



CHALMERS



Coworking på Göteborgs kontorsmarknad

En undersökning om erbjudandet och var aktörer bör erbjuda flexibla kontorslösningar

Examensarbete inom kandidatprogrammet

Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik

MATTIS LILJA

EXAMENSARBETE ACEX20-19-36

Coworking på Göteborgs kontorsmarknad

En undersökning om erbjudandet och var aktörer bör erbjuda flexibla kontorslösningar

*Examensarbete inom kandidatprogrammet
Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik*

MATTIS LILJA

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik
Avdelningen Construction Management

CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA

Göteborg, 2019

Coworking på Göteborgs kontorsmarknad
En undersökning om erbjudandet och var aktörer bör erbjuda flexibla kontorslösningar

*Examensarbete inom kandidatprogrammet
Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik*

MATTIS LILJA

© Mattis Lilja, 2019

Examensarbete ACEX20-19-36
Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik
Chalmers tekniska högskola 2019

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik
Avdelningen Construction Management
Chalmers tekniska högskola
412 96 Göteborg
Telefon: 031-772 10 00

Omslag:
Geografisk visualisering (Omarbetning av bilaga 11); Business brainstorming (Hanack, u.å.).
CC-BY.

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik
Göteborg, Sverige 2019

Coworking på Göteborgs kontorsmarknad
En undersökning om erbjudandet och var aktörer bör erbjuda flexibla kontorslösningar

*Examensarbete inom kandidatprogrammet
Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik*

Mattis Lilja

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik
Avdelningen Construction Management
Chalmers tekniska högskola

SAMMANFATTNING

Den svenska kontorsmarknaden är i en förändringsfas då allt mer flexibilitet efterfrågas av hyresgästerna. Ett koncept som ofta förknippas med just flexibilitet är coworking. Coworking kan förenklat beskrivas som ett kontor där du tecknar ett medlemskap istället för hyresavtal samtidigt som ett socialt utbyte och nätverk skapas med andra medlemmar. Coworking är ett relativt utforskat område. Syftet med undersökningen är att undersöka vilka faktorer som bör beaktas vid utformandet av coworking-kontor.

Studien är en kvalitativ studie med kvalitativa och kvantitativa data. Intervjuer har genomförts med aktörer på fastighetsmarknaden och datasammanställning har gjorts med data tillhandahållet av Västtrafik. Den insamlade data har använts för att komplettera litteraturstudien och skapa geografiska visualiseringar för att besvara studiens forskningsfrågor.

Studien visar att det är svårt att ha en entydig definition av begreppet coworking. Vare sig det talas om coworking eller flexibla kontorslösningar, så behöver det utvecklas något mer. Oavsett vilket begrepp som används så är det viktigaste för kunden att förstå vad som ingår i den lösning som väljs. Kunden måste stå i fokus när coworking skapas.

Studien visar på att medarbetarna är en viktig faktor att ta hänsyn till i valet av kontor. Framgångsfaktorn ligger i hur ett företag arbetar för att säkra kompetenser vilket görs genom att ge anställda kreativa, utmanande och utvecklande arbetsmiljöer. Där är coworking en lösning då en stimulerande arbetsplats erbjuds med kreativitet och sociala utbyten.

Studien visar att ett centralt läge är att föredra. Men i och med låga vakanser och högt marknadsvärde i centrala lägen, finns det också fördelar med andra lägen. Området runt Järntorget och Korsvägen är två lägen som definitivt har potential för coworking-kluster. Sett till de kollektivtrafikflöden som idag existerar och de utvecklingsprojekt som finns för båda områden, är dessa knutpunkter intressanta i flera bemärkelser.

Nyckelord: Coworking, Flexibla kontorslösningar, Kontorsmarknad, Delningsekonomi, Geografisk informationshantering.

Coworking on Gothenburg's office market
An investigation on the offering and location of flexspace offices

*Degree Project in the Bachelor's Programme
Business Development and Entrepreneurship*

Mattis Lilja

Department of Architecture and Civil Engineering
Division of Construction Management
Chalmers University of Technology

ABSTRACT

The Swedish office market is in a phase of change as more flexibility is demanded by the tenants. A concept that often is associated with flexibility is coworking. Coworking can simply be described as an office where you sign a membership instead of lease agreements, at the same time coworking create a social exchange and network with other members. Coworking is a relatively unexplored area. The purpose of the study is to investigate which factors should be considered when designing coworking offices.

The study is a qualitative study with qualitative and quantitative data. Interviews have been conducted with actors on the real estate market and data compilation has been made with data provided by Västtrafik. The collected data has been used to supplement the literature study and create geographical visualizations to answer the study's research questions.

The study shows that it is difficult to have a clear definition of the concept of coworking. Whether talking about coworking or flexible office solutions, something else needs to be developed. Regardless of which definition is used, the most important order of business for the customer is to understand what is included in the chosen solution. The customer must be in focus when coworking is created.

The study shows that employees are an important factor to consider in the choice of office space. A curtail factor lies in how a company works to secure competencies, which is done by providing employees with creative and challenging working environments. Coworking is a solution regarding creation of a stimulating workplace with creativity and social exchanges.

The study shows that a central location is preferable. But with low vacancies and high market value in central locations, there are also advantages with other locations. The area around Järntorget and Korsvägen are both locations that have the potential for coworking clusters. Given the public transport flows that exist today and the development projects that exist for both areas, these nodes are interesting in several aspects.

Keywords: Coworking, Flex space, Office Market, Sharing Economics, Geographic Information Management.

Innehållsförteckning

SAMMANFATTNING	i
ABSTRACT	ii
FÖRORD	v
BETECKNINGAR	vi
1 INLEDNING	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Syfte	1
1.3 Frågeställning	2
1.4 Avgränsningar	2
1.5 Disposition	2
2 METODER	3
2.1 Val av undersökningsmetod	3
2.2 Sekundärdatainsamling	4
2.2.1 Litteraturstudie	4
2.2.2 Frukostseminarium	5
2.2.3 Geografiska data	5
2.3 Primärdatainsamling	6
2.3.1 Intervjuer	6
2.3.2 Primär geodatainsamling	8
2.4 Reflektioner över forskningsprocess	8
2.5 Kvalitetskriterier	9
2.5.1 Reliabilitet	10
2.5.2 Validitet	10
3 TEORI	11
3.1 Vad är coworking?	11
3.1.1 Flexibla kontorslösningar	11
3.1.2 Begreppet coworking	14
3.1.3 Hur coworking uppstod	16
3.1.4 Drivkrafter bakom coworking	16
3.2 Grundläggande fastighetsmarknadsteori	20
3.2.1 Fastighetsvärdering	20
3.2.2 Uthyrningsmarknaden	21
3.2.3 Geografiskt läge	25
3.3 Geografisk informationsbehandling	26
3.3.1 Vad är GIS?	26
3.3.2 Användning av GIS	26
4 EMPIRI	27
4.1 Kvalitativa aspekter om coworking	27
4.1.1 Begreppet coworking	27
4.1.2 Utveckling och trender	28
4.1.3 Värdeerbjudandet	28
4.1.4 Kunden	29

4.1.5	Utbud och efterfrågan.....	30
4.1.6	Vad är ett bra kontor och läge.....	30
4.1.7	Framtiden för coworking.....	30
4.2	Geografiska data.....	31
4.2.1	Västtrafik.....	31
4.2.2	Coworking-kontor i Göteborg.....	32
4.2.3	GIS-visualisering.....	33
5	ANALYS	40
5.1	Tolkning av begreppet coworking.....	40
5.2	Fördelar respektive nackdelar med coworking	40
5.2.1	Fastighetsägare	41
5.2.2	Coworking-aktör.....	42
5.2.3	Coworking-medlem	43
5.3	Coworking är här för att stanna.....	43
5.4	Vad som bör erbjudas på Göteborgs kontorsmarknad.....	47
5.5	Var coworking-kontor bör erbjudas i Göteborg.....	48
6	SLUTSATSER.....	49
6.1	Slutsats.....	49
6.2	Rekommendationer	49
6.3	Framtida studier	50
	REFERENSER	51
	BILAGOR	1
	Bilaga 1 – Avstigande 2018.....	1
	Bilaga 2 – Påstigande 2018.....	2
	Bilaga 3 – Sammanställning 2018.....	3
	Bilaga 4 – Intervjumall.....	4
	Bilaga 5 – Översiktskarta, Göteborgsregionen.....	6
	Bilaga 6 – Undersökningsområde.....	7
	Bilaga 7 – Undersökningsområde, kollektivtrafik & befintlig coworking.....	8
	Bilaga 8 – Översiktskarta, nattbefolkning.....	9
	Bilaga 9 – Översiktskarta, dagbefolkning.....	10
	Bilaga 10 – Undersökningsområde, nattbefolkning.....	11
	Bilaga 11 – Undersökningsområde, dagbefolkning.....	12

FÖRORD

Detta examensarbete på 15 högskolepoäng skrevs under våren 2019 på Chalmers tekniska högskola. Jag vill börja med att tacka de företag som har hjälpt mig med litteratur, intervjuer, bollplank och tillhandahållit mig med data. Stort tack till JLL, CBRE, Stena Fastigheter, Vasakronan och Västtrafik. Jag vill också tacka Jonas Tornberg på Chalmers tekniska högskola som hjälpt mig med de geografiska visualiseringarna.

Sedan är det två personer som jag skulle vilja tacka extra mycket, min examinerare och handledare Viktoria Sundquist och min vän Niclas Oscander som har hjälpt mig med disposition, korrekturläsning, vägledning och stöttning. Deras stöd har varit oerhört viktigt genom hela arbetsprocessen.

Slutligen, bilagorna går att få i högupplöst format på förfrågan.



Mattis Lilja
2019 maj 27

BETECKNINGAR

<i>Medlemskap</i>	Medlemskap tecknas hos en coworking-aktör och är uthyrningsformen. Medlemskapet är vad som ger kunden tillgång till kontorsytan.
<i>Kund</i>	Kan både vara enskild företagare eller ett företag med flera anställda. Kund används för att benämna den som är intresserad av coworking- ytor.
<i>Företag</i>	Företag kan både vara kunder och aktörer men används främst i denna rapport som en annan beteckning på kunden.
<i>Fastighetsägare</i>	Den som äger fastigheten och således äger kontorsytorna. Fastighetsägaren hyr i sin tur ut sin kontorsyta. Kan också vara coworking-aktör.
<i>Coworking-aktör</i>	Den som erbjuder coworking.
<i>Fastighetsförvaltare</i>	Den som sköter förvaltning av kontorsbyggnaden och intilliggande markområden.
<i>Hyresgäst</i>	Den som tecknar ett hyresavtal med en fastighetsägare blir hyresgäst.
<i>Kvm</i>	Kvadratmeter.
<i>SEK</i>	Valutakoden för den svenska valutan.
<i>Millennials</i>	Människor som är födda runt millenniumskiftet.
<i>CBD</i>	Central Business District. Är ett definierat geografiskt område och en delmarknad i alla stora städer. Brukar ofta vara centrala lägen med de högsta hyresnivåerna.
<i>Kluster</i>	Geografiskt avgränsad miljö där företag inom liknande branscher kan skapa gemensamma samarbetsområden eller plattformar för att minimera kostnader, skapa ny innovation osv. Silicon Valley är ett exempel på ett stort näringslivskluster.

1 INLEDNING

I kapitel ett presenteras studiens bakgrund, därefter presenteras syftet med studien, sedan lyfts mina forskningsfrågor och frågeställning, därefter presenterar jag avgränsningarna och slutligen rapportens disposition.

1.1 Bakgrund

Den svenska kontorsmarknaden genomgår just nu en stor förändring då efterfrågan av *flexibla kontorslösningar* vuxit sig allt större. Det är framförallt konceptet *coworking* som är på frammarsch och dagligen skrivs olika artiklar om coworking i branschmedia. Det noteras också ökad aktivitet på marknaden, där exempelvis ytan som coworking bedrivs på i Stockholm mellan 2017 och 2018 ökade med drygt 40 000 kvm, detta utan att någon yta var nyproducerad (Bergström, 2018). Andra exempel är Castellum som nyligen köpte United Spaces som är ett befintligt coworking-bolag (Bergström & Engström, 2019), Wallenstam köpte ytterligare aktier i Convendum som också är ett befintligt coworking-bolag (Fastighetsvärlden, 2018), Vasakronan skapar ett eget affärsområde inom coworking (Engström, 2019). Det finns ytterligare exempel på händelser men poängen är tydligt - det finns en ökande trend med coworking.

Coworking är en affärsmodell som skiljer sig från det konventionella sättet att hyra ut kontorsytor och bygger istället på att en hyresgäst tecknar ett medlemskap hos en hyresvärd. Med det konventionella uthyrningssättet tecknar hyresgästen ett långfristigt hyresavtal, vanligtvis på tre år, för en kontorsyta. Ju längre avtal desto säkrare avkastning för hyresvärden, samtidigt som att längre kontraktstid medför ekonomisk risk för hyresgästen. Med ett medlemskap delar istället hyresgästen på kontorsytorna med andra hyresgäster. Detta uppmuntrar till gemensamma sociala ytor som i sin tur medför trivsel och kunskapsutbyten mellan hyresgäster. Samtidigt ingår olika tjänster, inventarier och aktiviteter som förenklar för hyresgästen och stimulerar interaktionen mellan medlemmar (Fastighetsägarna, 2018). Det finns såklart olika varianter på medlemskap, socialt utbud och lokaler men en gemensam fördel är medlemskapet i sig. Medlemskapet är ett *flexibelt hyresavtal* då det både är enkelt att teckna nya medlemskap eller yta om hyresgästens bolag skall expandera, men samtidigt kort uppsägningstid om det måste avvecklas (Manns, 2017). Detta medför trygghet och flexibilitet för hyresgästerna eftersom de inte behöver ta en lika stor ekonomisk risk som vid tecknandet av ett långt hyresavtal, samtidigt som de snabbt kan anpassa bolaget utifrån potentiell tillväxt.

Idag är coworking ett relativt outforskat område inom fastighetsbranschen och flera olika fastighetsbolag söker kunskap för att säkra marknadsandelar innan marknaden blir allt för mättad. Det finns ett stort intresse bland aktörerna på fastighetsmarknaden att generellt få en bättre uppfattning om coworking. Denna studie undersöker vad coworking innebär och var coworking bör erbjudas på Göteborgs kontorsmarknad. Utgångspunkten är att studera drivkrafter och faktorer bakom efterfrågan för att på så vis kunna rekommendera fastighetsägare vad som bör erbjudas och var.

1.2 Syfte

Syftet med undersökningen är att undersöka vilka faktorer som bör beaktas vid utformandet av coworking-kontor. Undersökningen visar på var det i Göteborg med fördel bör placeras coworking-kontor. Rapporten syftar till att ge fastighetsägare en uppfattning om situationsläget av coworking på Göteborgs kontorsmarknad.

1.3 Frågeställning

Syftet med studien är att undersöka förutsättningar för coworking på Göteborgs kontorsmarknad. Eftersom coworking är ett relativt outforskat fenomen kommer studien baseras på fem forskningsfrågor som kommer ligga till grund för litteraturen som studeras, intervjuerna som genomförs och insamlandet av data. Forskningsfrågorna som berörs är följande:

1. Vad innebär coworking?
2. Vilka fördelar respektive nackdelar finns med coworking?
3. Vilken framtid finns för coworking?
4. Vad bör erbjudas på Göteborgs kontorsmarknad gällande coworking?
5. Var bör coworking-kontor erbjudas i Göteborg?

1.4 Avgränsningar

Studien genomförs i Göteborgsregionen, med fokus på coworking-kontor inom Göteborgs centralare kontorsmarknader. Denna avgränsning görs då det framförallt är centrala lägen som är mest aktuella i nuläget, framförallt sett till utbud. Ytterligare avgränsningar är att till störst del undersöka lägets betydelse i analysen om erbjudandet. Detta då marknaden fortfarande är i en tillväxtfas och läget har en stor betydelse som framgångsfaktor.

1.5 Disposition

Kapitel ett handlar om att ge en allmän introduktion till coworking och varför det är av intresse att studera området. Sedan presenteras studiens syfte och därefter frågeställningen med forskningsfrågor, slutligen presenteras avgränsningarna.

Kapitel två presenterar studiens metoder, där inledningsvis undersökningsmetoden presenteras, följt av beskrivning av sekundärdatainsamling i form av litteraturstudie och data från Västtrafik. Efter det presenteras studiens primärdatainsamling och slutligen lyfts kvalitetskriterierna.

Kapitel tre redogör för den teoretiska bakgrund som studien bygger på. Inledningsvis presenteras vad coworking är genom att redogöra för flexibla kontorslösningar, begreppet och drivkrafterna bakom coworking. Vidare lyfts grundläggande fastighetsmarknadsteori genom att lyfta fastighetsvärdering, uthyrningsmarknaden och geografiskt läge. Slutligen lyfts geografisk informationshantering.

Kapitel fyra beskriver studiens empiri, där intervjuerna redogörs utifrån vad som kommit upp, sedan presenteras resultatet av datasammanställningen och visualiseringen av geografiska data.

Kapitel fem omfattar studiens analys där forskningsfrågorna lyfts upp och diskuteras med avseende på rapportens empiri och teori.

Kapitel sex avslutar studien med slutsatsen, där presenteras slutsatsen, rekommendationer och förslag på vidare studier inom ämnet.

Slutligen hittas referenserna och bilagorna.

2 METODER

I detta kapitel beskrivs vilka metoder som använts för att genomföra studien. Inledningsvis presenteras valet av undersökningsmetod, där undersökningen är en kvalitativ studie som innefattar både kvalitativa data från intervjuer och kvantitativa data som jag tillhandahåller för att analysera (Bryman & Bell, 2017). Sedan presenteras insamlingen av sekundärdata, där undersökningen har baserats på en omfattande litteraturstudie från såväl kurslitteratur, facktidningsartiklar, vetenskapliga artiklar och forskning. Detta för att skapa en djupare förståelse och kunskapsgrund om såväl fastighetsmarknaden som coworking. Vidare har geografiska informationsdata samlats in från både primär- och sekundärkällor. Sedan presenteras insamlingen av primärdata där en semi-strukturerad intervju och tre ostrukturerade intervjuer genomförts med olika företag. Slutligen presenteras kvalitetskriterierna där reliabilitet, replikerbarhet och validitet lyfts.

2.1 Val av undersökningsmetod

Det finns tre olika huvudkategorier att ta hänsyn till gällande forskningsmetodik, *kvalitativ*, *kvantitativ* och kombinationen av både kvalitativ och kvantitativ som kallas *flermetodsforskning* (Bryman & Bell, 2017). Karaktäristiska drag för kvantitativa metoder är att de betonar kvantifiering gällande insamling och analys av data, tyngd ligger på teoriprövning och baseras ofta på statistisk eller siffror som sker genom en statistisk testning med flera repetitiva försök. Karaktäristiska drag för kvalitativa metoder är att de lägger vikt vid ord och inte kvantifiering vid insamling av data, betonar ett induktivt synsätt på relation mellan teori och forskning i huvudsak och baseras på öppna fria svar utan strukturerade frågor för att skapa djup. I den kvalitativa studien bygger flera olika teorier ihop undersökningen och kompletteras med sifferdata eller litteratur. Flermetodsforskning är något som blivit mer och mer vanligt och bygger på att använda olika metoder för att få fram ett mer utförligt forskningsresultat (Bryman & Bell, 2017). Denscombe (2010) menar att det finns flera fördelar med att använda flermetodsforskning. Bland annat så är flermetodsforskning mer drivet av problem än teori, att integrera metoder medför att de kompletterar varandra samt att forskningen får en tydligare eller en mer exakt förklaring genom flera olika perspektiv från olika metoder. Vad som kan tala emot flermetodsforskning är hur stor prioritering som läggs på respektive metod, då fler metoder kräver mer arbete. Resultatet från flera metoder kan därför bli svagare än om fokus istället legat på en metod (Bryman & Bell, 2017). Denscombe (2010) menar också att ökad tid och kostnad kan vara faktorer som också tillkommer med flermetodsforskning. Vidare menar Denscombe att det kan finnas en viss svårighet för forskaren eftersom denne kan behöva utveckla färdigheter för att kunna täcka båda metoder lika väl.

Undersökningen är en kvalitativ studie som bygger på både primär- och sekundärdatainsamling. Jag har valt en kvalitativ forskningsansats då frågeställningen bygger på forskningsfrågor av en beskrivande karaktär. Beskrivande studier har det huvudsakliga syftet att beskriva hur något fungerar eller utförs (Höst, Regnell & Runesson, 2006). Denna studie bygger på att skapa en förståelse för ett koncept, vad som gör detta koncept attraktivt och vilka drivkrafter som finns för att kunna rekommendera vilket erbjudande och var coworking bör omfattas i Göteborg. Då coworking är relativt nytt för marknaden och att kunskapen upplevs existera hos ett fåtal personer, ansågs en kvalitativ studie som ett lämpligt tillvägagångssätt. Då ett stort fokus legat på litteraturstudier har kvalitativa intervjuer genomförts både ostrukturerade och semi-strukturerade, vilket resulterat i goda intervjuer. Utöver detta kompletterar data från Västrafik, egen insamlad geografiska data och intervjuer var coworking bör erbjudas geografiskt i Göteborg. En styrka i forskning är att använda olika typer av data som kompletterar varandra, då det ger en kvalitativ forskning mer trovärdighet

(Denscombe, 2010). Kopplat till val av metod tillkommer kvalitetskriterier och i kvalitativ forskning värderas det olika eftersom det inte kan uppskattas med siffror som det går att göra i en kvantitativ studie. Det talas om validitet och reliabilitet, men handlar mer om att beskriva hur data samlats in och hur den bearbetats. Samtidigt som förutsättningarna och processen för hur resultaten växt fram är viktigt (Bryman & Bell, 2017). I slutet av detta kapitel presenteras dessa mer ingående och hur de kopplas till undersökningen.

Undersökningsdesign utgör strukturen för hur data samlas in och då problemformuleringen bygger på att skapa en förståelse har flera olika källor för datainsamling varit nödvändig. Den undersökningsdesign som varit mest lämplig att tillämpa var fallstudie som syftar till att ge en djupgående kunskap i undersökningen. Ett kännetecken för fallstudier är att de fokuserar på att särskilja ett fenomen från fenomenets kontext, där ett fall studeras på djupet. Detta är lämpligt för när bredare kunskap eftersöks (Bryman & Bell, 2017). I fallstudien har ostrukturerade och semi-strukturerade intervjuer, litteraturstudie, datainsamling och dataanalys genomförts.

2.2 Sekundärdatainsamling

Sekundärdata är information, data eller uppgifter som redan existerar genom att ha samlats in av någon annan, exempelvis böcker, data, artiklar, nyckeltal och statistik. Sekundärdata kan vara till hjälp för den egna undersökningen genom att exempelvis tidsbesparing på att själv inte behöva samla in data, ge åtkomst till data som inte skulle vara möjlig utan en annan part, kan ge perspektiv till analysen samt för att jämföra de egna resultaten (Bryman & Bell, 2017). I detta avsnitt presenteras sekundärdatainsamlingen för studien genom att först lyfta litteraturstudien, sedan deltagandet på frukostseminarium och slutligen presenteras den geografiska datainsamlingen.

2.2.1 Litteraturstudie

Litteraturstudien har varit väldigt viktig för undersökningen i sin helhet, eftersom det är på den empiri, analys och slutsats vilar. Litteraturstudien har också varit viktig för genomförandet av intervjuer, då intervjun byggd på att bra frågor kommer leda till ett djupare samtal. Förberedelserna har därför värderats högt och lagt mycket tid på. Den teoretiska referensram som litteraturstudien resulterat i återfinns i *Kapitel 3. Teori*. Litteraturstudien har genomförts för att förstå drivkraften och historien bakom coworking, för att sätta det i ett sammanhang har begreppet och tolkningen av coworking undersökts. Vidare har drivkrafter som digitaliseringens påverkan på kontorsarbetsmarknaden undersökts. Samtidigt har också fastighetsmarknaden undersökts för att se vad det är som driver utbud och efterfrågan, för att skapa en förståelse för vilken roll coworking spelar och kommer att spela. Slutligen har även geografisk informationshantering undersökts och hur det kan användas i stadsplanerandet. I litteraturstudien har kurs- & facklitteratur, branschtidningar, rapporter, uppslagsverk, seminarier och vetenskapliga artiklar använts.

Primära databaser för insamlande av information har tillhandahållits av Chalmers och Chalmers bibliotek. Kurslitteratur från kurser inom framförallt fastigheter har också varit med i sammanställningen av information. Artiklar har främst använts och hittas genom branschnyhetsbrev. Ytterligare databaser har använts för insamlande av information, främst för de verk som är skrivna på engelska. Exempel på ytterligare databaser som använts är *Mediaarkivet*, *Google*, *Google Scholar* och *Scopus*. Andra kandidatarbetens referenser har också använts för vägledning till relevant litteratur. Sökord har exempelvis varit: *coworking*, *delningsekonomi*, *flexibla hyresavtal*, *flexibla kontor*, *framtidens kontor*, *aktivitetsbaserade kontor*, *flex space*, *digitalisering*. I vissa fall har även ord kombinerats i sökningen.

2.2.2 Frukostseminarium

En del av min insamlade information kommer från deltagande på JLLs frukostseminarium Nordic Outlook, där jag i efterhand fick ta del och använda mig av det presenterade materialet. Seminariet gav också mig möjlighet att träffa och ostrukturerat intervjuar branschprofiler, således fick jag inputs och trådar att följa upp i efterhand. En del av det presenterade materialet på seminariet finns med i både *Kapitel 3. Teori* och i *Kapitel 5. Analys*.

2.2.3 Geografiska data

För att kunna göra en geografisk visualisering över var det är fördelaktigt att placera ett coworking-kontor i Göteborg, behövs geografiska data. De data jag valt att utgå ifrån är människors rörelse i kollektivtrafik som tillhandahålls av Västtrafik AB och geografiska data i form av mark- & terräng, vägar, hus m.fl. tillhandahållet av © *Lantmäteriet* genom Sveriges Lantbruksuniversitet, SLU.

2.2.3.1 ESRI ArcGIS

Programmet som använts för att skapa den geografiska visualiseringen heter ESRI ArcGIS och har tillhandahålls av Chalmers tekniska högskola, som innehar licenser för programmet. Programmet kan koppla data som exempelvis finns i ett Exceldokument för att koppla detta till olika geografiska punkter. För att kopplingen skall vara möjlig behövs koordinater som kan tillhandahållas av olika internetjänster, exempelvis *Google Maps*. Vidare har jag genom handledning med Jonas Tornberg, forskare och lärare inom Geografiska informationssystem på Chalmers tekniska högskola, fått vägledning med visualiseringsarbetet. För att ge perspektiv och sätta visualiseringen i ett sammanhang har både översiktskartor och kartor med natt- och dagbefolkning tagits fram för att visa på densiteten människor. Dagbefolkning motsvarar var befolkningen befinner sig på dagen, deras arbetsplatser, medan nattbefolkningen är var befolkningen befinner sig på natten, deras bostäder.

För att skapa visualiseringen av densiteten av befolkning och sysselsättning som gjorts i *bilaga 8 till 11*, har verktyget *Kernel Density* använts. Funktionen är att med egna parametrar skapa ett rutnät över hela kartan, där en punkt sätts i mitten av varje ruta. Den ingående data som finns, i detta fall befolkning och sysselsättning, finns redan i kartan som registrerade punkter med olika värden. Från varje punkt i mitten av varje ruta bestäms en radie som då fångar upp datapunkterna som undersöks (befolkning och sysselsättning) och räknar samman hur många punkter som omfattas inom radien. På så vis skapas densitetkurvor som ger en grafisk visualisering av vart populationen är som störst. I detta arbete har jag valt att arbeta med rutor som är 10x10 meter och radien 300 meter i undersökningsområdet och 500 meter i översiktskartan.

2.2.3.2 Data från SLU

För att kunna visualisera en karta i ArcGIS behövs grundläggande data. Med grundläggande data menas den information som visar exempelvis mark, terräng, vägar, vattendrag. Det finns olika myndigheter som skapar och tillhandahåller data, exempelvis *Lantmäteriet* och *Statistiska centralbyrån – SCB*, där båda använts till att skapa geografiska visualiseringar till denna undersökning. Data finns bland annat att tillgå via *Sveriges Lantbruksuniversitet – SLU* (<https://maps.slu.se>). Där jag som student på Chalmers tekniska högskola, kostnadsfritt hämtat geografiska data från Göteborgsområdet, med fokus på innerstaden. Data har i sig enbart använts för att skapa förutsättningar för att i ArcGIS skall kunna visualisera begripliga

kartor. Data som valts inom det geografiska området för undersökningen är följande: Markdata Vektor, Terrängkarta Vektor, Kommunikationer Vektor, Vägkarta Vektor, som samtliga är framtagna av Lantmäteriet (2019). Vidare har data på befolkning och sysselsättning använts och är framtaget av SCB (2016, 2017). Samma data har också använts till översiktskartorna.

2.2.3.3 Data från Västtrafik

För att kunna skapa en uppfattning om hur människor rör sig i kollektivtrafiken i Göteborg, kontaktade jag Västtrafik AB. I mitt förfrågningsunderlag efterfrågades data på hur många människor som rör sig vid olika hållplatser i centrala Göteborg innan, under och efter arbetstid under ett år. Jag fick sedan specificera vilka hållplatser och vilka tider som var intressanta för mig att undersöka. Hållplatserna har valts ut för deras läge och då några är viktiga knutpunkter i kollektivtrafiken och förbinder flera linjer. Västtrafik tillgodosåg mig sedan med data sammanställt i ett Exceldokument. Detta dokument bestod av: hållplatser, månad, veckodag, tidpunkter, linjetrafiksnummer och påstigande respektive avstigande resenärer. Detta har jag sedan sammanställt i tabeller samt använt till GIS-programmet för att kunna göra en geografisk visualisering. *Se bilaga 1, 2 & 3*, för sammanställning av data från Västtrafik. Data från Västtrafik AB har jag sedan behövt komplettera med att själv identifiera koordinaterna för respektive hållplats, sammanställningen finns i *Kapitel 4. Empiri*. Då det är kontorsfastigheter som är av intresse i denna studie är flödet av resenärer på vardagar den mer intressanta sammanställningen att göra i empirin.

2.3 Primärdatainsamling

Primärdata är information, data eller uppgifter som forskaren själv samlar in genom exempelvis enkäter, intervjuer, observationer eller experiment. Fördelaktigt med primärdatainsamling är att trovärdigheten och tillförlitligheten ökar, då materialet samlats in, strukturerats och presenterats av forskaren själv (Bryman & Bell, 2017). I detta avsnitt presenteras primärdatainsamlingen genom att först lyfta intervjuer för att sedan redogöra för den egna datainsamlingen.

2.3.1 Intervjuer

För att komplettera litteraturstudien och för att fördjupa kunskapen i de funderingar som uppstått genomfördes intervjuer. Genom intervjuer kan mer utförliga svar ges till frågeställningar samt att forskaren får möjlighet till att följa upp eventuella följdfrågor till respondenten (Bryman & Bell, 2017). *Se bilaga 4*, för intervjumall.

