



# Koll på läget?

Efterfrågan på kontorslokaler i Göteborgsområdet 2011-2014

ELIN MARMEFELT  
BEATRICE MATTSSON

## **KANDIDATARBETE**

*Kandidatprogrammet Affärsutveckling och entreprenörskap inom byggsektorn*  
*Institutionen för arkitektur*  
CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA  
Göteborg 2014

# Koll på läget?

Efterfrågan på kontorslokaler i Göteborgsområdet 2011-2014

ELIN MARMEFELT  
BEATRICE MATTSSON

Keeping up?

The demand of office premises in Gothenburg 2011-2014

ELIN MARMEFELT, 1990

BEATRICE MATTSSON 1992

© ELIN MARMEFELT & BEATRICE MATTSSON

Department of Architecture

Chalmers University of Technology

SE-412 96 Göteborg

Sweden

Telephone + 46 (0)31-772 1000

Omslag:

En kärra med flyttkartonger som symboliserar de omlokaliseringar som studien har undersökt.

Chalmers

Göteborg, Sweden 2014

## Sammandrag

Sedan fastighetskrisen i början av 90-talet har fastighetsbranschen blivit mer serviceinriktad. Detta beror på att hyresgäster ställer allt högre krav på fastighetens läge, lokalutformning och möjlighet att möta verksamhetens förändrade lokalbehov under hyresperioden. Fastighetsägares mål är att säkerställa en långsiktig ekonomisk och teknisk förvaltning av sina fastigheter. Detta för att minimera intäktsbortfallet och anpassningskostnaderna för den nya hyresgästen. Ett sätt att göra detta är att ha långvariga hyreskontrakt med hyresgästerna. För att kunna behålla sina hyresgäster och veta vilka nyinvesteringar som är lönsamma är det av stor vikt att fastighetsägare är medvetna om vad befintliga och potentiella hyresgäster efterfrågar på marknaden.

Detta kandidatarbete har genomförts tillsammans med Jones Lang LaSalle och har till syfte att utreda dagens efterfrågan på kommersiella kontorslokaler. Detta för att möjliggöra för fastighetsägare att tillgodose hyresgästens behov och därmed minimera intäktsbortfall och anpassningskostnader.

För att undersöka dagens efterfrågan på kommersiella kontorslokaler har 43 telefonintervjuer genomförts med företag som hyr en nuvarande lokalyta på minst 500 kvadratmeter och som har bytt lokal mellan 2011-2014 i Göteborgsområdet. För att kunna analysera dagens efterfrågan på kontorslokaler har även kvalitativa intervjuer genomförts med åtta bransch-kunniga personer. Dessutom har två studiebesök genomförts för att få en praktisk förståelse av dagens kontorsmarknad.

För att möjliggöra en analys av de 43 telefonintervjuerna, inleds rapporten med en utredning av de ämnesområden som har behandlas i telefonintervjuerna. Dessa ämnesområden är utvalda för att få en övergripande uppfattning om dagens efterfrågan på kontorslokaler. Det första avsnittet presenterar de tolv kontorsområden som Göteborgsområdet är indelat i. Det andra avsnittet presenterar de 15 avgörande faktorerna vid en omlokalisering. Det tredje avsnittet handlar om dagens intresse för miljöcertifierade byggnader och det fjärde avsnittet handlar om val av lokalutformning.

Rapporten fokuserar på att analysera dagens efterfrågan på marknaden under perioden 2011-2014 och gör en övergripande jämförelse mellan två tidigare studier som har behandlat den kommersiella hyresmarknaden mellan år 2008-2009 och 2009-2011 i Göteborgsområdet. De viktigaste resonemangen i resultatet och analysen har formulerats i sju rekommendationer till fastighetsägare gällande dagens efterfrågan. Detta är viktigt för att fastighetsägare ska vara konkurrenskraftiga, minimera intäktsbortfall och anpassningskostnaderna i sina uthyrningar.

Studien har resulterat i följande sju rekommendationer till fastighetsägare för att möjliggöra ett proaktivt arbetssätt och erbjuda ett utbud som efterfrågas på marknaden;

1. Erbjud ett fastighetsbestånd i centrala Göteborg och i Mölndal.
2. Erbjud fastigheter som innehar dessa egenskaper;  
*Närhet till allmänna kommunikationer, Högre Lokalstandard, Yteffektivisering, Expansion och Attrahera kompetent personal.* Dock finns det variationer i resultaten vilket medför att det är av stor vikt att fastighetsägare har god kunskap om hyresgästens kärnverksamhet, för att på så sett kunna erbjuda en optimal lokal som möter hyresgästens behov.

3. Erbjudna öppna, effektiva och flexibla fastigheter som kan anpassas efter de olika behov som råder hos hyresgäster. Trenden på kontorshyresmarknaden är att ha en lokalutformning som är antingen aktivitetsbaserad eller ett öppet kontorslandskap. Det krävs dock att hyresgästen är medveten om att det krävs ett disciplinerat arbetssätt för att en aktivitetsbaserad utformning skall fungera.
4. Erbjudna en god arbetsmiljö, då detta kan vara en anledning till varför företag flyttar.
5. Se möjligheter med att anpassa lokaler efter hyresgästers behov, då detta kan vara en lönsam investering.
6. Medvetandegöra hyresgäster angående fördelarna med miljöcertifierade byggnader. Dessutom bör fastighetsägare certifiera sina befintliga fastigheter samt nybyggnation, då detta kan bli ett grundläggande krav i framtiden och förväntas bli lönsamt.
7. Arbeta mer aktivt för att behålla hyresgäster inom det egna fastighetsbeståndet.

