



CHALMERS



Affärsmodell för gemensamhetsytor i Johanneberg Science Park etapp 2

Kandidatarbete

Affärsutveckling och entreprenörskap inom byggsektorn

FREDRIK ANDERSON

JAKOB DANIELS

Institutionen för Arkitektur och Samhällsbyggnadsteknik

Avdelning Byggnadsdesign

CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA

Göteborg, Sverige 2017

Affärsmodell för gemensamhetsytor i Johanneberg Science Park etapp 2

FREDRIK ANDERSON
JAKOB DANIELS

Avdelning Byggnadsdesign
Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik
CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA
Göteborg 2017

Business model for shared spaces in Johanneberg Science Park stage 2
FREDRIK ANDERSON, 1991
JAKOB DANIELS, 1992

© FREDRIK ANDERSON, JAKOB DANIELS, 2017

Division Building Design
Department of Architecture and Civil Engineering
Chalmers University of Technology
SE-412 96 Göteborg
Sweden
Telephone + 46 (0)31-772 1000

Omslag:
Omslagsbilden visar en gestaltning av den kommande byggnaden JSP2, samt Sven
Hultins plats.

Chalmers
Göteborg, Sweden 2017

Sammandrag

En Science Park är en samverkansmiljö för akademi och näringsliv med målet att främja tillväxt inom utvalda fokusområden. På Chalmers campus Johanneberg i Göteborg ligger Johanneberg Science Park, där Akademiska Hus AB ska uppföra Johanneberg Science Park Etapp 2 (JSP2) vilket är en byggnad med målet att föra samman akademi och näringsliv genom att erbjuda café/restaurang, kontorsytor, konferensrum, entréyta, hörsal, workshop-sal samt coworking. Kandidatarbetet ger förslag på hur en affärsmodell för utveckling och drift av funktionerna coworking, konferensrum, hörsal, workshop-sal samt entré kan se ut. Affärsmodellen för varje funktion utformas för att skapa så mycket mervärden som möjligt vilket kopplas till kostnader och behov som uppstår. Slutligen samlas de olika funktionernas affärsmodeller för att ge en uppfattning om vad funktionerna kan medföra för mervärden och vad de kan ha för ekonomisk bärighet.

Nyckelord: Delningsekonomi, Science park, delningslösningar, lärmiljöer, mervärden, mötesplatser, gemensamma ytor, coworking, affärsmodell.

Abstract

A science park is a physical environment holding an infrastructure to support collaboration and interaction between academia and the business sector. Akademiska Hus will provide a building known as Johanneberg Science Park stage 2 (JSP2) on the science park at Chalmers Campus Johanneberg in Gothenburg. The building is planned to support collaboration between academia and business-sector and it offers conference rooms, café/restaurant, entrance area, office spaces, coworking and a workshop-room. This bachelor's thesis gives a proposal of a business model for the following functions: workshop-room, coworking, entrance area and conference rooms. The business model for each separate function is initially shaped to create added value from the function, after that it is revised what costs and need for resources it brings. Finally, the business models of all the functions are combined to give bird's eye view of the added value they bring to the area and what costs and incomes that the functions bring.

Keywords: Shared spaces, coworking, science park, Active learning Classroom, added value, social business model, campus development.

Förord

Detta kandidatarbete har genomförts på institutionen för Arkitektur på Chalmers Tekniska Högskola under vårterminen 2017. Författarna Fredrik Anderson och Jakob Daniels läser programmet Affärsutveckling och Entreprenörskap inom byggt teknik och har utfört arbetet inom ett område som efterfrågats av Akademiska Hus.

Arbetet har gett oss en inblick i ett exempel på hur Akademiska Hus arbetar för att utveckla och stärka Chalmers Campus Johanneberg genom att tillföra en byggnad till Johanneberg Science Park. Resultatet av arbetet, som är ett förslag på affärsmodell är ett exempel på vad vi tror Akademiska Hus kan vänta sig gällande resultat och utmaningar som kommer med förvaltningen av gemensamhetsfunktioner. Den information och bakgrundsfakta som arbetet bygger på är baserad på informationsinsamling över internet samt genom intervjuer och diskussioner med aktörer från näringsliv och akademi.

Vi vill rikta ett särskilt tack till de som ställt upp på intervjuer och bidragit med sin erfarenhet och expertis från respektive område för att ge oss värdefulla insikter till vårt arbete.

Vi vill givetvis tacka och lyfta fram fastighetschef Anders Berg på Akademiska Hus och Nina Ryd, bitr. professor och arkitekt vid Chalmers Tekniska Högskola och vår examinerator. Nina har handlett oss med stort engagemang och stöttat vår arbetsgång genom att hjälpa oss förstå vår situation samt gett oss små ledtrådar som hjälpt oss ta nästa steg i arbetet. Anders har hjälpt oss utmed arbetet genom att uppmuntra kreativitet och självständighet samt genom att hjälpa oss se saker i ett helhetsperspektiv, stort tack!

Innehållsförteckning

Sammandrag	I
Abstract.....	II
Förord	III
Innehållsförteckning	IV
Beteckningar	VI
1. Inledning	1
1.1. Bakgrund.....	1
1.2. Syfte	2
1.3. Avgränsningar.....	2
1.4. Precisering av frågeställningen	2
2. Metod	3
2.1. Litteraturstudie.....	3
2.2. Intervjuer.....	3
2.3. Urval av intervjuer	3
2.4. Val av affärsmodell.....	4
3. Johanneberg Science Park etapp 2	6
3.1. Delade ytor och delningsekonomi	6
4. Gemensamhetsfunktioner	9
4.1. Entré.....	9
4.1.1. Entréns funktion.....	10
4.1.2. Utformning av entréplan	10
4.1.3. Användningsområden för entrén i JSP2	11
4.1.4. Riskkartläggning	13
4.1.5. Intäkter och utgifter relaterade till entrén	14
4.1.6. Nyckelpunkter till affärsmodell för entré:	15
4.1.7. Slutsatser från affärsmodell för entré:.....	16
4.2. Active Learning Classroom	18
4.2.1. ALC i JSP2	20
4.2.2. Mervärden och fördelar med ALW	21
4.2.3. Optimal funktion.....	21
4.2.4. Stöd och resurser.....	22
4.2.5. Riskkartläggning	23
4.2.6. Intäkter och utgifter	24
4.2.7. Nyckelpunkter till affärsmodell för ALW-sal.....	27
4.2.8. Slutsatser från affärsmodell för ALW.....	28
4.3. Coworking	29
4.3.1. Fördelar med coworking	31
4.3.2. Stöd och Resurser	31
4.3.3. Utformning av coworking-erbjudande i JSP2	33
4.3.4. Riskkartläggning	33
4.3.5. Intäkter och utgifter	35
4.3.6. Nyckelpunkter till affärsmodell för coworking	37
4.3.7. Slutsatser från affärsmodell för coworking.....	38
4.4. Konferens.....	39
4.4.1. Mervärden.....	41
4.4.2. Stöd och resurser.....	41

4.4.3.	Risikkartläggning	42
4.4.4.	Intäkter och utgifter	43
4.4.5.	Nyckelpunkter till affärsmodell för konferensrum	47
4.4.6.	Slutsatser från affärsmodell för konferensrum	48
5.	Slutsatser	49
6.	Diskussion av resultat och metod	51
6.1.	Metoddiskussion	51
6.2.	Resultatdiskussion	52
6.3.	Förslag till vidare forskning.....	53
7.	Referenser	55
7.1.	Litteratur	55
7.2.	Elektroniska källor	55
7.3.	Figurer.....	56
Bilagor		
Bilaga A – Intressentanalys		
Bilaga B – PESTLE-analys		

Beteckningar

Affärsmodell, en förklaring kring hur en verksamhet är tänkt att fungera i teorin som kan kompletteras eller förtydligas av en sammanfattande modell som visualiserar och förtydligar huvuddelar ur innehållet.

Akademi, syftar till aktörer och individer aktiva inom högre undervisningsinstitutioner såsom forskare, föreläsare samt studenter.

ALC, Active Learning Classroom är ett koncept för utformning av en lärmiljö som är tänkt att användas för utbildning där deltagarna lär sig genom diskussion och aktivt deltagande.

ALW, Active Learning Workshop är den sal som planeras i JSP2, vilken är inspirerad och utvecklad efter ALC-konceptet men anpassad för att attrahera företag.

Coworking, en arbetsyta/kontor som delas av främst entreprenörer och egenföretagare, vilket skapar värde genom samarbeten, växande nätverk samt ett socialare arbetsliv.

Gemensamhetsfunktioner / gemensamma funktioner, ytor och funktioner som fler än en aktör har tillgång till, exempelvis caféer och hotellobbys. De funktioner som detta kandidatarbete berör är exempel på gemensamhetsfunktioner då fler än en aktör har tillgång till dem.

Johanneberg Science Park / JSP, fysiskt område på Chalmers Campus Johanneberg där organisationen *Johanneberg Science Park* utvecklar och stöder företag, projekt och samverkan på området.

JSP1, kort för Johanneberg Science Park etapp 1, en befintlig byggnad på Johanneberg Science Park.

JSP2, kort för Johanneberg Science Park etapp 2, den byggnad som detta kandidatarbete behandlar, alltså den byggnad som planeras uppföras på Johanneberg Science Park.

Konferensrum, syftar till byggnadens två funktioner: mötesrum och hörsal.

Näringsliv, avser i denna rapport kommersiella aktörer såsom företag som jobbar inom Johanneberg Science Parks intresseområden eller dess fysiska miljö.

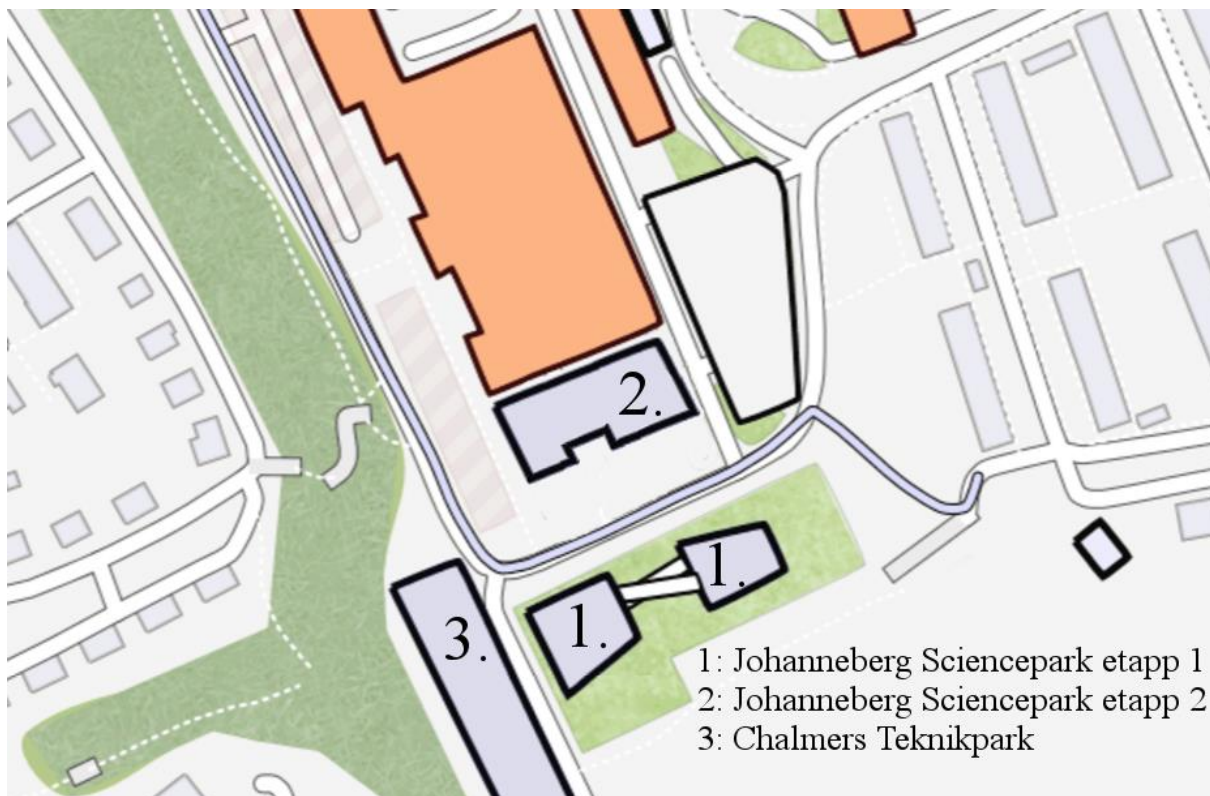
PIL, Pedagogisk utveckling och Interaktivt Lärande är den enhet som “arbetar för att stimulera till engagerad pedagogik vid Göteborgs Universitet” och har drivit utvecklingen av universitetets befintliga ALC-salar.

Science Park, beskrivs av Swedish Incubators & Science Parks (www.sisp.se) som “stimulerande och utvecklande miljöer som erbjuder kunskapsintensiva tillväxtföretag infrastruktur, nätverk och affärsutveckling. En science park kan beskrivas som en mötesplats mellan människor, idéer, kunskap och kreativitet samt utgör ofta en plattform för större innovations- och utvecklingsprojekt.”

Restauratör är den aktör som kommer ha i uppdrag att driva restaurang och café i entréplan på JSP2.

1. Inledning

”Johanneberg Science Park är en samverkansmiljö för idé- och kunskapsutbyte mellan akademien, näringsliv och samhällsaktörer på Chalmersområdet i centrala Göteborg.” Det är en fysisk miljö för samverkan inom tre fokusområden; samhällsbyggnad, energi, material- och nanoteknik. Miljön sträcker sig över Chalmers campus men är fokuserad kring södra Chalmers Johanneberg i form av byggnaderna: Chalmers Teknikpark, Johanneberg Science Park etapp 1 (JSP1) och den kommande Johanneberg Science Park etapp 2, se figur 1.1.



Figur 1.1. Områdesbeskrivning Johanneberg Science Park. Omarbetad med tillstånd av Openstreetmap.org

I en intervju med Mats Bergh (17/5–2017), VD för *Johanneberg Science Park* framkom det att han hoppas att JSP2 skall bidra och stärka den samverkansplattform som *Johanneberg Science Park* utgör genom att skapa förutsättningar för möten mellan näringsliv och akademi vilket kan bidra till innovation och tillväxt. Akademiska hus plan för att skapa förutsättningar för möten mellan olika aktörer på området är bland annat att erbjuda innovativa gemensamhetsfunktioner för att attrahera en blandning av aktörer till JSP2 och Johanneberg Science Park.

1.1. Bakgrund

”Akademiska Hus ska äga, utveckla och förvalta fastigheter för universitet och högskolor med huvudfokus på utbildnings- och forskningsverksamhet. Verksamheten ska bedrivas på affärsmässiga grunder och generera marknadsmässig avkastning genom en hyressättning som beaktar verksamhetens risk. Akademiska Hus ska verka för en långsiktigt hållbar utveckling av universitets- och högskoleområden.” Så lyder uppdraget för akademiska hus som fastslogs av Sveriges Riksdag i december 2013 (Akademiska Hus, 2017). Akademiska hus kommer med byggstart i maj 2017 uppföra Johanneberg Science Park etapp 2. Byggnaden kommer innehålla funktioner kring vilka Akademiska Hus saknar erfarenhet, samt hur dessa funktioner kan stödja de mål Akademiska Hus har med JSP2. Dessa funktioner är Active Learning Classroom,

coworking, konferens/mötesrum, foajé, hörsal och reception. Akademiska Hus har för JSP2 tagit fram innovationsutmaningar varav två berör området som följande arbete behandlar. Kortfattat syftar innovationsutmaningarna till att skapa “flexibla och digitala lärmiljöer och arbetsplatser” samt “värdeskapande mötesplatser” (Akademiska Hus, 2016). De planerade gemensamhetsfunktionerna har en central roll i arbetet med innovationsutmaningarna. Därmed har Akademiska Hus efterfrågat framtagandet av en passande affärsmodell, denna affärsmodell hanterar gemensamhetsfunktioner och syftar i första hand till att stärka de mål som finns för JSP2. Därefter bör det utvärderas vilka resurser och lösningar som krävs och vilken ekonomisk bärighet gemensamhetsfunktionerna förväntas ha.

1.2. Syfte

Rapporten är ämnad att ta fram ett förslag på en affärsmodell för de gemensamma ytorna och funktionerna i byggnaden JSP2. De gemensamma ytorna och funktionerna ska stödja Akademiska Hus vision för Johanneberg Science Park etapp 2: att sammanföra studenter, akademi och näringsliv.

1.3. Avgränsningar

Coworking, konferensrum, ALW-sal och entré berörs utifrån hur de bör utvecklas och fortsättningsvis drivas enligt vårt förslag. Kandidatarbetet berör ej fasta kontorsytor eller servicefunktioner (el, värme, vatten etc.) i byggnaden. Café och restaurang kommer hyras ut för att drivas av extern part och berörs därför inte. I kandidatarbetet berörs ej ekonomi för städning då det förväntas krävas motsvarande resurser för städning till den jämförelseintäkt som ekonomin i vårt förslag ställs mot. Byggbkostnader och rumsutformning för funktionerna tas inte hänsyn till ekonomiskt då även jämförelseintäkten vårt förslag ställs mot hade krävt anpassningar.

1.4. Precisering av frågeställningen

För att fullfölja syftet att framställa en affärsmodell som stödjer målet att skapa en miljö för möte och samverkan mellan akademi och näringsliv krävs att följande aspekter bearbetas.

- Vilka tekniska stödsystem och utformning krävs för att lokalerna skall erbjuda högsta möjliga standard och funktion?
- Vad är optimal funktion för att överträffa kunders behov?
- Vilka personalbehov uppstår genom verksamhetsdriften av de gemensamma ytorna?
- Vilka gemensamma ytor kan användas för att skapa mervärden? Hur kan de användas?
- Vad omfattar de gemensamma ytorna/funktionerna för resursbehov?
- Vilka intäkter krävs för att finansiera verksamhetsdriften?
- Vilka mervärden kan byggnadens funktioner innebära för hyresgäster, akademi och näringsliv?
- Vilka synergier kan skapas med liknande funktioner på Chalmers och JSP2?
- Vilka risker kan funktionerna i JSP2 medföra för Akademiska hus?

2. Metod

Följande kapitel presenterar de metoder som använts vid inhämtning av information samt bearbetning av denna information och syftar till att skapa en transparens för hur det bakomliggande arbetet har skett.

2.1. Litteraturstudie

Insamlingen av material relaterat till husets funktioner samt affärsmodeller och analyser har skett genom en litteraturstudie. Litteraturen har tillhandahållits av vår handledare från Chalmers Nina Ryd, vår handledare hos Akademiska Hus Anders Berg samt genom sökning i Chalmers biblioteks databaser och generella sökningar på internet. Den litteratur som använts som underlag finns presenterad i referenslistan sist i kandidatarbetet.

2.2. Intervjuer

Åtta intervjuer har genomförts för att skapa en tydlig bild av projektet som helhet och för att ge oss författare en alternativ väg till information bredvid den litteratur som har behandlats. Inför intervjuerna kontaktades ett urval av de intressenter som identifierats genom en intressentanalys, samt övriga på rekommendation från handledare samt tidigare intervjuer. Trots att alla tillfrågade inte ville delta i en intervju så accepterade större delen av de tillfrågade ett möte. Vid intervjuer har vi följt en metod som May (2011) kallar för semistrukturerade intervjuer. Denna metodik är centrerad kring att man som intervjuare ställer korta, men preciserade frågor och uppmuntrar öppna dialoger kring ämnet. Fördelen med denna intervjumetodik är att den intervjuade har större möjlighet att skapa svar baserade på egna perspektiv jämfört med mer strikta intervjumetoder (May, 2011). Semistrukturerade intervjuer skapar också möjligheten att ställa följdfrågor baserade på den dialog som skapats.

Intervjuerna har genomförts på respondentens arbetsplats alternativt i närliggande lokal. Vid intervjuernas start har den intervjuade informerats kring intervjuens syfte och dess möjlighet att presenteras som anonym. Vid en pilotintervju tillfrågades också respondenten om tillåtelse att spela in intervjun med ljudinspelningsteknik, en metod vi sedan valde att undvika då vi ansåg att vi genom att föra anteckningar och diskussion kunde uppnå ett bättre resultat.

2.3. Urval av intervjuer

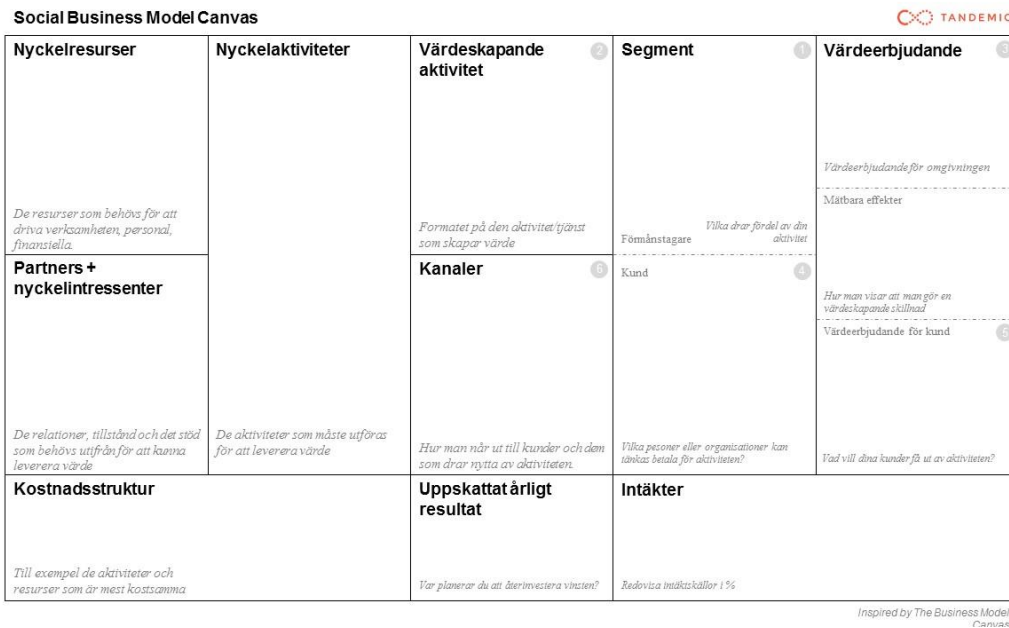
Det urval som har gjorts gällande vilka intervjuer vi valt att genomföra har baserats på vår önskan om att skapa en tydlig bild kring helheten av Johanneberg Science Park. Detta urval inkluderar nuvarande hyresgäster i Johanneberg Science Park (etapp 1), konkurrenter och med representanter från några av dem organisationerna som är partners i projektet. Vissa i detta urval har identifierats genom en intressentanalys som genomförts i syfte att identifiera vilka projektets intressenter är. Följande personer har intervjuats:

- Caroline Bengtsson, operativ manager på The House i Nya Hovås. Sköter driften av coworking kontoret. Under intervjun diskuterades driftbehov samt intäkter och kostnader för verksamheten. 8/2–2017
- Yngve Karlsson, delägare hos Development Partner. Arbetar främst inom fastighetsutveckling samt rådgivning, nuvarande hyresgäst i JSP1. Under intervjun diskuterades utvecklingen av JSP1 samt hyresvillkor, Yngve under lång tid varit aktivt delaktig i projektet. 3/3–2017

- Adam Vernhamn, kundansvarig - uthyrning på Chalmersfastigheter AB. Med Adam diskuterades främst hyresvillkor samt dynamiken mellan de olika involverade aktörerna i samverkansmiljön. 15/3–2017
- Oliver Lendowski, lokalplanerare Chalmers Tekniska Högskola. Under intervjun diskuterades hur JSP2 bör locka studenter, lokalbehov, framtidens läromiljöer och Active Learning Workshop. 17/3–2017
- Agneta Hägg Knape, lokalstrateg Chalmers Tekniska Högskola. Intervju och diskussion kring lokalbehov och utformning, främst kring hörsal samt Active Learning Workshop. 30/3–2017
- Maria Hedlund, vice VD samt chef marknad & kommunikation vid Lindholmen Science Park. Intervju kring lärdomar och utvecklingen av Lindholmen Science Park. 20/4–2017
- Tomas Grysell, fil.dr. i pedagogik och chef vid PIL-enheten (pedagogisk utveckling och interaktivt lärande). Diskussion kring utveckling av ALC-salar vid Göteborgs Universitet. 24/4–2017
- Mats Bergh, VD på organisationen Johanneberg Science Park. Diskussion kring utvecklingen av Johanneberg Science Park som område, vad som påverkar samverkansmiljön och vilken roll JSP2 kan spela i miljön. 17/5–2017

2.4. Val av affärsmodell

Under arbetets tidiga skeden har flera typer av affärsmodeller och metoder utvärderats i syfte att finna den affärsmodellutformning vars innehåll och fokusområden är mest lämpad för att lyfta och tydliggöra de mervärden som kandidatarbetet utforskar. Modellen som valts är en Social Business Model Canvas vilken är baserad på Business Model Canvas som utvecklats av Alexander Osterwalder. Organisationen Tandemic har utvecklat affärsmodell-verktyget Social Business Model Canvas vilket består av tretton byggstenar som tillsammans utgör en affärsmodell anpassad för att visa en affärsidé på ett komplett och överskådligt vis, se figur 2.1. I varje byggsten samlas de nyckelpunkter som är viktigast för respektive byggsten och område. Byggstenarna i modellen samvarierar och skapar på så vis en dynamisk modell för utveckling och utformning av en affärsidé. Anledningen till att Social Business Model Canvas valts är att den till skillnad från den traditionella Business Model Canvas även tar hänsyn till: mervärden för kund och samhälle, vem som nyttjar mervärden, hur mervärden mäts och var eventuella vinster finansieras. Detta passar in på JSP2 då det är av vikt att se affärsmöjligheter samt vilka mervärden som gemensamhetsfunktionerna kan medföra. För varje funktion som arbetet berör så har information insamlats för att kunna utforma en affärsmodell anpassad för sammanhanget i JSP2 för respektive funktion. Det är även i den ordningen som rapporten följer, varje funktion beskrivs och bearbetas för att slutligen presenteras i en affärsmodell med ett förslag på hur den bör fungera.



