



Framtidens lokaler formar morgondagens verktyg

Konjunkturen

Verktyg och utrustning handlar till stor del om fysiska produkter, inte minst gäller detta inom bygg- och installationsbranschen. Det kan också handla om olika tjänster, hjälpmedel och lösningar kopplade till leverantörens produktutbud. Utvecklingen och behovet av verktyg och utrustning inom installationssektorerna påverkas av många faktorer. I första hand är det en fråga om slutkundens behov och krav, påverkade av volymen nyinstallation och service/underhåll. Det finns samtidigt andra djupgående samhällsförändringar som inverkar på kundens behov och leverantörens produkt- och tjänstutbud. Exempel på sådana är ny byggteknik, prefabricering, modulbyggande, digitalisering, generationsskiften, trender, kundernas kunskap och förutsättningar mm. Vad som givetvis också är intressant att fundera på i är hur framtidens lokaler kan komma att se ut. Användningen och utformningen av de fastigheter som ska värmas och kylas sätter ju ramarna för leverantörernas produkt- och tjänstutbud. För värme- och kylteknikföretagen är kontor och handel intressant, när det gäller värme och komfortkyla. Mycket av förändringarna kan vi bara spekulera i. Ofta över-skattar man de kortsiktiga effekterna av en trend, men lika ofta underskattar man de långsiktiga och djupgående förändringarna. Framtiden formas framför våra ögon. Idag är morgondagens historia.

Framtidens kontor, en kulturbärare?

◆ Att gränsen mellan arbete och fritid suddas ut alltmer, är en utveckling som pågått en tid. Vad får denna utveckling för konsekvenser när det gäller utformningen av våra arbetsplatser och kontor? Det aktivitetsbaserade kontoret är på frammarsch. Ett sådant kan alltmer liknas vid öppna mötesplatser

med en liten andel fasta arbetsplatser. Den uppkopplade medarbetaren, som i allt större grad hanterar företagets tjänster och produkter i "molnet", utnyttjar det traditionella kontoret i allt mindre utsträckning. Kontoret blir platsen för kreativa idéer och möten mellan medarbetare och avdelningar. Färre cellkontor, fler öppna ytor och mötesrum, utrymmen för lounge och hemmaliknande miljöer är exempel på sådant. Kontoret blir i allt mindre utsträckning en 8-5 baserad aktivitet. Ökad flexibilitet i arbetstid och arbetssätt ställer krav på värme- och kylfunktionernas anpassningsförmåga, särskilt med hänsyn till att vi samtidigt strävar efter minskad energianvändning. Kontoret som reklampelare för den externa och interna marknadsföringen väntas spela en allt viktigare roll. Kontoret ska stärka identiteten och gemenskapen bland medarbetarna samt bära och förstärka företagets produkter och värderingar. Ett gott inomhusklimat, belysning och de miljövänliga lösningarna har givetvis en central roll i detta. Det är rimligt att vänta sig en växande volym av hyresgästpassningar och ombyggnader i kontorsbeståndet de närmaste åren. Med hänsyn till behoven av att modernisera kontorslokalerna efter morgondagens krav och arbets- och livsstil. Behovet av att förändra kontorets funktion allteftersom att företaget växer eller förändrar sin organisation kräver inte bara en inredning som är lätt att förändra. Installationerna ska kunna hänga med i förändringarna. Lokalhyresgästen är kostnadsmedveten och yteffektivitet är viktigt. Fler funktioner och kulturer kan komma att samsas på samma yta när hemmet blivit kontor och kontoret ett hem, då arbetsplatsen fungerar som café och vice versa. Är det en överdrift att påstå att detta kommer att ställa höga och mer komplicerade krav på klimat och teknikfunktioner?

Rekryteringsproblem hindrar teknikutveckling

Teknikutvecklingen drivs dels av kundernas efterfrågan, dels av leverantörernas egen kreativitet. Ett problem är att många mindre företag och installatörer saknar tid, kapacitet och ekonomiska resurser för att tillgodogöra sig ny spännande teknik och kunskap. Industriefakta gör årligen ett hundratal intervjuer med konsult-, teknik- och installationsföretag som är knutna till bygg- och fastighetsbranschen. Intervjuerna visar att det finns ett bristande intresse hos ungdomar för att söka sig till traditio-

nella installationsbranscher men ny och spännande teknikutveckling och digitalisering av branscherna kan dock öka intresset. Problemet är att det främst är de stora och medelstora företagen som har bäst resurser att tillgodogöra sig ny teknik genom kurser och utbildning. En övervägande del av företagen i Industrifaktas intervjupaneler har stora problem med att rekrytera personal med rätt erfarenhet. Situationen blir ännu mer komplicerad och svårhanterlig i och med att en växande andel av husbyggnadsinvesteringarna koncentreras till storstäderna med Stockholm i spetsen, där bristen på bostäder gör det särskilt svårt för yngre att etablera sig.

Detaljhandeln invaderar det offentliga rummet

Handeln är inte vad den varit! Troligen kommer den heller inte att bli vad den är idag. Handeln har delvis flyttat ut från stadskärnorna till nya växande shoppingcentrum i anslutning till kommunikationer och knutpunkter. En växande andel av affärerna och butiksbesöken görs i hemmet, men samtidigt växer det fram nya showrooms och avhämtningsställen för företag som hittills bara funnits tillgängliga på nätet. På dessa knutpunkter växer det fram nya städer i staden med bostäder, kontor, fritids- och nöjesutbud. Handel, tjänster, nöjen och arbete bildar nya kluster och ibland verkar de på en gemensam yta. För leverantörer av kyla och värme bör denna omflyttning innebära ökade nyinstallationsvolymer. Den nya handeln har likheter med framtidens kontor. Flexiblare arbets- och öppettider, behov av att föra fram och förstärka identitet och budskap till både kunder och medarbetare. Handeln hittar ständigt nya vägar till försäljning och etablerar sig efter de mönster där kunderna rör och uppehåller sig. Längs transportstråk, i det offentliga rummet såsom vänthallar, kollektiva transportanläggningar i kultur- och nöjeslokaler mm. Ett sådant exempel, som nu är ett stycke nutidshistoria, är den traditionella bensinmackens väg från verkstad till en handels- och restaurangfunktion. Vilka sådana strukturförändringar kommer vi att se i framtiden? Det verkar som om allt fler funktioner kommer att samsas på samma yta. Det handlar i mångt och mycket om var kunden kommer att befinna sig. Vilka blir morgondagens rörelsemönster och var finns det möjlighet för handeln att göra affärer? Det blir en spännande resa för leverantörer av värme, kyla och andra klimat- och teknikfunktioner. Det kommer att innebära nya typer av kunder med nya behov av funktioner och krav. Förändrat utnyttjande av lokalbeståndet kräver modernare klimatinstallationer. Flexibiliteten och komplexiteten i dessa kommer säkert att öka och utvecklingen sätter standarden på morgondagens verktyg, utrustning och tjänsteutbud. †