Nyckelord: kommersiella fastigheter, efterfrågan, fastighetsägare, flyttströmmar, avgörande faktorer, miljöcertifiering, lokalutformning, lokalkostnader

## Abstract

Since the real estate crisis during the early 90s, the real estate industry has become more service-oriented. This is due to higher demands from tenants regarding the facility's location, office layout and the ability of the premises to meet the changing demands during the rental period. The objective of the property owner is to secure a long-term economic and technical management of the property holdings. This due to minimize the losses of income when searching for a new tenant but also minimize the cost for necessary modification in order to attract new tenants. To retain the existing tenants, attract new once and to make profitable investments it is vital to understand the tenant's demands.

This bachelor thesis has been conducted for Jones Lang LaSalle and aims to investigate the present demands on commercial real estates. This is done in order for the property owner to reduce the loss of income and minimize the cost for modifications.

In order to identify the demands of commercial real estates today, 43 telephone interviews have been carried out with companies that are renting premises of at least 500 square meters and have relocated during 2011-2014 in the Gothenburg area. In order to enable an analysis of the result, eight interviews with industry professionals and two study visits have also been conducted.

To enable an analysis of the 43 interviews the report begins with an investigation of the areas that have been covered in the telephone interviews. These areas are chosen to get a wide perception of the current demands. The first section presents the twelve office areas in Gothenburg. The second part presents the 15 most common reasons for relocating. The third section is about the current interest for environmental certification of buildings and the last section is about the current variety of office layouts.

This report focuses on analyzing the market between year 2011 to 2014 and the report also makes an overall comparison with the two latest studies, which covers the market between year 2008-2009 and 2009-2011 in the Gothenburg area. The most important arguments from the results and analysis have been formulated into seven recommendations for the property owner, regarding the current demands of office premises. These recommendations have been formulated in order for the property owner to be competitive and minimize the loss of income and adjustment costs that occurs when a tenant relocate.

The study has resulted in seven recommendations for the property owner in order to enable a proactive approach and offer the tenants the premises that are requested. The property owner should;

1. Offer properties in the central parts of Gothenburg and in Mölndal.
2. Offer properties that holds these requirements; *Proximity to public transportation, Higher Local Standard, Space effectiveness, Expansion* and the possibility to *Attract skilled employees*. However, these generic factors are not applied to all tenants, due to the large variety of the demands. Therefore it is of great importance that the property owner has an understanding for the specific needs from each tenant.

3. Offer open, effective and flexible premises that can be adjusted easily after the tenant's demands. This is a result of the increased demands of open and activity based workplaces. However, activity based workplaces requires that the tenant is aware of the disciplined approach that is required in order for the layout to function.
4. Offer a good working environment, due to this can be a reason why companies relocate.
5. Recognize the possibilities of adapting premises according to the needs of the tenants, since this could be a profitable investment.
6. Environmental certificate its facilities and new productions, since this can become a fundamental request in the future and is expected to become profitable. To increase the demand of certificated building the property owner should raise awareness regarding the benefits of certificated premises.
7. Work more active to keep the existing tenants within the property holdings and thereby get longer contracts, which lowers the costs for the property owner.

Keywords: commercial real estate, demand, landlord, migratory streams, critical factors, environmental certification, office layout, office costs

## **Förord**

Denna rapport är ett kandidatarbete på 15 högskolepoäng skrivet i programmet Affärsutveckling och Entreprenörskap inom Byggsektorn på Chalmers Tekniska Högskola. Arbetet har genomförts från januari till juni 2014 på institutionen för arkitektur och i samarbete med företaget Jones Lang LaSalle.

Arbetet har gett oss en god inblick i hur Göteborgs fastighetsmarknad ser ut idag, och vad som efterfrågas gällande kommersiella kontorslokaler.

Vi vill ge ett stort tack till Jones Lang LaSalle, och där främst Gustav Lundkvist som varit vår handledare på företaget. Gustav har bidragit med expertkunskap om fastighetsbranschen och underlag som underlättat studien. Vi vill även tacka Nina Ryd, docent och arkitekt på Chalmers Tekniska Högskola, som har inspirerat oss att våga tänka i nya banor. Slutligen vill vi tacka de 43 företag som har deltagit i intervjuerna, de branschkunniga som gett oss en förståelse för dagens kommersiella hyresmarknad och slutligen vill vi tacka de två företag som vi besökte för att få en mer praktisk förståelse dagens kontosutformningar.



