

A woman with blonde hair, wearing a green dress and a black jacket, is smiling while cleaning a kitchen sink with a blue brush. She is holding a white plastic bag. In the background, there is a kitchen counter with a bowl of lemons, a glass of water, and a white pitcher. The scene is set in a kitchen with white cabinets and a tiled backsplash.

Hemservice

**Attityder och fakta
kring hushållsnära
tjänster**

Februari 2009

Förord

Almega har under flera år drivit frågan för en skattereduktion för hushållsnära tjänster. Som bransch- och arbetsgivareorganisation för hemserviceföretagen är det därför med stor glädje vi ser resultaten av den branscutveckling som skett sedan införandet av skattereduktionen.

Av de som köper hushållsnära tjänster idag är 9 av 10 nöjda med sin leverantör och kvaliteten på tjänsterna. Det är en tjänst vars efterfrågan ökar och som underlättar vardagen för många.

Idag köper 255 000 hushåll dessa tjänster och de kommer från alla samhällsgrupper och från hela landet. Intresset ökar konstant och det är de seriösa företagen som drar nytta av denna skattereduktion. Samtidigt är detta en reform med många vinnare. Det går inte längre att bortse från de samhällsekonomiska effekterna som skapas när en hel bransch visar på stark ekonomisk tillväxt. Särskilt när det sker mitt i en lågkonjunktur.

Det har tydligt gynnat framväxten av företag (cirka 5 000 enligt Skatteverket, 2007) och i synnerhet kvinnligt företagande. Efterfrågan och nyföretagandet har lett till att det skapas många nya arbetstillfällen. Företagen har det senaste halvåret anställt fler än tidigare och där 9 av 10 nyanställda kommer från tidigare arbetslöshet.

Både Almega och majoriteten av hemserviceföretagen är positiva till att fler tjänster och branscher kan gå samma väg till mötes som denna bransch. En skattereduktion är en mycket bra lösning för att skapa tillväxt och gynna seriösa företag. Samtidigt är det inte självklart att fler tjänster ska ingå under skattereduktionen som utformats specifikt för hushållsnära tjänster. Men att systemet som sådant ger väldigt positiva effekter på arbetskraftsintensiva tjänster är hemservicebranschen ett tydligt kvitto på.

Stockholm februari 2009

Inger Jonassdotter
Branschansvarig för Hemservicebranschen inom Almega

Innehåll

1	Trots lågkonjunktur fortsätter succén	4
2	Allmänheten	5
2.1	Intresset för hushållsnära tjänster	5
2.2	Hushållens besparingsprioriteringar	7
3	Köpargruppen	8
3.1	Trygghet och kvalitet	8
3.2	Hur många köper tjänsten idag	9
4	Branschen	10
4.1	Tjänster som erbjuds av företagen	10
4.2	Fortsatt stark tillväxt för företagen	11
4.3	Företagens framtidsutsikter	12
4.4	Rekrytering och utvidgande av systemet	13
4.5	Omsättning och antal anställda	14
5	Fakta om undersökningen	16
5.1	Allmänheten	16
5.2	Köpare av hushållsnära tjänster	16
5.3	Branschen	16
5.4	Frågor kring undersökningen	17
6	Litteraturlista	18

1 Trots lågkonjunktur fortsätter succén

Sedan reformen om skattereduktion för hushållsnära tjänster infördes den första juli 2007 har hemservicebranschen gått framåt enormt. Utvecklingen av branschen fortsätter i takt med att efterfrågan på tjänsterna ökar. Trots lågkonjunkturen befinner sig företagen fortfarande i en period av ekonomisk tillväxt. Tillväxten är inte lika kraftig som tidigare vilket är ett tecken på att branschen har stabiliserats.

Intresset för branschens utveckling är stort och resultaten från den senaste undersökningen som redovisas i denna rapport talar sitt tydliga språk. Antalet som uppger att de köper hushållsnära tjänster har ökat från 185 000 till 255 000 hushåll. Detta går i linje med den tillväxt som företagen har upplevt och som spås fortsätta under det närmaste halvåret. Som ett resultat av detta anställs mer folk än tidigare, varav hela 90 procent var arbetslösa vid anställningstillfället.

Majoriteten av svenska folket (60 procent) är för skattereduktionen och bland köparna är 9 av 10 nöjda med sin leverantör och upplever tjänsten som prisvärd. Det visar sig även att benägenheten att spara in på denna tjänst i sämre ekonomiska tider är avsevärt mycket mindre än andra utgiftsposter som resor, restaurangbesök och nöjen. Fler får nu också tillgång till tjänsten via företag som en löneförmån och fler av branschens företag samarbetar med kommuner i form av tjänster till äldre.

Mycket som framkommer i denna rapport visar på en positiv utveckling för branschen men också för samhället i stort som i tider av lågkonjunktur behöver branscher och företag som går framåt och skapar nya arbetstillfällen. Men det finns fortfarande en stor potential för branschen att växa ytterligare. Kännedomen om systemet (40 procent) samt andelen som yrkar avdrag för köpta tjänster (63 procent) är förhållandevis låg. Möjliga bromsklossar som kommer att försvinna den 1 juli 2009 då reduktionen kommer ske direkt vid köpet av tjänsten. Det formella beslutet om att det kommer införas den 1 juli 2009 förväntas fattas i riksdagen i mars. En förenklingsreform som enligt undersökningar från Demoskop skulle öka intresset för köp av hushållsnära tjänster hos 53 procent av hushållen.

