



14-12-2020 11:49 CET

## Ford Trend-rapport for 2021: Mange har tilpasset seg en helt ny situasjon

Selv om koronaviruset har bragt med seg både økonomisk, politisk og følelsesmessig kaos, viser også den årlige trend-rapporten til Ford hvor godt mange har tilpasset seg en helt ny situasjon.

– Når de fleste av oss nå ser fremover mot 2021 er det klart at koronaviruset har forandret oss, men hvor mye? Hos Ford så er vi interessert i å finne ut av dette. Selv om vi ikke kan forutse hva som skal skje fremover, betyr det ikke at vi ikke kan forberede oss på det, sier global consumer trends and futuring Manager i Ford Motor Company, Sheryl Connelly.

I en undersøkelse Ford har foretatt i 14 land, oppgir 69 % av de spurte at de er overveldet av alle endringene som har skjedd i verden det siste året. Mens drøyt halvparten av de spurte (53 %) synes det har vært vanskeligere enn de i utgangspunktet så for seg å tilpasse seg de mange endringene, mener omtrent like mange (47 %) at det har vært enklere.

De yngre synes gjennomgående at det har vært vanskeligere å tilpasse seg enn de eldre generasjonene.

## **Gransker forbrukeratferd og holdninger i årlig trend-rapport**

I Ford Trends Report 2021 undersøkes det hvordan forbrukeratferden og holdninger har endret seg i løpet av året. Målet er å hjelpe beslutningstagere til å forstå hvordan dette kan endre verden neste år og i årene fremover. Dette er det niende året hvor rapporten blir utgitt.

Trender som er spesielt omtalt i rapporten er:

**Bekymret for fremtiden:** Frykten for å bli rammet av koronaviruset, men også effekten det kan få på lokalsamfunn, arbeidsplasser, egen utdanning og lignende er stor over hele verden. Hele 63 % av de spurte sier de føler seg mer stresset enn de gjorde for ett år siden. 4 av 5 sier også at de må ta bedre vare på sin egen mentale helse. Mange er klar over effekten pandemien har på deres mentale helse, og finner nye måter å takle det på.

**Ensformig hverdag:** «Hvilken dag er det i dag» har blitt en stadig vanligere frase. Skillet mellom jobb og privatliv har for mange forsvunnet under pandemien. Mange forbrukere søker nye måter å flykte fra hjemmets monotone hverdag. Hele 1 av 4 som eier en bil, oppgir at de bruker bilen for å slappe av. 1 av 5 av disse bruker også bilen for å få litt privatliv, mens 17 % bruker den til å jobbe i.

**Behov for venner og familie:** Pandemien har ført til at mange oppdager hvor viktig venner og familie er. Ensomhet er en utfordring i hele verden. Halvparten av de spurte sier at de ofte føler seg ensomme. Det er nesten dobbelt så mange unge som eldre som ofte føler seg ensomme (64 % vs. 34 %). Som et resultat av dette revurderer mange hvor de ønsker å bo, for eksempel ved å flytte nærmere egen familie. Mange søker også vennskap på nye måter - både på nett og i det virkelige liv.

**Økende ulikhet:** Globalt har pandemien rammet lavinntektssamfunn, etniske minoriteter og kvinner spesielt hardt. Flere og flere forbrukere har blitt oppmerksomme på dette skillet og mange selskaper tar mer samfunnsansvar. 3 av 4 spurte oppgir at de forventer at bedrifter tar et slikt ansvar. Like mange mener at bedrifter i dag forsøker å gjøre de riktige tingene.

**Endret handlemønster:** Pandemien har også forandret hvordan vi handler, og hva vi ønsker å handle. Hele 75 % av de spurte sier de setter pris på hvordan bedriftene har forbedret kjøpsopplevelsene siden pandemien startet. 41 % sier de ikke ønsker å gå tilbake til handlemønsteret de hadde før pandemien.

**Nye transportbehov:** Selv om pandemien har ført til at mange kanskje føler seg mer isolert i eget hjem, har forskjellige former for personlig transport vokst. Salg av sykler har økt. Mange byer har stengt av gater for å gi mer plass til syklistene. Bilsalget har også økt ettersom flere føler seg tryggere i et miljø de selv kan kontrollere. Det har også skjedd mer planlegging av smarte byer og tilrettelegging for selvkjørende biler. Hele 67 % av de spurte globalt sier de er håpefulle for fremtiden til selvkjørende biler. Omtrent like mange foreldre oppgir at de heller vil at barna deres skal sitte på i en selvkjørende bil, enn med en fremmed.

**Bærekraftbekymringer:** Selv om pandemien tidlig ga bedre luftkvalitet mange steder, så forsvant optimismen da verden igjen gikk tilbake til plast og andre engangsartikler. Yngre generasjoner er spesielt bekymret. Hele 46 % av disse globalt sier at pandemien har gjort at vi kaster mer. Like mange blant de yngre mener at pandemien på lang sikt vil ha en negativ innvirkning på miljøet.

Les hele “Looking Further with Ford 2021 Trends Report” her:

[www.fordtrends.com](http://www.fordtrends.com)

---

### ***Om Ford Motor Company***

*Ford Motor Company er et global selskap med hovedkontor i Dearborn, Michigan, USA. Selskapet utvikler, produserer, markedsfører og har service på en rekke kjøretøy som inkluderer personbiler, SUVer, nyttekjøretøy, lastebiler, elektrifiserte kjøretøy og Lincoln luksusbiler. Konsernet leverer også finansielle tjenester gjennom Ford Motor Credit Company. Ford Motor Company har som mål å ha en*

ledende rolle innen elektrifisering, mobilitetsløsninger, inkludert selvkjørende biler, og sammenkoblede tjenester. Ford har cirka 188 000 ansatte over hele verden. For mer informasjon om Ford, produktene og Ford Motor Credit Company, vennligst se [www.corporate.ford.com](http://www.corporate.ford.com)

**Ford Europa** er ansvarlig for å produsere, selge og vedlikeholde Ford kjøretøy i 50 markeder og har ca. 45.000 ansatte ved sine heleide anlegg og konsoliderte fellesforetak. De har rundt 58.000 ansatte når ikke-konsoliderte virksomheter er inkludert. I tillegg til Ford Motor Credit Company inkluderer Ford Europas virksomhet Ford Servicemarked og 19 produksjonsenheter (hvorav 12 er heleide anlegg og 7 er ukonsoliderte fellesforetak). Den første Ford-bilen ble sendt til Europa i 1903 – samme år som Ford Motor Company ble etablert. Produksjon i Europa startet i 1911.

**Ford Motor Norge** er en bilprodusent og mobilitetselskap som importerer biler og deler for salg gjennom et forhandlernetttverk på 82 salgs- og servicepunkter. Den første Ford-bilen kom til Norge allerede i 1906, trolig gjennom firmaet E.C. Gjestvang i Oslo. Lenge var det kun private forhandlere som importerte Ford til Norge via Danmark. Først i 1960 ble Ford Motor Norge etablert etter sterkt engasjement fra blant annet Trygve Lie, FNs første generalsekretær og norsk ambassadør i Washington.

## Kontaktpersoner



### **Anne Sønsteby**

Pressekontakt

Informasjonsdirektør Ford Motor Norge

asonste1@ford.com

+47 - 905 10 518