler aktörer bör bygga seniorboenden.

Abstract

A major part of Sweden's population consists of older ages and many of those are the baby boomer generation. This large generation has higher requirements than previous generations; at the same time there is a significant demand for more senior livings. This makes the property companies to rethink the concept in new projects on the market. Previous research of concepts in senior housing market and the baby boomer's new requirements has partially been done but the area should be considered significantly more. **The purpose** of this paper was to examine how the changed attitudes and needs of the baby boomer generation influence and impact the concept of senior living within businesses. The developments of senior living and future possibilities are described in the **theoretical framework**. The demographics and increased life expectancy are described and major focus is on the baby boomers. To measure what is asked in a concept, both customer value and customer benefits are described. **The method** that has been used was qualitative and six representatives from property companies took part in semi-structured interviews in the collection of data. The interviews were recorded with help of mobile phones and then transcribed into a text. **The result** shows five categories that are considered relevant for the purpose. These are current concepts, activities and services, the demand for senior livings, customer satisfactions surveys and observed attitude changes among baby boomers. The category of the demand for senior housing includes demand from the baby boomer generation and how concepts change after demand. Finally categories are summarized in a table. **The analysis** compares the empirical investigation and the theoretical framework to illustrate the problem of getting the concepts in the senior housing market to match the demand of the baby boomers. **The conclusion** is that the study shows that both market participants and customers appreciate the senior housing market. When the group of older people becomes both bigger and healthier it creates good opportunities for companies to invest in senior livings. The future looks positive and more companies should build senior housing.

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	3
1.1. Bakgrund	3
1.2. Problemdiskussion.....	4
1.3. Syfte.....	5
1.4. Begrepp och definitioner	5
1.5. Disposition.....	6
2. Teoretisk referensram	7
2.1. Demografi och medellivslängden i Sverige.....	7
2.2. Seniorboende i Sverige.....	7
2.3. Seniorboende i USA	9
2.4. Koncept.....	10
2.5. Fyrtioalisterna.....	10
2.5.1. En välbärgad grupp pensionärer	11
2.5.2. Fyrtioalisternas flyttmönster.....	11
2.6. Hur skapas kundvärde samt kundnytta?	12
2.7. Hur mäts kundnöjdhet?.....	13
3. Metod.....	15
3.1. Urval	15
3.2. Datainsamling.....	16
3.3. Intervjuer	17
3.3.1. Intervjuguide.....	17
3.4. Dataanalys	18
3.5. Validitet och reliabilitet.....	19
3.6. Erfarenheter från metodarbetet.....	19
4. Empiri.....	20
4.1. Presentation av företagen och representanterna	20
4.1.1. KBAB	20
4.1.2. Uddevallahem.....	20
4.1.3. HSB Norra Bohuslän	21
4.1.4. Riksbyggen/Bonum Uddevalla.....	21
4.1.5. Hammaröbostäder.....	22
4.1.6. Kilsbostäder	22
4.1.7. Sammanställning av intervjuerna	23
4.2. Sammanställning av Empiri	32
5. Analys.....	34
6. Slutsats.....	40
7. Förslag till fördjupande studier.....	42
Källförteckning.....	43

Bilaga 1: Information om studien

Bilaga 2: Intervjuguide

Bilaga 3: Blankett för samtycke

Bilaga 4 Intervju med KBAB

Bilaga 5 Intervju med Uddevallahem

Bilaga 6 Intervju med HSB Norra Bohuslän

Bilaga 7 Intervju med Riksbyggen/Bonum

Bilaga 8 Intervju med Hammaröbostäder

Bilaga 9: Intervju med Kilsbostäder

1. Inledning

I det inledande kapitlet ges en bakgrund till det problem som studien ska utreda. Avsikten med studien är att utreda hur fyrtiotalisternas förändrade attityder förändrar seniorboendes koncept samt hur den framtida seniorboendemarknaden ser ut. Vidare presenteras en problemformulering som mynnar ut i ett syfte samt tre frågeställningar.

1.1. Bakgrund

Den demografiska utvecklingen i Sverige har gjort att en större andel av Sveriges befolkning består av personer i högre åldrar. De senaste 50 åren har antalet personer som är över 65 år fördubblats och en prognos visar att nästan var fjärde svensk kommer vara över 65 år under år 2030 (Statistiska Centralbyrån [SCB] 2012). Detta får konsekvenser för hur vi organiserar boendemiljöer och bostäder för till exempel äldre. Sambandet mellan befolkningsförändringar och boende är enligt Wetterberg (2013) starkt. Han menar att var människor ska bo har varit en drivande kraft för samhällets utveckling av bostäder. Han menar också att om inget görs för att dämpa den brist på boende som idag finns i samhället kommer den åldrande befolkningen att bli ett demografiskt problem i Sverige.

Fyrtiotalisterna som är våra framtida äldre, formades under rekordårens 60-tal (Kempe et al. 2012). Studier har visat att detta är en välbärgad grupp pensionärer. Gruppen har haft möjlighet att dra nytta av hela sin tjänstepension samt att många gynnats av den värdehöjning på bland annat fastighetstillgångar och värdepapper som pågått sedan slutet på andra världskriget (Ahlström 2008; Von Platen 2013). Attitydstudier som gjorts visar att till skillnad från tidigare generationer är denna grupp inte några passiva pensionärer som tar vad som erbjuds inom åldringsvård. Istället definieras de som driftiga, köpstarka, friska och välutbildade där ett rikt och aktivt liv är något som eftersträvas (Kempe et al. 2012). Studier visar också att framtidens äldre har stora krav och

förväntningar på ålderdomen, det framtida boendet och även tillhörande tjänster (Ahlström 2008).

Boende för äldre har diskuterats de senaste åren, mycket på grund av att fyrtiotalisterna omfattar en stor population människor som förväntas ha en ökad efterfrågan på seniorboende. Seniorboende finns på de flesta orter i Sverige, detta är ett boende som inriktar sig på personer mellan 40-75 år och kännetecknas av hög fysisk tillgänglighet, en känsla av trygghet, bekvämlighet och närhet till service (SABO 2007). Det är inte bara i Sverige som efterfrågan på seniorboenden uppmärksammas. Ett av föregångsländerna inom detta område är USA, landet har en lång tradition av privata boendelösningar för den äldre befolkningen som även Sverige skulle kunna använda sig av (Ahlström 2008).

1.2. Problemdiskussion

Fyrtiotalisterna är en stor grupp seniorer, detta bekräftas bland annat av en undersökning gjord av Statistiska Centralbyrån (2012). Studien visar att gruppen som blir 65 år och äldre anses öka med 600 000 personer mellan åren 2011-2030. De nya preferenser och krav som gruppen för med sig gör att det krävs förändrade boendekoncept för att kunna tillfredsställa denna generation (Wagner et al. 2010). Von Platen (2013) menar att det är viktigt att lyckas erbjuda fyrtiotalisterna attraktiva boenden. Fler aktörer på marknaden bör erbjuda seniorboenden, konsekvensen om detta inte uppfylls blir en överbelastad åldringsvård och stora kostnader för kommunerna. Han menar också att det finns en brist på seniorboende på alla orter i Sverige och att detta är ett tecken på att något måste göras för att trycket ska minska på resurser för samhällets välfärd.

Kritik har sedan många år tillbaka riktats på äldreomsorgen i Sverige och eftersom fyrtiotalisterna är mer medvetna och har högre krav än tidigare vill ingen av dessa människor flytta in i dagens institutionsliknande vårdhem

(Lindgren 2013). De förväntar sig annorlunda boendetyper än som tidigare erbjudits till tidigare generationer. Enligt undersökningar eftersträvar de som bestämt sig för att flytta att komma till ett boende med en mer hemmastadd miljö (Goh et al. 2013; Lindgren 2013).

Det stora antalet fyrtilialister kombinerat med dess krav har gjort att aktörer på bostadsmarknaden länge sett denna stora marknad som en intressant målgrupp. Trots vetskapen om de förändrade attityderna och den nya inställningen till livet som denna generation har, saknas skräddarsydda koncept för deras behov (Coleman et al. 2006).

Det har till viss del gjorts studier inom detta område, men eftersom det är ett viktigt område för vår välfärd bör det uppmärksammas betydligt mer. Detta leder till följande syfte.

1.3. Syfte

Den här uppsatsen har till syfte att utreda hur fyrtilialisternas attityder och behov påverkar samt förändrar företagens koncept för seniorboende.

De frågeställningar som vi avser att behandla är:

- Vad efterfrågas inom seniorboende?
- Ändrar företagen koncepten efter kundernas behov?
- Hur ser framtiden för seniorboendemarknaden ut?

1.4. Begrepp och definitioner

Eftersom seniorboenden benämns på olika sätt beroende på vad som erbjuds av aktörerna kommer vi under hela uppsatsen därmed benämna dessa seniorboende. Med seniorboende menar vi ett boende som är anpassat för äldre personer mellan 50-70 år. När vi i uppsatsen skriver fyrtilialister menar vi framförallt den grupp villaägare som är födda under åren 1940-1949. Flera av de studerade fastighetsföretagen benämner sina boende för trygghetsboende. Trots att de har benämningen trygghetsboende kallar vi det i

empirin för seniorboende då de enligt vår egen benämning är ett seniorboende. Ett trygghetsboende kallas de bostäder som har tillgång till gemensamhetsutrymme samt till servicekoordinator (värd/värdinna). Ålderskravet är mestadels 70+.

1.5. Disposition

För att underlätta läsningen av studien kan denna disposition vara en vägledning till läsaren. Uppsatsen består av sex kapitel. I det första kapitlet presenteras arbetet med en bakgrund och problemdiskussion som mynnar ut i ett syfte. Vidare redogörs begrepp och definitioner som används i arbetet. Kapitel två innefattar den teoretiska referensram som sammanställer tidigare forskning. Tredje kapitlet redogör att en kvalitativ metod använts i studien och att halvstrukturerade intervjuer använts. I kapitel fyra presenteras de sex intervjuade företagen och dess representanter, vidare sammanställs och sammanfattas den insamlade datan från intervjuerna i fem kategorier. För att kapitlet inte ska bli för omfattande läggs det kompletta intervjumaterialet i bilagor (se bilaga 4-9). I kapitel fem analyseras den empiriska undersökningen tillsammans med den teoretiska forskningen. I det sjätte och sista kapitlet redogörs de slutsatser som dras utifrån arbetet, här diskuteras även förslag till vidare forskning. En rekommendation är att som komplement till empirin även läsa bilagorna 4-9 för att få en större inblick i hur analysen samt slutsatserna formades.

2. Teoretisk referensram

I detta kapitel redogörs tidigare forskning som anses relevant med hänsyn till syftet. Detta ger en grund till studiens syfte som är att utreda hur fyrmtialisternas attityder och behov påverkar samt förändrar företagets koncept för seniorboende. I den teoretiska referensramen beskrivs seniorboendebranschen i Sverige, hur ett seniorboende i USA kan yttra sig, målgruppen fyrmtialisterna, demografin samt kundvärde.

2.1. Demografi och medellivslängden i Sverige

Historiskt sett har det skett stora förändringar inom utvecklingen av demografin i Sverige. Wetterberg (2013) menar att åldrandet är den viktigaste demografiska förändringen för bostadsmarknaden. Den äldre befolkningen ökar i förhållande till den yngre befolkningen. År 2030 förväntas cirka 25 procent vara i åldersgruppen 65 år eller äldre (SCB 2012). Förklaringen till denna ökade medellivslängd beror dels på sundare livsstil, bättre kost, minskad rökning och en bättre sjukvård (Sandstedt & Abramsson 2012). I nedanstående tabell går att utläsa att åldersgruppen 65+ i Sverige sannolikt kommer att fortsätta stiga. Antalet kvinnor över 80 år är många fler jämfört med jämnåriga män. Konsekvensen av detta blir att kvinnor är ensamboende i sin bostad (PRO 2013).

År	1960	2013	2030	2060
Antal 65– år	920 000	1 900 000	2 400 000	2 700 000
Antal 80– år	140 000	500 000	790 000	960 000

Tabell 1: Prognos för 65 år och äldre (PRO 2013, s. 7).

2.2. Seniorboende i Sverige

Seniorboende beskrivs enligt Paulsson och Sundberg (2001) som ett välkänt fenomen inom boendemarknaden för äldre. Själva begreppet är enligt Ahlström (2008) inte entydigt definierat. En definition av seniorboende beskriven av Malmberg och Sundström (1991, s.12) är: “Bostäder på den öppna marknaden, i privat och kooperativ form, avsedda bara för äldre”.

Seniorboende är ett boende som inriktar sig på en specifik målgrupp och kännetecknas av hög fysisk tillgänglighet, en känsla av trygghet, bekvämlighet och närhet till service (SABO 2007; Wagner et al. 2011). Det är även viktigt att prioritera gemensamma lokaler där hyresgästerna kan umgås (Wagner et al. 2011). Bostäderna innefattar ofta en restaurang, sällskapsutrymmen, träningslokaler, gästrum och tillgång till vårdpersonal (Lindgren 2013). Seniorbostäder kan förekomma i olika typer av bostadsmodeller exempelvis kollektivhus, livsstilsboende, trygghetsboende, temaboende och den mest dominerande bostadsmodellen som benämns seniorboende 55+. Boendemodellerna har designats för att tillgodose olika behov som kan tänkas uppstå hos den äldre kunden och därigenom öka värdet för denne. Många seniorboende har till exempel borttagna trösklar, bredare dörrar och handräcken. Alla typer av boendemodeller inom seniorboendesektorn är avsedda för åldrar mellan 40-75 år. Gemensamt är också att boendekoncepten finansieras av de boende och till liten del av den allmännyttiga sektorn (Lindgren 2013; Sandstedt & Abramsson 2012; Ahlström 2008).

I mitten av 1980-talet började seniorboenden byggas i större skala i Sverige (Paulsson & Sundberg 2001). Den demografiska utvecklingen i Sverige har gjort att allt fler seniorboenden uppförts runt om i landet. De senaste tio åren har antalet tredubblats, detta har framförallt skett genom ombildning från särskilt boende men också genom nyproduktion (Länsstyrelsen 2013). Enligt Boverket (2013) hade 32 600 seniorboende uppförts i Sverige år 2011. De fastighetsföretag som erbjuder seniorboende har ofta stor kö. Detta tyder på att fler äldre har uppmärksammat denna boendeform och att majoriteten av hyresgästerna är nöjda (SABO 2007). Intresset för seniorboende är bland Sveriges kommuninvånare stort. I och med att seniorboendemarknaden förväntas växa och ta större del av den totala bostadsmarknaden är seniorboende något som tagits mer seriöst med åren (Arnberg et al. 2011).

Det finns dock en brist på seniorboende i Sverige och att privata aktörer måste börja bygga fler seniorboende (Von Platen 2013; Worzala et al. 2009).

Konsekvensen om detta inte görs blir höga kostnader för kommunen som måste använda sina resurser till att erbjuda boende till de äldre. Detta kan därigenom resultera i en överbelastad åldringsvård då kommunen inte har nog med seniorboende att erbjuda (Von Platen 2013). Att bygga seniorboende är ur ett samhällsekonomiskt perspektiv positivt då det uppstår en större rörlighet på bostadsmarknaden. När äldre flyttar till ett seniorboende uppstår lediga bostäder som exempelvis yngre personer får möjlighet att flytta in i. Fler seniorboenden på bostadsmarknaden är också positivt då kommunerna minskar sina kostnader när fler seniorboende byggs och de inte längre måste använda sig av sina resurser (Arnberg et al. 2011).

2.3. Seniorboende i USA

Många länder har lagt märke till vilken stor bostadsmarknad seniorerna bringar. En intressant marknad att granska är USA som skiljer sig från Sverige bland annat genom den annorlunda synen de har på seniorboende. Här betraktas seniorboende som en affärsverksamhet och som en marknad som kan leda till stora affärer (Ahlström 2008). Fastighetsföretagen satsar på att ge kunden maximal tillfredsställelse i form av skräddarsydda koncept och många typer av kollektivboende är en trend i landet. Ett exempel på ett boende som inte finns i Sverige men som är vanligt i USA är "Hotellboendet", här bor hyresgästen i en lägenhet i en hotell-liknande byggnad. I huset finns en reception dit kunden kan ringa för att få hjälp med diverse saker som städning eller vård. I hyresavtalet kan det ingå exempelvis frukost, middag och transporter (Arnberg et al. 2011). I bland annat Nordamerika har många typer av studier genomförts inom seniorboendemarknaden. Enligt Ahlström (2008) kan det dock vara svårt att jämföra Sverige och Nordamerika då seniorboende dels inte betraktas på samma sätt som i Sverige och sedan att de har en längre erfarenhet på seniorboendemarknaden. Han menar däremot att det är viktigt för Sverige att

ta efter framsteg som Nordamerika gör. Till exempel betydelsen av de privata aktörernas initiativ vid bristen på seniorboende i samhället.