Detta och mycket mer framkommer i de undersökningar som Demoskop gjort på uppdrag av Almega. Första undersökningen gjordes i december 2007 och följdes upp i april 2008. Denna undersökning är gjord i december 2008 och följer den senaste tidens utveckling för branschen. Undersökningen bygger på svar dels från allmänheten, med specialstudier av köparna, dels från medlemsföretag inom Almega som tillhandahåller hushållsnära tjänster. Mer information om undersökningarna finns i rapporten under ”Fakta om undersökningen”.

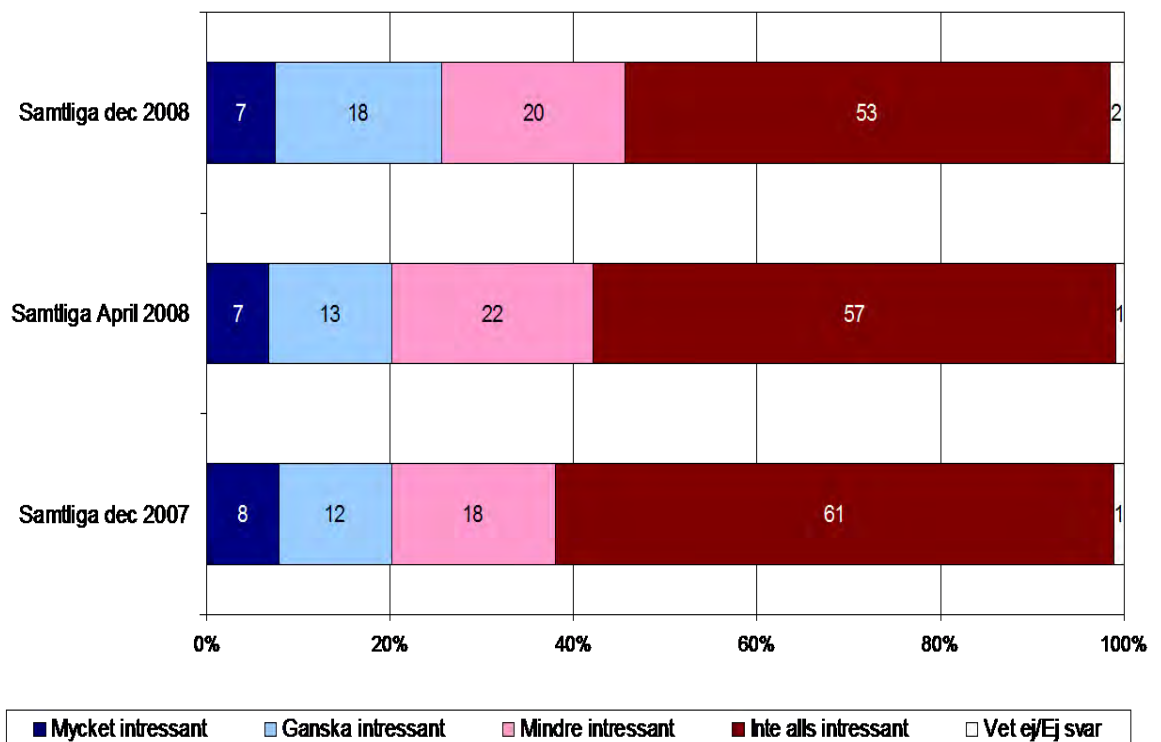
2 Allmänheten

För att följa utvecklingen för hemservicebranschen har Demoskop intervjuat 1014 slumpvalda personer mellan 18-89 år. Detta har gjorts i december 2008. Resultaten presenteras nedan.

