


KONTORET I NY TAPPNING

En AI-studie om medarbetarnas
och arbetsgivarnas syn på kontoret

FEBRUARI 2022



**Stora förändringar i samtalen
om kontoret SID 8**

De nya kontorstrenderna SID 15

**Så ser medarbetarna på
kontorets framtid SID 19**

**Grunderna för att skapa
framgångsrika hybrida lösningar
SID 22**

Innehåll

Ulrika har ordet	3
Sammanfattning och centrala insikter	4
Metod	6
Skiften i debatten	8
Makrotrenderna kring kontoret	10
Nya trender kring kontoret	15
Kontoret och hemmakontoret ur medarbetarnas perspektiv	16
Medarbetarnas nya behov och förväntningar	19
Företagens kommunikation kring kontoret	20
Hybrida koncept	22

OM STUDIEN

Denna studie är gjord av Navet Analytics tillsammans med Quilt AI på uppdrag av Wihlborgs. Syftet är att undersöka samtalen kring arbetssätt och kontor för att analysera vilken betydelse detta kan komma att få för kontorslokalers utformning i framtiden. Studien är en uppföljning av förra årets analys. För mer information om metod, datainsamling och analysmetoder, se sidan 6.

Ulrika har ordet



Efter en lång period av arbete på distans upplever vi nu en sjudande entusiasm från våra hyresgäster. Hoppet om ett nytt normalläge är påtagligt och ger upphov till samtal om nya arbetssätt och nya lokalbehov, men också frågor. Vilka förväntningar har medarbetarna på sin arbetsplats nu och hur kan vi möta dem? På vilket sätt behöver vi anpassa vårt arbetssätt och hur ska vi utforma våra kontor? Många organisationer står inför viktiga strategiska beslut kring hela sitt arbetsgivarerbjudande.

När vi publicerade den första AI-studien i mars 2021 blev vi kontaktade av både nya och befintliga kunder som hade frågor och funderingar kring vad de trender vi kunde se skulle innebära för just deras organisation. Med tanke på hur mycket som har förändrats i vår omvärld, och hur diskussionerna med våra kunder förändrats på senare tid, vill vi vara säkra på att ha på fötterna för att kunna ge uppdaterade svar på dessa frågor.

För att få reda på om det finns nya underliggande strömningar och tendenser – eller kvarstående förstärkta trender för den delen – som vi bör vara uppmärksamma på när vi utformar lokaler och koncept, beslutade vi oss för att göra en uppföljande studie.

Denna studie genomfördes under senhösten, innan den fjärde vågen av pandemin slog till, och ger en bekräftelse på att de individuella behov som vi såg i vår första rapport nu verkligen nått företagsledningarna. Behoven av att skapa både produktivitet och arbetsglädje börjar nu synas i de digitala samtalen i form av action.

Jag hoppas att denna studie ska ge fler insikter som kan bidra till att skapa arbetsplatser som inte bara är trivsamma, utan också platser för innovation och utveckling. Och att flexibilitet – ordet på allas läppar – verkligen ska handla om att möta behoven på riktigt och inte om att skapa fler regler.

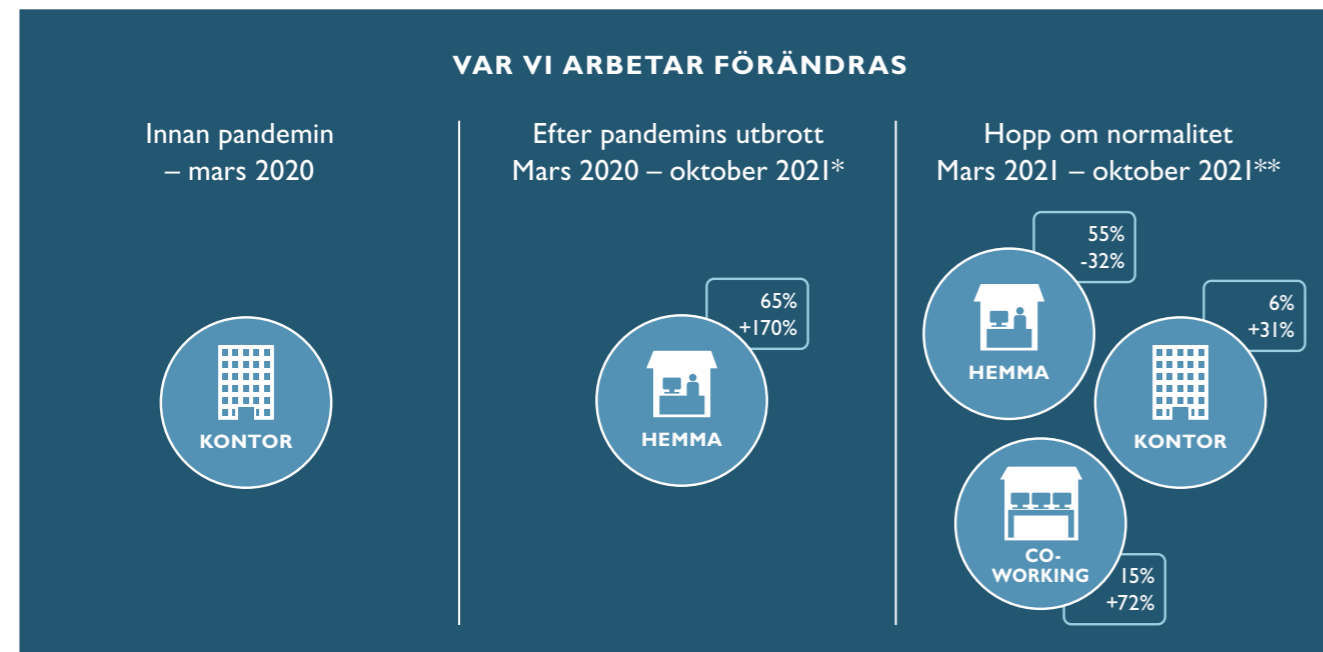
Sammanfattning och centrala insikter

Våra tankar och föreställningar om hur och var vi arbetar har förändrats mycket under de senaste två åren. För ett år sedan publicerades resultaten från den första rapporten, som visade hur de digitala samtalen kring kontoret förändrats innan och efter pandemins utbrott. Den här rapporten följer upp förra årets rapport och fokuserar på hur samtalen förändrats under 2021, när diskussionen handlade alltmer om hur vi ska arbeta efter pandemin.

