

MARKNADSKARTLÄGGNING



SEPTEMBER 2008

BAKGRUND

- Under hösten 2007 genomförde Hemnet en undersökning som kartlade generella frågor om bostadsmarkanden (såsom hur man bor, hur flyttplanerna ser ut, vilka källor som används vid bostadssökande) och frågor mer specifika för Hemnet (bland annat hur känt Hemnet är samt vilken kunskap och uppfattning man har om bostadssajten). Undersökningen gav en nulägesbild och verkar som en nollpunktsmätning mot vilken framtida förändringar kan jämföras.
- För att få en bild över hur svenska folkets bostadssituation, flyttplaner, beteende vid sökning efter en ny bostad och bilden av Hemnet förändrats under det senaste året genomfördes en uppföljande mätning i början av september 2008.
- Målgrupp för undersökningen är i likhet med undersökningen som genomfördes 2007 svenska män och kvinnor i åldrarna 20-79 år.
- Undersökningen genomfördes 2008 via en webbaserad enkät, vilket också var metoden vid mätningen 2007. Databesamlingen startade i slutet av vecka 35 och pågick under vecka 36 och totalt deltog 1002 personer i undersökningen.

SAMMANFATTNING

BOENDE IDAG, PLANER PÅ ATT FLYTTA SAMT KÄLLOR FÖR ATT HITTA EN NY BOSTAD

- Jämfört med 2007 bor något färre i målgruppen i hyresrätt, medan flera bor i villa och radhus. Idag bor en fjärdedel av alla i åldrarna 20-79 år i hyresrätt, 18% i bostadsrätt och 57% i villa/radhus. Omsättningen på bostadsmarknaden har sjunkit, då färre uppger att de har flyttat under det senaste året (10% jämfört med 14%). Andelen som flyttat till hyresrätt har sjunkit, medan andelen som flyttat till villa/radhus ökat. Dock har över hälften flyttat till hyresrätter. Den vanligaste enskilda källan som användes för att hitta den nya bostaden är Hemnet, som 30% uppger som källa. Detta är en rejäl ökning jämfört med 2007, då 15% uppgav att de hittat sin bostad via Hemnet. Då många flyttar till hyresrätt är det också vanligt förekommande att man fått tag i sin nya bostad via en hyresvärd/fastighetsvärd eller via kontakter/bekanta.
- 20% uppger att de funderar på att flytta inom det närmaste året, vilket är en minskning jämfört med 2007 då motsvarande siffra var 26%. Ingen större skillnad finns dock när det gäller vilken typ av bostad man vill flytta till, i likhet med 2007 vill ungefär hälften vill flytta till en hyresrätt, en fjärdedel till bostadsrätt respektive villa/radhus.
- I likhet med 2007 är den främsta källan för att hitta en ny bostad Hemnet, en källa som används i första hand av 49% av dem som överväger att byta bostad det närmaste året. Detta är en ökning med 14 procentenheter från 2007! Hemnet går också om de lokala tidningarnas bostadsannonser som den generellt sett vanligaste källan och är därmed den mest använda källan totalt sett 2008.

HEMNET

- 69% av alla i åldrarna 20-79 år känner till bostadssajten Hemnet, vilket är en ökning med 5 procentenheter från 2007. I likhet med 2007 är det framför allt kvinnor, 30-39-åringar och personer som befinner sig i en period av livet som kännetecknas av småbarn eller skolbarn som känner till Hemnet. Jämfört med samtliga i åldersgruppen 20-79 år är de som känner till Hemnet också överrepresenterade bland dem som funderar på att köpa en villa eller ett radhus inom det närmaste året, vilket även var fallet 2007.
- Inställningen till Hemnet var redan 2007 mycket positiv, en inställning som förbättrats till 2008! Hela 39% ger Hemnet betyget 6 på en 6 gradig skala och medelbetyget är hela 5,1 av maximala 6,0! Ingen är negativ!
- 78% av alla som känner till Hemnet brukar också besöka Hemnet, vilket innebär att 54% av svenska folket besöker Hemnet. Detta är en tendens till ökning jämfört med 2007, men skillnaden är inte signifikant. Besökaren har, i likhet med 2007, i genomsnitt 2,4 anledningar till sitt besök. De vanligaste orsakerna är att hålla koll på prisläget på marknaden, att man är allmänt intresserad av bostadsmarknaden, fantisera/drömma om ett nytt boende samt att hitta en ny bostad. I likhet med 2007 är orsakerna till att man besöker Hemnet en kombination mellan "hårda" faktorer (hålla koll på prisläget, marknadsutvecklingen, hitta ny bostad) och mera mjuka faktorer (fantisera, drömma, få inspiration).