2.1 Intresset för hushållsnära tjänster

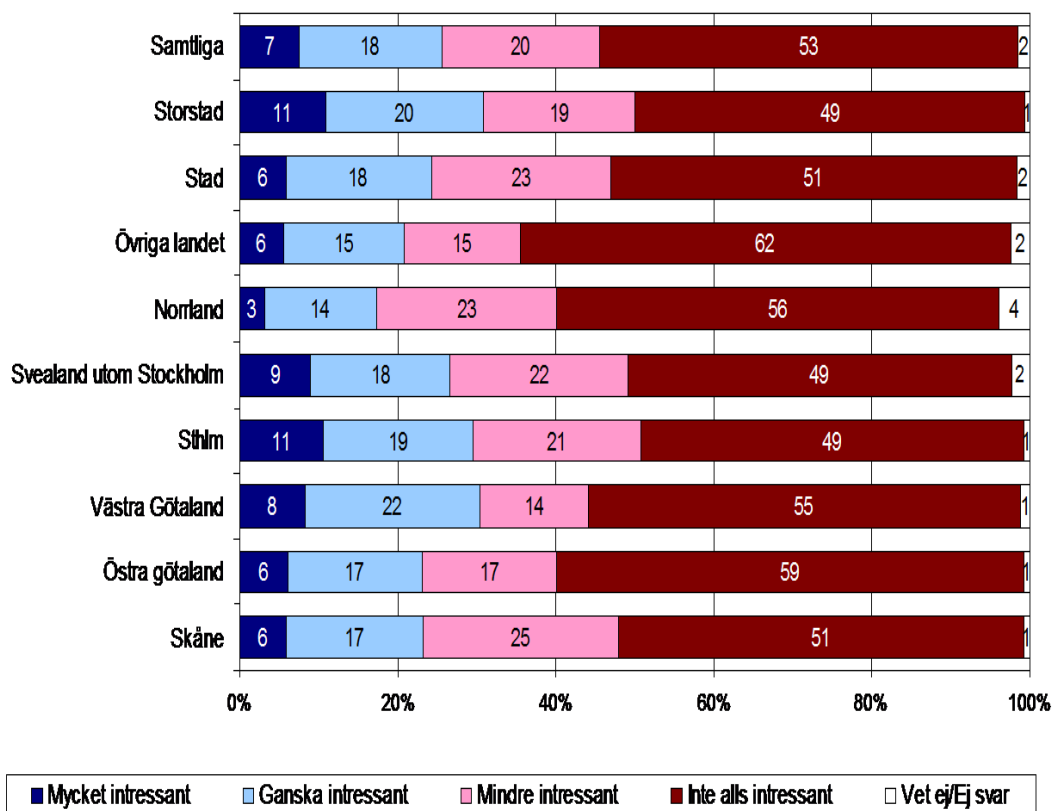
Intresset för hushållsnära tjänster fortsätter att öka trots lågkonjunkturen. Hela 25 procent eller en av fyra är intresserade av att köpa hushållsnära tjänster, vilket kan jämföras med 20 procent i föregående undersökning (maj 2008).

Hur intressant skulle det vara för dig och ditt hushåll att anlita ett företag för att utföra hushållsnära tjänster i hemmet?



Precis som i föregående undersökning visar det sig att kvinnor har ett större intresse än män och att intresset är störst hos personer mellan 30-49 år samt gruppen 65-89 år. Det är också mer intressant för barnfamiljer att köpa tjänsterna än övriga.

Hur intressant skulle det vara för dig och ditt hushåll att anlita ett företag för att utföra hushållsnära tjänster i hemmet?

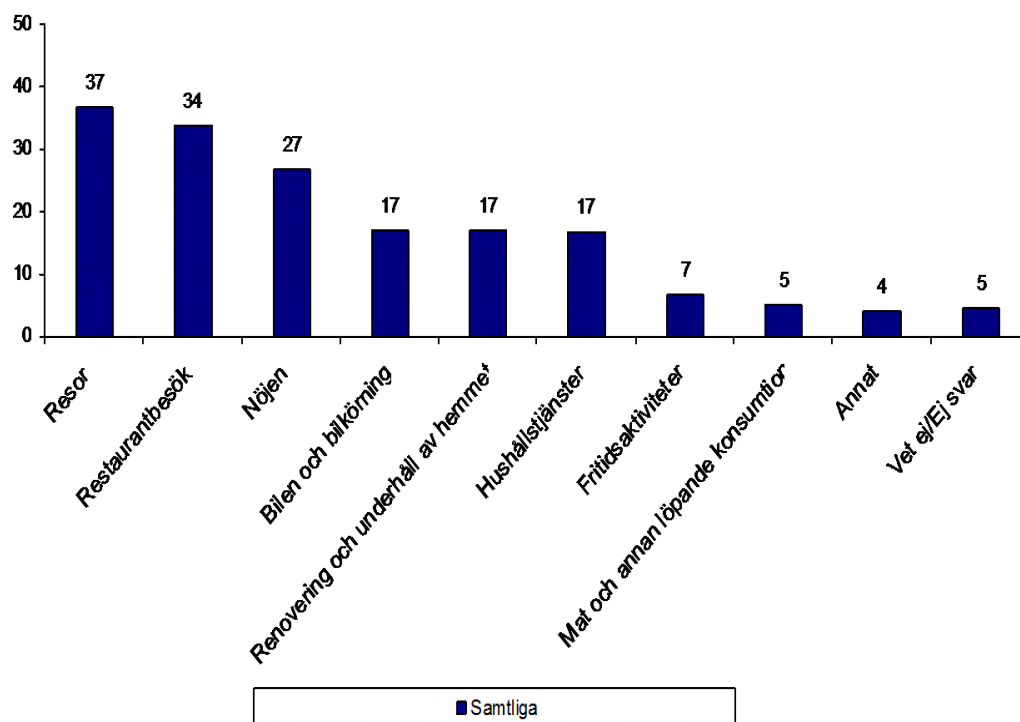


En geografisk uppdelning bland de tillfrågade visar att intresset är som störst i storstäder (31 procent) medan det är minst i glesbygd, framförallt i Norrland.

2.2 Hushållens besparingsprioriteringar

När undersökningen gjordes i december 2008 var redan den ekonomiska krisen ett faktum. Något som kan förmodas ha en inverkan på de flesta branscher. Utifrån det är det intressant att se hur hushållen prioriterar olika tjänster om ekonomin blir sämre. Det visar sig att hushållen inte vill spara in på köp av hushållsnära tjänster i samma utsträckning som man skulle dra ned på utgifter kopplade till resor, restaurangbesök och nöjen. Detta visar att tjänsten prioriteras och att det i första hand inte är hushållsnära tjänster som det sparas in på. Vilket får ses som väldigt positivt och ger stabilitet åt branschens förväntade fortsatta utveckling även under finanskrisen.