Figur 2.1. Social Business Model Canvas. (Tandemic 2017).

- **Nyckelresurser:** De resurser som behövs för att driva verksamheten, personal, finansiella.
- **Nyckelaktiviteter:** De aktiviteter som måste utföras för att leverera värde.
- **Partners + Nyckelintressenter:** De relationer, tillstånd och det stöd som behövs utifrån för att kunna leverera värde.
- **Kostnadsstruktur:** Till exempel de aktiviteter och resurser som är mest kostsamma.
- **Värdeskapande aktivitet:** Den aktivitet/tjänst som skapar värde.
- **Kanaler:** Hur man når ut till kunder och dem som drar nytta av aktiviteten.
- **Uppskattat årligt resultat:** Redogör för det förväntade årliga resultatet.
- **Segment**
 - **Förmånstagare:** Det segment som aktiviteten skapar nytta och mervärde för.
 - **Kund:** Det segment som betalar för att aktiviteten skall hållas.
- **Värdeerbjudande**
 - **För omgivningen:** De mervärden som aktiviteten skapar för omgivningen.
 - **Mätbara effekter:** Hur man visar att man gör en värdeskapande skillnad.
 - **Värdeerbjudande för kund:** Vad betalande kunder vill få ut av aktiviteten.

3. Johanneberg Science Park etapp 2

Johanneberg Science Park är en samverkansmiljö på campus Johannebergs södra spets. I områdets närhet ligger institutionen för bygg- och miljöteknik, undervisningslokaler för samhällsbyggnadsrelaterade ämnen, Forskarhuset, Chalmers Teknikpark, parkeringsgarage samt Mossens idrottsplats. Samverkansmiljön Johanneberg Science Park befinner sig i utvecklingsskedet, och kommer efter färdigställandet av JSP2 inkludera tre byggnader. Två av dessa byggnader uppfördes under etapp 1, och är nu driftsatta. Under etapp 2, ska området expanderas med ytterligare en byggnad. Den kommande byggnaden JSP2, har en planerad bruttoarea (BTA) om 11 560 kvm och lokalarea (LOA) om 9585 kvm. Ytan ska rymma kontorslokaler, konferenslokaler, coworking, hörsal, workshop-rum, service, restaurang och café med mer (Johanneberg Science Park, 2017). De utrymmen som kommer att behandlas i denna rapport är de som klassas som gemensamhetsfunktioner, alltså ytor som är avsedda att nyttjas av mer än en organisation eller grupp. Enligt Anders Berg (Personlig kommunikation, 19 april 2017), förväntas dessa gemensamhetsfunktioner uppta ca 1450 kvm, vilket motsvarar ca 15% av byggnadens totala lokalarea. Dessa ytor inkluderar följande funktioner:

- Ett rum anpassat för workshops baserat på modellen Active Learning Classroom (ALC) för cirka 42 deltagare.
- Coworking kontor, för 60 personer på 550 kvm.
- Multifunktionell hörsal, anpassad för 220 personer.
- Mötesrum i varierande storlek för både hyresgäster samt externa konferensgäster.
- Entré med receptionstjänster på 450 kvm.

Dessa gemensamhetsfunktioner ska i samspel med byggnadens övriga ytor skapa en miljö som bidrar till innovation och främjar samarbete. För att skapa bästa möjliga grund i arbetet med JSP2 har Akademiska hus (2016) formulerat tre innovationsutmaningar, vilka lyder:

- Att skapa flexibla och digitala lärmiljöer och arbetsplatser som nyttjar digitaliseringens framsteg samt möter de konstant växande kraven gällande flexibilitet och effektivitet.
- Att skapa värdeskapande mötesplatser som tillhandahåller värden för en stor mångfald av människor och organisationer, genom utformningen av gemensamma samverkansytor samt tillbud av funktioner och service.
- Ett klimatanpassat och resurseffektivt hus med en hög motståndskraft mot framtidens miljöförändringar samt låg klimatpåverkan genom hela livscykeln.

Genom att uppfylla nämnda utmaningar hoppas Akademiska Hus skapa en miljö som främjar innovation och utveckling för de som befinner sig i miljön och även att byggnaden i sig ska kunna bidra till utveckling inom samhällsbyggnadsbranschen.

3.1. Delade ytor och delningsekonomi

Botsman och Rodgers (2010) skriver i en bok om delningsekonomi om hur kollaborativ konsumtion kommer förändra hur vi interagerar och hur vi gör affärer. De menar att det för närvarande sker en mentalitetsförändring inom lokalbehov, där inställningen hos många individer och organisationer går från att föredra eget ägande, till att föredra tillgång till nödvändiga ytor. Denna mentalitetsförändring går enligt Botsman och Rodgers att härleda dels till den rådande ekonomiska situationen, samt till det ökande kollektiva fokuset på hållbarhet och optimerad användning av resurser.

Definitionen av delade ytor i detta sammanhang klargörs i en studie av Brinkö, Baslev och Van Meel (2015) som även förklarar att delade ytor är ett hållbart alternativt sätt att se på fastigheter och användning av ytor. Fokus har inom dessa områden hamnat mer på

att optimera resursanvändning genom att tillåta olika typer av användning och användare på olika tider av dagen eller olika tider av veckan. Brinkö et al. (2015) kategoriserar delade ytor för att bättre klassificera och beskriva alternativen för delade ytor. För att kunna sortera upp delade ytor i kategorier har ytorna bedömts utifrån frågorna: *Vad delas? När delas det? Varför delas det? Vem delar det? Hur delas det?*

Brinkö et al. (2015) förklarar att det är viktigt att veta *när* det delas då skillnaderna mellan att parter använder en delad yta samtidigt eller använder en delad yta vid olika tillfällen leder till olika resultat gällande synergier, administration, förvaltning med mera. *Varför* handlar om anledningen som föranleder delandet. Det kan till exempel bero på överväganden gällande kostnader, hållbarhetstänk och/eller synergieffekter. Det är viktigt att identifiera *varför* något delas då det kan vara en avgörande faktor för att kunna välja den mest passande typen av delning för den situationen eller organisationen. Frågan *vem* som delar syftar till att klargöra vilka som deltar i relationen. Initieras delandet av en offentlig eller privat aktör, institution eller privatperson och hur ser relationen ut mellan användare och ägare? Gäller delandet mellan bestämda parter med begränsad tillgång eller är det öppet för alla att delta och använda det som delas? *Hur* något delas syftar till att lyfta frågan kring hur delandet organiseras. Dessa aspekter behöver vara klargjorda innan en delad yta görs tillgänglig då det hjälper sökandet och valet av alternativ för delande.

Indelningen av olika sätt att dela har gjorts av Brinkö et al. (2015) i syftet att skapa ett verktyg för att utreda och beskriva existerande eller framtida delade ytor. Resultatet är 4 kategorier av ytor för delade ytor som kan användas för att bättre förstå och urskilja de delade ytor i JSP2 som omfattas av denna rapport.

1. Den första kategorin avser delning av en specifik facilitet- ett skrivbord eller arbetsyta som görs tillgänglig för vissa personer. Detta avser den fysiskt minsta ytan i kategorin och kan utgöras av coworking ytor där ägaren specialiserat sig på att hyra ut särskilda faciliteter. Det kan handla om ett särskilt skrivbord, eller att ha tillgång till arbetsyta i ett delat arbetsutrymme. Flera personer deltar och delar yta samtidigt.
2. Den andra kategorin avser flera faciliteter som görs tillgängliga för en större grupp personer. Denna kategori av delning kan exempelvis utgöras av när ett företag gör en eller flera ytor tillgängliga för personer utanför organisationen, istället för att ytan bara är tillgänglig för personer inom organisationen. Delandet kan innebära antingen att folk delar parallellt eller att de delar i serie.
3. Den tredje kategorin avser att dela en facilitet eller en hel byggnad så att den blir tillgänglig för en särskild krets. Det är inom denna kategori som den mest anmärkningsvärda tillväxten skett under tiden som den aktuella studien gjordes Brinkö et al. (2015). Denna kategori är med sin struktur och storlek den kategori av delande som är särskilt intressant för företag för att hitta nya sätt att använda och utveckla sina fastigheter.
4. Den fjärde typen avser att dela faciliteter mellan användare i ett nätverk bestående av byggnader/ organisationer helt öppet för allmänheten, begränsat eller i en särskild grupp. Denna kategori är den mest omfattande och den enda som involverar mer än en byggnad. Denna typ av delande görs ofta inom ett sällskap av begränsad storlek och kräver stort engagemang från de inblandade i och med omfattningen.

Coworking delas enligt den första kategorin som avser delning av en specifik facilitet vilket kan utgöras av ett skrivbord, en arbetsyta eller liknande. Faciliteten, t.ex. ett kontorslandskap görs tillgänglig för vissa personer och dem delar samtidigt. Coworking är tillgängligt på så sätt att alla kan söka ett medlemskap som krävs för att använda det.

Active Learning Workshop, hörsalen och mötesrummen delas enligt andra kategorin då Akademiska Hus gör dem tillgängliga för allmänheten som kan boka dem för användning under en bestämd tid. Dessa funktioner kommer för varje användningstillfälle delas av ett begränsat sällskap åt gången och kommer således delas vid olika tillfällen. De tre ovan nämnda funktionerna fyller således inte i första hand syftet att skapa rum för möte mellan olika aktörer. Funktionerna kompletterar utbudet på Johanneberg Science park och medför således att samhällsaktörer, akademi och näringsliv rör sig i samverkansmiljön som JSP2 är en del av.

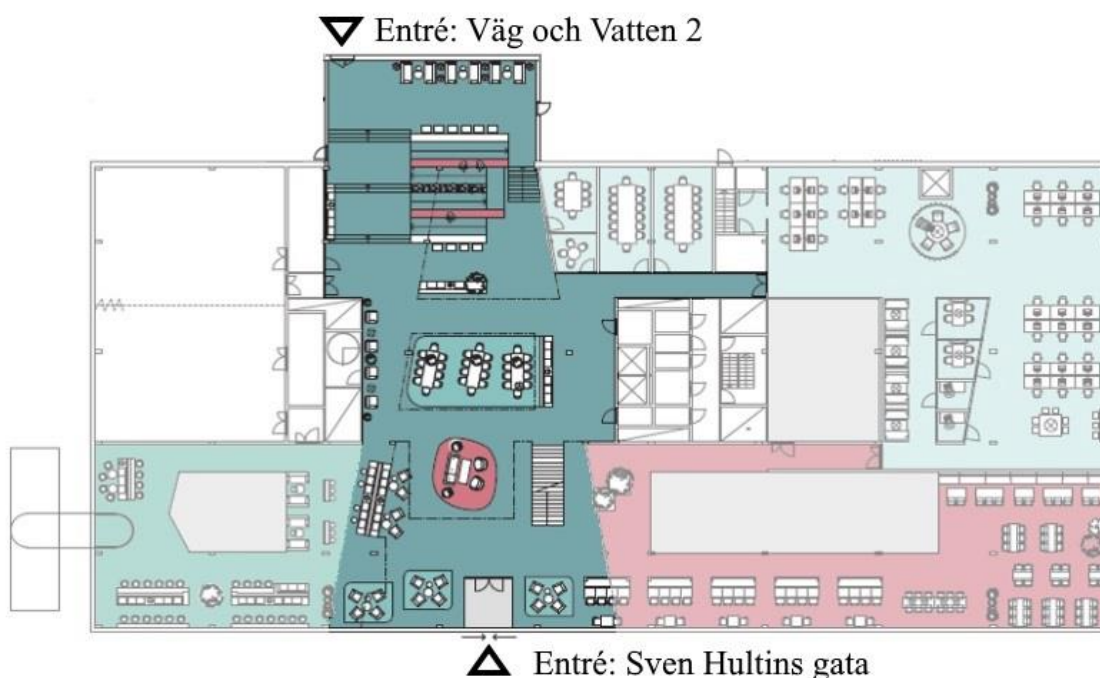
Fojén delas enligt den fjärde kategorin då Akademiska Hus delar foajén helt öppet för allmänheten att besöka och använda. Den delas parallellt vilket innebär att olika aktörer delar den samtidigt och på så vis möjliggör den rum för möten mellan akademi, näringsliv och samhällsaktörer.

4. Gemensamhetsfunktioner

JSP2 rymmer som tidigare nämnt funktioner som coworking, ALW-sal, konferensrum och en entré. I detta kandidatarbete kommer varje funktion behandlas var för sig. Inledningsvis beskrivs varje funktion vilket följs av vad som för oss framstått som viktiga aspekter för den funktionen, därefter resulterar kapitlet för funktionen i att vi utformar ett förslag som presenteras i en affärsmodell som introduceras i metodkapitlet där de viktigaste punkterna. Ordningen upprepas för varje funktion då de behandlas likadant.

4.1. Entré

Byggnadens entré är en yta på gatuplan som binder samman husets funktioner och service. Huvudentrén är vid Sven Hultins gata och entréutrymmet sträcker sig genom byggnaden till den entré som dockar an till forskarhuset Väg och Vatten 2, som för närvarande är en arbetsplats för många forskare i relaterade områden. Den entréytan som behandlas inkluderar inte de restaurang- och caféutrymmen som också rymts på byggnadens entréplan.



Figur 4.1. Förslagshandling planlösning entréplan, omgjord och återgiven med tillstånd. (Akademiska Hus 1, 2017)

I entrén planeras det finnas en reception bemannad på dagtid för att kunna hjälpa besökare och gäster. Entréns yta, som sträcker sig mellan de två ingångarna figur 4.1, beräknas uppnå 450 m² och den utformas för att kunna rymma event, mässor och utställningar. I entrén blandas folk som är där för första gången samt dem som passerar på väg till och från arbete eller studier i byggnaden. Delar av entrén planeras vara möblerad för att möjliggöra arbete, umgänge och möten.

Besökare möts i entrén av receptionen som ansvarar administrativt för gemensamhetsfunktionerna samt hjälper hyresgäster genom hanteringen av besökare och med generella administrativa tjänster. För att driva receptionen som finns i entrén krävs det att personal finns på plats som kan hjälpa personer som har frågor och önskemål. Receptionen finns dels till som kontaktcenter för besökare till hyresgäster i byggnaden. Övriga gemensamhetsfunktioner som mötesrum, hörsal, ALW, coworking

och arrangemang i entré medför arbete som förväntas skötas till stor del av personal som befinner sig i receptionen.

4.1.1. Entréns funktion

En entré med reception är en given del av en kontorsbyggnad, dess storlek, utformning och användningsområde kan anpassas och variera utifrån hur den ska stödja byggnaden. I studien "Nu gäller det att hänga med" av Fastighetskontoret rörande delningsekonomi i fastighetsbeståndet uppges att det är en pågående trend att kommersiella aktörer skapar delningslösningar för att uppnå sociala mervärden för hyresgästen. Det kan handla om ytor för möten, arbete eller sociala ytor för att skapa informella möten med andra aktörer som tex kunder, kollegor och studenter. I rapporten framgår det att sociala och professionella möten är en huvudorsak till varför anställda på kommersiella verksamheter går till jobbet. Då allt fler jobbar projektbaserat och arbetstiden består till stor del av möten krävs det sociala ytor. Hyresgäster prioriterar i allt större utsträckning informationsutbyte och nätverkande för att ge anställda större möjlighet att träffa studenter, partners, kunder, konkurrenter samt kollegor. Den yta som ofta används för att skapa rum för möte är entrén då den ofta är offentlig delas av olika aktörer i en byggnad och därmed har goda chanser till att skapa de mervärden som söks.

I en intervju med M. Hedlund (20 april 2017) vice VD på Lindholmen Science Park, framkom att det är väldigt viktigt att byggnader på en science park har öppna och välkomnande entréplan vilket möjliggör för olika individer att mötas. Entrén är viktig då den samlar och blandar olika personer i ett utrymme, när olika personer passerar eller befinner sig på samma yta möjliggör det för kontakt mellan personer. Hon förklarade vidare att värdet i ett entréplan ligger i hur man lyckas göra så att alla möjliga olika aktörer samlas och rör sig på samma yta. Det är nämligen blandningen av olika aktörers kompetens och intressen som skapar mervärden och möjligheter för utvecklande projekt. Till exempel på Lindholmen Science Park där företag inom helt olika branscher startat projekt och samarbeten inom de områden som dem har gemensamma utmaningar. Därför är det viktigt att entréplan är en öppen och inbjudande miljö för alla menar hon.

I en intervju med A. Berg (27 april 2017) Fastighetschef för region väst på Akademiska Hus framkom att det är ett stort värde för företag att arbeta och röra sig i närhet till Akademi och studenter. Detta beror till stor del i att företagen ser studenterna som en framtida chans till rekrytering av arbetskraft. Han menar på att det kommer råda brist på kompetent arbetskraft på flera områden vilket bör göra att företag vill positionera sig och ha närmre till möjlig framtida arbetskraft.

Från en intervju med Y. Karlsson (3 mars 2017) hyresgäst på Johanneberg Science Park och rådgivare inom fastighetsutveckling framkom det att han tycker det är av stort värde att ha ett entréplan med en social och livlig miljö. Han gav som exempel JSP1 där det finns ett café i byggnadens entré där det befinner sig både medarbetare och andra hyresgäster. Detta gör att om man har en fråga man behöver hjälp med, så har man en chans att det finns en person där som man känner mer eller mindre bra som kan hjälpa en med den fråga eller utmaning man har.

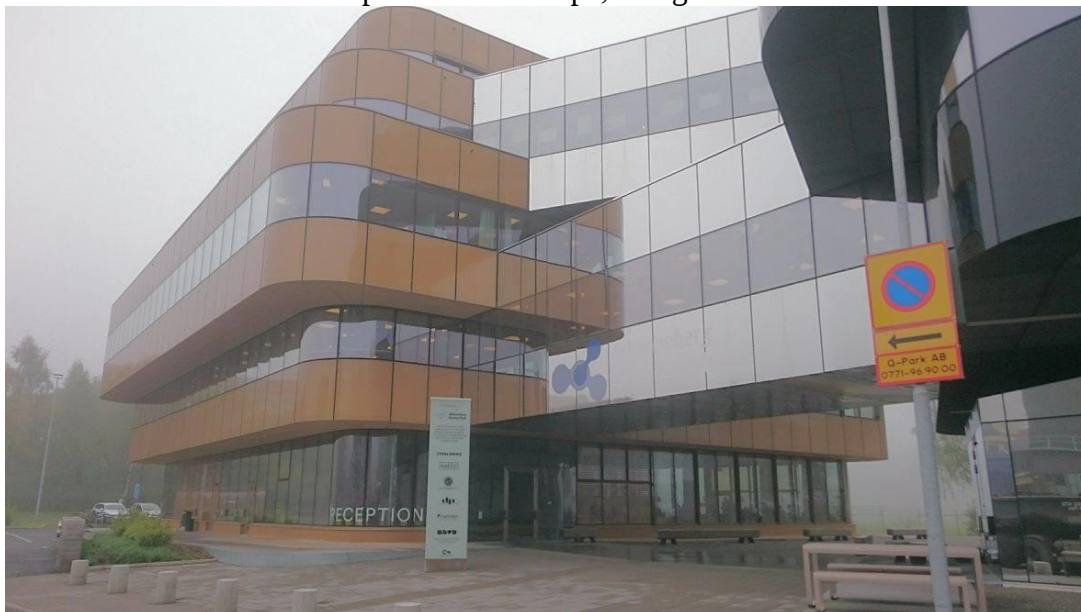
4.1.2. Utformning av entréplan

Rothe, P. (2015), Development Director på Leesman har gjort en undersökning för att identifiera vad för byggstenar som främjar kunskapsöverföring och samarbete på arbetet. Undersökningen visade att informella oplanerade möten, informellt socialt umgänge och att lära från andra var tre av de mest nämnda faktorerna i undersökningen.

För att möjliggöra detta är det viktigt med tillgänglighet till kollegor, små mötesrum, informella arbetsytor och variation av typer av arbetsytor. I ett kandidatarbete om utformning av mötesplatser menar Eriksson & Renöfält (2016) att personer har viljan att kommunicera och lära känna andra men att det behöver finnas rumsliga förutsättningar som möjliggör och stödjer kommunikation.

Det är enligt oss viktigt att entréplan utformas genomtänkt för att bli en attraktiv miljö och plats att vara på så att den attraherar folk till att uppehålla sig där. En möblerad miljö med bra atmosfär gör att hyresgäster kan variera sin arbetsplats och sitta i entrén exempelvis. På samma sätt kan den attrahera studenter som gillar miljön att välja att sätta sig där och studera. För att bidra till samverkansmiljön bör entrén möjliggöra för både planerade och spontana möten genom att tillgängliggöra en variation av möbelgrupper. Vi föreslår att delar av möblemanget vara flyttbart för att på så vis möjliggöra att entrén kan användas på olika sätt som exempelvis seminarier, olika utställningar och event

Utifrån sett är det viktigt att entréplanet i JSP2 görs tillgängligt genom att tillåta god insyn utifrån så att det syns vad som finns och erbjuds för att möjliggöra att nya personer besöker JSP2. Byggnaden JSP1 är ett exempel på en entré där insyn utifrån är begränsad på grund av reflekterande glas så att nya besökare inte ser vad de ska mötas av. Det första man möts av är en tung dörr följt av en reception vilket kan ge en känsla av att man behöver förklara sitt ärende i byggnaden vilket kan kännas obekvämt för studenter som letar efter en plats att studera på, se figur 4.2.



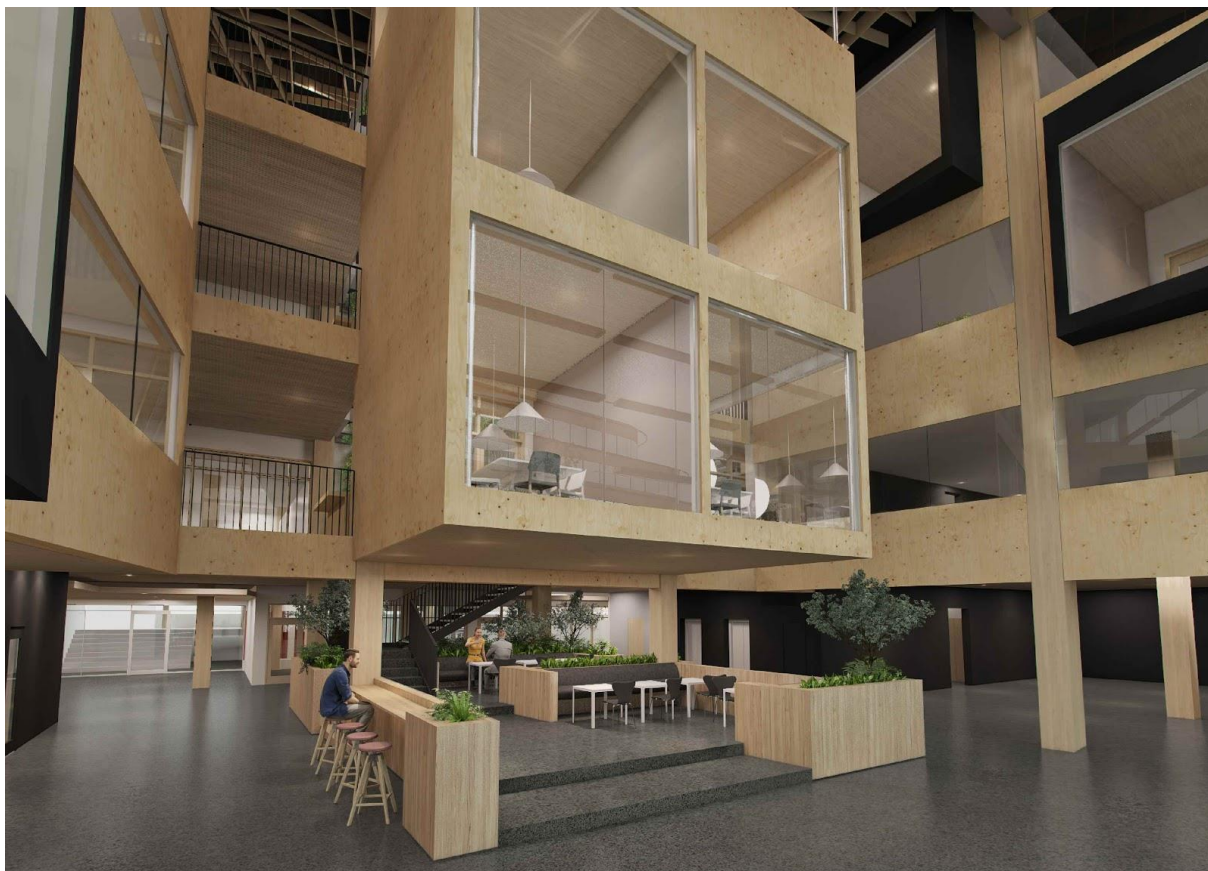
Figur 4.2, Johanneberg Science Park etapp 1. Författarnas bild.

Då olika studenter dagligen passerar platsen där JSP2 kommer byggas så anser vi att det är viktigt med god insyn som visar entréplanets insida på ett välkomnande sätt för att bjuda in studenter att besöka och uppehålla sig i byggnaden.

4.1.3. Användningsområden för entrén i JSP2

En affärsmodell för entrén behöver skapa möjligheter för att göra så att olika personer kan mötas och uppehålla sig i entrén, ett flöde av olika personer skapar enligt oss ett värde och möjligheter för affärer/affärsmodeller som tex att hyra eventyta eller yta för utställning. Genom att folk befinner sig i entrén uppstår möjligheten att skapa affärer anpassade för företag som vill synas för just den publiken eller i just den miljön. Dem som vill marknadsföra sig i byggnaden gör det för att nå ut till både företag, forskare

och studenter som rör sig i science-parken. Det är på så vis väldigt riktad marknadsföring som blir värdefull bland annat för att just dem aktörerna befinner sig där.



Figur 4.3. Gestaltning av utformningsförslag för entréplan, omgjord och återgiven med tillstånd. (Akademiska Hus 2, 2017)

Vid arrangemang som arbetsmarknadsmässan för samhällsbyggnadsteknik i närliggande byggnad föreslår vi att entrén i JSP2 används som del av mässan med fokus på dem innovationer, utmaningar och forskning som görs på och i JSP2. Företagen som sitter i huset kan visa studenter arbetsmiljön och olika projekt för att ge en inblick i arbetslivets vardag och de kan även ställa ut i entrén så att det blir en mässa av företag och innovationer.