Ett tydligt exempel på hur vårt arbetssätt förändrats illustreras i bilden nedan. Förra rapporten visade att kontoret sågs som den enda och självklara platsen att arbeta innan pandemin. När sedan pandemin bröt

ut förflyttades en stor del av kontorstiden till hemmakontoret. I den här rapporten blickar vi framåt på den tid som kommer efter pandemin och nu etableras flera platser för arbete: kontoret, hemmakontoret samt Co-working.

Förändringen av var vi jobbar är en del av ett större skifte i hur vi arbetar. Den individuella flexibiliteten blir allt viktigare, där medarbetaren i större utsträckning styr var och när arbetet sker. Ett tydligt tecken på det är att antalet sökningar kopplade till frihet och kontroll i arbetslivet har ökat med ca 200 procent (se bild på nästa sida).



* Talen visar på andelen sökningar i Sverige på respektive arbetssätt inom kategorin "sätt att arbeta" i mars-oktober 2020 samt förändringen jämfört med juli 2019-februari 2020.

** Talen visar på andelen sökningar i Sverige på respektive arbetssätt inom kategorin "Sätt att arbeta" i mars-oktober 2021 samt förändringen jämfört med mars-oktober 2020.

I en arbetsvärld där intresset för hybrida koncept ökat kraftigt (ca 200%), blir kontoret en central mötesplats. Många medarbetare önskar att få tillbringa en del av arbetstiden på kontoret för att i större utsträckning kunna träffa sina kollegor. En del av medarbetarna uttrycker en oro för att möjligheten att jobba på kontoret kommer att vara begränsade. Samtidigt stiger förväntningarna på kontoret, eftersom det nu finns fler alternativa platser man kan arbeta på. Kontoret behöver därför vara inbjudande och uppmuntra till interaktion och kreativitet.

För individen innebär förändringarna en ökad flexibilitet och större möjligheter att anpassa var och när man jobbar utifrån de egna behoven. Samtidigt ökar antalet sökningar relaterade till en bra balans mellan arbete och privatliv, vilket tyder på att medarbetarna ser detta som en utmaning (se bild nedan). Framförallt stress, press och dåliga arbetsförhållanden gör att de upplever en obalans som går ut över deras hälsa. Samtidigt som övergången till hybrida koncept ger möjlighet till större flexibilitet, innebär det också en

risk att gränsen mellan arbete och privatliv suddas ut och det blir svårt att begränsa arbetet.

De hybrida koncepten ställer nya krav på företag, organisationer och medarbetare. Det krävs både rätt teknisk utrustning för att kunna hålla möten och kunna arbeta gemensamt från olika platser samt digital kompetens för att kunna använda de verktyg som behövs. Dessutom blir ledarskapet ännu viktigare för att hålla ihop organisationen. Bra kommunikation, feedback och tydlighet blir ännu viktigare när medarbetarna befinner sig på olika platser. För att hitta ett passande sätt att arbeta kommer det att behövas en dialog mellan företagen och medarbetarna för att hitta välfungerande lösningar.

Samtidigt innebär de hybrida koncepten att medarbetaren i större utsträckning styr över sin tid. Med tanke på den kompetensbrist som finns på arbetsmarknaden blir det otroligt viktigt att möta medarbetarnas önskemål. Ett modernt kontor och ett flexibelt koncept kan bli en del i att vinna och behålla medarbetare.

	SÄTT ATT ARBETA En ökad individuell flexibilitet med flera platser för arbete är här för att stanna	FRIHET & KONTROLL¹ + 198 % i Sverige + 207 % i Öresundsregionen
	KONTORET Kontoret fortsätter att ha en viktig roll, men byter delvis skepnad och blir en mötespunkt som driver innovation	HYBRIDA KONCEPT² + 198 % i Sverige + 123 % i Öresundsregionen
	INDIVIDEN Work-life balance blir allt viktigare när hemarbete och arbete på kontoret mixas och gränser mellan det privata och arbetet suddas ut permanent	WORK-LIFE BALANCE³ + 28 % i Sverige + 100 % i Öresundsregionen

¹ Talen visar förändringen av andelen sökningar på den övergripande kategorin "Frihet och kontroll" i mars-oktober 2021 jämfört med mars-oktober 2020. Öresundsregionen avser här storstadsregionen Malmö.

² Talen visar förändringen av andelen sökningar på "hybrida koncept" av alla sökningar på nya trender i november 2020-april 2021 jämfört med maj 2021-oktober 2021. Öresundsregionen avser här storstadsregionen Malmö samt Lund och Helsingborg.

³ Talen visar förändringen av andelen sökningar på "Work-life balance" inom kategorin "Frihet & kontroll" i mars-oktober 2021 jämfört med mars-oktober 2020. Öresundsregionen avser här storstadsregionen Malmö.