Om hushållet får sämre ekonomi, vad skulle ni spara in på?



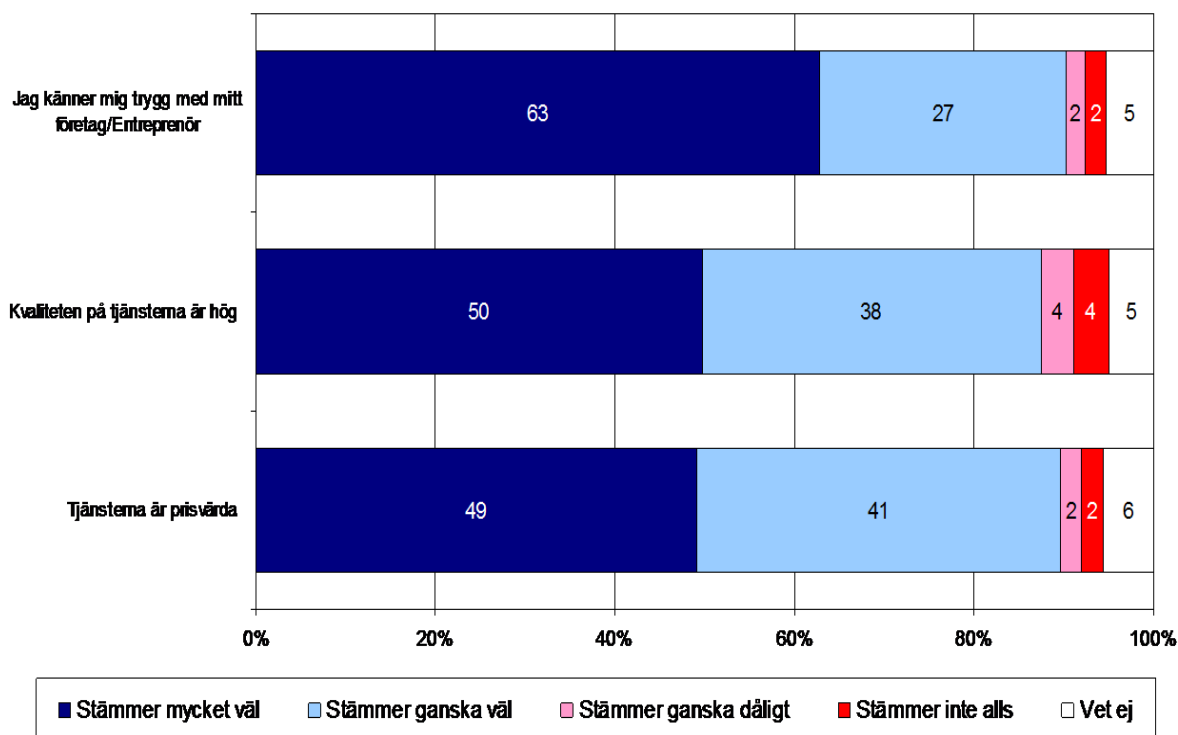
3 Köpargruppen

I denna undersökning presenteras även specifika svar för köpargruppen som består av de som uppger att de köper denna typ av tjänster. Svaren är hämtade från ovan presenterad undersökning av allmänheten kombinerad med en separat undersökning av köpare. Resultaten som redovisas är baserade på svar från totalt 125 intervjuer med köpare.

3.1 Trygghet och kvalitet

I takt med att branschen har ökat rekordartat på kort tid växer också frågor kring hur uppskattade tjänsterna egentligen är. Köpargruppen har därför fått svara på frågor kring trygghet, kvalitet och pris för att ge en indikation av hur hushållsnära tjänster upplevs generellt. Svaren ger en mycket positiv bild av tjänsterna. 90 procent tycker att påståendet om trygghet stämmer ganska eller mycket väl. Hela 88 procent instämmer på samma sätt på frågan kring kvaliteten på tjänsten. Som svar på påståendet om tjänsterna upplevs som prisvärda instämmer 90 procent. Det är med andra ord tydligt hur tjänsterna uppskattas ur flera aspekter av köparna.

Hur väl stämmer vart och ett av följande med din åsikt?



3.2 Hur många köper tjänsten idag

Uppgifter från Skatteverket gör gällande att 58 000 personer fick avdraget godkänt för köp av hushållsnära tjänster året 2007. Sedan dess har intresset ökat och betydligt fler förväntas söka avdrag för de tjänster som utfördes 2008. Med tanke på att avdraget infördes den 1 juli 2007 och därmed gällde ett halvår samt att det var ett helt nytt system förväntas siffran tredubblas för 2008 enligt Skatteverket.

I denna undersökning redovisas nedan hur många som anger att de köper hushållsnära tjänster. Det visar hur köpargruppen har växt med över 100 procent bara på ett års tid. I snitt köps det knappt 6 timmar per månad.

