

Meer dan vier muren

Een nieuw tijdperk in het leven thuis.

LIFE AT HOME-RAPPORT 2018

IN HET KORT



Afgelegde weg	02
Inleiding	04
De behoeften thuis	09
Belangrijkste conclusies	10
De 'push'-factoren	11
De 'pull'-factoren	12
Casestudy	13
Plaats en ruimte	14
Emotionele behoeften	15
En nu?	16

Vandaag zegt
ca. 1 persoon op 3 in
de hele wereld dat er
plekken zijn waar ze
zich meer thuis voelen
dan op de plaats waar
ze wonen.

WAT ZEGT DAT OVER
HET LEVEN THUIS?

AFGELEGDE WEG

Het leven begint thuis

Elk jaar gaan we op weg om meer inzicht te krijgen in wat het leven thuis beter maakt, door duizenden mensen bij hen thuis aan te spreken. Ook dit jaar doen we dat opnieuw.

Sinds ons rapport van 2016 zijn we ongelooflijk nieuwsgierig naar waar dat 'thuisgevoel' vandaan komt. Toen zei 20% van de ondervraagden dat er plekken zijn waar ze zich meer thuis voelen dan op de plaats waar ze wonen. Twee jaar later blijkt dat dit gevoel leeft bij 29% van de mensen, tot wel 35% van de stedelingen.

Wij willen weten waarom zo veel mensen dat gevoel hebben. Dus gingen we uitzoeken waardoor mensen zich **thuis voelen**, en **waar ze dat gevoel vinden**.

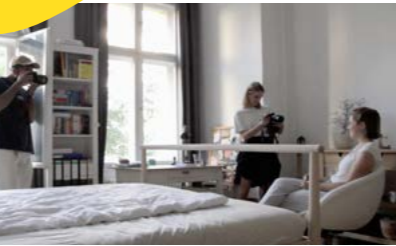


We spraken met meer dan **22.000** mensen in **22** MARKTEN

We bekeken eerst alles wat we al wisten: **MEER DAN 200** PAGINA'S onderzoek



We gingen op **12 "HUIS-SAFARI'S"**



We bezochten **IKEA** winkels in **ZES** STEDEN

We kregen **nieuwe invalshoeken** van een groep Life at Home-experts

En het interessantste wat we geleerd hebben stopten we in het **Life at home-rapport 2018 - In Het Kort.**

INLEIDING

We leven in een nieuw tijdperk in het leven thuis

Wanneer we het hebben over 'thuis', kijken we naar de vier aspecten die daarin een rol spelen, ongeacht waar of hoe we wonen: ruimte, plaats, relaties en dingen.



Voor sommigen 'begint thuis aan de voordeur'. Voor anderen 'begint het thuisgevoel in deze buurt, dicht bij de plek waar ik woon'. Zij interpretern het begrip 'thuis' een pak ruimer."

Dr. Alison Blunt

Co-directeur van het Centre for Studies of Home, expert die heeft bijgedragen aan het Life at Home-rapport 2018

Die aspecten bieden inzicht in hoe onze woning georganiseerd is en wat we er allemaal doen.

De afgelopen twee jaar zijn we in detail gaan kijken naar de emoties die met 'thuis' samenhangen en de wisselwerking daarvan met die aspecten. Hoe beschrijven we het thuisgevoel? Waarom voelt thuis voor mij anders dan voor jou?



Tijdens ons onderzoek zagen we dat het leven thuis grondig aan het veranderen is, overall ter wereld. Onze woning wordt kleiner, slimmer, drukker en lawaaiiger..

Dit alles heeft een invloed op hoe goed één ruimte ons kan bieden wat we ervan verwachten – functioneel en emotioneel. Als we thuis niet krijgen wat we nodig hebben, gaan we het elders te zoeken.

Kortom, ons leven is onderweg, en ons thuis kan niet achterblijven. Het leven thuis wordt een netwerk van plaatsen en ruimtes, en het thuisgevoel vind je op meer dan één locatie.

Voor veel mensen biedt deze ruimere kijk op het leven thuis nieuwe kansen.

Dit is een nieuw tijdperk in het leven thuis, en het speelt zich af binnen en buiten de vier muren.





THUIS IS EEN
PLEK VINDEN
WAAR MENSEN
ME NEMEN
ZOALS IK BEN,
WAAR IK MEZELF
KAN ZIJN EN
VRIJ BEN.”

Anna, Berlijn





Privacy Geborgenheid Comfort Zeggenschap Erbij horen

DE BEHOEFTE THUIS

Definitie van dat ongrijpbare gevoel

Via ons onderzoek hebben we vijf centrale emotionele behoeften m.b.t. thuis geïdentificeerd. Dat is wat mensen bedoelen met het 'thuisgevoel'.