Metod

Den här analysen är en uppföljningsstudie, som undersöker hur de digitala samtalen på sociala medier och vår sökhistorik har utvecklats under tre tidsperioder. Det ger oss möjlighet att se hur kontorets roll förändrats innan, under och efter pandemin. Studien undersöker utvecklingen i hela Sverige och lyfter fram på vilket sätt Öresundsregionen¹ särskiljer sig. Metoden bygger på en AI-metodik som Navet erbjuder i samarbete med Quilt.ai.

Datainsamling

Data relaterat till hur vi arbetar och kontorets roll har extraherats både från sociala medier och sökmotorer. Totalt handlar det om 9 700 inlägg på sociala medier från privatpersoner och Sveriges 50 största företag samt ca 1 miljon sökningar. Denna data har extraherats från tidsperioden mars-oktober 2021 och läggs till det material som samlades in under föregående studie.

AI-analys och tolkning

Det insamlade materialet har sedan grupperats och klustrats av en AI-motor utifrån bland annat text och bildinnehåll, vilken kontext och vilket uttryck som förmedlas samt vilka nyckelord som använts.

Analytiker, antropologer och semiotiker har därefter analyserat materialet för att skapa en förståelse för vad resultaten innebär.

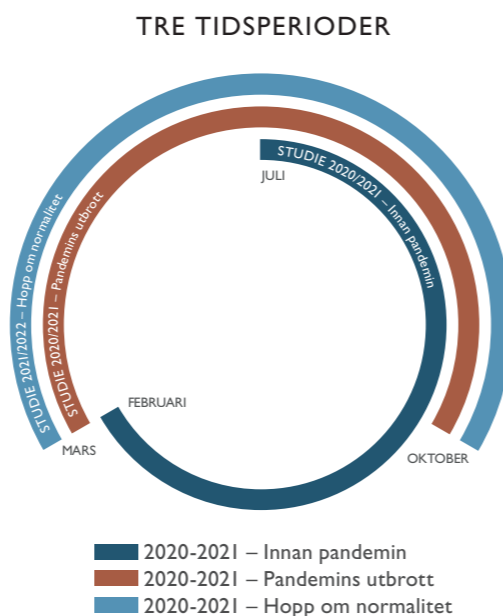
Sociala medier och sökhistorik ger en komplett bild

I sociala medier förmedlas ofta ambitioner, visioner och en bild av hur vi vill uppfattas. De sökningar vi gör visar i större utsträckning vilka funderingar och tankar vi har som vi inte kommunicerar lika öppet. Genom att kombinera datakällorna kan vi göra en välbalanserad analys av människors åsikter och önskemål.

5 300
sociala medier-inlägg
från individer

4 400
inlägg från företag

1 000 000
sökningar



¹ Öresundsregionen definieras i den här studien som storstadsregionen Malmö samt Lund och Helsingborg. I enstaka fall har endast storstadsregionen Malmö analyserats. Detta beror på att en jämförelse görs med den tidigare analysen från 2020, i vilken endast Malmö betraktades. Det är i efterhand inte möjligt att extrahera sökdata från Lund och Helsingborg