# Innehållsförteckning

Sammandrag .....	I
Abstract.....	III
Förord .....	V
Innehållsförteckning .....	VI
1. Inledning .....	1
1.1. Bakgrund .....	1
1.2 Syfte.....	1
1.3 Frågeställningar .....	1
1.4 Avgränsningar .....	2
1.5 Rapportens struktur.....	2
1.6 Begreppsförklaring .....	3
2 Metod.....	5
2.1 Förberedelsefasen .....	5
2.2 Enkätfasen .....	6
2.3 Bearbetning-och analysfasen.....	6
2.4 Slutfasen .....	9
3. Utgångspunkter.....	10
3.1 Kontorshyresmarknaden .....	10
3.1.1 Tidigare marknad.....	10
3.1.2 Nuvarande marknad.....	10
3.2 Fastighetsägarperspektivet.....	11
3.2.1 Fastighetsägarens roll och mål .....	11
3.2.2 Höga krav på fastighetsägaren.....	11
3.2.3 Att vända ett hot till en möjlighet.....	12
4. Efterfrågan gällande kontorslokaler .....	13
4.1 Flyttströmmar inom Göteborgsområdet .....	13
4.2 Avgörande faktorer vid omlokalisering.....	16
4.2.1 Omorganisering .....	16
4.2.2 Fastigheten.....	17
4.2.3 Närhet .....	19
4.3 Miljöcertifierad byggnad .....	21
4.4 Lokalutformning.....	22
4.4.1 Lokalutformning i praktiken.....	23
5. Omlokaliseringsstudien .....	25
6. Resultat från tidigare omlokaliseringsstudier .....	28
6.1 Flyttströmmar inom Göteborgsområdet .....	28
6.1.1 Andel omlokaliseringar i samma respektive nytt delområde .....	28
6.1.2 Delområdets attraktivitet .....	28
6.1.2.1 Potentiella delområden .....	28
6.1.2.2 Nettoinflytt.....	29
6.2 Avgörande faktorer vid omlokalisering.....	30
6.2.1 Faktorer med hög betydelse.....	30
6.2.2 Faktorer med låg betydelse.....	30
6.3 Miljöcertifiering.....	31
6.4 Lokalutformning.....	31
7. Resultat .....	33
7.1 Flyttströmmar inom Göteborgsområdet .....	33
7.1.1 Andel omlokaliseringar i samma respektive nytt delområde .....	33

7.1.2 Delområdets attraktivitet .....	34
7.1.2.1 Tidigare och nuvarande lokalisering .....	34
7.2 Avgörande faktorer vid omlokalisering .....	37
7.2.1 Medelvärde av de avgörande faktorerna .....	37
7.2.2 Faktorer med hög betydelse .....	38
7.2.3 Faktorer med låg betydelse .....	39
7.2.4 Avgörande faktorer vid omlokalisering (per bransch) .....	42
7.5 Lokalkostnader per anställd .....	47
7.6 Nöjdhet med omlokalisering .....	48
8. Analys .....	49
8.1 Flyttströmmar inom Göteborgsområdet .....	49
8.1.1 Andel omlokaliseringar i samma respektive nytt delområde .....	49
8.1.2 Delområdets attraktivitet .....	49
8.1.2.1 De mest attraktiva delområdena i Göteborg .....	49
8.1.2.2 De mindre attraktiva delområdena i Göteborg .....	51
8.2 Avgörande faktorer vid omlokalisering .....	52
8.2.1 Faktorer med hög betydelse .....	52
8.2.2 Faktorer med låg betydelse .....	54
8.2.3 Avgörande faktorer vid omlokalisering (per bransch) .....	56
8.3 Miljöcertifiering .....	56
8.3.1 Är den nuvarande fastigheten miljöcertifierad? .....	56
8.3.2 Rimligt med ett hyrespåslag? .....	56
8.4 Lokalutformning .....	58
8.5 Lokalkostnader per anställd .....	60
8.6 Nöjdhet med omlokaliseringen .....	60
9. Resultat och diskussion .....	62
10. Rekommendationer till fastighetsägare .....	66
11. Referenser .....	67
11. 1 Litteratur .....	67
11.2 Elektroniska källor .....	67
11.3 Muntliga källor .....	68
Bilagor	
Bilaga 1	
Bilaga 2	

# 1. Inledning

Följande kapitel redogör för kandidatarbetets bakgrund, syfte, frågeställningar, avgränsningar, en sammanställning av rapportens struktur och slutligen en begreppsförklaring.

## 1.1. Bakgrund

Sedan fastighets- och bankkrisen i början på 1990-talet har fastighetsmarknaden förändrats till att bli en serviceinriktad bransch (Lind & Lundström, 2009). ”*Man får inte glömma att det är en gammal byggsektor som har vaknat till liv och insett att det är service vi levererar och inget annat. Fastigheterna är egentligen endast ett verktyg för att leverera servicen*”<sup>1</sup>. I och med denna förändring är det av stor vikt för fastighetsbolagen att vara medvetna om efterfrågan på marknaden för att behålla sina hyresgäster. Medvetenheten möjliggör att fastighetsägare kan erbjuda rätt kund rätt lokal vid rätt tidpunkt<sup>2</sup>.