2.3.1.1 Val av intervjumetod

När det kommer till intervjuer kan dessa genomföras både med kvalitativ och kvantitativ metod. Skillnaden ligger i att en kvantitativ intervju styrs av förbestämda frågor, ofta begränsade och/eller förvalda svar samt att resultatet ofta är beroende av en hög svarsfrekvens för att det ska gå att dra slutsatser. I en kvalitativ intervju är den mer öppen och låter intervjuobjektet svara fritt på någon eller några enstaka frågor. Intervjun kan därför ta oväntade svängningar och följdfrågor kan ta intervjun till helt andra sakfrågor (Bryman & Bell, 2017).

I denna studie har kvalitativa intervjuer genomförts eftersom en sådan metod medför mer utförliga svar, vilket eftersökts. Målet med intervjuerna är att skapa en uppfattning om fastighetsägare och coworking-aktörers syn på coworking på Göteborgs kontorsmarknad. Deras syn kan ställas i korrelation med både litteraturstudien och vad den geografiska

informationen visar. Den kvalitativa intervjun skapar djup och nya insikter, men kan också vara till en nackdel då svaren kan bli svårtolkade och bli svåra att generalisera. Denscombe (2010) beskriver också problem med objektivitet, eftersom intervjufrågorna påverkar hur intervjuobjektet svarar. Därför krävs det av intervjuledaren att ha genomtänkta frågor för att uppnå objektivitet.

2.3.1.2 Intervjustruktur

Bryman & Bell (2017) beskriver tre olika typer av strukturer på intervjuer *strukturerad*, *ostrukturerad* och *semi-strukturerad*. Den strukturerade intervjun innebär att alla frågor är nedskrivna och förberedda. Den ostrukturerade intervjun innebär att en allmän fråga ställs inledningsvis och ett samtal skapas utifrån det. Den semi-strukturerade intervjun innebär att det finns förberedda frågor i viss mån, men att följdfrågor byggs på under intervjun. Den semi-strukturerade intervjun kan beskrivas som en kombination av den strukturerade och ostrukturerade intervjun.

I denna studie har både ostrukturerade-och semi-strukturerade intervjuer använts. I begynnelsefasen av arbetet genomfördes ostrukturerade intervjuer med syftet att undersöka om min frågeställning var av intresse samt att hitta nya infallsvinklar på området coworking. Dessa intervjuer genomfördes med att jag berättade vilka frågeställningar jag arbetade med, vad mitt mål och syfte var samt vad jag läst i litteraturen. Utifrån det skapades en ostrukturerad intervju där jag kunde ställa frågor kopplat till deras syn på coworking samtidigt som jag fick intressanta spår att följa vidare på. Den senare intervjun var av semi-strukturerad karaktär, då syftet med dessa var att få fördjupad kunskap på specifika frågor, samtidigt som möjligheten till följdfrågor och andra spår skulle vara möjlig. Jag gick sedan tillbaka och genomförde en ostrukturerad intervju kopplat till visualiseringsarbetet med geografiska data.

Genom att ha använt både ostrukturerade-och semi-strukturerade intervjuer har respondenterna fått möjlighet att mer fritt kunna ge deras perspektiv på ämnet coworking. Områden som behandlas i intervjuerna är: *konceptet coworking*, *definitionen av begreppet*, *nyckeltal*, *upplevd efterfrågan*, *vad som erbjuds*, *geografisk positionering*, *framtiden*.

2.3.1.3 Respondenter

Eftersom kvalitativa intervjuer möjliggör god information, kan antalet respondenter minimeras. Valet av intervjuobjekt gjordes med ett så kallat bekvämlighetsurval vilket innebär att jag själv valt mina intervjuobjekt (Denscombe, 2010). Bekvämlighetsurvalet gjordes med anledningen att det var specifika aktörer som jag önskade att intervjua, nämligen fastighetsägare, fastighetsägare som också är coworking-aktör samt ren coworking-aktör. *Se tabell 1*, för en sammanställning av intervjuobjekten. Jag genomförde en semi-strukturerad intervju med Vasakronan som är en fastighetsägare som nu också blir coworking-aktör. Vasakronan håller på att starta upp en test-arena, som de kallar det, i Nordstan, där de ska testa och förfina sitt koncept innan de lanserar en färdig produkt. Intervjun ägde rum på deras kontor, där jag också fick se lokalerna och skisserna på hur det ska se ut.

Tabell 1 - Genomförda intervjuer. Författares egen tabell.

No.	Företag	Befattning	Typ av intervju	Datum
1	Jones Lang LaSalle - JLL	Head of Research/ Analyschef	Ostrukturerad	2019-02-21
2	Stena Fastigheter AB	Projektledare	Ostrukturerad	2019-03-15
3	Stena Bygg AB	Projektutvecklare	Ostrukturerad	2019-03-15
4	Vasakronan AB	Ansvarig Coworking Arena Nordstan	Semi-strukturerad	2019-04-30
5	Chalmers tekniska högskola	Forskare	Ostrukturerad	2019-05-07

2.3.1.4 Analys av intervjuer

Under de ostrukturerade intervjuerna antecknades mötet till viss del, då syftet med dessa snarare var att skapa ett samtalsklimat och att få inspiration på vad jag skulle söka med vidare för kunskap. Intervjun med forskaren inom GIS på Chalmers syftade till att förbättra den geografiska visualisering som skapats i denna rapport. Den semi-strukturerade intervjun spelades in med intervjuobjektets samtycke. Genom inspelning kunde intervjun genomföras mer smidigt och efter att intervjun var genomförd transkriberades densamma och kunde användas som underlag till denna studie. Det har genomförts få intervjuer, men detta kompletteras av flera andra källor för insamlande av data.

2.3.2 Primär geodatainsamling

För att skapa en uppfattning om var coworking-kontor finns idag på Göteborgs kontorsmarknad har jag sammanställt en tabell baserat på var jag hittat coworking-kontor med hjälp av söktjänsten Google Maps. Med Google har jag kunnat notera koordinaterna till dessa kontor, för att på så vis kunna använda dem i ArcGIS. Data är till för att på kartorna visa på vart det redan existerar kontor för att sätta det i kontext med vart studien visar att det bör placeras coworking-kontor. Jag var också tvungen att ta ut koordinater för de undersökta hållplatserna då detta saknades i de data jag fick av Västtrafik. Genom att ta reda på koordinaterna och sammanställa dessa till punkterna med antalet resenärer kunde geografiska visualiseringar skapas. Runt hållplatserna har två olika radier märkts ut en för 300 respektive 150 meter. Radien 150 meter har valts då det uppskattats till ett rimligt avstånd som inte uppfattas som för långt mellan hållplats och fastighet. Radien 300 meter har valts då det upplevs som ett rimligt närområde för olika servicetjänster. Dessa har i sin tur dividerats med 1,3, då detta är en faktor för att ta hänsyn till att fotgängare inte kan ta fågelvägen, enligt J. Tornberg (Personlig kommunikation, 2019-05-07). Valet av radie har gjorts utifrån egen uppfattning och bedömning om bekvämlighet relaterat till närhet till hållplats samt serviceutbud. Sammanställningen hittas i *Kapitel 4. Empiri*.

2.4 Reflektioner över forskningsprocess

Arbetsprocessen för denna undersökning är en viktig detalj att förstå för att kunna sätta den i perspektiv och bedöma kvalitetskriterierna. Undersökningen har genomförts helt och hållet av mig själv, dock ofrivilligt. I undersökningens uppstartningsfas hoppade min partner av projektet, vilket satte mig i en situation där jag pendlade mellan att fortsätta på vår inslagna väg med att undersöka coworking eller att byta spår till en annan idé. Efter handling kom jag fram till att stanna på coworking-spåret vilket medförde att min undersökning kom igång sent.

Under hela undersökningen har jag fört en vecko-dagbok på söndagar, där jag reflekterat över veckan som varit och veckan som kommer. I denna har jag för mig själv svarat på frågor kopplat till arbetsprocessen, mina tankar, mina känslor och mina funderingar. Att ha fört dagbok har hjälpt mig på många sätt, i både egna reflektioner och diskussioner men också i att själv stanna upp och se vart och hur processen går. Detta har resulterat i att jag hittat energi, återfunnit tankar och reflektioner som jag har haft längs vägen.

Mitt fokus och tyngden i det arbete som jag gjort i denna undersökning har legat på att skapa en god kunskapsgrund och förståelse för konceptet coworking. Mitt fokus har därför legat på att göra en grundlig litteraturstudie som tagit mig vidare till nya funderingar och litteratur. Jag har lagt väldigt mycket tid på denna del av undersökningen vilket gjort att en annan del blivit lidande, nämligen att genomföra semi-strukturerade intervjuer. Att få semi-strukturerade intervjuer genomförts beror på att mycket tid har lagts på förberedelserna och att tiden blev knapp i studiens avslutande skede när mina förfrågningar om intervjuer skickades ut. Några av de jag sökt för intervjuer har inte heller återkopplat, vilket också lett till att antalet intervjuer blev få. Däremot så finns det ingen garanti på att fler semi-strukturerade intervjuer skulle ha bidragit till en bättre undersökning, då något annat istället skulle kunna ha blivit lidande. Samtidigt är det för en kvalitativ forskning viktigare med innehållet från en intervju än med kvantiteten (Bryman & Bell, 2017).

Detta för oss in på undersökningens potentiella felkällor vilket jag vill hävda ligger i primärdata insamlingen, intervjuer och egen datainsamling. Intervjuerna i den bemärkelse att de var få och att jag således inte får ytterligare perspektiv eller åsikter på de frågor som ställts. Gällande de geografiska data jag själv samlat in kan en felkälla ligga i att det kan finnas fler coworking-kontor som jag inte hittat i min insamling. Detta kan ses som en mindre felaktighet av mindre betydelse. Även urvalet av hållplatser kan ses som en felkälla där fler eller andra hållplatser skulle kunna visa på en annan helhet. Den felkällan skulle jag också säga är av minimal betydelse då hållplatserna visar var människor tenderar att vara snarare än hur de rör sig mellan hållplatser. Vad jag däremot insåg efter att visualiserat hållplatserna var att jag missat hållplatserna Domkyrkan och Heden, som båda ligger inom undersökningsområdet. Jag tror inte att det påverkar undersökningen mer än att ytterligare ett kluster skulle vara tydligt.

2.5 Kvalitetskriterier

I detta avsnitt lyfts kvalitetskriterierna, där de först förklaras för att sedan presenteras i hur de omfattas i denna studie. Reliabilitet presenteras först för att sedan gå in på validitet. Reliabilitet och validitet i kvalitativa studier måste värderas annorlunda jämfört med studier utförda med en kvantitativ ansats. I den kvalitativa forskningen går inte tillförlitligheten att uppskatta med siffror och handlar snarare om hur data samlats in och bearbetats på ett systematiskt och hederligt sätt. Förutsättningar inför och processen under arbetet är också viktiga faktorer som spelar in (Bryman & Bell, 2017).

Enligt Bryman & Bell (2017) så förutsätter hög validitet att vi också har nått en hög reliabilitet, men att en hög reliabilitet inte per automatik betyder att vi når en hög validitet. I denna studie bedöms validiteten som hög för både intervjuer och datainsamlingen, detta då syftet med både intervjuer och datainsamlingen är att kunna svara på vad som bör erbjudas och var det bör erbjudas gällande coworking i Göteborg.

2.5.1 Reliabilitet

Reliabilitet innebär tillförlitligheten i en studie och omfattar frågan om huruvida resultatet från en undersökning blir densamma om undersökningen skulle genomföras på nytt. Samtidigt frågas om mätningen påverkas av tid och hur säkra slutsatserna är som kan dras av studien. Svårigheten i att replikera en kvalitativ studie ligger i att den påverkas av människorna som deltar i den, både forskaren och intervjuobjekten eftersom exempelvis faktorer som personkemi och en dålig dag kan påverka utfallet. Tillförlitligheten får istället baseras på forskarens kunskapsgrund, förmåga att göra bra observationer och följsamhet mot data (Bryman & Bell, 2017).

I denna studie ligger tillförlitligheten i den ärliga avsikten om att återge data på ett korrekt sätt. Den data som har samlats in bygger på den kunskapsbas som jag innehar av en grundlig litteraturstudie som möjliggjort att intervjuerna kunnat genomföras på ett bra sätt med frågor som når djupet. Att de semi-strukturerade intervjuerna dessutom finns inspelade är något som också stärker tillförlitligheten då dessa kan återges. Den sekundärdata som samlats in kommer från seriösa aktörer samt finns att tillgå vid förfrågan, detta medför att samma data skulle kunna användas. Då studien återger den data som samlats in från flera olika källor på olika sätt, kan reliabiliteten i undersökningen anses som hög.

2.5.2 Validitet

Validitet kan anses som ett av de viktigaste kriterierna vid forskning och handlar om relevansen av den insamlade data för den undersökta frågeställningen. Frågor att ställa kopplat till validitet är om hur väl mätningen mäter det som avses mäta, om resultaten stämmer överens eller ej med tidigare studier och om forskningsfrågan kommer besvaras genom insamlingstekniken. Det finns två olika typer av validitet att ta hänsyn till, inre- och yttre validitet. Den inre handlar om faktorer som forskarens förmåga att kommunicera hur forskningsprocessen påverkar kunskapens giltighet genom exempelvis författarens bakgrund, hur datainsamling gjorts, hur urvalet gjorts och hur analys och beslut tagits. Vidare är deltagarkontroll och triangulering två andra faktorer kopplat till den inre validiteten, där deltagarkontrollen handlar om intervjuobjekten har möjlighet att rätta till eventuella felaktigheter. Trianguleringen handlar om problemet kan ses ur flera synvinklar och hämtas från flera informationskällor, detta kan öka validiteten. Yttre validitet i en kvalitativ studie handlar om att forskaren inte definierar generaliserbarheten utan presenterar vägen och de fynd som gjorts vid slutet av vägen. Det är sedan upp till läsaren att bedöma generaliserbarheten genom att ställa sig frågor som var och för vilka resultaten kan tillämpas och under vilka förutsättningar resultaten kan tillämpas (Bryman & Bell, 2017; Gunnarsson, 2002).

Data som samlats in i denna studie kommer från flera olika källor där målet varit att hitta svar på frågeställningarna. Då studien vilar på en stor litteraturstudie som får svara för min egen kunskapsbas, ett tydligt redogjort metodkapitel där datainsamling, urval och analys gjorts får validiteten anses som hög. Sett till deltagarkontroll så har, efter att intervjuerna transkriberats, den sammanställda intervjun skickats till intervjuobjekten för godkännande. Data har samlats in från olika källor och kompletterar varandra samtidigt som de visar på olika saker. Det är en styrka i denna studie och kan således anses ha hög validitet.

3 TEORI

I kapitel tre presenteras den teoretiska referensram som studien bygger på. Utgångspunkten är att inledningsvis undersöka vad coworking är genom att ta stöd ur forskning och vad fastighetskonsultbolagen säger. Efter det kommer drivkrafterna och själva uppkomsten av coworking presenteras. Nästa del i den teoretiska referensramen är att presentera grundläggande fastighetsmarknadsteori med fastighetsvärdering, uthyrningsmarknaden och geografiskt läge. Kapitlet avslutas med en teoretisk bakgrund till geografisk informationshantering.

3.1 Vad är coworking?

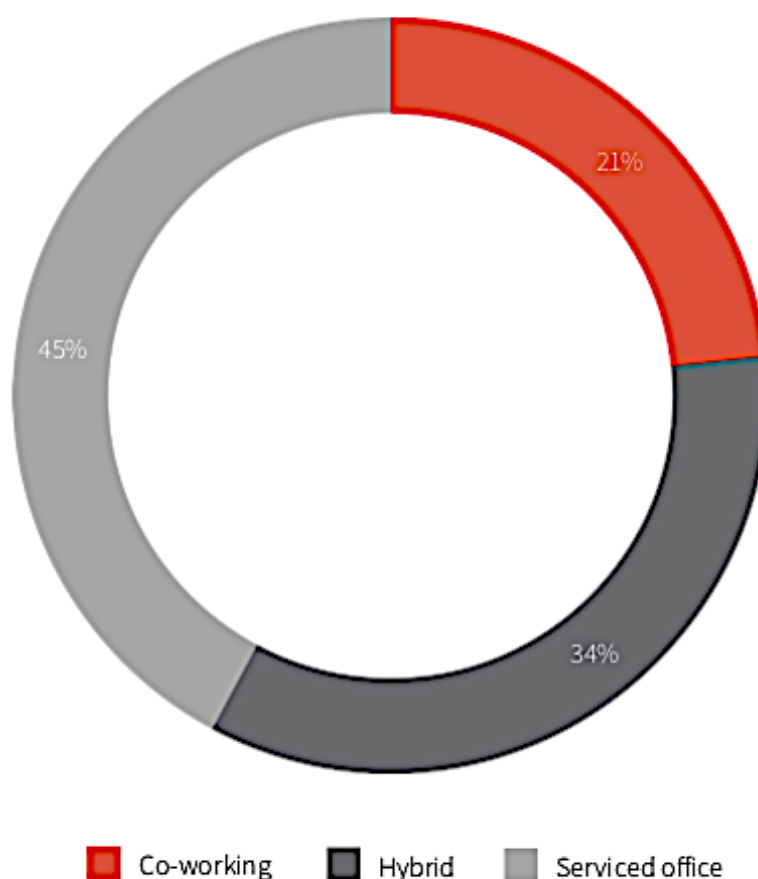
Detta avsnitt har som syfte att presentera olika tolkningar och definitioner om vad coworking är, samtidigt som drivkrafterna bakom konceptet presenteras.

3.1.1 Flexibla kontorslösningar

De internationella fastighetsbolagen JLL (2018) och CBRE (2017) har båda skrivit rapporter om det växande fenomenet coworking, men konstaterar att det snarare bör talas om flexibla kontorslösningar där coworking är en kategori. Båda konstaterar att tillväxten vi ser på marknaden idag är hybrider, dvs kombinationer av olika flexibla kontorslösningar. Coworking är fortfarande ett relativt nytt koncept på fastighetsmarknaden vilket resulterat i att det finns begränsad forskning att tillgå och flera olika uppfattningar om vad coworking är. Därför finns det anledning att kategorisera olika definierade typer av flexibla kontorslösningar, där coworking är en, som finns på marknaden.

3.1.1.1 JLL

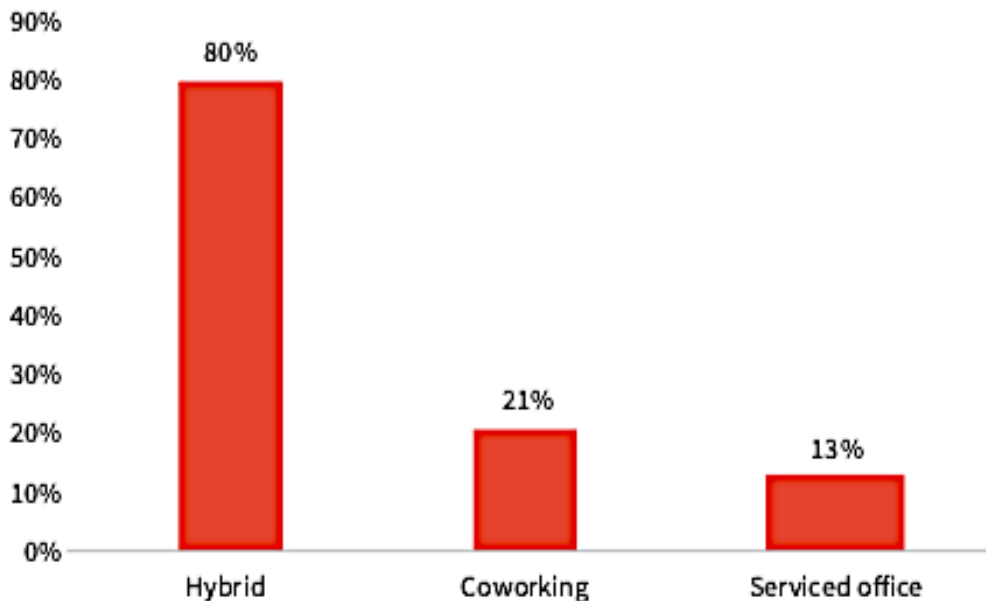
JLL (2018) definierar tre olika typer av flexibla kontorslösningar: *Serviced offices*, *Coworking* och *Hybrider*. Services offices startade på 80-talet med att erbjuda traditionella kontorsuppsättningar med flexibla hyresavtal både lokalt och internationellt (JLL, 2018). Konceptet fokuserar på privata kontorsutrymmen med spridd lokalisering exempelvis centralt, i utkanten av stadskärnan, på tågstationer eller flygplatser. Det finns ett begränsat antal medlemskapsmodeller och kontoren brukar vara av traditionell design (Cecilia Gunnarsson, JLL frukostseminarium, 2019-02-21). Fastigheterna brukar ligga på mellan 1 000 till 4 000 kvm, där det räknas på att ungefär 80 procent är uthyrbar area. JLL (2018) bedömer att cirka 45 procent av den totala flexibla kontorsstocken är Serviced offices. Analysen är baserad på de 20 största europeiska marknaderna för flexibla kontorslösningar, *se figur 1*, som beskriver fördelningen av olika flexibla kontorslösningar.



Figur 1 - Total flexibel kontorsstock baserad på de 20 största marknaderna i Europa. (JLL, 2018). Återgiven med tillstånd av JLL.

Coworking som koncept har funnits ungefär lika länge som Serviced offices men tillväxten tog fart efter den globala finanskrisen på sent 2000-tal. Coworking bars fram av vågen av start-ups och entreprenörer som önskade att skapa arbetsplatser med kunskapsutbyten, innovation och samarbete (JLL, 2018). För coworking är fokus på öppna planlösningar och trendig design, det finns ett stort utbud av flexibla medlemskap som kan baseras på b.l.a. timmar, dagar eller månader. Det geografiska läget för coworking-kontor är nära transporthubbar och även i en del sekundära lägen (Frukostseminarium, 2019-02-21). Fastigheterna varierar mellan 500 till 2 000 kvm och 80 procent av ytan avses för coworking. Många coworking-aktörer har vuxit fram under senaste två decennier men den kvantitativa tillväxten på kontorsmarknaden har varit blygsam. På Europas 20 största flexibla kontorsmarknader står ren coworking för drygt 21 procent, *se figur 1*. Däremot är efterfrågan på coworking-tytor ökande, 2017 bedömdes tillväxt på 21 procent, *se figur 2*, och där framgångarna noteras som störst är ofta hos de aktörer som antingen fokuserat på specifika lokala marknader eller de som erbjuder en bredare inkubator eller acceleratormiljö (JLL, 2018). Figur 2 beskriver tillväxten på marknaden för flexibla kontorslösningar under 2017.

Flex type growth 2017



Figur 2 - Tillväxt av flexibla kontorslösningar 2017. (JLL, 2019). Återgiven med tillstånd av JLL.

En hybrid innebär där det finns en medveten mix av privata utrymmen och coworking där det uppskattningsvis är 60 till 70 procent privat och 20 till 30 procent coworking. Även här erbjuds flera olika medlemskapsmodeller och kontorsytor med trendig design. Lokaliseringen är nära transporthubbar i centrala lägen eller vid nyckellägen i staden (Frukostseminarium, 2019-02-21). Sett över 20 år har serviced offices och mer nyligen coworking utvecklat sitt koncept och har förändrat kontorsmarknaden, framförallt inom design på arbetsplatsen. Dock har den stora tillväxten av flexibla kontorslösningar på senare år kommit från hybrider, se figur 2. Hybrider erbjuder inte bara start-ups och frilansare kreativ, centrala kontorsytor utan attraherar även större organisationer. Fastigheterna varierar mellan 2 000 till 25 000 kvm, där uppskattningsvis 60 till 65 procent är uthyrbar area. Sett till de 20 största flexibla kontorsmarknaderna i Europa har hybrider en stor tillväxt, där de 2017 stod för 80 procent. Av den totala flexibla kontorsstocken står hybrider för 34 procent, se figur 1 (JLL, 2018).

3.1.1.2 CBRE

CBRE (2017) menar att marknaden för flexibla kontorslösningar kan delas in i fem olika kategorier med två olika sidor. *Serviced offices* och *Short term/ managed offices* på den ena mer traditionella sidan och *Coworking space*, *Accelerators* och *Incubators* på den andra mer nytillkomna sidan. Även CBRE bedömer en ökande tillväxt med *Hybrider* som är en kombination av tidigare nämnda kategorier. Exempelvis integreras coworking med service offices eller med managed offices för att skapa ett bredare kunderbjudande. CBRE menar att det är mer meningsfullt att beskriva de olika kategorierna som flexibla kontorslösningar som en bred term då hybrider blir mer vanligt och att det är lätt att övergå från en kategori till en annan. Det är dock viktigt att förstå vad de olika kategorierna innebär.

- Serviced offices innebär privata uthyrda kontor med flexibla hyresvillkor, utrymmen är komplett utrustade, en reception tillhandahålls och alla service- och tjänstekostnader ingår i hyran.

- Short term/ Managed offices är kontor som är uthyrt och anpassat utifrån hyresgästens önskemål, hyresgästen betalar sedan en avgift månadsvis. Lokalen är ofta tagen på kort sikt, dvs ett kortare hyreskontrakt.
- Coworking space baseras på medlemskap eller ”betalar per skrivbord” och skapar ett socialt arbetsklimat där medlemmarna kan nätverka, samarbeta och skapa affärer emellan varandra.
- Accelerators innebär att det på kontoret hålls program där exempelvis start-ups spenderar tid med en grupp av mentorer under en satt tidsram. Ofta finns det möjligheter att i slutet av programmet få bidrag som ett startkapital för ett innovativt framtaget projekt. Vanligtvis är planlösningen öppen och möjligheterna för samarbete är stora.
- Incubators är väldigt likt Accelerators med start-ups men är mer inriktade på en specifik sektor med sponsring av större företag och institutioner. Medan planlösningen är relativt lik mellan olika inkubatorer så är hyresgästerna varierande.

3.1.2 Begreppet coworking

Begreppet coworking definieras på olika sätt av olika personer och då forskningen på området är begränsad finns det anledning till att se hur forskning på området definierat begreppet och valt att kategorisera densamma.

3.1.2.1 Rebecca Green

I en studie gjord ur fastighetsägarens perspektiv på coworking menar Rebecca Green (2014) att coworking i sin enklaste form handlar om korta och flexibla hyresavtal som medför att coworking-medlemmar har ytor att arbeta individuellt, tillsammans och i mindre grupperingar. Vidare kan coworking-aktörerna delas in i tre subgrupper: *utövande (executive)* som är en föregångare till de två andra subkategorierna och fokuserar på effektivisering av yta och inte alls lika inriktat på att skapa samarbetsplattformar. På senare år har utvecklingen drivits mot mer öppna plattformar och kontorslandskap. Den *entreprenöriella (entrepreneurial)* är den snabbast växande subkategorin och erbjuder extra tjänster, föreläsningar, aktiviteter och upplevelser till medlemmarna. Detta har skapat en extra inkomstkälla än enbart medlemsavgiften och i fokus står att skapa miljöer för kunskapsutbyte och energifyllda kluster för nätverkande. Den kreativa (*creative*) subkategorin är den minsta och baseras på att skapa lokala nätverk för specifika ändamål, snarare än företagarkultur. Exempel på detta är estetiska och kreativa verksamheter där målet är att skapa en informell mötesplats för individer snarare än företag. Medlemskap varierar mellan aktörer och kategori men en gemensam standpunkt är att det vanligtvis inte behövs stora ekonomiska insatser och långa bindningstider för den blivande medlemmen, vilket gör coworking eftertraktat.

3.1.2.2 Ignasi Capdevila

I en annan studie utförd av Ignasi Capdevila (2015) delades coworking-kontor i Barcelona upp i tre olika typer beroende på hur innovativa och till vilken grad som medlemmarna samarbetade. Capdevila beskriver coworking som lokala kontorsytor där oberoende yrkesutövare arbetar och delar med sig av sina resurser och kunskap med nätverket på kontoret. Han utvecklar att även om samtliga studerade kontor själva skulle definiera sig som ett coworking-kontor, skiljer sig innovation och samarbetet mellan medlemmarna från ett kontor till det andra. Capdevila menar att det finns tre olika typer, 1. *No innovative communities*, 2. *innovative communities* och 3. *Highly innovative communities*.

I den första typen, identifierades lägst grad av samarbeten mellan medlemmar och var också minst innovativ. Medlemmarnas största angelägenhet var att reducera kostnader genom att dela på löpande kostnader som exempelvis el, kontorshyran och kontorsmaterial. Det finns också incitament för medlemmarna att dela på kostnader då det skapar möjligheter att ha kontor i dyra attraktiva lägen centralt. Det kan också skapas incitament till fördjupade samarbeten och interaktion mellan medlemmar om exempelvis dyra fysiska tillgångar skall införskaffas. Att dela kostnader leder emellertid inte till mer innovativa arbetsmetoder, utan snarare att medlemmarna fokuserar på sina egna projekt utan att engagera sig i kollektiva innovationer. Resultatet blir mer som ett kontorshotell där organisationen, strukturerna och koordinationen av aktiviteter som vanligtvis styrs av coworking-aktören knapp behövs (Capdevila, 2015).

I den andra typen fanns en viss grad av samarbete mellan medlemmarna som tillsammans på kontoret utvecklar innovativa projekt som i sin tur leder till en känsla av community. Medlemmarna är motiverade till att samarbeta och delta i kunskapsutbyte. Motivationen baseras framförallt ur två aspekter, den ena är att lära eller förbättra sina egna färdigheter och resurser samt den andra där syftet med samarbetet är att få tillgång till kompletterande resurser eller kunskaper som medlemmen själv saknar. Dessa två drivkrafter medför olika typer av aktiviteter, exempelvis engagemang i lärande aktiviteter som kurser eller coaching, men också i att delta på aktiviteter som nätverkande och sociala evenemang där medlemmarna får olika resursutbyten. Utöver att dela tillgångar för att få medlemmarna att engagera sig i en innovativ dynamik, behöver medlemmarna känna till vilka resurser de själva behöver komplettera men också se över vilka tillgängliga resurser som finns på coworking-kontoret. Därför är det fördelaktigt om coworking-aktören engagerar sig i att bygga upp ett community och hanterar processen för att medlemmar ska hitta andra medlemmar med de kompletterande resurser som söks. Generellt bör coworking-aktörer arbeta och ta en roll med att förenkla för sitt community (Capdevila, 2015).

Den tredje typen är den mest innovativa och för medlemmarna kan de gemensamma projekten spela en viktigare roll än de individuella projekten. Medlemmarna motiveras av nyfikenhet snarare än exploatering och engagerar sig i olika samsarbetskluster för att skapa ny kunskap och nya resurser. Samarbetet baseras inte på en strategi om att säkra en viss kompetens eller resurs som de saknar då den nyfikna atmosfären skapar möjligheter för det oväntade och improviserade. Att dela på tillgångar och kostnader, lära av varandra och ha tillgång till externa resurser räcker inte för att nå innovation och det community som återges i den tredje typen. Medlemmar måste ha en viss kognitiv närhet och interagera med varandra på ett djupare plan för att kunna dra nytta av kollektivets aktiviteter (Capdevila, 2015).

