



Pressmeddelande 2020-11-27

## **SBAB visar att boendekonomi är jättekul i ny reklamserie**

**För tre år sedan lanserade SBAB konceptet "Boendekonomi är jättekul" och bjöd in till en fullsatt show i Globen med Sveriges humorelit. Året efter red Björn Gustafsson in på en vit häst i en rapmusikvideo som fick över 6,5 miljoner visningar på nätet. Nu fortsätter arbetet med att visa att boendekonomi är jättekul i en ny reklamserie. Björn har lovat SBAB världens största digitala inflyttningsfest men har ännu ingenstans att bo. Idag släpps första avsnittet.**

Under knappt ett år kommer tittarna i olika avsnitt få följa Björns boenderesa i jakten på en ny bostad och alla utmaningar och val det medför. Till sin hjälp på resan har han Erik Haag, som kämpar med att hålla Björn på rätt spår, och Nour El Refai, som också är hjälpsam men mest intresserad av inflyttningsfesten.

För de allra flesta är ett bostadsköp den största affären i livet. Att byta bostad är ofta förknippat med många positiva känslor men det kan också uppstå många frågor och funderingar. Och det är många kloka beslut som ska fattas på vägen. Med hjälp av Björn, Erik och Nour vill vi hjälpa svenska folket att ta kloka beslut kring sitt boende och boendekonomi och samtidigt visa att det faktiskt kan vara jättekul på vägen, säger Klas Danielsson, vd SBAB

Redan i det första avsnittet går det att förstå att det kommer att bli en krokig väg som Björn måste vandra innan han landar i en egen bostad där det går att ha en digital inflyttningsfest. När kampanjen ska inledas har han sprungit till skogs och tittarna får följa med när Erik och Nour försöker hitta honom.

- Jag tycker att det är en rolig utmaning att göra ganska svåra saker kul och begripliga. Och det får jag verkligen göra i samarbetet med SBAB. De har på allvar bestämt sig för att försöka göra boendekonomi jättekul. Det tycker jag är modigt och klokt. Det är lätt att lära sig nya krångliga saker när man får skratta en massa på vägen, säger Erik Haag.

Den som befinner sig mitt i boenderesan har ofta ett stort behov av kunskap och information. På resan mot Björns nya boende kommer tittarna få lära sig sådant som är viktigt att veta för alla som är på jakt efter nytt boende, ska sälja eller bara hantera sådant som kan uppstå i vardagen relaterat till boendet. Det kan handla om bolån och sparande och var man hittar flest bostadsannonser eller hittar en bra mäklare.

- Jag har på riktigt inget eget hem. Så den här kampanjen passar verkligen bra in i mitt liv, jag börjar verkligen tröttna på att bo på hotell. Sen är det svårt att hitta bostad, speciellt om man inte vet var man vill bo. Göteborg, Stockholm eller Los Angeles är bara några alternativ jag funderar på. Men jag räknar med att få bra hjälp av både

SBAB:s affärsidé är att med nytänkande och omtanke erbjuda lån och sparande till privatpersoner, bostadsrättsföreningar och fastighetsbolag i Sverige. SBAB bildades 1985 och ägs av svenska staten. Sedan 2016 är Booli en del av SBAB. Antal bolånekunder uppgår till 283 000 och 365 000 privatpersoner har sparkonto (per den 30 juni 2020). Antal medarbetare (FTE) är 743. SBAB bidrar till bättre boende och boendekonomi. SBAB prioriterar fyra av FN:s globala hållbarhetsmål (8, 11, 12 och 13) inom ramen för Agenda 2030. Målen utgör en integrerad del av SBAB:s hållbara styrmodell och dagliga arbete. Läs mer på: [sbab.se](http://sbab.se), [booli.se](http://booli.se), [facebook.com/sbabbank](https://facebook.com/sbabbank), [twitter.com/sbabbank](https://twitter.com/sbabbank), [linkedin.com/company/sbab-bank](https://linkedin.com/company/sbab-bank).



Erik och Klas på vägen. Och av Nour såklart, med hela festbiten, säger Björn Gustafsson.

- Det som verkligen är kul med SBAB är att de går hela vägen och menar allvar med det de kommunicerar i reklamen. När vi började med Boendeekonomi är jättekul så kanske det framstod som ett skämt att vi skulle ordna en humorshow om boendeekonomi i Globen. Men vi gjorde det faktiskt och det kom 10 000 betalande gäster. Så jag har inga tvivel om att även det här projektet kommer att lyckas, säger Erik Haag.
- I dessa coronatider känns det extra kul att få bjuda folk på fest, även om den blir digital. Det är ju på riktigt tråkigt att folk inte har kunnat ha ordentliga inflyttningsfester den senaste tiden. Det är liksom en stor del av hela grejen med att flytta så jag hoppas att de som nyligen flyttat, och alla andra också egentligen, blir glada över att få komma på min fest, säger Björn Gustafsson.
- Så fort jag hörde att det var en fest involverad så tackade jag ja på direkten. Björn har ibland svårt att bestämma sig och speciellt när det gäller sitt boende. Så jag kände det lite som mitt kall att gå in och hjälpa till. Med min hjälp kommer festen bli av på riktigt och den kommer verkligen bli jättekul, säger Nour El Refai.

-  
Kampanjen är framtagen i samarbete med: Helgeson/Moll, Dos Gallinas Palma och Erik Haag.

Följ Björns boenderesa [HÄR](#)

#### **För mer information, vänligen kontakta:**

Erik Bukowski  
Presschef  
Telefon: 072-451 79 37  
E-post: [erik.bukowski@sbab.se](mailto:erik.bukowski@sbab.se)

SBAB:s affärsidé är att med nytänkande och omtanke erbjuda lån och sparande till privatpersoner, bostadsrättsföreningar och fastighetsbolag i Sverige. SBAB bildades 1985 och ägs av svenska staten. Sedan 2016 är Booli en del av SBAB. Antal bolånekunder uppgår till 283 000 och 365 000 privatpersoner har sparkonto (per den 30 juni 2020). Antal medarbetare (FTE) är 743. SBAB bidrar till bättre boende och boendeekonomi. SBAB prioriterar fyra av FN:s globala hållbarhetsmål (8, 11, 12 och 13) inom ramen för Agenda 2030. Målen utgör en integrerad del av SBAB:s hållbara styrmodell och dagliga arbete. Läs mer på: [sbab.se](http://sbab.se), [booli.se](http://booli.se), [facebook.com/sbabbank](https://facebook.com/sbabbank), [twitter.com/sbabbank](https://twitter.com/sbabbank), [linkedin.com/company/sbab-bank](https://linkedin.com/company/sbab-bank).