Det finns två stora utmaningar för fastighetsägare då en lokal blir vakant. Dessa utmaningar är att minimera intäktsbortfallet som uppstår när en hyresgäst flyttar men även minimera de anpassningskostnaderna som kan uppstå när en ny hyresgäst flyttar in<sup>1</sup>. Det tar dessutom mycket tid från det värdeskapande arbetet att hitta rätt hyresgäst (Lind & Lundström, 2009). Samtidigt medför hyresgästens förändringsbehov en betydande affärsmöjligheter för fastighetsägare om detta fångas upp i tid. Då kan det finnas möjlighet att tillgodose hyresgästens förändrade behov i den befintliga lokalen och därmed kunna behålla hyresgästen under en längre tid<sup>1</sup>.

Sedan 90-talet har även hyresgästinflytandet och dess krav på kommersiella kontorslokaler ökat<sup>2</sup>. Kraven varierar då det är en heterogen marknad<sup>2</sup> där olika verksamhetstyper ställer olika krav på fastighetens läge, lokalutformning och möjligheter att möta verksamhetens förändringsbehov<sup>4</sup>. Dessutom har konjunkturen och vakansgrad en inverkan på dessa krav. För att fastighetsägaren ska kunna vara konkurrenskraftig krävs det mycket kunskap kring vad hyresgäster efterfrågar i sina lokaler. Därför kommer detta kandidatarbete undersöka hyresgästers efterfrågan på dagens kontorsmarknad.

## 1.2 Syfte

Syftet med rapporten är att utreda efterfrågan på kommersiella kontorslokaler för att möjliggöra för fastighetsägare att tillgodose hyresgästens behov och därmed minimera intäktsbortfall och anpassningskostnader.

## 1.3 Frågeställningar

De fem frågeställningarna nedan är utformade för att fastighetsägaren ska få en bred förståelse för vad som efterfrågas på kontorsmarknaden. Svaren på dessa frågor har i syfte att resultera i en lista på rekommendationer för fastighetsägare gällande dagens marknad.

- Hur rör sig flyttströmmarna i Göteborgsområdet?

---

<sup>1</sup> Daniel Jighede (Uthyrningschef, Vasakronan) personlig intervju 2014-04-04

<sup>2</sup> Reinhold Lennebo (VD, Fastighetsägarna) personlig intervju 2014-04-14

<sup>3</sup> Hand Lind (Professor inom bygg- och fastighetsekonomi, KTH) personlig intervju 2014-04-14

<sup>4</sup> Gustav Lundkvist (Analytiker, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-03-28

- Vilka är de avgörande faktorerna vid en omlokalisering?
- Väljer kontorshyresgäster att flytta till en miljöcertifierad byggnad samt är det rimligt med ett hyrespåslag för detta?
- Vilken lokalutformning är efterfrågad på dagens marknad? Finns det ett samband mellan hyreskostnader och val av lokalutformning?
- Är hyresgäster nöjda med sin nya lokal efter en omlokalisering?

## 1.4 Avgränsningar

Övergripande utgår rapporten från ett fastighetsägarperspektiv och avgränsas till att undersöka dagens efterfrågan på den kommersiella kontorsmarknaden i Göteborgsområdet. I detta område ingår Göteborgs stad, Kungsbacka och Mölndal. Undersökningen baseras på svar från kontorshyresgäster som har bytt lokaler mellan kvartal tre år 2011 och kvartal ett år 2014 och hyr en nuvarande lokalyta på minst 500 kvadratmeter. I kapitlet ”Resultat från tidigare omlokaliseringsstudier” används endast resultat från de två senaste studierna. Dessa resultat analyseras inte djupgående, utan fokus ligger på årets undersökning i det kommande kapitlet ”Resultat”. För att underlätta för läsaren har delar av undersökningens resultat delats upp i de två kategorierna ”Hög betydelse” och ”Låg betydelse”.

## 1.5 Rapportens struktur

Nedan presenteras de resterande 9 kapitel som kandidatarbetet är uppdelat i. För att få en övergripande uppfattning om rapportens olika delar presenteras här en kort sammanfattning gällande kapitelns innehåll och struktur.

### Kapitel 2: Metod

Det andra kapitlet beskriver hur kandidatarbetet har genomförts. Metoden har delats in i fyra olika faser; *Förberedelsefasen*, *Enkätfasen*, *Bearbetning- och analysfasen* samt *Slutfasen*. Här presenteras även åtta bransch-kunniga som bidragit med aktuell information gällande dagens efterfrågan på kommersiella lokaler.

### Kapitel 3: Utgångspunkter

Det tredje kapitlet presenterar arbetets två utgångspunkter:

- Arbetet undersöker hur efterfrågan ser ut på kontorshyresmarknaden
- Arbetet utgår från ett fastighetsägarperspektiv.

Först presenteras en kort sammanfattning av hur kontorshyresmarknaden såg ut från 70-talet och fram till hur det ser ut på dagens marknad. Vidare presenteras en aktuell uppdatering om de tolv områdena som betraktas som populära kontorsområden i Göteborg. Dessutom beskrivs fastighetsägarens roll och mål, vilka krav som hyresgäster ställer på fastighetsägare idag men även vilka hot och möjligheter som en fastighetsägare ställs inför när en hyresgäst flyttar.