2.4. Koncept

Inom seniorboendebranschen definieras koncept som ett tjänstekoncept innefattande aktiviteter, tjänster, vård och omsorg som blivit integrerat i ett boende särskilt anpassat för seniorer (Ahlström 2002). Seniorerna är en heterogen grupp med olika preferenser, vilket gör att det inte går att säga vilka specifika aktiviteter som ska erbjudas i ett seniorboende. Enligt studier är det viktigaste som seniorerna efterfrågar trygghet, säkerhet och gemenskap (Arnberg et al. 2011). Enligt Szatek (2011) är ett mätbart koncept viktigt för att det ska synas att det framställts något som möter ett behov. För att detta ska kunna genomföras bör följande viktiga frågeställningar tas upp: Till vem, vad och varför skapas detta koncept? Det är också viktigt vid utformandet av befintliga/nya koncept att fråga sig: "*vad tjänar kunden på det här?*" (Szatek 2011, s.34).

2.5. Fyrtioalisterna

Studier visar att fyrtioalisterna har attityder som skiljer sig från tidigare generationer (Brembeck 2009; Goh et al. 2013). Enligt Arnberg et al. (2011) är personerna i åldern 55+ de mest köpstarka i samhället och Goh et al. 2013 menar att denna grupp ger effekt på ekonomin. Fyrtioalisterna är mer aktiva, medvetna, krävande och självständiga än någonsin förut (Wagner et al. 2010). De är också exalterade att skapa en karriär, uppleva nya kulturer och har ett intresse av teknologin (Coleman et al. 2006). Att bo fint kommer inte att räcka, den enskilde kommer att söka upplevelser likaväl som självförverkligande. För den här gruppen pensionärer står livskvalité i fokus. Detta betyder att det är minst lika viktigt att få vara en del i samhället, att få ha gemenskap och fortsatt kontakt med vänner och bekanta som att få bo i ett bra hem (Ivarsson 2013). Brembeck (2009) håller dels med men menar också att fyrtioalisterna har stor livserfarenhet, vilket gör att inte lika mycket längre.

2.5.1. En välbärgad grupp pensionärer

Studier visar att fyrtiotalisterna är en välbärgad grupp pensionärer med relativt stora förmögenheter. Ungefär tre fjärdedelar av personer födda inom denna generation bor kvar i det egna boendet, vilket består av villor eller bostadsrätter med låga eller inga lån alls (Ahlström 2008). Fyrtiotalisterna har ofta mer pengar jämfört med den tidigare generationen, detta mycket på grund av den allmänna tjänstepensionen och många har också gynnats av den värdestegring på bland annat fastigheter och värdepapper som infunnit sig efter andra världskriget (Von Platen 2013; Ahlström 2008).

För att få ett perspektiv på hur kapitalstarkt ett genomsnittligt fyrtiotalistpar kan vara idag ges här ett exempel: Ett par som är födda under 40-talet bor sedan 30 år tillbaka med stor sannolikhet i en villa på 125 kvadratmeter, deras kostnader för boendet ligger mellan 18-20 procent av den disponibla inkomsten. Lån på villan ligger på ungefär 500 000 kronor. Om de bor i en förort och villan är något nedgången kan marknadsvärdet ligga på cirka 1 500 000 kronor. Vid en försäljning av villan idag hade gjort att en reavinst mellan 500 000-600 000 kronor kommer tillfalla paret. Dessa förmögenheter som många fyrtiotalister disponerar gör att personerna i fråga har stora förutsättningar för att kunna leva ett liv med hög levnadsstandard i framtiden och beroende på omständigheterna kan pengar också omplaceras i ett nytt boende (Von Platen 2013; Ahlström 2008).

Denna generation är vid flera frågor i samhället intressant att beakta, framförallt vid utveckling av bostadsmarknaden då de är så många till antalet och sedan att de också är kapitalstarka gör aktörerna än mer intresserade (Brembeck 2009; Von Platen 2013; Coleman et al. 2006).

2.5.2. Fyrtiotalisternas flyttmönster

Det finns en teori i Sverige som säger att de äldre är villiga att flytta från sina småhus till andra typer av boenden. De flesta fyrtiotalisterna bor i småhus och

trivs bra med den boendeformen. Med stigande ålder kan dock sysslor som innefattar en äganderätt såsom trädgårdsskötsel och annat underhåll av fastigheten bli betungande och den enskilde söker då ett mer lättskött boende (SABO 2011; Ahlström 2008).

Motsatsen bevisades dock av en studie gjord av Abramsson och Andersson (2012). Undersökningen som gjordes mellan åren 2001-2006 visade att endast 23 procent av de totalt 2 200 000 personerna som undersöktes valde att flytta från det tidigare boendet. Studien visade däremot att ett flyttningsmönster börjat ta form i fyrtiotalistgenerationen, detta då allt fler fyrtiotalister väljer att flytta till nytt boende. Den upptäckta ökningen för flytt hos fyrtiotalister beror till stor del av faktorer som den ökade immigrationen, att fler är utbildade samt det stora antalet skilsmässor som blivit vanligare i Sverige (Abramsson & Andersson 2012). Fyrtiotalisterna har haft högre inkomster samt bättre hälsotillstånd än tidigare generationer, vilket gör att fyrtiotalisterna är piggare och har mer pengar att röra sig med när de blir seniorer. Detta är faktorer som kan leda till att rörligheten på bostadsmarknaden ökar. Det har visats att de som flyttat tidigare i livet är mer benägna att byta bostad ännu en gång, dessa tycker därmed inte att det blir en stor sak att flytta igen. Var den enskilde väljer att flytta beror ofta på hur bostadsutbudet ser ut samt hur bunden personen är till platsen och till den förra bostaden (Abramsson & Magnusson Turner 2013).

2.6. Hur skapas kundvärde samt kundnytta?

Vega-Vazgues et al. (2013) menar att dagens kunder är mer välinformerade, utbildade och har större valmöjligheter än vad tidigare kunder haft. Detta leder till att kunderna eftersträvar en tjänst/produkt som kan ge dem ett så högt kundvärde som möjligt.

För ett företag är det viktigt att veta hur de ska gå till väga för att skapa ett högt kundvärde och hur undersökningar ska göras för att ta reda på vad som efterfrågas på marknaden (Szatek 2011).

Det är viktigt att fundera kring vad för slags kundnyttor företaget kan erbjuda kunderna. Szatek (2011) beskriver emotionella- och rationella kundnyttaspekter som är bra för företagen att ta hänsyn till. Det första är *nyhetsvärdet*, där positiva nyheter är viktigt för att ge positiva förväntningar och därmed skapa en nöjdhet till kunden. *Självkänsla och stolthet*, att företaget försöker skapa en image, exempelvis kan ett dyrt boende skapa bilden av att ägaren är en förmögen person. Etiska frågor är också en viktig del inom denna aspekt, att företaget omges med produkter som hjälper dem att handla rätt i olika situationer. *Välmående* är en annan viktig aspekt, detta är ett brett begrepp men handlar dels om social gemenskap och delaktighet. *Glädje och humor*, en kund som skrattar och är glad är ovärderligt för ett företag. Något som värderas allt högre av kunderna är *miljöansvaret*, det är viktigt att företaget värnar om miljön för att få tillit av kunderna. En bra aspekt att ha i åtanke för företaget är *enkelhet*, att det ska vara lätt för kunden att förstå exempelvis en hemsida. En viktig aspekt för de flesta kunder och som är ett grundläggande behov som behöver tillgodoses är *trygghet*. Företaget måste här minimera riskerna. I ett boende kan det exempelvis innefatta en brandvarnare och närhet till sjukvårdspersonal. *Besvärsmfrihet*, här blir kunden tillfredsställd genom att företaget löser problemet åt kunden. Den sista kundnyttan är *kundeffektivitet*, den är viktigt genom att företaget tar bort eller tillför vissa moment som besparar tid för kunden eller hjälper kunden att göra något den själv vill utföra (Szatek 2011).

2.7. Hur mäts kundnöjdhet?

Att mäta kundernas nöjdhet kan vara en svår del för företagen. Rationella kundnyttor kan mätas genom exempelvis tid, hastighet eller vikt och så vidare, medan emotionella kundnyttor såsom glädje och välbefinnande är svårare att mäta (Szatek 2011). Emotionella kundnyttor kan förstås genom att studera positiva och negativa effekter på kunderna, om kundens respons är positiv kan detta framföras till företagen genom goda rykten bland kunder i form av "word of mouth" (Oliver 2010).

Szatek (2011) menar att det går att mäta kundnöjdhet genom Nöjd Kund Index som motsvarar alla de olika kundnyttorna. Det går även att göra nöjd kundundersökningar, där de olika delarna som erbjudits kunderna analyseras för att få fram vilka delar som är viktigast att ha med för att skapa kundnytta. För ett företag är det viktigt med nöjda kunder, då nöjda kunder ofta innebär hög lojalitet. Därför görs nöjd kundundersökningar med jämna för att företagen ska känna av om kundernas är belåtna.

3. Metod

I detta kapitel redogör vi för vårt val av metod. Uppsatsen har använt kvalitativ metod för datafångst, bearbetning och analys. I sammanhanget har exempelvis halvstrukturerade intervjuer genomförts vid insamling av data.

Metoden är ett sätt att beskriva på vilket tillvägagångssätt de teoretiska frågeställningarna har besvarats. Här redogörs och diskuteras vilka metoder som kommit till användning och vad uppsatsen har till syfte att studera (Ekengren & Hinnfors 2012). Vid valet av metod utses det alternativ som fullbordar syftet på bästa sätt (Björklund & Paulsson 2003; Olsson & Sörensen 2007). Eftersom syftet med den här uppsatsen är att utreda hur fyrtiotalisternas attityder och behov påverkar samt förändrar företagens koncept för seniorboenden, har en kvalitativ metod använts. Vi har valt kvalitativa intervjuer för att få en större kunskap om fastighetsföretagens koncept. Enligt Olsson och Sörensen (2007) är det centrala i en kvalitativ metod att leta efter kategorier som beskriver ett sammanhang. Den kvalitativa metoden skapar en djupare förståelse för hur företag utvecklar koncept när marknadens krav förändras då området är relativt oklart (Björklund & Paulsson 2003; Jacobsen 2002).

3.1. Urval

Enligt Jacobsen (2002) finns det olika urvalskriterier att ta hänsyn till i en kvalitativ metod. Urvalet styrs av undersökningens avsikt och ett medvetet val krävs eftersom det kommer att spegla undersökningens resultat. Representanterna har valts ut med utgångspunkt från kriteriet information, det vill säga personer med kunskap inom ämnet vi undersöker. Jacobsen (2002) menar att nackdelen med detta kriterium är att det inte går att veta något om informationen intervjupersonerna har. Detta är något vi har reflekterat över och har därför kontaktat personer med huvudansvaret för seniorboende på vardera företag för att få en så rättvis bild av företagen som möjligt.

Företagen vi valt att intervjua är KBAB, Uddevallahem, HSB Norra Bohuslän, Riksbyggen, Hammaröbostäder och Kilsbostäder. Urvalet av fastighetsföretag stöddes av att vardera företag har någon form av seniorboende i de orter som studien inriktats på. De valda orterna är Karlstad, Uddevalla, Hammarö och Kil. Det är av praktiska skäl som dessa orter valts då en av oss kommer från Uddevalla och båda studerar i Karlstad. För att få en bredare förståelse på hur koncept kan utformas valdes intervjuer med både offentliga och privata företag. Totalt kontaktades åtta företag via telefon och två företag avböjde. Det var endast en representant närvarande vid varje intervju, utom vid intervjun med Kilsbostäder då en representant fick hjälp av en kollega de sista fem minuterna av intervjun. Alla representanter hade olika befattningar inom företagen men med en god inblick i seniorboendebranschen. Totalt intervjuades fyra kvinnor och tre män.

3.2. Datainsamling

De sex personer som kontaktades via telefon gav sitt medgivande till en intervju som genomfördes ungefär en vecka senare. De som tackade ja till att bli intervjuade mottog en informationsblankett och en intervjublankett via mail (Bilaga 1 och 2). Intervjublanketterna bifogades så att intervjudeltagarna fick möjlighet att förbereda sig på frågorna som skulle ställas vid intervjun. Vid intervjutillfället fick representanten skriva på en samtyckesblankett för att visa sitt samtycke till intervjun (Bilaga 3). Alla intervjuerna ägde rum på informanternas arbetsplats och varade mellan 40 och 60 minuter.

Jacobsen (2002) menar att för att få till ett bra samtal krävs det att ett samspel skapas mellan intervjuaren och representanten. Enligt Dalen (2008) blir det lättare att uppfatta intervjupersonens kroppsspråk och andra signaler när samtalet spelas in och intervjuaren inte behöver fokusera på att anteckna. Enligt Jacobsen (2002) kan representanten känna sig obekvämt vid inspelade samtal, vilket en intervjuare bör tänka på och därmed försöka göra situationen mer

lättisam (Jacobsen 2002). För att kunna få till ett bra samtal med den intervjuade valde vi att spela in alla intervjuer med hjälp av en mobiltelefon.

3.3. Intervjuer

Avsikten med den kvalitativa forskningsintervjun som ägt rum är att förstå ämnet från intervjupersonens perspektiv (Kvale & Brinkmann 2009).

Intervjuer är en muntlig datainsamling som sker via telefon eller personlig kontakt. När en kvalitativ metod används utgår intervjuaren från övergripande frågor eller teman, så kallade kvalitativa intervjuer. Strukturen på olika intervjuformer skiljer sig åt, de kan vara helt slutna till helt öppna (Jacobsen 2002). På mitten av skalan ligger den halvstrukturerade intervjun som kännetecknas av att det finns en öppenhet där både intervjuaren och intervjupersonen är medvetna om ämnet. Intervjuaren kan utgå från en intervjuguide och intervjun kan likna ett vardagssamtal men med en professionell inriktning på studiens syfte. Ett bra sätt att börja en halvstrukturerad forskningsintervju är att introducera ämnet, syftet, fråga om mobilinspelning godkänns och om intervjupersonen har några frågor innan intervjun börjar. Frågorna som ställs har utgångspunkt från intervjupersonens svar. Målet med intervjun är att samla in information från den intervjuade personen för att sedan tolka meningen av den uppsamlade datan. Den inspelade intervjun skrivs vanligen ut, vilket blir material för analys (Jakobsson 2011; Kvale & Brinkmann 2009). Detta material blev grunden för empiridelen i uppsatsen, där resultaten av intervjuerna redovisas.

3.3.1. Intervjuguide

Enligt Kvale och Brinkmann (2009) bör valet av frågorna vara anpassade till studiens område och syfte. Vi har tagit hjälp av en intervjuguide som ger oss en ökad förståelse för våra frågeställningar. Enligt Dalen (2008) är en intervjuguide något som krävs vid en halvstrukturerad intervju.

Intervjuguiden ska innehålla centrala teman och frågor som hjälper intervjuaren att täcka de viktigaste områdena för studien. De inledande frågorna bör vara lättsamma så att den intervjuade blir avslappnad. Detta är något vi tagit del av i vår utformning av guiden. De fyra första frågorna handlar om intervjupersonens arbetskarriär. Resterande frågor fokuserar mer på det centrala temat och studiens frågeställningar (Dalen 2008). När varje intervju skulle avrundas i vår uppsats togs en sista titt på intervjuguiden, detta för att säkerställa att alla frågor besvarats.

Enlig Kvale & Brinkmann (2009) ger sonderade frågor bredare kunskap om vad som studeras, i vårt fall fastighetsföretaget och dess koncept inom seniorboendeområdet. Öppna frågor som började med: hur, var och varför ställdes. Detta för att representanten skulle få möjlighet att fritt uttrycka sina svar utan någon styrning från vår del. Frågorna ställdes inte alltid i följd och vissa av frågor besvarades omedvetet av representanten under intervjuens gång.

3.4. Dataanalys

Enligt Dalen (2008) är det viktigt att konsekvent gå igenom materialet för att leta efter abstrakta kategorier för att på så sätt organisera materialet som insamlats. Svaren från de sex intervjuerna som inspelades skrevs ned till en formell text. Senare sammanställdes texten i fem kategorier: koncept, aktiviteter och tjänster, efterfrågan på seniorboende, uppföljning av kundnöjdhet, observerade attitydförändringar hos fyrtiotalister. Kategorierna samt underrubrikerna vi skapade hade hela tiden studiens syfte i fokus då de formades så att frågeställningarna senare skulle vara möjliga att besvara.

För att få en sammanställd bild av hur fastighetsföretagen arbetar inom området använde vi dessa fem kategorier som analyserades noggrant. De nedskrivna intervjuerna skickades via mail till vardera företag så att de fick möjlighet att redigera något som vi uppfattat fel eller tillägga något som de glömt att säga. Alla företag utom ett valde att redigera eller tillägga något i intervjuerna.

3.5. Validitet och reliabilitet

Eftersom frågan om validiteten och reliabiliteten ofta ställs inom intervjuforskning är det viktigt att detta diskuteras. Med validitet menas om rätt sak har mätts i undersökningen (Kvale & Brinkmann 2009). Reliabilitet betyder tillförlitlighet och visar hur väl undersökningen stämmer. Vid en hög reliabilitet kan undersökningen göras om med ett lika resultat som den första undersökningen. Båda begreppen är viktiga att ta hänsyn till under hela uppsatsens då det är tillförlitlighet och precision som står i centrum (Ekengren & Hinnfors 2012; Jacobsen 2002).