SAMMANFATTNING

HEMNET (forts)

- Besöksfrekvensen 2008 är oförändrad jämfört med 2007, både när det gäller hur ofta man besöker Hemnet som hur lång tid man i genomsnitt spenderar inne på sajten. 40% besöker Hemnet en gång i veckan eller oftare. 55% tillbringar mindre än en kvart på sajten. De som funderar på att flytta inom det närmaste året besöker i likhet med 2007 sajten mer frekvent än en genomsnittlig besökare, men spenderar inte längre tid inne på sajten vid varje tillfälle.
- Kännedomen om de tjänster som finns på bostadssajten är även 2008 relativt okända, även om användandet av samtliga tjänster ökat signifikant mellan 2007 och 2008. Bostadsökning och boendekalkyler är de tjänster som används i högst utsträckning, följt av de nya tjänsterna söka efter kommande bostäder och nyproduktion. Inställningen till de olika tjänsterna är oförändrad, och det är fortsatt bostadsökning som är den tjänst flest tycker är intressant, följt av att man kan göra boendekalkyler och få råd och tips om hur man kan göra om hemma.
- 27% tycker att det skulle vara intressant att kunna söka efter hyresrätter eller byta hyresrätter på Hemnet, en andel som dock är betydligt högre bland dem som överväger att flytta (42%) och dem som bor i hyresrätt (53%). 31% tycker att det skulle vara intressant att kunna söka efter hantverkare och leverantörer av bostadsnära tjänster på Hemnet.

SAMMANFATTNING

HEMNET (forts)

- Hemnet associeras i mycket hög utsträckning med att det är enkelt att söka bostäder på Hemnet (70% instämmer i påståendet). 55% upplever Hemnet som trovärdigt, d v s att informationen och innehållet på sajten är tillförlitlig och trovärdig. 42% upplever att ett besök på Hemnet är inspirerande. Dessa tre hörnstenar i Hemnets varumärke har förstärkts gentemot 2007, då en högre andel uppger att associationerna stämmer in på Hemnet 2008.
- Däremot är det fortsatt färre än hälften som kan ta ställning till om reklamen på Hemnet kopplar till bostäder och boende och endast ett fåtal som tycker att reklamen är intressant. Orsaken till att man inte upplever reklamen som intressant är i likhet med 2007 att man generellt sett inte tycker om reklam eller att man inte vill bli "störd" när man är på Hemnet.

SAMMANFATTNING

HEMNETBESÖKAREN OCH DEN FREKVENTE HEMNETBESÖKAREN

- I likhet med 2007 är 2008 års Hemnetbesökare överresresenterad bland kvinnor, i åldersgruppen 30-39 år, bland höginkomsttagare och bland dem som har små- eller skolbarn. En överrepresentation finns även bland dem som överväger att flytta inom det närmaste året, då framför allt bland dem som funderar på att köpa en villa eller ett radhus. I likhet med 2007 förtydligas denna bild för den frekvente Hemnetbesökaren, d v s de besökare som besöker Hemnet minst en gång i veckan.
- Den frekventa besökaren besöker Hemnet oftare än övriga besökare, däremot spenderar man i genomsnitt lika lång tid på Hemnet vid varje tillfälle som den genomsnittlige besökaren. Detta var även fallet 2007.
- I likhet med 2007 besöker den frekvente besökaren högre grad Hement för att hitta en ny bostad jämfört med den genomsnittlige Hemnetbesökaren. Dock är man i likhet med 2007 i lika hög grad som övriga besökare på Hemnet för att fantisera/ drömma om ett framtida boende, hålla koll på prisläget etc.
- När det gäller tjänsteutbudet är nyttjandegraden högre ju mer frekvent man besöker Hemnet, vilket framför allt gäller de tjänster som har en nära koppling till Hemnets kärnverksamhet "bostadsökning" (bostadsökning i alla former, boendekalkyler, hitta din mäklare, Mitt Hemnet). Själva kärntjänsten bostadsökning är också mer intressant för den frekventa besökaren.

SAMMANFATTNING

HEMNETBESÖKAREN OCH DEN FREKVENTE HEMNETBESÖKAREN

- Ju mer erfarenhet man har om Hemnet, d v s ju frekventare besökare man är, i desto högre grad instämmer man i påståendena om Hemnets kärnvärden och har också en positivare inställning till sajten generellt. Så var även fallet 2007.

SLUTSATS

Hemnet har stärkt sin position som den främsta källan för att hitta en ny bostad. Hälften av alla som söker bostad använder Hemnet som källa i första hand och totalt sett är Hemnet nu större än användandet av de lokala tidningarnas utbudsannonsering!

Hemnet stärker också sin kännedom, och idag är det nästintill 70% av alla svenskar i åldrarna 20-79 år som känner till Hemnet! De som känner till Hemnet är i stor utsträckning aktiva besökare, då hela 78% brukar besöka Hemnet. **Detta innebär att över hälften av alla svenska 20-79 åringar besöker Hemnet!**

Utöver det stärker Hemnet även sin image och sin redan höga likeability. Andelen mycket positiva till sajten ökar ytterligare, vilket även andelen som anser att bostadssajten förmedlar kärnvärdena enkelhet, trovärdighet och inspiration gör.

Arbetet med Hemnets tjänsteutbud har gått i rätt riktning och flera använder de olika tjänsterna som Hemnet tillhandahåller 2008 jämfört med 2007. Här i ligger dock fortfarande Hemnets utvecklingspotential, då tjänsterna fortsatt är relativt okända.

SAMMANTAGET - EN BRA SAJT HAR BLIVIT ÄNNU BÄTTRE!