3.1.2.3 Clay Spinuzzi

I ytterligare en studie utgår Clay Spinuzzi (2012) från tre olika infallsvinklar, vad är coworking, vem är coworkings kund, varför arbetar kunder på coworking-kontor? Spinuzzi definierar även han tre olika kategorier utifrån sin undersökning där samtliga intervjuobjekt ansåg sig som ett coworking-kontor men deras egna definitioner av vad coworking är skiljer sig. Från detta kunde Spinuzzi dela in dem i tre olika kategorier: *The Community Workspace*, *The Unoffice* och *The Federated Workspace*.

The Community Workspace definierade coworking i termer som att arbeta för det lokala samhället och syftet var att arbeta bredvid varandra men inte med varandra. Intervjuobjekt menar att de arbetar tillsammans med andra men att det är det enda arbetet som genomförs

tillsammans. För dem handlar inte coworking om att gemensamt arbeta med projekt, utan att snarare dela på en kontorsyta tillsammans. Aktörerna som placerades i denna kategori hade b.la. tystnadspolicys där samtal och sociala interaktioner förvisades till köket, sällskapsrummet eller efter bestämda tider (Spinuzzi, 2012).

På The Unoffice ansåg kontorsinnehavarna att de erbjöd kontorsplatser för dem som inte arbetade på kontor men saknade interaktion och bekvämligheten med en arbetsplats. På dessa kontor uppmanades det till samtal och interaktion mellan medlemmarna vilket är en direkt motsats mot vad som var uttalat i Community Workspace. Coworking handlar om att interagera och kommunicera med varandra, menar ett intervjuobjekt. Dessa coworking-kontor definierade sig själva som flexibla kontorsytor där medlemmar tillåts interagera och träffa sina kunder. Syftet är att återskapa den kontorskänsla som de självständiga egenföretagare och frilansare förlorar genom att arbeta hemifrån. Det är framförallt idéutbyte, feedback och de små spontana samtalen som coworking skall erbjuda och att coworking faktiskt är bättre för det ändamålet än vad exempelvis ett café är (Spinuzzi, 2012).

The Federated Workspace liknar till stor del The Unoffice då det uppmuntras till ett starkt nätverkande mellan medlemmarna. Skillnaden är att aktörerna i denna kategori uppmuntrar än mer aktiva relationer mellan medlemmarna, där relationerna skulle kunna utvecklas till affärsrelaterade samarbeten. Deras fokus är på entreprenörskap och hitta nya affärsmöjligheter genom samverkan och interaktion, även om de i många fall uppmuntrar mer formella samarbeten. Flera intervjuobjekt nämner också vikten av den gemensamma kulturen på kontoret, vilket ställs i kontrast mot vad medarbetarna på Community Workspace ansåg. Syftet med denna typ av arbetsplats är att skapa nätverk mellan medlemmarna som potentiellt leder vidare till fler och nya arbetsmöjligheter (Spinuzzi, 2012).

3.1.3 Hur coworking uppstod

Coworking uppstod som koncept från en frilansprogrammerare i USA som heter Brad Neuberg. Brad arbetade till stor del hemifrån, men upplevde detta som väldigt isolerande. Att arbeta på olika caféer ansåg han inte som ett alternativ då det är en ansträngd arbetsmiljö med många störningsmoment. Brad saknade också den sociala interaktion som uppstår på ett kontor med de små spontana samtalen. Han kände att de faktiskt fyllde en funktion. Ur detta uppstod en tanke om att kombinera arbetsplatsens strukturer och interaktioner, men samtidigt behålla självständigheten och friheten med att vara frilansare. Genom egna erfarenheter från projekt inom samverkansplattformar med mjukvaror hade han upptäckt vad det var som fick dessa att bli framgångsrika: *gemenskap, kreativitet och struktur*. Han funderade på hur dessa faktorer kunde implementeras till den nuvarande arbetssituation och samtidigt skapa gemenskap och en omgivning av inspirerande människor. Tillsammans med några vänner hyrde de in sig på en yta, där de hade delat internet, en skrivare, lösa kontorsplatser och ett mötesrum. Ur detta växte konceptet coworking fram och skulle bli en världsomfattande affärsmodell på fastighetsmarknaden (Botsman & Rogers, 2011).

3.1.4 Drivkrafter bakom coworking

I detta avsnitt presenteras olika drivkrafter bakom coworking. Inledningsvis lyfts digitalisering som en drivande faktor bakom coworking, men är också inkluderad i de andra drivkrafter som lyfts i detta avsnitt. Vidare presenteras kontorsarbetsplatsens utveckling och avslutas med att lyfta några ekonomiska modeller.

3.1.4.1 Digitalisering

Nationalencyklopedin (NE, u.å.b) definierar digitalisering som ”ursprungligen omvandling av information från analog till digital representation, numera även allmänt om övergången till ett digitalt informationssamhälle”. Ursprungligen handlade digitaliseringen om att omvandla text och bilder till ettor och nollor, *binär kod*, för att kunna hantera, kopiera och distribuera data i stora mängder till låg kostnad. I och med de enorma tekniska framsteg som gjordes på 90-och 2000-talet har begreppet fått en annan betydelse. Exempelvis används begreppet i samband med teknik kopplat till datorer, införande av informationsteknik (IT), maskinläsning av text i analoga dokument, införande av nya IT-system, e-tjänster och papperslös hantering av information. Grundläggande för digitalisering är att information i allt större utsträckning finns i digitalt format. Då verktyg för att behandla och utnyttja informationen blivit allt mer vanlig och lättillgänglig har en parallell utveckling av produkter, tjänster och affärsmodeller drivit på samhällsutvecklingen. Exempelvis i beteendemönster, arbetssätt och möjligheter till verksamhetsutveckling samt affärsutveckling (NE, u.å.b).

Digitaliseringen har förändrat arbetsmetoder och strukturer i många olika branscher då en allt mer uppkopplad tillvaro skapar nya behov och förutsättningar på hur arbete skall utföras. Detta har även medfört förändring på den svenska kontorsmarknaden, som just nu befinner sig i en förändringsfas. Christoffer Börjesson (Fastighetsägarna, 2018) skriver att digitaliseringen till stor del handlar om hur företag förhåller sig till den snabba förändringen av teknik och kundernas behov. Att arbetet inte längre är knutet till en specifik arbetsplats eftersom arbetet kan följas med medarbetarna överallt i och med datorer och molnbaserade lagringsplatser. Detta medför att kontoret inte längre är lika centralt för att utföra det faktiska arbetet. Fastighetsägarnas utmaning är att anpassa sina affärsmodeller till snabbt förändrade kundbehov.

3.1.4.2 Kontorsarbetsplatsens utveckling

Över tid har behovet, utformningen och användandet av kontorsarbetsplatsen förändrats. Ytan per anställd har exempelvis minskat avsevärt de senaste 30 åren, där den anställda på 80-talet hade mellan 30–40 kvm, till att på 2010-talet ha ungefär 15–20 kvm. I denna yta ingår serviceytor, toaletter, mötes- och konferensrum. Att ytan per anställd har minskat handlar till viss del om yteffektivisering och hur flexibilitet möjliggjort att medarbetare inte är lika låsta till en specifik arbetsplats (Bodin Danielsson, 2014). Historiskt kan fem pendlar urskiljas som var för sig gett upphov till en ny kontorsform. Christiansson och Eiserman (Christiansson & Eiserman, 1998, s. 9) definierar dessa som *trälhavet*, *cellkontoret*, *kontorslandskapet*, *kombikontoret* och *flexkontoret*. Ursprungligen var det inte många som arbetade med kontorsspecifika arbeten och det fanns därför ingen anledning att utforma lokaler för det ändamålet. Detta kom att ändras i samband med sekelskiftet där den första pendeln sker.

Trälhavet

En stor anledning till att kontoren tog fart, anses bero på introduktionen av lysrör som belysningskälla vilket möjliggjorde att ett större djup av byggnaden kunde nyttjas. Detta blev också en positiv effekt för den ökande konsumtionen av papper både tog och krävde fler kontorister. I samma anda som Taylorismen strukturerades kontoren efter modellen med rutinarbete och effektivisering, där kontoristerna placerades i raka rader med övervakande tjänstemän i glasburar längs fasaderna. Detta kom att kallas trälhav (BullPen Eng.) (Christiansson & Eiserman, 1998)

Cellkontoret

Den andra pendel uppkommer under mellankrigstiden där maskinell utrustning för kontorsarbete utvecklades. Exempelvis utvecklades bokföringsmaskiner, dupliceringsmaskiner och system för att transportera dokument. Detta kom som innovativa lösningar för att spara tid och arbete. Kontorens utformning, planlösning och tekniska installationer var dock inte lika viktigt, utan kontoren skulle fortsatt vara utformade med stora rum och arbetare sitta i led. Under 30-talet kom en reaktion mot trälhaven och i en studie med undersökningar gjort på kontorsbyggnader kom nya önskemål på kontoret. Exempelvis storleksordningen och planlösningen, där det önskades ytor inredda för anställdas dagliga behov och möjligheter till individuell rumsindelning (Christiansson & Eiserman, 1998). Individualitet och medarbetares hälsa var vad som stod i fokus och var bakomliggande faktorer till cellkontorets utformning, normen var egna arbetsrum för tjänstemän och kontorsanställda (Toivanen, 2015).

Kontorslandskapet

I samband med införande av elektroniska hjälpmedel på 50-talet kom ett förnyat intresse för rationalisering av kontorsarbetet och pendeln svängde återigen. Kontorsarbetet hade fått växa okontrollerat i ett par decennier och det var först när några arkitekter i dåvarande Västtyskland bildade ett konsultbolag som saker började hända. Från detta bolag föddes en ny idé om kontorsbyggande och kontorsplanering, nämligen kontorslandskapet. De ansåg att cellkontoret försvårade informationsflödet och därav motarbetade kontorets organisation. De planerade därför kontoret utifrån en stor öppen yta där olika grupper och hierarkier placerades ut i förhållande till vilket inbördes kontaktbehov som fanns (Christiansson & Eiserman, 1998). Återigen var effektivisering och kontroll vad som stod i fokus för arbetet och dessa landskap byggdes i stor skala (Toivanen, 2015).

Kombikontoret

I slutet av 70-talet svängde pendeln igen och i fokus stod nu återigen individualitet. Kombikontoret lanserades som en blandning av cellkontor och kontorslandskap (Christiansson & Eiserman, 1998). Kombikontoret blev 80-talets mest byggda kontorsform då marknaden hade väntat på ett alternativ till det avskydda kontorslandskapet. Kombikontoret möjliggjorde också en ganska lätt omställning från gamla cellkontor, genom att byta ut innerväggarna mot glaspartier, då dagsljus blev mer tillgängligt djupare in i byggnaden (Christiansson & Eiserman, 1998).

Flexkontoret

På 90-talet blev det återigen aktuellt med effektivisering och rationalisering då informations- och kommunikationstekniken gjort sitt genombrott (Christiansson & Eiserman, 1998). Idén bakom flexkontoret bygger på att kontorsformen är oberoende av tid och rum. Allt arbetsmaterial finns att tillgå i databaser och tillgängligt via nätverket. På flexkontoret möts arbetare för att genomföra gemensamt arbete och medarbetare har därför inga egna arbetsplatser på kontoret utan flyttar sig till den arbetsstation som denne behöver använda. Medarbetare har egna skåp eller hurtsar för att förvara sina personliga saker och arbetsmaterial (Christiansson & Eiserman, 1998).

Nästa pendelsvängning menar Christiansson och Eiserman (1998) troligen återigen kommer handla om individualitet men framförallt det personliga mötet. Kontoret som mötesplats. Toivanen (2015) är inne på att den efterföljande pendeln i Sverige var och är det aktivitetsbaserade kontoret som är uppdelat utifrån vilka huvudaktiviteter som sker på ett företag. Medarbetarna har inga bestämda arbetsplatser eftersom det är ett rörligt arbetssätt och

arbetet sker på distans på olika arbetsplatser. Kontoret blir därför en viktig mötesplats. Christina Bodin Danielsson (2014) är inne på samma spår och skriver att det främst är två trender som kommer i framtiden, idén om kontoret som en mötesplats och betydelsen av kontorets läge. Hon vill dock understryka risken med för stor betoning på mötesdimensionen i kontorsarbete, där samverkan som anses vara nyckeln till kreativitet och innovation inte bara innefattar interaktivt arbete utan också ensamarbete. Risken ligger i att detta kan glömmas bort och att i ett kontorsplaneringsstadium kan ytor för koncentration och stillhet gå förlorad.

3.1.4.3 Ekonomiska modeller

Det finns några ekonomiska modeller som vi behöver ha en förståelse för, dessa är *cirkulär ekonomi*, *delningsekonomi* och *Gig-ekonomi*.

Cirkulär ekonomi

Nationalencyklopedin (NE, u.å.a) definierar cirkulär ekonomi som ”ekonomiska modeller som kännetecknas av hög grad av återvinning och effektivt resursutnyttjande.”. Vad som är karaktäristiskt för cirkulär ekonomi är att flera produktionsprocesser ofta kombineras samt att restmaterial från produktion och konsumtion används som insats i annan produktion. Exempel på där cirkulär ekonomi används är i elektronik-och bilindustrin där olika använda produkter återvinns vid produktion av nya produkter. Motsatsen till cirkulär ekonomin är den linjära ekonomin där produkter produceras, säljs, konsumeras och sedan kasseras.

Delningsekonomi

Definitionen av delningsekonomi är enligt Nationalencyklopedin (NE, u.å.c) ett ”samlingsnamn på aktiviteter som syftar till minskad resursåtgång genom effektivare kapacitetsutnyttjande såsom delning av tillgång till varor och tjänster.”. Typiska exempel är bilpooler, verktygspooler och olika nätverk för uthyrning av bostad istället för hotell. Ofta är informations-och kommunikationstekniska lösningar viktiga komponenter i delningsekonomin. Även kommersiella verksamheter som pressar priser genom sänkta kostnader för att distribuera film och musik via internet kan inkluderas inom begreppet delningsekonomi. Det finns förespråkare av delningsekonomin som menar att det är ett alternativt socioekonomiskt system som präglas av miljömedvetenhet, hållbar utveckling, decentralisering och tillit och samarbete. Det finns också kritiker som menar att verksamheter kan hamna i konflikt med konsumentskydd, skattelagstiftning och arbetsmiljöregler. Delningsekonomin som term började användas under tidigt 2000-tal och förklaras komma ur en ökad miljömedvetenhet, teknik som förenklar samarbete och handel.

Gig-ekonomi

Gig-ekonomin är en relativt ny ekonomisk modell och är sprunget ur det moderna arbetslivet med frilansare och tillfälliga korttidskontraktsanställningar. Istället för heltidsanställning tar du som arbetstagare ett tillfälligt uppdrag, ett ”gig”, som är taget från engelskan. Denna trend blir allt mer vanlig och spås bli även större i framtiden. Den stora faktorn bakom utvecklingen har drivits på av digitaliseringen som genom nätverk och plattformar gör det enkelt att köpa och sälja arbetskraft. Exempel på detta är onlinetjänsten *Airbnb* som är till för uthyrning av boende, samt *Uber* som är en taxi-samåkningstjänst. Det argumenteras om både för-och nackdelar gällande gig-ekonomi. Fördelarna nämns bland annat som förenkling för företag att hitta kompetens som eftersöks för specifika uppgifter, samtidigt som arbetstagaren kan skräddarsy sin karriär och välja bland olika erbjudanden. Nackdelarna ligger i anställningstrygghet, arbetet riskerar att bli fragmenterat och att det inom vissa branscher kan vara svårt att få ihop ekonomin. Gig-ekonomin anses vara här för att stanna och bland millennie-generationen spås det att arbetsformen blir mer och mer vanlig (Wiman, 2018).

Kollektiv konsumtion är ett samlingsnamn som kan omfatta dessa tre ekonomiska modeller och är något de flesta födda runt millennieskiftet växt upp med. Samtidigt är inte den kollektiva konsumtionen låst till en generation utan lättillgänglig även för den med förenklade kunskaper om internet. Således är inte heller den kollektiva konsumtionen låst för en intressegrupp eller bundet till en geografisk plats, utan tillgänglig för den större allmänheten. Det finns två sätt att delta i den kollektiva konsumtionen, antingen försörjare som tillhandahåller produkter eller tjänster, eller användare som nyttjar de produkter eller tjänster som tillhandahålls. Det finns de som väljer att göra både sidor, men också de som bara väljer att enbart välja den ena sidan. Drivkraften bakom varierar från person till person men gemensamt är att det handlar om ett ekonomiskt egenintresse snarare än välgörenhet (Botsman & Rogers, 2011).

3.2 Grundläggande fastighetsmarknadsteori

Coworking baseras i de flesta fall på att en fastighetsägare hyr ut ytor åt en coworking-aktör, som i sin tur hyr ut ytor till sina kunder. Det behövs således en förståelse för grundläggande fastighetsteoretisk kunskap. I detta avsnitt kommer jag lyfta fastighetsvärdering, uthyrningsmarknaden och geografiskt läge.

3.2.1 Fastighetsvärdering

Att förstå hur en kommersiell fastighet värderas är grundläggande för att skapa en uppfattning om hur fastighetsägare ser på coworking. Värderingen på fastigheten är en oerhört viktig aspekt för fastighetsägare då stora investeringar görs (Myrehed & Sederström, 2017). Det finns tre olika analytiska metoder att använda till fastighetsvärdering, *ortspris-*, *avkastning-* och *produktionskostnadsmetoden* (Brunes, 2015).

Ortsprismetoden baseras på att bedöma marknadsvärdet utifrån nyligen genomförda transaktioner med liknande fastigheter. När metoden används finns fyra tillvägagångssätt: *area-*, *nettokapitaliserings-*, *bruttokapitaliserings-* och *köpeskillingskoefficientsmetoden* som använder olika nyckeltal. Svårigheten med metoden är flertalet av svåra moment, men det svåraste är att bedöma vilka fastigheter som skall användas som jämförelseobjekt. Fördelen med metoden är att den baseras på riktiga affärer och avslöjar investerarens betalningsvilja. (Brunes, 2015).

Avkastningsmetoden baseras på att marknadsvärdet kan bedömas utifrån vilka olika betalningsöverskott värderingsobjektet kommer att generera och vilket avkastningskrav aktörer på marknaden har. Två samband som är viktiga att ha med sig är att ju högre driftnettot är desto högre marknadsvärde och ju lägre avkastningskravet är desto högre blir marknadsvärdet. Det är också viktigt att känna till nuvärdesfaktorn, vilket innebär vad ett framtida belopp är värt idag. Det finns två tillvägagångssätt när metoden används: *direktavkastningsmetoden* och *kassaflödesmetoden*. Fördelen med avkastningsmetoden är att den visar på hur marknadsvärdet uppstår genom framtida överskott och avkastningskrav. Nackdelen är att metoden kräver bra indata och goda bedömningar eftersom osäkerheten ligger i att inte ha tillförlitliga data (Brunes, 2015).

Produktionskostnadsmetoden baseras på att marknadsvärdet kan bedömas utifrån markvärdet samt produktionskostnad för byggnaden med avdrag för värdeminskning. Metoden kan i viss mån användas vid marknadsvärdesbedömningar av nybyggnadsprojekt som inte är helt färdiga. Denna metod anses som den mest osäkra värderingsmetoden. Ett problem som visar sig uppstå är att bedömningen av marknadsvärdet blir större än beräknat i storstäder, samtidigt

som det blir lägre än beräknat på glesbygden. Ett annat problem är att komplettering behövs av de båda andra metoderna för att bedöma markvärdet och byggnadens värdeminskning (Brunes, 2015).

Ett mer förenklat sätt att beräkna fastighetens värde är att utgå från att fastigheter kan generera avkastning på två olika sätt. Det första genom att ta *driftnettot* genom *marknadsvärdet*, se *formel 1*.

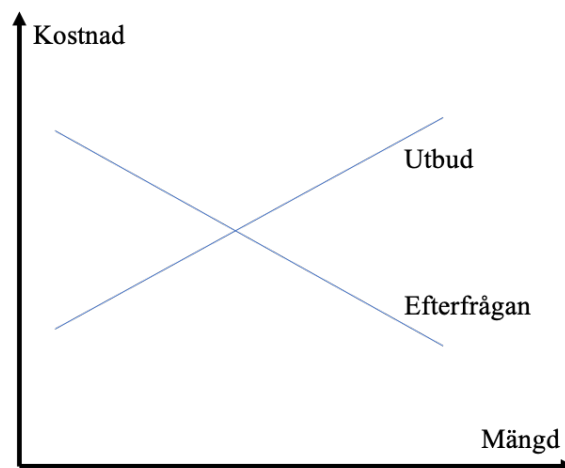
$$\text{Direktavkastning} = \frac{\text{Driftnetto}}{\text{Marknadsvärde}} \quad (1)$$

Driftnettot är överskottet från hyresintäkterna, efter att drift och underhåll betalats. På så vis kan *direktavkastningen* beräknas samtidigt som om direktavkastningskravet och driftnettot är känt, så kan fastighetens värde beräknas (Brunes, 2015, s. 79). Det andra är genom att se till fastighetens marknadsvärdestillväxt schablonmässigt kan den beräknas till två procent, då det är riksbankens långsiktiga inflationsmål. Tillväxten bör dock ta hänsyn till att större städer kommer ge en bättre tillväxt än på glesbygden. Adderas direktavkastningen och tillväxten i marknadsvärdet fås den totala avkastningen, se *formel 2* (Brunes, 2015, s. 79–80).

$$\text{Total avkastning} = \text{Direktavkastning} + \text{Tillväxt i marknadsvärdet} \quad (2)$$

3.2.2 Uthyrningsmarknaden

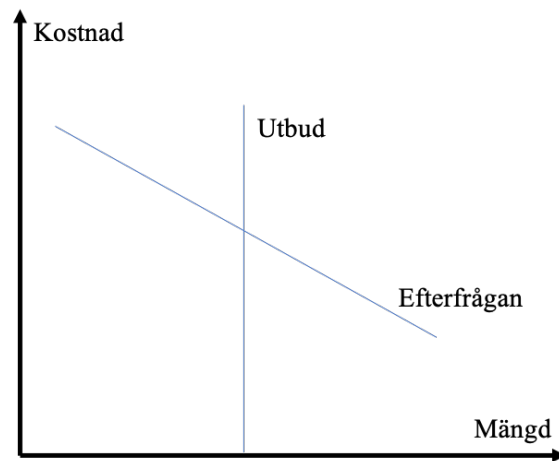
Det finns primärt två ekonomiska system att ta hänsyn till, planekonomi och marknadsekonomi. I en planekonomi styrs ekonomin av en centrala administrationsorgan som bestämmer hur resurser skall användas och priser sätts. Marknadsekonomi bygger på att det är marknaden som bestämmer både över prissättningen och hur och till vad resurserna skall användas. Marknadsekonomin är mer av en teoretisk modell som inte existerar i verkligheten och det mest vanliga systemet är blandekonomi, där det råder marknadsekonomi med viss statlig reglering (Holmström & Lindholm, 2011). I marknadsekonomin styrs prissättningen av samspelet mellan utbud och efterfrågan, se *figur 3*.



Figur 3 - Utbud och efterfrågan. Författares egen illustration. Baserad på (Brunes, 2015).

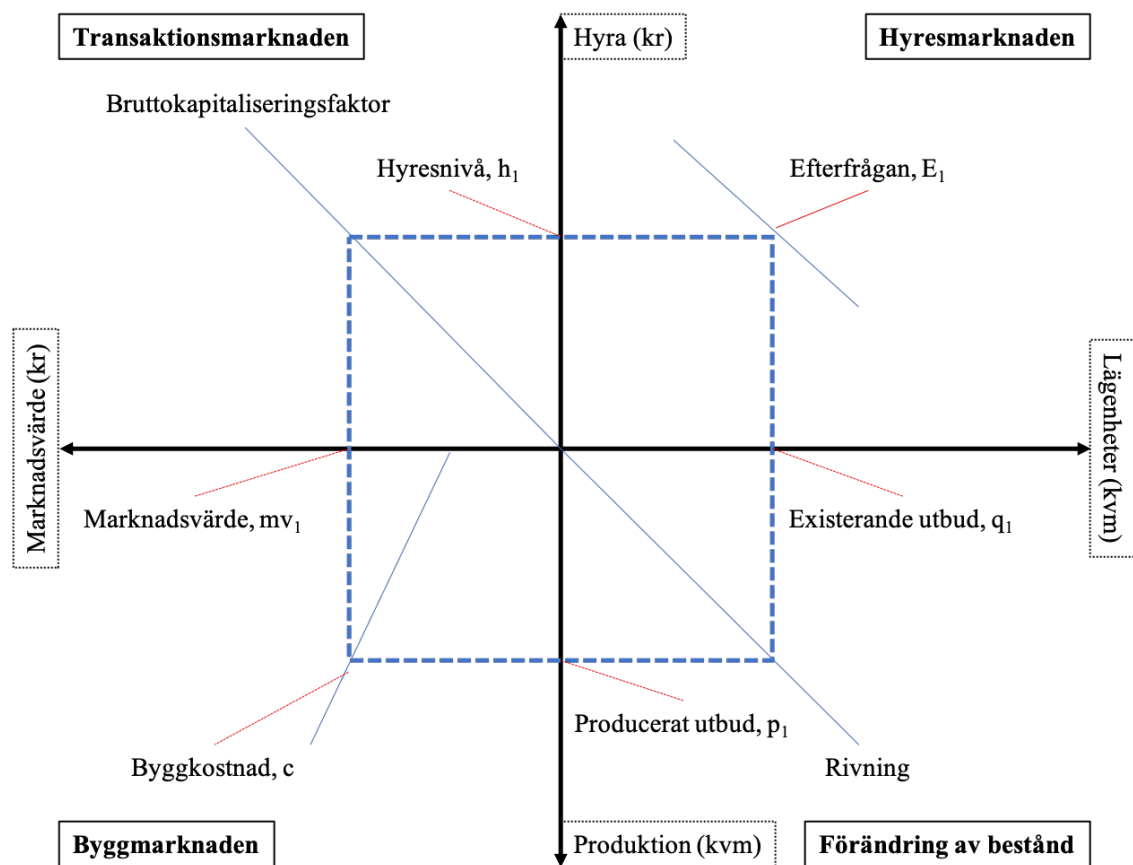
I grafernas skärningspunkt hittar vi jämvikten, det är priset där köpare och säljare är överens. I samspelet mellan priser och kvantiteter i en ren marknadsekonomi med perfekt konkurrens är jämvikten ett självreglerande problem. När efterfrågan på en produkt ökar bör även utbudet göra det samma, men detta förutsätter en helt fri marknad (Holmström & Lindholm, 2011). När det kommer till fastighetsbranschen fungerar inte den riktigt som en fri marknad i teorin

eftersom utbudet av fastigheter är relativt konstant. Om efterfrågan ökar tar det en viss tid innan utbudet kan matcha efterfrågan, eftersom projektering och byggnationen är tidskrävande (Geltner, Miller, Clayton & Eichholtz, 2010). Detta konstanta utbud kan representeras av en lodrät linje, se *figur 4* (Myrehed & Sederström, 2017).



Figur 4 - Efterfrågan med ett konstant utbud av fastigheter. Författares egen illustration. Baserad på (Myrehed & Sederström, 2017)

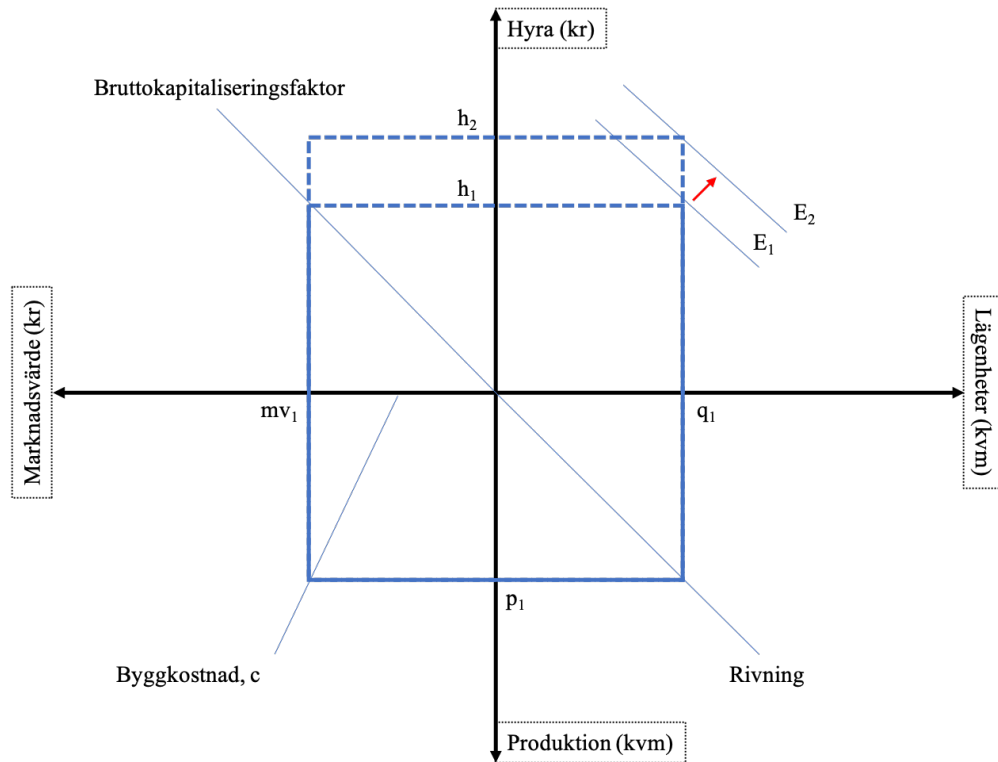
Det finns ett samband mellan hur hyres-, transaktions- och byggmarknaden interagerar med varandra. Exempelvis om en marknad har höga hyror är det av stort intresse att investera i fastigheter på transaktionsmarknaden, detta kommer i sin tur leda till att efterfrågan på fastigheter stiger och därmed stiger även marknadsvärdet. I och med att marknadsvärdet stiger ökar incitamenten för entreprenadbolag att bygga mer, då de kan sälja sin produkt till ett högre pris. Men ju mer som byggs, desto mer utbud som tillkommer marknaden ju mer har hyresgästen att välja på vilket medför sänkta hyresnivåer. Med lägre hyror och hyresintäkter blir det färre incitament till att investera vilket gör att marknadsvärdet sjunker och byggandet går ner. Detta kan överskådligt illustreras genom 4-kvadrantmodellen, se *figur 5* (Brunes, 2015, s. 172).