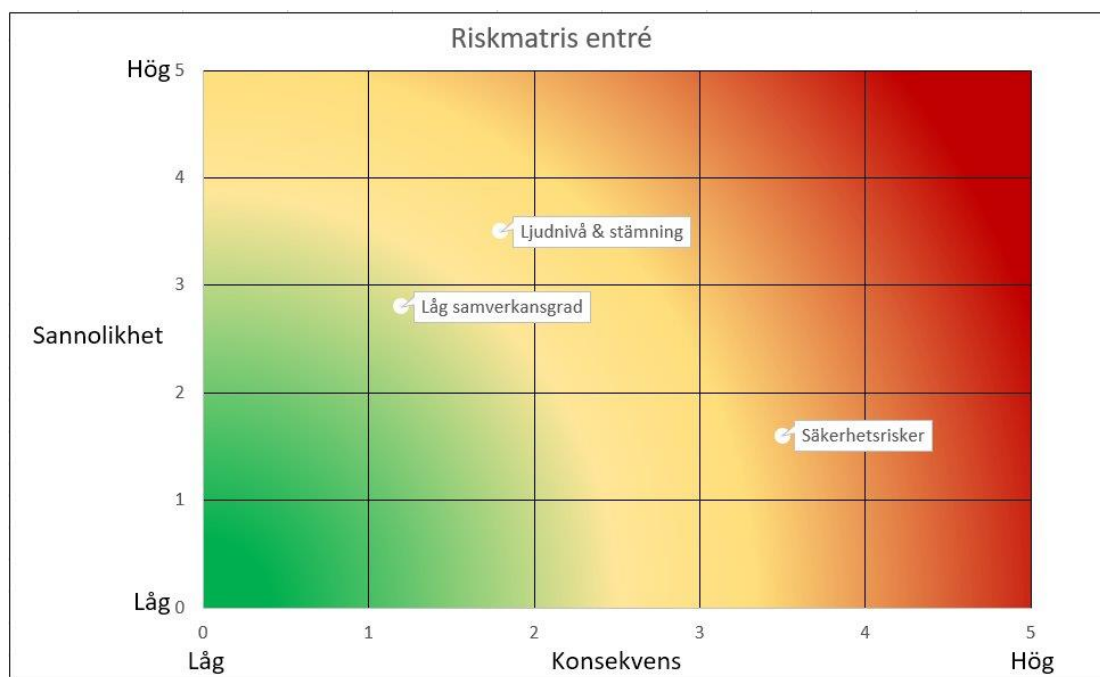
Johanneberg Science park, Akademiska Hus och Chalmers Promotion bör gå samman för att skapa ett årligt event med fokus på problemlösning eller idégenerering där deltagarna delas in i team bestående av en student, en forskare, och en företagsrepresentant från aktör i JSP2. Detta skulle skapa gränsöverskridande möten, insikt om samverkansmiljö och leda till värdefulla workshops. Ett sådant event skulle kunna ske i entrén till JSP2 med Akademiska Hus och organisationen *Johanneberg Science Park* som huvudsponsorer som tex bjuder på lunch. Ett sådant event skulle öka sannolikheten att studenter och forskare besöker JSP2 då dem är bekanta i miljön och har lärt känna folk på plats.

Då det framkommer som en värdeskapande faktor att studenter besöker JSP2 bör Akademiska Hus arbeta för att välkomna studenter så att dem kan använda entréytan för studier, umgänge och möten, se figur 4.3. Vi föreslår därför att en dialog förs med kommande restauratör av restaurang och café med målet att restauratören skall erbjuda ett lägre pris på kaffe för studenter och möjlighet att betala med kårkort, det kort som påvisar medlemskap i kåren vid Chalmers, samt används som betalkort i affärer på

campus. Incitamentet för restauratören är att arbeta för det långsiktiga målet att skapa en samverkansmiljö med en blandning av folk vilket kan leda till att JSP2 blir en ännu mer attraktiv plats. För att locka studenter till byggnaden och entrén kan det vid öppningen av JSP2 delas ut kaffe-vouchers kring Chalmers campus som erbjuder gratis kaffe i restaurangen eller caféet.

4.1.4. Riskkartläggning

Tre risker/utmaningar har identifierats och placerats i en riskmatris efter att de bedömts utifrån sannolikhet att inträffa samt hur stor konsekvens de kan ha på verksamheten, viss utvärdering av motverkan har även gjorts, se figur 4.16.



Figur 4.4. Riskmatris för risker och utmaningar relaterade till entréutrymmet

Säkerhetsrisker kan påverka hur trygga hyresgäster och besökare känner sig i byggnaden. Det är viktigt att skapa en trygg och säker atmosfär då det är en miljö där många personer vistas dagligen. Denna känsla av trygghet bör inte påverkas av att byggnadens entré är en öppen och livlig miljö. För att skapa en känsla av trygghet kan det vara nödvändigt med tydliga gränser för vilka ytor som är allmänna och vilka som är privata, samt tillträdessystem för att säkerställa att enbart rätt individer har tillträde till rätt utrymmen.

Låg samverkansgrad: Det finns en risk att företag som hyr utställningsytan i entrén inte har kännedom kring syftet med samverkansmiljön. Ett företag som inte är ute efter samverkan kan alltså försöka ta mark genom marknadsföring eller rekrytering och på så vis försöka dra till sig av fördelar i samverkansmiljön, utan att själva erbjuda något. Det riskerar att negativt påverka stämningen i samverkansmiljön och skapa konkurrens och osämja istället för samverkan. Det är viktigt att personal som arbetar med utställningar och event som har kontakt med företaget utvärderar innehållet samt för en diskussion kring deras avsikter med utställningen. På så vis kan det i ett tidigt skede avgöras om företaget har för avsikt att bidra och engagera sig i samverkansmiljön eller om de enbart är intresserade av att dra nytta av fördelar.

Ljudnivå & stämning: Det finns även en risk att ljudnivån och stämningen i entrén blir så låg eller hög att entrén inte når sin fulla potential. Om ljudnivån blir väl hög så

minskar sannolikheten att folk vill studera eller hålla ett möte där. En för låg ljudnivå kan göra att ytan känns trist och oattraktiv och det kan upplevas som att man stör om man startar en konversation. Båda fallen med ljudnivå kan leda till att entrén missar sin potential att erbjuda en miljö för möten, arbete och umgänge. Risker är alltså att chansen till gränsöverskridande möten och en känsla av samverkan inte uppstår i entrén vilket är en risk med stor konsekvens då entrén skapar besökarens första intryck. För att möta denna risk kan det vara bra att utvärdera vilka materialval som kan påverkas för att dämpa ljudnivån. Det kan även vara så att restaurangen eller cafét skapar mycket ljud vilken kan mötas genom att de ytorna skärmas av ljudmässigt.

4.1.5. Intäkter och utgifter relaterade till entrén

Entrén förväntas besökas av många och erbjuder mångsidig användning, det krävs därför en genomtänkt satsning på möblering samt inredning av entréytan då möblerna spelar en stor roll i att fullgöra entréns potential som en levande mötesplats. Följande kalkyler exkluderar café och restaurangytorna, uppskattningen som gjorts gällande inredningskostnaden för inredning av entrémiljön resulterar i en sammanlagd kostnad på knappt 1 500 000 kr, se figur 4.5. Den mängden besökare som entrén förväntas husera orsakar ett avsevärt slitage på möbler i entréytan, därav beräknas en kortare avskrivningstid på sju år, vilket resulterar i en årlig avskrivningskostnad på cirka 210 000 kr per år.

Uppskattad inredningskalkyl, Entré JSP2			
Artikel:	Antal:	Pris per enhet:	Total investering:
Soffor	10	16 000 kr	160 000 kr
Sittbänkar	3	16 000 kr	48 000 kr
Fåtöljer	22	6 000 kr	132 000 kr
Stolar & pallar	30	2 000 kr	60 000 kr
Bord	3	8 000 kr	24 000 kr
Loungebord	13	4 000 kr	52 000 kr
Växter & dekoration	-	-	200 000 kr
Belysning	-	-	200 000 kr
		Summa inredning:	876 000 kr
Projektering & Buffert	-	-	600 000 kr
Total inredningsinvestering:			1 476 000 kr

Figur 4.5. Uppskattad inredningskalkyl, entré.

Då entréytan inte har någon alternativintäkt och är en yta med hög användning och slitage, därmed inkluderas även kostnaden för städning i följande kalkyler. Enligt A. Berg (1 juni, 2017) bör denna kostnad uppskattas till en schablonkostnad på 250 kr per kvm och år, vilket resulterar i en årlig kostnad på 112 500 kr.

Vi vill föreslå att entréytan används bland annat till events, utställningar och som mötesplats, vilket gör att det finns ett behov för personal. Detta personalbehov beräknas enligt oss uppnå ungefär 10 timmar per vecka. Arbetstiden är avsedd marknadsföring samt bokning av event och utställningsytor. Det ingår även i ansvarsområdet att organisera event med målet att skapa gränsöverskridande möten. Personalkostnaderna beräknas uppnå 126 500 kr/år, vilket motsvarar en fjärdedel av en fulltidstjänst.

Den utställningsyta som vi föreslår är flexibel till plats, storlek och utformning, därav kan inget absolut pris anges. Följande siffror är en uppskattning av ett genomsnitt av inkomsten från utställningar. Att hyra en utställningsyta ska vara möjligt för både hyresgäster och externa aktörer med avgränsningen att innehållet i utställningen skall vara relaterat till utmaningar inom samhällsbyggnad, energi eller materialteknik. Det bör finnas någon form av företräde för hyresgäster, vilka även har rätt till 25% rabatt på det pris som gäller för externa kunder. Uppskattningsvis kan 30 veckor om året anses vara bra utställningsveckor, och med en beläggningsgrad på 70% beräknas utställningar bokas 21 veckor per år, vilket resulterar i intäkter som uppgår till 129 500 kr per år, se figur 4.6.

Uppskattade intäkter utställningsyta	Antal bokade veckor:	Pris per bokning:	Intäkt:
Hyresgäst:	10	5 250 kr	52 500 kr
Extern kund:	11	7 000 kr	77 000 kr
Totala intäkter utställningsyta:			129 500 kr

Figur 4.6. Uppskattade intäkter utställningsyta.

Entréplan bör även kunna användas för evenemang, mot en avgift och rabatt för hyresgäster. Omfattningen av intäkter och kostnader för evenemang varierar kraftigt, och därmed har hänsyn till dessa ekonomiska poster inte inkluderats i nedanstående ekonomiska beräkning då det kan medföra osäkerheter. För att attrahera event och utställare krävs en del marknadsföring, vilket har budgeterats till 10% av omsättningen för utställningarna och evenemang, vilket resulterar i en årlig marknadsföringskostnad på 12 950 kr. Det negativa resultat som redovisas i figur 4.7, förväntas vara lägsta rimliga resultat, vilket beror på att resultatet inte inkluderar de intäkter som evenemang förväntas kunna inbringa.

Resultaträkning entré	
Intäkter:	
Intäkter utställningsyta:	129 500 kr
Intäkter evenemang:	- kr
	129 500 kr
Kostnader:	
Avskrivning inredning & utrustning:	210 850 kr
Personalkostnader:	126 500 kr
Städkostnader	112 500 kr
Kostnader evenemang:	- kr
Marknadsföringskostnader (10% av oms):	12 950 kr
	462 800 kr
Resultat:	- 333 300 kr

Figur 4.7. Uppskattad resultaträkning entréyta.

4.1.6. Nyckelpunkter till affärsmodell för entré:

För att fylla affärsmodellen med information har de viktigaste punkterna ur kapitlet lyfts fram till vårt förslag på affärsmodell. Först presenteras de nedan i punktform för att följaktligen återges kortfattat i en Social Business Model Canvas där de återges överskådligt och får ett sammanhang till varandra, se figur 4.8.

- Variation av personer är en viktig resurs för en samverkansmiljö.
- Entrén behöver möbleras genomtänkt så att det bli en tilltalande miljö att vara i.
- Kostnader knutna till Entrén härstammar från det stöd och uppmuntran som behövs för att företag ska kunna hålla event och utställningar.
- Event och utställningar skapar intäkter.
- Det är viktigt att arbeta för att miljön hålls ren.
- Det är viktigt att stämning och ljudnivå passar en mångfald besökare.
- Hyresgäster och besökare i JSP2 drar nytta av entrén då den skapar rum för spontana möten, skapar närhet mellan akademi och näringsliv och skapar närvaro i en samverkansmiljö.
- Entrén förväntas kunna leda till gränsöverskridande möten, utökade nätverk och nya innovationer. På så vis kan olika aktörer blandas vilket skapar möjligheter för att låta mervärden växa fram.
- Entrén skapar mervärden för restaurangbesökare, studenter, näringsliv, hyresgäster och aktörer på Johanneberg Science Park.

Social Business Model Canvas för Entréfunktionen TANDEMIC

Nyckelresurser Variation av personer Tilltalande miljö Möbler för umgänge samt arbete <i>De resurser som behövs för att driva verksamheten, personal, finansiella</i>	Nyckelaktiviteter Skötsel Locka in och uppmuntra till utställning och event Stöd vid bokning av event Marknadsföring	Värdeskapande aktivitet Entre Social yta Plats för umgänge & arbete Öka närhet mellan olika aktörer <i>Formatet på den aktivitet/tjänst som skapar värde</i>	Segment Studenter Co-working-användare Hyresgäster Café- & restaurangbesökare Konferensgäster <i>Vilka drar fördel av din aktivitet?</i>	Värdeerbjudande Samverkansmiljö Spontana möten Nätverkande Gränsöverskridande möten Innovationer <i>Värdeerbjudande för omgivningen</i>
Partners + Nyckelintressenter Utställare Hyresgäster Studenter Johanneberg Science Park <i>De relationer, tillstånd och det stöd som behövs utifrån för att kunna leverera värde</i>	<i>De aktiviteter som måste utföras för att leverera värde</i>	Kanaler Besökare av JSP2 Nyhetsbrev Branschtidning <i>Hur man når ut till kunder och dem som drar nytta av aktiviteten</i>	Kund De som anordnar event och utställningar. Hyresgäster <i>Vilka personer eller organisationer kan tänkas betala för aktiviteten?</i>	Mätbara effekter Antal event Antal besökare & användare Projekt och innovationer Ökande nätverk <i>Hur man visar att man gör en värdeskapande skillnad?</i>
Kostnadsstruktur Personal: 126 500 kr/år Marknadsföring: 12 950 kr/år Avskrivning inredning: 210 850 kr/år Städskostnader: 112 500 kr/år <i>Till exempel de aktiviteter och resurser som är mest kostsamma</i>	Uppskattat årligt resultat - 330 300 kr/år <i>Var planerar du att återinvestera vinsten?</i>	Intäkter Utställningar: 129 500 kr/år Intäkter evenemang - kr/år <i>Beredvissa intäktskällor i %</i>		

Inspired by The Business Model Canvas

Figur 4.8. Social Business Model Canvas för entré. Ändrad och återgiven med tillstånd. (Tandemic 2017).

4.1.7. Slutsatser från affärsmodell för entré:

I arbetet med att framställa en affärsmodell för entrén, har det framkommit faktorer som är avgörande för en lyckad utveckling och användning av funktionen. Följande slutsatser och rekommendationer har gjorts därefter. Det bör tilläggas att det till arbetet med entrén varit utmanande att hitta användbart underlag till arbetet. Entrén är en viktig faktor i en samverkansmiljö och ger även det första intrycket. Affärsmodellen för entrén är nödvändig för att ge en bild av helheten för gemensamhetsfunktionerna i JSP2, dock bör arbetet med entrén som funktion bör ses som en bas för vidare utveckling.

- Det är viktigt att det rör sig och befinner sig folk i entrén för att skapa förutsättningar för naturliga möten. Värdeerbjudandet består i att skapa närhet mellan olika aktörer.
- Miljön behöver vara bra för både arbete såväl som för stimulerande möten, stort fokus behövs till att skapa en miljö som stödjer det

- Entrén kan användas av hyresgäster samt externa gäster för marknadsföring och att visa upp projekt, nyheter eller uppmärksamma utmaningar och på så vis generera intäkter. Det skapar även mervärden då det kommunicerar till besökare att det händer saker och kan på så vis öka intresset för platsen.
- Det uppskattas behövas personal motsvarande 25% av en heltidsanställning som kan hantera bokningar av utställningsyta och bokningar för event. Personalen behöver även kommunicera med restauratör för att lägga beställningar åt kund om så önskas.
- Marknadsföring och engagemang behövs för att nå ut till och attrahera akademi och näringsliv är viktigt och behöver resurser.

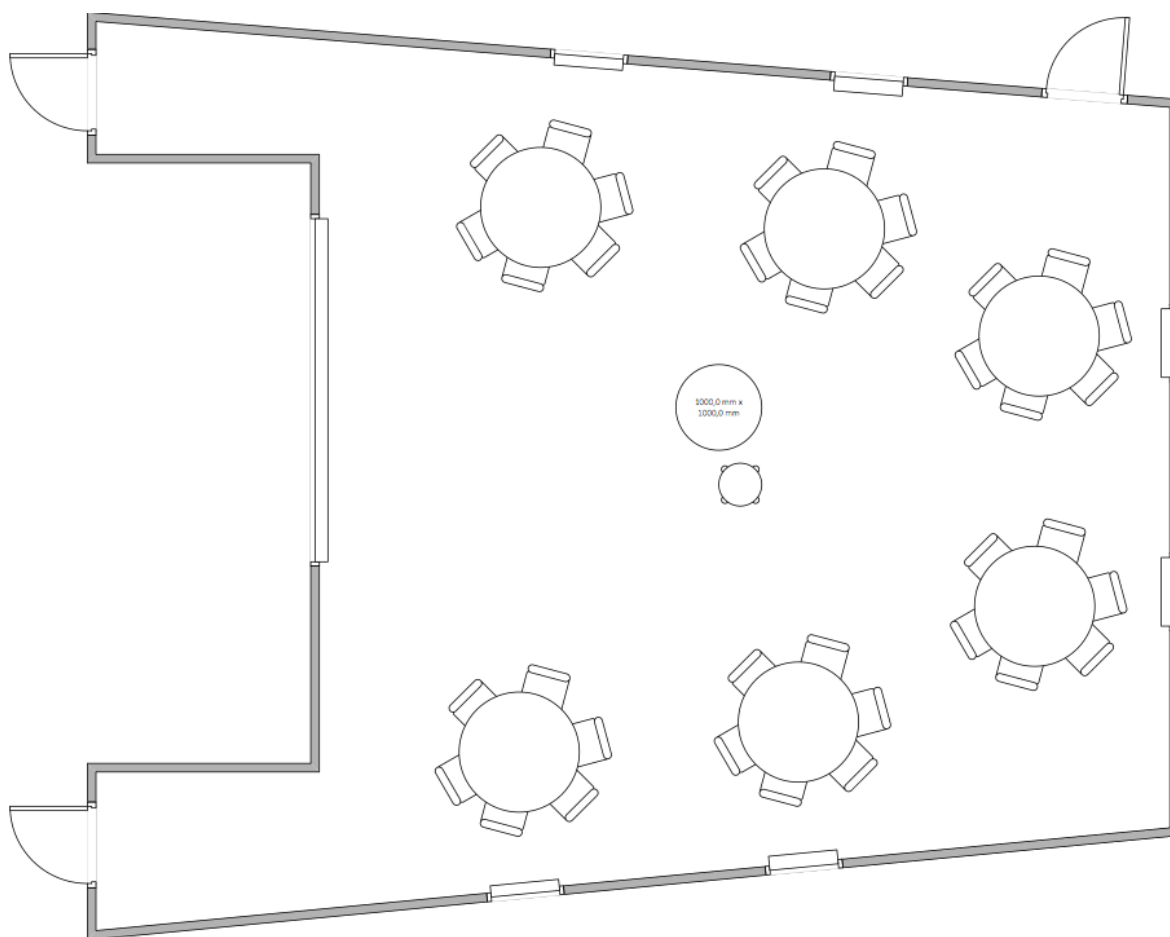
4.2. Active Learning Classroom

Active Learning Classroom (ALC) är ett koncept för utformning av klassrum som används för utbildning genom interaktivt lärande och problemlösning genom diskussion vilket visar positiva effekter på utbildningen bland de som använder konceptet (Choi & Park, 2014). Gryssel (2016) definierar syftet med ALC som ”en undervisningssal som främst är designad för att stödja undervisning och lärande som främjar engagemanget hos studenter/deltagare till att bli aktiva i och om sitt lärande”. Fördelarna med ALC är många och varierar från pedagogiska fördelar till fördelar som resurseffektivitet. Baeppler, Driessen och Walker (2014) visar med en undersökning att användningen av ALC kan minska tiden i föreläsningssalar med två tredjedelar och att studenterna erhöll lika goda eller bättre resultat jämfört med utbildning i traditionella föreläsningssalar. Den minskade tiden i föreläsningssalar baseras på att föreläsningar och information görs tillgängliga via internet så att studenter ser dem på egen hand. Undervisningen blir mer deltagaraktiv och lärandet mer kollaborativt (Gryssel, 2016).

Traditionella föreläsningssalar består av fast monterade bord och stolar riktade framåt mot den som håller föreläsningen för att ”injicera information in i studenternas hjärnor” (Choi & Park 2014, s. 750). Utformningen av dagens föreläsningssalar har spår i att när det förr i tiden var ovanligt med böcker så var lärarens uppgift att sprida och förmedla informationen som fanns i en bok. I samtid med industrialiseringen skedde en förändring där utbildning tillgängliggjordes för den större massan istället för att bara vara tillgänglig för de förmögna, detta gjorde att salar för utbildning gjordes större för att rymma fler personer vilket resulterat i de stora föreläsningssalar som finns idag på universitet och högskolor.

Choi & Park (2014) menar att en viktig punkt i den moderna utvecklingen av lärosalar beror på att 2000-talets information- och tekniksamhälle har gjort att det inte längre är ett måste att kunna memorera fakta och kunskap. Trenden inom lärande går mot att betona kunskaper inom kritisk analys, att hantera kommunikation och samarbete med andra samt att hitta ny information för att komma på nya idéer. Det, i kombination bättre förståelse för psykologi och miljöfaktorer har gjort att den kognitiva forskningen insett värdet av samt betonat utformningen av lärosalar och hur det påverkar utbildningen.

Choi & Park (2014) påpekar att trots vetskapen om de positiva fördelarna som finns med aktiva lärosalar förblir lärosalarna på de flesta universitet av den traditionella utformningen som tidigare nämnts. Det krävs stor ansträngning för att överkomma de begränsningar som associeras med traditionella lärosalar då problemet har grund i utformningen av lärosalarna. Choi & Park (2014) framställer studier som visar på att en traditionell lärosal har olika zoner inom vilka studenter får olika mycket uppmärksamhet av läraren och känner olika mycket tillhörighet till gruppen. Till exempel är det minst fördelaktigt att sitta längst bak i en lärosal menar Choi & Park (2014). Dessa olika zoners effekter påverkar i sin tur elevers vilja att ställa frågor, vilja att lära och motivation att närvara. Lärosalar utformade för aktivt lärande eliminerar dessa zoners fördelar och nackdelar då de är annorlunda utformade, se figur 4.9.

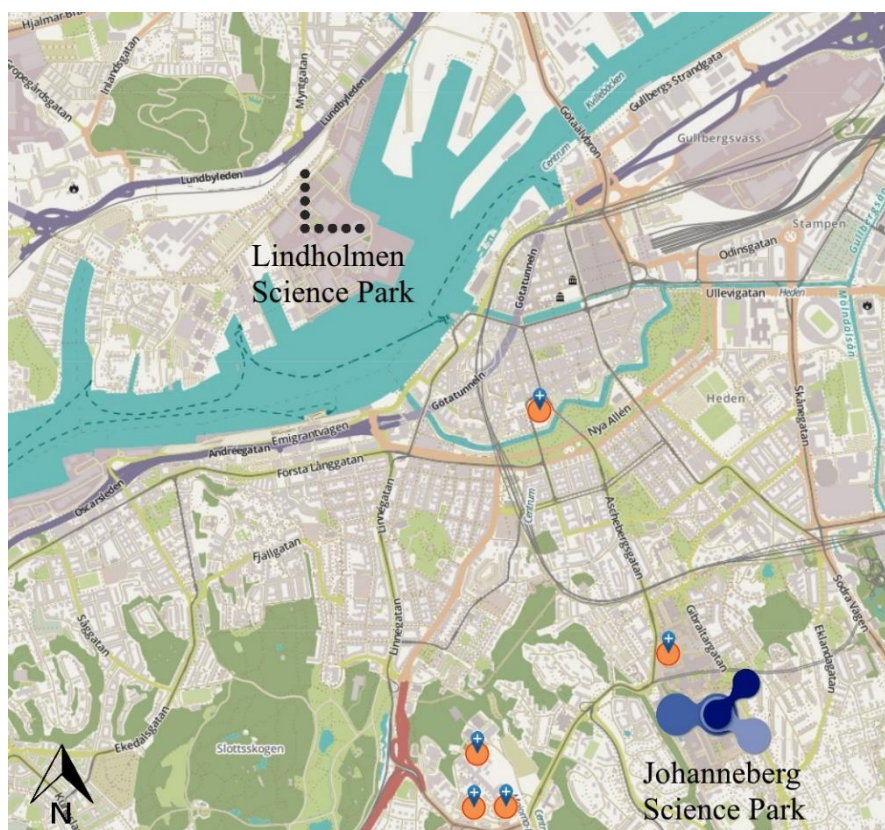


Figur 4.9. Skiss med förslag på bordsplacering i en ALC-sal på Göteborgs universitet (Eriksson & Petersson, 2016, sida 10. Återgiven med godkännande av Tomas Grysell.

