

ARBETSPLATSEN SOM KATALYSATOR FÖR KUNSKAP SAMARBETE OCH INNOVATION

EN NULÄGESRAPPORT AV
EPICENTER OCH AMF FASTIGHETER
STOCKHOLM, 2022

AMF Fastigheter



S. 3 OM RAPPORTEN

Denna rapport är framtagen av Epicenter Stockholm och AMF Fastigheter. Den bakomliggande undersökningen har gjorts i en delvis kvalitativ och delvis kvantitativ studie.

S. 4 EPICENTER OCH AMF FASTIGHETER
– ETT SAMARBETE MED EN VISION

I den kvantitativa studien har totalt 1022 intervjuer genomförts via webbenkät i Norstats webbpanel. Insamlingen har gjorts i Stockholm och Mälardalen. Målgruppen har varit män och kvinnor mellan 30-60 år som arbetar på kontor och som bor i ovanstående regioner. Urvalet har skett slumpmässigt inom ramen för panelen.

S. 6 EN AVGÖRANDE FAKTOR FÖR ATT
REKRYTERA OCH BEHÅLLA TALANG

Fördelningen mellan kvinnor och män har varit exakt 50/50 och åldersgrupperna har haft följande uppdelning:
> 30-39 år: 40%
> 40-49 år: 32%
> 50-60 år: 29%

S. 8 ETT VERKTYG FÖR ATT BYGGA
VARUMÄRKE OCH KULTUR

Data samlades in under perioden 2022.04.04-2022.04.09 och har gjorts med hjälp av Reflect Företagsutveckling i Stockholm.

S. 10 EN SOCIAL PLATS MED FOKUS PÅ LÄRANDE,
KREATIVITET OCH SAMARBETE

Den kvalitativa studien har gjorts i form av djupintervjuer i digitala möten. Följande bolag har lämnat kommentarer på hur de arbetar strategiskt med arbetsplatsen:

- > H&M
- > Volvo Cars
- > Epidemic Sound
- > NORNORM
- > Roschier Advokatbyrå

S. 14 DET FYSISKA LÄGET ÄR
VIKTIGARE ÄN NÅGONSIN

MER OM EPICENTER

Epicenter är Skandinaviens första innovationshus. En kreativ mötesarena för snabbväxande företag och storföretag som vill samarbeta, utvecklas och växla upp sin affär. Medlemmar i Epicenter erbjuds allt från smarta kontor till innovationslabbar, event och utbildningsprogram. Epicenter har 6000 medlemmar och finns i Stockholm, Oslo och Helsingfors.

S. 16 ATT DESIGNA DAGENS ARBETSPLATS
– SOCIALA YTOR MÖTER TEKNISKA ZONER

MER OM AMF FASTIGHETER

AMF Fastigheter är ett av Sveriges största fastighetsbolag med 36 kommersiella fastigheter i Stockholm och Sundbyberg. Genom att utveckla och förvalta deras kontor, handelsplatser och kvarteren runtomkring bidrar de till en levande och attraktiv stad. AMF Fastigheter är ett helägt dotterbolag till tjänstepensionsbolaget AMF.

S. 18 APPENDIX: DATA

FÖR MER INFORMATION KONTAKTA

Amanda Back, Head of Marketing, Epicenter.
amanda@epicenterstockholm.com

EPICENTER OCH AMF FASTIGHETER – ETT SAMARBETE MED EN VISION

»Idén om att göra ett av Stockholms mest centrala, men då även slutna områden till ett kvarter för kreativitet, tillväxt och innovation föddes«

ARBETSPLATSEN SOM KATALYSATOR FÖR KUNSKAP, SAMARBETE OCH INNOVATION

Epicenter och AMF Fastigheter började sitt samarbete redan 2014. Tillsammans stod vi på taket på Malmskillnadsgatan 32 och blickade ut över Brunkebergstorg. Idén om att göra ett av Stockholms mest centrala, men då även slutna områden till ett kvarter för kreativitet, tillväxt och innovation föddes.

Från den visionen skapades Epicenter - ett innovationshus för snabbväxande digitala företag och för stora bolag som vill samarbeta, utvecklas och växla upp sin digitala verksamhet. Epicenter har sedan invigningen varit en plats som uppmuntrar till innovation och huset fylldes med bolag som Microsoft, Splay, Tictail och Star Stable. Genom att det på ett helt nytt sätt skapades en mötesplats, där stora bolag kunde möta mindre tillväxtbolag, främjades aktivt kunskapsutbyte bolagen emellan och kontoret blev en plats för att bygga nätverk, dela kunskap och samarbeta.

Sedan 2014 har arbetsplatsens roll förändrats flera gånger om. Från utflytt ur citykärnan till de yttre förorterna, från individuellt till aktivitetsbaserat arbetssätt, från kontor till hemarbete. Alla dessa förflyttningar har format det arbetssätt vi till stor del lever med idag - den hybrida modellen - där mötet mellan fysiskt kontor och digitala förutsättningar i hemmet är medarbetarens vardag. Som en följd av detta ser vi idag hur allt fler bolag väljer att flytta tillbaka in till city igen. För oss är det ett kvitto på att kontoret är så mycket mer än bara en fastighet och att det är många parametrar, inte minst dess läge och sammanhang, som styr hur väl ett företag lyckas attrahera och behålla rätt kompetens. Oavsett hur kontorets funktion har sett ut, så har det kontinuerligt varit en central nyckelfråga för företag och deras tillväxtresurser. Idag vill vi påstå att arbetsplatsen är viktigare än någonsin och en fråga som bör ligga högt upp på agendan hos ledningsgrupper i alla typer av bolag.

Tillsammans har vi sammanställt denna rapport, där vi har samlat insikter från runt 1000 arbetstagare i Stockholmsområdet, om hur de ser på arbetsplatsen idag och vilka trender de ser framåt när det kommer till kontoret som strategisk resurs. Dessutom ville vi lyssna och lära från de som har arbetsplatsen högt upp på sin agenda varav den kvantitativa undersökningen har kompletterats av djupintervjuer med ett antal utvalda

bolag från branscher representerade i vårt fastighetsbestånd. Stort tack till H&M, Epidemic Sound, Volvo M, Roschier Advokatbyrå och NORNORM för era bidrag till denna rapport.

Det vi framförallt tar med oss från denna undersökning är att kontoret är en avgörande faktor i bedömningen av både en nuvarande och framtida arbetsplats. De flesta vi frågade skulle vara beredda att tacka nej till ett jobb på grund av att kontoret inte mötte deras krav. De krav som individen syftar på handlar om kontoret som kulturbärare och social mötesplats för samarbete, lärande och innovation. För ett bolag som växer och rekryterar blir därmed kontoret en av de absolut viktigaste frågorna att driva för att attrahera rätt talanger och behålla sina medarbetare.