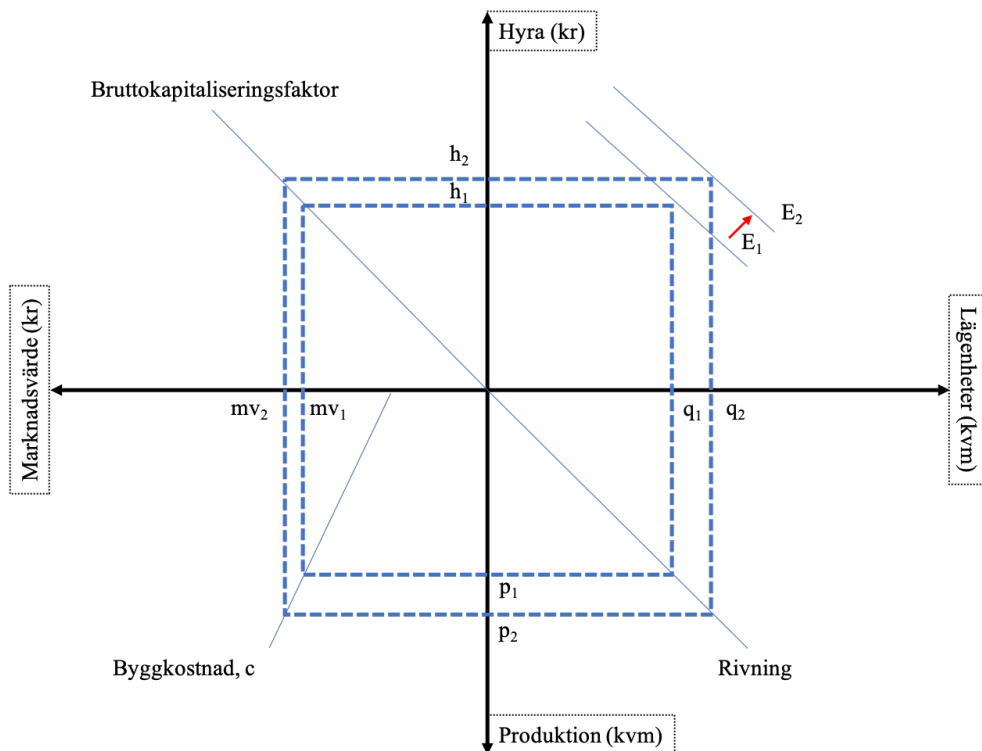
Figur 5 - 4-kvadrantmodellen. Författarens egen illustration. Baserad på (Brunes, 2015)

Modellen omfattar tre olika marknader, hyresmarknaden, transaktionsmarknaden och bygghandeln, i modellen omfattas även förändring av bestånd, vilket inte är vanligt men förekommer. Hyresmarknaden i det högra övre hörnet baseras på utbudet på den horisontella axeln och hyresnivån på den lodräta axeln. Efterfrågan styrs av att ju lägre hyra desto mer ökad efterfrågan på utbud. Då utbudet är relativt konstant representeras detta av q_1 , som möter hyresnivån h_1 i skärningspunkten med efterfrågakurvan. Transaktionsmarknaden hittas i det vänstra övre hörnet och beskriver marknaden där fastigheter köps och säljs. Den horisontella axeln representerar marknadsvärdet och den lodräta axeln representerar hyresnivån. Relationen mellan marknadsvärde och hyresnivå beskrivs av bruttokapitaliseringsfaktorn som visar att ju högre hyra, h_1 , desto högre marknadsvärde, mv_1 . Bygghandeln hittas i den nedre vänstra hörnet och beskriver hur mycket som kommer produceras på marknaden vid olika marknadsvärden på fastigheter. Den horisontella axeln visar på marknadsvärdet och den lodräta axeln visar på hur mycket yta som produceras. Förutsättningen för produktion är att marknadsvärdet, mv_1 , är större än byggbkostnaden, c , där antagandet i modellen är att byggbkostnaderna ökar för ju fler byggnader som är i produktion. Byggbkostnaderna mäts på samma axel som marknadsvärdet och vinsten för bygget beräknas som $mv_1 - c$. Så länge marknadsvärdet är större än byggbkostnaderna finns incitament till fortsatt byggnation. Produktionen kommer pågå tills jämvikt råder, dvs när byggbkostnader och marknadsvärdet är lika stort, vilket sker när p_1 yta har producerats. Förändring av beståndet återfinns i det nedersta högra hörnet och fångar upp eventuell yta som rivits. Antagandet är att det existerande utbudet är relativt konstant samtidigt som ny yta tillkommit. Det måste därför ha bortkommit yta exempelvis genom rivning eftersom det existerande utbudet är oförändrat, q_1 (Brunes, 2015).

Skulle efterfrågan, E_2 , öka som följd av människor som flyttar in på marknaden skulle utbudet, q_1 , till en början vara konstant vilket skulle driva upp hyresnivåerna, h_2 , se figur 6. Marknaden kommer stabilisera sig över tid eftersom utbudet kommer öka i takt med att byggnader färdigställs, som i sin tur påbörjades av ökat marknadsvärde som en följd av höjda hyresnivåer, se figur 7 (Brunes, 2015).



Figur 6 - Ökad efterfrågan med konstant utbud. Författares egen illustration. Baserad på (Brunes, 2015)



Figur 7 - Stabilisering av marknaden med ökad efterfrågan. Författares egen illustration. Baserad på (Brunes, 2015).

Som tidigare konstaterat är driftnettot en viktig del i värderingen eftersom det innebär vad en fastighet gör för intäkt. Då hyresintäkten är den huvudsakliga inkomstkällan för hyresvärden, är fastighetens värde kopplad till hyresnivån som vanligtvis beräknas som pris per kvadratmeter per år (SEK/kvm/år). Således är det viktigt att fastigheten är uthyrd och ej har stora vakanser (Brunes, 2015). Vakansgraden är en variabel som svänger mycket med tiden och det kan anses som en självklarhet att vakanserna ökar i en lågkonjunktur eller när efterfrågan ökar. Utgår vi från utbud-och efterfrågemodellen skulle en minskad efterfrågan bara ge en ny jämviktspunkt där utbudet möter efterfrågan, dvs en lägre hyresnivå. Detta leder tanken till att hyrorna bör falla tills vakanserna således har försvunnit. Så är inte fallet i verkligheten, utan när efterfrågan faller, så faller hyresnivåerna något men vakanserna ökar kraftigt. Vad som istället sker är minskad nyproduktion och ökat arbete med kvalitativa faktorer i det befintliga fastighetsbeståndet. Detta beror på olika faktorer och det finns olika teorier om varför marknaden ter sig på detta vis. En av dessa teorier fokuserar på att det lönar sig att hålla hyran upp medan en del av lokalerna står tomma. Detta brukar ske på marknader där ett eller få bolag har nästintill monopol på fastighetsbeståndet. En annan teori är att de vakanta lokalerna ses som optioner, där fastighetsägaren väntar med att hyra ut lokaler till fördel för att hyresnivån skall ha ökat i framtiden. Särskilt lönsamt kan det också vara om det krävs stora hyresgäst Anpassningar, eftersom dessa kostnader också skjuts på till framtiden (Lind & Lundström, 2009).

Ofta gör fastighetsägare Anpassningar i lokalen för hyresgästen vilket medför en stor kostnad samtidigt som det inte höjer det långsiktiga värdet på fastigheten då en ny hyresgäst ofta innebär en ny ombyggnad. Därför är fastighetsägare måna om hyresavtalens längd, så att deras investering ger avkastning. Ett kortare avtal skulle medföra antingen högre hyra eller mindre hyresgäst Anpassningar (Bodin Danielsson, 2014). Det finns således en risk för fastighetsägare som grundar sig i att hyresgäster inte kan fullfölja sitt avtal. Detta både kopplat till ombyggnadskostnader men också i förlorade intäkter när lokalen står tom och nya hyresgäster söks. Denna överhängande risk är vad som medför att fastighetsägare föredrar längre hyresavtal gentemot flexibla kortare avtal (Myrehed & Sederström, 2017). Fastighetsägaren tjänar på ett längre avtal förutsatt att det löper på marknadsmässiga villkor. Ur kundens perspektiv är långsiktighet viktigt men samtidigt måste det finnas flexibilitet. Det är samtidigt hyresgästens ansvar att hitta en efterträdare om denne vill lämna avtalet i förtid, vilket är en ytterligare säkerhet för hyresvärden. En annan faktor är att ett längre avtal säkerställer en hyresintäkt under en längre period. Ett hyresavtal som är längre än tre år kan indexeras till inflation för att hyran skall korrigeras med marknaden. Detta är vanligare vid längre kontraktsskrivningar (Lind & Lundström, 2009).

3.2.3 Geografiskt läge

När hyresnivån eller uthyrningsgraden ändras påverkar det hyresintäkterna som i sin tur påverkar marknadsvärdet. Det är således viktigt att förstå vilka faktorer som påverkar hyresnivån och uthyrningsgraden. Brunes (2015) listar fem olika faktorer som påverkar hyresnivån:

1. Fastighetsbesiktning – utredning om vilka kvaliteter värderingsobjektet har.
2. Geografiskt marknadsområde – Bedömning om var intresserade hyresgäster finns.
3. Efterfrågeanalys – bedömning utifrån marknadsområdets avgränsningar om hur många hyresgäster som finns.
4. Konkurrerande utbud – Hur mycket konkurrerande lokaler finns i marknadsområdet.
5. Marknadsandel – utifrån efterfrågan och konkurrerande utbud görs en bedömning om hur mycket av marknaden värderingsobjektet kan fanga.

Både Capdevila (2014) och Spinuzzi (2012) är inne på lägets betydelse för coworking och innovation. För att besvara frågan om vad ett bra läge är, delar Brunes (2015) värderingsobjektets läge i tre olika delar, *mikroläget, närområdet och närområdets attraktivitet*. Mikroläget avser det som är närmast värderingsobjektet exempelvis närliggande gator, utsikt, park eller torg. Dessa värderas utifrån för- och nackdelar. Närområdet avser vilka aktiviteter som finns i närheten. Exempel på aktiviteter är typ av arbetsplatser, trafikförbindelser, serviceutbud och grönområden. Aktiviteterna värderas utifrån hur viktiga de är för hyresgästen. Närområdets attraktivitet avser att det på orten finns lägen som är högre ansedda än andra. Exempel på sådana lägen är en centralstation som gör det enkelt med förbindelser eller stadskärnan med utbud av handel och nöje. Vad som är ett attraktivt läge baseras på den enskilde hyresgästens smak, även om det finns vissa generella faktorer som spelar in oavsett, exempelvis närhet till vatten, centrum, trafikförbindelser och dagligvaruhandel.

3.3 Geografisk informationsbehandling

I detta kapitel kommer geografisk informationsbehandling presenteras genom att redogöra vad det är och vilka användningsområden som finns. Kapitlet avser att endast presentera området GIS och baseras helt på boken *Geografisk informationshantering*, där fördjupad kunskapsupphämtning kan göras.

3.3.1 Vad är GIS?

Med geografisk information menar Harrie (2014, s. 21) information som på något sätt är knuten till ett geografiskt läge. Med den tekniska utvecklingen har många användningsområden möjliggjorts av geografisk informationsbehandling exempelvis i samhällsplanering, miljöövervakning och kommersiella tjänster. System som behandlar geografisk information kallas för GIS och är datoriserade program med funktioner för insamling, lagring, bearbetning, analys och visualisering av geografiska data. Det som vanligast förknippas med geografisk information är kartor. Programvaror som hanterar GIS kallas GIS-program och använder data från olika källor för att sammanställa, analysera och visualisera olika samband (Harrie, 2014).

3.3.2 Användning av GIS

Den enklaste formen av användning av geografisk information är att studera data i form av kartor, tabeller, grafer eller liknande. Detta kallas för visualisering av geografiska data. En annan form är urval och sökning där syftet är att söka efter vilka personer som bor i ett specifikt område. En tredje form är att geografisk analys där syftet kan vara att undersöka egenskaper hos enskilda objekt, exempelvis höjd eller area. Analysen blir mer intressant ju fler parametrar som används, där olika data kan kopplas samman för att hitta olika samband. Exempelvis om det finns data på utsläpp av föroreningar och noterade sjukdomsfall, kan dessa kopplas samman eller så kan olika flöden identifieras genom att använda vägar och data på antalet förbipasserande. En stor del av de karttjänster vi idag använder är också ett exempel på användningsområden för GIS (Harrie, 2014).

4 EMPIRI

Detta kapitel redogör för undersökningens empiri och beskriver resultat jag kommit fram till. Kapitlet består av två delar, intervjuer och geografisk datasammanställning. Inledningsvis presenteras kvalitativa aspekter om coworking som kommer från de intervjuer som genomförts. Följdfrågor är med i viss utsträckning. Efter det presenteras den geografiska datasammanställningen där den insamlade data först presenteras, efterföljt av geografiska visualiseringar.

4.1 Kvalitativa aspekter om coworking

Detta avsnitt behandlar de kvalitativa aspekterna om coworking som framkommit genom intervjuer. Först lyfts begreppet coworking, sedan utveckling och trender, därefter värdeerbjudandet och sedan kunden. Vidare lyfts utbud och efterfrågan som följs av frågan vad som är ett bra kontor och ett bra läge. Avslutningsvis lyfts framtiden och andra kvalitativa aspekter om coworking.

4.1.1 Begreppet coworking

Coworking definierar Ansvarig Coworking Arena Nordstan som en gemensamt delad yta mellan hyresgästerna. Samtidigt är det också en mötesplats där hyresgästerna ges möjlighet att nätverka. Nätverkandet i sig kräver att det finns bra förutsättningar vilket är vad Vasakronan skapar genom goda kontorsmiljöer som är en del av vad de kallar arbetsplatsstrategi. Det kontor som Vasakronan skapar kallar de Coworking Arena Nordstan och är ett coworking-kontor där de ska prova konceptet coworking i anslutning till sitt eget kontor. Det är en speciell test-arena där Vasakronan inreder med ett tänk om färger, uttryck och utomhusmiljöer där helhetsfokus är hälsa och välbefinnande.

Flexibla kontorslösningar och flexibilitet menar Ansvarig Coworking Arena Nordstan är något som Vasakronan brinner för. Vasakronan gör om alla kontorslokaler efter hyresgästen har flyttat ut och arbetar med att effektivisera genom att anpassa den för marknaden. Genom detta minskar vakansgraden och slutprodukt förstås av kunden. Detta innebär att Vasakronan vet vad lokalen kostar och att den är attraktiv. Vasakronan behöver därför inte binda upp kunden. Idag erbjuder Vasakronan flexibla avtal till alla hyresgäster som inte gör en egen anpassning, exempelvis speciallokaler med utrustning, krav eller liknande, där måste kunden bindas upp. Vidare arbetar Vasakronan med något som de kallar nyckelfärdiga avtal, dessa varierar i längd och det är kundens egna val som i sin tur påverkar kostnaden. Vasakronan erbjuder flexibilitet utifrån kundens önskemål men det är flexibiliteten som kostar.

Vasakronans kontorshotellshyresgäster är mestadels en till två personer. Majoriteten är psykologer eller advokater som vill ha sitt eget rum på grund av sekretesskäl och troligtvis då advokaterna främst sitter med väldigt mycket papper. Coworking-kunder uppskattas vara för företag som är mellan fem till 15 personer och för Vasakronans är det främst deras befintliga hyresgäster som är tänkta att sitta på deras coworking-kontor. Tanken de har är att istället för att ett företag skall behöva flytta om de projektanställer 15 personer, ska Vasakronan hjälpa företaget att se över lokalen de sitter på idag. Exempelvis genom att se över hur många som är ute och reser någon gång i veckan och hur många som arbetar själv någon gång i veckan. Genom att identifiera företags arbetssätt kan olika erbjudanden presenteras, exempelvis coworking och andra flexibla lösningar.

”Vi ska vara som en godispåse, där kunden ska få välja vad de vill ha. Vad passar kunden just nu. Vi märker väldigt tydligt att vi är själva om att ha flexibla avtal på alla kontor. Många gånger väljs Vasakronan just för detta.”

Ansvarig Coworking Arena Nordstan

4.1.2 Utveckling och trender

Ansvarig Coworking Arena Nordstan kan inte riktigt svara på om just efterfrågan ökat med coworking, eftersom arenan ännu inte är klar. Vasakronan ser arenan som ett pilotprojekt där de ska testa konceptet och lära sig mer om kunden. Enligt Ansvarig för Coworking Arena Nordstan så har Vasakronan hela tiden varit tydliga med att de absolut inte kommer hyra ut ytor till andra coworking-aktörer utan att coworking ska skapas i egen regi för att själva förstå vad som är rätt och fel samtidigt som de får känna av vad som funkar. Deras första kontor öppnar i Stockholm där 4 000 kvm öppnar i Sergelhuset, vilket sker till hösten 2020. I Arena Nordstan är det inflyttning i september 2019, men innan dess är mycket tekniska detaljer att färdigställa, exempelvis att bygga applikationer, datasystem, funktioner med tillträde och behörigheter. Allt ska vara automatiserat. Efter detta kommer Platinan i Göteborg samt kontor i Uppsala och Malmö, vilket innebär att coworking kommer finnas i samtliga städer där Vasakronan finns. Medlemskapet kommer vara baserat på ett fast pris som ännu inte är satt. I beloppet inkluderas möjligheten att sitta på Vasakronans kontor även i de andra städerna. Då medlemskapet inte går att nyttja till fullo ännu så kommer det bli rabatterade priser det första året från det att arenan öppnar.

En trend som Ansvarig Coworking Arena Nordstan lyfter är att det idag handlar mer om valmöjligheter där medarbetare på olika företag skall kunna välja arbetsyta utifrån vad den enskilda medarbetaren behöver just den dagen. Exempelvis att träffa kollegor för att bolla idéer, ett tyst rum för att koncentration eller en yta för att ha kundmöten. En annan trend är anställningsformerna som ändrar sig, där det blir fler tillfälliga projektanställningar, vilket försvårar att binda upp företag till längre avtal. Detta hänger ihop med ytterligare en trend som är flexibla kontorslösningar, där företag själva inte vet var de står om tre år och hur många anställda de har då.

”Vi känner att trenden kontor är flexibilitet. Både när det gäller avtal, yta och anställningsformer. Detta måste vi anpassa oss till, vilket är varför vi gör coworking i egen regi.”

Ansvarig Coworking Arena Nordstan

4.1.3 Värdeerbjudandet

Ansvarig Coworking Arena Nordstan berättar att de inte är helt klara med sitt erbjudande gällande coworking ännu, men att hälsa är vad som ska stå i fokus. En skön arbetsmiljö ska skapas där anpassningarna skall göras utifrån de som ska arbeta på kontoret. Flera av Vasakronans kunder menar att de inte behöver sitta i stan, men kan samtidigt inte rekrytera rätt personal om de inte gör det. Det är viktigt att skapa en god arbetsmiljö för att både attrahera men också behålla sin personal. Arenans fokus är därför på att skapa en god arbetsmiljö med inslag av yoga, meditation, utearbetsmiljö och hjärnhälsa. Frukost är något som ska ingå, då det förväntas och är ett slags mervärde. Att bjuda på frukost och på så vis få

ett konferensrum uthyrt från klockan åtta istället för klockan nio gör att frukosten inte blir en större kostnad för Vasakronan. Arenan kommer vara tillgänglig för medlemmar att arbeta dygnet runt då Vasakronan inte vill begränsa deras arbete. Arenans filosofi är att anpassas efter människorna som är i miljön och genom att skapa en god arbetsmiljö kan mötesplatser skapas för företag att nätverka.

”Skall man rekrytera rätt personal, måste man anpassa sig efter människorna, annars blir de inte kvar där länge.”

Ansvarig Coworking Arena Nordstan

Ansvarig Coworking Arena Nordstan kan inte helt svara på hur de ska tjäna pengar på coworking, hur kalkylen helt är utformad och vilka olika varianter på medlemskap de ska ha, då dessa frågor ännu inte helt är satta. Vad Vasakronan däremot avser ta reda på är exempelvis hur många som är på plats på nätterna, hur många och när konferensrum hyrs och vad medlemmarna gör i arenan. Detta för att i nästa skede kunna bygga rätt. Tanken är ett medlemskap i grunden där det tillkommer kostnader om kunden önskar ett rum eller vill boka ett konferensrum. Vad som också framkommer som en faktor att undersöka och räkna på belägningsgraden. Medlemmen kommer ha sitt eget IT-system, men dela bredband och kontorsplatser med de andra hyresgästerna. Med risker menar Ansvarig Coworking Arena Nordstan att det alltid finns stöldrisker, men för att kunna vara inne i Arenan så måste medlemmen ha access vilket ges i samband med medlemskapet. På så vis finns en säkerhet i att det finns data på vem som rör sig var och när. Under vissa tidperioder är vissa delar av kontoret låst, men vad det egentligen handlar om är förtroende. Vasakronan väljer att inte se kundernas flexibilitet som en risk, där det finns ett sätt för kunden att skapa förhandlingskraft eftersom de lätt kan byta mellan aktörer för att på så vis skapa ett bättre erbjudande. Vasakronan menar att de inte ser det som en risk eftersom de enbart besitter lokaler i centrala lägen och är deras uppdrag är att utveckla lokaler. Om lokalen står vakant är det ett internt problem, eftersom det finns en anledning till att den står tom. Vasakronans uppgift är att skapa attraktiva lokaler och i sin förlängning attraktiva arbetsplatser, det i sig är vad som får en kund att stanna. Vasakronan erbjuder flexibilitet i avtalen vilket blir dyrare för kunden, flexibiliteten kostar.

”Det är klart att alla värderare sitter här och blir lite nojiga när vi skriver löpande avtal. Men vi är inte rädda för det, inte alls, det är ju så vi jobbar.”

Ansvarig Coworking Arena Nordstan

4.1.4 Kunden

Att identifiera vem kunden är och vad kunden efterfrågar berättar Ansvarig Coworking Arena Nordstan är syftet med projektet Arena Nordstan. Från sina egna kundanalyser menar Ansvarig Coworking Arena Nordstan att olika företag drar sig till olika aktörer beroende på vad företaget självt är intresserade av. Coworking-aktörerna är inte konkurrenter eftersom aktörer har olika produkter som erbjuds. Vasakronans coworking är med fokus på hälsa och välmående, medan andra arbetar med exempelvis exklusivitet. Kunden kommer väja det som den känner sig ett med, där de själva känner att de passar in eller vill passa in. Det är dit kunden kommer att gå.

4.1.5 Utbud och efterfrågan

Efterfrågan på vanliga kontor upplevs som väldigt hög enligt och Vasakronan eget utbud kommer att öka när Platinan står klar. Efterfrågan på coworking är inte helt enkel att fastslå, utan Ansvarig Coworking Arena Nordstan menar att coworking och flexibilitet är ett komplement för hyresgästen, där hyresgästen inte skall behöva flytta för att kunna arbeta med ett nytt projekt med projektanställda i ett år. Hyresgästen måste kunna få välja vad som passar dem och det är där Vasakronan möter med skraddarsydda lösningar. En fastighetsägare måste kunna erbjuda allt, då människors efterfrågan förändras över tid. I och med att Platinan tillkommer, tror inte Vasakronan att de kommer förlora hyresgäster utan snarare få befintliga hyresgäster att flytta dit, vilket gör att deras andra lokaler kan effektiviseras och moderniseras. Att göra sådana anpassningar går endast att göra när en hyresgäst flyttar. I Platinan skall både hotell och kontor byggas där cirka 4 000 kvm skall bli coworking av en total kontorsyta som ligger på 6 000 kvm. Arena Nordstan ligger på 925 kvm, men då är inte uthyrbara konferensrum medräknat.

4.1.6 Vad är ett bra kontor och läge

Ett bra kontor menar Ansvarig Coworking Arena Nordstan är att lokalen öppnas upp i öppna landskap. Det ska vara bra luft och inomhusklimat men framförallt är det viktigt att hjälpa kunderna med arbetsplatsstrategier. Vad som är viktigt är att se över organisationen, hur kunden arbetar och att inspirera kunden. Från Vasakronans befintliga hyresgäster nämns det ofta om vikten av att rekrytera rätt personal och rätt personal har krav. Skillnaden mellan ett coworking-kontor och ett vanligt kontor ligger i att med ett eget kontor får hyresgästen klara sig själv, medan i ett coworking så ingår allt med städ, bredband och frukost. Hyresgästen behöver inte göra något mer än att tillsätta människor.

Vasakronan har endast centrala lägen och har ett stort fokus på att arbeta med hur människor tar sig till jobbet. Något som märkts av är att allt fler cyklar till jobbet av olika skäl, men något som inte finns är garage för cyklar menar Ansvarig Coworking Arena Nordstan. Samtidigt som att människor cyklar till jobbet, måste utrymme för ombyte också skapas i kontorets befintliga ytor snarare än i källarutrymmen. Vad som är viktigt kopplat till geografiskt läge menar Ansvarig Coworking Arena Nordstan är känslan med att vara mitt i centrum. Företag vill ha lokaler som är för personalen, inte verksamheten eftersom de då skulle kunna sitta var som helst. Att hitta rätt personal för att vara ett konkurrenskraftigt bolag är återkommande bland hyresgästerna. De bästa lägena i Göteborg är runt Kungssportsplatsen, Fredsstan, Lilla Bommen och området runt Gullbergsvass i och med den utvecklingen som kommer ske med nybyggnation som Platinan, Västlänken och ny bro över älven.

4.1.7 Framtiden för coworking

I framtiden tror Ansvarig Coworking Arena Nordstan att det inte räcker med ett bra läge, bra luft, nyckeltal eller att räkna pris per kvadratmeter. Det måste till mer av tekniska lösningar samtidigt som fastighetsägaren måste vara flexibel och lyhörd om vad kunden vill. Att använda belägningsgrad i beräkningar är också något som skulle kunna bli mer aktuellt i framtiden. Att börja räkna på vad den anställde får kosta per år, när totalpriset för en lokal beräknas. Vidare tror Ansvarig Coworking Arena Nordstan att i framtiden så skall det samtalas mer om arbetsplatsstrategier, att det inte bara är en lokal utan människorna i lokalen.

4.2 Geografiska data

Detta avsnitt lyfter den data som samlats in, både primär-och sekundär. Först presenteras sekundärdata tillhandahållet av Västtrafik, sedan presenteras primärdata som är data jag själv samlat in för att komplettera visualiseringen. Slutligen presenteras visualiseringen.

4.2.1 Västtrafik

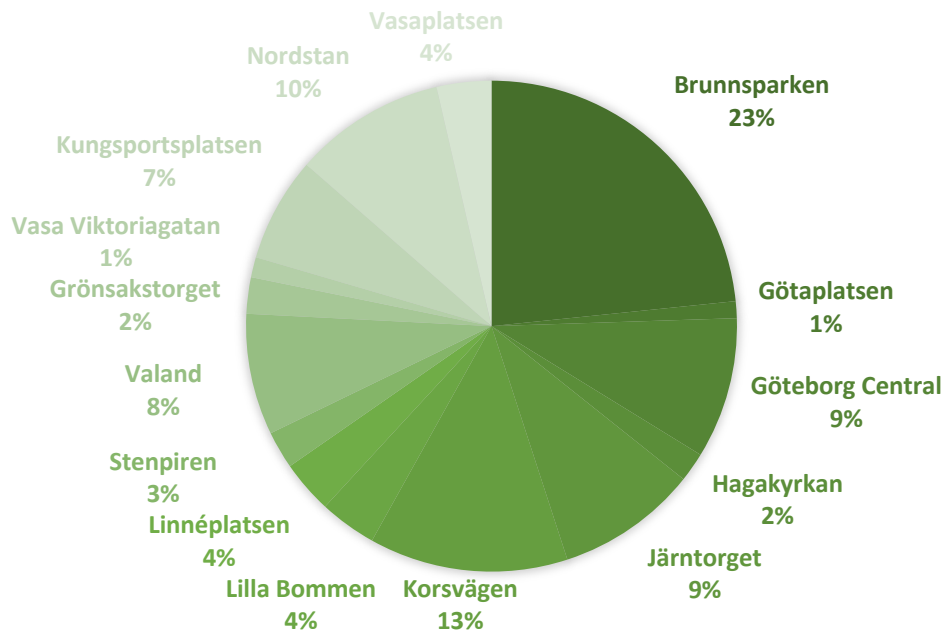
I *tabell 2*, finns en sammanställning av resenärer på vardagar under sex olika tidpunkter. Från tabellen, som är villkorsstyrt formaterad med färg för att lättare kunna se olika trender, kan Brunnsparken urskiljas som den hållplatsen med flest resenärer under ett år med 5,8 miljoner. Tidpunkten dagtid mellan 08:30 till 15:00 är den tid då flest resenärer är i rörelse. Andra intressanta platser, sett till mängden resenärer, är Korsvägen, Järntorget, Göteborg Central och Nordstan.

Tabell 2 - Resenärer på vardagar. (Baserad på data från Västtrafik). Författarens egen tabell.

Objektnamn	AM (Tidig morgon) 04:00-06:00	AMPeak (Morgonrusning) 06:00-08:30	Midday (Dagtid) 08:30-15:00	PMPeak (Eftermiddagsrusning) 15:00-18:00	Evening (Kväll) 18:00-21:00	Night (Natt) 21:00-04:00	Summa
Brunnsparken	109 320	768 439	2 216 653	1 543 998	758 565	399 808	5 796 784
Götaplatsen	1 090	25 751	124 494	77 989	33 327	12 188	274 840
Göteborg Central	110 670	576 358	551 415	704 542	234 251	127 698	2 304 933
Hagakyrkan	4 150	56 236	216 008	110 512	54 358	37 759	479 022
Järntorget	23 369	292 320	845 894	583 256	303 704	254 145	2 302 688
Korsvägen	68 953	696 019	1 065 713	870 627	358 499	188 141	3 247 951
Lilla Bommen	12 231	133 046	364 833	289 646	103 292	30 018	933 065
Linnéplatsen	15 254	142 032	313 353	224 433	105 409	63 124	863 605
Stenpiren	8 581	175 194	195 846	158 378	47 752	28 316	614 067
Valand	15 496	199 471	755 926	514 902	266 874	229 002	1 981 671
Grönsakstorget	5 104	86 027	249 631	159 871	59 306	34 192	594 131
Vasa Viktoriagatan	1 678	45 974	140 144	73 843	37 268	29 896	328 803
Kungssportsplatsen	11 644	169 831	697 964	489 478	209 655	129 797	1 708 370
Nordstan	93 229	509 403	828 536	675 263	243 754	125 553	2 475 738
Vasaplatsen	5 386	125 990	370 874	208 609	102 789	79 572	893 222
Summa	486 156	4 002 090	8 937 283	6 685 349	2 918 803	1 769 210	24 798 891

Sett till hela dygnet, står Brunnsparken för 23% av det totala antalet resenärer som noteras till 24,8 miljoner per år för de undersökta hållplatserna. I *figur 8*, presenteras ett cirkeldiagram med den procentuella fördelningen baserat på hållplatsernas totala antal resenärer. De fem största hållplatserna är Brunnsparken, Korsvägen, Nordstan, Göteborgs Central och Järntorget. Tillsammans utgör de fem hållplatserna 64 procent av det totala antalet resenärer på undersökningens utvalda hållplatser.

FÖRDELNING AV ANTALET RESENÄRER



Figur 8 - Procentuell fördelning av antalet resenärer per hållplats. Författares egen bild. (Baserat på data från Västtrafik).

Diagrammet och tabellen, figur 8 och tabell 2, visar mängden resenärer för de olika hållplatserna, men säger inget om det geografiska läget. Tabell 3, omfattar koordinaterna för samtliga hållplatser.

Tabell 3 - Koordinater för hållplats. Författares egna data och tabell. (Baserat på koordinater från Google Maps).