### Kapitel 4: Efterfrågan gällande kontorslokaler

Det fjärde kapitlet redogör för de fyra ämnesområden som används för att undersöka efterfrågan på marknaden och dessa är; *Flyttströmmar inom Göteborgsområdet*, *Avgörande faktorer vid omlokalisering*, *Miljöcertifiering* och *Lokalutformning*.

- Det första ämnet handlar om vad som karakteriserar Göteborgs olika delmarknader. Detta för att förstå hur flyttströmmar rör sig i Göteborgsområdet.
- Det andra ämnet handlar om avgörande faktorer vid omlokalisering. Dessa faktorer har identifierats under en workshop på Jones Lang LaSalle och är uppdelade i tre kategorier; *Omorganisering*, *Fastigheten* och *Närhet*.

- Det tredje avsnittet handlar om miljöcertifiering, vilka branscher som efterfrågar detta, incitamentet för fastighetsägare/hyresgäster och det hyrespåslag som kan uppkomma i miljöcertifierade byggnader.
- Det fjärde avsnittet handlar om vikten av att ha rätt lokalutformning och de fyra utformningar som är aktuella på dagens marknad. Vidare presenteras två olika företag som har valt att flytta på grund av omorganisering inom företaget och på grund av bristande lokalstandard i den tidigare lokalen.

### **Kapitel 5: Omlokaliseringsstudien**

Det femte kapitlet presenterar den enkät som användes som underlag vid de 43 telefonintervjuerna. Undersökningen är uppdelade i de fem olika delarna; *Förundersökning, Tidigare/Nuvarande lokal, Avgörande faktorer vid omlokalisering, Miljöcertifiering och Tillvägagångsätt vid flytt.*

### **Kapitel 6: Resultat från tidigare omlokaliseringsstudier**

Det sjätte kapitlet presenterar en sammanfattning av de viktigaste resultaten från de två senaste studierna som undersöker hur marknaden såg ut år 2008-2009 och 2009-2011 i Göteborgsområdet.

### **Kapitel 7: Resultat**

Det sjunde kapitlet presenterar det sammanställda resultatet av den genomförda undersökningen över perioden 2011-2014. Resultatet är indelt i fyra underkapitel; *Flyttströmmar inom Göteborgsområdet, Avgörande faktorer för omlokalisering, Miljöcertifierad byggnad samt Lokalutformning.*

### **Kapitel 8: Analys**

Det åttonde kapitlet analyserar hur efterfrågan ser ut på kontorslokaler från 2011 till 2014. Resultaten analyseras med utgångspunkt från intervjuer med bransch-kunniga inom ämnet. Detta avsnitt fokuserar på studien 2011-2014 men drar även paralleller med de två tidigare studierna från 2008-2009 och 2009-2011.

### **Kapitel 9: Resultat och Diskussion**

Det nionde kapitlet presenterar en diskussion gällande den valda metoden och vad undersökningen resulterade i, vilket görs med utgångspunkt i författarnas egna åsikter. Kapitlet presenterar en diskussion kring enkätutformningen, telefonintervjuerna, kvalitativa intervjuerna och det slutliga resultatet.

### **Kapitel 10: Rekommendationer till fastighetsägare**

Det tionde kapitlet presenterar de viktigaste resonemangen i resultatet och analysen som har formulerats i sju rekommendationer till fastighetsägare gällande dagens efterfrågan på kontorslokaler.

## **1.6 Begreppsförklaring**

I arbetet används ett antal återkommande begrepp som förtydligas nedan.

**Kommersiella fastigheter**= Innefattar lokaler som används som kontor, industri, hotell och butiker. Detta definieras vanligtvis som ”allt förutom bostäder”(Lind & Lundström, 2009).