Den huvudsakliga principen med utvecklingen av ALC var att skapa en lärosal som uppmuntrar studenter att aktivt interagera och delta i undervisningen enligt (Choi & Park, 2014). ALC lärosalar förser användarna av salen med en miljö anpassad för dynamiska sätt att lära och undervisa och ökar studenternas interaktion, intresse i ämnet och vilja att kommunicera med instruktörer. Vidare har ALC genom undersökningar påvisats förbättra deltagande i klassen, ge återkoppling i läroprocessen och öka studenters vilja att ställa frågor under lektioner vilket presenteras i en undersökning av (Choi & Park, 2014). Det framkom även att studenter i större utsträckning delade med sig av lärdomar såväl som skapade och kom på nya idéer i ALC läromiljön än i ett traditionellt klassrum. Gällande att ta in information visade undersökningen att studenter i ALC lärosal hade större sannolikhet att utbyta och acceptera olika synpunkter, dela med sig av kunskap och information samt skapa nya perspektiv. Undervisning i ALC lärosalar ledde även till att studenter hade närmare relationer till varandra, behöll en högre ambition att lära, ansåg lektionerna roligare och kände bättre sammanhållning i klassen än i traditionella lärosalar. Studien visade att elever med högre snitt i betyg generellt var mer motiverade att lära sig än dem med lägre betyg vid användning av traditionella lärosalar. Detta förhållande ändrades vid användning av ALC lärosalar då elevernas motivation att lära inte samvarierade med deras betyg, motivationen var mer jämn över alla deltagande. (Baepler, 2014) menar att ALC gör att tiden i föreläsningssalar går att minska till en tredjedel av den ursprungliga med traditionell föreläsning utan att resultaten försämras, tvärtom visar undersökningen på positiva effekter på studenternas lärande. ALC skulle potentiellt göra att man med samma kapacitet kunde undervisa tre gånger så många elever, eller spara två tredjedelar

av de resurser som är direkt kopplade till undervisning som föreläsare och föreläsningssalar med oförändrade eller positiva utslag på undervisningen.

I Göteborg finns det i dagsläget fem ALC-salar, alla dessa drivs av Göteborgs Universitet. Tre av dem ligger i närheten av Sahlgrenska sjukhuset, en innanför Vallgraven i byggnaden pedagogen. Den ALC-sal som utgör störst konkurrens sett till läget ligger på adressen Skeppsgränd 3, på Chalmers campus, alltså i närheten av var JSP2 kommer finnas, se Figur 4.10 (Göteborgs universitet, 2017).



Figur 4.10. Utbud av ALC i Göteborg.

© OpenStreetMaps bidragsgivare, omarbetad med tillstånd.

4.2.1. ALC i JSP2

ALC salen i JSP2 kommer att kallas för Active Learning Workshop-sal (ALW) för att indikera att den inte bara syftar till att användas för undervisning, utan även med fördel kan användas vid workshops av exempelvis hyresgäster i JSP2. Målet med ALW-salen i JSP2 är den ska bidra till utvecklingen inom området för innovationsutmaningen: Att skapa lärmiljöer som tar tillvara på digitaliseringen samt möter framtidens krav på lärande, flexibilitet och effektivitet samtidigt som individens behov tillgodoses. ALW salen är viktig i och med att den är tänkt att kunna användas dels av forskare, föreläsare och studenter på Chalmers Tekniska Högskola vilket kan leda till att dessa personer i större utsträckning rör sig på Johanneberg Science Park. I ett samtal med A. Berg (24 mars, 2017) förklarade han att det är av största vikt att få studenter att röra sig i och kring JSP2 då det skapar en brygga mellan studenter och näringsliv vilket är viktigt då det kommer vara en stor utmaning i framtiden för företag att få tag på bra arbetskraft. Enligt Anders är det viktigt att studenter rör sig i området då det skapar mervärden för hyresgäster i byggnaden som söker sig till denna samverkansmiljö av anledningen att ha närhet till samarbete och utbyte med till exempel studenter, forskare eller andra aktörer i samma bransch. Därför är det för Akademiska Hus viktigt att ha en hög

beläggningsgrad på ALW salen från olika aktörer som behövs för att kunna skapa den närhet till aktörer och på så vis möjliggöra samarbeten och mervärden.

Det finns enligt oss flera utmaningar med att göra ALW-salen användbar och mottaglig för olika användare vilket gör att det finns en beaktansvärd risk att den inte används i den utsträckning som önskas av Akademiska Hus. Att salen inte används är en risk för att det är ineffektiv användning av resurser om den inte används och Akademiska hus går miste om intäkter. Det är även en risk då det är en viktig funktion för att få textforskare och studenter att röra sig i byggnaden.

4.2.2. Mervärden och fördelar med ALW

Det bör påpekas att de mervärden som ALW-salen har potential att medföra enbart kan uppstå genom användning av salen, vi ser därför att beläggningsgrad och användning är viktiga aspekter.

ALW- salen i JSP2 kan skapa mervärden för användare då Choi & Park, (2014) menar att användning av ALC-salar och tillhörande metodik att lära via fördjupning och diskussion leder till positiva effekter på undervisning och deltagare jämfört med traditionell undervisning. De positiva effekterna är bland annat att användare: skapar bättre relationer till varandra, får lättare att dela med sig av lärdomar, lättare utbyter och accepterar andras perspektiv, skapar perspektiv och nya idéer, har lättare att acceptera synpunkter, får ökad vilja att ställa frågor och engagera sig, skapar en miljö för effektiv idégenerering, kommer till insikter, får återkoppling under läroprocessen.

De mervärden vi ser att hyresgäster eller andra aktörer från näringslivet kan tjäna genom ALW-konceptets effektiva inlärning är en arbetsstyrka med förbättrad kompetens och närmre sociala relationer. Workshop-ledaren, oftast arrangören, kan dra nytta av positiva effekter genom att salen skapar en effektiv miljö för idégenerering, vilket kan leda till goda workshop-resultat. Genom att ALW-salen används av föreläsare, forskare och studenter på Chalmers så bidrar det till att blanda och skapa möten mellan akademi och näringsliv vilket är ett av de centrala målen för JSP2.

Baepler (2014) menar att användning av ALC för undervisning kan möjliggöra för ett universitet att minska undervisningstiden med upp till 70% och bibehålla eller höja studieresultaten. På så vis kan ALW även skapa långsiktiga mervärden för Chalmers, då den ger universitetet en möjlighet att frigöra och förändra användningen av resurser för undervisning. ALW salen som planeras i JSP2 förväntas skapa mervärden för Chalmers då den utgör ett steg i utvecklingen av nya metoder och miljöer för lärande och utbildning. Elever som erhåller tidigare nämnda mervärden av ALC och utvecklas positivt skapar ett mervärde för Chalmers eftersom kvaliteten och ryktet om studenterna speglar ryktet och kvaliteten på Chalmers Tekniska Högskola som lärosäte.

4.2.3. Optimal funktion

Vi anser att en ALW sal behöver vara enkelt tillgänglig genom bokningssystem, ha tydlig information och det bör finnas en kontaktperson tillgänglig för att få hjälp före och under workshopen. Dessa är grundläggande behov och förväntningar som en kund exempelvis kan ha på ALW-salen. Oförväntade egenskaper som tillkommer hjälper till att överträffa kundens behov. Det kan vara egenskaper som en spännande byggnad där man möts av en positiv atmosfär, att tilläggstjänster som catering finns tillgängligt, att man får hjälp med hur man ska anpassa workshopen utifrån salens egenskaper. Lyckad användning av ALW-konceptet kan leda till att användare delar med sig av lärdomar, kommer på och skapar fler nya idéer, skapa nya perspektiv, skapar bättre relationer

sinsemellan (Choi & Park, 2014). Detta är oväntade effekter och fördelar som en ALC sal kan leda till för dem som deltar i en workshop. Om sådana effekter uppnås så utgör det oväntade fördelar för deltagarna såväl som för den ansvariga för workshopen.

I en intervju med T. Gryssel (24 april 2017), chef på enheten för Pedagogisk utveckling och Interaktivt Lärande (PIL) på Göteborgs Universitet och ansvarig för Göteborgs Universitets första ALC sal framkom att metodiken, användningssättet och potentialen av en ALC sal inte går att förstå fullt ut utan att använda en. Han menar att den stämning och de förutsättningar som skapas när en ALC sal används så som den borde användas skapar en miljö för engagemang och samarbete som man måste uppleva för att förstå. Därmed har den kommande ALW-salen i JSP2 potential att positivt överraska alla som använder den, under förutsättningen att den som leder workshopen förstår sig på konceptet och är villiga att anpassa sig efter den metodiken som passar förklarar Tomas. Han menar även att en person som inte arbetat med föreläsning i traditionell form troligen har lättare att anpassa sig till konceptet och leda en workshop i en ALW jämfört mot någon som är van vid att föreläsa i traditionell form. Det kan därför räcka med en timmes förberedelse för att lära upp och förbereda en person som inte är föreläsare som skall leda upp en workshop. Han betonade även vikten av att teknik som styrsystem, skärmar och högtalare som används i en ALC är enkel att använda, Detta är för att tekniken är tänkt att användas som ett stöd för att hämta och sprida information. Tekniken får inte riskera att utgöra ett hinder för någon användare, varken ledare eller deltagare av workshopen.

(Choi & Park, 2014) menar att ALC konceptet sprids över världen främst på högskolor och universitet som insett fördelarna med metoden och anpassat delar av sin utbildning till att kunna använda konceptet. Organisationen Kahlerslater (2017) menar att ALC konceptet är ett svar på hur miljön bör anpassas för att möjliggöra ett mer elev-engagerat och interaktivt lärande. Vidare behöver utbildningsmiljöer som designas för undervisning och workshops vara möjliga att möblera om utifrån olika behov. Detta är för att det ständigt utvecklas nya teorier kring metoder för utbildning i moderna lärmiljöer och det är viktigt att det går att anpassa salarna utifrån växande och kommande behov så att salen stödjer olika former av undervisning och workshops. I Göteborg tenderar utvecklingen av lärmiljö- och metodik gå i samma riktning som i övriga världen då Göteborgs Universitet (www.gu.se) tagit fram fem stycken ALC salar. På Kungliga Tekniska Högskolan i Stockholm menar Gummesson (2016) att det pågår en utveckling av ett koncept för interaktivt lärande likt ALW där det används en metod för lärande som baseras på att elever förbereder sig för ett seminarium för att sedan lära sig genom lärarledd diskussion på skolan.

På Chalmers Tekniska Högskola, i en intervju med lokalstrateg Agneta Hägg Knape (30 mars, 2017) förklarade hon att hon inte sett tecken till förändring eller utveckling av metod för undervisning. Vid en fråga kring behov av ALC-salar förklarades att många forskare och föreläsare är vana vid att hålla föreläsningar på traditionellt sätt och att dem vill fortsätta göra det på samma sätt i samma salar som tidigare. I en intervju med Lokalplanerare Oliver Lendowski (17 mars, 2017) förklarade även han att det saknas efterfrågan på ALC-lärosalar för undervisning på Chalmers.

4.2.4. Stöd och resurser

För att främja lyckad användning av ALW-salen krävs det resurser i form av stöd och kunnig personal. Potentiella användare delas upp i två segment utifrån hur frekvent vi tror de kan tänkas använda salen, för varje segment identifieras vad för behov av hjälp

och stöd de behöver. Det första segmentet utgörs av personer som kan tänkas använda salen frekvent, exempel på dessa är forskare och föreläsare från Chalmers samt personer från företag som återkommande håller workshops. Det utmärkande för första segmentet är att dem återkommande användarna kan tänkas bli självgående gällande hur undervisning & workshops går till och bäst anpassas till salen. Dessa personer karakteriseras av att dem intresserar sig för konceptet och gärna utvecklar konceptet och metoder genom exempelvis workshops med andra. Ett exempel på sådan utveckling inom ett segment är enheten för pedagogisk utveckling och interaktivt lärande (PIL) vid Göteborgs Universitet som framgångsrikt introducerat ALC-pedagogiken i undervisning samt stödjer de lärare som visat intresse. De resurser som PIL erbjuder är:

- Information, litteratur och teoretiskt undervisningsstöd kring ALC undervisning
- Workshoppar avsedda för lärare om pedagogik med fokus på ALC
- Nätverk för de kollegor som valt att använda lärandemetoden, med frivilliga nätverksträffar.

Dessa resurser samordnas som tidigare nämnt av enheten PIL, och i bästa fall kan ett samarbete knytas med PIL för att enkelt tillgodose det informationsbehov som kommer med uppförandet av en ALW-sal i JSP2(Göteborgs Universitet, 2017).

Det andra segmentet utgörs av användare som förmodas hyra ALW-salen mer sporadiskt, exempelvis företag i närheten som provar på eller mer sällan har behov av salen jämfört med det första segmentet. Det som utmärker användarna i detta segment är att de inte nyttjar salen tillräckligt frekvent för att lära sig konceptet till en tillräcklig nivå på egen hand. Kunder i detta segment förväntas behöva hjälp med upplägg och planering samt handledning före eller under en workshop för att genomföra den med lyckat resultat. För att kunna tillhandahålla det stöd som behövs för att hjälpa de användare som vid enskilda tillfällen nyttjar salen, bör en del av den administrativa personalen i JSP2 ha god kunskap på området och behöver därför utbildas kring nyttjandet av salen.

Vidare krävs ett bokningssystem som är tillgängligt för befintliga samt nya användare på så vis att man inte måste vara en registrerad medlem eller hyresgäst för att kunna boka salen. Bokningssystemet bör vara integrerat med Chalmers bokningssystem så att föreläsare själva kan välja att boka salen om de önskar. Bokningssystemet bör vara enkelt överskådligt och lättmanövrerat så att det upplevs enkelt att boka och om man har några frågor bör det finnas kontaktuppgifter för att få hjälp. Då ALW-salen kräver ett annorlunda upplägg på undervisningen jämfört mot en traditionell föreläsningssal är det nödvändigt att bokningssystemet dessutom förmedlar kontakt till en person som kan hjälpa till med upplägget inför workshopen samt att personen finns på plats under tiden om så önskas. Denna person är ett stöd som försäkrar att salen används såsom den är avsedd för att uppnå det lärande salen stödjer. Systemet för bokning bör även hantera fakturering till den som bokat salen.

4.2.5. Riskkartläggning

I fallet med ALW-salen är den största risken att salen blir stående utan att den används. ALW-salen är ett nytt koncept vilket medför flera utmaningar som alla har gemensamt att om de inte bemöts så leder dem till att salen inte används vilket är en risk för Akademiska Hus. En låg beläggningsgrad innebär uteblivna mervärden och intäkter. I detta kapitel bemöts därför utmaningar som vi identifierat, dessa utmaningar behöver mötas för att reducera risken att salen inte används.

Eftersom utbildningsmetoden bakom ALW-konceptet skiljer sig från de traditionella metoderna för lärande krävs det engagemang från både Akademiska Hus och Chalmers för att sprida information och arrangera workshops för lärare och övrig inblandade kring hur salen fungerar och hur den kommande ALW-salen är menad att användas. Att som lärare förändra sina lärometoder är både svårt och tidskrävande, enligt Brooks (2011) tar det i genomsnitt upp till 3 år att gå från traditionell undervisning till ALC metoden för en van föreläsare. Det krävs således både stöd och resurser från Chalmers för att en föreläsare eller forskare ska anpassa sin metod till det nya konceptet och använda ALW-salen i JSP2. Det bokningssystem som i nuläget används för internbokningar av salar inom Chalmers behöver även inkludera ALW-salen i JSP2. Enligt Agneta Hägg Knape (personlig kommunikation, 30 mars 2017), brister bokningssystemet också i informationsförmedlingen, det krävs en tydlighet i bokningssystemet så att det framgår hur salen ska användas. I nuläget begränsas informationen till antal sittplatser samt vilken utrustning som finns i salen, vilket möjliggör för felbokningar och inte framställer en eventuell ALW-sal på ett rättmätigt sätt.

Det kan för ALW-salen i JSP2 vara avgörande att det erbjuds rätt form av stöd till dem som är intresserade av att lära sig mer om konceptet och metodiken. I en intervju med T. Gryssel (24 april 2017) framkom ett exempel på en högskola som utvecklat ALC salar som lärare uppmuntrades att använda. Salarna blev inte använda eller uppskattade i den utsträckning som hade förväntats, vilket enligt Grysell berodde på att det saknades stöd och engagemang för dem lärare som var nyfikna men obekanta med konceptet.

4.2.6. Intäkter och utgifter

Den ekonomiska analys som kommer göras gällande ALW-salen i JSP2, inkluderar en investeringsanalys samt en sammanställning av förväntade intäkter och utgifter som ställs i förhållande till en genomsnittlig hyresintäkt för samma yta. På så vis kan ALW-salen jämföras ekonomiskt med en alternativ intäkt, denna skillnad i intäkter kan i sin tur kan ställas i förhållande till de mervärden som en ALW-sal förväntas medföra.

Den investeringskalkyl som redovisas i figur 4.10, presenterar två referensprojekt belägna i Göteborg. Informationen från det första av dessa projekt presenteras i en rapport skriven av Veronica Alfredsson (u.å.), en av initiativtagarna bakom skapandet av ALC-salen vid Biomedicinska biblioteket. Det andra referensprojektet, presenterades i samband med en intervju med T. Grysell (24 april 2017) vid Göteborgs Universitet. Investeringskalkylen inkluderar inredning samt teknisk utrustning, men exkluderar lokalanpassning och byggkostnader. Utrustningsnivå och investeringsbelopp varierar avsevärt mellan de två referensprojekten, vilket beror på att ALC-salar är teknikintensiva rum, följaktligen saknas en övre gräns kring kostnader för teknik till stöd för lärandet. T. Grysell (24 april 2017) påpekar dock att tekniken skall stödja läromiljön utan att försvåra den, därför bör behovet av all teknisk utrustning utredas innan den anskaffas. Jämförelsen av utrustningsnivån för audio- och videoutrustning mellan de två referensprojekten visar att investeringsbeloppen för dessa salar varierar från knappt 100 000 SEK, till ca 550 000 SEK, se figur 4.11.

Referensprojekt:	Pedagogen:	Biomedicinska biblioteket:
Artikel:	Anpassad för 36 deltagare	Anpassad för 54 deltagare
Ljudduschar	-	-
LCD-skärmar + tillbehör & installation	-	63 645 kr
Bordsintegrerade EI-, AV-, och nätverksuttag	-	35 605 kr
Summa AV-utrustning:	548 509 kr	99 250 kr
Whiteboards	-	35 937 kr
Bord	-	26 645 kr
Ståpulp	-	9 427 kr
Stolar	-	83 887 kr
Summa möbler:	240 925 kr	155 896 kr
Total investering exkl. laptops:	789 434 kr	255 146 kr
Laptops	0 kr	278 294 kr
Laptopskåp	0 kr	46 605 kr
tot. Laptops:	0 kr	324 899 kr
Total investering inkl. laptops:	-	580 045 kr

Figur 4.11. Investeringskalkyl ALC. Siffrorna i tabellen är hämtade dels ur en publicerad rapport från biomedicinska biblioteket och dels återgivna med tillstånd från Tomas Grysell.

Den planerade salen i JSP2 bör enligt oss hålla en hög standard, vilket ska speglas i hur salen utrustas. Det betyder dock inte att utrustningen behöver nå sådana belopp som är uppmätta i ALC-rummet i Pedagogen, se figur 4.10. Det investeringsbelopp som är beräknat för den blivande ALW-salen i JSP2 uppskattas nå ett belopp mellan de två referensprojektens prisklasser.

Vid användning av salen är det viktigt att deltagarna, har tillgång till en dator. Det finns blandade åsikter kring om datorn bör vara en del av "inredningen" eller om man bör lita på att tillräckligt många av deltagarna har med sig en privat dator. Fördelen med att inkludera datorer i "inredningen" är att workshopdeltagare inte måste ha en egen dator med sig för att aktivt kunna delta i aktiviteten. Då denna sal är tänkt att användas av en bred kundgrupp anser vi att laptops bör inkluderas i inredningen, genom att tillhandahålla datorer går det att erbjuda ett helhetskoncept, som inte ställer några krav på deltagarna. Enligt T. Grysell (24 april 2017) uppstår den optimala situation då två till tre individer får samsas om en dator, därav rekommenderas ett inköp på 14 datorer till 42 deltagare samt en dator till ledaren av workshopen.

Uppskattning av Investeringskalkyl ALC, JSP2			
Artikel:	Antal:	Kostnad per enhet:	Total Investering:
Ljudduschar	7	20 000 kr	140 000 kr
LCD-skärmar + tillbehör & installation	7	12 000 kr	84 000 kr
Bordsintegrerade EI-, AV-, och nätverksuttag	21	1 500 kr	31 500 kr
Summa AV-utrustning:		-	255 500 kr
Whiteboards	7	3 000 kr	21 000 kr
Bord	7	5 500 kr	38 500 kr
Ståpulp	1	5 000 kr	5 000 kr
Stolar	42	3 400 kr	142 800 kr
Summa möbler:		-	207 300 kr
Total investering exkl. laptops:		-	462 800 kr
Laptops	15	10 000 kr	150 000 kr
Laptopskåp	1	50 000 kr	50 000 kr
Summa laptops:		-	200 000 kr
Total investering inkl. laptops:		-	662 800 kr

Figur 4.12. Uppskattad Investeringskalkyl

De uppskattade kostnaderna inredning uppgår till 662 800 kr, se figur 4.12. Avskrivningarna för dessa investeringarna bör delas upp enligt följande: 5 år för tekniska apparater och 10 år för inredning, med undantaget för ljudanläggningen som har en livslängd som bättre motsvaras av 10 år. Detta motsvarar en kostnadsuppdelning på 89 680 kronor per år.

För att kunna bidra med stöd och hjälp vilket vi anser är viktigt, bör en del av den personal som arbetar administrativt med JSP2, utbildas inom nyttjandet av ALW-salen. Vilket leder till kostnader dels genom att en del av individernas lön kan härledas till funktionen, och dels till vissa kompetensutvecklingskostnader, se figur 4.13. Följande personalrelaterade kostnader förväntas:

- 50% av en heltidstjänst i arbete med ALW anser vi behövas. Enligt Tillväxtverket (u.å.) orsakar en månadslön på 30 000 kr, en ungefärlig årskostnad på 504 900 kr, alltså beräknas personalkostnaden för ALW-salen till 252 450 kr per år.
- En årlig investering i kompetensutveckling av den administrativa personalen beräknas till 20 000 kr.

Sammanställt orsakas följande kostnadsuppskattning årligen:

Avskrivningar inredning och teknik:	89 680 kr
Personalkostnad	252 450 kr
kompetensutveckling	20 000 kr
Kostnadsuppskattning per år:	362 130 kr

Figur 4.13. Årliga kostnader för ALW

ALW-salen medför stora investeringar i utrustning och personal då det är en kunskaps- och teknikintensiv lokal. Den anses ha potential att medföra mervärden för akademi och aktörer på Johanneberg Science Park vilket bör vägas mot den ekonomiska bärighet som ALW-salen uppskattas kunna innebära.

Kalkylen i figur 4.13 har skapats som ett exempel på priser och beläggningsgrad som kan resultera i att ALW-salen genererar intäkter som motsvarar dess kostnader. Anledningen till att intäktsanalysen begränsas till ett “nära nollresultat” beror på att den förväntade användningen av salen är svåruppskattad då ALW salen i JSP2 inte byggs som svar på ett befintligt behov, därmed kan inte en rättvis uppskattning göras gällande en rimlig beläggningsgrad. Fokus har legat på vilka resurser och ansträngningar som kan främja användandet av salen.

	Antal bokade timmar:	Pris per timma:	Intäkt:
Chalmers (undervisning):	420	500 kr	210 000 kr
Hyresgäst:	40	2 250 kr	90 000 kr
Extern kund:	20	3 000 kr	60 000 kr
Summering:			360 000 kr

Figur 4.14. Exempelkalkyl vid ungefärligt nollresultat

Figur 4.14, redovisar priser, samt antal bokade timmar som krävs för att generera intäkter som uppmäter samma nivå som de kostnader som är relaterade till salen. Chalmers har ett kraftigt rabatterat pris i vårt förslag, vilken vi hoppas resulterar i en hög beläggningsgrad, vilket i sin tur kan generera höga mervärden för både undervisningen samt samverkansmiljön. Kalkylen är beräknad med en beläggningsgrad på ca 27% fördelat på 225 arbetsdagar per år, vilket leder till antagandet att salen bokas totalt 480 timmar per år. Denna låga beläggningsgrad kan förhoppningsvis nå ett högre värde, vilket då skulle resultera i ett positivt ekonomiskt resultat för ALW-salen. Bokningsfördelningen mellan de olika kundgrupperna i figur 4.13. antas till följande:

- Chalmers: 88%,
- Hyresgäster: 8%
- Externa kunder: 4%

För att kunna utvärdera det ekonomiska resultatet för denna yta jämförs resultatet mot vad ytan skulle inbringa som uthyrd för kontorslokal. Denna yta om 75 kvm, skulle enligt ett schablonmått inbringa 2500 kr/kvm, alltså 187 500 kr/år till Akademiska Hus i lokalhyra. Vid uthyrning som kontors medföljer dock inte de mervärden som en ALW-sal förväntas medföra. Om intresset för salen stiger ytterligare, har lokalen potential att nå en högre användningsgrad och generera mer intäkter och mervärden än förväntat.

4.2.7. Nyckelpunkter till affärsmodell för ALW-sal

För att fylla affärsmodellen med information har de viktigaste punkterna ur kapitlet lyfts fram till ett förslag på affärsmodell. Först presenteras de nedan i punktform för att följaktligen återges kortfattat i en Social Business Model Canvas där de återges överskådligt och får ett sammanhang till varandra, se figur 4.15.

- Engagerad och kompetent personal, tillsammans med en komplett utrustad ALW-sal utgör nyckelresurserna
- Chalmers beställarfunktion och föreläsare anses som viktiga intressenter. PIL-enheten på Göteborgs Universitet är huvudpartner vid samarbete kring workshops och utveckling av kompetens och lärometodiken.
- De största kostnaderna är personal och handledning till salen, avskrivningar samt marknadsföring och samarbetet med PIL-enheten för stöd till föreläsare.
- ALW-salen bör marknadsföras genom prova-på-workshops och nyhetsbrev.
- Dem som bokar salen förväntas vara till 88 % från Chalmers, och resten från externa kunder och hyresgäster.