	December 2007	April 2008	December 2008
Antal hushåll enl. SCB 2007	4 648 000	4 648 000	4 648 000
Antal hushåll som köper	2,7 %	3,98 %	5,5 %
Totalt antal hushåll	125 000	185 000	255 000

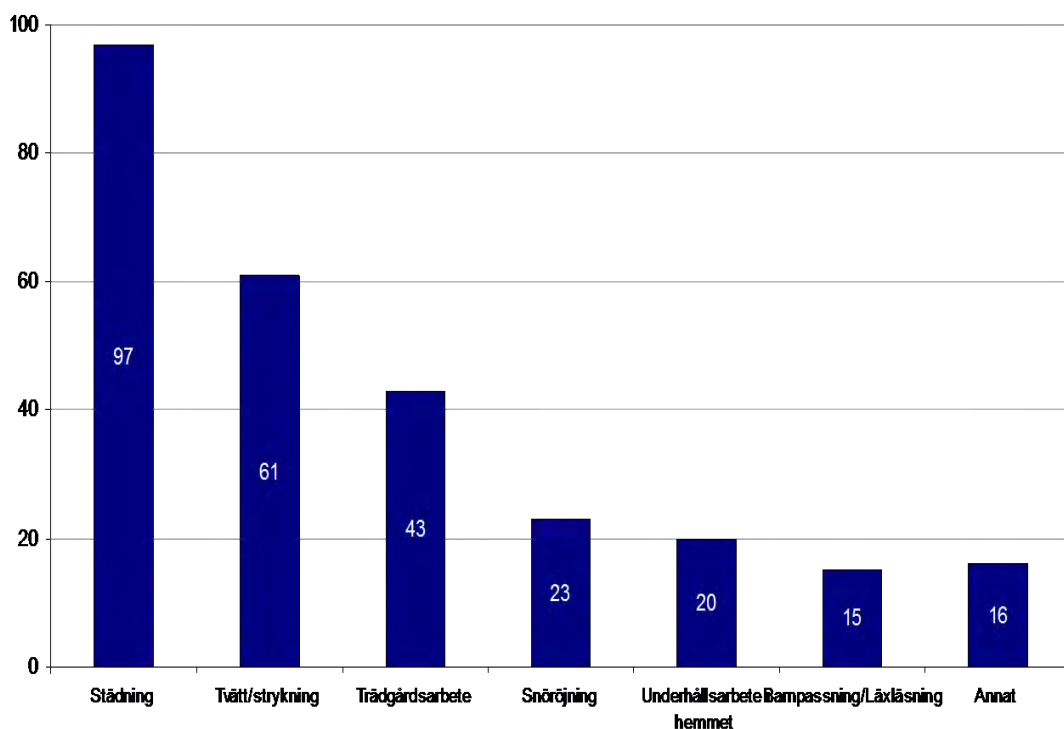
4 Branschen

För att följa utvecklingen av hemservicebranschen sedan skattereduktionens införande har Demoskop vänt sig till Almegas medlemsföretag och andra i branschen som tillhandahåller hushållsnära tjänster. Detta har gjorts i december 2008. Resultaten av detta presenteras nedan och omfattar 96 företag som svarat.

4.1 Tjänster som erbjuds av företagen

Nästan samtliga företag erbjuder sina tjänster direkt till privatpersoner. 40 procent svarar att de arbetar gentemot företag (hushållsnära tjänster som löneförmån) medan 17 procent arbetar gentemot kommunen (hushållsnära tjänster som hemtjänst). Diagrammet nedan visar hur städning är den klart vanligaste tjänsten som tillhandahålls men även tvätt/strykning, trädgårdsarbete och snöröjning är vanligt förekommande. Detta visar att det finns en stor flora av tjänster vilka alla inkluderas av möjligheten till skattereduktion.

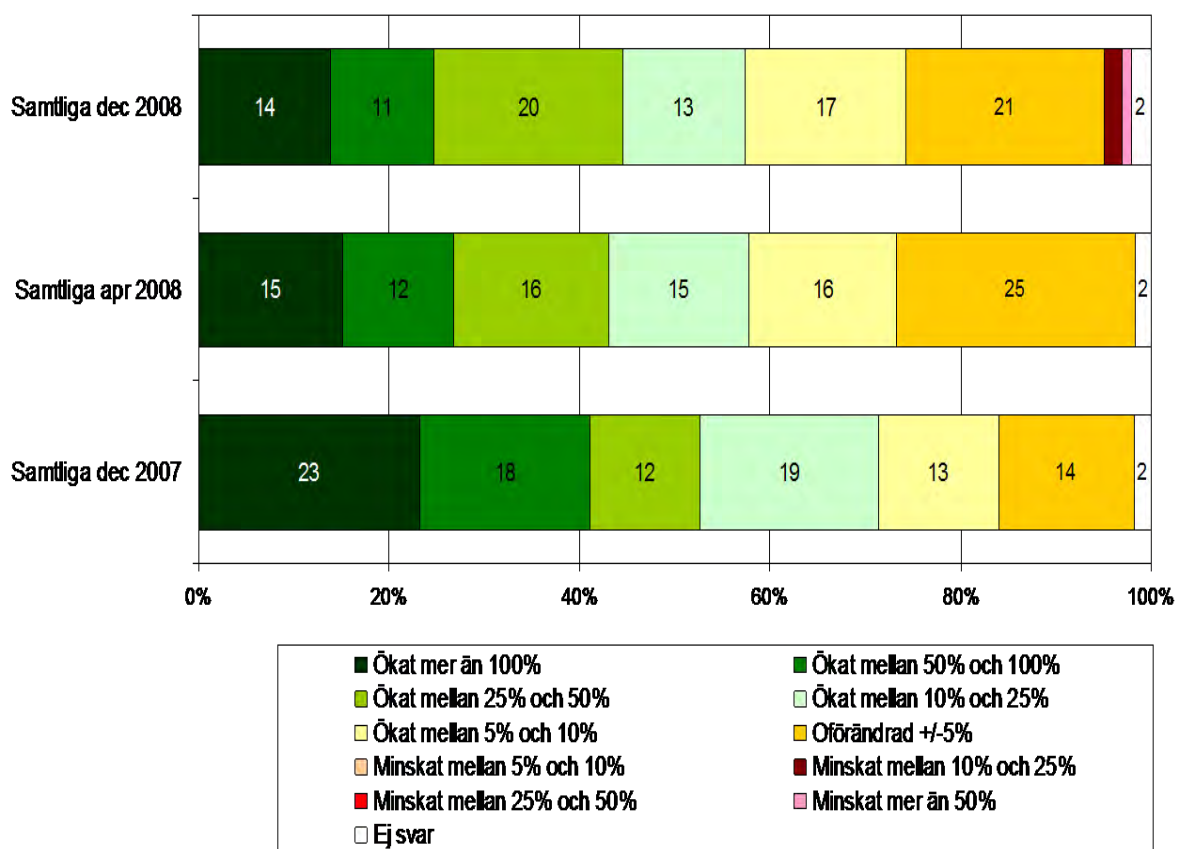
Vilka av följande hushållsnära tjänster tillhandahåller ni?