Vi hoppas att denna rapport ger dig, precis som den gjort för oss, en inblick i de frågor du som företagsledare borde driva i relation till kontoret för att du ska kunna bygga och skala ditt bolag tillsammans med ditt team.

Trevlig läsning!

Anna Thelander & Patrick Mesterton



Anna Thelander
ANNA THELANDER
HEAD OF MARKETING
& COMMUNICATIONS
AMF FASTIGHETER



Patrick Mesterton
PATRICK MESTERTON
FOUNDER & GROUP CEO
EPICENTER

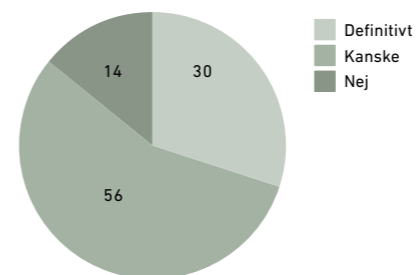
EN AVGÖRANDE FAKTOR FÖR ATT REKRYTERA OCH BEHÅLLA TALANG



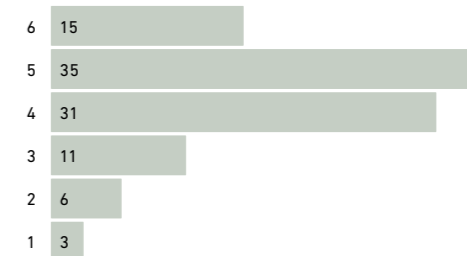
MARIA SONALI
HEAD OF WORKPLACE
EPIDEMIC SOUND

»Vi vill att våra kontor ska vara vår usp och vår huvudsakliga arbetsplats och ser det som en del av vårt erbjudande som arbetsgivare«

Skulle du överväga att tacka nej till ett arbete om kontoret du skulle arbeta på inte mötte de krav du har på ett kontor?



Om du skulle byta jobb idag. Hur viktigt skulle kontoret/arbetsplatsen vara för ditt val av arbetsgivare? 1 betyder »Inte alls viktigt« och 6 »Mycket viktigt«.



Trots att vi idag har år bakom oss av hemarbete och den hybrida arbetsmodellen blir alltmer vanlig är kontoret idag en viktig faktor för både rekrytering och att bibehålla talang.

Över 80% av arbetstagare skulle överväga att tacka nej till ett arbete om kontoret inte mötte deras krav och förväntningar.¹ Mer än 30% skulle starkt överväga att avstå en anställning på grund av att företagets kontor inte mötte de krav de ställer på en arbetsplats.²

När det kommer till att behålla talang är kontoret med dess miljö och funktion avgörande. Ett identifierat problem är att det finns ett upplevt gap mellan vad de anställda tycker är viktigt att få ut från kontoret och de frågor som företaget faktiskt prioriterar. 6 av 10 arbetar på företag där man har diskuterat förändringar på arbetsplatsen kring arbetssätt, arbetsformer eller arbetsmiljö men där de förändringar som lyfts bygger på andra faktorer än de som arbetstagaren anser vara viktigt.³ Kontoret är viktigt för anställda, och de har en tydlig uppfattning av vad de vill ha från kontoret. Den stora utmaningen för ett företag och dess ledning är att verkligen lyssna på vad deras anställda vill ha och behöver.

Kontoret är också en viktig bärare av ett företags kultur och DNA och kontoret spelar därför en viktig roll i den totala utvärderingen av ett företag inför en eventuell anställning. Över hälften av de tillfrågade tycker att kontoret bidrar till att stärka företagets varumärke.⁴ Ett företag med ett kontor som inte tydligt visar upp företagskulturen kan uppfattas som svagt i form av värderingar och målsättningar.

Jenny Jirtorp, Global HR manager på H&M Lifestyle Brands, menar att deras kontor är ett viktigt verktyg för att visa nya talanger och kollegor vilka H&M är, deras värderingar, hur de jobbar och hur en framtida karriär hos dem kommer att se ut - både på kontoret och på distans.

»I rekryterings- och onboardingprocessen fungerar våra kontor som en direkt spegelbild av vårt DNA både som varumärke och arbetsgivare. Det är viktigt oavsett om du jobbar hemifrån eller från kontoret«, menar Jenny Jirtorp.

H&M använder också sina kontor för att aktivt attrahera nya talanger och visa på företagskulturen då särskilt för att fånga young professionals och nyutexaminerade.

»Vi bjuder ofta in till våra kontor för att bygga relationer till studenter och young professionals via event med skolor och talangnätverk. Det är ett effektivt sätt att visa upp hela företaget, vår kultur och en spännande arbetsplats. Vi vill visa att våra kontor är attraktiva platser där man vill spendera sin tid, nätverka och känner gemenskap med sina kollegor«, säger Jenny Jirtorp.

Det globala musik- och techbolaget Epidemic Sound menar på att deras arbetsytor och kontor spelar en vital roll i att etablera deras värden, bygga kultur samt för att stärka deras varumärke. Kopplat till rekrytering och att vara en attraktiv arbetsgivare innebär det att kunna erbjuda ett attraktivt kontor i kombination med ett flexibelt arbetssätt som möter de behov som finns på individnivå och de som finns från företaget som helhet. I en tid när många har skalat ner deras investeringar i kontoret har Epidemic Sound gjort det motsatta.

»Vi vill att våra kontor ska vara vår usp och vår huvudsakliga arbetsplats och ser det som en del av vårt erbjudande som arbetsgivare. På så sätt lever vi också upp till vår övertygelse att personliga möten har en positiv inverkan på välbefinnande, kultur och resultat«, säger Maria Sonali, Head of Workplace på Epidemic Sound.

Över 80% av arbetstagare skulle överväga att tacka nej till ett arbete om kontoret inte mötte deras krav och förväntningar.