Objektnamn	Latitud	Longitud
Brunnsparken	57,7069630000	11,9681240000
Götaplatsen	57,6976610000	11,9789240000
Göteborg Central	57,7086770000	11,9732690000
Hagakyrkan	57,6995940000	11,9618560000
Järntorget	57,7001180000	11,9520440000
Korsvägen	57,6967080000	11,9869220000
Lilla Bommen	57,7092520000	11,9667270000
Linnéplatsen	57,6899940000	11,9522570000
Stenpiren	57,7058400000	11,9574040000
Valand	57,7003550000	11,9745230000
Grönsakstorget	57,7028310000	11,9643800000
Vasa Viktoriagatan	57,6982620000	11,9665480000
Kungsportsplatsen	57,7039890000	11,9697770000
Nordstan	57,7089760000	11,9709040000
Vasaplatsen	57,6989840000	11,9707610000

4.2.2 Coworking-kontor i Göteborg

Tabell 4, är en sammanställning av befintliga coworking-kontor i Göteborg med koordinater.

Tabell 4 - Identifierade coworking-kontor med koordinater. Författarens egna data och tabell. (Baserat på sökning från Google Maps)

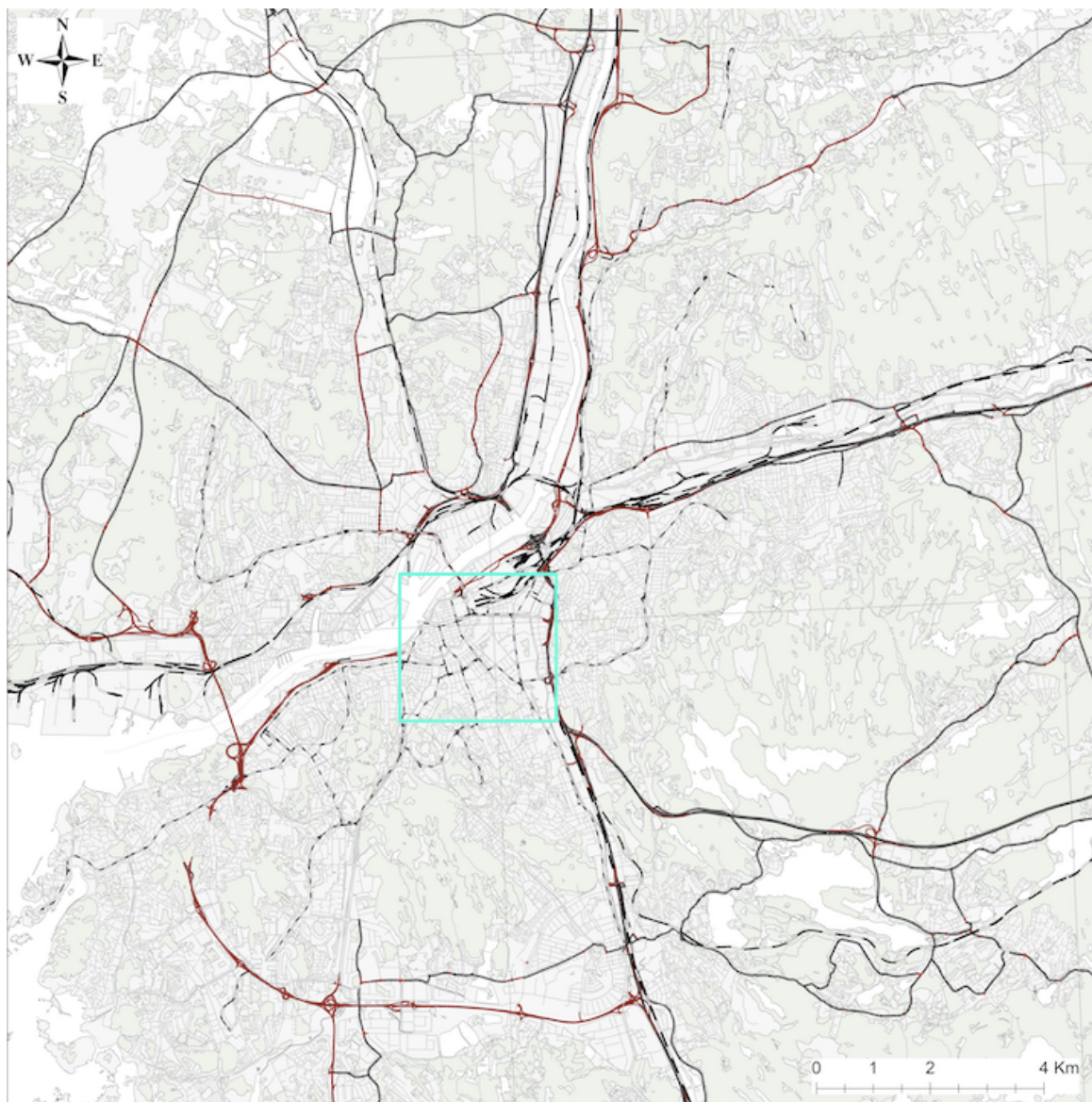
Objektnamn	Latitud	Longitud
World Trade Center, Teatergatan	57,6988110000	11,9751390000
Convendum, Kungsportsavenyn	57,7002500000	11,9746130000
Creative Loop, Haga Kyrkogata	57,6961420000	11,9626980000
Hive Workspace, Östra Larmgatan	57,7052730000	11,9713740000
Entreprenörsgatan, Kungsgatan	57,7028410000	11,9566770000
G-Lab21, Kyrkogatan	57,7046010000	11,9630520000
Regus, Östra Hamngatan	57,7089320000	11,9665390000
United Spaces, Östra Hamngatan	57,7095990000	11,9669760000
Regus, Hamntorget	57,7123390000	11,9683870000
World Trade Center, Mässans gata	57,6981640000	11,9870080000
Regus, Centralen	57,7088670000	11,9808280000
Factory Workspace, Friggagatan	57,7094230000	11,9855930000
Regus, Ullevi	57,7062530000	11,9916120000
Nomad Inn, Fjärde Långgatan	57,6974310000	11,9502530000

4.2.3 GIS-visualisering

I bilaga 5 till 11, finns de geografiska visualiseringarna i sin helhet. Figur 9, visar en omarbetning av bilaga 6, som är undersökningsområdet med samtliga hållplatser.

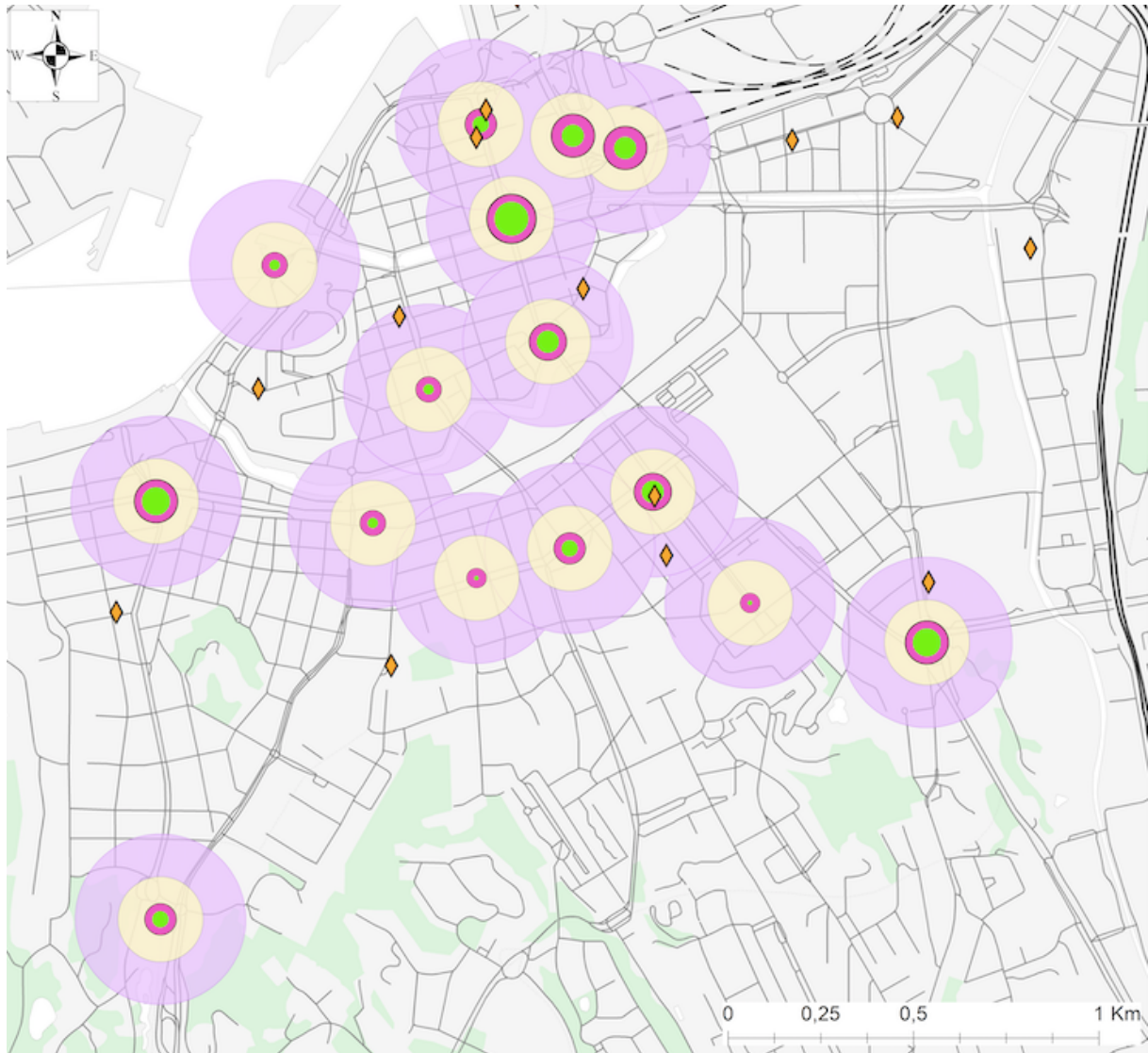


Figur 9 - Undersökningsområde. Omarbetning av bilaga 6.



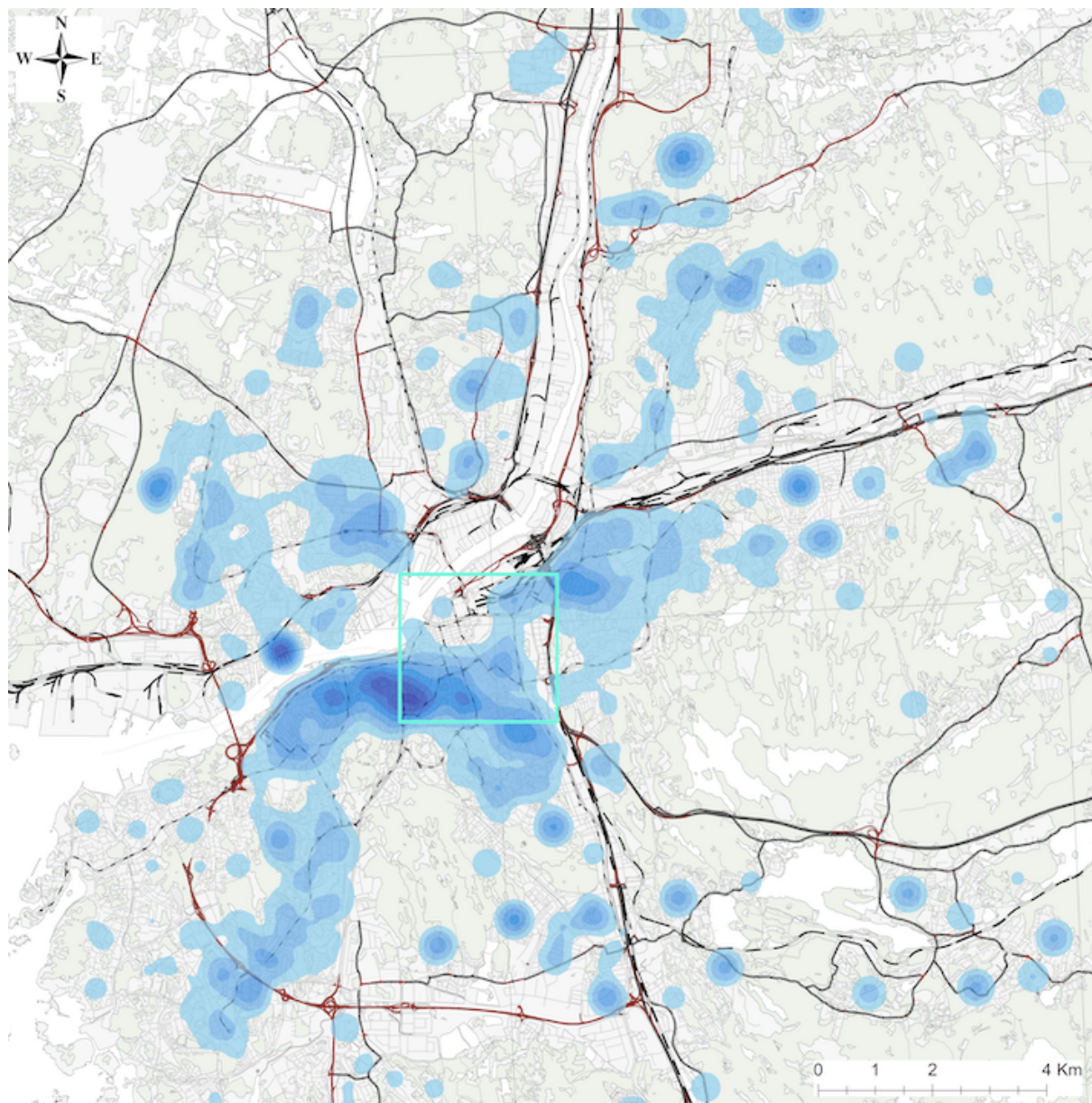
Figur 10 - Översiktskarta över Göteborgsområdet. Omarbetning av bilaga 5.

Figur 10, visar på en översiktskarta över Göteborgsområdet, där en turkos kvadrat har markerats för att definiera undersökningsområdet.



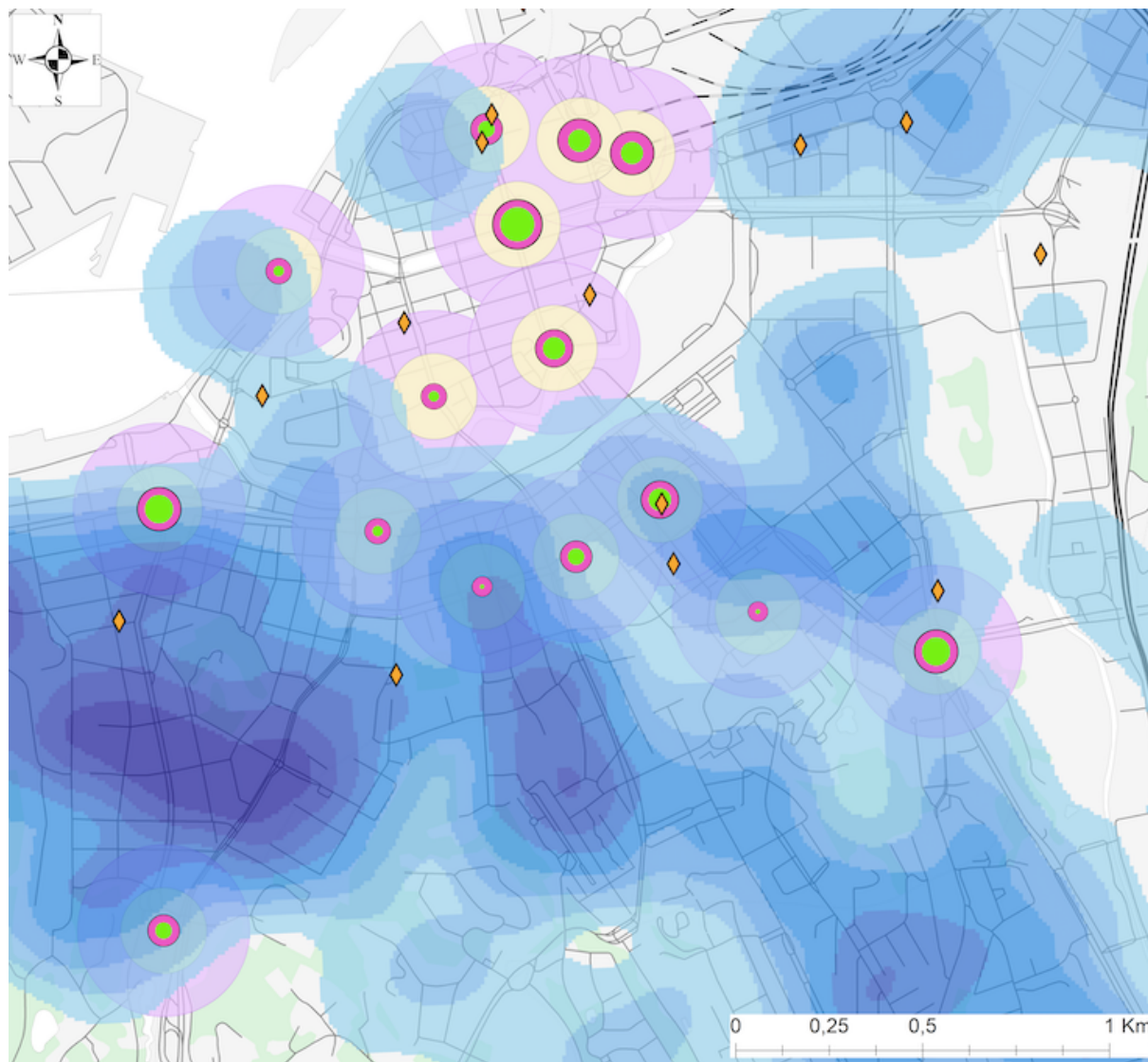
Figur 11 - Befintliga coworking-kontor & antalet resenärer. Omarbetning av bilaga 7.

Figur 11, visar vart befintliga coworking-kontor är placerade samtidigt som hållplatserna visar på mängden av- och påstigande resenärer för respektive hållplats under vardag och helg. De två radierna är på 115 respektive 230 meter. Området runt Brunnsparken är där flest cirklar möts och storleken på punkterna är som störst. Med data från tabell 2, ser vi att punkterna i klustret Brunnsparken, Göteborgs Central, Nordstan, Lilla Bommen och Kungälvspålsplatsen utgör drygt 13,2 miljoner resenärer per år vilket motsvarar 53 procent av undersökningens totala antal resenärer. Andra platser där cirklar överlappar är runt Valand och Vasaplatsen. De befintliga coworking-kontoren ligger till stor del inom radien för hållplatserna. De punkter som ligger utanför radierna kan omfattas av andra hållplatser som inte är med i denna undersökning.



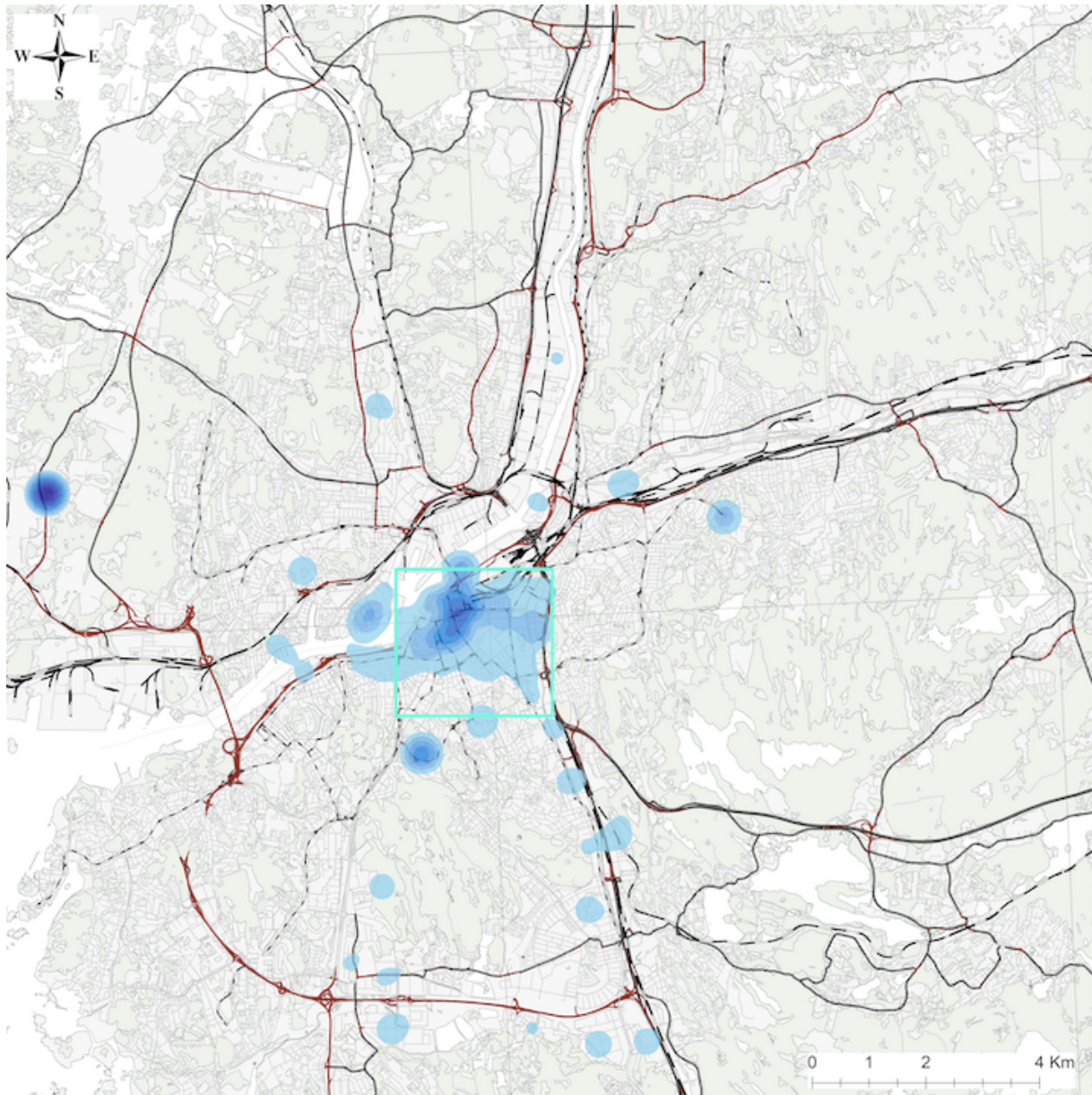
Figur 12 - Nattbefolkning, boende i Göteborgsområdet. Omarbetning av bilaga 8.

Figur 12, visar med översiktskartan hur nattbefolkningen (var människor bor) varierar för Göteborgsområdet. Intervallet 0 till 34 har tagits bort för att visualiseringen ska bli mer tydlig. Det är framförallt i Masthugget, Linné och Haga som densiteten är som störst, men även Eriksberg på Hisingen och runt Redbergsplatsen.



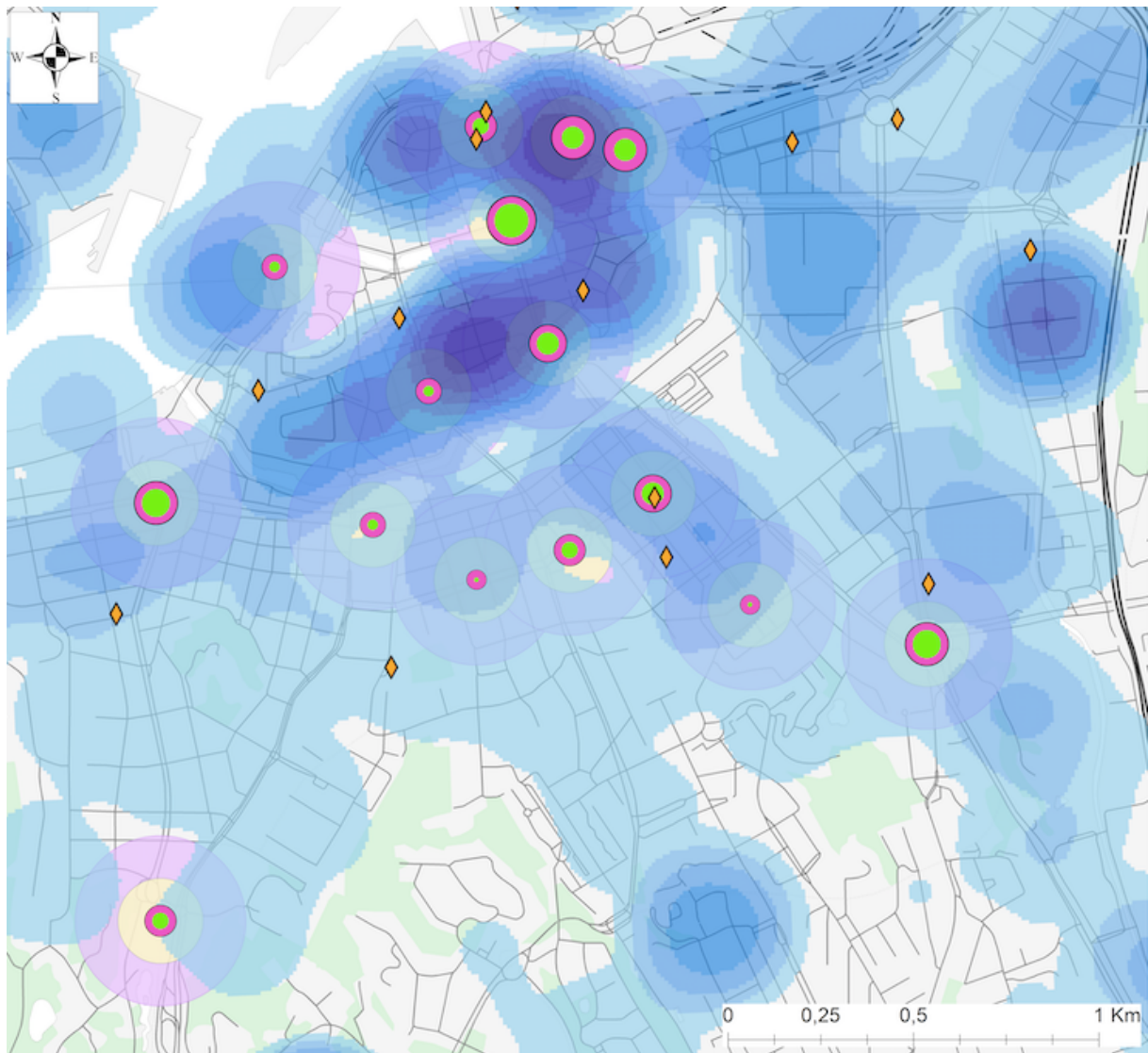
Figur 13 - Nattbefolkning inom undersökningsområdet. Omarbetning av bilaga 10.

Figur 13, visar på nattbefolkningen för undersökningsområdet där en hög densitet hittas i området runt Linné och Vasa. Intervallet 0 till 32 har tagits bort, vilket tydliggör vart högre densitet hittas. Runt Brunnsparken-klustret är densiteten mycket låg. Nästintill samtliga befintliga coworking-kontor ligger inom det blå densitetområdet, däremot inte alla hållplatser.



Figur 14 - Dagbefolkning/ sysselsättning i Göteborgsområdet. Omarbetat av bilaga 9.

I *figur 14*, illustreras hur dagbefolkningen alternativt sysselsättningen (var människor arbetar) fördelar sig i Göteborgsområdet. Intervallet 0 till 78 har tagits bort för att tydligare visa på hur densiteten ser ut. Störst densitet hittas i västerläge på kartan och är Volvo Torslanda. Näst störst densitet och kluster hittas inom undersökningsområdet runt Brunnsparken. Längs med trafiklederna finns små utslag på flera olika platser.



Figur 15 - Dagbefolkning/ sysselsättning inom undersökningsområdet. Omarbetning av bilaga 11.

I *figur 15*, presenteras hur dagbefolkningen fördelar sig inom undersökningsområdet. För att tydligare visa på densitetskillnader har intervallet 0 till 30 tagits bort. Densiteten är som högst runt Brunnsparken och Göteborg Central men det finns också stora utslag runt omkring de flesta av undersökningens utvalda hållplatser. Samtliga av hållplatserna och de befintliga coworking-kontoren ligger inom den blåa zonen, även om densitetsnivån varierar.

5 ANALYS

Kapitel fem omfattar analysen i studien och utgår från forskningsfrågorna. Inledningsvis tolkas begreppet coworking, sedan fördelar respektive nackdelar med coworking. Efter det analyseras framtiden för coworking, för att sedan diskutera vad som bör erbjudas för att slutligen analysera var coworking bör placeras i Göteborg.

5.1 Tolkning av begreppet coworking

Det finns flera olika tolkningar på begreppet coworking och den vanligaste är det beskrivs vara likt ett kontorshotell där en hyresgäst hyr en yta och delar kök, mötesrum och toaletter med andra hyresgäster, precis som med coworking. Skillnaden är det sociala utbytet och att detta är något coworking-kontoren är mer inriktade på. Det är inte någon egentlig skillnad utan snarare vilket ord som föredras att användas. Det handlar snarare om ett skifte i synen på vad en arbetsplats är, vilket utmanar de traditionella kontoren. Ett annat sätt att se det på är att coworking handlar om flexibilitet för företag, att snabbt och enkelt kunna växla upp eller ner verksamheten. Företagen vill ha smarta och smidiga lösningar för att själva kunna fokusera på sin verksamhet samtidigt som det finns ett ekonomiskt värde att dela ytor som exempelvis reception eller kök. Den sociala aspekten är en stor drivkraft för coworking, samtidigt är det sociala aspekter som skiljer coworking från ett vanligt kontorshotell (Mauno Pettersson, 2015).

JLL och CBRE menar att det snarare bör talas om flexibla kontorsytor där coworking är en kategori, medan både Spinuzzi och Capdevila argumenterar för olika varianter inom coworking. I samtliga fall finns inga tydliga gränser, eftersom den enas definition går in i den andras, exempelvis finns det stora liknelser mellan The Community Workspace och Capdevilas typ 1, där båda är väldigt likt vad JLL och CBRE beskriver som Services Offices. Detta i sin tur har en väldigt stor liknelse med vad vi definierar som kontorshotell. JLL och CBRE menar att samlingsbegreppet för denna typ av kontor är flexibla kontorslösningar, engelskans *flex space*. Flexibla kontorslösningar i sin tur består av olika typer av kontorslösningar.

Ansvarig Coworking Arena Nordstan menar att coworking är gemensamt delade ytor där en mötesplats skapas för kunder att nätverka. Men för att det ska ske måste det finnas rätt förutsättningar, där arbetsmiljön är av stor vikt. Vad som också är viktigt är kundens egen förmåga att få välja själv. Eftersom kontoret är färdigt och all service ingår, kan kunden fokusera på sin egen verksamhet och själv välja vad som passar för dagen. Detta blir en slags flexibilitet för kunden själv. Flexibla kontorslösningar menar Ansvarig Coworking Arena Nordstan är flexibilitet gentemot hyresgästen, framförallt i frågan gällande flexibla avtal. Flexibilitet beskrivs snarare som ett förhållningssätt än en samlingskategori med subkategorier, även om Vasakronan erbjuder flertalet olika kontorsprodukter som omfattas av flexibilitet. I centrum står att möta kundens önskemål och erbjuda skräddarsydda lösningar, där coworking är en produkt som täcker majoriteten av önskemålen.