4.2 Fortsatt stark tillväxt för företagen

De flesta företag i branschen har sedan införandet av skattereduktionen haft en mycket god utveckling. Under det senaste halvåret har 75 procent av företagen ökat sin omsättning med minst 5 procent. Att den kraftiga tillväxten har minskat något i jämförelse med tidigare undersökningar är naturligt och visar på att branschen har stabiliserat sig något.

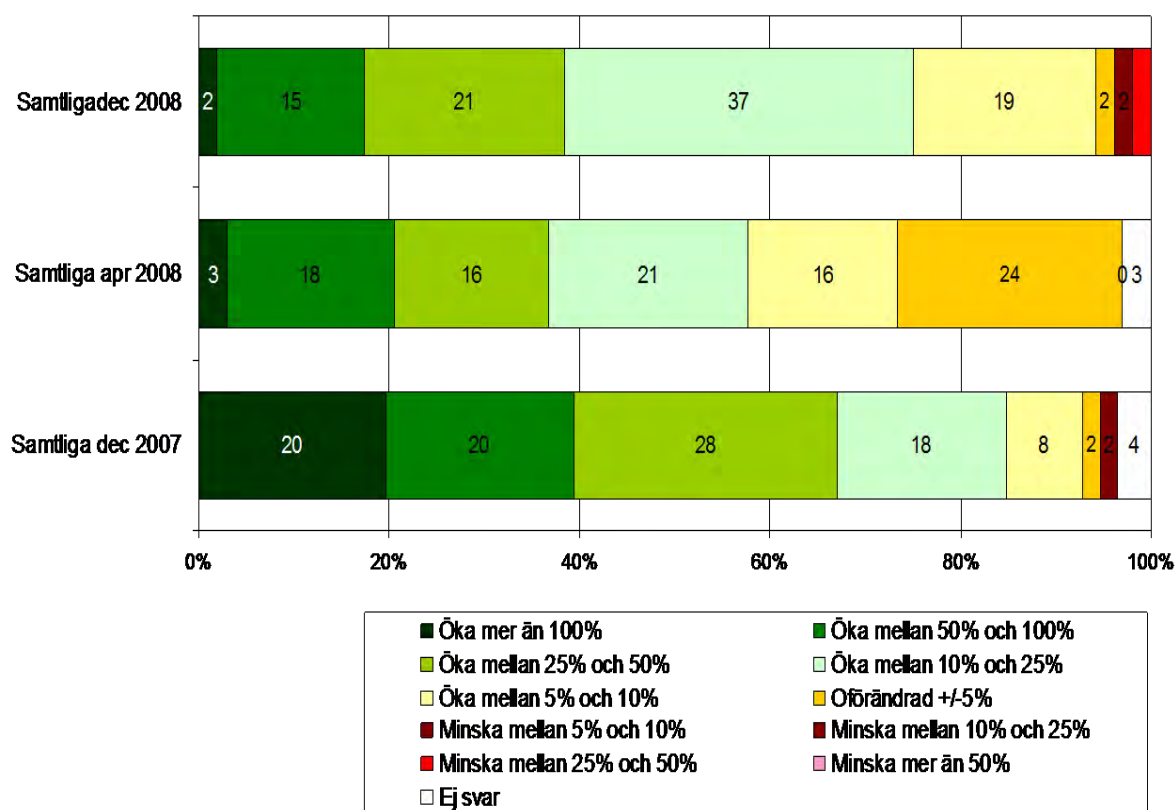
Hur har företagets utveckling inom hushållsnära tjänster varit under det senaste halvåret?