Vi anser att validiteten i vår undersökning är hög därför att respondenterna till varje intervju är nogra utvalda med hänsyn till studiens område. Vi finner även reliabiliteten för undersökningen hög då frågorna som ställdes vid intervjutillfällena var identiska till alla de sex fastighetsföretagen och om dessa intervjuer skulle göras om bör resultatet bli densamma förutsatt att företagen inte håller inne med information.

3.6. Erfarenheter från metodarbetet

Vi anser att den kvalitativa metoden vi valt att använda var relevant för arbetet då vi fick veta det som behövdes för att få svar på våra frågeställningar. Det var i början av arbetet svårt att veta hur många företag som skulle intervjuas. Efter sex intervjuer kände vi en mättnad och bestämde då att fler inte behövde göras. Att skicka ut information om studien och frågorna som skulle ställas i förväg var ett bra beslut. Respondenterna var då förberedda och hade tagit reda på många svar innan intervjuerna ställdes, vilket gjorde att intervjuerna hade bra flyt under samtliga intervjutillfällen. Det var även bra att skicka de nedskrivna intervjuerna till studiens intervjuade, som då gavs möjlighet att ge sina synpunkter på texten samt godkänna den.

4. Empiri

I detta kapitel presenteras de sex intervjuade företagen och dess representanter. Därefter sammanställs och redovisas den insamlade datan i fem kategorier. Slutligen sammanfattas resultatet i en tabell.

4.1. Presentation av företagen och representanterna

4.1.1. KBAB

KBAB bildades 1942 och har som uppgift att uppföra eller förvärva samt förvalta fastigheter. Företaget är helägt av Karlstads kommun genom koncernen Karlstads Stadshus AB. Idag äger och förvaltar företaget 7300 hyreslägenheter och lokaler i Karlstad, detta är ungefär 16 procent av hela kommunens bostadsmarknad. KBAB förvaltar idag fyra stycken trygghetsboende i 912 lägenheter. Trygghetsboendena riktar sig framförallt till hyresgäster i ådern 65+ (KBAB 2014a; KBAB 2014b).

Representanten för KBAB var Barbro Nilsson som är flödesägare för trygghets- och plusboende och har även hand om städet i KBAB. Hon är ansvarig för verksamheten och har varit med i uppstarten av trygghetsboendet för 11 år sedan. Sammanlagt har hon arbetat i branschen i ungefär 6 år.

4.1.2. Uddevallahem

Uddevallahem bildades år 1949 och har sedan dess varit en drivande aktör på bostadsmarknaden i Uddevalla kommun. Företaget är en kommunal bostadsstiftelse som förvaltar omkring 4300 lägenheter och har ungefär 9000 hyresgäster. Uddevallahem förvaltar ett trygghetsboende (Uddevallahem 2014a; Uddevallahem 2014b).

Representanten för Uddevallahem var Lena Johansson som är utyrningskontorist på Uddevallahem, hon har jobbat på samma företag sedan hon gick ut gymnasiet.

4.1.3. HSB Norra Bohuslän

HSB är Sveriges största bostadskooperation som startade år 1923, organisationen är medlemsägda och har till syfte att arbeta med bostadsparande, byggande och förvaltning. Fem kommuner inkluderas i HSB Norra Bohuslän: Uddevalla, Sotenäs, Strömstad, Munkedal och Tanum. HSB Norra Bohuslän förvaltar ungefär lika många hyresrätter som bostadsrätter, 45 stycken bostäder av vardera är seniorbostäder. Företaget har varit verksamma inom seniorboendebranschen sedan år 1990/1991 (HSB Norra Bohuslän 2014a; HSB Norra Bohuslän 2014b; HSB Norra Bohuslän 2014c).

Representant för HSB Norra Bohuslän var Owe Lislerud som är VD sedan sju år tillbaka. Han har jobbat på samma företag sedan år 1990 och tidigare har han bland annat jobbat som förvaltare och informationsansvarig.

4.1.4. Riksbyggen/Bonum Uddevalla

Riksbyggen har funnits sedan 1940, deras huvuduppgifter är att utveckla och förvalta bostadsrätter och en del villor. Bonum som är ett varumärke inom Riksbyggen är ett nytt koncept från 2006. De erbjuder bostäder till 55+ och Bonum tillhandahåller förvaltningen, tjänsterna och bostaden. För tillfället har de inget seniorboende i Uddevalla men ett projekt har påbörjats (Bonum 2014).

Representant för Riksbyggen var Rasmus Edlund som började som projektledare på Riksbyggen i juli 2013. Han har jobbat inom samma område tidigare men på andra företag. Tidigare erfarenhet har han bland annat från JM som är marknadsledande inom seniorboendemarknaden där han exempelvis varit med och lett ett projekt i Malmö som blev utsett till årets mest nöjda kunder i landet år 2010. Bostadsutveckling har han jobbat med sedan 2007 och innan det jobbade han ute i produktionen.

4.1.5. Hammaröbostäder

AB Hammaröbostäder är ett aktiebolag som är ägt av Hammarö kommun. Företaget har till syfte att äga, förvalta och hyra ut hyresrätter. Idag förvaltas 830 hyresrätter i kommunen som även innefattar särskilda boendeformer och ett antal lokaler. Hammaröbostäder förvaltar två stycken +55 seniorboende samt ett trygghetsboende för 70+ (Hammaröbostäder 2014a; Hammaröbostäder 2014a).

Representant för Hammaröbostäder var Susanne Karlsson som jobbat inom företaget i 3 år. Hon är hyresansvarig och jobbar främst med kundtjänst. Hon har tidigare erfarenhet inom seniorboendebranschen då hon jobbat med felanmälningar för seniorboenden i ett annat företag.

4.1.6. Kilsbostäder

Kilsbostäder är ett aktiebolag som har till uppgifter att främja bostadsförsörjningen i Kils kommun. Företaget är ägt av kommunen och deras uppdrag är förvalta och bygga kommunala serviceanläggningar, lokaler och bostäder. Totalt förvaltar de 710 lägenheter. Företaget erbjuder ett seniorboende för 65+ med 33 lägenheter i centrala Kil (Kilsbostäder 2014a; Kilsbostäder 2014b).

Representant för Kilsbostäder var Marlene Piper-Ekström som arbetar som enhetschef inom socialförvaltningen sedan den 1 november 2013. Hon är ansvarig för två hemtjänstgrupper, Smeden, ett korttidsboende och ett badhus. I sin tidigare arbetskarriär har Ekström jobbat 9 år som enhetschef på Hagfors kommun.

Johan Asp som också är enhetschef på Kilsbostäder som tidigare haft ansvar för seniorboendet Smeden, kommer med i slutet av intervjun för att besvara

några frågor Marlene-Piper var osäker på. Asp har varit enhetschef på Kilsbostäder sedan förra året.

Företag:	Respondent:	Roll:
KBAB	Barbro Nilsson	Flödesägare
Uddevallahem	Lena Johansson	Uthyrningskontorist
HSB Norra Bohuslän	Owe Lislud	VD
Bonum	Rasmus Edlund	Projektledare
Hammaröbostäder	Susanne Karlsson	Hyresansvarig
Kilsbostäder	Marlene Piper-Ekström/ Johan Asp	Enhetschef/Enhetschef

4.1.7. Sammanställning av intervjuerna

Koncept

Samtliga sex företag som intervjuades har olika koncept. KBAB, Uddevallahem och Hammaröbostäder kallar sina boende för trygghetsboende. Gemensamt för dessa tre företag är att de ägs av respektive kommun. Även om företagen benämner trygghetsboende berättar representanten från KBAB att *“trygghetsboende är olika på alla ställen”*. Hammaröbostäder får exempelvis statligt bidrag, vilket medför vissa krav. Representanten från Hammaröbostäder förklarar att för att få detta bidrag ska boendet benämnas *“trygghetsboende”*. Det finns även riktlinjer på hur det ska byggas samt att personal ska finnas tillgänglig på boendet. HSB Norra Bohuslän och Bonum kallar sina seniorboende för *“55+”*, då hyresgästerna måste vara 55+ för att få flytta in i dessa. Uddevallahem har 60+ som krav på sitt trygghetsboende, Kilsbostäder har 65+ och Hammaröbostäder har 70+. KBABs koncept angående åldern är

unik jämfört med de andra företagen. I deras trygghetsboende finns hyresgäster i alla åldrar.

Unikt att vi har det insprängt i vanligt bostadsområde, inga lägenheter är riktade på bara 65+ men hälften av beståndet ska vara inriktat på 65 år eller äldre (Nilsson 2014).

Det finns förordningar och föreskrifter att rätta sig efter, vilket gör att samtliga intervjuade företag är uppbyggda på ett liknande sätt. Lägenheterna har stora badrum och sovrum, bredare dörrar och tillgång till gemensamhetsutrymmen. Representanterna från Uddevallahem, KBAB och Hammaröbostäder menar att boendet är ett mellansteg innan vård- och omsorgsboendet. Representanterna från Uddevallahem och KBAB nämner också att efterfrågan har ökat på seniorboende de senaste åren. De berättar att en av anledningarna till den ökade efterfrågan är att det krävs mycket för att få en plats på ett vård- och omsorgsboende, bland annat att personen ska vara tillräckligt sjuk. Många av informanterna poängterar att "läget" är oerhört viktigt för ett bra seniorboende. De syftar framförallt på närheten till kommunikationer, vårdcentraler och affärer. Respondenten från Uddevallahem menar att "*det är ingen ide' att skapa något som inte har de rätta förutsättningarna*". Flera representanter nämner också kvar-boende principen, "*det ska gå att åldras i lägenheterna*" (Edlund 2014). Att kunna erbjuda en gästlägenhet så släkt och vänner har möjlighet att övernatta vid besök är viktigt enligt flera av respondenterna. Majoriteten av företagen erbjuder hyresrätter, Bonum tillhandahåller endast bostadsrätter och HSB erbjuder både hyresrätter och bostadsrätter.

Samtliga representanter fick frågan om hyresgästen betalar något extra för tjänsterna och aktiviteterna. Hyresgästerna hos HSB Norra Bohuslän, Kilsbostäder och Hammarö tar ingen extra avgift. Bonum tar betalt beroende på antalet tjänster som hyresgästen nyttjar. Den högsta höjningen av

månadsavgiften låg på 200 kronor, detta stod Uddevallahem för. KBAB har ett tillägg på månadsavgiften med 25 kronor.

Aktiviteter och tjänster

Samtliga intervjuade nämner att en gemensamhetslokal finns i deras seniorboende. I lokalen finns det exempelvis en TV, stolar, bord, kök och tillhörande redskap. Detta skapar en möjlighet för hyresgästerna att laga mat och umgås tillsammans. Representanten från Kilsbostäder berättar att deras hyresgäster kan köpa lunch för cirka 67 kronor i köket.

Hos samtliga företag utom HSB Norra Bohuslän, finns det personal på plats som hjälper till med aktiviteter och tjänster. Personen/personerna benämns olika beroende på vilket företag det är, trygghetsbovärd, trygghetsvärd eller bonumvärd, är vad de kallas hos de intervjuade företagen. Tjänster som värden hjälper till med varierar men uppgifterna på de olika företagen är snarlika. På ett företag växlar denne sin arbetstid på två olika boende. Ett annat företag använder värden som fastighetsförvaltare om dennes tjänst inte utnyttjas fullt ut vid aktiviteter och tjänster. Hos KBAB hjälper värden till med saker som handling, tvättning, att sätta upp gardiner och dylikt. Representanten från Uddevallahem berättar att värden gör småsaker som *“byta glödlampor och sätta upp gardiner men att handla och sådana saker gör däremot hemtjänsten”*. Kilsbostäder och HSB Norra Bohuslän är företagen utan en “värd”. Representanten från HSB Norra Bohuslän berättar att företaget istället använder sig av vad de kallar en “festkommittén”, som består av 4-5 hyresgäster som varje år utses. Detta har fungerat bra i många år och samma respondent tror att festkommittén fungerar bra för att hyresgästerna tycker om att hjälpas åt. Han påpekar också att det bor fler damer i huset som gärna ber herrarna i huset om hjälp. Han tror att det är detta koncept som är en av anledningarna till att hemtjänsten minskat betydligt i detta boende jämfört med liknande boende.

Festkommittén har ansvar för lite gemensamma aktiviteter, som de boende har, det sköter den här festkommittén helt och hållet själva. Det är ingenting som vi tycker att vi behöver lägga oss i och framförallt inte då det fungerar så bra som det gör (Lislerud 2014).

Samtliga företag anser att aktiviteter är en viktig del i seniorboendet. Majoriteten av de intervjuade berättar att värden tillsammans med hyresgästerna diskuterar vilka aktiviteter som ska införas. Representanten från KBAB berättar att aktiviteter anordnas nästan varje dag enligt ett schema. 50 procent av företagets trygghetsvärdars tjänst går ut på att ordna aktiviteter till hyresgästerna, resterande 50 procent av tjänsten spenderas i trapphuset där de städar. Respondenten tycker att detta fungerar bra och förklarar:

Det har vi sett är ett jättebra verktyg, för man är ute i trapphuset väldigt mycket, lär känna hyresgästerna och kan ringa på och fråga hur det går..... Vi jobbar med närheten till hyresgästerna (Nilsson 2014).

Personalens arbetstider utmärker sig berättar KBAB:s representant berättar: *“personalen som jobbar där arbetar med förskjuten arbetstid, så man kan jobba lite kvällar och så är man ledig på dagen”*.

Några av aktiviteterna som i dagsläget erbjuds enligt representanterna är allt från kräftskivor, midsommarfester, bingo, gympa, grillkvällar, matlagningskurser, boule, fika, tipspromenader och så vidare. Det talas också mycket om självkostnadspris. Hyresgästen får exempelvis betala kostnaden för matlagningskursen eller fiket.

Efterfrågan på seniorboende

Samtliga intervjuade svarade att seniorboende är populära hos deras företag. Det var främst konceptet i sin helhet som var uppskattat. De intervjuade berättade att seniorerna var nöjda med allt ifrån lägenheternas standard, aktiviteterna, dess läge, att ha en värd tillgänglig och så vidare. Samtliga är överens om att kön till

ett seniorboende är lång och att det kan dröja flera år innan de intresserade kan få plats på ett seniorboende. Hammaröbostäder berättar att deras trygghetsboende blev klart hösten 2013. De hade väldigt många intressenter men fick ändå gå ut med erbjudandet två gånger. Representanten till Hammaröbostäder förklarar att vissa var tveksamma till månadsavgiften som av många uppfattades som hög. Månadsavgifterna ligger mellan 7 100 - 10 000 kronor och utöver det tillkommer hushållsel, kall- och varmvatten. Samma respondent förklarar vidare att priset beror på kostnaden av att bygga lägenheterna. De är byggda i en liten högre standard med parkettgolv överallt, inglasade balkonger och så vidare. Flera av respondenterna påpekar dock att det är få in- och utflyttningar i dessa boende och att de flesta som flyttar in brukar trivas.

Samtliga representanter är överens om att framtiden ser lovande ut för seniorboende. De intervjuade från Hammaröbostäder och Uddevallahem diskuterar planer på framtida seniorboende. Båda ser att efterfrågan finns men menar att det först och främst gäller att hitta rätt "läge". Uddevallahem menar att skulle de bygga ett seniorboende "*skulle det fort bli fullt*". Respondenten från HSB Norra Bohuslän berättar att företaget i dagsläget inte planerar framtida seniorboende då företaget ser både negativa och positiva aspekter med det. Respondenten menar att seniorboende är efterfrågat men vill hellre se ett boende med blandade åldrar. Om de i framtiden ska utveckla en typ av seniorboende kommer det innefatta 50 procent äldre och 50 procent för alla åldrar. Kilsbostäders representant tror att fler seniorboende kommer att byggas men att åldern kan komma att bli lägre i dessa boende, runt 55 år. Bonums representant tillade också att kommuner är positiva till att tillägna mark till aktörer inom seniorboendebranschen. Samma representant ser positivt på framtida seniorboende och tror att denna marknad kraftigt kommer att öka. Han anser att det finns ett stort behov hos fyrtilisterna som inte orkar sköta ett hus, då flertalet i denna målgrupp äger sin bostad. De vill ha något som är mer lättskött samt ha pengar över till nöjen, vilket kommer göra att seniorboende

troligen kommer bli efterfrågade av fyrtiotalisterna. Bonums representant menar att när fyrtiotalisterna säljer sin bostad kommer de få en kapitalvinst. Denna vinst kan de investera i ett mer lättskött boende med ett koncept gjort för att tillgodose både deras behov samt nöjen. Vidare påpekar han att det finns de som inte vill flytta från sin villa på grund av den höga reavinstskatten som på senare dagar har tillkommit.