**Fastighetsbestånd**= Fastighetsägarens olika fastigheter bildar tillsammans ett fastighetsbestånd<sup>1</sup>.

**Miljöcertifiering**= Ett certifieringssystem för att skapa miljömässigt hållbara byggnader (sgbc, 2014).

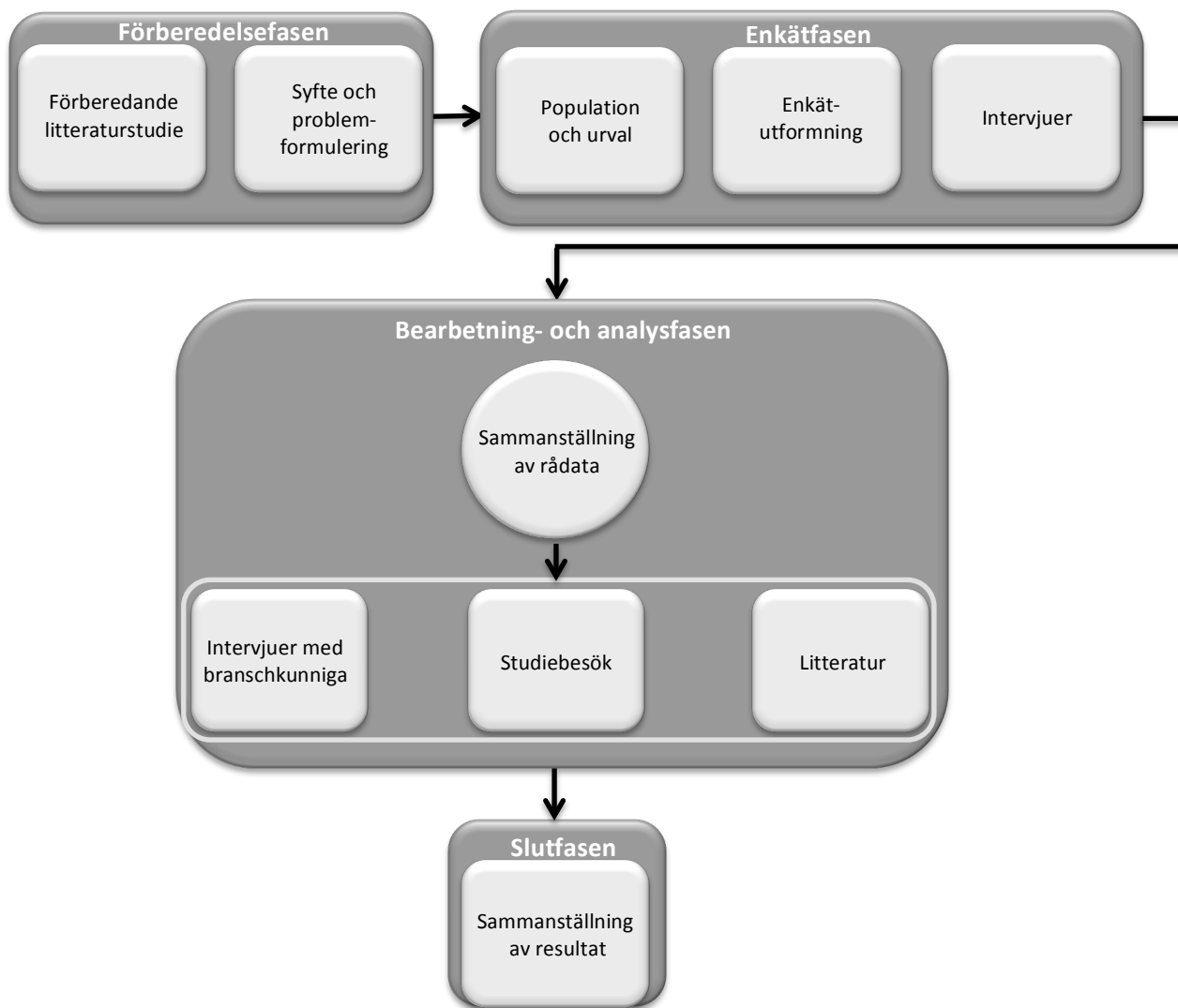
**Tjänstebransch**= Innefattar företagstjänster, inte produktionsbolag, inte tjänster till konsument<sup>1</sup>.

**Teknik & Telecombransch**= Alla företag vars kärnverksamhet innefattar IT<sup>1</sup>.

**Offentlig verksamhet/Sjukvård/Utbildning**= All offentlig verksamhet samt övrig sjukhusverksamhet och utbildning<sup>1</sup>.

## 2 Metod

Den valda metoden för detta arbete kan delas in i fyra faser; *Förberedelsefasen*, *Enkätfasen*, *Bearbetning- och analysfasen* samt *Slutfasen*. Dessa är valda med utgångspunkt i undersökningens syfte, liknande studier samt ämnesområdets begränsade utbud av aktuell litteratur. Nedan redovisas fasernas aktiviteter och dess följd. Se figur 1.



Figur 1: Metodens fyra faser

### 2.1 Förberedelsefasen

Undersökningar bör inledas med identifiering av rådande problem inom valt ämnesområde. Detta för att underlätta kommande enkätundersökning och klargöra dess syfte. För att erhålla förståelse och insikt i ämnesområdet är det av stor vikt att parallellt med problemidentifieringen genomföra en grundläggande litteraturstudie (Ejlertsson, 2005). *Förberedelsefasen* innefattade en förberedande studie av tillgänglig litteratur för att erhålla en grundläggande förståelse för ämnesområdet. Detta möjliggjorde en kartläggning över rådande problem inom området och ledde till en väsentlig syftesformulering.

## 2.2 Enkätfasen

Då populationen vanligtvis är större än vad som är hanterbart vid en enkätundersökning görs ett urval. För att möjliggöra förutsättningar att dra slutsatser från undersökningen på ett rättvisande sätt bör urvalet vara representativt. Detta innebär att det finns möjlighet att generalisera resultatet från urvalet på hela populationen (Trost, 1994). Populationen innefattar kommersiella hyresgäster som har bytt lokaler mellan kvartal tre år 2011 och kvartal ett år 2014 och hyr en nuvarande lokalyta på minst 500 kvadratmeter i Göteborgsområdet. Både hyresgäster från den offentliga och privata sektorn inkluderas i populationen. Detta på grund av att urvalet baseras på ett befintligt urval från en databas med statistisk information insamlad av Jones Lang LaSalle. Detta urval kompletterades med ytterligare potentiella respondenter från UC.se, som är Sveriges ledande affärs- och kreditupplysningssida.