5.2 Fördelar respektive nackdelar med coworking

Forskningsfrågan grundar sig i att hitta fördelar respektive nackdelar med coworking. Fyra olika perspektiv finns att ta hänsyn till, *fastighetsägaren, coworking-aktörer och fastighetsägare som är coworking-aktör samt kunderna*.

5.2.1 Fastighetsägare

Coworking sett ur fastighetsägarens perspektiv bygger på principen om minimerade risker genom långa hyresavtal med hyresgästen. Hyresgästen, i detta fall coworking-aktören, erbjuder i sin tur flexibla och kortare hyresavtal till sina hyresgäster, i detta fall medlemmarna (Thór, 2019). Den stora frågan som uppstår är varför inte fastighetsägarna själva bedriver coworking i sina fastigheter? Det ska nämnas att flera fastighetsbolag nu håller på att skapa egna lösningar eller köper i sig i befintliga, samtidigt som flera än så länge avvaktar.

Johnell och Lundin (2019) menar att det finns fyra strategier som en fastighetsägare kan förhålla sig till coworking. Dessa är att inte ge sig in på marknaden, ingå ett samarbete med coworking-aktör, bli delägare i coworking-aktör, eller att utveckla ett eget koncept av coworking. Deras studie visar på att fastighetsägare som ingår ett samarbete med coworking-aktörer är den strategi som är mest lämplig att gå vidare med. Detta då flera fastighetsägare menar att de själva har en bristande organisation och kännedom för att ta sig in på coworking-marknaden. Genom samarbete med en coworking-aktör kan fastighetsägaren dra nytta av fördelar som coworking för med sig, erbjuda sina kunder en ytterligare produkt samtidigt som kundkontakten behålles. Deras studie visar också på att coworking tros kunna bidra till positiva effekter för en fastighet.

Hans Wallenstam, är inne på samma spår och menar att Convendum (Wallenstam aktieägare till 25 procent) utgör ett perfekt komplement till vad Wallenstam Fastigheter AB erbjuder. Det är förvisso en risk att hyra ut ytor till coworking-bolag, men risken inte är större än vid en annan uthyrning. Ytorna som hyrs ut är inga specialytor utan fina, moderna kontor och om det skulle uppstå vakanser går det snabbt att omsätta dem utan några större omställningskostnader. Coworking-bolagen erbjuder en helt annan servicenivå och för fastighetsbolag som inte sysslar med coworking skulle det medföra en väldigt stor omställning för att matcha erbjudandet som aktörerna har (Thór, 2019).

”Jag blir hellre delägare än att bygga upp servicekonceptet själv. Coworking-aktörerna är specialister på det och gör det jättebra så jag tar hellre en position i bolaget.”

Hans Wallenstam till Fastighetsnytt (Thór, 2019)

Projektledaren och projektutvecklaren på Stena Fastigheter respektive Stena Bygg, upplever de att det finns en svårighet för ett fastighetsbolag att starta med coworking. Ska en fastighetsägare arbeta med coworking måste densamma vara beredd på att löpa hela linan ut. En fastighetsägare kan inte ta fram en yta där det sätts in moderna möbler och sedan förvänta sig att en innovativ mötesplats skapas. Det måste arbetas med detaljerna, exempelvis bra service samtidigt som det måste arbetas med sälj på ett annat sätt för att jaga medlemmar (personlig kommunikation, 15 mars 2019).

Analyschefen på JLL (frukostseminarium, 2019-02-21) menar att det ur ett fastighetsägarperspektiv finns både för- och nackdelar. Exempelvis hålls hyresnivåerna uppe på stora attraktiva ytor genom att aktörer hyr in sig i hela fastigheter, det tecknas långa avtal och det är attraktivt för hyresgäster. Samtidigt finns nackdelar i ett ökat avstånd till hyresgästerna och således kunder, det blir också svårare att hyra ut mindre lokaler då dessa hyresgäster snarare sätter sig på en flexibel kontorslösning.

5.2.2 Coworking-aktör

Coworking-aktören delas upp i två olika kategorier, fastighetsägare som genom sitt eget bolag erbjuder coworking och den andra sidan med coworking-aktörer som hyr ytor av en fastighetsägare. Oavsett kategori är grunderbudandet till kunden samma, medlemskap som ger medlemmen tillgång till ett kontor eller kontorsplats. Den primära intäktskällan är medlemsavgifter, där andra intäktskällor varierar beroende på vilka olika tillval eller erbjudanden som existerar. Utöver ett medlemskap erbjuder coworking-aktörer sina medlemmar olika tjänster, aktiviteter och service. Det skiljer sig mellan olika aktörers grunderbudande men det kan också skilja sig mellan en coworking-aktörs erbjudande för sina olika kontor.

Vasakronan skall på Coworking Arena Nordstan fokusera på hälsa, välmående och en bra arbetsmiljö. Det ska finnas möjligheter till att boka konferensrum och det kommer vara inspirerande föreläsningar då och då. Arenan är ett testprojekt för att se vad som bör erbjudas i deras framtida kontor. Vasakronan kommer att erbjuda projektrum, där medlemmarna kan hyra en yta som de kan stänga in sig på, men i det stora hela så skall det erbjudas olika kontorsplatser i en öppen planlösning. Ett stort fokus för Vasakronan är att arbeta med arbetsmiljön då en bra arbetsmiljö är vad som möjliggör kreativitet och goda resultat för medlemmarna. Tanken med Vasakronans medlemskap är att det ska ge tillgång till de andra kontor som Vasakronan håller på att etablera i Stockholm, Malmö och Uppsala. Convendum som är en annan coworking-aktör arbetar med att attrahera en annan publik. I deras erbjudande finns både platser, men till störst del mindre kontorsytor som medlemmarna hyr in sig på. Utöver detta erbjuder Convendum gym i kontoret, afterwork på fredagar och bjuder in till olika typer av event i deras större konferensrum (Convendum, u.å.). En ytterligare aktör är United Spaces som erbjuder tre olika typer av medlemskap, där du som kund blir erbjuden samma startpaket där fria event, loungeyta, fritt wi-fi, kaffe och utskrifter ingår (United Spaces, 2017).

Ansvarig Coworking Arena Nordstan ser inte de olika coworking-aktörerna som direkta konkurrenter, då de har olika produkter att erbjuda som attraherar olika typer av kunder. Sett till vad Vasakronan vill skapa är det med fokus på hälsa och arbetsmiljö, där de främst vänder sig till sina befintliga hyresgäster. Vasakronan ser sin coworking som ett ytterligare erbjudande för sina kunder att välja på.

Sett till skillnaden mellan en coworking-aktör och en coworking-aktör som också är fastighetsägare, så ligger det något i att coworking för den som är fastighetsägare blir en ytterligare produkt att erbjuda de kunder som de redan har samtidigt som de också besitter fastigheter. För en coworking-aktör handlar det om att slå sig in i en kontorsfastighet och sedan etablera ett erbjudande som lockar till sig kunder. För dem är det en produkt som de har att erbjuda och den produkten måste i sig vara bra nog för att attrahera kunder från att inte välja andra fastighetsägare. Således måste konceptet vara bra samt att priset och mervärdena vara tillfredsställande.

Det finns fördelar med att vara fastighetsägare och satsa på coworking. Dessa ligger i att fastighetsägaren redan har ett fastighetsbestånd, hyresgäster och troligtvis kapital att satsa. Nackdelarna är att inte vara först på marknaden och att de måste hitta sin nisch på coworking vilket är tidskrävande. För en coworking-aktör ligger fördelarna i att redan ha undersökt konceptet och därför ha koll på vad som funkar, de är också redan på marknaden vilket är fördelaktigt. Nackdelar är expansion, det är fler som ger sig in på marknaden vilket gör det

svårare för dem att hitta fastigheter. Det finns också mer utbud för kunderna att välja på, vilket gör att det egna erbjudandet måste vara nog för att behålla dem.

5.2.3 Coworking-medlem

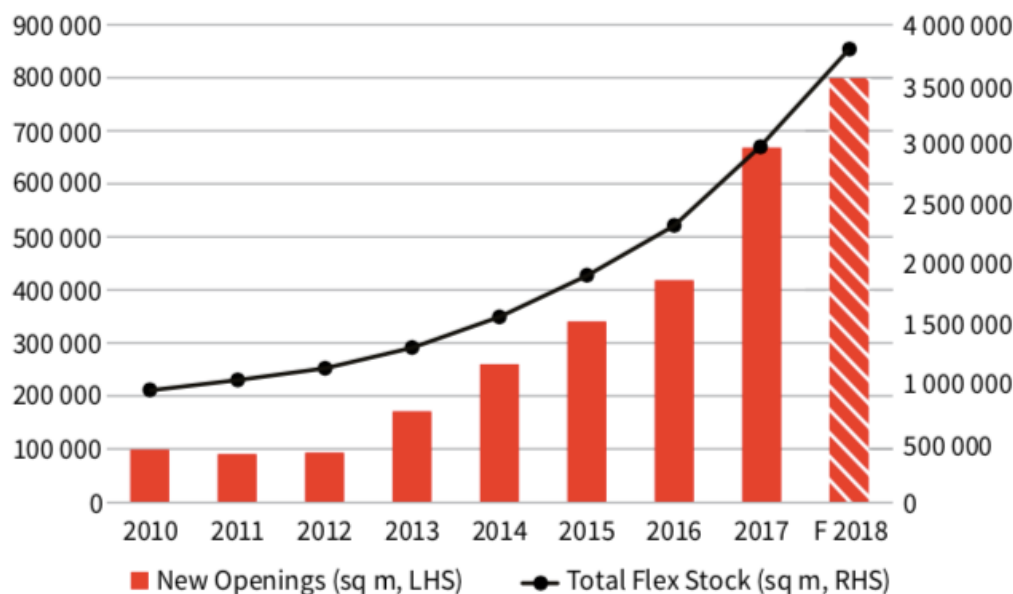
Analyschefen på JLL menar att det finns både för och nackdelar för hyresgästerna, i detta fall coworking-medlemmar. Fördelarna ligger i flexibiliteten både kopplat till avtal, ytor och servicefunktioner. Men även i möjligheter till kluster, sociala utbyten och att få den bästa möjliga tekniska miljön. Nackdelarna ligger i ökad konkurrens om attraktiva lokaler och lägen samt att hyresnivåer som hålls uppe på medelstora och stora lokaler.

Ansvarig Coworking Arena Nordstan är inne på att det finns flera olika fördelar med coworking för hyresgäster. Flexibilitet är något som är viktigt för kunderna och efterfrågas i allt större utsträckning, vilket coworking möjliggör. Med coworking får hyresgästen många valmöjligheter så att lösningar kan skräddarsys utifrån deras behov. I ett vanligt kontor får hyresgästen lösa alla servicefunktioner själv. Dessa ingår i coworking vilket gör att mer tid kan läggas på kärnverksamheten. För hyresgästen finns också en säkerhet med flexibilitet, särskilt med flexibla avtal. De flexibla avtalen gör att hyresgästen inte behöver binda sig i långfristiga hyresavtal, detta gör det möjligt för dem att båda växla upp och ner verksamheten utifrån hur verksamheten går. Att vara flexibel kostar, men det gör även ett hyresavtal som kunden inte kan ta sig ur.

5.3 Coworking är här för att stanna

Coworking startade i USA med att små företag och frilansare sökte sig till gemensamma kontorsytor. Idag är coworking något helt annat. 2010 grundades WeWork i New York, ett företag specialiserat på att hyra in sig hos olika fastighetsägare och sedan bedriva coworking. WeWork är idag störst i världen på coworking. Företaget har över 250 000 medlemmar och över 50 000 företag anslutna globalt. Företaget är verksamt i 74 olika städer i 22 länder, där de hyr ut över en miljon kvadratmeter för coworking (WeWork, 2018). Coworking som koncept fortsätter samtidigt att växa och i en prognos gjord av GCUC – *Global coworking unconference conference* (2017) noteras antalet coworking-kontor globalt 2017 till 14 411 och prognosen förutspår att år 2022 kommer antalet öka till över 30 000. Det är en årlig tillväxt om 16,1 procent. JLL prognosisterar att den europeiska coworking-marknaden kommer att ha en fortsatt tillväxt. Analysen bygger på insamlande och sammanställande av data från över 20 olika städer (JLL, 2019). I *figur 16*, ställs nyöppnade coworking-kontor mot den totala coworking-kontorsstocken och från 2014 noteras en markant tillväxt på den europeiska marknaden.

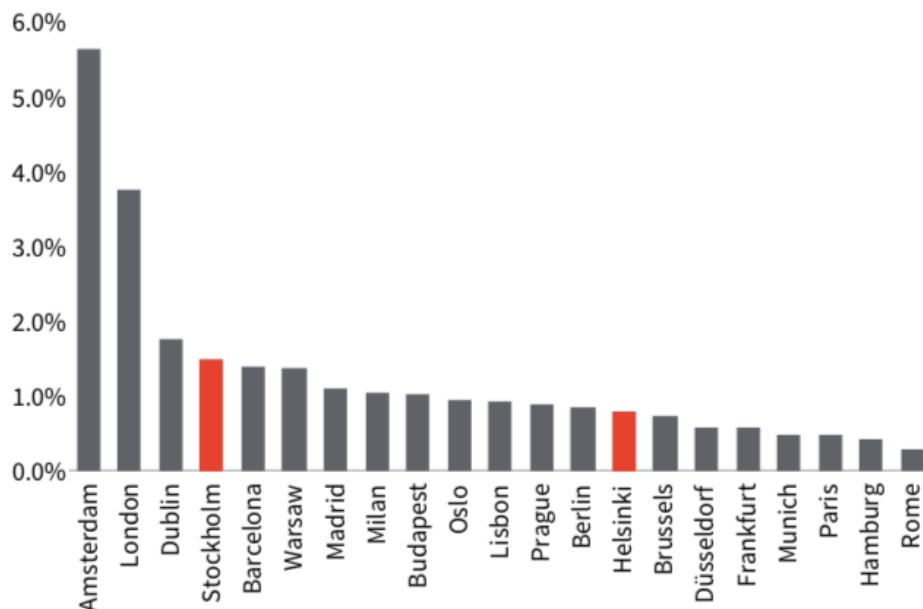
Flex space growth Europe



Figur 16 – Tillväxt coworking i Europa (JLL, 2019). Återgiven med tillstånd av JLL.

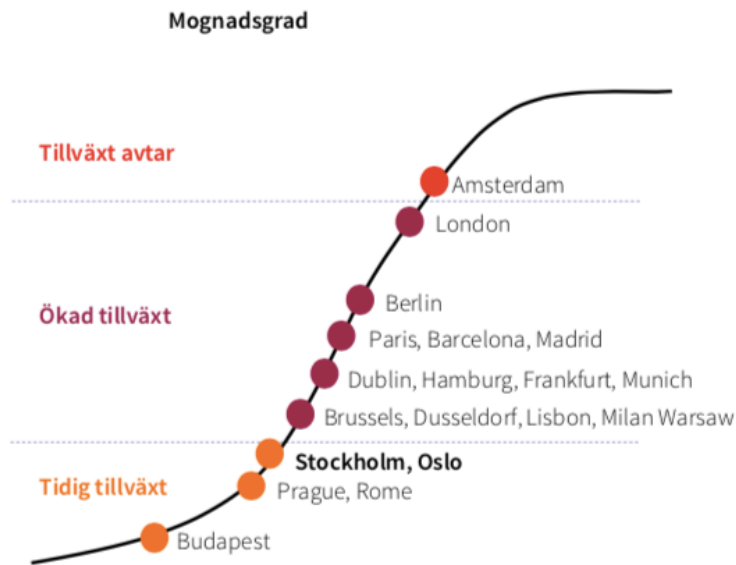
I samma rapport beskriver JLL, se *figur 17*, hur stor del av den totala kontorstocken på olika marknader runt om Europa som utgörs av coworking-kontor (JLL, 2019).

Flex space share of stock

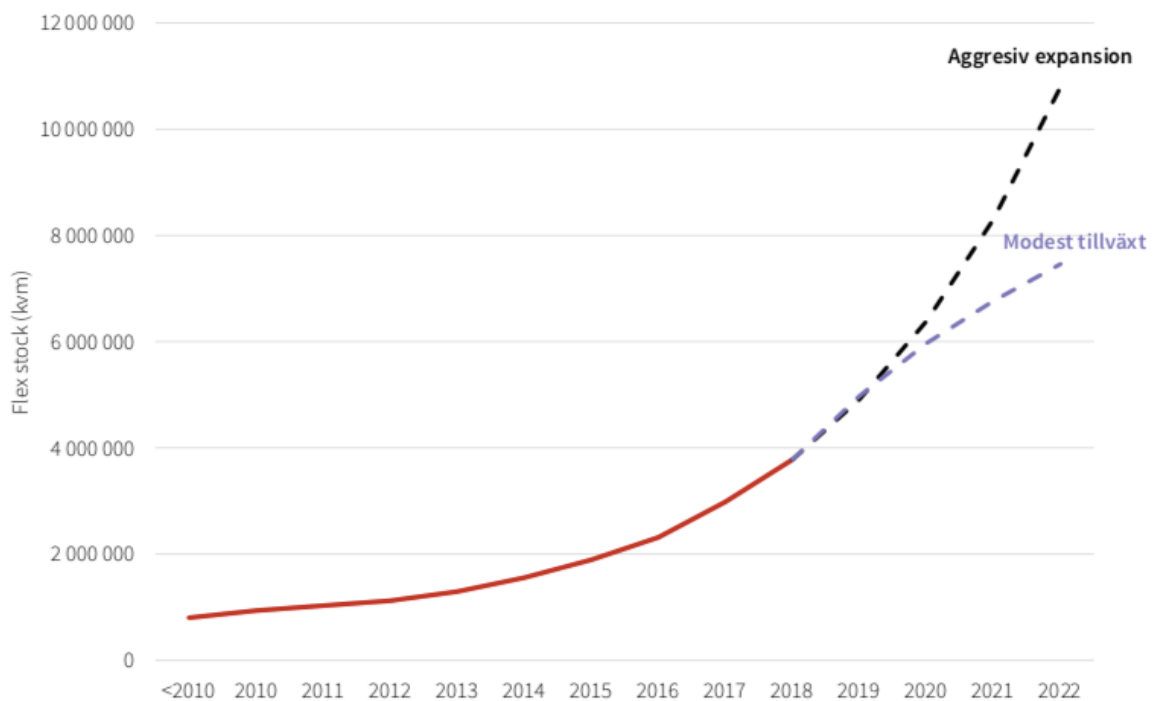


Figur 17 - Andel coworking på total kontorsmarknad (JLL, 2019). Återgiven med tillstånd av JLL.

Figur 18 och *figur 19*, redogör för hur JLL bedömer den potentiella tillväxten för coworking på den europeiska kontorsmarknaden.



Figur 18 - Tillväxt på marknader i Europa (JLL Nordic Outlook, frukostseminarium, 2019). Återgiven med tillstånd av JLL.

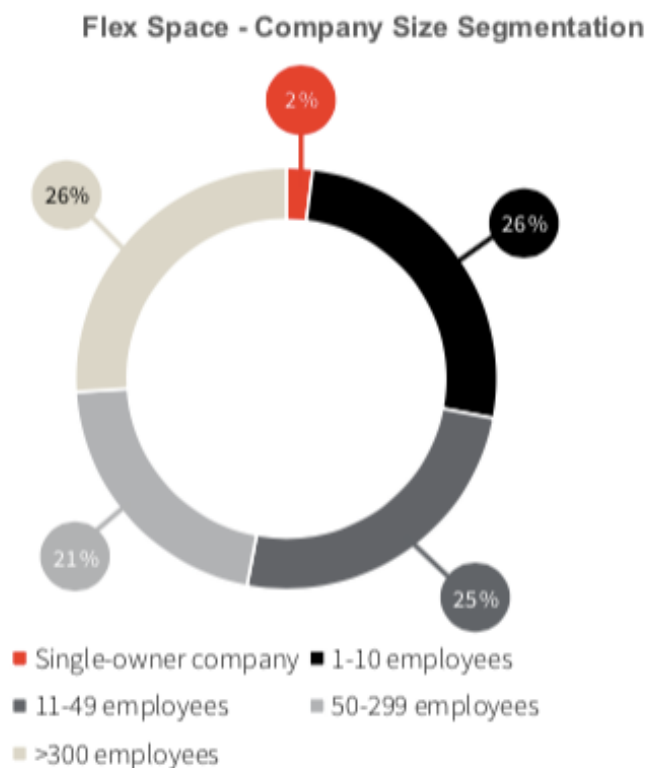


Figur 19 - Tillväxt 2019–2022 (JLL Nordic Outlook, frukostseminarium, 2019). Återgiven med tillstånd av JLL.

Den snabba och exponentiella tillväxten beror på olika anledningar. Exempelvis på den mängd av kapital som investerats i coworking-bolagen men också då coworking nu attraherar större etablerade företag. Exempelvis har 30 procent av Microsofts anställda i New York medlemskap på WeWork och 110 av Fortune 500 företagen har någon av sina anställda sittandes på ett coworking-kontor. En tredjedel av WeWorks 250 000 medlemmar arbetar idag på ett företag som har fler än 1 000 anställda (Fastighetsägarna, 2018). Även JLL ser likande tendenser. Figur 20, presenterar ett cirkeldiagram som illustrerar olika storlek på hyresgäster som sitter på flexibla kontorsytor i Paris. Drygt 50 procent är större bolag, samtidigt som att procentsatsen är desamma för de största bolagen som den är för de bolag

som är mellan en till tio personer. Data är baserad på 193 företag och frilansare representerade på 1 565 coworking-kontor.

Paris Flex Space – Segmentation



Figur 20 - Fördelning av olika företagsstorlekar på coworking i Paris. (JLL Nordic Outlook, frukostseminarium, 2019). Återgiven med tillstånd av JLL.

I Sverige har coworking funnits sedan mitten av 2000-talet men det är framförallt på senare 2010-tal som konceptet har vuxit. Trots detta är konceptet fortfarande i en utvecklande fas och allt mer coworking tillkommer till kontorsstocken. Sverige var tidiga, tillsammans med Nederländerna och Australien, med att anamma tankarna om aktivitetsbaserade kontor samt icke-hierarkiska och informella arbetskultur. I och med att arbetsuppgifter blir mer komplexa samt kräver kreativitet och nya samarbetsformer, är aktivitetsbaserade och flexibla kontorslösningar på frammarsch i Sverige (Lid Falkman & Stenström, 2017). Sett till utvecklingen, figur 17, där drygt 6 procent av Amsterdams kontorsstock består av flexibla kontorslösningar, kan det användas som en indikation för den svenska marknaden och vart den potentiellt är på väg.

Johnell och Lundin (2019) menar att förväntningarna som finns på framtidens kontor styrs av nästa generation hyresgäster vilket främst är Millennials. Millennials spås söka sig främst till arbetsplatser som erbjuder flexibilitet, frihet och inspirerande miljöer vilket innebär att framtida kontor måste fungera mer som mötesplatser för inspiration och kunskapsutbyte. Även Ansvarig Coworking Arena Nordstan är inne på samma spår och menar att skapandet av bra arbetsmiljöer möjliggör nätverkande, vilket är något som behövs i och med att anställningsformerna i större utsträckning förändras till mer projektanställningar. Bakomliggande till detta och något som ofta nämns ligga bakom utvecklingen av de trender som idag är straka, är digitaliseringen. Digitalisering har i grunden förändrat hur och vad människor arbetar med och coworking är ett sätt för fastighetsbranschen att möta det behov

som uppstår med nya anställningsformer, arbetssätt och människor. Johnell och Lundin (2019) menar att fastighetsägare inte ska förbise coworking-marknaden, utan istället möta och delta i den för att fortsätta vara attraktiva hyresvärdar i framtiden.

Det finns såklart skeptiker till coworking som menar att coworking i Sverige är på frammarsch under en högkonjunktur och att det är först när marknaden vänder som coworking testas. För att i en lågkonjunktur behöver företag skära ner på sina kostnader, och det första som sker är att alla extrakostnader tas bort. Som coworking-aktör innebär det kanske att färre konferensrum hyrs ut eller att extra tjänster sägs upp. En lågkonjunktur skulle också kunna innebära att projektanställningar sägs upp vilket för coworking-aktörerna skulle innebära att det försvinner medlemmar. I och med flexibla avtal med kort uppsägningstid innebär att aktörerna snabbt skulle förlora intäkter, vilket är en risk. Samtidigt kan det från andra sidan ses som en fördel också, att just ha flexibla avtal är vad som gör coworking-aktören attraktiv, det skulle innebära att företag med utgående eller som inte har kontrakt söker sig till coworking-aktörer för att slippa teckna ett långfristigt hyresavtal eller behöva lägga pengar på egen reception, service och arbetsuppgifter kopplat till ett eget kontor. Kunderna skulle helt enkelt kunna spara på coworking, genom effektivisering och på så vis också ha en säkerhet i att kunna säga upp sitt medlemskap om verksamheten behövs läggas ner.

5.4 Vad som bör erbjudas på Göteborgs kontorsmarknad

Det är många utvecklingsprojekt som planeras och är under arbete i Göteborg. Volymen kontorsyta under produktion är 80 000 kvm enligt JLLs kännedom. Samtidigt är vakanserna på de olika delmarknaderna extremt låga där JLL bedömer CBD och övriga innerstan till 2,5 procent (JLL, 2019). Låga vakanser och ytor under produktion tyder på en hög efterfrågan, vilket också bekräftas av Ansvarig Coworking Arena Nordstan. Detta gör Göteborg intressant ur ett coworking-perspektiv då efterfrågan på flexibilitet får anses som generell snarare än unik. Erbjudandet måste baseras på vad coworking-aktörer vill åstadkomma med sitt kontor. Ansvarig Coworking Arena Nordstan menar att ett bra kontor har ett bra inomhusklimat och öppna landskap där medarbetarna har möjlighet att själva välja hur de ska arbeta. Friheten och det egna valet är viktigt att skapa i kontorets miljö för att på så vis skapa stimulerande arbetsplatser.

Johnell och Lundin (2019) menar att coworking-utor med reception och lounge bör etableras på entréplan för att erhålla öppenhet för både interna och externa hyresgäster. Lounge och sociala ytor bör utformas för att uppmuntra till social interaktion.

Vad som bör erbjudas beror på vad aktören vill åstadkomma med kontoret, men en bra utgångspunkt är vad JLL kallar hybrider. Hybriderna är en medveten mix av öppna ytor och cellkontor och är den variant som är mest tilltagande i tillväxten av flexibla kontorsytor. Att erbjuda flexibilitet kopplat till avtal, service och olika kontor är också faktorer som spelar roll. Hur kontoret utformas sett till färger, inredning och vilka ytterligare mervärden som skall finnas är upp till aktören att välja. Det handlar om att skapa en känsla och då är det viktigt att utgå från vilken kundgrupp som ska attraheras. Det är idag inte samma status med en stor och pampig entré, utan är snarare interiör och tillgänglighet som värdesätts (Fastighetsägarna, 2018).

I en tid där det blir allt viktigare att säkerställa att rätt personal är anställd blir det också allt viktigare att behålla sin personal. Med millennials har det blivit vanligare med andra anställningsformer, samtidigt som att de ofta byter företag för sin egen karriär och ny

kompetens. Nyckeln anses ligga i hur företag arbetar för att säkra kompetenser som de hypotetiskt sett kan tillgodoskriva sig i sin balansräkning som en tillgång. För att säkra sin personal är det inte bara högre löner som är nyckeln, utan medarbetaren måste bli erbjuden en kreativ, utmanande och utvecklande arbetsmiljö. Arbetsplatsen och möjligheterna att utvecklas måste vara goda.

5.5 Var coworking-kontor bör erbjudas i Göteborg

Capdevila (2014) och Spinuzzi (2012) lyfter båda lägets betydelse för coworking. Capdevila menar att läget i förhållande till bostad är något som påverkar medarbetarens inställning gentemot arbetsplatsen. Lika så kan ett intresse för ett specifikt läge som delas av medarbetare också påverka deras inställning mot kontoret. Ett centralt läge är alltid attraktivt och coworking öppnar för möjligheter för människor utanför staden att ta del av utbudet som ofta är dyrt. Brunes (2015) menar att saker i närområdet också skapar ett attraktivt läge genom exempelvis serviceutbud och trafikförbindelser. Ansvarig Coworking Arena Nordstan menar att ett bra läge beror på hur människor kan ta sig dit och vilken känsla som finns i området. De mest attraktiva lägena i Göteborg är runt Kungssportsplatsen, Brunnsparken och det som kommer bli området runt den nya Hisingsbron.

Sett till de kartor som skapats är det tydligt att människor bor nära till de stora trafikleder som finns i regionen. Dessa människor skall ta sig till arbetsplatserna som till störst del ligger i centrala Göteborg. Detta medför stora trafikflöden in till Göteborg vilket siffrorna på trafikanter i centrala Göteborg är ett bevis på. Ansvarig Coworking Arena Nordstan menar att en växande trend är människor som cyklar till jobbet, vilket avlastar trafiken en aning. Det finns samtidigt också ökade trender med att hyra cyklar, el-scootrar och samåkningstjänster. Samtidigt sker också infrastrukturarbeten där tåg- och bilvägar byggs för att avlasta redan ansträngda trafikflöden. Det som blir intressant är vad det kommer få för påverkan på de existerande rörelsemönstren i staden samtidigt vad det får för påverkan på besökskraften i Göteborgs centrala delar, både nu och på lång sikt.

Sett till storleken på punkterna för hållplatserna skapas en triangel mellan de största platserna. Denna triangel går från Brunnsparken till Järntorget och från Järntorget till Korsvägen. Det är vägen som Västlänken är planerad att ta, vilket blir intressant att se till i framtiden, hur volymerna resenärer kommer påverkas när dessa hållplatser binds ihop med en direktförbindelse. Både runt Järntorget och Korsvägen finns intressanta utvecklingsprojekt där både bostäder och kontorsyta ska tillkomma.

Det är lätt att enbart peka på centrala Göteborg och hävda att det är där coworking bör placeras. Naturligtvis är det så, att klustret Brunnsparken med omnejd är oerhört attraktivt både för utbud av service, nöje och lättillgänglighet med kollektivtrafik. Men det ska också tas i beaktning att fastigheterna där har ett betydligt högre marknadsvärde och hyresnivå, det finns nästan inga vakanser och fastigheterna ägs redan av fastighetsbolag som troligtvis inte kommer låta coworking-aktörer hyra eller andra fastighetsbolag, köpa delar av beståndet. Det är alltså en ganska stängd delmarknad där det är svårt att ta sig in. Capdevila (2014) menar att förhållandet till bostaden, intresset för ett specifikt läge och trafikförbindelser är saker som spelar roll för ett coworking-kontor. Sett till kartorna som tagits fram, kan området runt Järntorget, Linné och Korsvägen anses som sådana lägen där coworking skulle kunna utvecklas. Sett till Järntorget finns goda trafikförbindelser, ett attraktivt serviceutbud och utvecklingsprojekt i närområdet, ett redan stort trafikflöde och närheten till vatten. Det samma gäller Korsvägen med undantaget vatten. Hyresnivåerna och vakansgraderna är också något lägre och än så länge finns inte många andra coworking-aktörer i dessa områden.