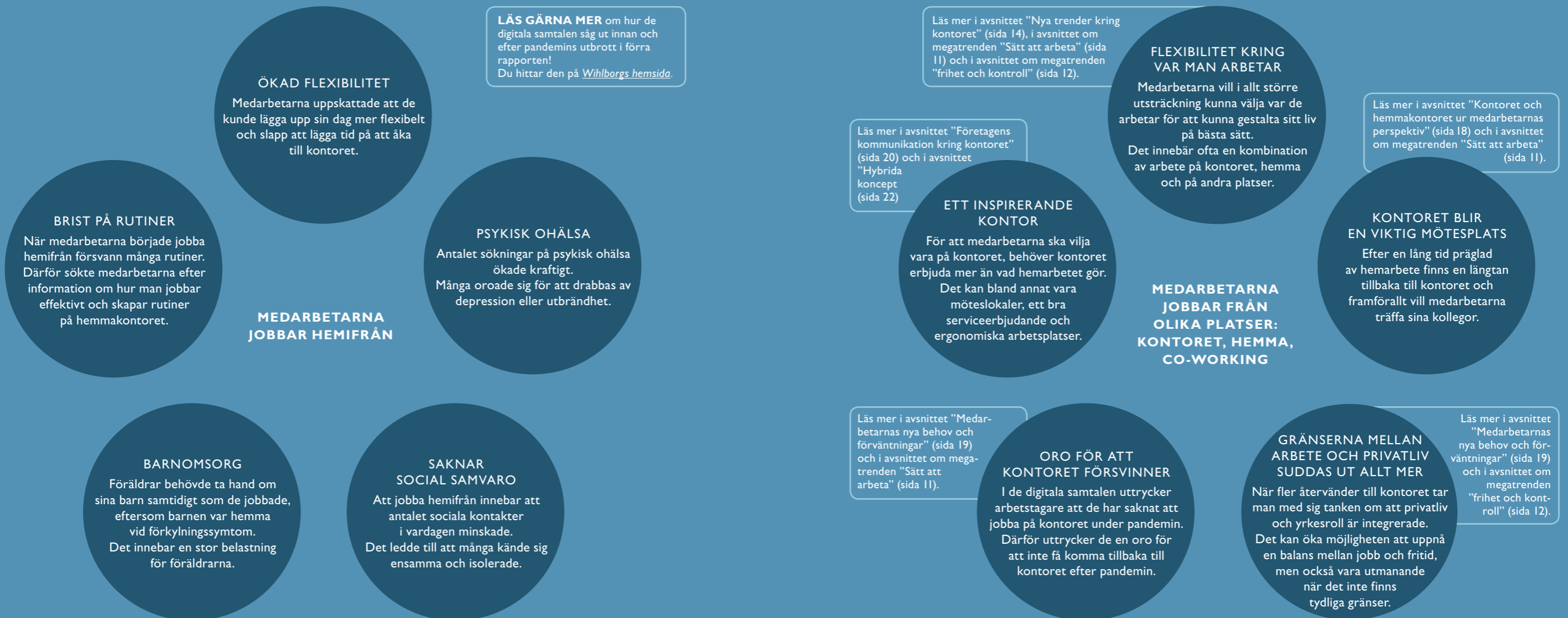
Skiften i debatten

Den här studien är en uppföljningsstudie och genomförs nu för andra gången. Ett av de tydligaste resultaten är att samtalen kring kontoret har förändrats kraftigt under det senaste året. 2020 handlade en stor del av samtalen om hemmakontoret och dess utmaningar. Under 2021 lyfte allt fler blicken och samtalande om tiden efter pandemin. Här dominerar de hybrida koncepten och tankar kring balans i arbetslivet.



Hemmakontoret – De digitala samtalen efter pandemins utbrott

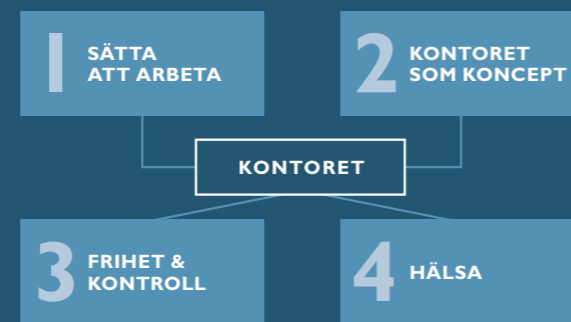
En ny kontorsvärld – De digitala samtalen under 2021



Makrotrenderna kring kontoret

De övergripande makrotrenderna kring kontoret och kontorslösningar är idag de samma som innan pandemin och under pandemins utbrott. Däremot finns det stora förändringar inom makrotrenderna, till exempel har antalet sökningar på att arbeta hemma minskat när allt fler återgick till att arbeta mer på kontoret.

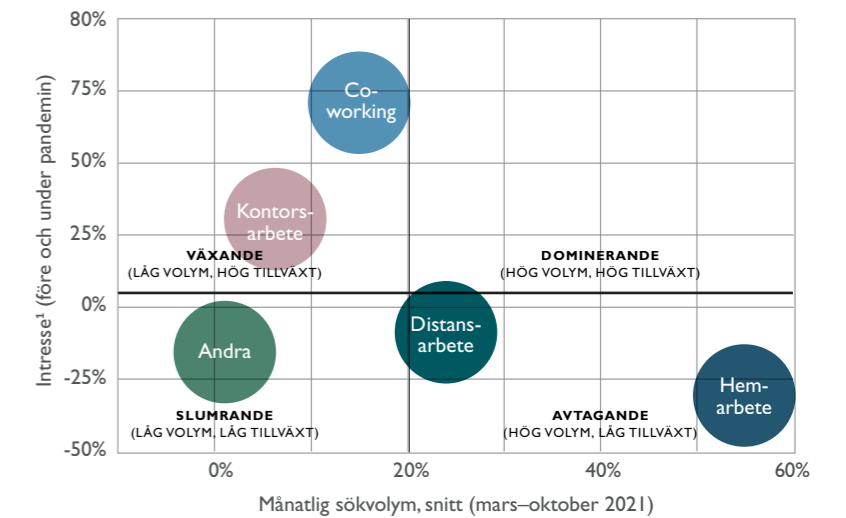
Samtalen kan delas in i fyra makrotrender:



Sätt att arbeta

OLIKA PLATSER ATT ARBETA

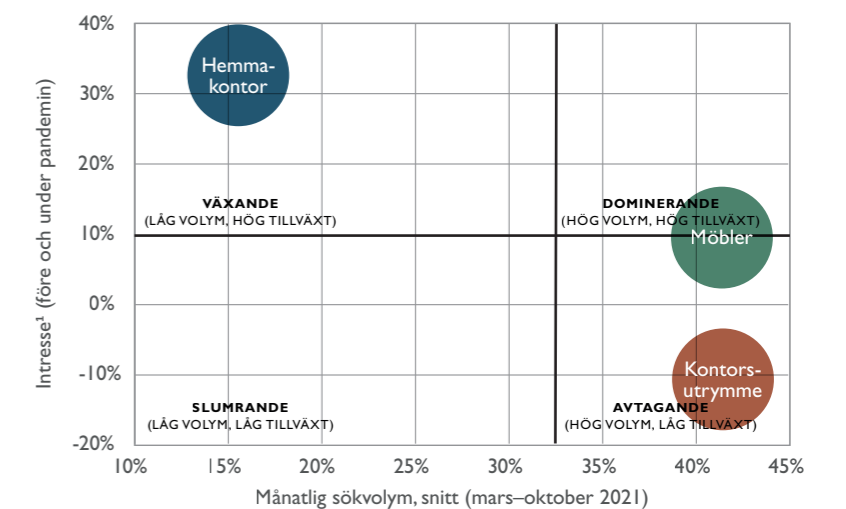
I Sverige har intresset för att arbeta på kontoret (+31%) och i Co-working spaces (+72%) ökat kraftigt under 2021, medan intresset att arbeta hemifrån minskat (-32%). En majoritet av sökningarna är dock fortfarande relaterade till hemarbete (55%). Samma utveckling kan ses i Öresundsregionen². Sammantaget visar resultaten på ett tydligt skifte: Innan pandemin var kontoret den dominerande arbetsplatsen för de allra flesta, men efter pandemins utbrott dominerade hemmakontoret. Nu etablerar sig ett flertal platser för arbete: kontoret, hemmakontoret och Co-working.