¹Se s. 19 »Attityd till kontoret«
²Se s. 19 »Attityd till kontoret«
³Se s. 21 »Det framtida kontoret«
⁴Se s. 19 »Attityd till kontoret«

ETT VERKTYG FÖR ATT BYGGA VARUMÄRKE OCH KULTUR



NORBERT ADAMEK
HEAD OF CORPORATE
REAL ESTATE
H&M

»Vi har sett och ser fortfarande en positiv effekt på samarbeten mellan olika team tack vare den digitala arbetsplatsen, men vi ser också att det stora kulturarbetet sker på arbetsplatsen mellan kollegor som träffas in real life«



TUA FLYTHSTRÖM
HEAD OF CONFERENCE
& OFFICE
ROSCHIER

»Vi tror att vi som team på lång sikt, för att behålla vår företagskultur och vår värdegrund, behöver ha en tät kontakt och ses fysiskt«

Över hälften av arbetstagarna tycker att kontoret bidrar till att stärka ett företags varumärke och kultur – något som är viktigt för att känna mening med och ägandeskap av sitt arbete och sina arbetsuppgifter.⁵

Det är på kontoret man håller sig informerad om vad som händer på företaget i stort och det är även där som företagskulturen byggs. Utbyte av kunskap med kollegor, snacket vid kaffemaskinen och spontana möten är viktiga och svåra att få till i det digitala hemarbetet. Över hälften av de tillfrågade tycker att kontoret gör att man blir mer inspirerad i sitt arbete.⁶

Advokatbyrån Roschier var ett av de första företagen i sin bransch att ta ett nyare strategiskt grepp kring kontorets roll i den större verksamheten. För Roschier ligger fokus nu på att få tillbaka kontoret till att vara den huvudsakliga arbetsplatsen för hela teamet. Även om de fortfarande möter och möjliggör behovet för distansarbete så ser de ett stort värde i att mest tid spenderas på kontoret – då främst för att främja kunskapsflöde och att öka välmåendet och trivseln hos deras anställda.

»Det fysiska kontoret är en utgångspunkt för vår verksamhet. Vi tror att vi som team på lång sikt, för att behålla vår företagskultur och vår värdegrund, behöver ha en tät kontakt och ses fysiskt. Vi lägger stor vikt vid teamwork och role modelling, vilket vi upplever kräver en kontinuerlig fysisk närvaro«, berättar TUA Flythström, Head of Conference & Office på Roschier.

På H&M har de digitala arbetsverktygen och arbetssätten hjälpt till att både skapa nya, men även att fördjupa, relationer mellan kollegor och team. Speciellt mellan kollegor och team som jobbar geografiskt långt ifrån varandra och inte ses så ofta. Däremot är det på kontoret som företagskulturen verkar frodas bäst.

»Vi har sett och ser fortfarande en positiv effekt på samarbeten mellan olika team tack vare den digitala arbetsplatsen, men vi ser också att det stora kulturarbetet sker på arbetsplatsen mellan kollegor som träffas in real life. Vi vill därför kunna erbjuda alla våra kollegor en inspirerande arbetsplats där de kan mötas för samarbeten i olika kreativa team

likväl som för sociala sammanhang - vart de än jobbar någonstans«, säger Norbert Adamek, Head of Corporate Real Estate på H&M.

Trots att kontorets roll blir allt mer viktig är den hybrida arbetsmodellen här för att stanna. Den modellen ställer också nya krav på kultur och arbetssätt där mätning av prestation och resultat måste ske på andra sätt än tidigare. NORNORM, ett företag som grundades under pandemin, har byggt stora delar av sitt team och sin kultur i det digitala rummet och har därför också sett att tydligare mätpunkter för arbetsprestationer krävs.

»Att dyka upp på kontoret betyder inte längre att du har gjort jobbet. Idag måste vi mäta prestation i tydlig output snarare än tid spenderat på kontoret. Det innebär att erbjuda anställda sann flexibilitet genom att säga att output kan ske varsohelst samtidigt som du på riktigt mäter effektivitet och resultat«, säger Jonas Kjellberg, grundare och VD på NORNORM.

Epidemic Sound menar att likväl som arbetsplatsen är viktig för att lyckas attrahera talang, så är rekryteringen också viktig för att upprätthålla kontorets funktion i bolaget. Med flexibilitet menar Epidemic att medarbetare ska få välja själva var de kan utföra sitt arbete bäst, men att det samtidigt ska finnas en vilja av att vara en del i att bygga kulturen på plats på kontoret.

»Vi upplever att kulturen befästs när vi ses fysiskt i det riktiga livet, vilket vi önskar att våra medarbetare också känner och vill bidra till. Det är viktigt när vi rekryterar att vi hittar personer som tror på och vill vara med och bygga kulturen genom bland annat att arbeta från kontoret«, säger Maria Sonali, Head of Workplace på Epidemic Sound. ●

⁵Se s. 19 »Attityd till kontoret«

⁶Se s. 19 »Attityd till kontoret«

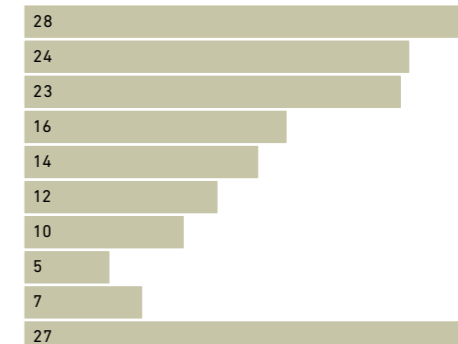
EN SOCIAL PLATS MED FOKUS PÅ LÄRANDE, KREATIVITET OCH SAMARBETE



Vad skulle du säga är de största problemen med din arbetsituation eller arbetsmiljö idag?

Saknar småprat vid kaffemaskin / fikarum	28
Att jag inte vet när andra är på kontoret	24
Brist på mötesplatser på kontoret	23
Mötesrum med dåligt fungerande teknik	16
En icke stimulerande arbetsmiljö	14
Att enkelt kunna arbeta hemifrån	12
Problem med personlig teknisk utrustning	10
Dåliga mjukvarulösningar för möten	5
Annat	7
Inget av ovanstående	27

Samtliga tillfrågade



Även för de som jobbar hemma är kontoret viktigt då det spelar en viktig roll i den sociala delen av arbetet. Av de som jobbar majoriteten av sin tid hemma är den största anledningen att jobba från kontoret det sociala utbytet och att träffa kollegor.⁷ Det innebär alltså att de som oftast jobbar från kontoret är den viktigaste tillgången ett företag har för att locka tillbaka de som främst väljer hemmakontoret.

Kontoret har gått från arbetsplats till samlingsplats. Tre av fyra tycker att snacket vid kaffemaskinen eller i fikarummet är viktigt för sammanhållningen.⁸ Det är både en drivande anledning till att komma in till kontoret för de som jobbar majoriteten av sin tid från kontoret men också det som lockar in de som har en rutin av att spendera flest dagar hemma. Drygt en femtedel arbetar fortfarande till största del hemma, vilket motsvarar fyra dagar i veckan eller mer.⁹ För denna grupp är kontoret en plats där man träffar sina kollegor för samarbete och sammanhållning. En viktig aspekt är också att veta när andra kollegor faktiskt är på plats på kontoret, då det är den största anledningen till att själv vilja vara där fysiskt.