Därefter utformades undersökningsenkäten. Sättet att konstruera frågor har en stor betydelse för att säkerställa att enkätundersökningens syfte besvaras. Det är av stor vikt att frågorna är entydiga, inte ledande och att språket är av enkel karaktär för att undvika missförstånd (Ejlertsson, 2005). Undersökningar kan göras kvalitativt, kvantitativt eller genom en kombination av de båda metoderna. Om syftet är att undersöka hur ofta, hur många eller hur vanligt skall en kvantitativ studie göras. Om syftet däremot är att förstå eller hitta mönster skall en kvalitativ studie göra (Trost, 1994). Att ta del av tidigare studier inom närliggande områden och att utnyttja befintliga frågor medför ett flertal fördelar. Det sparar tid och frågorna kvalitet är redan testade (Ejlertsson, 2005). Då undersökningen görs årligen av Jones Lang LaSalle, reviderades tidigare års enkäter efter att den kritiskt granskats av författarna själva, handledaren på Chalmers och av Jones Lang LaSalle, se resultatet av detta i bilaga 1. Tidigare års enkät var enbart kvantitativ och större delen av denna användes även i denna undersökning. Dock har ett fåtal kvalitativa frågeställningar lagts till för öppna upp för mer reflekterande svar. Detta innebär att de kvalitativa svaren inte kan jämföras med tidigare års studier.

I nästkommande aktivitet påbörjades telefonintervjuerna som baserades på undersökningsenkäten. Vid denna intervjuform är det av stor vikt att ha en hög grad av standardisering vid kvantitativa undersökningar. Detta innebär att frågorna har samma uppbyggnad och ordningsföljd samt att inga variationer förekommer i förklaringar till respondenterna. Vidare bör de kvantitativa delar av intervjun vara väl strukturerade. Telefonintervjuer är fördelaktigt då man inte vill ha långa och djupgående svar (Trost, 2010). Då ett av målen med undersökningen var att erhålla ett högt antal respondenter valdes denna metod då den är tidseffektiv och möjliggör för respondenten att direkt få svar på eventuella otydligheter. Totalt kontaktades cirka 150 företag men denna total är missvisande då de som inte svarade alls snabbt ersattes med nya kontakter. 57 av 150 anses därför vara det reella bortfallet och med 43 svarande ger detta en svarsfrekvens på 74 procent. Intervjuerna hölls anonyma och samtalstiden uppskattas i snitt varat i 20 minuter. Inledningsvis kontaktades hyresgästernas telefonväxel för att bekräfta att omlokalisering skett inom urvalets begränsningar. I de fall där bekräftelse erhöles kontaktades vidare den ansvariga på företaget för omlokalisering. Under samtalet med den ansvariga medarbetaren på företaget erbjöds möjlighet att boka en telefonintervju vid annat tillfälle om det inte fanns möjlighet vid rådande tidpunkt.

## 2.3 Bearbetning-och analysfasen

I den följande *Bearbetning-och analysfasen* sammanställdes kvantitativ rådata från intervjuerna i Excel och de kvalitativa svaren i ett separat dokument. Detta genomfördes kontinuerligt under hela enkätfasen, vilket enligt Ejlertsson (2005) är en tidsbesparande metod vid enkätundersökningar. I syfte att förenkla utförandet av korsanalyser mellan



resultaten sammanställdes även rådata i analysverktyget tillgängligt på Enalyzer.se. Efter sammanställningen bearbetades och analyserades rådata med hjälp av kvalitativa intervjuer, studiebesök och litteratur. Det är fördelaktigt vid kvalitativa intervjuer att intervjua personer med varierande bakgrund för att stärka trovärdigheten av informationen (Trost, 2010). De kvalitativa intervjuerna har dels baserats på telefonenkätens olika faktaområden; *Flyttströmmar inom Göteborgsområdet*, *Avgörande faktorer vid omlokalisering*, *Miljöcertifiering* och *Lokalutformning*. Vidare har intervjuerna även behandlat övergripande frågor som berör intervjupersonernas kompetensområden. För att förstå Göteborgs hyresmarknad ur ett bredare perspektiv har intervjuer genomförts med;