- Chalmers förväntas stå för 55% av intäkterna fördelat på flera bokningar till lågt pris.
- Värdeerbjudandet för användare är problemlösning och kreativa lösningar, effektivt kunskapsutbyte och förbättrade relationer till dem man haft workshopen med.
- Mervärden som skapas är utveckling av lärande och workshops, gränsöverskridande möten och relationer samt folktillströmning och mångfald i JSP2.

Social Business Model Canvas för ALW TANDEMIC

Nyckelresurser Personal & kompetens Lokalen Tekniken Bokningssystem Stöd för handledare <i>De resurser som behövs för att driva verksamheten, personal, finansiella.</i>	Nyckelaktiviteter Bokning Handledning Marknadsföring Stöd för användare genom workshops & samarbete med PIL <i>De aktiviteter som måste utföras för att leverera värde</i>	Värdeskapande aktivitet Tjänst i form av Workshop-rum Formater på den aktivitetstjänst som skapar värde	Segment Konferensgäst Föreläsare Hyresgäster Studenter Föreläsare <i>Vilka drar fördel av din aktivitet?</i>	Värdeerbjudande Utveckling av lärande & workshop Kunskapsutbyte Folktillströmning & mångfald Gränsöverskridande möten Värdeerbjudande för omgivningen Mätbara effekter Antal workshops NKI från kunder Nya ideer Studieresultat <i>Hur man visar att man gör en värdeskapande skillnad?</i>
Partners + Nyckelintressenter Chalmers föreläsare Chalmers beställarfunktion PIL <i>De relationer, tillstånd och det stöd som behövs utifrån för att kunna leverera värde</i>		Kanaler Chalmers HG i byggnaden Nyhetsbrev branschskrifter <i>Hur man når ut till kunder och dem som drar nytta av aktiviteten.</i>	Kund Hyresgäster Chalmers utbildning Konferenskunder <i>Vilka personer eller organisationer kan tänkas betala för aktiviteten?</i>	Värdeerbjudande för kund Effektivt lärande Effektivt kunskapsutbyte Förbättra relationer Problemlösning & kreativitet Nya unika lösningar <i>Vad vill dina kunder få ut av aktiviteten?</i>
Kostnadsstruktur Personal: 252 450 kr/år Avskrivningar inredning & teknik: 89 680 kr/år Kompetensutveckling: 20 000 kr/år <i>Till exempel de aktiviteter och resurser som är mest kostsamma</i>		Uppskattat årligt resultat - 2 130 kr/år <i>Var planerar du att återinvestera vinsten?</i>	Intäkter Bokningsintäkter Chalmers: 210 000 kr/år Hyresgäster: 90 000 kr/år Externa besökare: 60 000 kr/år <i>Redovisa intäktskällor i %</i>	

Inspired by The Business Model Canvas

Figur 4.15. Social Business Model Canvas för ALW. Ändrad och återgiven med tillstånd. (Tandemic 2017).

4.2.8. Slutsatser från affärsmodell för ALW

I arbetet med att framställa en affärsmodell för ALW-salen har det framkommit faktorer som är avgörande för en lyckad utveckling och användning av funktionen. Följande slutsatser och rekommendationer har gjorts därefter.

- ALW-salen i JSP2 bidrar till utvecklingen av lärmiljöer och metoder för undervisning samt workshops.
- Genom att den attraherar studenter och föreläsare till byggnaden så bidrar den till att skapa en mångfald av aktörer vilket ökar sannolikheten för gränsöverskridande möten
- Då det inte finns en tydlig efterfrågan från Chalmers är det viktigt att sprida konceptet och låta föreläsare prova och känna vad det handlar om.
- Det är viktigt att erbjuda stöd till workshopledare i form av workshops, event osv för att dem ska kunna känna en trygghet i att ta sig an en ny metod för utbildning och workshops.
- Det bör påpekas att salen måste användas för att ha en chans att bidra till mervärden. Vid användning av olika aktörer kan den skapa mervärden för enskild deltagare samt skapa en insikt om värdet av samarbete och diskussion. Det har visats ha positiv effekt på deltagarna och funktionen har möjlighet att dra olika aktörer till byggnaden.

4.3. Coworking

Enligt Tadashi (2013) är coworking ett sätt att utforma en arbetsplats där bland annat frilansare, egenföretagare eller anställda som har egna jobb delar kontor så att de kan interagera och samarbeta med andra eller fokusera på sitt eget arbete. Brinkö & Van Meel (2014) menar att idén med coworking är att folk inte bara ska dela kontorsfaciliteter, utan även dela en känsla av gemenskap som möjliggör samarbete och synergier.

Som en grund för diskussionen kring den fortsatt växande coworking trenden har Kojo & Nenonen (2016) kategoriserat de olika typerna av coworking ytor i och beskrivit deras huvuddrag. Studien är baserad på exempel av coworking i Finland och motsvarar väl omvärldens och Sveriges utveckling och utbud av coworking. Deras kategorisering kommer således tillämpas för att beskriva och kategorisera olika typer coworking.

Kojo & Nenonen (2016) delar in coworking typer under sex kategorier, av dessa kategorier bygger tre på en ideell affärsmodell och tre bygger på en vinstdriven affärsmodell. Coworking som bygger på en ideell affärsmodell är:

- **Public Office:** coworking ytor som är tillgängliga för allmänheten, öppna för alla och gratis att besöka och använda, till exempel som ett bibliotek.
- **Third Places:** en variant av allmänna utrymmen som används för arbete avskilt från hem eller arbete vilka kan kännetecknas av att vara lättillgängliga avseende tid och läge. Exempel på ytor inom denna kategori som används för att arbeta på är hotellobbyer, caféer, mötesplatser och andra allmänna platser. Dessa ytor kräver inte ett medlemskap men kan kräva att man köper de tjänster som erbjuds, som till exempel i ett café.
- **Collaboration Hubs:** drivs av organisationer med målet att möjliggöra och skapa samarbete mellan medlemmar inom utvalda områden. Det handlar exempelvis om att samla entreprenörer eller blanda designers som delar studios. Medlemskapet är antingen gratis eller avgiftsbelagt vilket varierar från olika organisationer. Kojo & Nenonen (2016) ger Urban Mill som exempel där medlemskap är gratis för studenter och forskare medan företag kan hyra in sig månadsvis eller hyra eventytor.

Coworking som bygger på en vinstdrivande affärsmodell är:

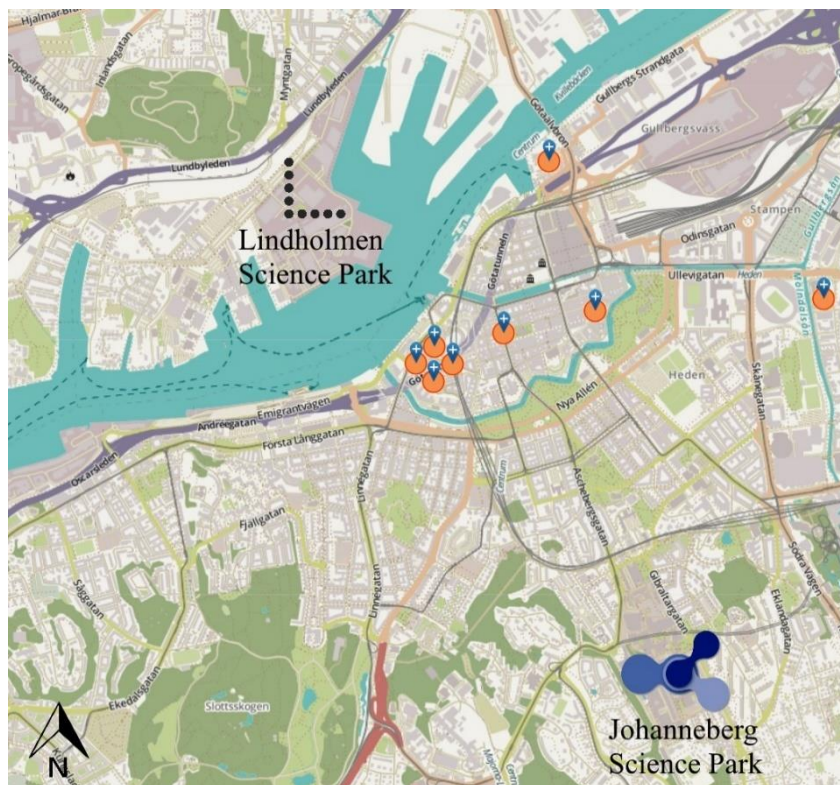
- **Coworking Hotels:** Coworkinghotell erbjuder tjänster i form av delad kontorsyta kompletterat med tillgång till internet, kaffe, utskifter och bokningsbara mötesrum. Tiden för kortast möjliga bokning varierar från minst en timma till minst tre månader beroende av koncept och anläggning. All användning av coworking tjänster inom denna kategori är avgiftsbelagd. Kontorshotellens faciliteter drivs, utvecklas och underhålls av ägaren, ofta med målet att attrahera kunder.
- **Incubators:** erbjuder en delad arbetsyta för en utvald grupp individer eller ett team för att stödja entreprenörskap. Ett exempel på detta finns på Chalmers Tekniska Högskola där utvalda studenter från entreprenörsskolans mastersprogram delar lokaler med Chalmers Ventures som stöttar eleverna när de jobbar med att starta företag.
- **Shared Studios:** är ett exempel på delade kontor där en organisation eller entreprenör hyr ut arbetsyta på avtal avseende en månad och uppåt. Det finns ofta kriterier för vilka som får hyra vilka kan handla om att passa in i den uppbyggda gemenskapen eller vara anställd av en särskild organisation. Nya medlemmar väljs ofta bland bekanta till medlemmarna och sedan förekommer särskilda processer för urval av vem som skall få bli medlem. Shared studios

bygger på en gemenskap bland dem som hyr då underhåll och utveckling av den gemensamma arbetsytan ofta sköts av medlemmarna. Detta skiljer från övriga kategorier då det innebär att medlemmarna tar hand om den fysiska miljön och utvecklar arbetsplatsen.

Den coworking som vi rekommenderar för JSP2 faller inom kategorin för coworking-hotell med vinstdriven affärsmodell. Detta är för att coworkingen i JSP2 bör husera och möjliggöra för olika etablerade företag att arbeta och samverka under samma tak. Det är en form av coworking som genererar intäkter samtidigt som den har potential att skapa mervärden i form av mångfald av aktörer i JSP2.

De konkurrerande verksamheterna vars erbjudande och läge, går att jämföra med kommande coworking i JSP2 är följande:

- The House, Nya Hovås
- Entreprenörsgatan, Ingenjörsgatan 5, 8, 9 & Kungsgatan 4.
- Entrepreneurial Hive, Östra Larmgatan 16.
- Regus AB, Lilla Bommen 6 & Fabriksgatan 7.
- Convendum på Kungsportsavenyn 21 (öppnar 2017)
- G-Lab21, Västra Hamngatan 7C.
- Kolgruvan, Kolgruvegatan 12.



Figur 4.16. Utbud av Coworking i Göteborg.

© OpenStreetMaps bidragsgivare, omarbetad med tillstånd.

De verksamheter som skapar konkurrens finns i centrala Göteborg, främst inom Vallgraven. I området kring Johanneberg / Guldheden / Annedal finns i nuläget ingen jämförbar verksamhet, dock är det en snabbt växande bransch, se figur 4.16. Enligt Waters-Lynch et.al (2016) har antalet coworkingkontor exponentiellt vuxit sedan den första lanserades 2005. Det senaste årsskiftet, 2016–2017, ökade antalet coworking kontor i världen med 54%, från ca 16 000 till 25 000. Den svenska marknaden följer trenden och ett flertal coworking kontor har öppnat de senaste åren i svenska städer.

4.3.1. Fördelar med coworking

En av de innovationsutmaningar som Akademiska Hus (2016) formulerat för JSP2 är: Att skapa flexibla och digitala lärmiljöer och arbetsplatser som nyttjar digitaliseringens framsteg samt möter de konstant växande kraven gällande flexibilitet och effektivitet. Coworkingen i JSP2 möter utmaningen och skapar utveckling inom området för flexibla och effektiva arbetsplatser. Larsson, W. (2016) skribent på hemsidan Företagande.se utreder i en artikel vad coworking innebär i praktiken för användare. Han menar på att coworking-trenden växer inte bara för att frilans-trenden är stark, utan även att man som företagare ser värdet av att arbeta bland och med likasinnade. Han förklarar att det är ett effektivt sätt att arbeta som möjliggör utökat kontaktnät bland likasinnade. Enligt Kojo & Nenonen (2016) har coworking möjliggjorts tack vare digitalisering och modern teknik som möjliggör för människor att arbeta flexibelt på olika sätt, platser och tider utan att vara bundna till en särskild arbetsplats. Åquist, A. (2017) grundare för företaget Yta som förmedlar lediga lokaler, framställer att de flesta väljer coworking i och med den flexibilitet som konceptet medför. Coworking konceptet stödjer således innovationsutmaningen gällande flexibla och effektiva arbetsplatser.

Maria Hedlund, vice VD på Lindholmen Science Park menar i en intervju (20 april, 2017) att science parks generellt syftar till att skapa en samverkansmiljö mellan olika aktörer. Hon menar att mervärden som problemlösning, utveckling och nya projekt uppstår genom att en mångfald av aktörer från olika branscher med olika kompetens möts för att lösa problem och driva utveckling framåt. En coworking i JSP2 kan skapa mervärden genom att den möjliggör för företag av olika storlek tillhörande olika branscher att arbeta under samma tak. Det skapar på så vis en mångfald av kunskap och intressen på Johanneberg Science Park. En coworking med en stark gemenskap gör att användarna känner varandra bättre och kan på så vis främja samarbeten. Vidare kan en coworking i JSP2 en skapa rörelse i byggnaden genom att användare kommer och går både under och utanför normala arbetstider jämfört mot övriga personer i byggnaden.

4.3.2. Stöd och Resurser

Precis som för ett traditionellt kontor krävs det tillgång till vissa grundläggande funktioner såsom mötesrum med bokningssystem, skrivare, tillgång till kaffe, access och ett visst mått av säkerhet. Som Brinkö & Van Meel (2014) påpekar bör coworking utöver att erbjuda de grundläggande arbetsrelaterade behov på ett kontor även skapa en känsla av gemenskap som möjliggör samarbete och synergier. För att utreda vilka funktioner och vilken nivå av gemenskap på en coworking som bidrar till ett kunskapsutbyte mellan användare har Parrino (2015) gjort en studie av kunskapsöverföring mellan användare baserat på en jämförelse mellan två olika coworking kontor. Parrino (2015) påpekar att coworking inte automatiskt innebär en social arbetsmiljö, nya kontakter & nya samarbeten mellan användare vilket många tror, tvärtom krävs det en plattform och funktioner som stödjer sociala relationer och samarbeten på arbetsplatsen. Hur starka relationerna är bland dem på arbetsplatsen är en nyckelfaktor för kunskapsöverföring, desto starkare relationerna är desto mer kunskapsöverföring sker. Vidare spelar det en stor roll att ha en social närhet till andra och att ingå direkt eller indirekt i nätverk för att främja samarbeten mellan användare av coworking.

Brinkö & Van Meel (2014) introducerar personalen på ett coworking kontor som värdar med arbetsuppgifter som bland annat innebär att ta hand om praktiska saker som avtal, Wi-Fi, kaffe och skrivare. Värden har en viktig social roll på arbetsplatsen då deras ansvar även innebär att göra ett oinspirerande kontor till ett livligt utrymme som fostrar idéer. Detta gör de genom att få nya användare att känna sig som hemma, se till så att

folk träffas samt se till att saker händer som till exempel organiserade luncher, föreläsningar, workshops och utställningar. I en intervju med C. Bengtsson (7 februari, 2017) som sköter coworkingen på The House förklarade hon att hennes roll dels innebär att skapa en god stämning och arrangera events för användarna på coworkingen vilket är essentiellt för att skapa den sammanhållning The House vill erbjuda med sin coworking. Det framkom även att det i utvecklingen av konceptet kring coworkingen i The House lades stor vikt på att bjuda in kunder/användare som själva ville delta och bidra till gemenskapen på den gemensamma arbetsplatsen för att det skulle vara en inspirerande och attraktiv plats att arbeta på.

Enligt Parrino (2015) behövs en plattform som stödjer interaktion mellan användarna för att skapa en känsla av gemenskap, möjliggöra samarbeten och främja synergier. En plattform för kommunikation samt personal som främjar relationer bör utöver att skapa interaktion även främja utbyte av information och skapa möjlighet för användare att resonera och spåna med andra inom egna och andras intresseområden. Plattformen bör enligt Parrino innehålla följande:

- En digital plattform med användares profiler.
- Anpassat socialt nätverk
- Nyhetsbrev varje vecka med information och nyheter kring användarna och aktiviteter organiserade på arbetsplatsen.
- Möjlighet för användarna att skicka grupp-mail till andra användare för att exempelvis introducera sig själva eller söka potentiella samarbetspartners.
- Tavla med bilder och beskrivning av användarna.
- Event utformade för att skapa kontakter mellan användarna
- Personal som hanterar och sköter arbetsutrymmet och främjar interaktioner och relationer mellan användarna.

Brinkö & Van Meel (2014) menar att den viktigaste kvaliteten hos ett coworkingkontor ligger i dess fokus på kunderna. Detta är för att de som driver coworkingtytor arbetar på en marknad med hög konkurrens. Till skillnad från anställda hos ett företag, kan egenföretagare välja den plats de vill arbeta ifrån. Om coworkingkontor inte erbjuder värde och lyssnar på sina kunder så kommer kunderna helt enkelt välja att jobba på en annan plats. Ett förslag på åtgärd för att säkerställa kvalitet och tillfredsställa kunder är att användarna använder en app där dem kan betygsätta arbetsplatsen utifrån bl.a. kvalitet på kaffe, ljudnivå, tillgänglighet på eluttag, arrangemang, hastighet på Wi-Fi och känslan av gemenskap. Utifrån detta får värden feedback på vad som uppskattas och vad som behöver förbättras.

4.3.3. Utformning av coworking-erbjudande i JSP2

Alla medlemskapsformer för coworkingen i JSP2 bör ha fri tillgång till alla grundläggande behov ett kontor uppfyller, vilket inkluderar sådant som trådlöst internet, fria utskrifter och vissa receptionstjänster. Priset för medlemskap bör även inkludera fri tillgång till mötesrum ett antal timmar per månad, i nedanstående erbjudanden kan den fria konferenstiden spenderas enligt följande per månad:

- Tre fria timmar i mötesrum anpassade för 6–8 personer, eller:
- Två fria timmar i mötesrum anpassade för 8–10 personer, eller:
- En fri timma i mötesrum anpassat för 16–18 pers.

Medlemskapsformerna bör enligt oss se ut som följande:

Öppen plats

Tillgång till en för dagen ledig arbetsplats
Stol och arbetsyta
Kaffe & Te
3 timmar konferensrum
2800 kr / månad

Fast plats

En egen fast arbetsplats i kontorslandskap
Stol samt höj- och sänkbart bord med hurts
Kaffe & Te
3 timmar konferensrum
4000 kr/månad

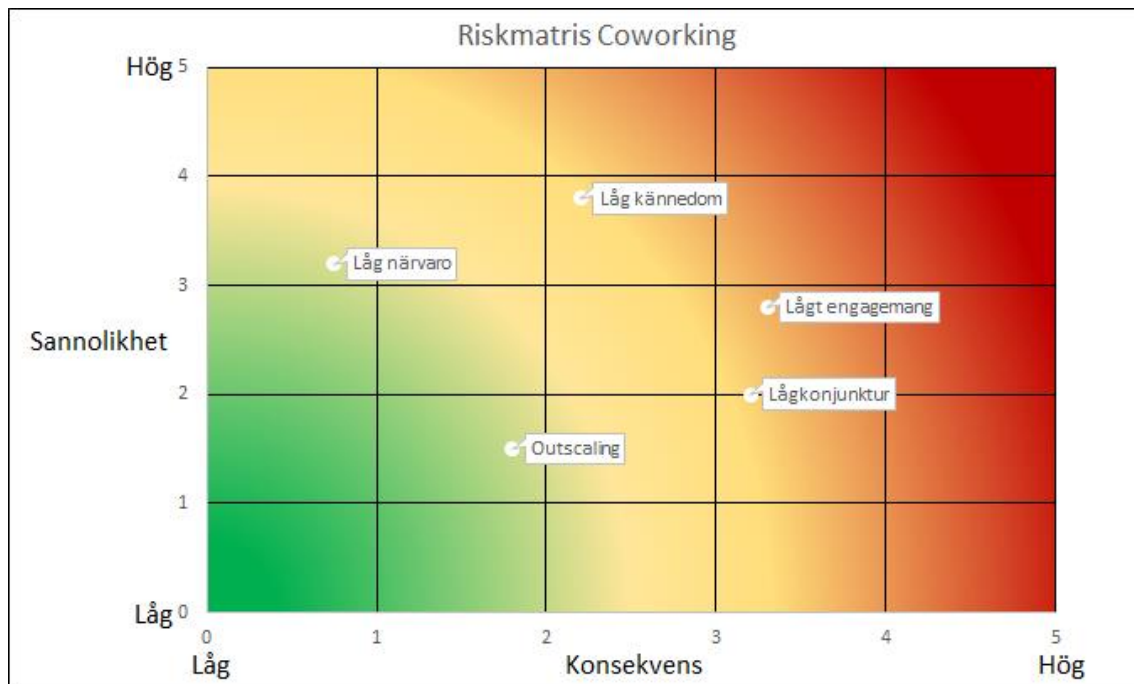
Zon

Avskilt kontor i coworking-miljön
Kaffe & Te
3 timmar konferensrum
Storlek på zon kan anpassas efter önskemål
Minsta storlek 18 kvm inrett för 2 personer
10 000 kr/månad och uppåt

4.3.4. Riskkartläggning

Fem risker har identifierats och placerats i en riskmatris efter att de bedömts utifrån sannolikhet att inträffa samt hur stor konsekvens de kan ha på verksamheten, se figur 4.17. Därefter presenteras alternativa förebyggande handlingar och lösningar för identifierade risker.

- **Outscaling:** Innebär att mindre organisationer, med en eller ett fåtal personer, expanderar och bildar nya lokalbehov. Om de nya behoven inte kan mötas på plats finns en risk att viktig kompetens flyttar från JSP2.
- **Lågt engagemang:** Att närvarande coworking kunder inte bidrar till samverkan och gemenskap. Vilket kan
- **Låg kännedom:** Coworkingen i JSP2 inte känd/dåligt marknadsförd
- **Lågkonjunktur:** Småföretagare jobbar hemifrån för att spara in
- **Låg närvaro:** Att frilansare som hyr plats sällan är där, då skapas tomma platser, om det är många användare som sällan är där, blir det ett stort nätverk men med svaga relationer.



Figur 4.17. Riskmatris för risker relaterade kring etableringen av ett coworking kontor i JSP2.

- **Outscaling:** innebär att mindre organisationer, med en eller ett fåtal personer, expanderar och bildar nya lokalbehov. Om de nya behoven inte kan mötas på plats finns en risk att viktig kompetens flyttar från JSP2. Detta kan motverkas genom att Coworkingen i JSP2 har stora ytor vilket möjliggör för uppbyggnad av ett mindre kontor i coworkingen. Att omforma coworkingen kan påverka konceptet och övriga som hyr kontorsplatser och det bör därför övervägas noggrant vad det finns för fördelar respektive nackdelar med att möjliggöra för ett expanderande företag att vara kvar på coworkingen. Akademiska Hus kan även arbeta för att välkomna och möjliggöra för hyresgäster som är få till antalet att hyra lokaler eller fast kontorsyta. Bland andra stora företag och hyresgäster kan det vara enklare att ha en samverkansmiljö som i JSP1 där flera mindre företag sitter på samma plan.
- **Lågt engagemang:** syftar på risken att det flyttar in personer med lågt engagemang som inte bidrar till samverkansmiljön kan påverka stämningen på coworkingen negativt. Coworking är en plats där personer varierar privat arbete med socialt umgänge med andra personer. En person eller en grupp som sprider dålig stämning kan skada varumärket och den stämningen som coworkingen behöver erbjuda för att vara attraktiv. Förebyggande arbete kan bestå i att man vid visning och erbjudande av coworkingen utvärderar personens avsikter med att arbeta där samt hur den personen är, betar sig och vad den har för värderingar. Blir man då osäker på personen innebär det att det är en risk att låta personen hyra kontorsplats i coworkingen.
- **Låg kännedom:** och otillräcklig marknadsföring är möjlig då det finns många konkurrerande coworking i Göteborg som konkurrerar inom samma segment. Det kan leda till en låg beläggningsgrad, vilket i sin tur kan skapa en lugn eller "död" miljö där färre möten uppstår och livlighet och god stämning saknas. Detta kan bevakas och motverkas genom större satsningar på marknadsföring om det upplevs som att marknadsföringen inte når fram.

- **Lågkonjunktur:** eller ekonomisk instabilitet kan leda till att exempelvis frilansare och egenföretagare väljer att spara in på pengar genom att arbeta hemifrån exempelvis. Det kan även leda till att företag sparar in på projekt och således kan dem som hyr projektkontor försvinna från coworkingen.
- **Låg närvaro:** syftar på risken att de som abonnerar en öppen plats på coworkingen sällan fysiskt närvarar, vilket medför att få personer befinner sig på kontoret vilket kan skapa negativ påverkan på det sociala klimatet på arbetsplatsen, vilket i sin tur är den vanligaste anledningen till att folk väljer att arbeta på coworking-kontor enligt Brinkö & Van Meel (2014). Att hyra en öppen plats innebär att man sitter där det finns lediga platser. Risken går att motverka genom överbeläggning, att sälja ut fler platser än vad som får plats om alla är där samtidigt. Detta kan vara riskfyllt då det riskerar att bli överbelagt och inte finnas platser om många kommer vid samma tillfälle. Det finns även en risk att överbeläggning påverkar sammanhållningen och stämningen negativt på grund av att det konstant rör sig nya personer så att det är svårt att bygga upp styrka och tilltro i relationen till andra.