Efterfrågan från fyrtiotalister

Vid frågan om vad fyrtiotalisterna efterfrågade var det blandade svar. Ingen av respondenterna berättade om en specifik undersökning som riktade sig direkt till vad fyrtiotalisterna efterfrågade. Respondenterna från HSB Norra Bohuslän och Bonum beskrev istället hur de gick till vid uppstarten av ett seniorboende. Vid byggandet skapades en fokusgrupp som bestod av intressenter till det nya boende. I fokusgruppen var det personer i olika åldersgrupper som fick en möjlighet att framföra önskemål om hur de ville lägenheterna skulle formas.

Representanten från KBAB förklarade att de inte gör några undersökningar för tillfället utan riktar sig direkt till hyresgästerna. Respondenterna från Uddevallahem och Hammaröbostäder nämner att deras koncept inte har förändrats på grund av fyrtiotalisterna. Respondenten från Uddevallahem är däremot noga med att poängtera att det är en viktig kundkrets och att de alltid finns med i tankarna. Samtliga respondenter beskrev fyrtiotalisterna som en viktig grupp att ta hänsyn till och den generella synen är att flera av dem har bra med pengar när de väl säljer sin villa.

Respondenten från KBAB beskrev hur företaget tänkte när de började inom seniorboendebranschen: *“när vi startade, började man att titta på vart våra äldre ska bo nu när kullen med fyrtiotalister kommer”*. En liknande tankegång hade även Riksbyggen när de började med konceptet Bonum *“just den gruppen blir starkare och starkare och lever längre och längre”* (Edlund 2014). Vidare berättat han att vi idag lever längre och *“blir ungdom på nytt då man är så pigg”*. Riksbyggen märkte även

av att det var stor brist på boende för äldre i kommunerna och var en anledning till att konceptet Bonum skapades år 2006.

Vid frågan om fyrtiotalisterna efterfrågade hyresrätt eller bostadsrätt gick åsikterna isär *“många vill bo i hyresrätt då personen kommer undan lite ansvar för lägenheten och vill bo bekvämare”* (Johansson Uddevallahem). Representanten från HSB Norra Bohuslän påtalade att det finns nackdelar med bostadsrätter. Han förklarade att några av hyresgästerna behövs i styrelsen, vilket inte alltid är uppskattat av seniorerna, däribland fyrtiotalisterna. De känner att deras tid med ansvar är över. Samma informant säger däremot att *“har de en villa som de fått bra betalt för så köper de hellre en bostadsrätt”*. Bonums representant som endast har bostadsrätter i sitt utbud förklarar följande *“många av de som köper bostadsrätter av oss har det väldigt gott ställt”*. Han menar att målgruppen till bostadsrätter också finns.

Hur konceptet förändras efter efterfrågan

I samtliga intervjuer framkom det att relationen med hyresgästerna är särskilt värdefull. Många nämner även att kommunikationen mellan värden och hyresgästen är viktig. Representanterna är eniga om att det är genom hyresgästerna de får reda på vad som efterfrågas. Det kan exempelvis vara att en aktivitet efterfrågas eller att ytterligare säkerhet önskas. Bonum och HSB Norra Bohuslänns representanter ger två bra exempel på hur de har förändrat något genom hyresgästernas kritik:

I början hade företaget induktionshällar med vred och förlängda kranar som standard i lägenheterna men detta var inte uppskattat av seniorerna, de kände att det kunde ses som de var handikappade (Edlund 2014).

Bonum tog åt sig av kritiken och idag finns det tillgängligt men inte längre som standard. Representanten för Bonum menar att *“lägenheten ska uppfattas som en helt vanlig lägenhet men med tanke på det där lilla extra så att den går att använda när de äldre*

får rullator med mera”. HSB Norra Bohuslän startade det första seniorboendet år 2003. Företaget erbjöd ett paket som innehöll små tjänster som att sätta upp gardiner, handling av dagligvaror och dylikt som hyresgästen fick betala lite extra för varje gång det nyttjades. Detta var dock inget som var intressant för hyresgästerna, ingen köpte dessa paket som HSB erhöll i nästan fem år. När tjänsterna slutade erbjudas förstod företaget att det fungerade lika bra utan, att grannarna hjälper varandra och att detta inte behövdes.

Representanten från Kilsbostäder anser att beroende på uppslutningen märks det hur uppskattad en aktivitet är. Skulle uppslutningen avta behöver det göras en förändring. Samma representant nämner att det även är *“viktigt att titta över en klagomålshantering, detta kan vi använda för att utveckla verksamheten”*.

Uppföljning av kundnöjdhet

Samtliga av de intervjuade berättade att någon form av kundundersökning görs för att se hur nöjda hyresgästerna är. Respondenten från Kilsbostäder förklarar att de försöker förbättra sig om de har fått låga siffror på en punkt. Både Bonum och HSB Norra Bohuslän använder sig av Nöjd Kund Index. I båda fallen mäts kundernas nöjdhet två månader efter inflyttning samt efter ytterligare två år. Respondenten från Uddevallahem berättar att det bästa betyget företaget kan få är när hyresgästerna vill bo kvar i bostaden. Samma respondent förklarar att ryktet sprider sig vilket leder till att fler blir intresserade och ansöker till deras seniorboende, detta betraktas som ett gott betyg. Respondenten från KBAB berättar att företaget har en aktivitetsrapport som visar vad som gjorts under den senaste månaden. Där redovisas hur många aktiviteter, hembesök, tjänster och fallförebyggande åtgärder personalen utfört. Vidare berättar respondenten att KBAB är med i ett stort kontaktnät i Sverige där ansvariga för seniorboende på olika orter samlas och diskuterar lösningar. *“Nästan alla kommuner jobbar på olika sätt för att lösa problemen i den egna kommunen”* (Nilsson 2014). Den intervjuade från Kilsbostäder säger att de har en kontaktperson till varje hyresgäst där åsikter kan yttras, härigenom kan företaget också läsa av respons från hyresgästerna.

Samtliga av respondenterna var även eniga om att kundundersökningarna visar att hyresgästerna är väldigt nöjda med sitt boende.

Observerade attitydförändringar hos fyrtialisterna

Åsikterna om hur attitydförändringarna skiljer sig åt jämfört med tidigare generationer går isär. Respondenten från Uddevallahem anser att det inte skiljer sig särskilt mycket medan HSB Norra Bohuslän anser det kan vara stor skillnad. Respondenten från Uddevallahem tycker att det som utmärker fyrtialisterna är att många är skuldfria och snart ska sälja sina hus.

Respondenterna från Uddevallahem, Hammaröbostäder och Kilsbostäder menar att fyrtialisterna har högre krav jämfört med tidigare generationer. Tekniken är också något som flera av respondenterna anser utmärka fyrtialisterna och något som de efterfrågar. Respondenten från Kilsbostäder menar att fyrtialisterna kan komma att efterfråga en möjlighet att anmäla sig till aktiviteter via internet. Vidare menar samma respondent att det är viktigt att *“förstå de nya värderingarna och att följa med i utvecklingen”*. En generell uppfattning bland de intervjuade är att fyrtialisterna anses vara piggare och motionerar mer. KBAB har lagt märke till att de efterfrågar andra aktiviteter och annan musik. Respondenten från Kilsbostäder menar att fyrtialisterna vet om sina rättigheter och säkerligen kommer ha andra intressen än den tidigare generationen. Hammaröbostädernas representant menar att fyrtialisterna verkar tycka att boendet är lite mer än bara ett boende. Hon jämför det med 80-åringar som blir tacksamma bara av att komma till ett boende där det går att känna sig lugn och trygg och att seniorboendet har hiss. Bonum och HSB Norra Bohuslänns representanter anser att fyrtialisterna inte ser sig själva som gamla. Bonum menar att en 70-åring istället ser sig som en 50-åring. Vidare säger samma representant att han anser fyrtialisterna vara mer egoistiska.

Tidigare generationer har bott kvar ännu längre i sina villor och gnetat och hållit i pengarna. Men det gör inte fyrtialisterna på samma sätt utan de säljer istället

sina bostäder och använder de pengarna till att köpa en bil och resa (Edlund 2014).

4.2. Sammanställning av Empiri

Kunder	KBAB	Uddevallahem	HSB Norra Bohuslän	Bonum	Hammaröbostäder	Kilsbostäder
Ålderskrav	50%: 65+ 50%: alla åldrar	60+	55+	55+	70+	65+
Extra avgift	25kr/månad	200kr/månad	-	Tjänstepaket	-	-
Aktiviteter	Schemalagda aktiviteter	Samråd värd+hyresgäst	Festkommittén	Samråd värd+hyresgäst	Samråd värd+hyresgäst	Föreningar, tillgång till badhus
Vårdens arbete	50%: akt.+tjänster 50%: trappstädning	100% tillgänglig på boendet	-	Aktiviteter+tjänster, annars fastighetsförvaltare	50%: boende1 50%: boende2	100% tillgänglig på boendet
Hyresrätt el. bostadsrätt i seniorboendet	Hyresrätter	Hyresrätter	Hyresrätter	Bostadsrätter	Hyresrätter	Hyresrätter
Hur koncept förändras	Genom relation med hyresgästen	Genom relation med hyresgästen	Genom relation med hyresgästen	Genom relation med hyresgästen	Genom relation med hyresgästen	Genom relation med hyresgästen
Är era seniorboende uppskattade och efterfrågade?	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Framtiden för seniorboende	Framtiden ser ljus ut	Framtiden ser ljus ut	Framtiden ser ljus ut	Framtiden ser ljus ut	Framtiden ser ljus ut	Framtiden ser ljus ut
Uppföljning av kundnöjdhet	Aktivitetsrapport, Kundundersökningar	Generell undersökning vart annat år	NKI 2 månader samt 2 år efter nyinflyttad hyresgäst	NKI 2 månader samt 2 år efter nyinflyttad hyresgäst	Kundattitydmätningar	Brukarundersökning, kontaktperson
Observerade attitydförändringar hos 40-talister	Andra aktiviteter och annan musik, aktivare	Högre krav	Ser inte sig själva som gamla, aktivare	Ser inte sig själva som gamla, aktivare, mer "egoistiska"	Högre krav, tekniken, boendet är mer än bara ett "boende"	Högre krav, tekniken, andra intressen, vet sina rättigheter

Ovanstående tabell ger en översiktlig bild av empirin. Punkterna i tabellen skapades med hjälp av fokus på studiens syfte och frågeställningar. I tabellen har först och främst likheterna sammanställts men det går även att på ett överskådligt sätt se de företag som skiljer sig gentemot de andra företagen. Det går exempelvis att se att det endast är HSB Norra Bohuslän och Kilsbostäder som inte har någon värd tillgänglig och att samtliga företag är eniga om att deras seniorboende är uppskattade. Tabellen genererar även en tyngd i

studiens analys och slutsatser när flera av företagen är överens i flertalet av punkterna.

5. Analys

I detta kapitel analyseras den empiriska undersökningen tillsammans med den teoretiska referensramen. Skillnaderna och likheterna som hittats har analyserats i samma ordning som lagts fram i den teoretiska referensramen.

I empirin användes fem kategorier som har betydelse för fastighetsföretagens koncept inom seniorboenden. Kategorierna som framkommer är koncept, aktiviteter och tjänster, efterfrågan på seniorboende, uppföljning av kundnöjdhet och observerade attitydförändringar hos fyrtioåringar.

Gemensamt för de intervjuade är att samtliga nämner betydelsen av läge och tillgänglighet till service som viktiga faktorer för ett lyckat seniorboende. Detta stämmer överens med hur SABO (2007) beskriver ett typiskt seniorboende i Sverige. Fastighetsföretagen bygger boenden som är anpassade för personer som är 55 år och uppåt och strävar efter att hyresgästerna ska kunna bo kvar där livet ut. Det finns bland annat gemensamhetslokaler i varje hus i syfte att hyresgästerna ska kunna socialisera sig. Gemensamma platser är något Wagner et al. (2011) beskriver som en viktig prioritering i seniorboende. Arnberg et al. (2011) menar att de främsta egenskaperna för ett lyckat seniorboende är känslan av trygghet och gemenskap. I intervjuerna framkommer att just säkerhet, trygghet och gemenskap är viktigt att förmedla till hyresgästerna. Detta är även något som Szatek (2011) nämner är viktiga kundnyttoaspekter för ett företag att ta hänsyn till.

Fastighetsföretagen är eniga om att aktiviteter är en viktig del i konceptet som erbjuds till hyresgästerna. Samtliga respondenter är nöjda med sitt koncept och menar att även hyresgästerna är tillfredsställda. De företag som lyckats bäst med sitt koncept enligt Arnberg et al. (2011) är när seniorerna själva får vara med och bestämmer aktiviteterna och även är med och driver aktiviteterna och verksamheten. HSB Norra Bohuslän är det företag som bäst stämmer in på

denna beskrivning då de överlämnar ansvaret för aktiviteterna till hyresgästerna. Respondenten från HSB Norra Bohuslän berättar även att deras seniorboende är mindre beroende av hemtjänsten jämfört med liknade boende i området. Detta för att grannarna gillar att hjälpa varandra med exempelvis handling, sätta upp tavlor och dylikt. Det kan diskuteras om vilket koncept som är det bästa. Respondenten från KBAB menar att nästan alla företag har olika koncept beroende på vad som efterfrågas i respektive kommun. Enligt Arnberg et al. (2011) går det inte att utforma ett koncept som passar samtliga hyresgäster.

Enligt Sandstedt och Abramsson (2012) kommer antalet äldre att fortsätta öka och därmed kommer seniorboendemarknaden förbli intressant för samhällets aktörer. Respondenterna från KBAB och Bonum förklarade att de blev verksamma inom seniorboendebranschen för att kunna medverka i den framtida utvecklingen samt skapa efterfrågade seniorboende till fyrtiotalisterna.

Respondenten från HSB Norra Bohuslän nämner att det bor betydligt fler kvinnor än män på deras seniorboende, vilket PRO (2013) styrker med sin rapport som redogör att antalet kvinnor som är 80+ är många fler än männen i samma ålder. Denna vetskap som även stämmer överens i HSB Norra Bohusläns seniorboende, har gjort att deras koncept inte behöver en värd.

Bonums representant nämner att det är stor brist på seniorboende i Sverige. Representanten menar att detta är en viktig fråga att ta upp nu när fyrtiotalisterna är så många och lever längre än tidigare generationer. Detta styrks med Von Platen (2013) uttalande om att det är viktigt att erbjuda fyrtiotalisterna attraktiva boenden då den stora bristen på seniorboende leder till ett stort tryck på kommunernas resurser. Här kan diskuteras hur bristen kan vara så stor när marknaden verkar positiv. Enligt Arnberg et al. (2011) ökar antalet seniorboende med cirka 5000 boende varje år. Bonums respondent berättar att Riksbyggen såg möjligheten i denna marknad och på grund av den stora bristen har de satt som mål att bygga minst sex seniorboendeprojekt om

året runt om i Sverige. Varje projekt producerar cirka 30-50 lägenheter. Vidare menar representanten att kommunen är positivt inställda till aktörer inom seniorboendebranschen och tilldelar därför gärna mark till dessa. Kommunerna sänker sina kostnader om fler seniorboende byggs på marknaden. Detta stämmer överens med Arnberg et al. (2011) rapport.

Den generella uppfattningen av de sex intervjuade fastighetsföretagen är att seniorboendemarknaden betraktas som en affärsverksamhet att utveckla. Bonum som endast inriktar sig på seniorboendebranschen kan jämföras med USA, vilket Ahlström (2008) beskriver som ett land som lyckats speciellt bra med marknadsanpassade lösningar. Inga av de sex intervjuade fastighetsföretagen erbjuder ett koncept som liknar det som Arnberg et al. (2011) beskriver som ett "Hotellboende", vilket är vanligt förekommande i USA. Detta kan vara något för svenska fastighetsföretag att uppmärksamma, då det tyder på det finns stora möjligheter inom seniorboendebranschen. Att jämföra de marknadsanpassade lösningar som USA lyckats bra med, ger en möjlighet för svenska företag att utveckla sina koncept och därmed skapa en större efterfrågan på sina seniorboende (Ahlström 2008).

De intervjuade nämner att de flesta äldre vill bo kvar i sina småhus så länge som möjligt men att detta blir problematiskt när vissa sysslor blir för betungande. Flera av de intervjuade nämner exempelvis att trädgården kan vara för tidskrävande eller att en make/maka avlider och känslan av ensamhet kommer. Detta är något Goh et al. (2013) styrker och menar att när allt fler blir ensamstående kan ett seniorboende bli ett attraktivt alternativ för seniorerna. Ahlström (2008) menar att majoriteten av fyrtiotalisterna äger en villa som de om några år säkerligen är redo att sälja. Vidare anser han att många av fyrtiotalisterna fått ta del av inflationsvinster och värdestegringar, vilket gjort att flertalet fyrtiotalisterna har en god ekonomi. Denna generation har därför möjligheter att efterfråga nytt boende och även vara beredda att betala för den service som det nya boendet medför. Enligt Arnberg et al. (2011) är målgruppen

55+ är den mest köpstarka gruppen i samhället. Flera av respondenterna nämner att deras seniorboende byggs med en hög standard samt att efterfrågan är stor. Respondenten från HSB Norra Bohuslän nämner att en nyproducerad bostad genererar sju stycken flyttningar i snitt. Sett ur ett samhällsekonomiskt perspektiv kan det gynna samhället att bygga nyproducerade boende, fyrtiotalisterna får en möjlighet att förvärva dessa samtidigt som personer med mindre gott ställt kan förvärva de bostäder som det flyttas från.