Kontor som koncept

KONTORETS INREDNING OCH MILJÖ

Intresset för hur man kan inreda och förbättra sitt hemmakontor steg drastiskt efter pandemins utbrott och fortsätter att växa (+33%) i Sverige. Framförallt söker många personer efter idéer kring hur man kan inreda ett litet hemmakontor på bästa sätt, vanliga sökord är bland annat "hemmakontor inspiration" och "home office ideas". Även intresset kring möbler för att inreda kontoret och hemmakontoret ökar något (+10%). Antalet sökningar kring inredningen av kontorsutrymmet minskar något (-11%), men utgör fortfarande ca 42 procent av sökningarna. Samma utveckling kan ses i Öresundsregionen³.



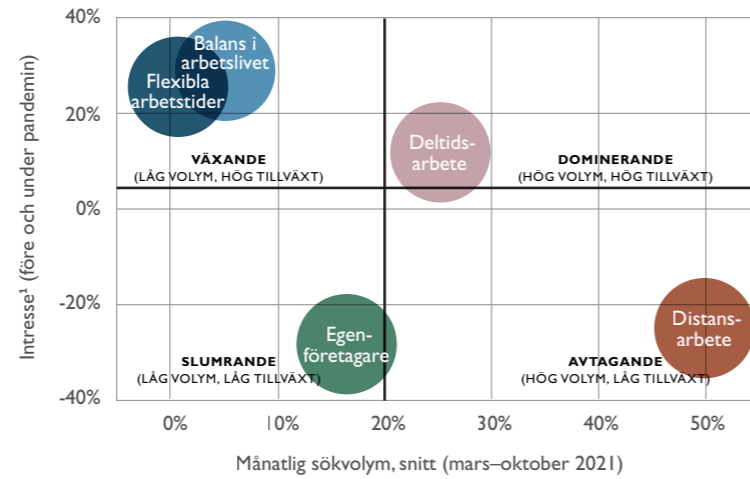
¹ Intresse speglar förändringen i antalet sökningar mellan mars-oktober 2020 och mars-oktober 2021. Så kan växande trender identifieras.

^{2,3} Öresundsregionen avser här storstadsregionen Malmö.

Frihet och kontroll

INDIVIDENS MÖJLIGHET ATT STYRA SITT ARBETE

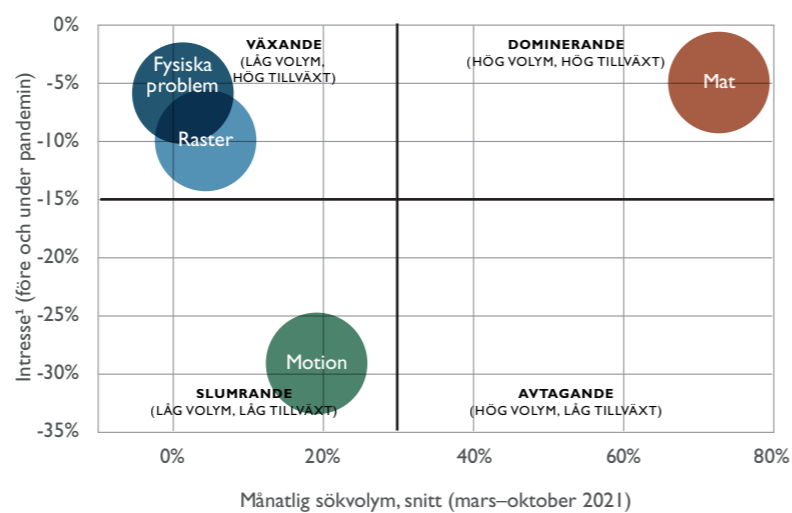
Under 2021 har intresset för balans i arbetslivet och flexibla arbetstider ökat med 28 respektive 26 procent. I Öresundsregionen⁴ har antalet sökningar kopplade till balans i arbetslivet ökat ännu kraftigare. Utvecklingen speglar en vilja att i större utsträckning kunna styra över sitt liv och kombinera yrkes- och privatliv. Vissa upplever dock att höga krav och stress på jobbet innebär att det blir svårt att hitta balans. I jämförelse med tiden efter pandemins utbrott, då egenföretag och distansarbete växte, finns det nu större möjligheter att skapa flexibilitet även inom en anställning.



Hälsa

ETT SUNT ARBETSLIV

I Sverige har trenderna inom hälsa stabiliserats och avtagit under 2021, efter att antalet sökningar relaterat till främst fysiska problem ökat kraftigt efter pandemins utbrott. Medarbetarna i Öresundsregionen⁵ skiljer sig gentemot resten av landet, då antalet sökningar på fysiska problem fortsätter att öka. Framförallt handlar sökningarna om torra ögon, ryggsmärtor och dålig arbetsställning. Intresset för träning har dock minskat både i Sverige (-29%) och Öresundsregionen, vilket kan påverka välbefinnandet negativt.

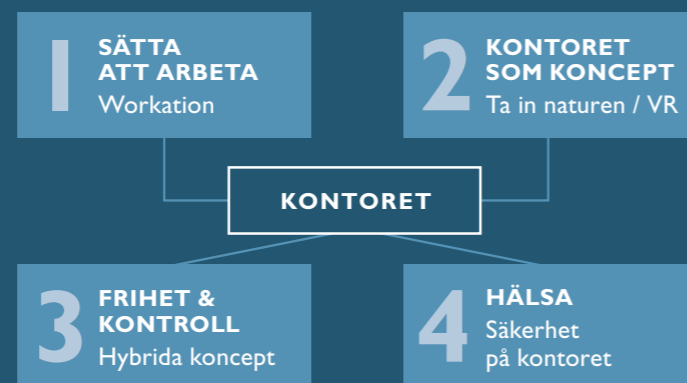


¹ Intresse speglar förändringen i antalet sökningar mellan mars-oktober 2020 och mars-oktober 2021. Så kan växande trender identifieras.