4.3.5. Intäkter och utgifter

Prissättning och avgift för coworking varierar kraftigt mellan olika koncept och erbjudanden, i exempelvis Urban Office välkomnas folk att kostnadsfritt komma in och jobba när det passar dem (Kojo & Nenonen, 2016). Den prissättning som vi föreslår har jämförts med de former av coworking som erbjuds i Göteborg för att skapa ett marknadsmässigt erbjudande. Då det är det enda coworkingkontoret i en science park i göteborgsområdet skapas även ett unikt värdeerbjudande jämfört med andra coworkingkontor.

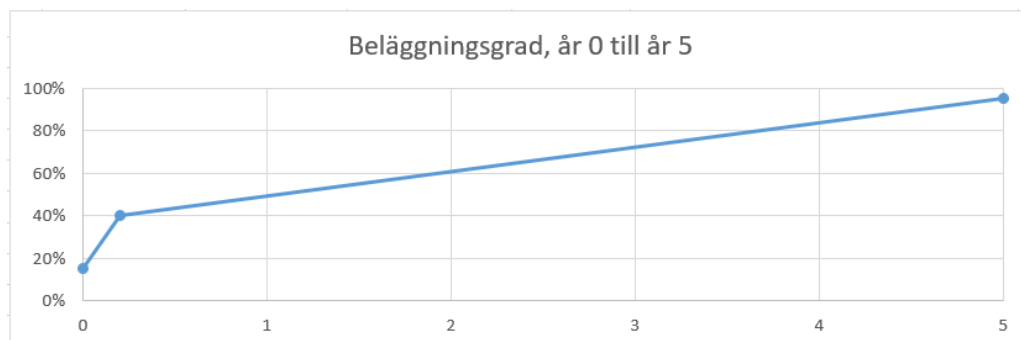
Coworkingen i JSP2 behöver enligt vårt förslag dimensioneras till en yta stor nog att rymma ett tillräckligt antal personer för att det ska vara en social och levande arbetsplats. Följande förslag behandlar en yta om 550 kvm som är tänkt utformas för att erbjuda 60 arbetsplatser. Förhoppningen är att en arbetsplats av denna storlek är livlig och social även vid låg belägningsgrad. Coworkingen kommer att erbjuda tre sorters arbetsyta för uthyrning. Den första är öppen plats vilket innebär att det finns en yta där inga möbler eller platser är bokningsbara, man sitter helt enkelt där det finns plats. Den andra är fast plats vilket innebär att man hyr ett bord och stol så att det blir din plats under tiden du är kund. Tredje kategorin är zon vilket utgörs av ett arbetsrum skilt från omgivningen med väggar och dörr. En zon kan anpassas i storlek efter önskemål från kund och kan på så vis användas som projektrum eller av expanderande företag.

De investeringar som redovisas i figur 4.18 resulterar i en uppskattad total inredningskostnad per plats på ca 35 000 kr om man inkluderar de flexplatser som saknar en egna dedikerade arbetsplatser. Denna siffra är något högre än den schablonkostnad på 30 000 kr som ofta antas för arbetsplatser, för att skapa ett värdeerbjudande som överväger kostnaden är det viktigt att erbjuda en inspirerande arbetsmiljö. Kostnadsposten "buffert" inkluderar projektering, inredningsarkitektur, dekoration, gemensam belysning och den loungeinredning som är avsedd att nyttjas gemensamt av coworkingen-kunder samt gäster. De totala inredningskostnaderna resulterar i en slutlig avskrivningskostnad på 211 000 kronor per år, med en avskrivningstid på tio år.

Investeringskalkyl inredning	Belopp:
Bord, höj och sänkbart:	5 000 kr
Stol:	3 500 kr
Hurts:	2 000 kr
Avskärmning:	1 500 kr
Lampa:	1 000 kr
Inredningskostnad per plats:	13 000 kr
Antal fasta platser:	27
Antal zon platser:	20
Inredningskostnad arbetsplatser:	611 000 kr
Buffert (projektering, arkitekt, flex m.m)	1 500 000 kr
Total uppskattad inredningsinvestering:	2 111 000 kr

Figur 4.18. uppskattad investeringskalkyl för inredning och utformning av coworking.

Efter samtal med tre jämförbara coworkingkontor i Göteborgsområdet har vi uppskattat att det är rimligt att beläggingsgraden kan uppnå 95% efter fem års verksamhet. En jämförelse av priserna för coworking i Göteborg har använts för att skapa prissättningen av de olika arbetsplats-typerna som används i vårt förslag, redovisat i figur 4.20. De kostnader som använts för att räkna ut resultatet för coworkingen inkluderar inte byggnadskostnader, lokalanpassning eller eventuella evenemangskostnader. Med anledning av den förväntat stadigt stigande beläggingsgraden, se figur 4.19, så har intäkts- och resultatsberäkningarna i figur 4.20 delats upp på tre separata år.



Figur 4.19. Beläggingsgrad, år 0 till år 5

Intäkter Coworking, år 1.						Resultat coworking år 1	
	Antal	Beläggingsgrad	Sålda platser	Pris per månad:	Intäkt per år:	Intäkter	
Öppen plats	13	40%	5	2 800 kr	174 720 kr	Personalkostnader	504 000 kr
Fast plats	27	40%	11	4 000 kr	518 400 kr	Avskrivningar	211 000 kr
Zon*	10	40%	4	10 000 kr	480 000 kr	Marknadsföringsbudget (15% av oms.)	175 968 kr
				Totalt:	1 173 120 kr	Resultat år 1:	282 152 kr
Intäkter Coworking, år 3.						Resultat coworking år 3	
	Antal	Beläggingsgrad	Sålda platser	Pris per månad:	Intäkt per år:	Intäkter	
Öppen plats	13	60%	8	2 800 kr	262 080 kr	Personalkostnader	504 000 kr
Fast plats	27	60%	16	4 000 kr	777 600 kr	Avskrivningar	211 000 kr
Zon*	10	60%	6	10 000 kr	720 000 kr	Marknadsföringsbudget (15% av oms.)	263 952 kr
				Totalt:	1 759 680 kr	Resultat år 3:	780 728 kr
Intäkter Coworking, år 5.						Resultat coworking år 5	
	Antal	Beläggingsgrad	Sålda platser	Pris per månad:	Intäkt per år:	Intäkter	
Öppen plats	13	90%	12	2 800 kr	393 120 kr	Personalkostnader	504 000 kr
Fast plats	27	90%	24	4 000 kr	1 166 400 kr	Avskrivningar	211 000 kr
Zon*	10	90%	9	10 000 kr	1 080 000 kr	Marknadsföringsbudget (15% av oms.)	395 928 kr
				Totalt:	2 639 520 kr	Resultat år 5:	1 528 592 kr

*Avser en yta på 18 kvm, anpassad för 2 personer

Figur 4.20. Intäkter och resultat år 1, 3 och 5.

Jämförelseintäkten på 2500 kr intäkt per kvm och år, resulterar i en alternativ hyresintäkt på 1 375 000 kr per år för de 550 kvm coworkingen nyttjar. För att generera

en likvärdig intäkt krävs det en beläggningsgrad på 85%, vilket bör gå att uppnå innan slutet på år 4.

4.3.6. Nyckelpunkter till affärsmodell för coworking

För att fylla affärsmodellen med information har de viktigaste punkterna ur kapitlet lyfts fram till ett förslag på affärsmodell. Först presenteras de nedan i punktform för att följaktligen återges kortfattat i en Social Business Model Canvas där de återges överskådligt och får ett sammanhang till varandra, se figur 4.21.

- Kompetent, social och passande personal är viktigt för att driva en coworking
- Användare bör ha inflytande över arbetsmiljön så att den tillfredsställer dem.
- Personal på plats samt marknadsföring utgör de största kostnaderna
- Intäkterna baseras på om kund hyr en öppen arbetsplats, fast arbetsplats eller en zon. Beläggningsgraden förväntas nå 95% år 5.
- De viktigaste aktiviteterna är att bemöta kunder och arbeta för en bra stämning på arbetsplatsen
- Coworkingens erbjudande bör kommuniceras i närområdet, via användare och reklam i tidningar för egenföretagare och liknande.
- Coworkingen kan användas av egenföretagare, mindre företag samt som projektrum för företag på Johanneberg Science Park.
- Coworkingens värdeerbjudande för användare är arbetskollabor, utökat nätverk och chans till samarbeten
- Coworkingen medför mervärden till JSP2 som flöde av folk, mångfald av kompetens och en social arbetsplats.

Social Business Model Canvas för Coworking				TANDEMIC
Nyckelresurser Kontorsyta Personal Bokningssystem <i>De resurser som behövs för att driva verksamheten, personal, finansiella</i>	Nyckelaktiviteter Kundbemötande Städning / service Ta emot feedback Marknadsföring Hitta & välja rätt användare <i>De aktiviteter som måste utföras för att leverera värde</i>	Värdeskapande aktivitet Social arbetsplats och kreativ miljö för mindre företag <i>Formas på den aktivitet (jänst) som skapar värde</i>	Segment Hyresgäster av kontor samhällsaktörer, samhällsbyggnadssektorn Akademi Johanneberg Science Park <i>Vilka drar fördel av din aktivitet?</i>	Värdeerbjudande Socialt arbetsliv, närhet till akademi & näringsliv Nätverk, Kreativ miljö Flöde av människor <i>Värdeerbjudande för omgivningen</i> Målbara effekter Utökade kontaktnät Samarbeten & nya projekt Beläggningsgrad <i>Hur man visar att man gör en värdeskapande skillnad</i> Värdeerbjudande för kund
Partners + Nyckelintressenter JSP Hyresgäster Användare <i>De relationer, tillit och det stöd som behövs utifrån för att kunna leverera värde</i>		Kanaler Marknadsföring, genom användares kontaktnät. Hyresgäster Nyhetsbrev Marknadsföring i entrén <i>Hur man når ut till kunder och dem som drar nytta av aktiviteten</i>	Kund Hyresgäster som hyr projektrum. Egenföretagare & små företag <i>Vilka personer eller organisationer kan tänkas betala för aktiviteten?</i>	Samarbeten & nya projekt Beläggningsgrad Värdeerbjudande för kund Socialt arbetsliv Kontaktnät Samarbeten Bra arbetsmiljö <i>Vad vill dina kunder få ut av aktiviteten?</i>
Kostnadsstruktur Kostnader år 5: Personal: 504 900 kr/år Avskrivningar: 211 000 kr/år Marknadsföring 395 928 kr/år <i>Till exempel de aktiviteter och resurser som är mest kostsamma</i>		Uppskattat årligt resultat År 1: 282 152 kr/år År 2: 780 728 kr/år År 5: 1 528 592 kr/år <i>Vad planerar du att återinvestera vinsten?</i>	Intäkter Intäkter år 5: 2 639 520 kr/år <i>Beredvita intäktsskallor i %</i>	

Inspired by The Business Model Canvas

Figur 4.21. Social Business Model Canvas för coworking. Ändrad och återgiven med tillstånd. (Tandemic 2017).

4.3.7. Slutsatser från affärsmodell för coworking

I arbetet med att framställa en affärsmodell för coworking i JSP2 har det framkommit faktorer som är avgörande för en lyckad utveckling och användning av funktionen. Följande slutsatser och rekommendationer har gjorts därefter.

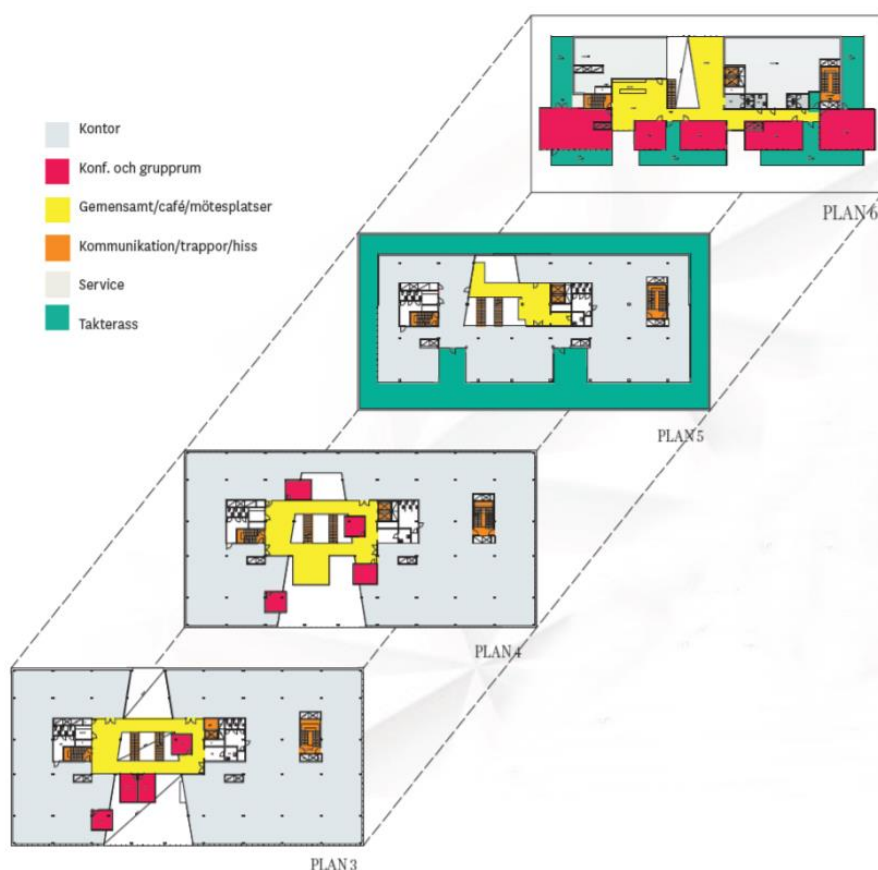
- Coworkingen måste erbjuda en bra arbetsmiljö samt en social och attraktiv arbetsplats, det är detta värdeerbjudande vilket konkurrerar med andra coworking-kontor.
- Aktiviteter rekommenderas för att skapa gemenskap och sammanhållning, vilket är varför kunder väljer att arbeta på coworking-kontor.
- Det behövs resurser för att främja nätverkande och relationer, tex genom events
- Att låta kunder betygsätta, bedöma och kritisera kan ge värdefull information om vad som uppskattas eller inte. Coworkingen finns till för kunderna och måste därför tillfredsställa dem, annars jobbar de på annat håll.
- Marknadsföring är viktigt då det finns konkurrerande verksamheter i Göteborg.
- Det behövs arbetsinsatser motsvarande en heltidsanställning för att driva coworkingen enligt detta förslag, förslagsvis är personalen på plats på coworkingen för att skapa en känsla av gemenskap.

4.4. Konferens

I JSP2 planeras det finnas flera mötesrum samt en hörsal, dessa rum är tillgängliga för befintliga hyresgäster såväl som för utomstående att hyra mot en avgift. Mängden och storleken på samtliga konferensrum är ännu ej bestämda men planeras enligt arkitekten S. Kovacs (3 maj 2017), hos Tengbom arkitekter, i följande antal och storleksgrupper:

- Fem mötesrum anpassade för 6–8 personer
- Tre mötesrum anpassade för 8–10 personer
- Ett mötesrum anpassat för 16–18 personer
- En multifunktionell hörsal, ca 220 kvm, anpassas för 230 deltagare.

Dessa konferensrum är placerade i kontakt med det centrala atriet vid trapphuset, dit husets samtliga nyttjare har tillgång. Planlösningen på figur 4.22. skapades under ett tidigt skede, men illustrerar hur mötesrummen är placerade för att ge husets samtliga nyttjare tillgång, då de är placerade i kontakt med trapphus och allmänna ytor.



Figur 4.22. Exempelplanlösning med funktionsfördelning över tredje till sjätte våningen. (Akademiska Hus 1 2017)

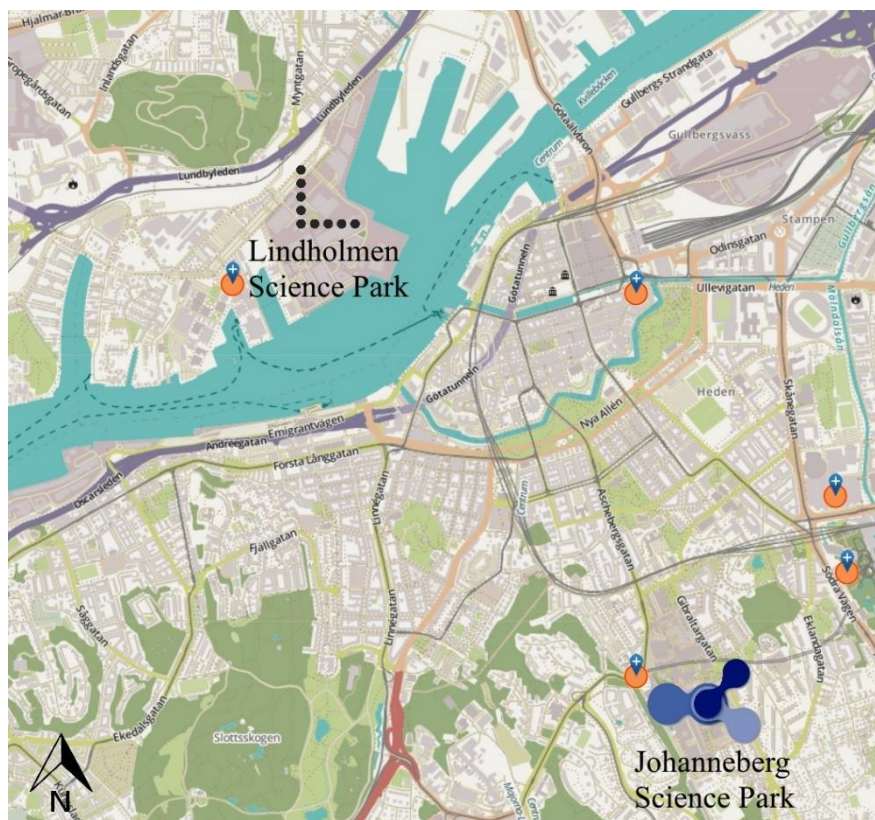
Husets största konferensrum, vilken visas i figur 4.23 nedan är den 220 kvm stora hörsalen på husets entréväning, i dess nordvästra hörn. För att en sal av den storleken ska vara användbar av stora grupper reser sig salen genom bjälklaget upp till våning två. Det betyder att hörsalen tar upp en lika stor yta på andra våningen som på entréplan. Salen ska vara delbar med tillfälliga skiljeväggar och väl uppdelad kan båda sidor användas samtidigt. Figur 4.21 nedan visar även fyra mindre konferensrum som planeras till våning 1.



Figur 4.23. Förslagshandling planlösning våning 1. (Akademiska Hus 1, 2017)

De mindre konferensrummen för 6–18 personer i JSP2 finns främst för interna kunder i JSP2, dessa konferensrum inkluderas därför inte i omvärldsanalysen nedan. Hörsalen som väntas rymma cirka 200 personer finns till både för externa kunder såväl som för hyresgäster i JSP2. Sett enbart till storleken på hörsalen finns det flera alternativ i Göteborg som skapar konkurrens. Då hörsalen i JSP2 ligger i anslutning till Chalmers och även är placerad i en samverkansmiljö för material- och nanoteknik, energi och samhällsbyggnad så har den chans att utmärka sig och attrahera externa kunder i och med dess läge och sammanhang i en samverkansmiljö. Figur 4.24 redovisar konferensanläggningar i Göteborg som erbjuder lokaler av motsvarande läge, med plats för 150–250 personer, följande anläggningar är markerade på kartan:

- Lindholmen Conference Centre, Lindholmospiren 5.
- Chalmers Conference Centre, Chalmersplatsen 1.
- Världskulturmuseet, Södra Vägen 54.
- Radisson Blu, Södra Hamngatan 59.
- Gothia Towers, Mössans Gata 24.



Figur 4.24. Utbud av konferenslokaler för 150–250 besökare i centrala Göteborg.
© OpenStreetMaps bidragsgivare, omarbetad med tillstånd.

4.4.1. Mervärden

I husets många kontorsytor planeras privata mötesrum till vilka enbart hyresgästen har tillgång, omfattningen av dessa är ska täcka organisationens dagliga normala behov. För att klara de “behovs-toppar” som uppstår mer sporadiskt kan hyresgästen, boka något av de gemensamma mötesrum som är tillgängliga för byggnadens alla användare. De gemensamma konferensrummen svarar även på det behov av mötesrum som uppkommer i och med att coworkingen förväntas husera cirka 60 personer som behöver kunna arrangera möten med bl.a. kunder och partners. Enligt fastighetskontoret (u.å.) har alla nyttjare av en fastighet potentiellt stora besparingar att göra genom att dela på ytor och resurser. Att dela på mötesrum kommer i detta fall leda till att kontoren kan planeras på en mindre yta, vilket i sin tur kan minska organisationers hyreskostnader. De mervärden som skapas genom delade konferensrum begränsas inte till enbart ekonomiska, trots att de ekonomiska besparingarna är tydligast. Att dela på ytor leder bidrar också till ett miljövänligare nyttjande av lokaler, då flera individer och organisationer kan dela på användningen av en särskild resurs.

4.4.2. Stöd och resurser

Ett bokningssystem som erbjuder enkel administrering av bokning samt servicerelaterade tjänster krävs för konferensrummen, och bör inkluderas med byggnadens resterande funktioner, såsom ALW-rummet mm. Utöver rumsbokning bör detta system kunna hantera beställningar av fika eller övrig service via receptionen. Att synka bokningssystemet med en digital infoskärm vid varje konferensrum är något som både höjer intrycket, hjälper gäster lokalisera rätt rum och tydliggör huruvida ett visst konferensrum är bokat.

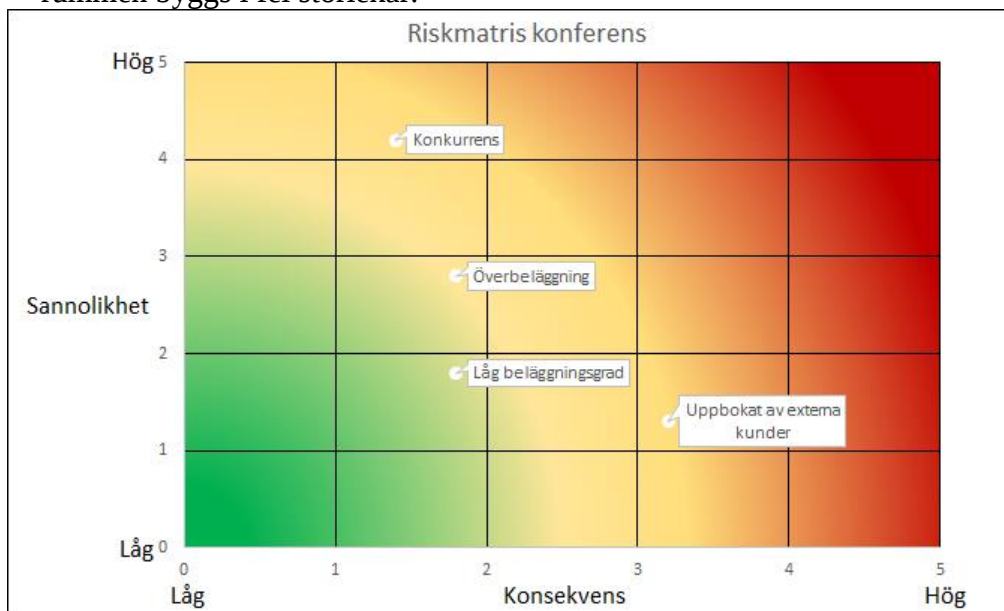
Utöver konferensrummens givna inredning med stolar, bord, belysning m.m. bör en del av rummen utrustas med den A/V-utrustning och programvara som krävs för tele- och videokonferenser.

4.4.3. Riskkartläggning

En riskkartläggning har gjorts med syftet att identifiera risker och utmaningar förknippade med de gemensamma konferensrummen. Kännedom kring dessa risker ökar beredskap och förbereder hanteringen av riskerna. Fyra risker har identifierats och placerats i en riskmatris efter att de bedömts utifrån sannolikhet att inträffa samt hur stor konsekvens de kan medföra, se figur 4.25. Därefter presenteras alternativa förebyggande handlingar och lösningar för identifierade risker.

Följande risker har identifierats:

- **Överbeläggning:** Risken att byggnadens gemensamma konferensanläggning inte klarar av att möta de största höjdpunkterna av behov som hyresgästerna genererar.
- **Uppbokat av externa kunder:** Skulle konferensen bli populär bland externa kunder kan en situation uppstå där den kvalitativa upplevelsen påverkas för hyresgäster och coworking, pga. en upplevd brist av konferensrum.
- **Konkurrens:** Den direkta närheten till Chalmers gör att konkurrensen med Chalmers Konferens är viktig att beakta, samt det faktum att en liknande hörsal byggs i angränsande fastighet.
- **Låg beläggingsgrad:** En situation där de gemensamma mötesrummen står tomma i hög grad kan uppstå till följd av felräknade behov eller ifall hyresgäster planerar för många egna mötesrum. Liknande situationer kan uppstå ifall rummen byggs i fel storlekar.



Figur 4.25. Riskmatris för konferensrum i JSP2.

- **Överbeläggning:** För att klara av att möta de stora gemensamma behov som hyresgäster kan generera krävs det i projektets tidiga skede att en kartläggning av hyresgästernas behov görs samt att andelen privata och gemensamma mötesrum balanseras väl.

- **Uppbokat av externa kunder:** Trots att externa konferensgäster genererar intäkter och positivt kan påverka samverkansmiljön, kan en situation uppstå där de gemensamma mötesrummen blir bokade till en så hög nivå att hyresgästerna och coworkingen inte kan boka den mängd tider som behövs för att genomföra den dagliga verksamheten. För att möta detta problem kan vissa tider eller dagar göras begränsade till enbart husets interna bokningar, alternativt kan en del av de gemensamma konferensrummen göras tillgängliga för enbart interna bokningar.
- **Konkurrens:** Chalmers Konferens skapar en stor konkurrens om de externa kunderna, vilket är viktigt att vara medveten om. Som tidigare nämnt finns en jämförbar multifunktionell hörsal i det hus som direkt angränsar till JSP2. Dessa salar är likvärdiga i både storlek och funktion, vilket gör att det är troligt att Chalmers inte kommer boka hörsalen i JSP2 till någon större utsträckning. För att möta situationen med hörsalen är det viktigt att i planeringsskedet överväga nytta mot kostnad, då hörsalen tar upp en total golvyta om ca 440 kvm fördelat på två våningar.
- **Låg belägningsgrad:** Om behovet av konferensrum understiger den mängd rum som erbjuds, finns några alternativ för att öka nyttjandegraden. Beroende på orsak kan konferensrummen anpassas till en ny kravspecifikation, eller rivas för att ge plats till en annan funktion. Ökad marknadsföring kan lösa locka fler externa kunder att besöka byggnaden och använda konferensrummen. Det är även viktigt att hålla en dialog med hyresgäster så att de är medvetna om att de kan hyra mötesrum i byggnaden som komplement och alternativ till att bygga mötesrum på den kontorsyta de hyr.