4.3 Företagens framtidsutsikter

Företagen har en mycket positiv framtidsstro gällande utvecklingen för det närmaste halvåret. 94 procent av företagen förväntar sig öka sin omsättning med minst 5 procent. Detta stämmer väl överens med den ökade efterfrågan utav tjänster och den expansionsfas som många företag befinner sig i. Att färre företag än tidigare förväntar sig ökning på över hundra procent tyder på att många företag har passerat den första etableringsfasen.

Hur tror du att ditt företag kommer utvecklas det närmaste halvåret?



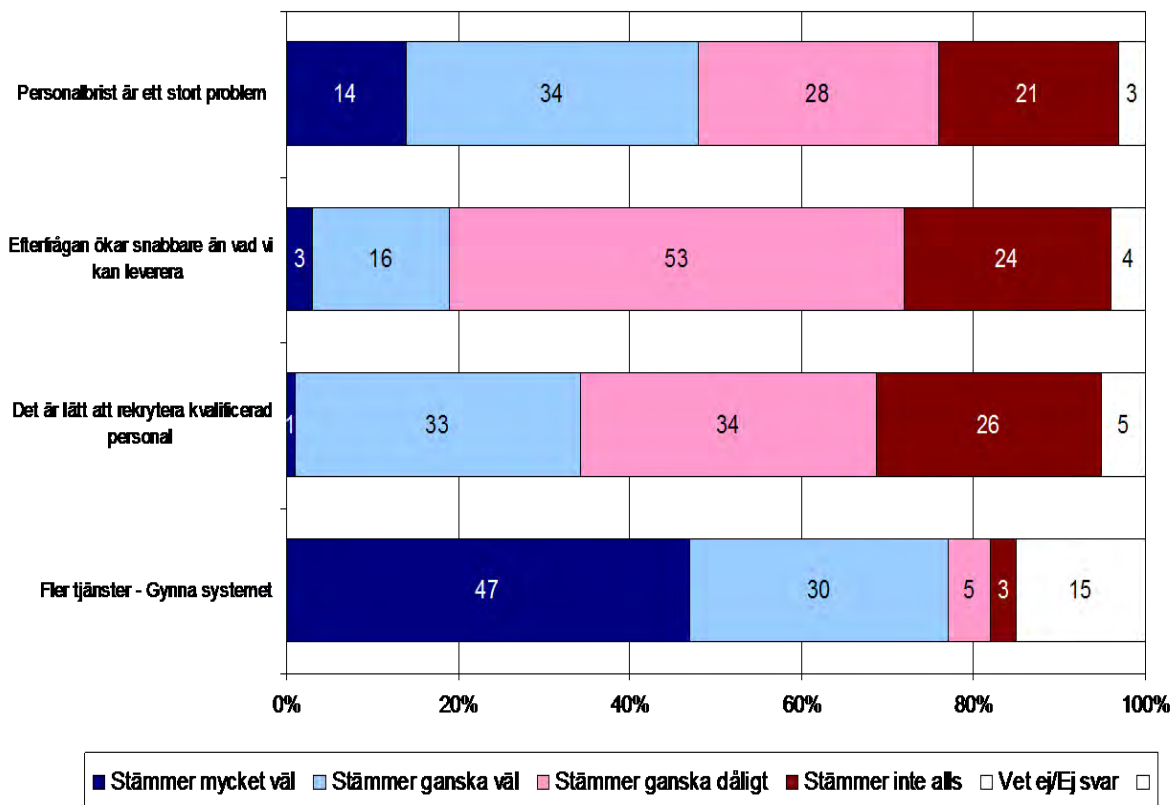
4.4 Rekrytering och utvidgande av systemet

För att få en bild av hur företagen hanterar den ökade efterfrågan, rekrytering av personal samt utvidgningen utav tjänster som ska innefattas av skattereduktionen har ett antal påståenden ställts. Svaren visar att nästan hälften (48 procent) av företagen uppfattar personalbristen som ett stort problem. En stor andel (60 procent) upplever att det är svårt att rekrytera kvalificerad personal. Samtidigt är det endast 19 procent som upplever att efterfrågan på tjänster ökar snabbare än vad de kan leverera.

För att hantera den ökade efterfrågan har en stor majoritet av företagen nyanställt under det senaste halvåret. I snitt har företagen anställt fyra personer under denna tid. Av de nyanställda var nästan 90 procent arbetslösa vid anställningstillfället. Vilket visar att branschen inte bara skapar arbete utan skapar nya arbetstillfällen för personer som har stått utanför arbetsmarknaden.

Det är också intressant att se att hela 77 procent av företagen är positiva till att fler tjänster inkluderas i systemet för skattereduktionen. Samtidigt som det är positivt att fler tjänster och branscher kan ta del av den positiva utvecklingen som skattereduktionen har medfört är frågan om allt ska placeras och dela på de möjligheter till reduktion som var avsedda endast för hushållsnära tjänster. Maxbeloppet är 50 000 kronor per person och år. En summa som ansågs lämplig utifrån hushållsnära tjänster. Införandet av ROT-avdraget i samma system ändrar förutsättningarna och summan borde höjas när den inkluderar fler och mer kostsamma tjänster. När skattereduktionen sker direkt från den 1 juli innebär det att företagen får reduktionen i efterhand av Skatteverket. Problem då är att företagen inte har någon möjlighet att se när kunden har utnyttjat hela skattereduktionen och kan därmed få nej från Skatteverket. En risk som framförallt kan komma att bli realitet när flera företag inom olika branscher förväntas anlitas av hushållen inom ramen för samma skattereduktion.