På kontoret håller man sig också informerad om vad som händer på företaget. Två av tre uppger att de håller sig bättre informerade om vad som händer inom företaget genom att jobba från kontoret.¹⁰ 50% tycker att kontoret idag är en viktigare plats för att träffa människor och bli inspirerad i sitt arbete än tidigare.¹¹

För de som arbetar majoriteten av sin tid hemifrån anser de flesta att de inte är mer produktiva när de arbetar från kontoret.¹² Här kan dock frågan lyftas kring vad produktivitet egentligen är och att det kan innebära olika saker beroende på vilket typ av företag man arbetar för. Epidemic Sound är ett företag med fokus på utveckling där produktivitet sker i samarbete med andra likväl som i enskilt fokuserat arbete. Båda delar är viktiga för innovation, varför det är viktigt att skapa utrymme för båda delar i deras kontor.

»Det är viktigt för oss att erbjuda våra anställda flexibilitet så att de kan jobba på ett sätt som passar dem och företaget. När det kommer till just produktivitet

⁷Se s. 19 »Attityd till kontoret»
⁸Se s. 20 »Attityd till kontoret»
⁹Se s. 19 »Attityd till kontoret»

så innebär det för oss lika mycket att också samverka på plats. Vi är ett företag som konstant utvecklas och där innovation är kärnan i det vi gör. Det når vi bäst genom att balansera våra olika behov noga», säger Maria Sonali, Head of Workplace på Epidemic Sound.

Även för H&M är kontoret ett verktyg för den interna innovationskraften. Utifrån feedback från deras medarbetare arbetar H&M aktivt med att använda kontoret som en drivkraft för att öka kreativitet och samarbete inom organisationen. Att ha en plats att mötas på för ett utbyte av kunskap och idéer hjälper till att etablera ett samarbete både inom och mellan team som i slutändan resulterar i en ökad innovationskraft för hela företaget.

»På H&M har vi många team som primärt arbetar kreativt och med innovation. Dessa arbetsprocesser får sitt bränsle av samarbete och de sker oftast bäst



»När det kommer till just produktivitet så innebär det för oss lika mycket att också samverka på plats«

MARIA SONALI
 HEAD OF WORKPLACE
 EPIDEMIC SOUND

¹⁰Se s. 19 »Attityd till kontoret»
¹¹Se s. 19 »Attityd till kontoret»
¹²Se s. 19 »Attityd till kontoret»

»Kontoret är hjärtat för våra kollegor att mötas i och på så sätt driva den innovativa kulturen som vi på H&M bygger vår verksamhet på«

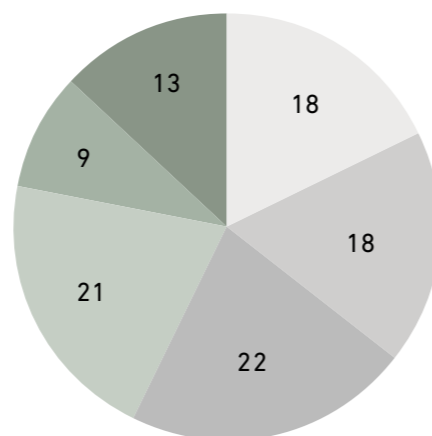
JENNY JIRTORP
GLOBAL HEAD OF HR
H&M LIFESTYLE BRANDS

→ *i det fysiska mötet på kontoret. Kontoret är därför hjärtat för våra kollegor att mötas i och på så sätt driva den innovativa kulturen som vi på H&M bygger vår verksamhet på», säger Jenny Jirtorp, Global Hr Manager H&M Lifestyle Brands.*

H&M har skapat det interna begreppet »Tailor-made Workspace« som är en vink till det skräddarsydda modet men som i praktiken syftar på att anpassa arbetsplatsen ner på individnivå. Det är en fråga som drivs centralt i ett samarbete mellan HR, Real Estate och IT.

Volvo Cars har tagit fram en digital lösning för att tillmötesgå deras anställdas sökande efter det sociala utbytet på arbetsplatsen. Verktynen gör det möjligt att i förväg se vilka som är inne på kontoret en specifik dag.

»Den största anledningen till att våra medarbetare vill komma till kontoret är kollegorna. Vi ville därför göra det möjligt att planera de dagar du arbetar från kontoret utifrån vilka kollegor som också kommer att vara på plats«, berättar Lillis O'Connor, Work Place Experience - Office Footprint på Volvo Cars. ●



En vanlig arbetsvecka. Hur många dagar arbetar du hemifrån?



DET FYSISKA LÄGET ÄR VIKTIGARE ÄN NÅGONSIN

»Vi vill att våra anställda ska tycka att det är smidigt och behagligt att ta sig till och från kontoret och då blir lägen nära allmänna kommunikationer och cykelvägar avgörande. Minskade restider har en positiv effekt både före miljön och work life balance«

NORBERT ADAMEK
HEAD OF CORPORATE REAL ESTATE
H&M



LILLIS O'CONNOR
WORK PLACE EXPERIENCE
- OFFICE FOOTPRINT
VOLVO CARS

»Det är inte enbart miljön på våra kontor som driver våra anställda till kontoret utan snarare det som finns runtomkring den fysiska ytan«

Med den hybrida arbetsmodellen som det nya normala har också det fysiska läget på arbetsplatsen blivit allt mer viktigt. Att ha nära till restauranger, branschkollegor på andra bolag i grannfastigheter och gym är parametrar som är med och avgör bedömningen på arbetsplatsens läge. Viljan att lätt och smidigt kunna sy ihop arbetsdagen med den privata agendan de dagar du jobbar fysiskt på kontoret gör att arbetsplatsens läge är viktigare idag än någonsin tidigare.

Hela 83% tycker att kontorets fysiska läge är viktigt.¹³ Närheten till restauranger är den näst viktigaste parametern kopplat till kontorets läge och endast närheten till bra kommunikationer överträffar denna. Av de tillfrågade tycker 43% att ha ett närliggande restaurangutbud är av stor vikt och många väljer att planera andra aktiviteter runt omkring deras arbetsdag de dagar de väljer att arbeta på kontoret.¹⁴ Det kan vara sociala aktiviteter som att träffa kollegor eller vänner efter arbetstid men också hälsoaktiviteter som att besöka gym och liknande. Det finns med andra ord en vilja att passa på att göra annat när man väl tar sig tid att åka in till kontoret.