4.4.4. Intäkter och utgifter

Den finansiella analysen av konferensrummen nedan är baserad på uppskattningar gjorda av författarna samt information samlad av branschaktörer samt leverantörer av utrustning och inredning. Funktionerna mötesrum samt hörsal analyseras först separat, för att sedan kombineras där ett gemensamt resultat för konferensrummen presenteras, en alternativintäkt presenteras även med syfte att belysa hur pass lönsamt funktionen är i förhållande till en typisk intäkt för kontorshyra.

Mötesrum

Följande kostnader är uppskattningar som är gjorda för att förtydliga det behov av utrustning som krävs för att skapa konferensrum av god standard. Kostnaderna inkluderar inte byggkostnader, lokalanpassning eller ytskikt. Kostnaden för inredning och utrustning som förknippas till utformningen av de gemensamma mötesrummen i JSP2 kan separeras i två grupper: rörliga och fasta kostnader. De rörliga kostnaderna inkluderar stolar, bord samt en buffert för kostnader för övriga möbler, förvaring samt projektering m.m, alltså sådana kostnader som ökar i takt med att rummets storlek ökar. De halvfasta kostnaderna inkluderar inredning som inte påverkas av antalet platser i konferensrummet, alltså grundläggande teknisk utrustning som projektorer/TV-skärmar, whiteboards och den utrustning som möjliggör för videokonferenser. Det stora konferensrummet, vilket är anpassat för 16–18 deltagare har en högre fast kostnad, då det utrustas med en projektor istället för en bildskärm, vilket ökar kostnaden men har en bättre funktion för stora rum.

	Litet rum	Medium rum	Stort rum
Antal platser per rum	8	10	18
Rörliga kostnader (à 8500 kr per plats)	60 000 kr	75 000 kr	135 000 kr
Fasta Kostnader	31 500 kr	31 500 kr	52 000 kr
Inredningskostnad per rum:	91 500 kr	106 500 kr	187 000 kr
Antal rum	5	3	1
Total inredningskostnad	457 500 kr	319 500 kr	187 000 kr

Figur 4.26. Summering av inredningskostnader för mötesrum.

I Figur 4.26 redovisas en sammanräkning av kostnaden för inredning per typ av konferensrum. Utrustningen till de sex planerade konferensrummen beräknas generera en kostnad för inventarier på 964 000 kr. Vilket resulterar i en årlig avskrivningskostnad på 96 400 kronor, baserat på en avskrivningstid på tio år.

För att kunna leverera en viss mängd service samt stöd till konferenskunder, denna service inkluderar uppgifter beställning av mat och dryck för konferenskunders räkning, lättare städ och iordningställande av konferensrum samt hjälp vid bokning av konferensrum. De arbetsuppgifter som är relaterade till mötesrummen beräknas, enligt Tillväxtverket (u.å.), generera en årlig lönekostnad på 252 450 kronor, vilket motsvarar arbete för en halv fulltidstjänst. Detta arbete kan med fördel kombineras med övriga arbetsuppgifter relaterade till receptionen.

	Bokade timmar per år:	& Fördelning:	Pris:	Intäkter:
Litet Rum (6-8 deltagare)	4620	60%	300 kr	
Coworking (gratistimmar)	924	0,2	- kr	- kr
HG/cowork (25% rabatt)	2772	0,6	225 kr	623 700 kr
Extern kund	924	0,2	300 kr	277 200 kr
Mellanstort Rum (8-10 deltagare)	2760	60%	400 kr	
Coworking (gratistimmar)	276	0,1	- kr	- kr
HG/cowork (25% rabatt)	1656	0,6	300 kr	496 800 kr
Extern kund	828	0,3	400 kr	331 200 kr
Stort Rum (16-18 deltagare)	880	50%	800 kr	
Coworking (gratistimmar)	88	0,1	- kr	- kr
HG/cowork (25% rabatt)	440	0,5	600 kr	264 000 kr
Extern kund	352	0,4	800 kr	281 600 kr
Totala bokningsintäkter konferens				2 274 500 kr

Figur 4.27. Uppskattad intäktskalkyl mötesrum.

Intäkterna för den tidigare nämnda servicen är inkluderad i det pris för bokning av konferensrummet som redovisas i figur 4.27. De tre kundgrupper som har identifierats i intäktsberäkningarna är:

- Coworking kunder, vilka enligt förslagen på coworking erbjudandet har rätt att utan kostnad boka mötesrum enligt följande: tre timmar för ett litet rum, två timmar för ett mellanstort rum eller en timma för ett stort mötesrum, per månad.
- HG/Cowork, vilket alltså representeras av husets hyresgäster, samt betalande coworking-kunder. Denna kundgrupp bokar mötesrum till ett 25% lägre pris än Externa kunder.
- Externa kunder, alla övriga kunder som betalar fullpris för att nyttja mötesrummen.

Beräkningarna är baserade på antagandet att mötesrummen är bokningsbara 220 dagar om året, vilket med en belägningsgrad på 60% genererar en årlig intäkt på ca 2 300 000 kr per år.

Hörsal

Då hörsalen är delbar i två enheter ökar en del av inredningskostnaderna, exempelvis behövs dubbla uppsättningar av den tekniska utrustningen. Kostnaden på avdelningsväggen baseras på ett mottaget prisförslag från företaget Saxi Vägg AB, som levererar denna typ av produkter. Den övriga utrustningen som krävs till hörsalen är den mängd möbler som krävs för att kunna erbjuda ett flertal alternativa möbleringar. I figur 4.28 redovisas den totala investeringen för utrustning och inredning på 783 800 kr, vilket med en tioårig avskrivningstid resulterar i en årlig avskrivningskostnad på 78 380 kr.

Uppskattning av Inredningskalkyl, hörsal JSP2			
Artikel:	Antal:	Pris per enhet:	Total investering:
Projektor	2	69 900 kr	139 800 kr
Projektorduk	2	7 000 kr	14 000 kr
Ljudsystem	2	35 000 kr	70 000 kr
Övrig A/V-utrustning	2	10 000 kr	20 000 kr
Summa A/V-utrustning:	-	-	243 800 kr
Whiteboards	4	4 500 kr	18 000 kr
Ståpulp	2	5 000 kr	10 000 kr
Ljuddämpande draperier	4	25 000 kr	100 000 kr
Stolar	200	350 kr	70 000 kr
Vikbara bord	100	2 500 kr	250 000 kr
Summa möbler:	-	-	448 000 kr
Ljudisolerande avdelningsvägg	1	92 000 kr	92 000 kr
Total utrustnings och inredningsinvestering:			783 800 kr

Figur 4.28. Investeringskalkyl hörsal.

Utöver kostnader för inredning och utrustning behövs personal som kan sköta de arbetsuppgifter som är relaterade till hörsalen vilka antas uppta 20 timmar per vecka. Dessa arbetsuppgifter inkluderar iordningställande, möblering, dekorering mm. vilket enligt Tillväxtverket (u.å.) skapar en årlig lönekostnad på 252 450 kr.

	Antal bokningar:	Pris per bokning:	Intäkt:
Timvisa bokningar			
Halv sal			
Hyresgäst / Coworking kund	26	2 625 kr	68 250 kr
Extern kund	7	3 500 kr	24 500 kr
Hel sal			
Hyresgäst / Coworking kund	72	3 750 kr	270 000 kr
Extern Kund	18	5 000 kr	90 000 kr
	Totala intäkter timvisa bokningar:		452 750 kr
Halvdagsbokningar			
Halv sal			
Hyresgäst / Coworking kund	7	6 750 kr	47 250 kr
Extern kund	2	9 000 kr	18 000 kr
Hel sal			
Hyresgäst / Coworking kund	18	9 000 kr	162 000 kr
Extern Kund	4	12 000 kr	48 000 kr
	Totala intäkter halvdagsbokningar:		275 250 kr
Heldagsbokningar			
Halv sal			
Hyresgäst / Coworking kund	7	9 000 kr	63 000 kr
Extern kund	2	12 000 kr	24 000 kr
Hel sal			
Hyresgäst / Coworking kund	18	12 375 kr	222 750 kr
Extern Kund	4	16 500 kr	66 000 kr
	Totala intäkter heldagsbokningar:		375 750 kr
	Totala intäkter hörsalsbokningar:		1 103 750 kr

Figur 4.29. Intäktskalkyl hörsal.

Likt övriga gemensamhetsfunktioner i byggnaden erbjuds hyresgäster och coworking ett prisavdrag på 25%. De bokningsvariationer som erbjuds fördelas mellan timvisa, halvdags samt heldagsbokningar till ett stigande pris. Då hörsalen är delbar uppstår ytterligare bokningsvariationer till varje bokningslängd. Kalkylen i figur 4.29 är beräknad med en användningsgrad som motsvarar två fullbokade dagar per vecka, trettio veckor per år, vilka efter uppskattning har fördelats mellan olika bokningsvariationer. Uppskattningsvis genererar hörsalen årliga bokningsintäkter på ca 1,1 miljon kr, se figur 4.29.

Konferensrummens gemensamma resultat

I figur 4.30 redovisas en uppskattad årlig resultaträkning för mötesrum och hörsal. De två funktionerna genererar en vinst på nästan 2 500 000 kronor, merparten av dessa intäkter kommer från de nio mötesrummen. Då överskottet från konferensrummen är direkt anknutet till belägningsgraden anser vi att marknadsföring är viktigt för funktionen, därmed avsätts sex procent av kalkylens omsättning till marknadsföring.

Resultaträkning konferens	
Intäkter:	
Omsättning, mötesrum:	2 274 500 kr
Omsättning, hörsal:	1 103 750 kr
	3 378 250 kr
Kostnader:	
Inredningsavskrivningar, mötesrum:	96 400 kr
Inredningsavskrivningar, hörsal:	78 380 kr
Personalkostnader:	504 900 kr
Marknadsföringsbudget (6% av oms.):	202 695 kr
	882 375 kr
Resultat:	2 495 875 kr

Figur 4.30. Resultaträkning konferens.

De 440 kvm hörsal fördelat på två våningar, samt totalt 165 kvm för de 6 mötesrummen resulterar i att konferensrummen upptar totalt ca 605 kvm yta, vilket skulle kunna generera en alternativ intäkt på 1 512 500 kr ifall ytan skulle hyras ut som kontor. Alternativintäkten skulle alltså generera ca 1 miljon kronor mindre än vad konferensrummen vid 60% belägningsgrad förväntas göra, därtill erbjuder konferensrummen mervärden och ökar kvaliteten på kunderbjudandet till hyresgäster.

4.4.5. Nyckelpunkter till affärsmodell för konferensrum

För att fylla affärsmodellen med information har de viktigaste punkterna ur kapitlet lyfts fram till ett förslag på affärsmodell. Först presenteras de nedan i punktform för att följaktligen återges kortfattat i en Social Business Model Canvas där de återges överskådligt och får ett sammanhang till varandra, se figur 4.31.

- Bokningssystem och system med information om mötesrummen är viktigt.
- Samarbete med restauratör är viktigt för att skapa ett komplett erbjudande
- Det är viktigt att se över mötesrummen mellan bokningarna, så att varje kund får en bra upplevelse.
- Administrativt arbete, marknadsföring och personal för att se till mötesrummen utgör största utgifterna.
- Mötesrummen marknadsförs före inflytt för hyresgäster samt via media för att nå ut till externa kunder.
- Huvudsegmentet för grupprummen är hyresgäster, för hörsalen så är segment medelstora företag med behov av att hålla konferenser och workshops.
- Gemensamma mötesrum är utveckling inom resurseffektivitet och delningsekonomi, det prövar och utmanar normer och vanor kring ägande och tillgång.
- Resultatet kan mätas genom undersökning om kundernas upplevelse (Nöjd Kund Index). Hyresgäster som använder gemensamma konferensrum kan jämföra ekonomiskt och ytmässigt mot alternativet att ha fler egna permanenta mötesrum.
- Värdeerbjudandet för hyresgäster är flexibilitet, resurseffektivitet och kvalitativa mötesrum.

TANDEMIC

Social Business Model Canvas för konferensrum				
Nyckelresurser Mötesrum Bokningssystem Teknik Personal <i>De resurser som behövs för att driva verksamheten, personal, finansiella.</i>	Nyckelaktiviteter Bokning Support om det behövs Ev. konferens fika Se till lokalerna <i>De aktiviteter som måste utföras för att leverera värde</i>	Värdeskapande aktivitet Gemensamma Konferensrum <i>Formatet på den aktivitet/tjänst som skapar värde</i>	Segment Hyresgäster Co-working användare Konferensbokare & användare <i>Vilka drar fördel av din aktivitet?</i>	Värdeerbjudande Utveckling inom resurseffektivitet och delningsekonomi <i>Värdeerbjudande för omgivningen</i> Mätbara effekter Jämförelse ekonomiskt och ytmässigt mot om hyresgäst haft egna konferensrum <i>Hur man visar att man gör en värdeskapande skillnad</i> Värdeerbjudande för kund
Partners + Nyckelintressenter Ev städfirma Hyresgäster Ev café & restaurang för fika <i>De relationer, tillstånd och det stöd som behövs utifrån för att kunna leverera värde</i>		Kanaler Intranät Nyhetsbrev Entrén Digitala medier <i>Hur man når ut till kunder och dem som drar nytta av aktiviteten.</i>	Kund Bokningsinnehavare såsom hyresgäster & externa kunder <i>Vilka personer eller organisationer kan tänkas betala för aktiviteten?</i>	 Tillgång till mötesrum Flexibilitet Resurseffektivitet <i>Vad vill dina kunder få ut av aktiviteten?</i>
Kostnadsstruktur Personal för bokning & tillsyn: 504 900 kr/år Marknadsföring 6% av omsättning: 202 695 kr/år Avskrivning inredning 174 780 kr/år <i>Till exempel de aktiviteter och resurser som är mest kostsamma</i>		Uppskattat årligt resultat 2 495 875 kr/år <i>Var planerar du att återinvestera vinsten?</i>	Intäkter Hörsal står för 33% av intäkter: 1 103 750 kr/år Mötesrum står för 67% av intäkterna: 2 274 500 kr/år Bokningar av konferensrum sker till största delen från hyresgäster. <i>Bedrivna medelskallor i %</i>	

Inspired by The Business Model Canvas

Figur 4.31. Social Business Model Canvas för konferensrum. Ändrad och återgiven med tillstånd. (Tandemic 2017).

4.4.6. Slutsatser från affärsmodell för konferensrum

I arbetet med att framställa en affärsmodell för konferensrum har det framkommit faktorer som är avgörande för en lyckad utveckling och användning av funktionen. Följande slutsatser och rekommendationer har gjorts därefter.

- Konferensrummen utgör en viktig del av värdeerbjudandet för hyresgästerna i JSP2 då de representerar en stor del av den fördelaktiga delningsekonomi för hyresgästerna.
- Hörsalen använder 440 kvm lokalyta då den reser sig genom bjälklaget, därav är det viktigt att den kommer till användning. Marknadsföring är en viktig aktivitet för att få upp belägningsgraden.
- Hyresgäster och kunder hos coworking har rabatterat pris på konferensrum.
- Service & support från personalen är viktigt för att kunna erbjuda konferensupplevelser av god kvalitet.
- Enkel bokning och mötesrum som överträffar förväntningar är nyckeln för att skapa återkommande kunder.

5. Slutsatser

Följande redovisas vårt förslag för drift av gemensamhetsytorna i form av en affärsmodell som består av den viktigaste informationen från affärsmodellerna från respektive funktion, se figur 5.1. Det bör påpekas att en stor del av värdet i arbetet ligger i de slutsatser och kopplingar som ligger till grund för denna affärsmodell. Därför följs modellen av förklaringar av våra upptäckter och slutsatser som detta arbete resulterat i.

Social Business Model Canvas för gemensamhetsfunktioner i JSP2



Nyckelresurser Mångfald av aktörer & besökare Attraktiv miljö Kompetent personal Arbetskraft motsvarande 2,75 heltidstjänster Samarbete med PIL Teknisk utrustning <i>De resurser som behövs för att driva verksamheten.</i>	Nyckelaktiviteter Arbeta för att välkomna olika aktörer Förmedla samtliga gemensamhetsfunktioner Marknadsföring av Gemensamhetsfunktioner Arrangera event Utvärdera funktioner & tjänster NKI	Värdeskapande aktivitet Gemensamhetsfunktioner för samverkan i Johanneberg Science Park etapp 2 <i>Formatet på den aktivitet/tjänst som skapar värde</i>	Segment Studenter, Forskare Föreläsare, Hyresgäster Besökare Konferensbesökare Småföretagare i coworkingen <i>Vilka drar fördel av din aktivitet?</i> Föreläsare	Värdeerbjudande Gränsöverskridande & spontana möten Samverkan, Innovation Utveckling, Tillväxt Nya kontakter <i>Mätbara effekter</i> Event, besökare, kontaktnät Nya projekt & kontakter Tillväxt inom fokusområde NKI <i>Hur man visar att man gör en värdeskapande skillnad?</i>
Partners + Nyckelintressenter Restauratör Johanneberg Science Park Hyresgäster Chalmers Studenter <i>De relationer, tillstånd och det stöd som behövs utföras för att kunna leverera värde.</i>	Se till lokalerna <i>De aktiviteter som måste utföras för att leverera värde</i>	Kanaler Nyhetsbrev Branschskrifter Digitala medier Chalmers Promotion <i>Hur man når ut till kunder och dem som drar nytta av aktiviteten.</i>	Kund Hyresgäster Konferenciärer Utställare Småföretagare Forskare Föreläsare <i>Vilka personer eller organisationer kan tänkas betala för aktiviteten?</i>	Värdeerbjudande för kund Nätverk, Samverkan Utveckla företag & arbetskraft Innovation Nya idéer och lösningar <i>Vad vill dina kunder få ut av aktiviteten?</i>
Kostnadsstruktur Cowork, år 5: 1 111 828 kr/år Konferens: 882 375 kr/år Entré: 462 800 kr/år ALW: 362 130 kr/år <i>Till exempel de aktiviteter och resurser som är mest kostsamma</i>		Uppskattat årligt resultat 3 688 137 kr/år <i>Var planerar du att återinvestera vinsten?</i>	Intäkter Cowork, år 5: 2 639 520 kr/år Konferens: 3 378 250 kr/år Entré: 129 500 kr/år ALW: 360 000 kr/år <i>Redovisa intäcktäkter i %</i>	

Inspired by The Business Model Canvas

Figur 5.1. Social Business Model Canvas för gemensamhetsfunktioner. Ändrad och återgiven med tillstånd. (Tandemic 2017).

Det är viktigt att det befinner sig folk i entrén för att skapa förutsättningar för naturliga möten. För att attrahera och välkomna en bred målgrupp av individer till entrén behöver den vara estetiskt inbjudande och funktionell för umgänge, arbete, möten och studier. Event och utställningar i entrén kräver engagemang i form av arbetstimmar samtidigt som det är en källa till potentiella intäkter och ökade besöksantal.

ALW-salen i JSP2 har en chans att bidra till en samverkan mellan akademi och näringsliv vid användning av forskare och studenter och på så vis bidra till gränsöverskridande möten. Det krävs kunnig och engagerad personal för att höja belägningsgraden av ALW-salen och hjälpa personer att bekanta sig med konceptet då det är ett nytt sätt att utbilda och hålla workshops. Det är viktigt att investera i utrustning, personal samt att upprätta ett samarbete med PIL för att kunna erbjuda ett forum för nätverkande samt stöd för dem som är intresserade av ALW-salen. Med en hög belägningsgrad och lyckad användning kan salen bland annat medföra närvaro av studenter i JSP2, utveckling av lärmiljöer och nytänkande workshops för företag och studenter, samt en lönsam ekonomi.

De gemensamma konferensrummen i JSP2 skapar flexibilitet för hyresgäster i byggnaden som behöver mötesrum. Hörsalen, som tar upp en stor yta behöver marknadsföras internt och externt för att attrahera kunder och skapa en belägningsgrad som genererar intäkter och en blandning av aktörer i byggnaden. Service och närvaro av personal behövs för att erbjuda konferensupplevelser av hög kvalitet vilket leder till utgifter för lön till personal. Det krävs enkel bokning och hög kvalitet på mötesrummen för att hyresgäster i JSP2 ska se värdet av de gemensamma mötesrummen.

Coworkingen genererar höga initiala investeringar för inredning, vilket krävs för att kunna erbjuda en god och varierad arbetsmiljö. Kunder väljer coworking främst för sociala aspekter, det krävs därmed resurser i form av personal som anordnar event och arbetar för att knyta kontakter mellan användarna på coworkingen. Personalen bör även ha ansvar för att bjuda in personer som vill och kan bidra till den sociala miljö som efterfrågas av coworking-arbetsplatser. Personalen på coworkingen spelar således en viktig roll i att skapa en bra arbetsplats och miljö. Då det finns hög konkurrens på coworking behövs marknadsföring som lyfter fram vad som skiljer coworking i JSP2 från andra alternativ. Genom att låta användare betygsätta och utvärdera coworkingen kan den utvecklas för att möta önskemål från kunder vilket är viktigt, annars väljer dem att jobba någon annanstans.

Det ekonomiska resultatet av denna utformning av affärsmodell visar att det finns en ekonomisk bärighet i att utveckla och driva gemensamhetsfunktionerna i JSP2. Det sammanräknade resultatet för gemensamhetsfunktionerna redovisar en vinst på cirka 3 800 000 kr per år vilket, sett enbart till ekonomi kan jämföras med att hyra ut motsvarande ytor som kontor vilket hade kunnat generera en intäkt på 3 075 000 kr. Gemensamhetsfunktionerna antas även öka kvalitetsintrycket för hyresgäster, vilken kan leda till en högre betalningsvilja som kan täcka upp de minskade intäkterna. Som tidigare nämnt har dessa funktioner möjligheten att medföra flertalet mervärden för aktörer i området såväl som för industrin inom fokusområden för Johanneberg Science Park. Det är i dagsläget svårt att sätta ett pris på de mervärden som har potential att uppstå till följd av JSP2.

Jämförelsen mellan intäkten för kontorshyra och gemensamhetsfunktioner visar att det enligt vårt förslag finns en affär i att driva gemensamhetsytor i JSP2. Möjligheterna till att hyra ut dessa gemensamhetsfunktioner bärs till stor del upp av att JSP2 ligger i ett läge med företag som vill samverka och utvecklas på nya sätt och därför i viss mån kan antas vara öppna för att prova ALW-salen och gemensamma mötesrum exempelvis. En samverkansmiljö är en trygg miljö för att prova att etablera annorlunda funktioner då aktörerna i omgivningen är där just för att experimentera. Såsom det ekonomiska resultatet ser ut i vår affärsmodell ger gemensamhetsfunktionerna en vinst som är större än jämförelseintäkten för schablonmässig kontorshyra. Det framstår därför som att det bara finns fördelar med att driva gemensamhetsfunktioner då det ger höga intäkter och skapar mervärden. Vi vill påpeka att vår affärsmodell bygger på en optimal situation där vardera funktionen i JSP2 genererar besökare och uppmärksamhet till helheten av funktionerna och byggnaden. Vi tror att det finns ekonomiska risker med driften av gemensamhetsfunktionerna. Till exempel är det viktigt att snabbt göra coworkingen etablerad och uppskattad för att attrahera användare. För ALW-salen är det viktigt att bjuda in aktörer från näringsliv och akademi för att låta dem prova konceptet så att det smittar av sig och dem vill återkomma. För mötesrummen är det viktigt att dem är lättillgängliga och attraktiva så att hyresgäster ser dem gemensamma mötesrummen som ett självklart alternativ. Lyckas Akademiska Hus möta dessa utmaningar finns chanser att driva funktionerna och generera både intäkter och mervärden.

6. Diskussion av resultat och metod

Syftet med kandidatarbetet är att arbeta fram och ge förslag på en affärsmodell för gemensamhetsfunktionerna i JSP2. För att skapa en komplett affärsmodell har följande frågor tagits fram för att ge linje åt vad som har varit intressant att arbeta med och vad som varit intressant för Akademiska Hus att få in tankar och perspektiv kring.

Frågorna är:

- Vilka tekniska stödsystem och utformning krävs för att lokalerna skall erbjuda högsta möjliga standard och funktion?
- Vad är optimal funktion för att överträffa kunders behov?
- Vilka personalbehov uppstår genom verksamhetsdriften av de gemensamma ytorna?
- Vilka gemensamma ytor kan användas för att skapa mervärden? Hur kan de användas?
- Vad omfattar de gemensamma ytorna/funktionerna för resursbehov?
- Vilka intäkter krävs för att finansiera verksamhetsdriften?
- Vilka mervärden kan byggnadens funktioner innebära för hyresgäster, akademi och näringsliv?
- Vilka synergier kan skapas med liknande funktioner på Chalmers och JSP2?
- Vilka risker kan funktionerna i JSP2 medföra för Akademiska hus?

Målet från början var att skapa en så komplett affärsmodell som möjligt för varje funktion gällande vad för resurser och behov som finns samt vilka vinster och mervärden det kunde leda till. Resultatet av denna rapport är en affärsmodell för samtliga funktioner vilket ger en helhetsbild av möjligheterna för gemensamhetsfunktionerna i JSP2. För en komplett och genomarbetad affärsmodell hade det behövts att endast en funktion bearbetats över tiden som funnits till förfogande. Gällande tekniska stödsystem så har önskade behov och funktioner identifierats men ingen slutsats finns gällande exempel på stödsystem eller pris på grund av att prissättning sker efter offert. Frågan gällande optimal funktion hade behövt flertalet intervjuer med tänkt användare av varje funktion för att utreda deras behov och sedan diskutera vad som kunnat överträffa deras behov.