^{4,5} Öresundsregionen avser här storstadsregionen Malmö.

Nya trender kring kontoret

Inom de fyra makrotrenderna har fem nya trender dykt upp som visar på förändringarna på kontoret och i arbetslivet⁶.



Hybrida koncept

Hybrida koncept innebär att medarbetarna tillbringar en del av sin arbetstid på kontoret och en del av arbetstiden jobbar man hemifrån eller från en annan plats, tex. Co-working space eller på ett café. Antalet sökningar relaterade till hybrida arbetsätt har ökat drastiskt under 2021, både i Sverige och i Öresundsregionen.

SVERIGE:
Storlek: **21%** Utveckling: **+198%**
ÖRESUNDSREGIONEN⁷:
Storlek: **19%** Utveckling: **+123%**

Virtual Reality

Virtual Reality (VR) kan användas för att underlätta kommunikationen på kontoret, till exempel vid möten där personerna befinner sig på olika platser. Det är dock fortfarande få som använder VR i sitt arbete. Antalet sökningar kopplade till VR är högre i Öresundsregionen än i Sverige, vilket bland annat kan hänga samman med industri- och företagskluster inom teknik och utveckling i regionen.

SVERIGE:
Storlek: **9%** Utveckling: **-21%**
ÖRESUNDSREGIONEN⁷:
Storlek: **16%** Utveckling: **0%**

Ta in naturen

Att ha en växt eller blomma vid sin arbetsplats är ett sätt att plocka in och njuta av naturen. Allt fler söker kring och delar inlägg om krukväxter på hemmakontoret och på kontoret. Växterna ger en levande känsla och hjälper till att slappna av.

SVERIGE:
Storlek: **17%** Utveckling: **+19%**
ÖRESUNDSREGIONEN⁷:
Storlek: **21%** Utveckling: **-15%**

Workation

Intresset för Workation, möjligheten att arbeta från en annan plats och kombinera arbete med semester, är stort och har ökat under 2021. Medarbetare kan få ett miljöombyte, förlänga sin semester och utnyttja ett flexibelt jobb. Det kan i sin tur leda till minskad stress och ett bättre mående. Man bör dock komma ihåg det finns arbetsrättsliga regler som styr möjligheterna att tillbringa en workation utomlands.

SVERIGE:
Storlek: **49%** Utveckling: **+7%**
ÖRESUNDSREGIONEN⁷:
Storlek: **22%** Utveckling: **+15%**

Säkerhet på kontoret

När allt fler återgår till att arbeta på kontoret väcks frågor kring risken för smittspridning på kontoret. Många vill vara på kontoret en del av sin arbetstid, men oroar sig för att bli smittade av Covid-19. Det blir därför viktigt att arbetsgivaren har tydliga regler för att förebygga smittspridning. Intresset för säkerhet på kontoret har varit högre i Öresundsregionen, vilket bland annat kan bero på att smittspridningen varit lägre, så att fler valt att arbeta från kontoret.

SVERIGE:
Storlek: **4%** Utveckling: **+29%**
ÖRESUNDSREGIONEN⁷:
Storlek: **21%** Utveckling: **-65%**

⁶ Talen visar på andelen sökningar på respektive trend av alla sökningar på nya trender under november 2020-oktober 2021. Förändringen i antalet sökningar avser november 2020-april 2021 jämfört med maj 2021-oktober 2021.

⁷ Öresundsregionen avser här storstadsregionen Malmö samt Lund och Helsingborg.

Kontoret och hemma- kontoret ur medarbetarnas perspektiv

Analysen av de digitala samtalen visar att medarbetarna ser tydliga fördelar både med att arbeta på kontoret och hemifrån. Medan kontorets största fördel är kontakten med kollegor, framhävs en hög produktivitet och frihet när man arbetar hemifrån. Det förutsätter dock att man har plats och möjlighet att skapa arbetsro hemma.

Kontoret



- Att träffa kollegor ger energi, stärker motivationen och skapar tillhörighet
- Fullt utrustad arbetsplats och tillgång till service på kontoret



- Pendling leder till stress och en känsla av förlorad tid
- Att jobba på kontoret innebär en omställning efter en lång period hemma. Vissa känner stress och osäkerhet inför ett ökat antal sociala kontakter