Samtliga respondenter nämner att de har märkt av attitydförändringar hos fyrtiotalisterna jämfört med tidigare generationer, detta är något även Goh et al. (2013) styrker. Flera av representanterna tycker att denna grupp har högre krav och är mer aktiva jämfört med tidigare generationer. Detta stämmer överens med vad Wagner et al. (2010) publicerat. Vidare menar författarna att fyrtiotalisterna är mer medvetna och självständiga än tidigare generationer. Respondenten från Kilsbostäder anser att de i en större utsträckning vet om sina rättigheter. Flera av respondenterna har också observerat att denna grupp engagerar sig mer i teknologin. Fyrtiotalisterna är mer vana att använda både en dator, telefon och annan typ av teknologi, vilket tidigare generationer använder i samma utsträckning. Detta är något även Coleman et al. (2006) bekräftar. Då fyrtiotalisterna använder teknologin mer än tidigare generationer anser Kilsbostäders respondent anser att detta är viktigt att tänka på vid vidare utveckling av tjänster.

Uttalanden från Hammaröbostäder och Bonums representanter samt Ivarsson (2013) menar att något som står i fokus för fyrtiotalisterna är livskvalité. Hammaröbostäders representant menar att känslan hon fått är att boendet är mer än bara ett boende för dem. Ivarsson (2013) menar att förutom boendet är det minst lika viktigt med familjen, vännerna samt att få vara en del i samhället. Bonums representant benämner gruppen som mer egoistiska. Till skillnad från tidigare generationer menar han att pengarna de får efter en vinst på villan används till att resa och/eller köpa en bil istället för att spara pengarna till

efterkommande generation. Detta är något som Brembeck (2009) styrker i sin rapport och menar att hälften av de fyrtioåringar som blivit tillfrågade i studien tänker spendera alla pengar på sig själva. Detta bör ge en tankeställare för företag och göra dem uppmärksamma på att utveckla tjänster som tillgodoser denna generations behov.

Flera av representanterna nämner att det kan dröja flera år innan en sökande hyresgäst tilldelas en hyreslägenhet. Detta stämmer överens med vad rapporten SABO (2007) publicerat. Bonums representant som istället tillhandahåller bostadsrätter säger att försäljningen av lägenheterna varierar. I de flesta fall ha de inga problem att få dessa sålda men ibland går det inte lika fort. Samtliga representanterna poängterar att in- och utflyttningarna är få i deras seniorboende. I likhet med Amberg et al. (2011) visar vår studie att framtiden inom seniorbranschen ser ljus ut och förväntas expandera. Detta kommer att medföra att seniorboendemarknaden kommer ta en större del av bostadsmarknaden (Amberg et al. 2011).

Enligt Szatek (2011) är det viktigt för företagen att ta reda på hur de ska gå till väga för att skapa höga kundvärden. I vår studie framkommer från samtliga intervjuade betydelsen av goda relationer med hyresgästerna. Respondenter anser att denna relation hjälper företagen att se vad som efterfrågas i deras seniorboenden. Fastighetsföretagen tar åt sig av kritik och åsikter efter undersökningarna, därefter ändras koncepten för att tillfredsställa kundernas behov. HSB Norra Bohuslänns representant nämner att företaget tidigare erbjudit ett tjänstepaket med diverse småtjänster till hyresgästerna men att detta togs bort efter att intresset var lågt. Szatek (2011) menar att företaget bör ta reda på vad för slags kundnyttor som kan erbjudas för att få sina kunder tillfredsställda.

Enligt Szatek (2011) kan kundernas nöjdhet mätas genom att göra Nöjd Kund Index och nöjd kund undersökningar, detta för att kunna analysera fram de

viktigaste delarna för att kunna skapa värde för kunderna. Intervjuerna visade att samtliga sex fastighetsföretag använder sig av någon typ av nöjd kund undersökning. Bonum och HSB Norra Bohuslänns representanter nämner Nöjd Kund Index som en viktig del för att mäta om kunderna är nöjda. Kilsbostäders representant förklarade att om resultatet från undersökningen visar sämre siffror på någon del försöker företaget förbättra sig på den delen för att nästa gång få ett bättre resultat. Samma respondent nämner även att vid aktiviteterna syns kundernas nöjdhet vid uppslutningen, avtar denna vid någon aktivitet görs en förändring för att hyresgästerna ska bli nöjda. Samtliga intervjuade anser att det är viktigt att ett projekt som ett seniorboende får ett bra rykte, genom att goda rykten sprids ökar också efterfrågan. Enligt Oliver (2010) är "word of mouth" ett positivt resultat av kundernas respons och minst lika viktig som ett resultat av en undersökning.

6. Slutsats

I detta kapitel knyts de slutsatser som gjorts samman med uppsatsens syfte och frågeställningar. Här diskuteras även förslag till fördjupande studier.

Vårt syfte med denna studie var att undersöka om fyrtiotalisternas attityder och behov påverkar samt förändrar företagets koncept för seniorboenden. Detta i samband med erbjudandet av boendekoncept hos sex studerade företag. Vidare var syftet att försöka visa om det har förändrat företagets koncept och erbjudande av seniorboende.

Frågeställningarna som vi utgått från är:

- Vad efterfrågas inom seniorboende?
- Ändrar företagen koncepten efter fyrtiotalisternas behov?
- Hur ser framtiden för seniorboendemarknaden ut?

Resultatet av studien visar att den teoretiska delen överensstämmer med den empiriska delen i uppsatsen. Den teoretiska referensramen och empiriska studien har kunnat visa att seniorboende är efterfrågade. I studiens empiri framkommer det att det finns en brist på seniorboende på de studerade marknaderna. Vi kan efter studien konstatera att det som främst efterfrågas inom ett seniorboende är trygghet, säkerhet och gemenskap. I studien framgår det att fyrtiotalisternas åsikter är viktiga. Företagen tar intryck av seniorens efterfrågan som bland annat styrs av ändrade attityder och behov, vilka samlas och beaktas vid utformningen av företagets boendekoncept. Vi har genom studien kommit fram till att seniorboendet som koncept på de studerade marknaderna har en ljus framtid. Detta på grund av den allt mer åldrande befolkningen och fyrtiotalisternas attitydmönster samt behov av alternativa seniorboendelösningar.

Efter studien kan vi konstatera att de studerade seniorboendena är uppskattade både av marknadens aktörer och kunder. Då fyrtiotalisterna tenderar att lever längre genom att genomsnittsåldern ökar och är piggare högre upp i åldrarna jämfört med tidigare generationer, är aktiviteter något som lockar många vid ett framtida boende. Kommunerna är positiva till att nya aktörer kommer in på marknaden då fler seniorboenden minskar kommunens resurser och kostnader. Vi kan konstatera att de sex boendekoncept som studerats skiljer sig från USA genom att seniorboende mer betraktas som en hotellverksamhet.

Seniorboende är framför allt ett attraktivt boende för blivande ensamstående. Majoriteten av fyrtiotalisterna har stora tillgångar i form av att de äger sin bostad och är därmed en viktig målgrupp på seniorboendemarknaden. De har märkbara förändrade attityder som exempelvis mer krävande och aktivare jämfört med tidigare generationer, vilket bör prioriteras vid utveckling av koncept. Vi kan i studien utläsa att goda relationer med hyresgästerna är något som företag uppskattar för att få kännedom om vad som efterfrågas i seniorboendet. Kundundersökningar är också en central del för att ta reda på kundernas nöjdhet där den viktigaste responsen från kunderna kommer via "word of mouth".

Vi anser att det finns en stor potential inom seniorboendebranschen. Fler aktörer bör satsa på seniorboende för att bidra till ett rikare liv för seniorerna, med fokus på att erbjuda både livskvalitet, goda sociala relationer och efterfrågade aktiviteter.

7. Förslag till fördjupande studier

Vi anser att det går att utveckla och fördjupa sig mer i detta område då resultatet bygger på ett litet datamaterial.

Det som saknas i vårt arbete är en större koppling till den internationella seniorboendemarknaden. Vi tror att det finns mycket att lära av de utländska aktörernas framgångar inom branschen.

Vi stötte på källor som beskrev fyrtiotalisterna som en ”egocentrisk generation”, som gärna vill spendera alla pengar på sig själva. Detta område skulle vara intressant att fördjupa sig i samt se vad det kan ge för konsekvenser.

Källförteckning

Abramsson, M. & Andersson, E. (2012). Residential Mobility Patterns of Elderly—Leaving the House for an Apartment. *Housing Studies*, 27(5), 582-604. doi:10.1080/02673037.2012.697553.

Abramsson, M. & Magnusson Turner, L. (2013) Flytta eller bo kvar på äldre dar. I Wiklund, G. & Melin, S. *Bo bra på äldre dar*. Stockholm: AB svensk Byggtjänst. s. 79-93.

Ahlström, P. (2002). *Privat Seniorboende - en boendeform med marknadspotential*. Institutionen för infrastruktur, Bygg- och fastighetsekonomi, Kungliga Tekniska Högskolan, Stockholm.

Ahlström, P. (2008). *Strategier och styrsystem för seniorboendemarknaden*. Institutionen för ekonomisk och industriell utveckling, Linköping universitet.

Arnberg, Jonas., Blom, Carin. & Hortlund, Per. (2011). *Seniorboende 2.0 Äldreboendets plats i den moderna tjänsteekonomin*. (HUI Research 2011). Stockholm.

Björklund, M. & Paulsson, U. (2003). *Seminarieboken: att skriva, presentera och opponera*. Lund: Studentlitteratur.

Bonum. (2014). *Om Bonum*. Tillgänglig:
<http://www.bonumseniorboende.se/Ny-bostad/Sok-seniorbostad/#SearchResult> [2014-04-25]

Boverket (2013) *Bostadsmarknaden 2013-2014* (Rapport 2013:19). Karlskrona.

Brembeck, Helene. (2009) *Fyrtilialisterna - mediahype eller faktiskt livsstilssegment?* (Konsumtionsrapporten 2009) Göteborg: centrum för konsumtionsvetenskap.

Coleman, L., Hladikova, M. & Savelyeva, M. (2006). The baby boomer market. *Journal Of Targeting, Measurement & Analysis For Marketing*, 14 (3), 191-209.

Dalen, M. (2008). *Intervju som metod*. Gleerups Utbildning AB: Malmö.

Ekengren, A. & Hinnfors, J. (2012). *Uppsatshandboken- hur du lyckas med din uppsats*. Andra uppl. Lund: Studentlitteratur.

Goh, B. K., Garcia, M., Joung, H. & Fowler, D. (2013). Residents' Satisfaction with Foodservice at a Continuing Care Retirement Community: A Pilot Study. *Journal Of Quality Assurance In Hospitality & Tourism*, 14 (2), 185-199. doi:10.1080/1528008X.2013.749385.

Hammaröbostäder. (2014a). *Områden*. Tillgänglig:

http://www.hammarobostader.se/CM/Templates/Article/general.aspx?cmguid=e07236b4-1aa8-4ecc-8694-a1aea9a34b24&hmap_id=MAP_APARTMENT [2014-04-24].

Hammaröbostäder. (2014b). *Om oss*. Tillgänglig:

<http://www.hammarobostader.se/CM/Templates/Article/general.aspx?cmguid=f18df302-2b5e-41a0-8d85-1e3d82f5c09c> [2014-04-24].

HSB Norra Bohuslän. (2014a). *Fastighets AB HSB N. Bohuslän*. Tillgänglig:

<https://www.hsb.se/norrabohuslan/hyresratter/fastighets-ab-hsb-norra-bohuslan> [2014-04-25].

HSB Norra Bohuslän. (2014b). *Om HSB*. Tillgänglig:

<http://www.hsb.se/omhsb> [2014-04-25].

HSB Norra Bohuslän. (2014c). *Välkommen till HSB Norra Bohuslän*. Tillgänglig:

<http://www.hsb.se/hem?region=site.norrabohuslan&setCookie=true> [2014-04-25].

Ivarsson, Martin (2013). *Den sociala dimensionen och närmiljön i boendet: underlag till diskussion om ett boendepolitiskt program för PRO*. (Rapport PRO 2013). Stockholm: Pensionärernas riksförbund.

Jacobsen, D.I. (2002). *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*. Lund: Studentlitteratur.

Jakobsson, U. (2011). *Forskningens termer & begrepp - en ordbok*. Lund: Studentlitteratur.

KBAB (2014a) *Företagsfakta*. Tillgänglig:
<http://www.kbab.se/om-kbab/foretagsfakta> [2014-03-15]

KBAB (2014b) *Trygghetsboende*. Tillgänglig:
<http://www.kbab.se/hyr-av-oss/sarskilt-boende/trygghetsboende> [2014-03-15]

Kempe, Magnus., Fürth, Thomas. & Ljung, Björn. (2012) *Framtidens äldre*. (Rapport Kairos Future 2012). Stockholm: Kairos Future.

Kilsbostäder. (2014a). *Seniorboendet Smeden*. Tillgänglig:
<http://www.kil.se/Omsorg-och-socialt-stod/Aldreomsorg/Boenden/Seniorboendet-Smeden/> [2014-04-25].

Kilsbostäder. (2014b). *Kilsbostäder*. Tillgänglig:
<http://www.kil.se/kilsbostader/Om-Kilsbostader/Kilsbostader/> [2014-04-25].

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund:

Studentlitteratur.

Lindgren, A. (2013). Hur vill vi bo på äldre dar? . I Wiklund, G. & Melin, S. *Bo bra på äldre dar*. Stockholm: AB svensk Byggtjänst. s. 27-41.

Länsstyrelsen (2013) *Läget i länet: Bostadsmarknaden i Stockholms län 2013*. (Rapport 2013:14). Stockholm.

Malmberg, B. & Sundström, G. (1991). Seniorbostäder- privata alternativ till ålderdomshem. *Planera, bygga, bo*, (4), 12-14.

Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. 2. Uppl. New York: M.E. Sharpe.

Olsson, H. & Sörensen, S. (2007) *Forskningsprocessen: kvalitativa och kvantitativa perspektiv*. Stockholm: Liber.

Pensionärernas Riksorganisation [PRO] (2013) *Äldres boende idag och i framtiden*. Tillgänglig: http://www.pro.se/Global/PRO%20riksorganisationen/Leva-bo/Boendepolitik/PRO_Boendekonferens1_mars2013.pdf [2014-03-21].

SABO (2007). *Från eget småhus till allmännyttan: vad händer på bostadsmarknaden när fyrtilisterna går i pension?* (Rapport SABO 2013). Stockholm.

Sandstedt, E. & Abramsson, M. (2012). Ny bostadspolitik för att möta en åldrande befolkning. I Abramsson, M. & Nord, C. *Äldres boende - forskningsperspektiv i Norden*. Lund: Studentlitteratur. s. 19-34.

SOU 2002:29. *Bilagadel till Riv Ålderstrappan! Livslopp i förändring*. Stockholm: Fritzes offentliga publikationer.

SOU 2002:29. *Diskussionsbetänkande av den parlamentariska äldreberedningen SENIOR 2005*. Stockholm: Fritzes offentliga publikationer.

Statistiska Centralbyrån [SCB] (2012). *Sysselsättningen 2030 – kan dagens försörjningsbörda bibehållas?* (Temarapport: 2012:4). Stockholm.

Szatek, A. (2011). *Konceptstyrd utveckling - Förnyelse av produkter, tjänster och marknader*. Lund: Studentlitteratur.

Uddevallahem. (2014a). *Skogslyckan – Sunnanvindsvägen 10*. Tillgänglig: <http://www.uddevallahem.se/vara-omraden/trygghetsboende/skogslyckan-sunnanvindsvagen-10> [2014-03-16].

Uddevallahem. (2014b). *Vi ger uddevallaborna ett hem*. Tillgänglig: <http://www.uddevallahem.se/om-oss/om-oss-inledning> [2014-03-16].

Vega-Vazquez, M., Revilla-Camacho, M. & Cossío-Silva, F. J. (2013). The value co-creation process as a determinant of customer satisfaction. *Management Decision*, 51(10), 1945-1953. doi:10.1108/MD-04-2013-0227.

Von Platen, F. (2013). Vad får det kosta och vem får betala? I Wiklund, G. & Melin, S. *Bo bra på äldre dar*. Stockholm: AB svensk Byggtjänst. s. 149-153.

Wagner, S., Shubair, M. & Michalos, A. (2010). Surveying Older Adults' Opinions on Housing: Recommendations for Policy. *Social Indicators Research*, 99 (3), 405-412. doi:10.1007/s11205-010-9588-5.

Wetterberg, G. (2013). Dagens situation – framtidens utmaningar. I Wiklund, G. & Melin, S. *Bo bra på äldre dar*. Stockholm: AB Svensk Byggtjänst. s. 15-23.

Worzala, E., Karofsky, J. & Davis, J. (2009). The Senior Living Property Sector: How is it Perceived by the Institutional Investor? *Journal Of Real Estate Portfolio Management*, 15(2), 141-156. [2014-03-14].