Volvo Cars har tagit vara på denna insikt som en del av deras arbete att motivera deras anställda tillbaka till arbetsplatsen. Bland annat har Volvo knutit sig till intressanta samarbetspartners i form av kockar från svenska kocklandslaget i personalrestaurangerna samt samarbetat med etablerade gymkedjor som har valt att öppna anläggningar i Volvos lokaler.

»Miljön vi har på kontoret är bra och har egentligen alltid varit det. Det är inte enbart den som driver våra anställda till kontoret utan snarare det som finns runtomkring den fysiska ytan. Därför har vi till exempel byggt gymanläggningar utrustade med personliga tränare som finns tillgängligt de dagar man jobbar från kontoret«, säger Lillis O'Connor, Work Place Experience - Office Footprint på Volvo Cars.

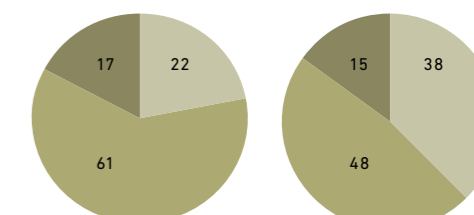
En viktig del i detta arbetet är att kommunicera de adderade förmånerna med att jobba från kontoret internt i alla team inom organisationen. Volvo Cars gör detta tillsammans med interna

ambassadörer och marknadsför kontoret i ett öppet instagramkonto för att befolka deras varumärke från ett employee branding perspektiv.

Även H&M menar på att det fysiska läget inte ska vara ett hinder för att komma till kontoret för att arbeta och att det är viktigt att kontoret inte bara är en säker plats utifrån ett socialt perspektiv, utan också att det är fysiskt säkert.

»Vi vill att våra anställda ska tycka att det är lätt att ta sig till kontoret och då blir ett centralt läge avgörande. Både för att pendlingen ska vara smidig men också för att enkelt kunna bygga ihop arbetsdagen med andra aktiviteter«, säger Norbert Adamek, Head of Corporate Real Estate Offices på H&M. ●

Skulle du överväga att tacka nej till ett arbete om kontoret du skulle arbeta på inte mötte de krav du har på ett kontor?



Jobbar på kontor
4-5 dagar i veckan

Definitivt
Kanske
Nej

Jobbar hemma
4-5 dagar i veckan

Definitivt
Kanske
Nej

¹³Se s. 22 »Det framtida kontoret«

¹⁴Se s. 22 »Det framtida kontoret«

ATT DESIGNA DAGENS ARBETSPLATS – SOCIALA YTOR MÖTER TEKNISKA ZONER



JONAS KJELLBERG
GRUNDARE OCH VD
NORNORM

»Det är tydligt från våra kunder att de prioriterar att skapa större och fler mötesplatser på sina kontor. Det innebär färre skrivbord och fler loungeområden«

Trots att det inte är kontorets design och utformning som främst driver anställda till att jobba från kontoret så är det fortfarande en del av den kravbild som arbetstagare har när de ser på kontoret. Det ses nästintill som en självklarhet att kontoret ska vara designat för att klara den hybrida arbetsmodellen. Dessutom är kontorets design viktigt när det kommer till att möjliggöra det sociala och kollaborativa arbetet.

Hur kontoret ska designas och utformas för att skapa den bästa möjliga arbetsmiljön går enligt denna undersökning att dela upp i två delar: sociala ytor och tekniska zoner. Dagens arbetsplats behöver båda och de är viktiga för de dagliga arbetsuppgifterna liksom för det långsiktiga arbetet med att bygga och etablera en stark företagskultur.

Högst upp på listan av vad som önskas av kontorets design är tillgången till avskilda mötesrum, bra belysning, ett naturligt ljusinsläpp samt bra lunchutrymmen.¹⁵

De sociala ytorna behövs för att möjliggöra och öka det kreativa arbetet och samarbeten mellan och inom team. Det är just i denna typ av arbete som den fysiska platsen blir viktig. Det sociala utbytet och att jobba tillsammans med andra kollegor är de största anledningarna att arbeta från kontoret vilket gör dessa ytor centrala i planeringen av en arbetsplatslayout. Extra viktigt är detta för bolag som har innovation och utveckling av nya produkter i fokus.

Volvo har arbetat mycket med att göra arbetsplatsen till en möjliggörare för deras anställdas välmående och produktivitet. Kontoren har optimerats genom att möblera för att tillgodose det agila arbetssätt som genomsyrar bolaget. Exempelvis finns fler öppna sociala ytor som tillåter och uppmuntrar till events och möten för större grupper. Kopplat till detta har Volvo också satsat på anpassad teknik så att medarbetarna enkelt kan delta i de möten som fortfarande sker i digitala och hybrida format.

»Vi ser kontoret som en katalysator för att lyckas i sitt arbete. Vår ledstjärna är att på kontoret ska all form av arbete vara möjligt. Allt som man behöver för att må bra, arbeta effektivt och agilt ska finnas tillgängligt på våra kontor« säger Lillis O'Connor, Work Place Experience - Office Footprint på Volvo Cars.

Volvo har också gjort studier där man testat hur väl anställda jobbar i olika typer av ytor och då främst kopplat till effektivitet och välmående. Där visade det sig att allt för trånga ytor gjorde att den upplevda produktiviteten minskade avsevärt. Volvo mäter också beläggning för att se hur väl deras olika ytor är anpassade för antalet som jobbar på plats.

Utöver de sociala ytorna är det även viktigt att arbetsplatsen tillhandahåller olika former av tekniska zoner som gör det möjligt att enkelt hoppa in i ett digitalt möte. Att en arbetsdag flyter mellan fysiska möten till digitala och hybrida är en verklighet som arbetsplatsen måste kunna möta.

Arbetsplatsen är inte längre bara en fysisk plats i singular som ska inredas. Den måste kunna flyta sömlöst över flera fysiska men också digitala rum. De digitala zonerna är därför också viktiga länkar mellan de som jobbar på plats och de som arbetar hemifrån och därmed grundstenar i sammanhållning och kulturbyggande. H&M har byggt en enhet inom business tech som fokuserar på att bland annat hitta den bästa typen av mjuk- och hårdvara för att matcha deras way of working.

»Ett exempel på teknik som hjälper oss att sätta samarbete och innovation i fokus även i det digitala rummet är olika appar och digitala boards som möjliggör för oss att även hålla kreativa workshops på distans när det krävs«, berättar Jenny Jirtorp.

H&M har också sett värdet i att hjälpa deras anställda att skapa en bra arbetsplats även hemma i form av att erbjuda leasing av ergonomiska möbler och digital utrustning till hemmakontoret.