Hemmakontoret



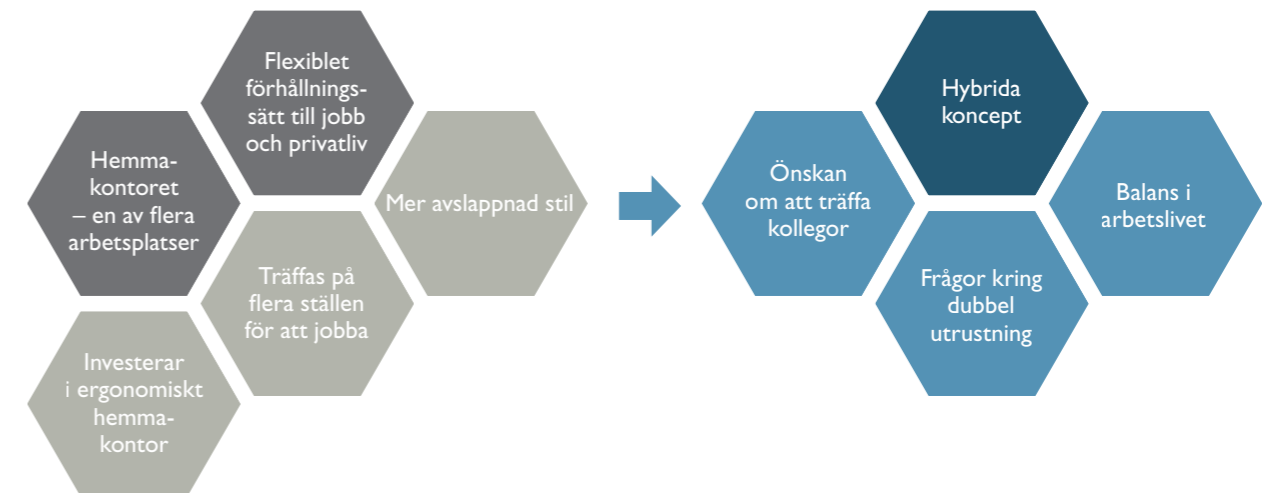
- Ökad produktivitet, koncentration och frihet att styra över sin tid
- Ökad bekvämlighet med hemlagad mat, avslappnade kläder och möjlighet att ta pauser när det passar



- Minskad produktivitet när det inte finns arbetsro i hemmet, bland annat pga. omsorg om (sjuka) barn
- Brist på motivation, utbredd ensamhet och utmattning av videomöten
- Brist på nödvändig arbetsutrustning



Medarbetarnas nya behov och förväntningar



Medarbetarnas inlägg på sociala medier samt deras sökbeteende visar tydligt att förhållningssättet till jobbet och kontoret förändras. Hemmakontoret har blivit en självklar plats att arbeta på och det är vanligt att medarbetare investerar i sitt hemmakontor, till exempel köper en ergonomisk stol. Dessutom har inställningen till arbetet förändrats: När allt fler arbetade hemma under pandemin suddades gränserna mellan arbete och fritid ut. Det har lett till att vi har ett mer flexibelt förhållningssätt till jobbet. Bland annat träffas vänner och kollegor på flera ställen för att arbeta tillsammans och överlag präglas yrkeslivet av en mer avslappnad stil.

I samtalen kring framtidens kontor dominerar hybrida lösningar, där kontoret är en del av konceptet. Medarbetarna vill arbeta en del av tiden på kontoret, framförallt för att få träffa sina kollegor och för att underlätta samarbete. En del av medarbetarna uttrycker en oro för att deras arbetsgivare kommer att begränsa möjligheterna att jobba på kontoret och att de då blir tvungna att jobba hemifrån. Idén om att ha flera arbetsplatser väcker även frågor om dubbel utrustning. Är det medarbetaren själv eller företaget som investerar i utrustning både för hemmakontoret och kontoret? Vi ser även en ökning av samtalen och sökningarna kopplade till balans i arbetslivet. Allt fler verkar fundera på hur de på bästa sätt kan kombinera sitt yrkesliv och privatliv. En stor del av samtalen handlar om hur dåliga arbetsförhållanden, stress och press leder till obalans och negativa effekter på hälsan (sömnstörningar etc.). Trots att en allt större del av samtalen handlar om hybrida lösningar och flexibla koncept, ökar intresset för balans i arbetslivet⁸. Det tyder på att frågan om hybrida arbetsformer inte automatiskt innebär en balans i arbetslivet, utan detta är något som medarbetarna fortsatt funderar kring. Att hitta en sund balans fortsätter att vara en utmaning.

⁸ De vanligaste sökorden kopplade till balans i arbetslivet är "work life balance strategies", "work and life balance", "Work life integration", "work life balance", "healthy work life balance", "good work life balance", "balance between work and life", "work life balance important", "balans mellan arbete och fritid" samt "balans mellan jobb och fritid".

Företagens kommunikation kring kontoret

Vi studerade företagens kommunikation i sociala medier kring kontor och kontorskoncept⁹. Företagens kommunikation visar att företagen nu reagerar på medarbetarnas önskemål om en starkare flexibilitet och frihet. Framförallt försöker företagen ge medarbetarna möjlighet att arbeta både på kontoret och utanför kontoret. Dessutom arbetar företagen med att uppdatera och utveckla sina kontor, för att göra kontoret till en inbjudande miljö. Företagens kommunikation fokuserar framförallt på fyra aspekter:

STÖRRE RUM FÖR INDIVIDUELLA VAL

Efter pandemins utbrott jobbade många hemifrån och fick en större flexibilitet i var och när de jobbade. Samtidigt ökade den mentala ohälsan. Nu kommunicerar företagen att de vill fortsätta att erbjuda sina medarbetare flexibla lösningar. Målet är att erbjuda medarbetarna att arbeta när och var de önskar och på så sätt sträva efter ett hälsosamt arbetssätt.

Telia Company: "When gearing up for a reinvented work life, our #peopleoftelia tells us that flexibility is key. When and where to work, at the office or somewhere else, is decided together with the leader."

UPPDATERING AV KONTOREN

Företagen uppdaterar och utvecklar sina kontor och kontorslösningar för att vara förberedda på tiden efter pandemin. Framförallt jobbar företagen för att göra kontoren mer inbjudande och attraktiva. Bland annat har företag skapat konstutställningar, uppdaterat sina hållbarhetskoncept kring kontoret och satsat på ny teknik för hybrida möten och arbetssätt.

Avensia: "At Avensia, we've been listening to our employees and we believe in being flexible. We offer our employees office equipment to a value of 15' SEK for improving home offices, and at the same time we are upgrading the offices to meet our employees' expectations and requirements."