Bilagor

Bilaga 1

Information om



studien

Vi är väldigt tacksamma att ni medverkar i vår undersökning för vår C-uppsats, i vilken vi kommer undersöka hur fyrtiotalisternas attityder och behov påverkar seniormarknaden och fastighetsföretagens koncept.

Vi som gör denna studie är två studenter som går sista året på fastighetsekonomiprogrammet vid Karlstad Universitet, Melanie Johansson och Amanda Grahn.

Detta är en halvstrukturerad intervju, vilket innebär att samma frågor med öppna svarsalternativ ställs till alla medverkande deltagare. För att ni ska ha möjlighet att förbereda er för intervjun bifogar vi i detta mail även frågorna som kommer ställas. Under intervjun kommer en samtyckesblankett att ges ut för underskrift.

Med ert tillstånd spelar vi in intervjun enbart för eget syfte. All intervjuad data förvaras säkert och ingen annan kommer att få tillgång till detta. Hela intervjun kan om så önskas vara anonym vilket vi tar hänsyn till.

Är det något ni funderar över är ni välkomna att höra av er.

Melanie Johansson, 072-240 34 87

Melanie_Johansson@hotmail.com

Amanda Grahn, 073-817 52 59

EmmaAmandaGrahn@gmail.com

Handledare: Petter Ahlström

Petter.ahlstrom@cla-sweden.se

Intervjuguide



1. Vad har du för roll inom företaget?
 2. Hur länge har du arbetat inom företaget?
 3. Vad har du för erfarenhet inom fastighetsbranschen?
 4. Vad har du för erfarenhet inom seniorbranschen?
-
5. Hur lång erfarenhet har företaget inom seniorboendebranschen?
 6. Hur stor del av er verksamhet består av seniorboenden?
 7. Varför valde ni att börja inom seniorboendebranschen?
 8. Hur gör ni för att få fram era koncept/tjänster som ni erbjuder?
 9. Vilka är de viktigaste aspekterna för att få fram ett bra koncept?
 10. Hur ändrar ni era koncept efter vad seniorerna efterfrågar?
 11. Hur tar ni reda på vad seniorerna efterfrågar?
 12. Vad erbjuder ni i dagsläget?
 13. Hur tycker ni att attityder hos fyrtiliserna, skiljer sig med tidigare generationer?
 14. Hur mäter ni kundernas nöjdhet?
 15. Hur ser ni på framtiden för denna marknad?
- Är det något ni vill tillägga?

Blankett för samtycke



Jag ger mitt samtycke till att delta i denna intervju

Datum:

Ort:

Företag:

Namnsteckning:

Namnförtydligande:.....

KBAB

Intervju med Barbro Nilsson

Koncept

I KBAB betyder ett seniorboende helt vanliga lägenheter som tidigare varit servicehus men som nu är till för dem som är 65 år eller äldre. I dessa hus jobbar inte någon mer än att förvalta husen, helt som vanliga hyresrätter menar Nilsson. Trygghetsboenden är vilka de erbjuder när det kommer till konceptboenden och att det är dessa hus som Nilsson tror att vi menar. Olika företag kan benämna dessa typer av hus olika berättar Nilsson och det är därmed trygghetsboenden som vi diskuterar vidare i intervjun.

När vi frågar vad KBAB erbjuder får vi en broschyr över de fyra husen de har inom företaget. Nilsson berättar att de har tre bostadsområden: Järpen, Hagaborg och Sixbacken, som tillsammans utgör ungefär 1000 hyreslägenheter. Tanken med konceptet är att de äldre ska få bo kvar i en hemmastadd miljö, att de ska få ha ett bra liv och att företaget ville bygga över glappet mellan hemtjänsten och det egna boendet.

Aktiviteter och tjänster

I varje bostadsområde har kommunen en person anställd tillsammans med två eller tre personer till som kan hjälpa till med tillfälliga tjänster som exempelvis att handla eller tvätta, sätta upp gardiner och diverse saker som de kan tänkas behöva hjälp med. Det är individen själv som ringer till de anställda om de vill ha hjälp. Människorna som jobbar med detta kallas trygghetsbovärdar. Nilsson menar att alla ska ha tillgång till att vara med på aktiviteterna, kan en person inte komma på grund av att den inte orkar gå till samlingsplatsen så kommer personalen och hämtar denna. Enligt Nilsson är det ett självkostnadspris, det enda som egentligen kostar är om de vill köpa kaffe och fika eller om det anordnas en utflykt eller resa. Aktiviteterna finansieras genom att hyresgästerna betalar 25 kronor som läggs på hyran och är något alla i dessa områden måste betala.

KBAB jobbar med att frivilliga ska vara med och jobba med aktiviteter för att hyresgästerna ska få beblanda sig med andra människor. Personalen jobbar med förskjuten arbetstid för att aktiviteterna ska passa in på hur och när hyresgästerna vill ha aktiviteter. Cafeér finns också tillgängliga, där brukar det hållas olika typer av teman för att hyresgästerna ska bli nyfikna på vad som kommer ske. Tanken här är att det ska synas i lokalen att det hänt någonting och att det har det bestämda temat.

Tjänster som KBAB utför kan till exempel vara promenader, hjälp med tvätten, hämta medicin, hänga gardiner, inköp av dagligvaror, stöd till samhällskontakt, och att lyfta saker. Nilsson menar att tjänsterna varierar mycket och att det i princip kan vara vad som helst som hyresgästerna vill ha hjälp med. En annan tjänst som startats efter hyresgästernas behov är ”kvällshjälpen” som fungerar som en jourtelefon som är ett samarbete med SOS och Securitas dit hyresgästen kan ringa under kvällstid och helger då den ordinarie personalen är ur tjänst. Det kan handla om att någon ramlat och inte tar sig upp eller att någon anhörig bor utomlands och inte har fått tag på sin mamma eller pappa på länge. SOS Securitas skickar då någon till dennes lägenhet för att hjälpa till. Ett digitalt tittöga för att hyresgästen ska känna sig säkrare och kan enklare hålla koll på trapphuset erbjuds också, kostnaden blir då 79 kronor per månad i tio månader. Om hyresgästen är dålig en period finns också ett speciallås till dörren tillgängligt. Med detta kan hyresgästen ligga kvar i sängen och låsa upp dörren med en dosa för hemtjänsten eller grannar, vilket har visat sig ge en snabbare rehabilitering.

Samtidigt som trygghetsboenden startade tog KBAB över trappstädningen i husen, 50 procent av de anställdas tjänst går ut på trappstädning. Detta har visats vara ett bra verktyg menar Nilsson då personalen kan knacka på hos hyresgästerna för att se hur de mår och kanske ge lite sällskap samt att personalen lär känna hyresgästerna. Resten av personalens tjänst går ut på

aktiviteter och olika typer av tjänster. Målet är att öka trivseln, tryggheten, självförtroende och hälsan hos hyresgästerna.

Efterfrågan på seniorboende

Det är lång kö på dessa boenden. Enligt Nilsson kan det ta upp till fyra år att få bo på ett trygghetsboende. Dessa boenden är främst till för dem som är 65 år eller äldre men Nilsson säger att det inte nödvändigtvis bara är äldre som bor på dessa, målet är däremot att 50 procent av hyresgästerna ska vara 65+.

Enligt Nilsson ser framtiden inom seniorboendebranschen ljus ut. Hon berättar att det inte bara är Karlstadbor som ringer och är intresserade, utan också folk utanför kommunen, detta för att ryktet spridits om att det är bra och att de har bekanta eller släktingar i närområdet.

Efterfrågan från fyrtialister

Nilsson berättar att för att få veta vad som efterfrågas hör de sig för med hyresgästerna, de har inga typer av undersökning just för vad som efterfrågas.

Hur konceptet förändras efter efterfrågan

Vad Nilsson har märkt när det kommer till det äldre är att när personerna är kring 65-70 så roar de sig ofta på eget håll med sina vänner/väninnor med bridgespel eller simning men ju äldre de blir desto mer isolerade och beroende av sitt närområde blir de. Nilsson menar att det viktigaste med konceptet är att bryta ensamheten och att de äldre får social samvaro samt att stimulera både kropp och själ för dessa människor. Det är ingen som säger rakt ut att de känner sig ensamma om frågan ställs men Nilsson menar att det syns väl. Därför finns dessa aktiviteter som hålls nästan varje dag, aktiviteterna är blandade så att alla kan vara med någon dag.

Uppföljning av kundnöjdhet

Enligt Nilsson har KBAB ett stort nätverk i Sverige där de samlas för att diskutera olika typer av lösningar och menar att nästan alla kommuner jobbar på olika sätt för att lösa problemen i den egna kommunen. Varje månad utförs en aktivitetsrapport om vad som gjorts under den senaste månaden. Där redovisas hur många telefonsamtal, hur många hembesök, hur många tjänster och fallförebyggande åtgärder som personalen utfört.

KBAB började inom seniorboendebranschen genom ett projekt i SABO för 11 år sedan, där de frågade sig hur de skulle göra för att göra bättre boenden för äldre. Genom en kundundersökning mäts kundernas nöjdhet och i och med detta har det märkts att hyresgäster i trygghetsboenden är mycket nöjda och trygga.

Observerade attitydförändringar hos fyrtiotalisterna

Nilsson säger att under de 11 åren som de jobbat med dessa boenden har störst skillnad på fyrtiotalisterna attityder märkts av att det efterfrågas andra aktiviteter, mer motion och att de måste byta ut musiken för att folk lyssnar på andra typer av musik.

Uddevallahem

Intervju med Lena Johansson

Koncept

Johansson berättar att Uddevallahem har byggt om en befintlig fastighet som stod klar 2012, Skogslyckan. Seniorboendet på Skogslyckan består av 60 lägenheter och är det första seniorboendet Uddevallahem utvecklat. Företaget fick därmed flytta de personer som var under sextio, då kravet för att få bo i detta hem är att personerna ska vara 60 år eller äldre. Detta gjorde att det var mer än 60 procent som blev ledigt till nya hyresgäster. Det är anpassat för seniorer genom att ha bredare dörrar, två hissar och gemensamhetsutrymmen. Johansson menar att detta hus valdes eftersom det ligger på platt mark, det är nära till sjukhus, service och affär. Det finns också två hissar, vilket är bra ifall ena hissen går sönder då många äldre inte orkar gå i trappor. I början fanns där bara ettor och tvåor men det är nu ombyggt så att det finns fem stycken treor i huset också, i och med ombyggnationen byggdes även inglasning på balkongerna.

Enligt Johansson ser Uddevallahem åldern 60+ som en trygghet då det blir lite lugnare i området och om personer hellre vill bo med blandade åldrar så väljs inte detta boende. I och med att det bland annat finns en lokal i huset som företaget hade kunnat hyra ut till något annat samt att en del av trygghetsvärden måste finansieras, läggs 200 kronor på grundhyran.

Det viktigaste för att få till ett bra koncept är helt klart läget. Det är ingen idé att skapa något som inte har de rätta förutsättningarna, säger Johansson. Det kräver lite mer när det kommer till seniorboende då allt ska vara anpassat och att trygghetsvärd ska finnas. Hon berättar att seniorboende betraktas som ett mellansteg innan vård- och omsorgsboenden då dessa kräver att de som flyttar in är tillräckligt sjuka, därmed ökar också efterfrågan extra mycket för seniorboenden. Hade det varit lättare att ta sig in på vård- och omsorgsboenden

hade nog inte efterfrågan varit så stor som den är för seniorboenden menar Johansson.

Aktiviteter och tjänster

När frågan om Uddevallahem har några krav på hur frisk eller sjuk en person som flyttar till Skogslyckan ska vara säger Johansson att det har de inte men att de är väldigt tydliga med att berätta att detta är inget vård- och omsorgsboende som de erbjuder. Det finns ingen personal som vårdar utan i Skogslyckan finns en trygghetsvård som finns tillgänglig hela dagarna som hjälper till med småsaker som att byta glödlampor och sätta upp tavlor. Att handla och sådana saker gör däremot hemtjänsten, berättar Johansson.

Enligt Johansson ska Uddevallahem se till att det finns saker tillgängligt om hyresgästerna vill umgås i gemensamhetsutrymmet. De har TV, stolar, bord och alla typer av redskap till köket om de skulle vilja laga mat tillsammans. Trygghetsvärden kan ibland ordna luncher eller middagar till hyresgästerna men Johansson menar att detta är inget som ingår utan då får de betala en slant för att vara med. Uddevallahem har inget schema för aktiviteter utan allt sker i samråd med hyresgästerna. Det har till exempel anordnats gympa med medborgarskolan och gåband finns i gemensamhetslokalen. Aktiviteter är inget som är anordnat varje dag utan aktiviteterna är olika och då och då. Många i huset är gamla och orkar inte vara med på alla aktiviteter så det är väldigt olika, berättar hon.

Efterfrågan på seniorboende

När frågan ställs om företaget har fler projekt på gång berättar Johansson att det för tillfället inte finns något konkret projekt men det är något som ständigt tas upp och diskuteras. Det är mycket som ska stämma, till exempel alla typer av tillgänglighet gör det svårt att hitta ställen som passar ett seniorboende, berättar Johansson. Enligt Johansson är efterfrågan väldigt stor på detta hus och om det hade funnits fler av denna typ av boende hade fort blivit fullt. Johansson berättar

också att kön är lång och att det handlar om år innan en hyresgäst kan få flytta in i det seniorboende de erbjuder, så det behövs helt klar fler.

Enligt Johansson är ett framtida projekt på gång, men det är inget som är bestämt att det ska bli ett seniorboende idag. Det finns stor efterfrågan i just det området men det är inte säkert att det blir av alls då det är svårt att få bygglov i Uddevalla.

Efterfrågan från fyrtiotalister

Johansson menar att koncepten inte ändrats något efter just fyrtiotalisterna men att de har tittat på denna stora kundkrets och deras behov då de snart är redo att lämna sina hus, nu när de har tankar på ett nybyggnadsprojekt. Så de finns alltid med i tankarna även om det inte är några kategoribostäder som ska byggas. Det är en stor kundkrets som ofta har gott om pengar när de fått sina hus sålda, berättar Johansson. Enligt Johansson vill många seniorer bo i hyresrätt då personen kommer undan lite ansvar för lägenheten och vill bo lite bekvämare. Om tvättmaskinen går sönder så är det inget som hyresgästen måste betala själv utan det står ju företaget för.

Hur konceptet förändras efter efterfrågan

På frågan hur företaget tog reda på vad som efterfrågas svarar Johansson att Uddevallahem har samarbete med kommunen och pensionärsorganisationerna i Uddevalla, vilket gjorde att de tillsammans med dem komma fram till besluten om Skogslyckan. Johansson beskriver också att de skapade en grupp i huset av de befintliga hyresgästerna som träffades för att de skulle få vara med och få fram sina åsikter. På frågan om de fick fram några önskemål berättar Johansson att det blev väldigt mycket personliga önskemål vilket gjorde att det blev svårt att få en helhetsbild på vad alla ville ha, men det fanns absolut saker som företaget kunde snappa upp.

Uppföljning av kundnöjdhet

På frågan hur företaget mäter kundernas nöjdhet svarar Johansson att det bästa betyget är att de bor kvar och att det är väldigt få som flyttar. Det märks också att ryktet sprids då det är så många som söker till detta boende, vilket betyder att det är ett gott betyg. Uddevallahem har också en generell undersökning som görs vart annat år och där syns också att det är väldigt positivt just på detta hus.

Observerade attitydförändringar hos fyrtiotalisterna

På frågan om de har märkt någon skillnad på fyrtiotalisterna och tidigare generationer menar Johansson att det inte är mycket som hon ser skiljer dem åt, men att de märker att det är många som är skuldfria och sitter i sina hus som de snart ska sälja. När det kommer till attityderna säger Johansson att de har högre krav och då blir det dyrare att bo och svårt att hitta bostäder som passar, så många tycker att det är för dyrt att flytta. Kraven kan handla om att det ska vara fräscht och fint och att det ska finnas hissar. Enligt Johansson tänker många att de ska ha en lägenhet nu och har ingen framförhållning, det kan också bli problem. Johansson berättar också att många äldre vill bo i hyresrätt då personen kommer undan lite ansvar för lägenheten och vill bo lite bekvämare. Om tvättmaskinen går sönder så är det inget som hyresgästen måste betala själv utan det står ju företaget för.

HSB Norra Bohuslän

Intervju med Owe Lislrud, Uddevalla

Koncept

Kvarteret Korpen är vad HSB Norra Bohuslän erbjuder idag när det kommer till seniorboenden. Inledningsvis fick även yngre flytta in i dessa boenden på grund av fastighetskrisen i mitten på 90-talet och att de behövde ha folk som bodde i lägenheterna. Idag är det däremot bara 55 år och äldre som får bo i boendet. Lislrud berättar att i detta seniorboende finns vävstuga, snickeriverkstad, rimrum, en gästlägenhet och en samlingslokal där hyresgästerna kan ha träffar.

