



LOOKING
FURTHER
WITH **FORD**

2020 Trends



12-12-2019 07:31 CET

Mer ensomhet og mindre tillit hovedtemaer i Fords nye trendrapport

Selv om stadig flere er på nett nærmest hele tiden, kjenner mange seg mer ensomme enn noensinne. Det er også blitt vanskeligere for forbrukeren å stole både på hverandre og på selskaper.

I dag lanserte Ford for 8. gang sin årlige trendrapport. I [«2020 Looking Further with Ford Trend rapport»](#) har Ford Motor Company pekt ut tillit som et viktig globalt tema, og ser nærmere på hvordan store selskap gjør seg fortjent til dette.

- Forandringstakten globalt har vært enorm, og uten tillit til institusjoner, merkevarer og hverandre, gir dette mange en overveldende følelse. Forbrukerne vil gjerne tro at selskapene tar de riktige valgene, men selskapene må også gi dem en grunn til å tro nettopp dette. Hos Ford har vi et fokus på å gjøre livet til forbrukerne og lokalsamfunnet bedre, for å ta vare på denne tilliten fremover, sier Sheryl Connelly, Ford's Global Consumer Trends and Futuring Manager.

Hele 45 % av de spurte sier de regelmessig føler seg ensomme. Mindre enn halvparten oppgir at de tar aktive klimavalg for mer miljøvennlig transport - som å kjøre elektrisk, benytte seg av bildeling eller bruke kollektivtransport.

Utført i 14 land i 5 verdensdeler

I den globale rapporten er innbyggere i 14 land fra 5 verdensdeler intervjuet om alt fra ensomhet til frustrasjon over dårlig kundeservice. Den viser også hvordan tillit til hverandre, til lokalsamfunnet, politikere og selskaper har en helt avgjørende innvirkning på menneskers dagligliv.

Dette er noen av trendene som blir trukket frem i rapporten:

Helt alene: Ensomhet har blitt en global epidemi. Spesielt blant de unge er denne følelsen utbredt. Hele 62 % av de som tilhører generasjon Z (født etter midten av 1990-tallet) oppgir at de føler seg ensomme. Halvparten er enige i at de ofte føler seg ensomme når de er sammen med andre mennesker.

Bak fasaden: Selv om forbrukere ønsker å tro at selskaper gjør de riktige tingene, ønsker de å få se «bak fasaden» for å tro det. 67 % av de spurte er enige i påstanden «Når et varemerke har tapt min tillit, får de den ikke tilbake».

Ta et standpunkt: Overalt ønsker mennesker at merkevarer skal bevege seg fra et produktbasert fokus til å være mer verdibaserte. Likevel sier 59 % av de voksne spurte at de er mer opptatt av produktets tilgjengelighet enn av merkevareverdiene.

Store forventninger: Med stadig økende netthandel øker forbrukernes forventninger til merkevarene. Hele 67 % av de spurte sier de har høyere forventninger til merkevarene nå enn de hadde tidligere.

Det grønne paradokset: Selv om forbrukerne i økende grad er bekymret for klimaforandringene, har ikke bekymringen gitt dem hastverk med å endre sin livsstil. 64 % av de spurte - som ikke endrer forbruksmønsteret sitt for å ta miljøhensyn, sier de ikke tror handlingene deres vil utgjøre en forskjell.

Brukthandel er in: Hele 60 % av de spurte oppgir at de er mer åpne for å handle brukt enn de var for fem år siden. Kjøp og salg av brukte klær, elektronikk og andre husholdningsprodukter er en økende trend over hele verden.

Her kan du lese hele trendrapporten: <https://ford.to/38n1fSl>.

Om Ford Motor Company

Ford Motor Company er et globalt selskap med hovedkontor i Dearborn, Michigan, USA. Selskapet utvikler og produserer 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, selvkjørende biler og mobilitetsløsninger. Ford har 194 000 ansatte over hele verden. For mer informasjon om Ford, produktene og Ford Motor Credit Company, vennligst se www.corporate.ford.com

Ford Europa er ansvarlig for å produsere, selge og vedlikeholde Ford kjøretøy i 50 markeder og har ca. 50.000 ansatte ved sine heleide anlegg. De har rundt 64.000 ansatte når fellesforetak og ikke-konsoliderte virksomheter er inkludert. I tillegg til Ford Motor Credit Company inkluderer Ford Europas virksomhet Ford Servicemarked og 20 produksjonsenheter (hvorav 13 er heleide og 7 er ukonsoliderte joint venture fasiliteter.). 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 forhandlernettsverk 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