Deze behoeften zijn universeel maar hun rol verschilt in de verschillende stadia van ons leven, afhankelijk van onze leeftijd, met wie we samenwonen en waar in de wereld we ons bevinden.

Wij geloven dat meer weten over die behoeften kan helpen om dat thuisgevoel makkelijker, sneller en beter te bereiken.

BEHOEFTE THUIS



Wanneer we denken aan het ideale thuis, zijn **comfort**, **geborgenheid** en een gevoel van autonomie en **zeggenschap** centrale gegevens, net als **privacy**. Toch zijn ze niet altijd vanzelfsprekend en kunnen ze zelfs thuis afwezig zijn. In de kern gaat thuis zijn erover dat je ergens **hoort**; een gevoel dat je individueel en/of collectief ergens op je plaats bent."

Dr. Alison Blunt

BELANGRIJKSTE CONCLUSIES

Thuis voelt niet altijd als thuis

De meesten van ons vinden het belangrijk dat onze woningen beantwoorden aan deze vijf emotionele behoeften, en in veel gevallen doen ze dat prima.

We zien echter dat er een kloof bestaat tussen verwachtingen en realiteit, vooral wanneer je samenwoont met vrienden of vreemden. Te veel mensen vinden thuis geen thuisgevoel. Velen van ons gaan vandaag in ruimtes en plaatsen buiten de vier muren op zoek naar bevrediging van deze emotionele behoeften.

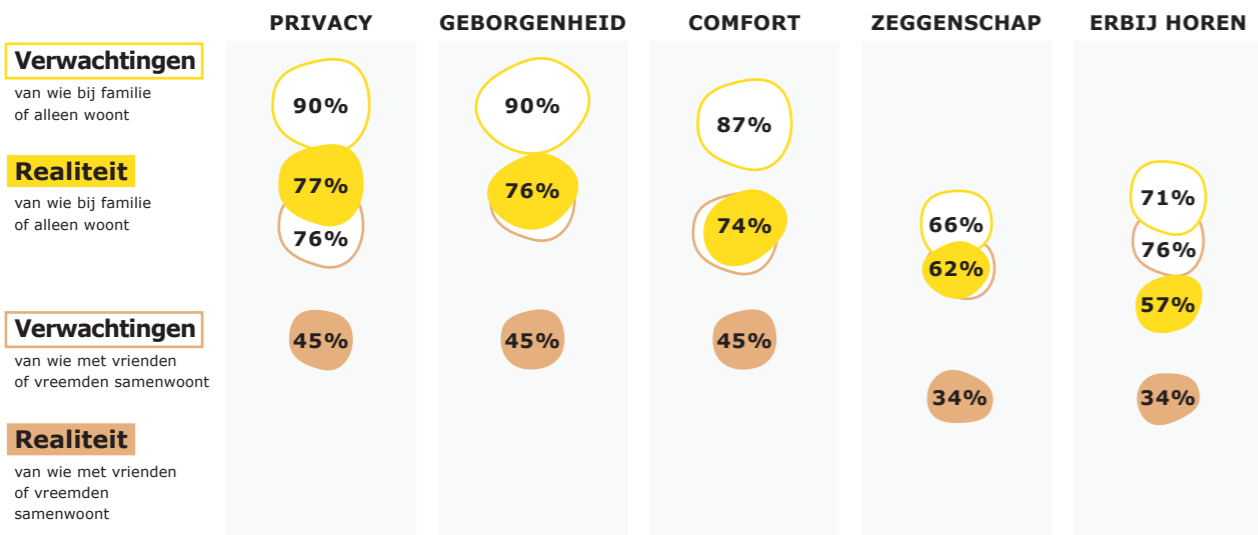
De 'push' naar buiten:

Sommigen voelen zich beperkt door wat hun fysieke woning te bieden heeft. **"Ik vind thuis geen geestelijke privacy, daarom ga ik op mijn balkon om alleen te zijn of zit ik in de winter soms in de auto in 'mijn straat'."**

Alessandra, Rome

De 'pull' naar elders:

Sommige mensen kijken uit naar kansen om buiten de vier muren het thuisgevoel te versterken. **"De uitbreiding van je thuis voegt die dosis pit en aroma toe die je thuis mist. Dat 'extra' thuis helpt je via de verbeelding aan het thuis dat je wilt en nodig hebt, wat jouw thuis ook is."** Sarah, London



DE 'PUSH'-FACTOREN

Wat je buiten de vier muren drijft

Gebrek aan comfort

Als er te weinig ruimte is, kan het leven thuis benepen aanvoelen.

"IK KAN MISSCHIEN FAMILIE UIT-NODIGEN MAAR ZEKER GEEN VRIENDEN. VEEL TE WEINIG PLAATS."