Lislrud berättar att de benämner boendet seniorboende 55+, vilket innefattar 45 hyresrättslägenheter. Han berättar också att de byggt ytterligare 45 lägenheter i ett hus som kallas Kronolotsen som var klart för två år sedan. Detta är i praktiken inget seniorboende och här har det därför inte satts någon speciell regel för hur gamla hyresgästerna måste vara men det har visat sig att de flesta som flyttar hit är personer som är över 65 år. Dessa lägenheter har hissar och rymliga badrum vilket passar bra för de äldre.

Hela seniorboendekonceptet sker på ideell bas så inga extra kostnader tillkommer i dagsläget för hyresgästerna, men Lislrud säger att om det i framtiden blir så att personal måste tillföras så kommer kanske en viss del läggas på hyran, men detta är bara tankar och inget som planeras idag. Lislrud tillägger att det i båda projekten, Korpen och Kronolotsen, finns det en parkeringslösning som är ganska tilltalande, de har nämligen ett garage i källaren där alla får plats med sin bil. Detta har varit väldigt uppskattat av hyresgästerna, framförallt av herrarna då många gillar att det finns garage till bilen.

Aktiviteter och tjänster

I början organiserade företaget aktiviteter men idag finns en festkommitté i boendet som utses varje år av de boende, denna festkommitté består av 4-5 personer som håller i aktiviteter och uppdrag. Om sängar eller tv ska bytas ut tas det upp i ett forum och då är detta deras uppgift att fixa men enbart efter att ha haft kontakt med företaget. Aktiviteterna är något som de själva får välja och planera. Lislrud tycker att detta har fungerat väldigt bra hittills och att företaget därför inte behöver lägga sig i aktiviteterna, han berättar att de har kräftskivor, julgransplundring, midsommarfester osv. Han säger också att festkommittén varje torsdag har ett ”gubbdagis” och också symöten för damerna i kvarteret. Dessa aktiviteter är inget som kostar extra. Tanken har aldrig varit att företaget ska hålla i sådant, det är bättre att de gör det själva och så står företaget för lokalerna, berättar Lislrud. Han tror att det är bra att de äldre får engagera sig och att hålla på med något nu när de inte jobbar. Idag bor det mer damer i kvarteret än herrar, vilket gör att herrarna får spika upp tavlor och köra bil bland annat. Detta tycker han har fungerat väldigt bra. På frågan om det är något annat som de sett efterfrågas säger Lislrud att så länge det fungerar bra med festkommittén så kommer inte företaget göra något speciellt men skulle det visa på sämre resultat längre fram så kommer de absolut att se överväga vad som kan göras.

Efterfrågan på seniorboende

På dessa boenden är det stor efterfrågan, enligt Lislrud står idag över 200 personer i kö och han berättar att många aldrig kommer få platser även om de flesta som söker denna typ av boende bott i Uddevalla en längre tid. Ryktet har gått och det är därför det har blivit populärt. Många vill ha aktiviteter och grannsämja men sedan finns det såklart de som vill vara själva och som inte söker till detta boende, berättar Lislrud.

Inga seniorboenden planeras i framtiden då företaget både ser positiva och negativa aspekter med dessa. Negativa är bland annat att det är endast seniorer och äldre människor inom dessa kvarter, det finns inga barn eller yngre

människor som kan vara viktigt att ha runt omkring sig. Om det i framtiden ska utveckla någon typ av boende så blir det i sådana fall något som blandar åldrar mer, säger Lislrud. Han berättar att en ny bostad genererar sju stycken flyttar i snitt, så det kommer byggas hus men seniorbostäder är inget som idag planeras. I ett projekt önskar däremot säljaren av tomten som HSB Norra Bohuslän köpt, att huset som ska byggas ska avse människor som lämnar sina villor, vilka enligt Lislrud är seniorer. Här funderar företaget dock på att ha 50 procent för äldre och de andra 50 procent för vem som helst, om detta i framtiden alls blir av.

Oftast är det en änka som söker lägenhet då gubben har gått bort och hon inte orkar ta hand om gräsmattan och andra sysslor i hemmet alldeles själv och då passar ofta denna typ av boende bra. Enligt Lislrud kommer kurvan att stiga rejält efter år 2016. Detta är något som måste tänkas på nu eftersom det är väldigt snart. Det är dock svårt att hitta mark där fastigheter kan byggas, berättar Lislrud. Han tycker att kommunerna ska arbeta mer med denna fråga för att på så sätt kunna samarbeta mer med fastighetsbolag som HSB Norra Bohuslän.

Efterfrågan från fyrtialister

HSB Norra Bohuslän erbjuder både hyresrätter och bostadsrätter inom seniorboenden. På frågan om vad som är mer intressant för fyrtialisterna säger han att ofta så sitter fyrtialisterna på en villa som de säljer, pengarna ska räcka till en ny bostad, en resa och kanske en ny bil. De vill ofta inte sätta sig i ett nytt lån heller så finns inte pengar till en bostadsrätt flyttar seniorerna till en hyresrätt. Har seniorerna däremot en villa som de fått bra betalt för så köper de hellre en bostadsrätt.

Hur konceptet förändras efter efterfrågan

Konceptet utvecklades i början av projektet med Korpen, då jobbades mycket med den grupp på 200 personer som var intresserade och gav ut enkäter för

att se vad de önskade och vad som värderades, sedan hade företaget möten med denna grupp för att de skulle få chans att ha en åsikt i projektet. Lislerud berättar att det efter önskemål byggdes bredare balkonger, skapades mer förrådsutrymmen och det byggdes också en extra toalett för även treor (fanns tidigare endast i fyror). Lislerud tycker att detta är ett bra sätt för att få reda på vad som efterfrågas men han säger också att det är svårt att göra detta för varje projekt, det är inte ofta eller till varje projekt som tiden finns.

HSB har under år 1993 satt ihop ett paket som innehöll små tjänster som att sätta upp gardiner, handling av dagligvaror med mera som hyresgästen fick betala lite extra för varje gång det nyttjades. Detta var dock inget som var intressant för hyresgästerna, ingen köpte dessa paket som HSB erhöll i nästan fem år. När tjänsterna slutade erbjudas förstod företaget att det fungerade lika bra utan, att grannarna hjälper varandra och att detta inte behövdes. En undersökning gjordes också där det studerades hur mycket hemtjänst som gjordes under detta område, det visade sig att det var väldigt lite hemtjänst och att detta enligt Lislerud bör bero på att alla hjälper och stöttar varandra runt omkring.

HSB Norra Bohuslän gör inga egna undersökningar när det kommer till att se vad seniorerna efterfrågar utan det är själva HSB som gör dessa typer av undersökningar, vilka företaget rättar sig efter. Dessa undersökningar fokuseras mest på bostadsrätter. Enligt Lislerud är det svårt att få bostadsrättsföreningar med 55+ koncept att fungera en längre tid då det är svårt när hyresgästerna blir äldre och äldre, att få ihop personer till bland annat styrelsen som ska hålla bostadsrättsföreningen fungerande.

Uppföljning av kundnöjdhet

På frågan hur företaget mäter kundernas nöjdhet svarar han att i nybyggnadsprojekt utförs alltid nöjd kund index undersökning två månader

efter inflyttning och sedan en till efter två år. Men detta sker som sagt enbart vid nybyggnation. Han tycker att det är viktigt att ta frågor direkt om hur det fungerar och om de är nöjda.

Observerade attitydförändringar hos fyrtiotalisterna

På frågan hur han tycker att attityder hos fyrtiotalisterna skiljer sig från tidigare generationer svarar han att det är stor skillnad. Han förklarar att fyrtiotalisterna inte ser sig själva som seniorer när de är 55 år och att de inte vill kalla sig gamla. Fyrtiotalisterna är piggare än tidigare och Lislrud själv som just passerat 55 år ser inte sig själv heller som en senior.

Riksbyggen/Bonum Uddevalla

Intervju med Rasmus Edlund

Koncept

En stor del av Bonums koncept går ut på att erbjuda tjänster. Detta eftersom de inriktar sig till ett äldre kundsegment. Bonum kallar inte sina boenden för 55+ men köparna av bostadsrätterna måste ha fyllt 55 för att få bo där. Detta krav finns för alla bostäder inom Bonum. Inom detta segment finns det ett behov och kommer även i framtiden finnas behov av att köpa enklare tjänster. Edlund förklarar att tjänsterna varierar, idag är den biten liten men den kommer att utvecklas. Bonum har haft inflyttade kunder sedan 2012 då de första projekten blev färdigställda.

Enligt Edlund var medelåldern år 1920 yngre än 65 år, 15 års ungdom var vanligt och sedan var det jobb som gällde till dess att man dog. Idag har de äldre längre tid att leva och är aktiva och pigga länge, det är dessa som Bonum riktar in sig på. Riksbyggen har även ett koncept som heter RKHF (Riksbyggens Kooperativa Hyresrätts Förening) och här jobbas det även med vård- och omsorgsboenden. Riksbyggen och Bonum har möjlighet att bygga i städer som har tillväxt såsom: Kungälv, Stenungssund, Uddevalla, Trollhättan, Strömstad, Skövde och Karlstad. Dessa kommuner växer tillräckligt mycket för att det ska kunna byggas där. Vård- och omsorgsboenden förvaltar de däremot i orter som inte växer, berättar Edlund.

Edlund tillägger att Bonumbostäderna byggs med hög standard, det ska gå att åldras i lägenheterna. Detaljer som större mått, bättre tillgänglighet och andra viktiga faktorer för ett anpassat boende tänks noga igenom. Det är också mycket fokus på det sociala, det finns både gemensamhetslokal och gästlägenheter så det är lite mer påkostad än en vanlig Riksbyggesbostad, berättar Edlund.

Bonum har utformat 6 projekt sedan 2006, dessa innefattar ungefär 200 lägenheter. Det tar lång tid att utveckla detta, det ska förvärvas mark, tas fram detaljplaner och koncepten ska marknadsföras. Målet i framtiden är att de ska ligga i snitt på 300 lägenheter om året. Så minst 6 projekt om året är vad som satsas på, förklarar Edlund.

De viktigaste aspekterna för att få fram ett bra koncept är läget när de tittar på lägen är det inte fokus på utsikten utan det fokuseras på tillgängligheten, service och närhet till affärer. De försöker hitta lägen där kunder redan bor och vill bo kvar. Att få till bra lägenheter är också väldigt viktigt för konceptet. De flesta som flyttar till dessa seniorboende kommer från området.

Aktiviteter och tjänster

Enligt Edlund finns en Bonumvärd som spenderar ett antal timmar varje vecka är i huset. Tanken med bovärderna är att hålla bra relation med människorna i föreningen. Därigenom nyttjas kontakten via företaget. Denne finns för de boende och hjälper dem med diverse små tjänster som att hänga upp tavlor, gardiner med mera. Detta är något som kunden köper, varje tjänst Bonumvärden gör kostar. Nyttjas inte bonumvärden är denne också en fastighetsförvaltare som sköter om huset i allmänt. Bonumvärden har inte anordnat så mycket aktiviteter ännu men det är något som är på gång. ”Årshjulet” är något som planeras, detta innebär att det ska anordnas aktiviteter under till exempel storhelger hela året. Många brukar vilja göra saker men det är ofta ingen som tar tag i saken och då finns Bonumvärden där och hjälper till. Några aktiviteter som kan hållas är grillkvällar, vinprovning, boule och studiecirklar, detta är inget som kostar om det inte är så att de åker iväg någon annanstans. Vid köp av denna typ av bostadsrätt tittar de intresserade mycket på läget, att det ska vara lugnt och att det är ungefär samma typ av människor som bor där.

Efterfrågan på seniorboende

På frågan om det finns stor efterfrågan på bostadsrätterna svarar Edlund att det finns en viss tröghet men också ett stort behov då de äldre inte orkar sköta ett stort hus längre. De som flyttar vill ha något som är lättskött och sedan vill de också ha lite pengar över. Sedan finns det dem som bor kvar i husen så länge som möjligt då det är mycket billigare eftersom ofta är allt avbetalat och vill inte betala den höga reavinstskatten. Innan de nya reavinstskattreglerna kom 2007, kunde de ta med sig reavinsten till sitt nya boende och det var därför fler flyttade förr.

Idag planeras Bonumsprojekt i Kungälv, Karlstad och i Uddevalla. Detta för att det finns väldigt stort intresse för seniorbostäder och det är inte många i städerna som erbjuder detta, berättar Edlund.

Enligt Edlund ser framtiden ljus ut och tror att marknaden kommer att öka kraftigt. Kommuner är positiva till att tilldela mark åt aktörer som bygger seniorbostäder. De som flyttar in i seniorbostäder bor nämligen där längre innan de flyttar in i de kommunala bostäderna, därmed sänker kommunen sina kostnader. Edlund tror att i Uddevalla kommer det nog aldrig bli något problem inom seniormarknaden.

Efterfrågan från fyrtiotalister

Orsaken varför Riksbyggen startade upp Bonum är att andelen äldre ständigt ökar, däribland fyrtiotalisterna, vilket betyder fler kunder. Idag lever vi längre samt är piggare än förut. Vård- och omsorgskostnaderna kommer öka kraftigt i och med den ökade livslängden. Edlund berättar att de märkt att det är stor brist med boenden för de äldre i kommunerna vilket gjorde att konceptet inom Bonum utvecklades.

Hur konceptet förändras efter efterfrågan

Edlund berättar att konkurrenten Seniorgården hade från början induktionshällar med vred och förlängda kranar som standard i lägenheterna, men detta var inte något som var uppskattat av seniorerna. De kände att det kunde betraktas som att de var handikappade. Detta var något som Seniorgården tog åt sig av och ändrade och som Bonum fångade upp och tänkte på från start. Det kan vara bra för kunderna att veta att det finns men inte ha det som standard, säger Edlund. Det gäller att lägenheten ska uppfattas som en helt vanlig bostadsrätt men med tanke på det lilla extra så att den går att använda senare när de äldre får rullator med mera, berättar Edlund.

Uppföljning av kundnöjdhet

Undersökningar gjordes en del när konceptet påbörjades år 2006. Undersökningar gjordes av vad som efterfrågades på marknaden och det tittades också på konkurrenter inom seniorboendebranschen för att se vad Bonum kan göra bättre och sedan se vad för tjänstepaket som kan kopplas på. Ett tjänstepaket ska alltid erbjudas, berättar Edlund.

De som varit intresserade av projektet och anmält sig har samlats ihop på en lokal plats där företaget går igenom projektet, visar bilder och berättar om lösningar. Det ställs frågor och de intresserade får tycka till. Åsikterna försöker företaget ta till sig och sedan ta med i projektet, företaget får också en känsla om de är på rätt spår. Detta görs ungefär ett halvår innan inflyttning, företaget får då chans att ändra något som inte passar målgruppen. Edlund berättar att merparten på dessa informationsstunder är fyrtioåringar men det finns såklart de som är äldre och yngre.

Så fort företaget vet att ett projekt kommer att genomföras, går de ut med information i nyhetsbrev samt skickar ut intresseanmälningsbrev. När kunden eller bostadsrättsinnehavaren väl har flyttat in så görs uppföljning av tjänsterna som erbjuds. Många som svarar säger att de kommer nyttja tjänsterna längre

fram men att det inte är något som de skulle nyttja just idag. Företaget mäter också Nöjd Kund Index, hur nöjda kunderna är två månader efter de flyttat in i lägenheterna. Även nöjd-kund-garanti underökningar genomförts, detta mäts två år efter inflyttning. Kunderna kan skriva egen feedback som företaget tar del av. När kunder flyttat in får företaget ibland felanmälningar om något inte fungerar eller om de till exempel tycker att strömbrytaren sitter för högt, detta tar företaget också åt sig till andra projekt.

“Bonumbostaden” är en kravlista som företaget måste checka av att de uppnått. Är det något i undersökningarna som de tycker ska ingå i varje projekt så sätts detta in i den här checklistan. Detta är både interna och externa krav som ska uppfyllas. Edlund säger att det ofta är saker som de utvecklar efter kundundersökningar.

Bonum är ett nytt varumärke så många vet inte vilka de är än, men ryktet har börjat spridas mun till mun och det märks på de nya projekten då intresset blivit högre. Bonum har stor hjälp i och med att de är ett koncept inom Riksbyggen och att kunderna därigenom känner sig säkrare.

Observerade attitydförändringar hos fyrptialisterna

Edlund beskriver att fyrptialisterna är mer aktiva, ser sig själva som yngre och är mer aktiva. Han berättar att han har märkt att de fyrptialister som har det gott ställt säljer husen. De är också lite mer egocentriska och använder pengarna för att resa eller köpa en bil. De är mer mån om sig själva än att föra pengar vidare till senare generationer, annars finns det inte så stor skillnad, tycker han.

Hammaröbostäder

Intervju med Susanne Karlsson

Koncept

AB Hammaröbostäder erbjuder två stycken seniorboenden med tillsammans 100 lägenheter. Dessa seniorbostäder är till första hand till dem som är 55 år eller äldre. I ena seniorboendet, Nya Björkebo +55, finns samvarolokaler där aktiviteter hålls av olika typer av verksamheter samt fina boulebanor och en social dagverksamhet för äldre, det finns också en möblerad gästlägenhet om hyresgäster får besökare. Båda seniorbostäderna ligger centralt till med närhet till affärer, vårdcentral och busshållplats. Dessa benämns +55 och inte 55+ tillägger Karlsson.