6 SLUTSATSER

I detta kapitel redogörs studiens slutsatser, rekommendationer och framtida studier.

6.1 Slutsats

Studien visar att det är svårt att ha en entydig definition av begreppet coworking. Vare sig det talas om coworking eller flexibla kontorslösningar, så behöver det utvecklas något mer. Sett till ordet som är en sammanslagning av engelskans ”co” och ”working” så kan en förenklad översättning vara *att arbeta tillsammans*. Flexibilitet är en del av att arbeta tillsammans men är snarare ett förhållningssätt än en övergripande strategi. På en övergripande nivå funkar det bra att tala om flexibla kontorslösningar, men oavsett vilket begrepp som används så är det viktigaste för kunden att förstå vad som ingår i den lösning som väljs. Kunden måste stå i fokus när coworking skapas. Det är viktigt att coworking-aktören har en idé med vad som ska erbjudas. Det finns en grundläggande bas vilket är flexibilitet, social interaktion, möjlighet till nätverkande och bra arbetsmiljö i ett bra läge.

Studien visar på att medarbetarna är en viktig faktor att ta hänsyn till i valet av kontor. Framgångsfaktorn ligger i hur ett företag arbetar för att säkra kompetenser vilket görs genom att ge anställda kreativa, utmanande och utvecklande arbetsmiljöer. Där är coworking en lösning då en stimulerande arbetsplats erbjuds med kreativitet och sociala utbyten. Det är också viktigt att aktörer är lyhörda gentemot kunden och erbjuder något som kunden vill ha, då kunden har möjlighet att lätt byta aktör vid missnöje i och med flexibla hyresavtal. Det finns därför stor chans till att det i framtiden blir hyresgästens marknad.

Coworking, delningsekonomi och flexibilitet är trender på fastighetsmarknaden som är här för att stanna och bör ses som en kompletterande affärsmodell. Coworking är en möjlighet för kontorsmarken att möta digitalisering och erbjuda en ytterligare produkt till sina hyresgäster. Flexibilitet är en ytterligare inkomstkälla som medför mer och fler nöjda kunder.

Studien visar att ett centralt läge är att föredra. Men i och med låga vakanser och högt marknadsvärde i centrala lägen, finns det också fördelar med andra lägen. Området runt Järntorget och Korsvägen är två lägen som definitivt har potential för coworking-kluster. Sett till de kollektivtrafikflöden som idag existerar och de utvecklingsprojekt som finns för båda områden, är dessa knutpunkter intressanta i flera bemärkelser. I och med Västlänken kommer dessutom båda platser att knytas ihop med en direktförbindelse, som i sin tur också är kopplat med det mest centrala läget, Brunnsparken och Centralstationen.

6.2 Rekommendationer

Aktörer som vill framhäva coworking som ett hyresalternativ rekommenderas att tydligt analysera utformningen av sitt erbjudande utifrån vilken hyresgäst som önskas. Det är också av stor vikt att definiera vilken inriktning och fokus som ska sätta prägel på kontoret. Att produkten och vilka mervärden som ska inkluderas i erbjudandet bör också ses över för att kunna skapa ett attraktivt kontor. Tekniska lösningar och enkla servicetjänster som kaffe, frukost och reception bör vara standard.

Kontorsfastigheter runt Järntorget och Korsvägen bör i förstahand undersökas för etablering av coworking-kontor i Göteborg.

6.3 Framtida studier

Under arbetets gång har många intressanta fördjupningar och frågor dykt upp som det inte funnits möjlighet att följa upp. Några av dessa finns med här som förslag på framtida studier.

Inom andra områden ses liknande framtida utveckling som coworking, där exempelvis coliving är under uppstart. Coliving är en typ av gemensamt boende men är mer reglerat av lagar och regler än vad som gäller för coworking. Ett intressant område är hur det går att komma runt detta, om det går att implementera med coworking och vilken marknad som finns.

En mer djupgående studie i GIS relaterat till kontorsfastigheter. Går det att hitta det perfekta lägen i förhållande till olika geografiska objekt? Kan en trafikstudie göras för alla Västtrafiks hållplatser, går det att hitta rörelsemönster, hur kommer knutpunkter påverkas av framtida stadsutveckling med nya trafikflöden? GIS är ett oerhört kraftfullt verktyg och skulle även kunna användas för logistisk planering inom bygg, där rörelsemönster skulle kunna identifieras för att hitta de mest optimala ruterna.

Coworking skulle kunna undersökas mer djupgående i en studie ur kundens perspektiv. En intressant aspekt är om det skulle det ge andra slutsatser än de som gjorts ur ett fastighetsägarperspektiv, samtidigt som kunder från olika aktörer skulle kunna undersökas för att se om de skiljer sig mellan aktörerna sett till önskemål, drivkrafter och behov.

REFERENSER

- Cirkulär ekonomi. (u.å.a). I *Nationalencyklopedin*. Hämtad från:
<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/cirkulär-ekonomi>
- Digitalisering. (u.å.b). I *Nationalencyklopedin*. Hämtad från:
<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/digitalisering>
- Delningsekonomi. (u.å.c). I *Nationalencyklopedin*. Hämtad från:
<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/delningsekonomi>
- Ahola, T. (2019, februari 11). Vilken plats kommer coworking och coliving att ta? *Fastighetsnytt*. Hämtad från: <https://fastighetsnytt.se/2019/02/vilken-plats-kommer-coworking-och-coliving-att-ta/>
- Bergström, M. (2018, maj 29). Coworking slukar allt mer yta. *Fastighetsvärlden*. Hämtad från: <https://www.fastighetsvarlden.se/notiser/coworking-slukar-allt-mer-yta/?fbclid=IwAR3OPQ5Kl5FXFz2gvW9GC0y0SzBWyzXSE83cDsb6zwSOUT7ofmECuVIS9rE>
- Bergström, M., & Engström, F. (2019, januari 29). Castellum köper United Spaces för 200 miljoner. *Fastighetsvärlden*. Hämtad från:
<https://www.fastighetsvarlden.se/notiser/castellum-koper-united-spaces-for-200-miljoner/>
- Bodin Danielsson, C. (2014). *Vad är ett bra kontor: Olika perspektiv på Sveriges vanligaste arbetsplats*. Stockholm: AB Svensk Byggtjänst.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2011). *What's mine is yours: How collaborative consumption is changing the way we live*. London: Collins.
- Brunes, F. (2015). *Fastighetsvärdering och marknadsanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Bryman, A., & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. (3.Uppl.). Stockholm: Liber AB.
- Capdevila, I. (2014). Coworking Spaces and the Localized Dynamics of Innovation in Barcelona. *Ssrn* 19(3). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2502813>
- CBRE. (2017). *The Flexible Revolution: Insights into European flexible office markets*. Hämtad från: <https://www.cbre.co.uk/research-and-reports/European-Flexible-Office-Markets---The-Flexible-Revolution-November-20170>
- Christiansson, C., & Eiserman, M. (1998). *Framtidens kontor: kontorets framtid* (32nd ed.). Stockholm: Arkitekternas forum för forskning och utveckling (ARKUS).
- Convendum. (u.å.). Coworking space Gothenburg. Hämtad maj 21, 2019, från:
<https://convendum.se/coworking-space/coworking-space-gothenburg/>

- Denscombe, M. (2010). *The good Research Guide - For small-scale social research projects*. (4. Uppl.). Maidenhead: Open University Press.
- Doc. Gunnarsson, R. (2002). Validitet och reliabilitet. Hämtad maj 13, 2019, från: <http://www.infovoice.se/fou/bok/10000035.shtml>
- Engström, F. (2019, februari). Vasakronan satsar på coworking via egna Arena. *Fastighetsvärlden*. Hämtad från: <https://www.fastighetsvarlden.se/notiser/vasakronan-satsar-pa-coworking-via-egna-arena/>
- Fastighetsvärlden. (2018, december 28). Wallenstam ökar till 25 procent i Convendum. *Fastighetsvärlden*. Hämtad från: <https://www.fastighetsvarlden.se/notiser/wallenstam-okar-till-25-procent-i-convendum/>
- Fastighetsägarna. (2018). Coworking-kontor: en exponentiell trend. *Fastighetsägarna*. Hämtad från: <https://www.fastighetsagarna.se/aktuellt/rapporter/stockholms-rapporter/coworkingkontor-en-exponentiell-trend/>
- GCUC. (2017). *Number of U.S. and Global Coworking Spaces and Members*. Hämtad från: <https://gcuc.co/wp-content/uploads/2017/12/GCUC-Global-Coworking-Stats-2017-2022.pdf>
- Geltner, D., Miller, N., Clayton, J. & Eichholtz, P. (2010). *Commercial Real Estate Analysis and Investments* (2. uppl.). Boston: Cengage Learning, Inc.
- Green, R. (2014). Collaborate or Compete: How Do Landlords Respond to the Rise in Coworking? *Cornell Real Estate Review*, 12(7–2014), 52–59. Hämtad från: <http://scholarship.sha.cornell.edu/crer>
- Hanacek, V. (u.å.). Business brainstorming. Hämtad från: <https://picjumbo.com/business-brainstorming-between-man-and-woman-in-the-office/>
- Harrie, L. (Red.). (2014). *Geografisk informationsbehandling* (6. Uppl.). Lund: Studentlitteratur AB.
- Holmström, N., & Lindholm, G. (2011). *Företagsekonomi: Från begrepp till beslut* (6. Uppl.). Stockholm: Sanoma Utbildning AB.
- Höst, M., Regnell, B., & Runesson, P. (2006). *Att genomföra examensarbete*. Lund: Studentlitteratur. Hämtad från: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cat06296a&AN=clc.b1340928&site=eds-live&scope=site>
- JLL. (2018). Disruption or Distraction: Is flex space here for good, or just the latest real estate fashion? London: JLL. Hämtad från: http://images.engageemea.jll.com/Web/JonesLangLaSalleLimited/%7Ba9181bbd-86af-4e02-bc2f-9fbc3516aa8%7D_JLL-flex-space.pdf?elqTrackId=e77d05bb5c6c4e93b1a1c93644e84e06&elqaid=1534&elqat=2

- Johnell, R., & Lundin, E. (2019, maj). Coworking ur ett fastighetsägarperspektiv. *Fastighetsnytt*. Hämtad från: https://fastighetsnytt.se/2019/05/examensarbete-coworking-ur-ett-fastighetsagarperspektiv/?utm_campaign=unspecified&utm_content=unspecified&utm_medium=email&utm_source=apsis-anp-3
- © Lantmäteriet. (2019a). *GSD-Fastighetskartan Markdata vektor*. Sveriges Lantbruksuniversitet. Hämtad från: <https://maps.slu.se>
- © Lantmäteriet (2019b). *GSD-Fastighetskarta Kommunikationer Vektor*. Sveriges Lantbruksuniversitet. Hämtad från: <https://maps.slu.se>
- Lid Falkman, L., & Stenström, E. (2017). Framtidens kontor - Nygammalt paradigmskifte på det aktivitetsbaserade kontoret. *Svensk Företagsekonomisk Tidsskrift*, 2017-02, 1–4. Hämtad från: <http://org-sam.se/framtidens-kontor-nygammalt-paradigmskifte-pa-det-aktivitetsbaserade-kontoret-av-lena-lid-falkman-och-emma-stenstrom/>
- Lind, H., & Lundström, S. (2009). *Kommersiella fastigheter i samhällsbyggandet* (1. Uppl.). Stockholm: SNS Förlag.
- Manns, P. (2017, september 26). Så frodas Coworking-trenden. *Företagarna*. Hämtad från: https://www.foretagarna.se/foretagaren/2017/september/coworking/?fbclid=IwAR2DnEptW5gOEJr1grZbbb_9nkke7bf49F62uTMMyJfqhln4vbtIXqkQCgMA
- Mauno Pettersson, J. (2015, mars). Epicenter, Things och Slottet – så blev kontorshotellen sexiga igen. *Breakit*. Hämtad från: <https://www.breakit.se/artikel/242/epicenter-things-och-slottet-sa-blev-kontorshotellen-sexiga-igen>
- Sahlin, P. (2019, februari 15). Framtidens kontor - enligt arkitekten. *World in Property*. Hämtad från: https://worldinproperty.se/article/framtidens-kontor---enligt-arkitekten-20330?utm_medium=email&utm_campaign=S%20kade%20byggstarterna%20i%20Gteborg%20Wallenstams%20nya%20frvr%20%20mitt%20i%20Gteborg%20-%20World%20in%20Property%20Nyheter%20VG-Fri%2015%20F
- © Statistiska centralbyrån - SCB. (2017). *Befolkning efter ålder*. Sveriges Lantbruksuniversitet. Hämtad från: <https://maps.slu.se>
- © Statistiska centralbyrån - SCB. (2016). *Förvärvsarbetande dagbefolkning 16+ efter sektor*. Sveriges Lantbruksuniversitet. Hämtad från: <https://maps.slu.se>
- Sederström, J., & Myrehed, P. (2017). *Flexibla hyresavtal - Utbud och efterfrågan på Stockholms kontorsmarknad, idag och i framtiden*. Hämtad från: <http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:1127796/FULLTEXT01.pdf>
- Spinuzzi, C. (2012). Working Alone Together. *Journal of Business and Technical Communication*, 26(4), 399–441. <https://doi.org/10.1177/1050651912444070>
- Thór, S. (2019, februari 19). Coworking: Hajp eller hållbar affärsmodell? *Fastighetsnytt*. Hämtad från: <https://fastighetsnytt.se/2019/02/coworking-hajp-eller-hallbar->

affarsmodell/?utm_campaign=unspecified&utm_content=unspecified&utm_medium=email&utm_source=apsis-anp-3

JLL. (2019). *JLL Nordic Outlook Spring 2019, Focus: Flex space*. Hämtad från:
<http://www.jllsweden.se/sweden/sv-se/rapporter/jll-nordic-outlook-spring-2019>

Toivanen, S. (2015). *Framtidens arbetsplatser. Att utveckla hållbara och friska kontor*. Stockholm. Hämtad från: <https://www.ponsarcus.se>

United Spaces. (2017). *Framtidens sätt att arbeta: Investment pitch 2017*. Hämtad från:
<https://www.unitedspaces.com/wp-content/uploads/2018/04/united-spaces-investment-pitch.pdf>

WeWork. (2018). *Economic 2018 Impact Report Contents*. Hämtad från:
https://downloads.ctfassets.net/pnu2zmxi2q5v/2dPUooaB1WW286S6IwiOI0/f07856b26f77f7e57a4bbb5aada16dc/EIR_-_GLOBAL_DECK_05082200.pdf

Wiman, E. (2018). Gig-ekonomin här för att stanna. *Motivation.Se*. Hämtad från:
<https://www.motivation.se/innehall/gig-ekonomin-ar-har-for-att-stanna/>

BILAGOR

Bilaga 1 – Avstigande 2018

Tabell 5 - Avstigande resenärer under olika tidpunkter och veckodagar för 2018. (Baserat på data från Västtrafik). Återgivet med tillstånd.

Hållplats	Brunnsparken	Götaplatsen	Göteborg Central	Hagakyrkan	Järntorget	Korsvägen	Lilla Bommen	Linnéplatsen	Stenpiren	Väland	Grönsaktorget	Vasa Viktoriagatan	Kungssportsplatsen	Nordstan	Vasaplatsen
Monday-Thursday															
AM (Tidig morgon) 04:00-06:00	55 181	683	81 151	1 951	10 463	33 729	8 060	6 479	4 227	7 490	3 238	452	6 538	42 305	2 022
AMPeak (Morgonrusning) 06:00-08:30	368 761	14 043	384 190	32 761	142 577	292 486	83 815	60 772	108 015	99 972	59 031	24 801	99 261	205 632	63 159
Midday (Dagtid) 08:30-15:00	911 834	54 541	226 472	89 936	332 378	432 725	156 216	129 612	78 141	316 700	105 461	50 287	293 809	343 653	147 656
PMPeak (Eftermiddagsrusning) 15:00-18:00	552 777	28 953	140 880	36 493	215 118	345 020	94 482	89 484	42 488	197 622	46 519	24 398	163 097	288 090	76 939
Evening (Kväll) 18:00-21:00	241 356	8 476	37 758	15 873	96 672	126 808	29 600	35 667	12 436	82 571	14 762	14 032	49 770	79 317	36 067
Night (Natt) 21:00-04:00	106 838	1 485	12 954	6 821	43 824	41 676	6 402	15 547	5 260	42 186	5 601	6 378	19 159	31 452	16 620
															
Friday															
AM (Tidig morgon) 04:00-06:00	12 027	164	17 201	335	2 163	7 112	1 710	1 415	863	1 747	676	113	1 471	9 086	442
AMPeak (Morgonrusning) 06:00-08:30	84 927	3 169	84 302	7 322	31 751	64 539	19 033	13 207	25 226	21 770	13 162	5 388	22 370	47 775	14 043
Midday (Dagtid) 08:30-15:00	249 287	13 277	66 035	21 876	86 917	116 462	44 009	33 772	19 387	83 816	27 571	12 434	83 521	97 323	34 376
PMPeak (Eftermiddagsrusning) 15:00-18:00	142 491	7 370	43 187	9 966	58 983	81 406	25 807	22 477	11 845	60 611	12 251	5 829	45 096	68 595	18 631
Evening (Kväll) 18:00-21:00	68 937	2 565	14 381	5 698	38 233	34 758	9 320	11 274	5 414	36 960	6 534	4 724	20 494	21 992	11 857
Night (Natt) 21:00-04:00	66 722	1 245	9 307	7 287	41 640	21 293	3 421	9 602	3 908	47 448	6 969	7 226	17 851	16 507	14 543
															
Saturday															
AM (Tidig morgon) 04:00-06:00	2 765	40	772	107	642	1 125	352	318	111	631	165	66	375	1 730	178
AMPeak (Morgonrusning) 06:00-08:30	15 525	192	12 431	582	3 253	6 855	2 551	1 589	920	3 260	836	573	2 938	8 250	1 367
Midday (Dagtid) 08:30-15:00	203 085	8 434	63 996	14 515	66 799	95 810	39 133	31 381	13 988	65 746	20 847	6 954	76 292	73 793	17 504
PMPeak (Eftermiddagsrusning) 15:00-18:00	97 727	3 696	26 302	6 649	39 845	48 467	16 804	16 751	8 579	36 822	8 549	4 610	27 651	33 339	11 557
Evening (Kväll) 18:00-21:00	62 061	1 502	15 767	5 065	35 808	29 782	6 802	10 392	5 475	30 662	5 599	4 370	18 314	18 200	10 429
Night (Natt) 21:00-04:00	71 749	1 263	12 872	8 529	46 577	21 862	3 784	9 817	4 919	60 178	8 731	7 865	22 686	17 674	15 923
															
Sunday															
AM (Tidig morgon) 04:00-06:00	2 553	22	483	81	489	1 059	195	323	109	575	131	16	314	1 184	153
AMPeak (Morgonrusning) 06:00-08:30	11 063	114	5 154	424	2 455	5 311	1 521	1 371	550	2 276	532	217	1 751	5 520	733
Midday (Dagtid) 08:30-15:00	161 033	5 907	42 109	11 152	46 133	71 679	27 718	24 553	9 281	42 931	13 138	4 953	46 349	62 785	13 038
PMPeak (Eftermiddagsrusning) 15:00-18:00	79 587	2 805	19 790	4 903	26 657	34 258	12 727	10 533	4 578	24 852	5 128	3 651	18 984	26 368	8 291
Evening (Kväll) 18:00-21:00	44 860	752	10 462	3 075	17 948	19 764	4 793	6 052	2 607	15 153	2 561	2 681	9 867	12 442	5 838
Night (Natt) 21:00-04:00	23 722	498	3 454	1 774	9 855	8 416	1 289	2 983	1 094	13 179	1 256	2 120	5 145	6 061	3 637
															

Bilaga 2 – Påstigande 2018

Tabell 6 - Påstigande resenärer under olika tidpunkter och veckodagar för 2018. (Baserat på data från Västtrafik). Återgivet med tillstånd.

Hållplats	Brunnsparken	Götaplatsen	Göteborg Central	Hagakyrkan	Järntorget	Korsvägen	Lilla Bommen	Linnéplatsen	Stenpiren	Veland	Grönsaktorget	Vasa Viktoriagatan	Kungsportsplatsen	Nordstan	Vasaplatsen
Monday-Thursday															
AM (Tidig morgon) 04:00-06:00	34 573	205	10 014	1 515	8 850	23 137	1 988	6 007	2 860	4 935	958	918	2 927	34 388	2 401
AMPeak (Morgonrusning) 06:00-08:30	258 710	6 946	89 144	13 172	96 292	279 032	24 770	55 713	34 234	63 738	11 141	12 989	39 496	210 023	40 039
Midday (Dagtid) 08:30-15:00	833 216	45 350	199 456	82 887	336 696	410 679	129 065	119 333	77 889	280 373	91 488	61 073	249 879	308 143	152 536
PMPeak (Eftermiddagsrusning) 15:00-18:00	679 735	34 189	426 916	52 428	248 974	363 272	134 714	90 614	85 272	202 927	81 897	35 664	220 596	257 826	93 080
Evening (Kväll) 18:00-21:00	352 840	18 174	146 222	26 216	132 726	155 549	50 836	47 030	23 770	113 040	30 036	14 421	108 538	113 641	44 323
Night (Natt) 21:00-04:00	143 645	6 235	66 348	13 336	92 222	82 844	13 295	23 552	11 370	73 344	12 016	8 794	52 573	50 381	29 025
Friday															
AM (Tidig morgon) 04:00-06:00	7 539	38	2 304	349	1 894	4 974	473	1 354	630	1 324	232	195	707	7 450	522
AMPeak (Morgonrusning) 06:00-08:30	56 040	1 592	18 721	2 982	21 700	59 963	5 428	12 340	7 719	13 990	2 692	2 795	8 704	45 971	8 749
Midday (Dagtid) 08:30-15:00	222 316	11 326	59 452	21 308	89 903	105 847	35 543	30 636	20 429	75 037	25 110	16 350	70 756	79 417	36 306
PMPeak (Eftermiddagsrusning) 15:00-18:00	168 995	7 478	93 560	11 625	60 180	80 928	34 643	21 858	18 773	53 742	19 204	7 952	60 689	60 752	19 960
Evening (Kväll) 18:00-21:00	95 431	4 113	35 890	6 570	36 073	41 383	13 535	11 439	6 133	34 303	7 975	4 092	30 853	28 805	10 543
Night (Natt) 21:00-04:00	82 603	3 223	39 089	10 314	76 460	42 328	6 899	14 424	7 778	66 025	9 605	7 497	40 214	27 214	19 384
Saturday															
AM (Tidig morgon) 04:00-06:00	2 611	30	390	248	849	771	118	330	85	1 254	96	81	486	1 591	241
AMPeak (Morgonrusning) 06:00-08:30	10 759	76	2 498	404	2 705	5 024	824	1 470	531	1 991	271	317	1 243	4 216	891
Midday (Dagtid) 08:30-15:00	167 229	5 238	38 573	11 998	58 880	68 974	25 304	23 139	10 511	47 553	15 002	6 886	53 489	52 235	16 289
PMPeak (Eftermiddagsrusning) 15:00-18:00	124 563	4 846	34 131	7 991	39 291	53 648	19 719	17 297	8 409	35 109	11 706	4 126	42 995	40 640	10 243
Evening (Kväll) 18:00-21:00	70 229	1 888	27 577	5 106	29 624	40 030	8 050	11 590	5 023	25 068	4 898	3 223	21 759	21 588	9 093
Night (Natt) 21:00-04:00	82 710	2 544	34 472	10 531	76 066	40 871	5 643	14 088	6 994	64 256	9 444	7 856	40 067	25 866	19 993
Sunday															
AM (Tidig morgon) 04:00-06:00	3 953	49	493	175	957	807	113	268	166	1 855	213	41	669	1 741	240
AMPeak (Morgonrusning) 06:00-08:30	8 264	77	1 910	346	2 183	3 561	504	1 199	372	1 726	231	227	1 123	3 066	784
Midday (Dagtid) 08:30-15:00	133 297	4 105	31 845	10 194	44 339	58 605	17 157	19 716	7 486	33 455	10 327	5 140	33 246	46 929	12 341
PMPeak (Eftermiddagsrusning) 15:00-18:00	101 142	4 071	26 214	6 721	28 180	42 502	16 251	13 255	5 141	26 663	7 282	3 414	29 078	35 384	8 402
Evening (Kväll) 18:00-21:00	56 628	1 498	20 792	3 738	19 905	30 323	7 491	7 762	3 232	18 015	3 546	2 439	16 071	21 054	6 878
Night (Natt) 21:00-04:00	31 602	750	10 736	2 270	17 484	16 160	2 494	3 945	1 644	15 474	2 227	2 192	11 694	11 012	4 790

Bilaga 3 – Sammanställning 2018

Tabell 7 - Avstigande & påstigande sammanställt. (Baserat på data från Västtrafik). Återgivet med tillstånd.

Hållplats	Brunnsparken	Götaplatsen	Göteborg Central	Hagakyrkan	Järntorget	Korsvägen	Lilla Bommen	Linnéplatsen	Stenpiren	Valand	Grönsaksorget	Vasa Viktoriagatan	Kungssportsplatsen	Nordstan	Vasaplatsen
Monday-Thursday															
AM (Tidig morgon) 04:00-06:00	89 754	889	91 165	3 466	19 313	56 867	10 048	12 486	7 087	12 425	4 196	1 370	9 465	76 693	4 422
AMPeak (Morgonrusning) 06:00-08:30	627 471	20 989	473 334	45 933	238 868	571 518	108 585	116 485	142 249	163 711	70 173	37 790	138 756	415 656	103 199
Midday (Dagtid) 08:30-15:00	1 745 050	99 890	425 928	172 824	669 074	843 405	285 281	248 945	156 029	597 073	196 949	111 360	543 688	651 796	300 193
PMPeak (Eftermiddagsrusning) 15:00-18:00	1 232 512	63 142	567 796	88 921	464 093	708 292	229 196	180 098	127 760	400 549	128 416	60 062	383 693	545 917	170 019
Evening (Kväll) 18:00-21:00	594 197	26 649	183 980	42 089	229 398	282 357	80 437	82 696	36 206	195 611	44 798	28 452	158 308	192 957	80 389
Night (Natt) 21:00-04:00	250 483	7 720	79 302	20 157	136 045	124 520	19 697	39 098	16 630	115 530	17 617	15 173	71 732	81 833	45 645
															
Friday															
AM (Tidig morgon) 04:00-06:00	19 566	202	19 505	684	4 057	12 086	2 183	2 769	1 493	3 071	908	308	2 179	16 536	964
AMPeak (Morgonrusning) 06:00-08:30	140 967	4 762	103 024	10 303	53 451	124 501	24 461	25 548	32 945	35 761	15 854	8 184	31 074	93 747	22 792
Midday (Dagtid) 08:30-15:00	471 603	24 603	125 487	43 184	176 820	222 308	79 552	64 408	39 817	158 853	52 681	28 784	154 276	176 741	70 682
PMPeak (Eftermiddagsrusning) 15:00-18:00	311 486	14 848	136 747	21 591	119 163	162 334	60 450	44 335	30 618	114 353	31 454	13 781	105 785	129 347	38 591
Evening (Kväll) 18:00-21:00	164 369	6 678	50 271	12 268	74 306	76 141	22 855	22 712	11 546	71 263	14 509	8 816	51 347	50 796	22 399
Night (Natt) 21:00-04:00	149 325	4 468	48 395	17 602	118 100	63 621	10 321	24 026	11 686	113 472	16 575	14 723	58 065	43 720	33 927
															
Saturday															
AM (Tidig morgon) 04:00-06:00	5 376	70	1 162	355	1 491	1 896	470	649	196	1 885	262	147	860	3 321	419
AMPeak (Morgonrusning) 06:00-08:30	26 284	267	14 929	985	5 958	11 879	3 375	3 059	1 451	5 251	1 108	890	4 181	12 466	2 258
Midday (Dagtid) 08:30-15:00	370 313	13 672	102 569	26 513	125 679	164 784	64 436	54 520	24 499	113 299	35 849	13 840	129 781	126 028	33 794
PMPeak (Eftermiddagsrusning) 15:00-18:00	222 290	8 543	60 432	14 640	79 136	102 115	36 523	34 048	16 989	71 932	20 256	8 737	70 646	73 979	21 799
Evening (Kväll) 18:00-21:00	132 290	3 391	43 345	10 171	65 432	69 812	14 852	21 982	10 498	55 729	10 497	7 593	40 073	39 788	19 521
Night (Natt) 21:00-04:00	154 460	3 808	47 344	19 061	122 643	62 733	9 426	23 905	11 913	124 435	18 175	15 721	62 753	43 541	35 916
															
Sunday															
AM (Tidig morgon) 04:00-06:00	6 506	71	977	256	1 446	1 865	307	590	275	2 429	344	57	982	2 924	393
AMPeak (Morgonrusning) 06:00-08:30	19 327	191	7 065	771	4 638	8 872	2 025	2 570	922	4 003	762	445	2 874	8 585	1 517
Midday (Dagtid) 08:30-15:00	294 330	10 012	73 953	21 345	90 472	130 284	44 875	44 269	16 767	76 386	23 465	10 093	79 595	109 714	25 379
PMPeak (Eftermiddagsrusning) 15:00-18:00	180 729	6 876	46 003	11 624	54 837	76 760	28 977	23 788	9 719	51 515	12 411	7 065	48 062	61 752	16 694
Evening (Kväll) 18:00-21:00	101 488	2 250	31 254	6 812	37 854	50 088	12 284	13 814	5 838	33 168	6 107	5 120	25 938	33 496	12 716
Night (Natt) 21:00-04:00	55 324	1 248	14 190	4 043	27 339	24 576	3 783	6 928	2 738	28 653	3 483	4 313	16 839	17 074	8 427
															

Bilaga 4 – Intervjumall

Intervjumall – Semi-strukturerad intervju

Datum:

Plats:

Företag:

Titel:

Person:

Inledning:

Godkänner du att jag spelar in denna intervju:

Godkänner du att jag kan använda intervjun som underlag till arbetet:

Godkänner du att jag använder och återger ditt namn och titel:

Jag kommer skicka en korrekturrunda på denna intervju, när jag sammanställt svaren i text. Detta för att du ska få en chans att bekräfta de citat som jag tagit ur intervjun.

Arbetet som helhet kan jag skicka, efter slutinlämning.

Vilken mail:

Bakgrund

Titel på arbetet: Coworking på Göteborgs kontorsmarknad

En undersökning om erbjudandet och var aktörer bör erbjuda flexibla kontorslösningar.

Vad jag undersöker är vilka förutsättningar coworking har på Göteborgs kontorsmarknad, vad du som aktör bör erbjuda och var alltså i vilka lägen som coworking bör erbjudas. Jag har gjort en stor litteraturstudie som jag nu kompletterar med intervjuer.

Frågor

1. Begreppet coworking
 - a. Hur skulle du definiera coworking och vad är coworking för dig?
 - b. Vad är flexibla kontorslösningar?
 - c. Vad är skillnaden mellan coworking, kontorshotell och ett vanligt kontor?
2. Utveckling och trender
 - a. Hur ser du på utvecklingen kring coworking? Vad har hänt med efterfrågan/kännedomen om coworking? Har det blivit mer aktuellt hos kunder att efterfråga denna typ av lösningar med coworking?
 - b. Hur ser trenderna ut på fastighetsmarknaden? Ser du några andra trender än som är på gång, än coworking?
3. Värdeerbjudande
 - a. Vad är er kärnverksamhet?