»Vi tror på att en bra arbetsplats hemma stärker engagemanget och samarbetet oavsett om man jobbar hemma eller på kontoret. Vi vill skapa en inkluderande arbetsmiljö och kultur för våra anställda anpassad utifrån olika behov som gynnar mångfalden i teamen oavsett hur och vart man jobbar«, menar Jenny Jirtorp, Global HR Manager, H&M Lifestyle Brands.

NORNORM har byggt hela sin produkt och affärsmodell på det faktum att kontorets design, layout och inredning måste kunna anpassas i realtid. De menar därmed att den på riktigt hållbara modellen för att inreda ett kontor är genom att hyra kontorsmöbler.

»Det är tydligt från våra kunder att de prioriterar att skapa större och fler mötesplatser på sina kontor. Det innebär färre skrivbord och fler loungeområden. Vi ser en trend att bygga en co-working set-up även i egna lokaler«, säger Jonas Kjellberg, grundare och VD hos NORNORM. ●

»Vi ser kontoret som en katalysator för att lyckas i sitt arbete. Vår ledstjärna är att på kontoret ska all form av arbete vara möjligt. Allt som man behöver för att må bra, arbeta effektivt och agilt ska finnas tillgängligt på våra kontor«

LILLIS O'CONNOR
WORK PLACE EXPERIENCE
- OFFICE FOOTPRINT
VOLVO CARS

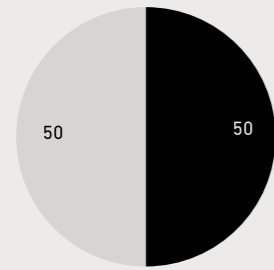
¹⁵Se s. 23 »Det framtida kontoret«

Hela 82% jobbar minst 1 dag i veckan hemifrån.

DEMOGRAFI

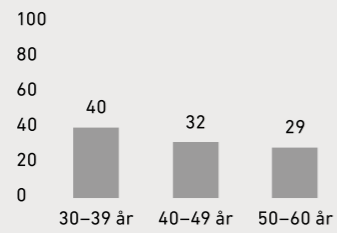
Undersökningen har genomförts i en representativ population inom det geografiska området. Svarsfördelningen påverkas av andelen som arbetar på kontor i regionen.

KÖN



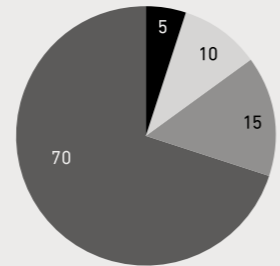
■ Man ■ Kvinna

ÅLDER



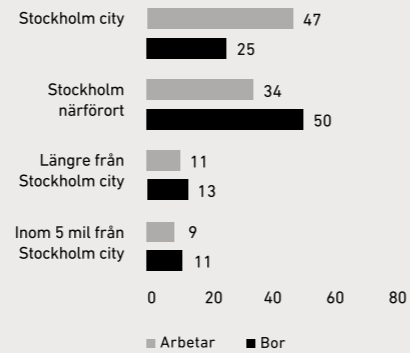
BAKGRUND

Vad har du för roll på arbetsplatsen?

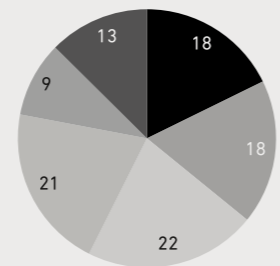


■ VD
■ Är en del av ledningsgruppen
■ Chef med personalansvar utanför ledningsgrupp
■ Anställd utan personalansvar

Var bor/arbetar du?



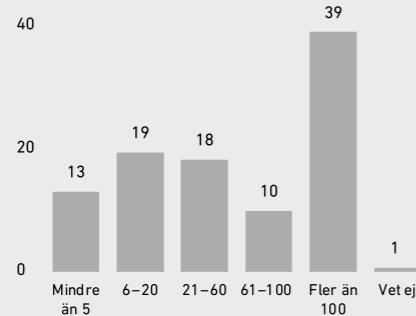
En vanlig arbetsvecka. Hur många dagar arbetar du hemifrån?



■ Arbetar aldrig hemifrån
■ 1 dag av 5
■ 2 dagar av 5
■ 3 dagar av 5
■ 4 dagar av 5
■ Arbetar nästan alltid hemifrån

BAKGRUND

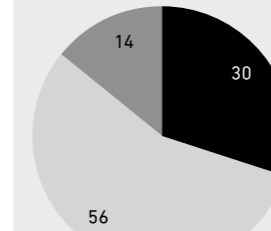
Hur många arbetar på ditt kontor?



3 av 10 skulle definitivt överväga att tacka nej till ett arbete om kraven på kontor inte uppfylls (och hela 86% kanske överväga).

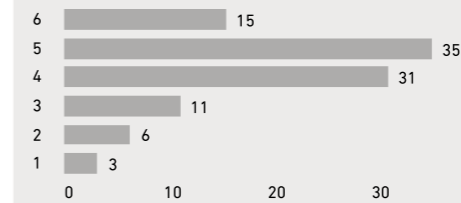
ATTITYDER

Skulle du överväga att tacka nej till ett arbete om kontoret du skulle arbeta på inte mötte de krav du har på ett kontor?



■ Ja jag skulle definitivt överväga
■ Ja, kanske skulle överväga
■ Nej, kontoret skulle inte få mig att överväga

Om du skulle byta jobb idag. Hur viktigt skulle kontoret/arbetsplatsen vara för ditt val av arbetsgivare? 1 betyder "Inte alls viktigt" och 6 "Mycket viktigt".

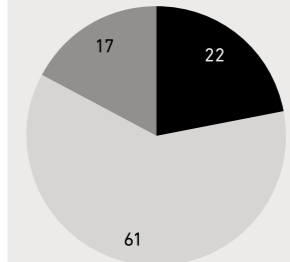


Hemarbetare skulle i högre utsträckning definitivt överväga att tacka nej till ett arbete med kontor som inte möter kraven.

HEMARBETARE VS KONTORSARBETARE

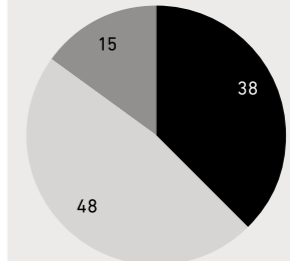
Skulle du överväga att tacka nej till ett arbete om kontoret du skulle arbeta på inte mötte de krav du har på ett kontor?