6.1. Metoddiskussion

Metodvalet bestod i att inledningsvis samla information kring funktionerna för att skapa en djupare förståelse för frågor som vad, varför och hur gällande funktionen. Intervjuer som har genomförts har hjälpt att skapa en bättre förståelse för problematik och utmaningar som kan vara utmanande att förstå utan den erfarenhet som de intervjuade personerna har. Den tänkta metoden innebar att vi skulle skapa en affärsmodell för respektive funktion utifrån den information som insamlats och slutligen skulle egna avvägningar göras och motiveras då det är ett förslag på affärsmodell som ska framställas. Metoden visade sig till viss del utmanande då insamling av information till en affärsmodell visat sig vara en uppgift långt större än vad vi förstått från början. Framför allt har det visat sig svårt att hitta konkreta prisuppgifter för att kunna prissätta och estimera vissa delar av affärsmodellerna. På så vis har informationsinsamlingen pågått kontinuerligt genom arbetet vilket lett till kontinuerlig förbättring och ökade insikter, samtidigt som det dragit ut på tiden. Nu när arbetet närmar sig slutfört blir andra vägar och metoder till målet synliga. Det gäller vägar för beslut, avvägningar och informationshämtning. I efterhand blir genvägar uppenbara för att komma till vissa slutsatser. Metoden och arbetssättet vi använt har lett till genomarbetade beslut byggda på lärdomar, inhämtad information och egna åsikter.

6.2. Resultatdiskussion

Förslaget och resultatet är i stor utsträckning påverkat av och utformat för den miljö och de förutsättningar som JSP2 samspelar med. Rapportens innehåll och utformning beror till stor del på den information som inhämtats, beslut som fattats samt personlig kunskap och åsikter som vi som skribenter hade med oss sedan tidigare. Personer med högre eller lägre grad av kreativitet samt synsätt på möjligheter och utmaningar har alla olika perspektiv på vad som är möjligt och genomförbart, affärsmodellens utformning är därför direkt anknuten till dess författares uppfattning av rimlighet. Vi som arbetat fram förslaget i detta kandidatarbete anser oss vara öppna för nya lösningar och alternativ, men trots det har vi båda en förutfattad idé kring vad som är möjligt att genomföra. Vi har valt ut relevanta alternativ att arbeta vidare med, vilket har påverkat arbetet och resultatet. Exempelvis fanns alternativet att rekommendera att coworkingen fungerade som en inkubator vilket genererar och stöttar nystartade företag, ett förslag som hade genererat andra mervärden och krävt helt andra resurser jämfört mot det förslag på coworking som vi lagt fram. Vi gjorde tidigt en utvärdering av vilken sorts coworking som vi trodde kunde skapa de mervärden som eftersöktes samt vara en verksamhet Akademiska Hus kunnat driva. Beslutet fattades på våran uppfattning om vad som skulle fungera bäst. Därmed har personliga åsikter och uppfattningar påverkat arbetet från början till slut då slutsatsen formats av vilka frågor, utmaningar och vilken information vi valt att gå vidare och arbeta med.

Metod och val av intervjuer har påverkat resultatet i hög grad. Till exempel fick vi intrycket av att det inte fanns något intresse eller efterfrågan från föreläsare på Chalmers efter en ALC sal från intervjuer med två olika personer på Chalmers. Vid möte med Tomas Grysell, chef vid enheten för Pedagogisk utveckling och Interaktivt Lärande (PIL) som utvecklar ALC-salar på Göteborgs Universitet berättade han att det kom föreläsare från Chalmers för att lära sig mer om konceptet. Tack vare att vi fick träffa flera parter fick vi en bättre förståelse för utmaningen i att få föreläsare från Chalmers att använda salen, istället för att bara tro att det inte finns någon efterfrågan.

Vid informationsinsamling till prissättning av vissa funktioner har vi inte alltid hittat information vi sökt. I de fallen har uppskattningar gjorts utifrån bästa möjliga förmåga med hjälp av referensprojekt och exempelpriser för inredning tillgängliga via internet. Därmed ligger det varierande grund till de ekonomiska beräkningarna som gjorts vilket påverkar den ekonomiska trovärdigheten i affärsmodellen. I vår affärsmodell saknas kostnader för utveckling och installation av de bokningssystem vi tror är nödvändiga, även detta beror på svårigheter att finna trovärdig information. Avsaknaden av kostnad för bokningssystem leder till att kostnaderna i vår affärsmodell är lägre än vad de varit om vi haft information kring pris för ett bokningssystem. Det hade således påverkat det ekonomiska resultatet negativt.

Det har framkommit, att den avskrivningstid på 10 år som vi använt för möbler i vissa funktioner kan anses som lång, och att det hade varit mer passande med en avskrivningstid på 7 år. Det hade påverkat vår affärsmodell på så vis att kostnaderna blivit högre och det ekonomiska resultatet lägre, samtidigt som det säkerställt hög kvalitet på inredningen.

På grund av att det varit obestämt vilken part, extern eller intern som skall driva gemensamhetsfunktionerna så har vårt arbete syftat till att se enbart till affärsmodellen för respektive funktion. Det innebär att hyreskostnader för ytor för

gemensamhetsfunktionerna inte är medräknade, vilket hade kunnat vara givande om affärsmodellerna presenterats för eventuella aktörer som ska driva funktionerna.

De lärdomar och erfarenheter som vi kan dra oss till nytta från denna kandidatarbete rör dels insikten om värdet som finns i att olika parter bidrar till att lösa gemensamma utmaningar. Det framstår som att en science parks största styrka är att parterna vill samverka och har infrastrukturen för att göra detta. Det är en värdefull insikt att ta med sig att utmaningar kan lösas och utveckling kan nås genom gemensam ansträngning där parterna fokuserar på att ge, istället på för att ta. Samverkansmiljöer och Science Parks har lämnat ett positivt intryck på oss som spännande och utmanande att arbeta med. Vi har dragit lärdomar kring att man behöver en helhetsbild för att förstå var ett problem ligger. Exempelvis förändrades vår bild av utmaningen med att etablera en ALC-sal på Chalmers Campus Johanneberg stegvis vartefter vi intervjuade olika personer. Vi har även lärt oss vad som skapar mervärden för hyresgäster och vad som genererar intäkter samt kostnader. Våra lärdomar från arbete med utveckling och drift av funktioner inom detta projekt har gett oss kunskaper vilka vi förväntar ska ge oss stor nytta i framtida projekt.

Det bör lyftas fram att vår bild av “optimal funktion” i detta arbete syftar till att ha ett stort flöde av folk med stor mångfald av personer. Det är inte nödvändigtvis en optimal lösning att en plats har mycket och olika personer som besöker den. Det kan vara lika viktigt att det finns enskilda personer som alltid är där så att det skapas en bekantskap och en trygghet i att man vet vem som finns på platsen. Det kan även vara så att vissa flöden av personer är optimalt, som tex frågan om man vill ha besökare i en jämn spridning över dagen, eller om man vill att det ska vara mycket folk samtidigt vid vissa tidpunkter under dagen. Dessa flöden och situationer kan skapa olika förutsättningar och mervärden. Det kan även vara så att ett flöde av nya personer gör att vissa anser att en känsla av trygghet går förlorad då det alltid cirkulerar okända personer i byggnaden. Vårt fokus har genom arbetet varit att få både akademi och näringsliv att använda dem gemensamhetsfunktionerna som kandidatarbetet berör.

Vi vill även ta tillfället i akt att uppmuntra Akademiska Hus, Chalmers och Johanneberg Science Park att tillsammans föra en diskussion om möjligheterna för att visa upp ALW-salen för forskare och föreläsare och arbeta med utvecklingen av lärmeter. Då vi har varit i kontakt med vardera en av dessa parter dels gällande utvecklingen av en ALW-sal i JSP2 har vi funnit att respektive part har olika idéer om vad för problem som behöver mötas. En gemensam diskussion skulle enligt oss kunna betyda mycket för utvecklingen av Chalmers Campus Johanneberg.

6.3. Förslag till vidare forskning

I slutsatsen framkommer att det är svårt att mäta de mervärden som gemensamhetsfunktionerna i JSP2 kan medföra. Därmed hade det varit intressant med vidare undersökning kring just hur mervärden och deras följder eller utfall kan mätas. Om mervärden i en samverkansmiljö kunde mätas och konkretiseras så hade det varit intressant för utvecklingen av Science Parks och näringslivet i övrigt. I fallet med JSP2 var det utmanande att uppskatta kommande mervärden och att mäta eller värdera dem vore ännu mer utmanande. En jämförelse hade kunnat göras bland Science Parks världen över för att vidare utreda hur mervärden kan uppskattas, mätas och främjas. Underlag från befintliga Science Parks hade på så vis kunnat ligga till grund för utvecklingen av Science Parks.

Osterwalders Business Model Canvas är ett bra verktyg för att arbeta med arbetsmodeller fokuserade på att leverera värde anpassat för en kund och tjäna pengar på så vis. Social Business Model Canvas är anpassad och inriktad för företag, projekt och idéer tänkta att skapa sociala mervärden i första hand, och i sista hand skapa vinst. I detta arbete hade det varit intressant att ta tid till att anpassa och utforma en affärsmodell med lika stort fokus på mervärden som på affären som i vissa fall krävs för att driva en funktion.

7. Referenser

7.1. Litteratur

Baepler, P., Driessen, M., Walker, J.D. (2014) *It's not about seat time: Blending, flipping and efficiency in active learning classrooms*. Computers & Education, Vol (78), s227-s236. Botsman, R. and Rogers, R. (2010), *What's Mine is Yours How Collaborative Consumption is Changing the Way We Live*, Harpercollins Publishers.

Brinkö, R., Baslev Nielsen, S., Van Meel, J. (2015), *Access over ownership- a typology of shared space*, Facilities, Vol 33 Iss 11/12 pp. 736-751.

Brooks, D.C. (2011). *Space matters: The impact of formal learning environments on student learning*. British journal of educational technology, 42(5), s. 719-726.

Kojo, I., Nenonen, S. (2016). *Typologies for co-working spaces in Finland – what and how?* Facilities, Volym (34), s302-s313. doi: [10.1108/F-08-2014-0066](https://doi.org/10.1108/F-08-2014-0066)

May, T. (2011). *Social research: issues, methods and process*. Maidenhead: Open University Press.

Park, E.L. & Choi, B.K. (2014) *Transformation of classroom spaces: traditional versus active learning classroom in colleges*. Higher Education, volume (68), 749-771. Doi: 10.1007/s10734-014-9742-0

Parrino, L. (2015). *Coworking: Assessing the role of proximity in knowledge exchange*. Knowledge Management Research & Practise, Volym (13), s261-271. doi: 10.1057/kmrp.2013.47

Tadashi, Uda. (2013). *What is Coworking? A Theoretical Study on the Concept of Coworking* (Discussion paper, Series A, No 2013-265). Hokkaido University.

7.2. Elektroniska källor

Akademiska Hus. (2016). *Akademiska Hus planerar innovationsarena på Chalmersområdet*. Hämtad 2017-02-24, från <http://www.akademiskahus.se/aktuellt/nyheter/2016/06/akademiska-hus-planerar-innovationsarena-pa-johanneberg-science-park-i-goteborg/>

Akademiska Hus. (2017) *Vår verksamhet*. Hämtad 2017-2-24, från <http://www.akademiskahus.se/om-oss/var-verksamhet/>

Brinkö, R., Van Meel, J. (2014) *Working apart together*. Facilities Management World, Hämtad 2017-04-14, från <http://www.fm-world.co.uk/features/feature-articles/working-apart-together/>

Eriksson, S., Renöfalt, K. (2016). *Mötesplatsen: utformning av en plats för möten, kommunikation och återhämtning på jobbet* (Kandidatarbete, Högskolan i Gävle, Akademin för Teknik och Miljö). Hämtad 2017-04-27, från <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A937368&dswid=9121>

Gryssel, T. (2016) *Delprojekt ALC inom projektet infrastruktur och nätburen undervisning & blended learning (INU)*. Göteborgs Universitet. Hämtad från: http://pil.gu.se/digitalAssets/1607/1607934_projektredivisning-alc-aug-2016.pdf

Gummeson, C. (2016). *Omvänt klassrum ger bättre tentaresultat*. Campi. Hämtad 2017-04-12, från <https://campi.kth.se/nyheter/omvant-klassrum-ger-battre-tentaresultat-1.659076>

Göteborgs Universitet. (2017). *ALC-salar (Active Learning Classroom)*. Hämtad 2017-04-05, från <http://pil.gu.se/resurser/alc-salar>

Kahlerslater. (2017) *Active Learning Classroom: Incorporating Today's Educational Trends*. Hämtad 2017-04-11, från <http://www.kahlerslater.com/thought-leadership/active-learning-classrooms-incorporating-todays-educational-trends>

Larsson, W. (2016) *Kontorstrenden coworking växer men vad innebär det?* Hämtad 2017-04-20, från <https://www.foretagande.se/entreprenorskap/kontorstrenden-coworking-vaxer-men-vad-innebar-det/>

Rohe, P. (2016). *Mapping the infrastructure for collaboration*. Leesman review, volym (19), s4-s5. Hämtad 2017-04-19, från <http://www.leesmanindex.com/mapping-the-infrastructure-of-collaboration/>

Tandemic (2017) *Social Business Model Canvas*. Hämtad 2017-02-24, från <http://www.socialbusinessmodelcanvas.com/>

The House. (2017). *Medlemskap*. Hämtad 2017-04-19, från <http://the-house.se/medlemskap-bli-medlem>

Tillväxtverket. (u.å.) *Räkna ut vad en anställd kostar*. Hämtad 2017-04-21, från <https://www.verksam.se/alla-e-tjanster/rakna-ut/rakna-ut-vad-en-anstalld-kostar>

Waters-Lynch, J.M., Potts, J., Butcher, T., Dodson, J., Hurley, J. (2016). *Coworking: A Transdisciplinary Overview*. Tillgänglig:

https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2712217

Åquist, A. (2017). *Vad är coworking spaces: Hur fungerar det här med Coworking? Vad är det som får allt fler företag att flytta till cowork centers? Hur kommer det sig att anställda blir mer effektiva genom cowork?* Hämtad 2017-04-20, från <https://yta.se/blog/c-alternativa+kontor/vad+ar+coworking+spaces~1>

7.3. Figurer

Tandemic (2017) *Social Business Model Canvas*. Återgiven och ändrad med tillstånd. Hämtad 2017-02-24, från <http://www.socialbusinessmodelcanvas.com/>

Open Street Map. (u.å.). Återgiven och ändrat med tillstånd, enligt Open Data Commons. Hämtad 2017-05-11, från <https://www.openstreetmap.org>

Akademiska Hus 1 (2017). *Framtidens innovativa kontor*. (internt material)

Akademiska Hus 2 (2017). *APM Gestaltning av JSP2*. (internt material)

Denna intressentanalys görs för att skapa en förståelse kring vilka parter som dels intresserar sig för samverkansmiljön i JSP2, samt deras vilja att påverka faktorer som direkt påverkar samverkansmiljön. De faktorer som denna intressentanalys främst fokuserar kring är Hyresvillkor, målbilden av området samt den fysiska utformningen av utrymmena i JSP2. Syftet med intressentanalysen, uttryckt av Cleland och King år 1988, är att skapa en bild av hur alla inblandade parter bör involveras i ett projekt samt till vilken mån man bör ta hänsyn till dessa intressenter vid beslutsfattande (Cleland & King, 1988).

Det första steget i analysen sker genom identifiering av alla de intressenter som har en rimlig nivå av intresse för samverkansmiljön. Dessa intressenter har sedan separerats i tre grupper: Kärntressenter, primärintressenter och sekundärintressenter.

Kärntressenterna är de som har möjligheten att vara med och fatta beslut som påverkar JSP2. Primärintressenter är de som direkt kommer att påverkas av projektet och troligtvis är intresserade av att till viss nivå påverka beslut. Sekundärintressenterna är den grupp intressenter som bara indirekt påverkas av projektet och därmed inte bör involveras i beslutsprocessen (Hallin & Karrbom Gustafsson, 2015).

Intressentidentifiering

Kärntressenter	Roll i förhållande till JSP2
Akademiska Hus AB	Byggherre/Fastighetsägare/Hyresgäst
Chalmers Tekniska Högskola	Partner
Chalmersfastigheter	Angränsande fastighetsägare
Johanneberg Science Park	Partner/blivande hyresgäst

Primärintressenter	Roll i förhållande till JSP2
Rise AB (Tidigare SP AB)	Hyresgäst
Café & Restaurang	Hyresgäst
Byggdialog	Entreprenör
Tengbom Arkitekter	Arkitekt

Sekundärintressenter	Roll i förhållande till JSP2
Göteborgs Kommun	Samverkanspartner/politiskt inflytande
Forskare	Lokalnyttjare
Studenter	Lokalnyttjare
Näringslivet inom samhällsbyggnad	Potentiella kunder/intressent/nyttotagare
ElectriCity	Samverkansprojekt inom lokaltrafik
Närboende	Besökare, Café- & Restaurangverksamhet

Analys av nyckelintressenter

Intressentanalysen nedan behandlar ett urval på fem nyckelintressenter, urvalet är gjort bland de identifierade intressenterna ovan och baseras på hur central roll dessa organisationerna har kring samverkansmiljön och byggnaden JSP2.

Intressent	Inflytandegrad	Intressegrad
Akademiska Hus AB	Hög	Hög
Chalmers Tekniska Högskola	Hög	Medel
Chalmersfastigheter	Låg	Hög
Johanneberg Science Park	Hög	Hög
Rise Research Institute of Sweden AB	Medel	Låg

Akademiska Hus är både fastighetsägare, hyresvärd och ansvarar för driften för konferens funktionerna, därmed besitter Akademiska hus i en exekutiv beslutsroll. Intressegraden hos Akademiska Hus är givetvis hög då deras uppdrag från staten är att skapa lärosäten av världsklass samt det faktum att det ekonomiska resultatet i JSP2 direkt påverkar deras ekonomi.

Chalmers Tekniska Högskola innehar en hög påverkandegrad då byggnadens placering ligger inom skolans campus, därmed ställs det krav på att verksamheten inom JSP2 innehar en positiv påverkan på den forskning och utbildning som sker på skolans område. Därtill krävs det att Chalmers godkänner hyresgäster innan kontrakt skrivs. Högskolans intressegrad baseras på ovanstående påstående, skolan intresserar sig för att verksamheten i JSP2 kan bidra positivt till skolans utbildningar samt forskning, byggnadens direkta utformning och dess aktiviteter är dock något som inte intresserar Chalmers centrala organisation till någon högre utsträckning.

Chalmersfastigheter, drivs som ett dotterbolag till stiftelsen Chalmers. Organisationen äger och är hyresvärdar i den sedan tidigare färdiga JSP1. Då dessa två byggnader drivs och ägs av två olika organisationer, men syftar till att skapa en gemensam

samverkansmiljö måste ett samarbete fungera. Detta leder till att Chalmersfastigheter har ett högt intresse av JSP2, med en begränsad inflytandegrad.

Johanneberg Science Park är en organisation som arbetar med att främja den samverkan som området syftar till att ge rum för. Därav är byggnadens funktioner och utformning av högt intresse, och organisationen besitter stora möjligheter kring beslutspåverkan.

Rise AB var den första hyresgästen att skriva på kontrakt kring kommande hyra av kontor. Det ger Rise en möjlighet att påverka utformningen av den kontorsyta som kontraktet behandlar. Intressegraden av resterade del av byggnaden anses vara medelhög, dock är påverkansmöjligheterna för gemensamhetsutrymmen m.m. låg.

Pestle-analysen är en omvärldsanalys som används för att finna faktorer i makromiljön som påverkar den verksamhet som analysen är uppbyggd kring. En pestle-analys fokuserar på följande områden: politiska, ekonomiska, sociala, tekniska, miljömässiga och juridiska faktorer. Nedan kommer dessa områden utforskas för att finna kritiska faktorer som kan komma att påverka JSP2.

Politiska faktorer

- Akademiska Hus är ett statligt ägt aktiebolag vars uppdrag att äga, förvalta och utveckla fastigheter på svenska högskolor. I likhet med hur alla aktiebolag svarar till att uppfylla aktieägarnas önsknings, ansvarar Akademiska Hus för att uppfylla de direktiv och krav som ställs av staten, då staten äger samtliga aktier i aktiebolaget Akademiska Hus AB¹.
- Statens generella ägarpolicy för bolag med statligt ägande hävdar att staten har ett ansvar att pröva huruvida det är skäligt med fortsatt statligt ägande i bolagen². Det betyder att ett sådant övervägande kan resultera i att Akademiska hus "säljs av" och blir ett bolag som rör sig fritt på den öppna marknaden, med alla de effekter som det innebär.
- Politiska satsningar gällande forskning och utveckling väntas resultera i en ökning av beviljade forskningsanslag på 2,8 miljarder kronor för perioden 2017 till 2020. Av de ökade forskningsanslagen tillfaller 1285 miljoner SEK till universitet och högskolor, 100 miljoner SEK till JSP2s hyresgäster RISE AB och 310 miljoner SEK till Vinnova som till viss del av sin verksamhet finansierar samverkans- och innovationsprojekt³. Dessa forskningsanslag förväntas leda till en positiv utveckling, med avseende på kvalitet och antal projekt, relaterade till samverkan mellan akademi och näringsliv inom samhällsbyggnadsutveckling. Omfattningen av statens forskningsbidrag påverkar direkt vilken grad av innovation potentiella samverkansprojekt kan leverera.

Ekonomiska faktorer

- Makroekonomisk osäkerhet och lågkonjunkturer kan leda till att mindre företag blir ovilliga spendera resurser på lokal- och kontorskostnader. Vilket i sin tur kan leda till att ytor blir outnyttjade och eventuellt står tomma.
- Den rådande fastighetssituationen i urbana miljöer, där kontor är både dyra att hyra och sällan lediga, skapar en situation där resurseffektivitet, i avseende på ekonomi och yta, eftersöks av större delen av alla organisationer i näringslivet. Detta kan uppnås genom nyttjande av delade ytor, till följd av det ekonomiska mervärde som genereras då ytornas användningsgrad ökar⁴.

¹ Sveriges Riksdag. (1996). Utvärdering av utbildningen av byggnadsstyrelsen. Hämtad 2017-02-23, från: https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/kommittedirektiv/utvardering-av-ombildningen-av-byggnadsstyrelsen_GKB121

² Regeringskansliet 1. Statens ägarpolicy och riktlinjer för bolag med statligt ägande 2017. Hämtad 2017-02-23, från: <http://www.regeringen.se/4b04f6/contentassets/c37d4070b3494cbb87453993ad7b2a04/statens-agarpolicy-och-riktlinjer-for-bolag-med-statligt-agande-2017.pdf>

³ Regeringskansliet 2. (2016). 2,8 miljarder kronor i höjda anslag till svensk forskning. Hämtad 2017-02-23, från <http://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2016/09/28-miljarder-kronor-i-hojda-anslag-till-svensk-forskning/>

⁴ Fastighetskontoret. (u.å.). "Nu gäller det att hänga med". Stockholm: Stockholms stad.

- Sedan juni 2016 har en statlig kraftsamling kring samverkansprojekt mellan näringsliv och akademi skett⁵, till följd av kraftsamlingen har trender skapats där allt fler organisationer intresserar sig av samverkansprojekt med inriktning mot innovationer.
- Att bygga miljövänligt har sedan lanseringen av bl.a. Greenbuilding klassificeringen blivit allt mer vanligt, dels tack vare det marknadsföringsmervärde som klassificeringen skapar men även till följd av den kapplöpning som till viss del uppstått mellan branschens aktörer.

Tekniska faktorer

- Den tekniska utvecklingen möjliggör en flexiblare typ av arbetssätt, där det enda strikta kravet är en uppkoppling och vissa tekniska verktyg. Digitala plattformar öppnar för en ny typ av arbetsplats, där individer i vissa arbetsroller inte längre är bundna till en viss plats. Således möjliggör tekniska faktorer att vissa egenföretagare kan arbeta var de vill och tex välja att arbeta på ett coworking kontor.

Juridiska faktorer

- De sociala förmåner som ingår vid anställning påverkar i vilken mån folk är villiga att satsa på egna idéer kring egenföretagande alternativt ta en trygg anställning. Om hyreslagstiftningen ändras så påverkar det förhållande för hyresgästerna i JSP2 och i vilken utsträckning de vill och kan använda gemensamhetsfunktionerna i byggnaden.

Miljömässiga faktorer

- Behovet av att bygga miljövänligt och energieffektivt är viktigare än någonsin, och skapar således en anledning att bygga i enlighet med den nyaste teorin och tekniken för hur man uppnår en så miljövänlig byggnad som möjligt. Utvecklingen av teori kring byggnadsteknik utvecklas kontinuerligt och likaså blir kravet strängare för certifieringsverktyg såsom exempelvis miljöbyggnad⁶. Det finns miljövänliga transportmedel till och från Johanneberg Science park såsom elcyklar att hyra på området samt att en eldriven busslinje går från området till centrala Göteborg.
- Fastighetskontoret (u.å.) påstår att Stockholms invånare prioriterar geografisk närhet, vilket beskrivs som en närhet till kommunikationer, restauranger och övriga servicefunktioner, över att arbeta och bo på större yta (Fastighetskontoret, u.å.). Alltså anses en arbetsplats med strategiskt vald plats vara av väsentlig vikt för hyresgäster och övriga nyttjare. JSP2 ligger strategiskt placerat i det kluster för samhällsutveckling som Johanneberg Science Park utgör med en restid på cirka tio minuter till avenyn och centrala Göteborg.

⁵ Regeringskansliet 3. (2016). Regeringen lanserar fem offensiva samverkansprogram. Hämtad 2017-02-24, från <http://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2016/06/regeringen-lanserar-fem-offensiva-samverkansprogram/>

⁶ Sweden Green Building Council. (u.å.). Miljöbyggnad 3.0. Hämtad 2017-02-24, från <https://www.sgbc.se/miljobyggnad-3-0>