- b. *Hur tjänar ni pengar på coworking? Är det lönsamt? Hur ser kalkylen ut med vakanser och hyresnivå? Vilken direktavkastning räknar ni med på coworking?*
- c. *Hur påverkas er affärsmodell i och med coworking? Hur är ditt företags relation till coworking? Hur arbetar ni med coworking? (Fastighetsägare som hyr ut till aktör, fastighetsägare som är aktör, aktör?)*
- d. *Vad ska erbjudas kopplat till coworking och vad erbjuder ni? (tänker typ på mingel, AW, gym, frukost, kaffe, sociala ytor, kontorsrum, fria kontorsplatser?)*
- e. *Vilka risker finns med coworking? (Inget utbyte, lojala kunder) Finns det andra risker än exempelvis företagsspionage, stölder?*

4. Kunden

- a. *Vad tror ni att kunden vill ha gällande coworking? Vad vill den allmänna hyresgästen ha? (Humankapital? vart du jobbar spelar mindre roll?)*
- b. *Vem är den specifika coworking-kunden? Hur många är de?*

5. Utbud och efterfråga

- a. *Hur upplevs efterfrågan, både på coworking och vanliga kontor?*
- b. *Hur ser utbudet ut idag? Framtiden?*
- c. *Vem driver marknaden framåt idag? (Är det utbudet eller efterfrågan? Kommer det bli kundens marknad?)*

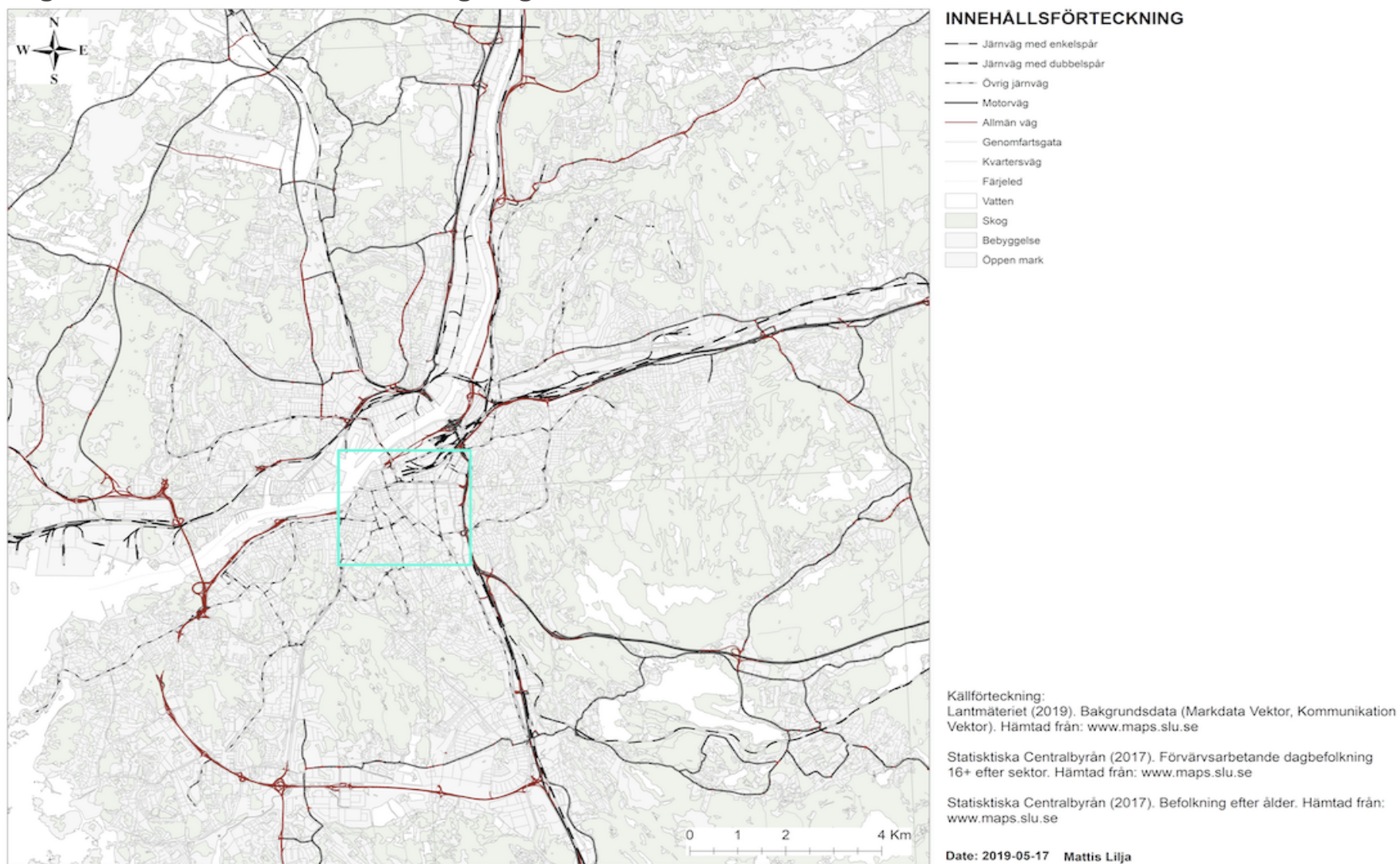
6. Vad är ett bra kontor och läge?

- a. *Vad är viktigt när ett kontor skapas? Skiljer det sig för coworking? (Interiör, möbler, ytan osv osv?)*
- b. *Vad är viktigt för ett kontor kopplat till läge? Skiljer det sig för coworking? (Vad är viktigt att vara nära? Vad vill kunder ha? Vad vill aktören ha?)*
- c. *Vart i Göteborg skulle du säga är de bästa lägena för ett kontor och varför? Skiljer det sig för coworking?*

7. Framtiden

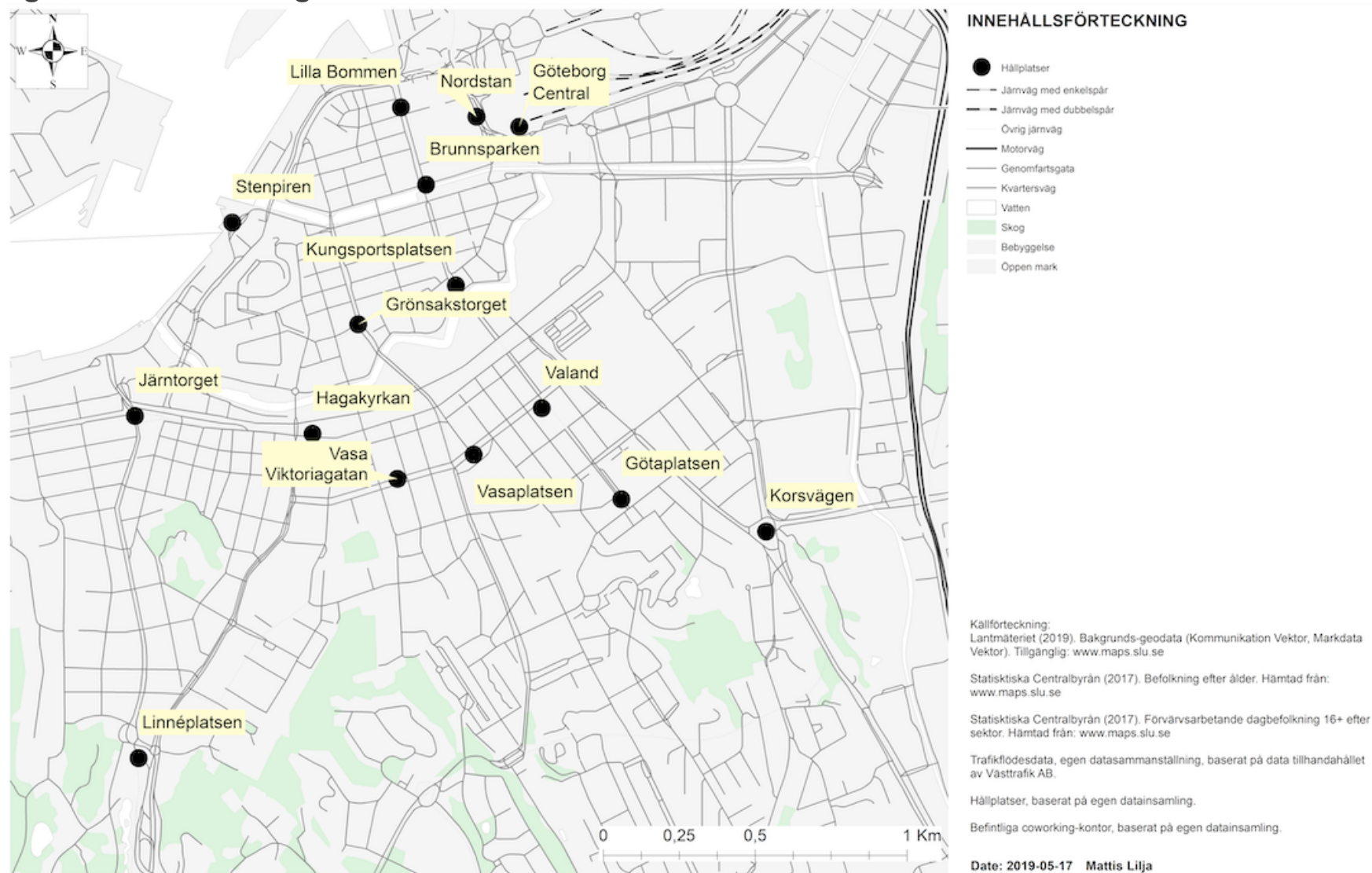
- a. *Hur ser du på framtiden gällande coworking? Hur stor del av stocken kommer det att bli?*
- b. *Vad är dina framtidsspaningar gällande efterfrågan och utbud kopplat till coworking? Hur kommer stadsutvecklingen som sker påverka coworking? (tänker mest på läge, vart man vill positionera sig, men kommer utbudet bli större?)*
- c. *Övrigt? (övrige reflektioner som kan ha dykt upp, eller medskick som jag borde ta med mig i rapporten?)*

Bilaga 5 – Översiktskarta, Göteborgsregionen



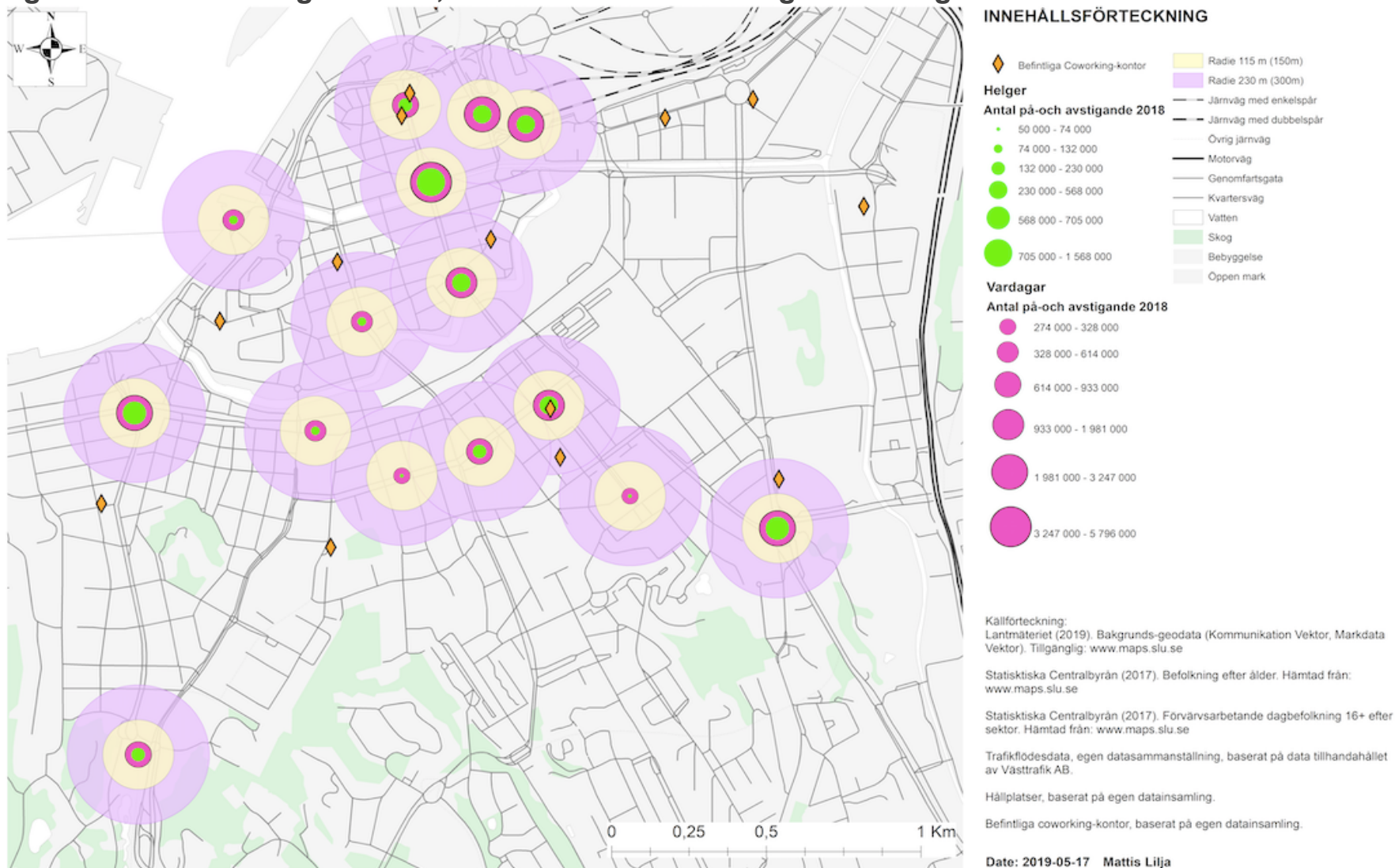
Figur 21 - Översiktskarta. Bakgrundsdata: GSD-Fastighetskartan markdata & kommunikationer (© Lantmäteriet, 2019.).

Bilaga 6 – Undersökningsområde



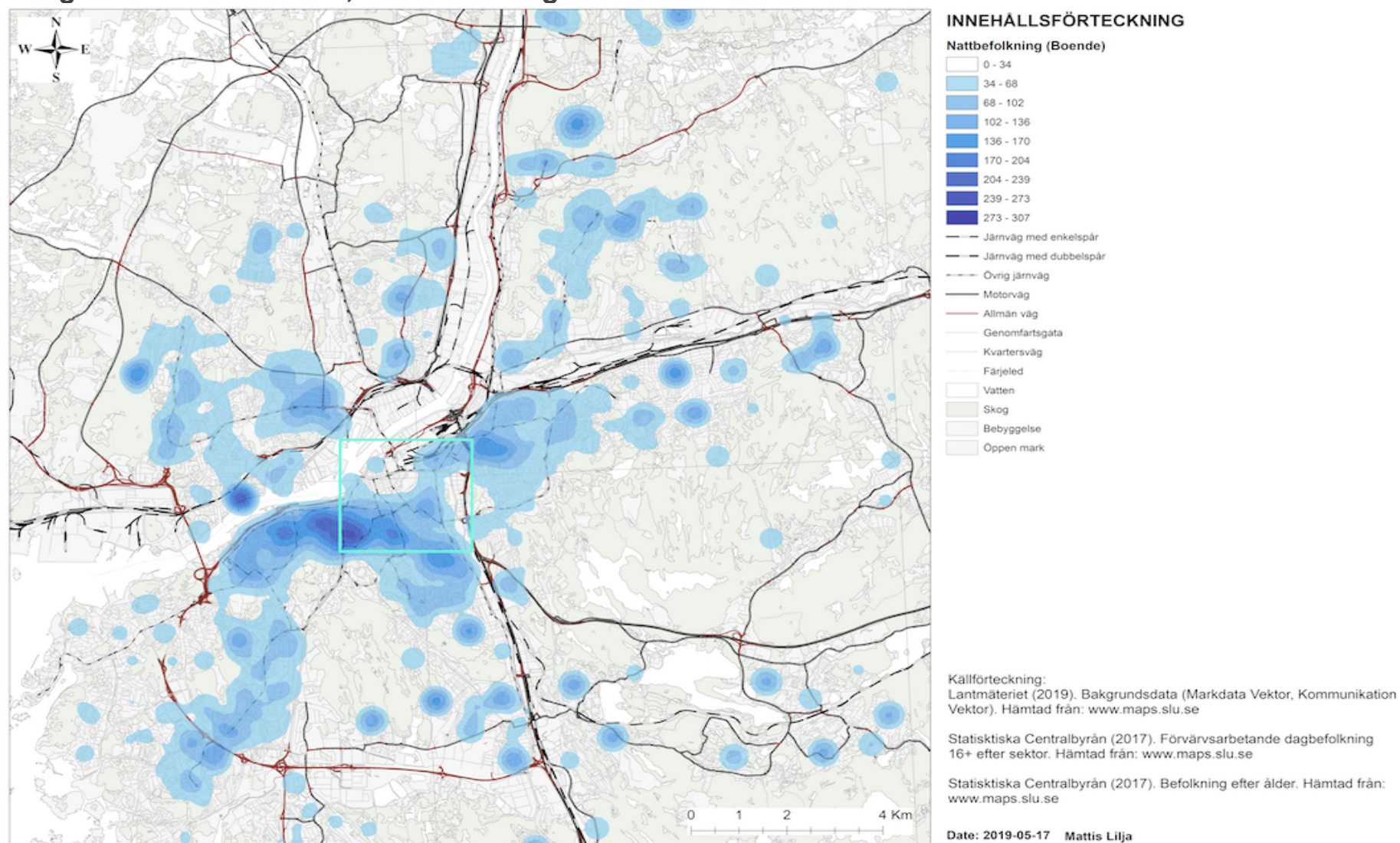
Figur 22 - Karta över undersökningsområdet med hållplatser. Bakgrundskarta: GSD-Fastighetskartan markdata & kommunikationer (© Lantmäteriet, 2019); Hållplatser (egna data).

Bilaga 7 – Undersökningsområde, kollektivtrafik & befintlig coworking



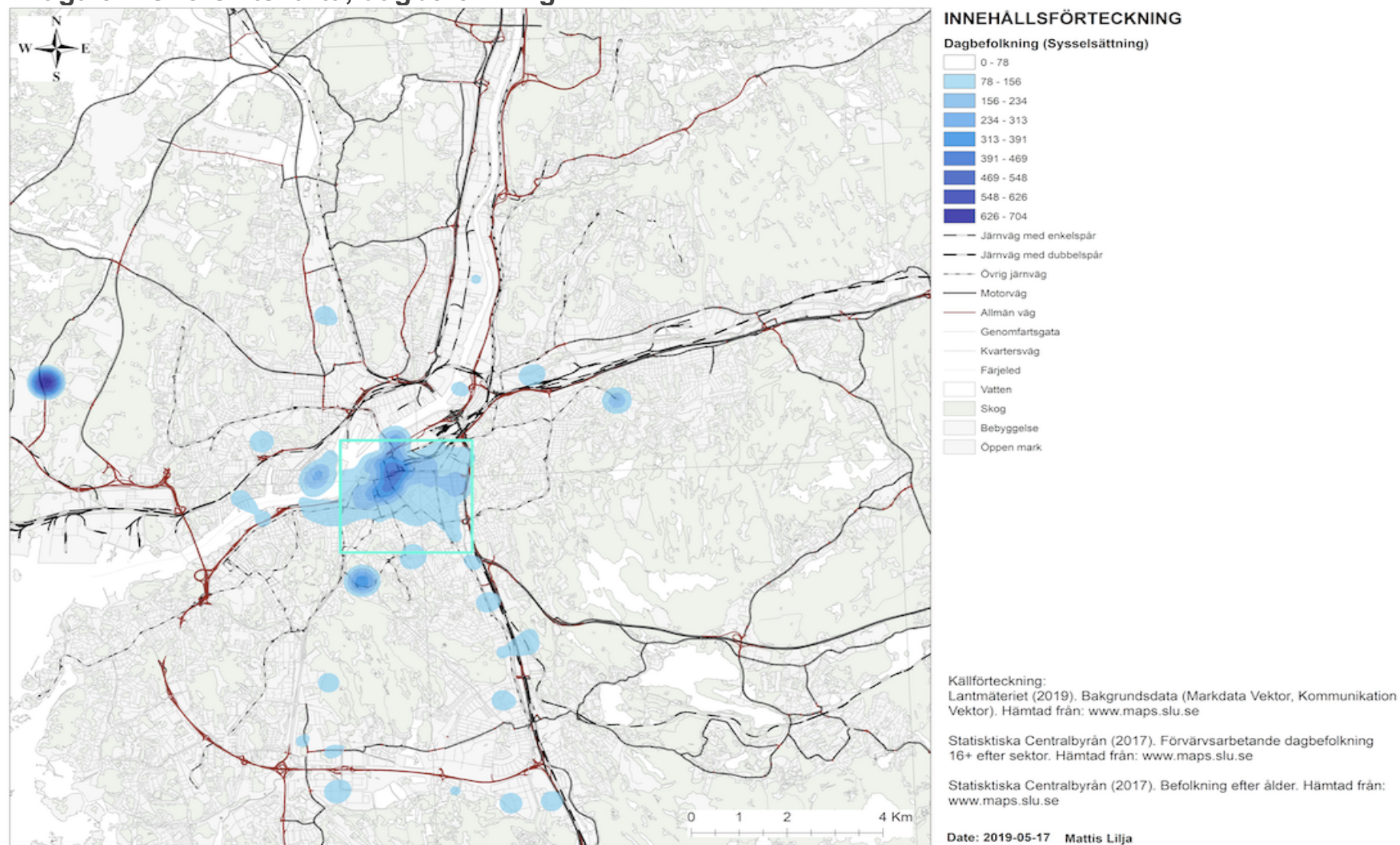
Figur 23 - Befintlig coworking, hållplatser med vardag-och helgresenärer. Resenärdata (Västtrafik AB, 2018); Befintliga coworking-kontor (Egna data); Bakgrundsdata: GSD-Fastighetskartan markdata & kommunikationer (© Lantmäteriet, 2019).

Bilaga 8 – Översiktskarta, nattbefolkning



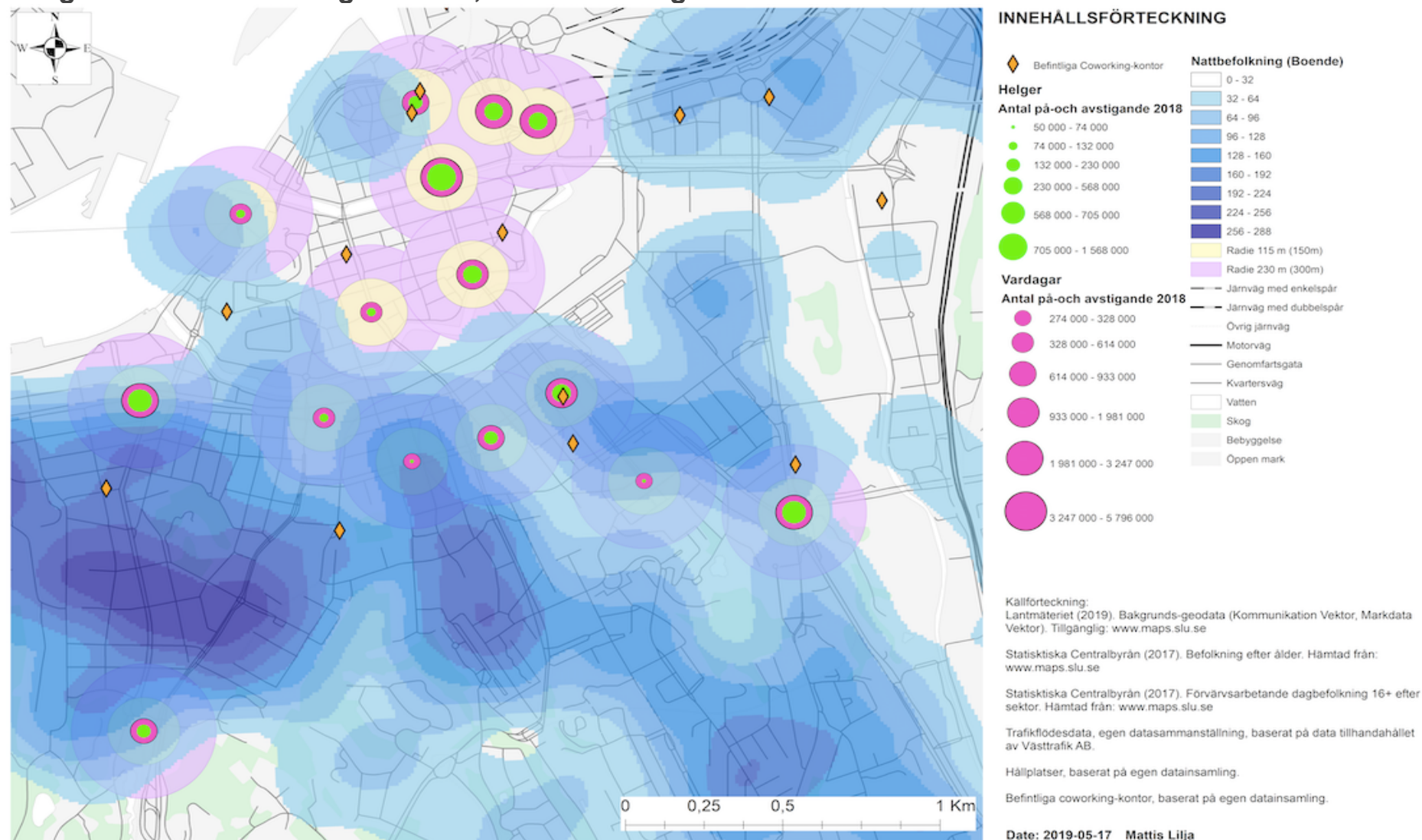
Figur 24 – Vart människor bor i Göteborgsområdet. Bakgrundsdata: GSD-Fastighetskartan markdata & kommunikationer (© Lantmäteriet, 2019); Befolkning efter ålder (© Statistiska centralbyrån, 2017).

Bilaga 9 – Översiktskarta, dagbefolkning



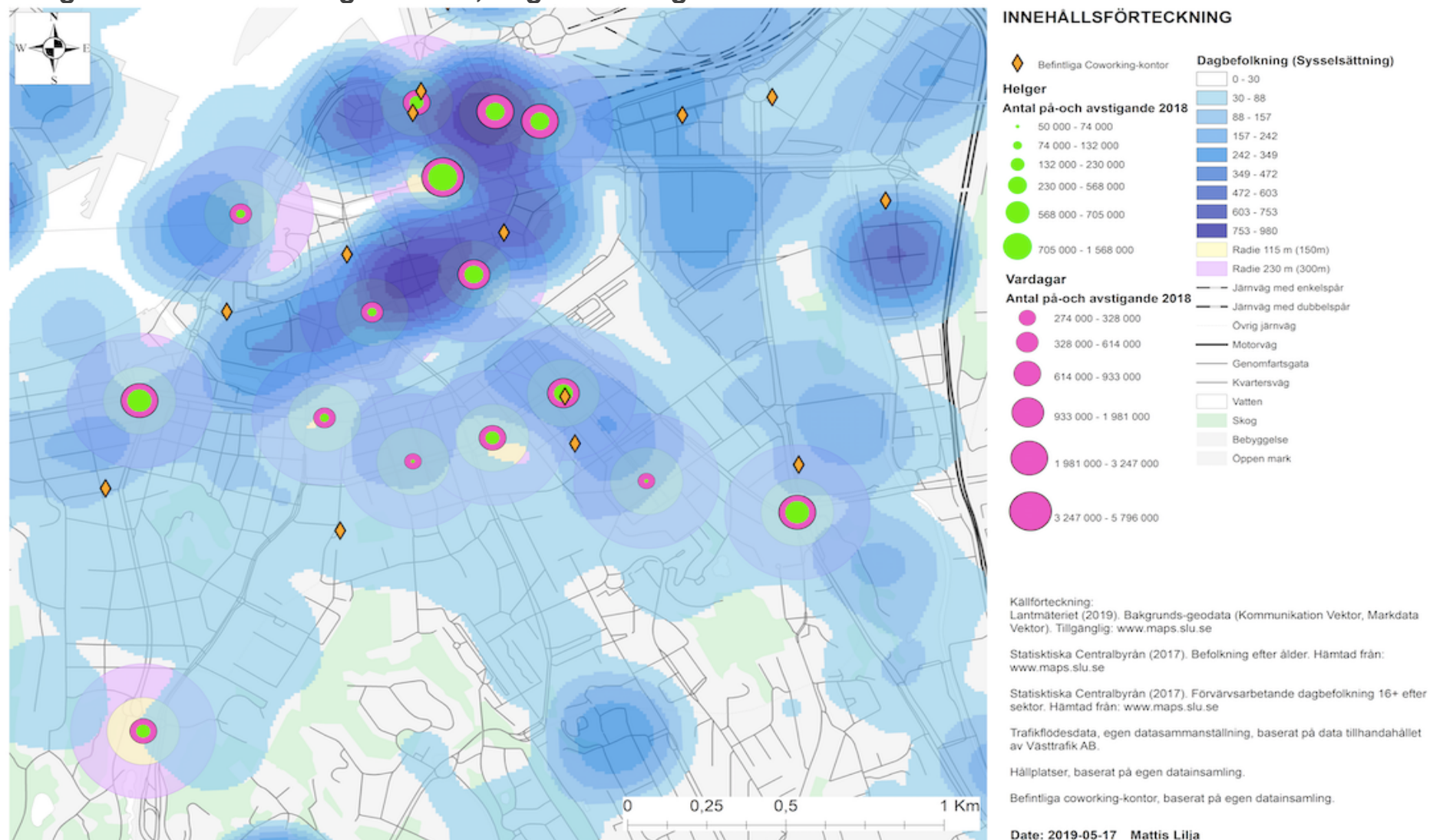
Figur 25 – Vart människor arbetar i Göteborgsområdet. Bakgrundsdata: GSD-Fastighetskartan markdata & kommunikationer (© Lantmäteriet, 2019); Förvärsarbetande dagbefolkning 16+ efter sektor (© Statistiska centralbyrån, 2017).

Bilaga 10 – Undersökningsområde, nattbefolkning



Figur 26 - Boende i förhållande till undersökningsområdet. Resenärdata (Västtrafik AB, 2018); Befintliga coworking-kontor (Egna data); Bakgrundsdata: GSD-Fastighetskartan markdata & kommunikationer (© Lantmäteriet, 2019); Befolkning efter ålder (© Statistiska centralbyrån, 2017).

Bilaga 11 – Undersökningsområde, dagbefolkning



Figur 27 - Arbetsplatser i förhållande till undersökningsområdet. Resenärdata (Västtrafik AB, 2018); Befintliga coworking-kontor (Egna data); Bakgrundsdata: GSD-Fastighetskartan markdata & kommunikationer (© Lantmäteriet, 2019); Förvärsarbetande dagbefolkning 16+ efter sektor (© Statistiska centralbyrån, 2017).