Hur väl tycker du följande påståenden stämmer in på branschen?



4.5 Omsättning och antal anställda

Utifrån andelen som uppger att de köper hushållsnära tjänster har en uträkning gjorts för att ge en bild av hur mycket branschen omsätter och hur många anställda som arbetar inom branschen. Det ska sägas att denna uträkning bygger på uppgifter kring hur många hushåll som säger att de kommer att yrka skattereduktion. Det finns flera förklaringar till att inte samtliga väljer att yrka skattereduktion. Kännedomen om systemet saknas i vissa fall, i ett hushåll med flera individer kan någon ha sökt men någon annan ha blivit tillfrågad, tjänsten har erbjudits av arbetsgivare som löneförmån, beloppet har varit för litet, osäkerhet kring om tjänsten inkluderas av skattereduktionen mm.

Uträkningen som får betraktas som ett absolut minimum för branschen visar att det minst rör sig om 6100 heltidsanställda och en omsättning på 3,3 miljarder.

	December 2007	April 2008	December 2008
Antal hushåll enl. SCB 2007	4 648 000	4 648 000	4 648 000
Antal hushåll som köper	2,7 %	3,98 %	5,5 %
Totalt antal hushåll	125 000	185 000	255 000
Kommer yrka avdrag	70 %	58 %	63 %
Ant. timmar/månad	6,1	7,6	5,7
Tot. Ant. timmar/år	6430000	9790000	11020000
Ant. Heltidstjänster	3500	5400	6100
Antagen kostnad i SEK/h i konsumentledet	150	150	150
Beräknad omsättning i konsumentledet	964 MSEK	1,46 MDR	1,6 MDR
Beräknad total omsättning inkl. skattereduktion	1,93 MDR	2,92 MDR	3,3 MDR

5 Fakta om undersökningen

Denna undersökning är genomförd av Demoskop på uppdrag av Almega. Det är en uppföljning på de undersökningar som Demoskop gjorde, i december 2007 och april 2008, för att belysa effekterna av skattereduktionen för hushållsnära tjänster. Undersökningen mäter dels allmänhetens attityder, dels förändringen och attityder hos de företag som tillhandahåller hushållsnära tjänster.

5.1 Allmänheten

Målgruppen består av ett representativt urval av svenska folket mellan 18 och 89 år. Det har sammanlagt genomförts 1014 telefonintervjuer. Intervjuerna genomfördes 26 november – 3 december 2008. Metoden var telefonintervjuer (Computer Aided Telephone Interviewing)

5.2 Köpare av hushållsnära tjänster

Målgruppen består av köpare av hushållsnära tjänster mellan 20 och 89 år. Det har sammanlagt genomförts 70 telefonintervjuer. De kompletterande intervjuerna genomfördes 18 november – 2 december 2008 och har sammanräknats med de intervjuer med köpare som gjordes inom ramen för allmänhetsundersökningen, vilket renderat i 125 intervjuer. Metoden var telefonintervjuer (*Computer Aided Telephone Interviewing*).

5.3 Branschen

Målgruppen består av medlemmar i två av Almegas undergrupper.

Undergrupp	Antal i lista	Antal kontaktade	Antal svar	Svarsfrekv.
Serviceentr.	453	432	128	30 %
Hemservice	45	43	26	60 %

Sammantaget har vi fått in 154 svar
Svaren inkom mellan 26 nov 2008 – 8 dec 2008.
Metoden var webbaserad enkät utskickad via e-post-länk samt 2 påminnelser.

5.4 Frågor kring undersökningen

Peter Rosin, Demoskop
Tel. 0735 225531
peter.rosin@demoskop.se

Johan Huldt, Almega
Tel. 08-762 68 64
johan.huldt@almega.se

6 Litteraturlista

Almega, Hemmets hjältar – en vit bok om hemservicebranschen, Anneli Kamlin, Gunilla Mild Nygren m.fl., 2007

Almega Hemservicebranschen – attityder och fakta kring hushållsnära tjänster, maj 2008

Almega, Hemservicebranschen – en mätning av utvecklingen och framtiden för hushållsnära tjänster, januari 2008

Almega, Hushållsnära tjänster på frammarsch i Europa, 2006

Demoskop, Hushållsnära tjänster – Almega, undersökning januari 2008

Demoskop, Hushållsnära tjänster – Almega, uppföljning april 2008

Demoskop, Hushållsnära tjänster – Almega, uppföljning december 2008

Konjunkturinstitutet, Samhällsekonomiska effekter av skattelättnader för hushållsnära tjänster, Ann Öberg, juni 2005

Internet

www.almega.se

www.skatteverket.se

www.regeringen.se



Tjänsteföretagen skapar jobb. 426 000 fler på tolv år. I dag jobbar fler än fyra av tio i Sveriges tjänsteföretag. Åttio procent av alla nystartade företag, en dryg fjärdedel av all export, två tredjedelar av näringslivets hela produktion och drygt 40 procent av Sveriges BNP bygger på tjänster.

Almegas sju förbund organiserar 8 900 av Sveriges tjänsteföretag med 400 000 anställda. Vi organiserar allt, från barnmorskor till begravningsentreprenörer.

www.almega.se