Företaget erbjuder också ett trygghetsboende med ledorden trygghet, trivsel och tillgänglighet. Karlsson beskriver att företaget fått statligt bidrag för att bygga det trygghetsboende som erbjuds. För att få statligt bidrag trycks det mycket på tillgänglighet och hur det byggs. Någon form av personal ska också finnas tillgänglighet och i detta boende finns det på deltid en trygghetsvärd. Det ska också vara stora badrum och sovrum och det är ett krav på att hyresgästerna ska vara 70 år eller äldre, men är det ett par som flyttar in räcker det att en av dem fyllt 70 år. Karlsson är osäker på varför gränsen sattes på 70 år men tror att det kan ha att göra med att de har två andra boenden på +55 boenden. Nya Björkebo +55 har 82 lägenheter men där är medelåldern hög, närmare över 80 år.

För att få ett statligt bidrag krävs det att det benämns som ett trygghetsboende. Enligt Karlsson är skillnaderna på trygghetsboendet och +55 boendena, mer än åldern, att trygghetsboendet fokuserar på tillgänglighet, trivsel och trygghet, vilket är något som karaktäriserar ett trygghetsboende. +55 boendena är främst byggda med anledningen av att det ska vara lugnare, ingen hög musik eller spring. Hyresgästerna ska känna sig trygga även om det inte är ett

trygghetsboende. Det finns också hiss, förutom i boendet Lunnevi +55, där alla lägenheter går att nås via markplan, berättar Karlsson. Båda +55 boendena som Hammaröbostäder erbjuder ligger väldigt centralt med närhet till affärer och Lunnevi +55 sitter nästan ihop med vårdcentralen.

Hammaröbostäder har ett poängsystem som gör att det är poängen som styr, med undantag om en hyresgäst fått beviljad förtur eller om lägenheten hyrs ut som "Bo-direkt", vilket betyder att det är snabbare inflytt, vid tex dödsbo. Här tillämpas "först till kvarn".

Aktiviteter och tjänster

Trygghetsboendet är kommunägt och Hammaröbostäder förvaltar det. Aktiviteterna som erbjuds är kommunen ansvarig för. Vid frågan om de boende behöver betala något extra för aktiviteterna svarar Karlsson att det tror hon inte. På Nya Björkebo +55 erbjuds det också aktiviteter och även här är det kommunen som ansvarar för detta. Kommunen hyr en större lokal med samma trygghetsvård som arbetar på trygghetsboendet, denne växlar halva sin arbetstid på trygghetsboendet och den andra halvan på Nya Björkebo.

På trygghetsboendet finns större badrum och sovrum. Det finns en storbilds-TV, fikastunder och tipspromenader erbjuds och en man spelar ibland piano på boendet. Karlsson säger att hon inte är rätt person att svara på vad mer för aktiviteter som erbjuds då det som sagt är kommunen som har hand om den biten.

Trygghetsvärden går inte på några larm utan dennes uppgift är att vara tillgänglig för hyresgästerna. De boende ska känna trygghet av att veta att det finns någon där, de kokar kaffe och gör aktiviteter ihop. Vid frågan om trygghetsvärden hjälper till med hushållsnära tjänster svarar Karlsson att så inte är fallet. Behov av detta hjälper istället anhöriga till med, tjänsten "hemservice" av kommunen eller så beställer hyresgästerna hjälpen av Hammaröbostäder.

Efterfrågan på seniorboende

Enligt Karlsson är det ett hårt tryck på de två +55 boenden som erbjuds av företaget, hyran för dessa boenden är inte lika hög som på trygghetsboendet. När vi frågar om det är högt tryck även på trygghetsboendet svarar Karlsson att boendet är färdigställt den 1 oktober 2013 så det är fortfarande väldigt nytt men det var väldigt många intresserade vid inflyttningen. Företaget hade en dragning om i vilken turordning hyresgästerna fick välja lägenhet. De första 10-12 gick åt på en gång men resten gick lite trögare. Företaget fick gå ut med erbjudande två gånger till. När vi frågade vad hon trodde detta berodde på svarar Karlsson att hon tror att det var på grund av priset, att de blev skrämde över att det är så högt. Månadsavgifterna ligger runt 7 100 – 10 000 kronor och utöver det tillkommer kallvatten, varmvatten och hushållsel. Den höga kostnaden beror på kostnaden av att bygga lägenheterna, de är byggda i en liten högre standard med parkettgolv överallt, inglasade balkonger och så vidare, priset har inte något att göra med de aktiviteter som erbjuds.

På frågan om hur Hammaröbostäder blev involverade i seniorbranschen svarar Karlsson att det är på grund av efterfrågan. Nya Björkebo bildades när kommunen lade ner den dåvarande verksamheten år 2006. Hammaröbostäder är det enda fastighetsföretag som förvaltar seniorboende i Hammarökommun. Enligt Karlsson finns det önskemål om ett trygghetsboende mer centralt. Dagens trygghetsboende ligger nämligen vid hamnen vilket gör det till en bit att ta sig till centrum. Detta har varit en anledning till att några tackat nej då det varit för lång väg.

Enligt Karlsson är det många sökande men hon är osäker på hur många som är intresserade. Har en person särskild anledning till att snabbt få boende eller att få lägenhet på ett speciellt boende kan denne tillsammans med ett läkarintyg bli beviljad förtur, då tittar två anställda från Hammaröbostäder på ärendet och tar hänsyn till hur personen bor idag. En person som exempelvis behöver hiss, har

hjärtproblem och har svårt att gå, svårt att röra sig, bor två trappor upp och har problem att ta sig ner till nedervåningen kan bli beviljad förtur.

Efterfrågan kommer definitivt att öka. Många frågar när nästa trygghetsboende på tomten bredvid det nuvarande ska byggas eller ett om det kommer ett trygghetsboende mer i centrum. Inget nytt projekt är inplanerat för Hammaröbstäder då de nyss har färdigställt trygghetsboendet. Efterfrågan finns och den förra Vd:n pratade om ett kombiboende, ett delat boende med blandande åldrar men detta kommer vara ett boende utan aktiviteter om det skulle byggas, berättar Karlsson.

Efterfrågan från fyrtiotalister

På frågan om de ändrar sina koncept utefter vad fyrtiotalisterna efterfrågar säger Karlsson att det inte är något de gör. De har samma koncept som de haft tidigare men det kan såklart komma att ändras i framtiden, berättar Karlsson.

Hur konceptet förändras efter efterfrågan

Vid frågan om vad de gjorde för att se vad som efterfrågades till det nybyggda trygghetsboendet svarar Karlsson att det har fokuserats på grundpelarna: tillgänglighet, trygghet och trivsel vid byggandet, detta för att få statligt bidrag. Det gjordes ingen undersökning av Hammaröbstäder utan kommunen skickade ut enkäter till invånarna om vilka önskemål det fanns för ett framtida boende.

Uppföljning av kundnöjdhet

Kundnöjdheten mäts genom kundattitydmätningar som skickas ut vartannat år till alla hyresgäster. Någon uppföljning till trygghetsboendet har inte gjorts. Enligt Karlsson är hyresgästerna på trygghetsboendet väldigt tacksamma, nöjda

och förstående om inte allt fungerade felfritt nu i början. De är också nöjda över utsikten från boendet, aktiviteter och att det är så fint.

Observerade attitydförändringar hos fyrtiotalisterna

Vid frågan om det är någon skillnad på fyrtiotalisterna nu är tidigare generationer tycker Karlsson att det generellt märks att de har lite högre krav än tidigare samt att tekniken efterfrågas mer. Det är mer vanligt bland fyrtiotalisterna än tidigare generationer att bland annat vilja ha internet. Även tv-kanaler efterfrågas mer. Karlsson menar att känslan hon fått är att de kräver mer och att boendet är lite mer än bara ett boende för dem. Detta har hon märkt när de varit på bobutiken och när de söker boende. Äldre som idag är 80 år är bara tacksamma att de får komma till ett boende de får känna sig lugna och trygga och där det finns en hiss.

Kilsbostäder

Intervju med Marlene Piper-Ekström

Koncept

Det är endast hyresrätter som erbjuds i Smeden och är det enda seniorboendet som erbjuds i Kil där kriteriet är 65+. Smeden är ett seniorboende och de boende har en lägenhet genom kontrakt med Kilsbostäder, kunderna betalar inget extra utan det som betalas är hemtjänsten, så avgiften är ingen skillnad för att du bor på seniorboendet Smeden. En trea har en månadsavgift ligger runt 6000-7000 kronor. Skillnaden från vanliga lägenheter är däremot att större fokus har lagts på tillgången till gemensamma utrymmen och möjligheten att köpa mat i matsalen. Något som kanske inte går att göra i ett vanligt servicehus, berättar Piper-Ekström. I Smeden finns också tillgång till en frisör som är i huset några dagar i veckan och i framtiden hoppas de kunna erbjuda fotvård eller massage med tanke på fyrtioalisterna och deras nya krav. Det finns även en tvättstuga med personal som tvättar Smedens kläder. Det är personal från hemtjänsten som tar med tvättsäckar och så körs det därefter ut.

Smeden har funnits i 30 år, berättar Asp. Inriktningen är att man ska vara 65+ men det finns de som varit yngre om behovet funnits. Enligt Piper-Ekström ligger Smeden centralt med nära avstånd till folktandvård, ICA osv. Vårdcentralen ligger cirka 1 km bort vilket Asp och Piper-Ekström kan tycka är lite för långt bort. De flesta som flyttar till Smeden är de som kommer från Kil, folk blir bunden till orten.

Aktiviteter och tjänster

Aktiviteter som erbjuds är bland annat gympa två dagar i veckan, bingo och ibland spelar musikgrupper i matsalen. De har även ett samarbete med vuxenskolan där en trubadur har kommit och i samband med detta har kaffe erbjudits som varit väldigt uppskattat. Det kommer också många föreningar som har sina möten här och även matlagningskurser som då föreningen

anordnar i Smedens matsal. Underhållningen sker via vuxenskolan men ibland kan kyrkan eller musikskolan komma på besök, så kommunen ordnar också olika aktiviteter. Annars är det mest föreningar som kommer vilket de boende då får anmäla sig via föreningarna. Det blir mer ”levande” med dessa olika aktiviteter, menar Piper-Ekström. Gympan och bingon kostar inget men matlagningskursen kostar och även om detta ska betalas en medlemsavgift till en förening. Maten som de beställer ifrån köket är också en självkostnad, de har servering lunchtid och en måltid kostar cirka 67 kronor. De har även eftermiddagskaffe under helgen, men då är det personalen själva som dukar fram. Kostnaden för detta ligger på 5 kronor för en kopp kaffe och bröd. Piper-Ekström poängterar att Smeden blivit populärare i och att det är kort avstånd till Svenska Kyrkan. De erbjuder 11-kaffe på onsdagar och dit kommer över 100 äldre personer. Detta är väldigt uppskattat och även om inte Kilsbostäder erbjuder det är det ändå en fördel för de boende på Smeden, då avståndet dit är så nära.

Smeden har tillgång till ett badhus som mer är till för rehabilitering. Bassängen är grund och är mer till för vattengympa än för längdsimning, för att få delta i aktiviteter i badhuset krävs det att man bokar sig och betalar en summa.

Det är viktigt med goda relationer. Piper-Ekström har kontakt med de boende och vill att dörren ska stå öppen in till henne. Det händer att anhöriga kommer och ger både beröm men kan också ge synpunkter. Det är viktigt att titta över då det är en klagomålshantering, detta kan de använda för att utveckla verksamheten, berättar Piper-Ekström.

Efterfrågan på seniorboende

Piper-Ekström berättar att det är kö på Smeden, företaget har kösystem och enhetschefen för vaktmästarna håller i listan. Det är inte mycket in- och utflyttning utan de flesta trivs väldigt bra.

Piper-Ekström tillägger att många väljer att bo kvar i sina hus mer och mer nu. Det kan märkas på hemtjänsten, idag finns det många som bor kvar hemma och nyttjar hemtjänsten därifrån. Asp menar att det kan bero på att de vill bo kvar i sina hem och inte känner sig redo för flytt.

Piper-Ekström tror att framtiden ser ljus ut inom seniorboendemarkanden och att efterfrågan kommer att expandera. Smeden är idag populärt med lång kö så där finns efterfrågan och därmed finns en marknad, menar Piper-Ekström. Hon tror att fler seniorboende kommer att byggas men att åldern kan komma att bli lägre i dessa boende, runt 55 år. Tillgängligheten är viktig och det kommer den vara framöver också. Det finns två nyare hus i Kil, som var färdigställda runt årsskiftet förra året, i dessa hus finns inget ålderskriterium, det har ändå visat sig att det bor många äldre där. Detta beror främst på att dessa hus ligger centralt och har hiss, berättar Asp.

Efterfrågan från fyrtialister

Fyrtialisterna är bättre med tekniken än de som bor här idag, detta kan bli en av utmaningarna för företaget. I den tidigare generationen är det inte många som använder dator och har de en mobil används den enbart för att ringa samtal. Fyrtialisterna kan också ha andra önskemål om utbudet av aktiviteter. De kommer kanske exempelvis inte att uppskatta bingon lika mycket som den tidigare generationen, men det återstår att se i de undersökningar som kommer göras, berättar Piper-Ekström. Fyrtialisterna är många i sin generation och när det kommer till att de behöver hjälp kan det variera, bara för att de går i pension behöver det inte betyda att de blir behov av stöd och hjälp direkt utan det kan dröja 10 år, berättar Asp.

Hur konceptet förändras efter efterfrågan

Vid frågan om hur de gör för att få fram koncept som är uppskattade tycker Piper-Ekström att det märks på uppslutningen. Bingon och gympan brukar vara väldigt populära. Det har tidigare funnits en slags pub på boendet, den är idag

nedlagt men personal som jobbat länge tycker att den saknas och tror att det skulle bli uppskattat. När puben fanns klädde de boende upp sig, gjorde sig fina och tog ett glas sherry eller någon annan dryck tillsammans och det var väldigt uppskattat, berättar Asp. Detta är därför något som det spekuleras om, tanken med puben är att den ska vara öppen på eftermiddagen, där de kan ha en trubadur som spelar. Smeden räknas som en allmän plats, vilket gör att det krävs ett alkoholtillstånd och utbildning samt att mat ska serveras så det är en lång process innan detta blir klart. Puben kommer endast erbjudas de boende med någon form av anmälan. Det är viktigt att försöka få det till en gemensam aktivitet istället för att de boende ska sitta ensam på kvällen, vilken kan göra det till en bra möjlighet att socialisera sig, berättar Asp.

Uppföljning av kundnöjdhet

Vid frågan om hur de tar reda på vad seniorerna efterfrågar säger Piper-Ekström att det går ut en brukarundersökning varje år. Undersökningen skickas ut från socialstyrelsen där nöjdheten mäts och sedan utvärderas noga. I undersökningen frågas bland annat vilka aktiviteter som önskas. Har företaget låga siffror på något försöker de förbättra detta, förklarar Piper-Ekström. Det finns även en kontaktperson som kunderna ska ha en djupare relation med och som kan ta emot åsikter. En genomförandeplan ska upprättas för de kunder som bor i Smeden som har omvårdnadsinsatser hos företaget. En biståndshandläggare godkänner de som bor på Smeden för hemtjänsten som kan handla om hjälp med städ, tvätt, inköp, dusch eller i kombination. Vissa kan ha mycket insats eller endast städ som exempel. I genomförandeplanen förklaras när, var och hur detta ska genomföras. Det finns också kunder som de inte "har något att göra med" i huset, men som kan tänkas behöva hjälp senare. Dessa måste också finnas med i beräkningarna.

Observerade attitydförändringar hos fyrtotalisterna

Vid frågan om de ser någon skillnad på fyrtotalisterna jämfört med tidigare generationer svarar Piper-Ekström att det för tillfället inte bor så många

fyrtiotalister i Smeden idag, de flesta som bor här i dagsläget är 80 år och uppåt. Hon tror att fyrtiotalisterna säkerligen kommer att ha andra intressen i jämförelse med den tidigare generationen när de flyttar till Smeden, i alla fall i början. Den allmänna uppfattningen är att de ha högre krav, är många till antalet och vet sina rättigheter. Det största ryktet som går i hemtjänsten är att alla fyrtiotalister vill duscha varje dag, men detta är inte säkert, berättar Piper-Ekström. De undersökningar som gjorts utgår från vad som kan tänkas värderas högt när en själv blir gammal. Piper-Ekström menar att det är viktigt att försöka förstå de nya värderingarna och att följa med i utvecklingen. Hon tror att det kommer bli en förändring när fler fyrtiotalister flyttar in i Smeden, till exempel inom datoranvändandet. I framtiden kan det ställas högre krav på företagen då fyrtiotalisterna vill anmäla lunchen via internet eller boka sig till pubkvällen via nätet. Vilket säkert skulle vara möjligt att förändra om efterfrågan förändrades.