Tan Jiaqin, Shanghai

Je niet op je plaats voelen

Samenwonen met mensen met andere interesses of waarden kan het gevoel geven dat er geen connectie is.

53% van de jonge gezinnen heeft thuis niet het gevoel daar te horen.



Gebrek aan zeggenschap

Als we zelf geen zeggenschap hebben over onze woning of wat erin staat, kan het leven thuis lastig zijn.

24% van wie samenwoont met vreemden heeft naar zijn gevoel niets te zeggen over zijn woning en voelt zich

ELDERS MEER OP ZIJN GEMAK.

Gebrek aan privacy

Nu er steeds meer woningen bijkomen, leven we dichter bij elkaar dan ooit tevoren.

23% van de mensen wereldwijd heeft het gevoel **het huis uit te moeten om alleen te zijn**, tot wel 33% van de mensen die samenwonen met vrienden of vreemden.



Gebrek aan geborgenheid

Het is moeilijker om je ergens helemaal thuis te voelen nu we vaker dan ooit verhuizen en van stad of zelfs van land switchen.

1 OP 3

vindt in zijn woning geen geborgenheid.

Deze gevoelens worden versterkt door grote verschuivingen in hoe mensen vandaag leven; te midden van een demografie en een klimaat in verandering, een steeds toenemend gebruik van technologie en de exponentiële groei van het stadsleven.

DE 'PULL'-FACTOREN

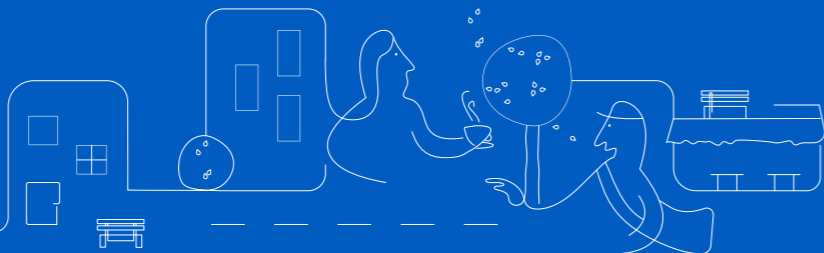
Elders
naartoe
trekken

We hebben gemerkt dat wie zich thuis gelukkig voelt extra aan zijn trekken komt inzake de vijf behoeften dankzij de rijkdom van het leven buiten de vier muren. Het gevoel erbij te horen strekt zich voor velen van ons immers uit naar de ons omringende gemeenschap.

Naar een versterkt
gevoel erbij te horen

Bonte sociale netwerken, verrijkende ervaringen en contact leggen met de mensen om ons heen verhogen het gevoel dat we erbij horen.

44% VAN WIE ZICH THUIS RELAXED, TEVREDEN EN BLIJ VOELT ZIET DE GEMEENSCHAP OOK ALS EEN UITBREIDING VAN ZIJN THUIS.



47% VAN ONS GAAT OP ZOEK NAAR ERVARINGEN BUITENSHUIS DIE ONS HELPEN GROEIEN ALS MENS.

Welke rol onze woning ook speelt in ons leven, het thuisgevoel kan op elk moment op tal van plaatsen en in verschillende ruimtes bestaan.



Die vier muren zijn belangrijk, maar je moet daarbuiten ook andere mogelijkheden hebben om je thuis te voelen."

Erik, Berlijn

DIT IS
GRETA

Greta woont alleen in een seniorenwoning in Kopenhagen. Ze vindt het belangrijk om zelfstandig te blijven en zegt dat ze veel energie heeft, wat haar helpt om vaak buiten te komen.

"Ik verwacht niet dat mensen van alles voor mij komen doen. Ik wil sociaal zijn en hier niet in mijn eentje zitten. Aan de overkant van de straat is een lunchbar. Het is er heel gezellig en er is veel volk, dus ik ga er bijna elke dag."

Greta organiseert sociale activiteiten voor haar gemeenschap, waaronder een filmclub en een gymzaal. Ze zegt:



IK VIND HET HEEL BELANGRIJK OM IETS TE DOEN OM DICHTER BIJ ELKAAR TE KOMEN."



PLAATS EN RUIMTE

Het leven thuis is een netwerk van plaatsen en ruimtes

De grenzen vervagen tussen wat we thuis doen en buiten onze vier muren. Onze dagelijkse routines veranderen, nu traditionele thuisactiviteiten verschuiven naar andere ruimtes en plaatsen en er ook meer van buiten naar binnen komt.



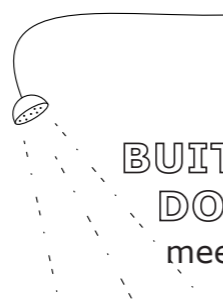
Ik vind de buurt heel belangrijk. Ik woon heel graag in Astoria. Het is heel multicultureel, ik voel hier echt dat ik leef. Ik woon liever hier in een zo-zo flat dan in een luxeflat in een vervallen buurt.