JOBBAR PÅ KONTOR 4-5 DAGAR I VECKAN



■ Ja jag skulle definitivt överväga
■ Ja, kanske skulle överväga
■ Nej, kontoret skulle inte få mig att överväga

JOBBAR HEMMA 4-5 DAGAR I VECKAN



■ Ja jag skulle definitivt överväga
■ Ja, kanske skulle överväga
■ Nej, kontoret skulle inte få mig att överväga

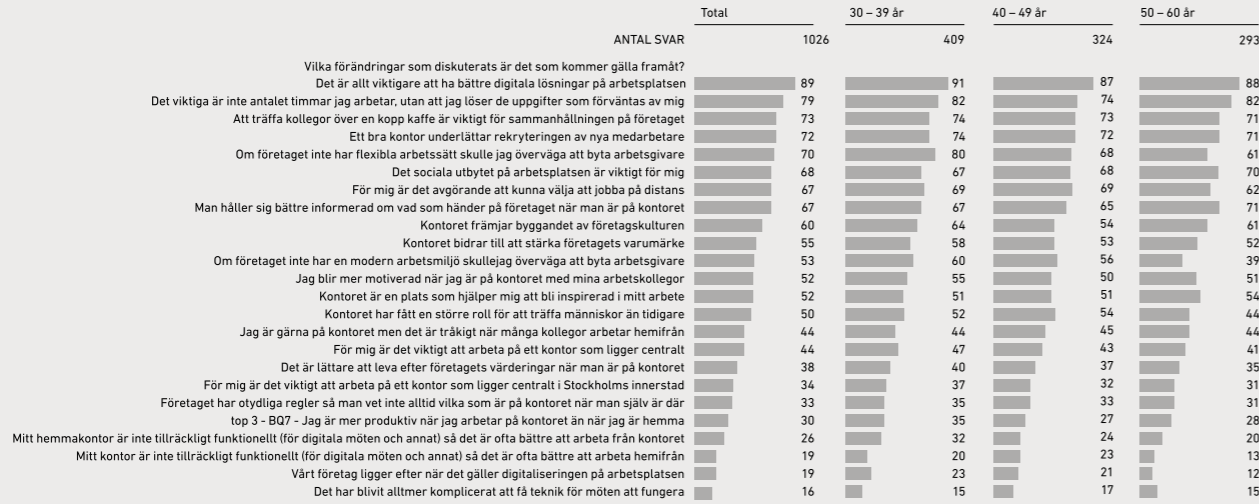
ATTITYDER

Hur ställer du dig till följande påståenden? (Dessa har svaret 5, 6 eller 7 på respektive påstående på en 7-gradig skala där 7 betyder "Instämmer helt och hållet".)



ÅLDER

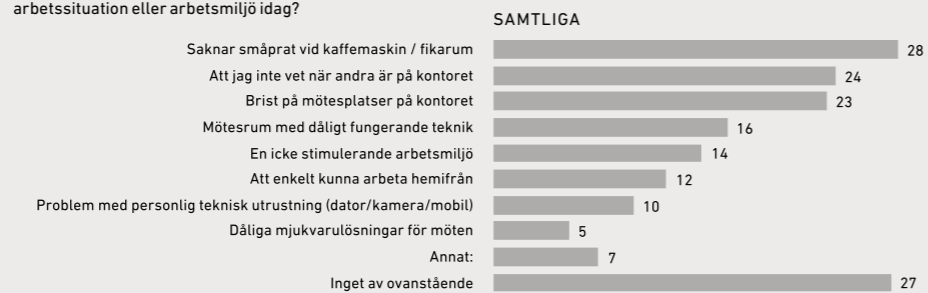
Hur ställer du dig till följande påståenden? (Dessa har svarat 5, 6 eller 7 på respektive påstående på en 7-gradig skala där 7 betyder "Instämmer helt och hållet".)



28% saknar interaktionen som uppstår vid kontorsfika.

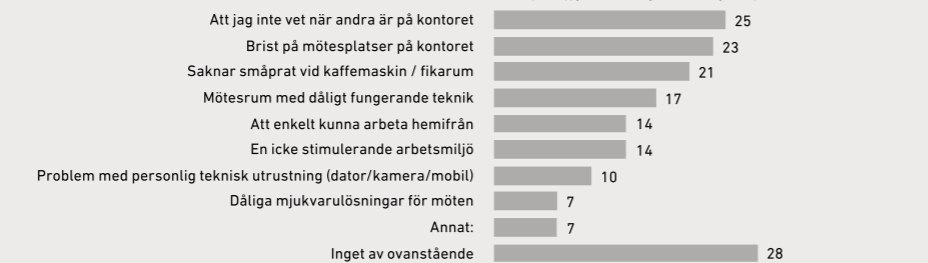
PROBLEM

Vad skulle du säga är de största problemen med din arbetssituation eller arbetsmiljö idag?



ARBETAR OFTARE PÅ KONTORET

Bas 589 ip som uppgivit Arbetar aldrig hemma -> 2 dagar av 5 på BQ6



ARBETAR OFTARE PÅ HEMMA

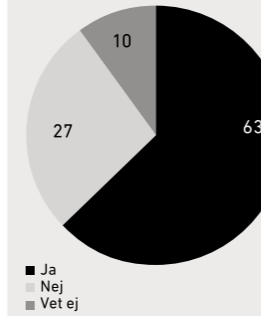
Bas 437 ip som uppgivit 3 dagar av 5 -> Arbetar nästan alltid hemma på BQ6



6 av 10 har diskuterat förändringar på arbetsplatsen.

FÖRÄNDRINGAR FRAMÅT

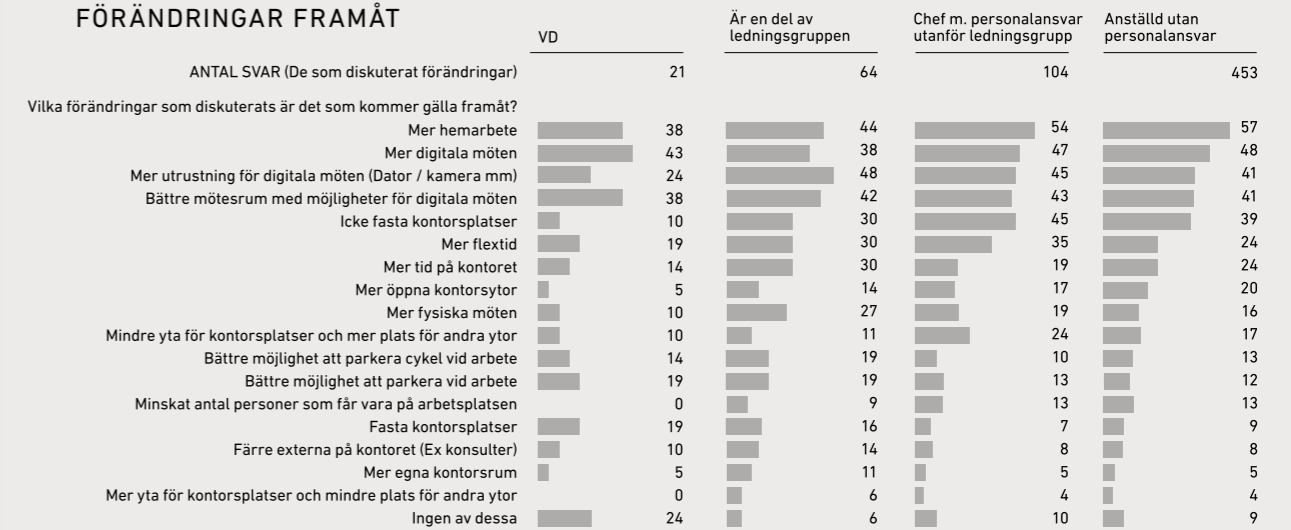
Har ert företag diskuterat behov om förändringar på arbetsplatsen kring arbetssätt, arbetsformer eller arbetsmiljö sedan covidrestriktionerna har släppt?