KONTORET OCH HEMMAKONTORET FLYTER SAMMAN

Just nu sker en övergång till ett nytt arbetssätt, där både kontoret och hemmakontoret spelar en viktig roll. I företagens kommunikation suddas gränserna mellan kontoret och hemmakontoret ut när kraven på kontoret och hemmakontoret blir mer lika. Kontoret anpassas för att bli mysigare och mer familjärt, medan hemmakontoret utrustas för att vara ergonomiskt.

Securitas: "We had the most pawsome visit at the Stockholm office today. [The dog] Valla stopped by and showed some of her tricks and even tried out our new lanyard!"

KONTORETS FÖRDELAR FRAMHÄVS

När fler fick möjlighet att börja jobba på kontoret igen lyfte företagen fram fördelarna med att vara på kontoret. Framförallt handlar inläggen om möjligheten att träffa sina kollegor och att ha en normal arbetsdag på kontoret.

Trygg-Hansa: "Vi har lyssnat på vad medarbetarna önskar sig av en effektiv och inbjudande arbetsplats. Det känns väldigt bra att kunna erbjuda ett kontor som är något alldeles extra och uppfyller medarbetarnas önskemål."

⁹ När vi studerade företagens kommunikation i sociala medier, var det endast en liten del av inläggen som handlade om kontor och kontorslösningar (ca 1%). Majoriteten av inläggen handlar om företagens produkter och erbjudande. Förutom företagens produkter och tjänster handlade en betydande del av inläggen (14%) om hållbarhet.



Hybrida koncept

Resultaten av AI-studien pekar tydligt mot att hybrida koncept blir en viktig kontorslösning i framtiden. Det visar både medarbetarnas sökningar och inlägg på sociala medier och företagens externa kommunikation. Oavsett var medarbetarna tillbringar sin arbetstid kommer sättet att arbeta att vidareutvecklas. Det innebär att arbetsgivare behöver se över sina koncept och fundera på vilken roll kontoret, Co-working och hemmakontoret kan ha för att möta förändringen.

HITTA INDIVIDUELLA LÖSNINGAR FÖR VARJE MEDARBETARE	<p>Hybrida koncept innebär en större flexibilitet gällande var och när man arbetar. Beroende på medarbetarnas uppgifter och position kan olika personer inom samma företag ha olika omfattande möjligheter att styra över sin arbetstid. Här gäller det för arbetsgivaren och medarbetaren att hitta en individuell lösning som passar så bra som möjligt. Företagens kommunikation visar att de är medvetna om detta och försöker möta medarbetarnas behov.</p>
SKAPA RUM FÖR SAMARBETE OCH INTERAKTION	<p>Kontoret får en uttalad roll som mötesplats och knutpunkt för medarbetarna. Framförallt möts man på kontoret för att utveckla nya idéer, lära av varandra och skapa. Det innebär att kontoret behöver större ytor som kan användas för möten och interaktion mellan medarbetarna. Dessutom kan Co-working komplettera kontoret, genom att vara ytterligare en mötesplats för medarbetarna. Ett bra kontor blir ett dragplåster för att vinna och behålla medarbetare.</p>
MÖJLIGGÖR SAMARBETE I EN HYBRID MILJÖ	<p>Hybrida koncept innebär att medarbetarna kommer att fortsätta arbeta på olika platser och hålla möten där vissa är på samma plats och andra sitter utspridda. Det kräver kunskap om de digitala verktyg som används, rätt teknisk utrustning och ett aktivt ledarskap.</p>
SKAPA EN SÄKER OCH HÄLSOSAM MILJÖ	<p>Kontoret och Co-working spaces ska vara trygga platser för medarbetarna, både vad gäller smittskydd och övergripande hälsofrågor. Det gäller därför att skapa ett kontor och Co-working spaces där medarbetarna kan hålla avstånd. Dessutom ska arbetsplatsen vara ergonomisk och vara inredd på ett sätt som uppmuntrar till rörelse under dagen.</p>



Navets ansvar

Uppdraget innebär att allt arbete och dess resultat har baserats på tillgänglig information och är levererat av NAVET Analytics, ett affärsområde i Navet AB. Navet AB kan inte göras ansvariga för slutsatser eller rekommendationer som baseras på felaktig eller bristfällig information. Navet AB eller dess medarbetare kan inte hållas ansvariga för eventuella konsekvenser till följd av användandet av rapporten.

Allt material i denna rapport är skyddat enligt lagen om upphovsrätt. Kopiering eller presentation och distribution av materialet i rapporten får inte ske utan tillstånd från Navet AB.



Ulrik Szokolay
Affärsområdeschef Navet
ulrik.szokolay@navet.se
+46 705 58 09 14

Frågor?

Funderar du på hur din organisation ska möta förändrade behov och förväntningar på bästa sätt? Vill du få inspiration kring hur företag i regionen valt att agera, både vad gäller upplägg av arbetssätt och utformning av arbetsplatser?

Vi har ca 2000 företagskunder som representerar olika branscher och vi delar gärna med oss av goda exempel, tips och råd på vägen.

Tveka inte att kontakta någon av oss!



ANNA NAMBORD
Chef hållbara affärer
040-690 57 54
anna.nambord@wihlborgs.se



PETER OLSSON
Regionchef Malmö
040-690 57 62
peter.olsson@wihlborgs.se



MAGNUS LAMBERTSSON
Regionchef Helsingborg
042-490 46 73
magnus.lambertsson@wihlborgs.se



MARIA IVARSSON
Regionchef Lund
046-590 62 19
maria.ivarsson@wihlborgs.se



Wihlborgs

wihlborgs.se