Stephanie, New York

Nu thuisactiviteiten naar andere locaties verschuiven, is het duidelijk dat de buurt en de gemeenschap een steeds belangrijkere rol spelen in het thuisgebeuren. Soms kunnen ze ons extra kansen bieden om een beter leven thuis te maken dan daar waar we wonen.

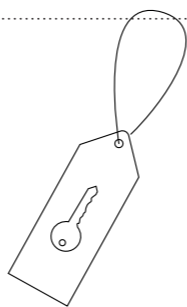
64% zegt zelfs dat ze een kleine woning op een geweldige locatie verkiezen boven een grote woning op een mindere locatie.

1 OP 4 WERKT VAKER VAN THUIS dan ooit tevoren



MEER DAN 1/3 NEEMT BUITENSHUIS EEN DOUCHE OF BAD, meerdere keren per week

BIJNA 1/4 van wie met vreemden samenwoont gebruikt AirBnB om **MUNT TE SLAAN UIT ZIJN WONING**



DE VIJF EMOTIONELE BEHOEFTE

Het thuisgevoel is niet langer beperkt tot louter onze woning. Een duidelijker zicht op de vijf emotionele behoeften in deze ruimere context maakt het makkelijker om dat thuisgevoel te vinden, waar of hoe we ook wonen.

GEBORGENHEID

wil zeggen dat je je veilig en verbonden voelt, waar je ook bent. Het gaat om meer dan financiële stabiliteit en sloten op de deur.

ERBIJ HOREN

wil zeggen dat je je een deel voelt van een groep mensen die je nemen zoals je bent, op plaatsen die jouw innerlijk weerspiegelen. Het gaat om meer dan de erkenning van anderen.

ZEGGENSCHAP

wil zeggen dat je vat hebt op de ruimte en de plaats waar je woont. Het gaat om meer dan eigendom en hypotheek.

COMFORT

wil zeggen dat je je blij en vrij voelt in je omgeving. Het gaat om meer dan een knusse sofa of bed.

PRIVACY

wil zeggen dat je zelf bepaalt waar en hoe je je terugtrekt en je bezint. Het gaat om meer dan gordijnen en gesloten deuren.

EN NU?

Het thuis- gevoel is voor iedereen

Je netwerk van ruimtes en plaatsen is misschien groot – of niet – en misschien heb je een eigen huis – of niet. Het is voor iedereen anders. Wat telt is dat iedereen het recht heeft om dat thuisgevoel te ervaren.

De dingen die dit jaar uit ons onderzoek naar voren zijn gekomen zullen ons helpen producten te ontwikkelen, inrichtingsoplossingen te tonen en thuiservaringen uit te denken die ons dichterbij ons streefdoel brengen. Zoals altijd spannen wij ons in om ons deel te doen.

Maar net als bij onze plat verpakte meubels kan jij ook jouw deel doen.

Stel jezelf de vraag: voelt mij thuis als een thuis? Hoe kan het thuisgevoel beter?

Om je te helpen die vragen te beantwoorden, hebben we een simpele onlinetool gemaakt die je helpt uit te vlooien hoe jouw woning precies aanvoelt.

We hebben ook verschillende experts, van interieurontwerpers tot VN-ambassadeurs en trendwatchers, gevraagd naar tips voor een beter leven thuis.

Dat alles en nog veel meer vind je op onze Life at Home-website: lifeathome.ikea.com



Ik voel me het beste thuis waar mijn vrouw en kind zijn. Of het nu een huis of een flat is, een woning die ik gekocht heb of die ik huur, als degene van wie ik houd daar is, is dat mijn thuis."

Tang, Shanghai



LIFEATHOME.IKEA.COM

**We weten dat thuis
de belangrijkste
plek ter wereld is.
Daarom werken we
als bezeten om het
nog beter te maken.**

Het onderzoek voor het Life at Home-rapport 2018 gebeurde in opdracht van de IKEA Groep (INGKA Holding B.V. en de entiteiten die het controleert) en werd uitgevoerd door het in Londen gevestigde agentschap C Space. Het liep van maart tot augustus 2018.

Er is kwalitatief onderzoek uitgevoerd in de VS, Duitsland, Denemarken, China, Italië en het VK.

Er is kwantitatief onderzoek uitgevoerd in 22 landen in vier regio's: de VS, het Midden-Oosten, Europa en Azië. De enquête werd afgenomen van meer dan 22.854 mensen en is nationaal representatief.

© Ingka Holding B.V. Het IKEA logo en het IKEA logotype zijn geregistreerde handelsmerken van Inter IKEA Systems B.V.