Vilka förändringar som diskuterats är det som kommer gälla framåt?

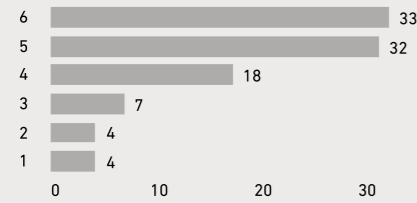


FÖRÄNDRINGAR FRAMÅT



FYSISKT LÄGE

Hur viktigt är kontorets fysiska läge för att du ska föredra att vara på kontoret? 1 betyder "Inte alls viktigt" och 6 "Mycket viktigt".



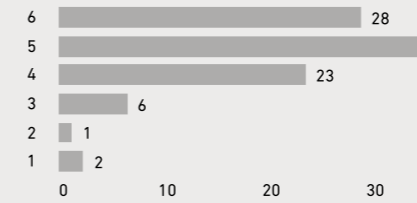
83% tycker att det fysiska läget är viktigt

Vad tycker du är det viktigaste gällande ett kontors läge för att du ska föredra att vara på kontoret?



FUNKTIONALITET

Hur viktig är kontorets funktionalitet för att du ska föredra att vara på kontoret? 1 betyder "Inte alls viktigt" och 6 "Mycket viktigt".

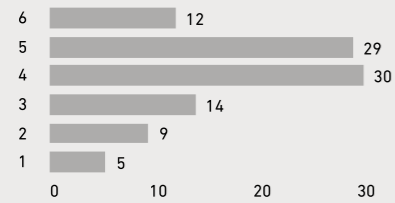


Vad är det viktigaste med kontorets funktionalitet för att du för att du ska föredra att vara på kontoret?



DESIGN/UTFORMNING

Hur viktigt är kontorets design/utformning för att du ska föredra att vara på kontoret? 1 betyder "Inte alls viktigt" och 6 "Mycket viktigt".

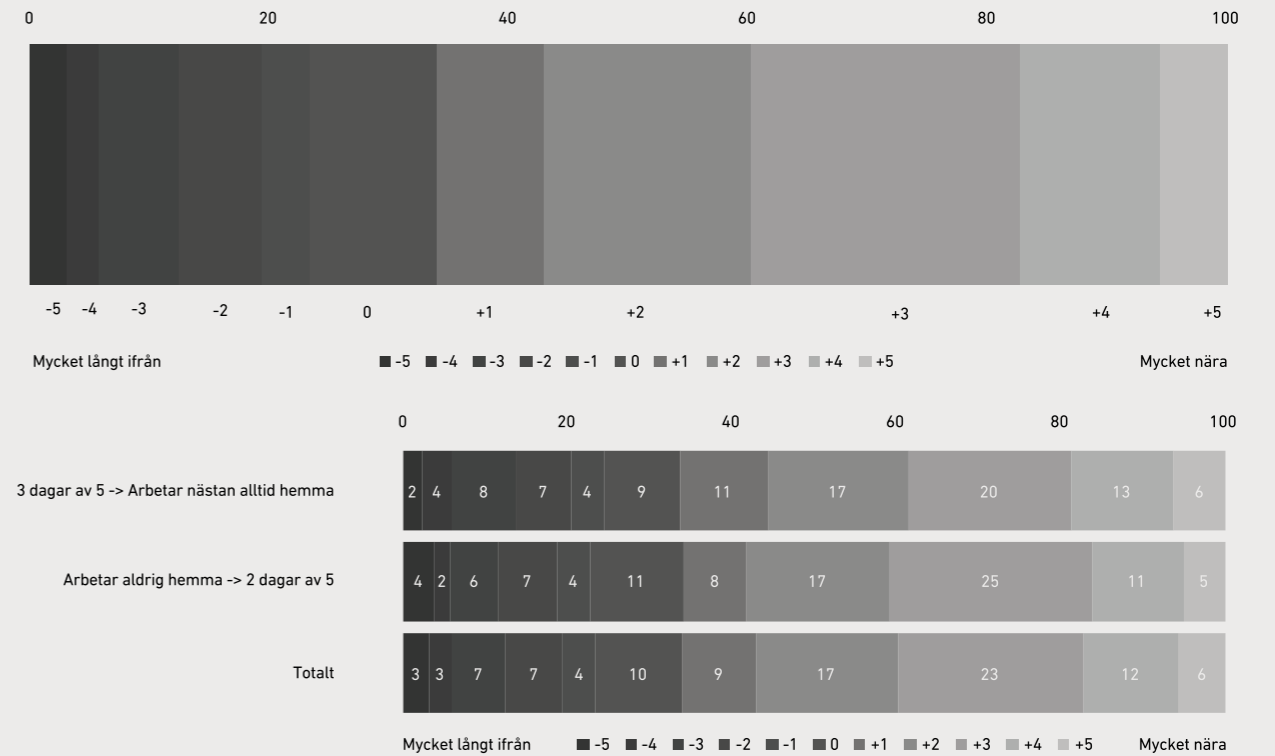


Vad är det viktigaste med kontorets design/utformning för att du för att du ska föredra att vara på kontoret?



DET PERFEKTA KONTORET

Det kontor du är på idag, hur nära eller långt ifrån det ideala kontoret skulle du säga att ert kontor är idag?



ARBETSPLATSEN SOM KATALYSATOR FÖR KUNSKAP SAMARBETE OCH INNOVATION

EN NULÄGESRAPPORT AV
EPICENTER OCH AMF FASTIGHETER
STOCKHOLM, 2022

M-KOPIA (STOCKHOLM, 2022)

AMF Fastigheter