- **Gustav Lundkvist, Analytiker på Jones Lang LaSalle.**  
Jones Lang LaSalle är ett globalt företag som erbjuder rådgivning med inriktning på fastighetstjänster. Lundkvist intervjuades i syfte att få en förståelse för flyttströmmarna av kommersiella hyresgäster i Göteborgsområdet.
- **Christina Cedèrus Olauson, Uthyrningskonsult kommersiella fastigheter, Jones Lang LaSalle.**  
Olauson intervjuades för att skapa aktuell förståelse för vad kommersiella hyresgäster efterfrågar på kontorsmarknaden.
- **Roger Strömberg, Näringslivschef Göteborg samt Etablerings- och Investeringschef på Business Region Göteborg.**  
Business Region Göteborg är ett dotterbolag till Göteborgs Kommunala Förvaltning och har som vision att bidra till hög sysselsättningsgrad, investeringar och ett diversifierat näringsliv med perspektiv på hållbar utveckling. Strömberg intervjuades för att få en uppfattning om fastighetsmarknadens utveckling samt angående Göteborgs delområdets attraktivitet och utveckling.
- **Daniel Jighede, Uthyrningschef region Göteborg på Vasakronan AB.**  
Vasakronan är Sveriges största fastighetsbolag och företaget äger, utvecklar och förvaltar fastigheter i Stockholm, Göteborg, Malmö, Uppsala och Lund. Jighede intervjuades främst i syfte att erhålla en förståelse för fastighetsägarperspektivet angående omlokaliseringar samt kommersiella hyresgästers efterfrågan.
- **Anna Denell, Hållbarhetschef på Vasakronan AB.**  
En telefonintervju genomfördes med Anna Denell med syfte att få en djupare förståelse för efterfrågan på miljöcertifierade byggnader samt hur dessa byggnader påverkar fastighetsägares arbete.
- **Hans Lind, Professor inom Bygg- och Fastighetsekonomi på Institutionen för Fastigheter och Byggnad, Kungliga Tekniska Högskolan.**  
Institutionen för Fastigheter och Byggnad på Kungliga Tekniska Högskolan är Sveriges ledande akademiska miljö inom juridik, ekonomi, management och finansiering med koppling till fastighetsutveckling, byggande och fastighetsförvaltning. Lind intervjuades i syfte att få en uppfattning angående fastighetsmarknadens utveckling samt kommersiella hyresgästers efterfrågan.

- **Reinhold Lennebo, VD för Fastighetsägarna Sverige och styrelsemedlem i Sweden Green Building Council.**  
Fastighetsägarna Sverige är en intresse- och branschorganisation som arbetar för en väl fungerande fastighetsmarknad. Sweden Green Building Council är en ideell förening inom bygg- och fastighetssektorn som verkar för grönt byggande samt för att utveckla och påverka miljö- och hållbarhetsarbetet i branschen. Lennebo intervjuades i syfte att få en förståelse för fastighetsägarperspektivet angående omlokaliseringar samt miljöcertifierade byggnader.
- **Christina Bodin Danielsson, Kontorsforskare på Stressforskningsinstitutet, Stockholms universitet.**  
Stressforskningsinstitutet är ett nationellt kunskapscentrum för stress, sömn och hälsa. Danielsson intervjuades med syfte att få en förståelse för olika lokalutformningars påverkan hos medarbetare samt fördelar och komplikationer med varierande arbetsmiljöer.

Då intervjuer genomförs av två intervjuare är vanligen informationsmängden och förståelsen större, vilket leder till en bättre intervju (Trost, 2010), därför medverkade båda författarna vid samtliga intervjuer. Vid långa intervjuer är det också fördelaktigt att använda en ljudupptagare, då man kan avlyssna tonfall och ordval upprepade gånger och dessutom kan intervjuarna fokusera på intervjun istället för att anteckna (Trost, 2010). Med utgångspunkt i denna information och rekommendationer från handledaren Nina Ryd, spelades samtliga intervjuer in.

För att få en djupare förståelse för vilken roll aktivitesbaserade kontor och god arbetsmiljö har i praktiken har två studiebesök genomförts. Urvalet gjordes från de genomförda telefonintervjuerna, där hyresgäster med specifika krav på sina lokaler valdes ut. Under studiebesöken utfördes kvalitativa intervjuer med de lokalansvariga på företagen under "Gå-turer". Detta är en intervjumetod som bygger på att parterna upprätthåller sig i den aktuella miljön som diskuteras och på varje plats som besöks skall besökarna skriva ner synpunkter och upplevelser av platsen. Detta är en fördelaktig intervjumetod då mer genuina beskrivningar av platser erhålls om de intervjuade själva berättar om sina erfarenheter av de platser som besöks (Ryd, 2008). "Gå-turerna" utfördes utan förutbestämda fasta stopp och författarna fotograferade och kommenterade det som uppfattades som väsentligt. Fösta studiebesöket genomfördes i den miljöklassificerade fastigheten "Kv Tennet", där företaget Bisnode har valt en aktivitesbaserad lokalutformning. Det andra studiebesöket utfördes hos ett företag som valts att presenteras anonymt och som omlokaliserade på grund av bristande arbetsmiljö i den tidigare fastigheten.

Då rapporten undersöker hur efterfrågan ser ut på den kommersiella hyresmarknaden idag är den tillgängliga litteraturen begränsad. Det finns flera examensarbeten från Kungliga Tekniska Högskolan med liknande inriktning men få arbeten har genomförts gällande Göteborgsmarknaden. För att få en bakgrundsförståelse för ämnet har två böcker analyserats; "Kommersiella fastigheter i samhällsbyggandet" skriven av Hans Lind och Stellan Lundström 2009 och "Lokalhandbok" skriven av Björn Schumacher och Thomas Nathorst-Böös 1995. Vidare har Jones Lang LaSalles tidigare års omlokaliseringstudier och även deras vakansrapport "On Point" används för att klargöra hur efterfrågan har förändrats genom åren.

## **2.4 Slutfasen**

*Slutfasen* innefattade aktiviteten att sammanställa resultaten och finna förklaringar till dessa resultat med stöd från *bearbetnings- och analysfasen*. Därefter formulerades sju rekommendationer till fastighetsägare gällande dagens efterfrågan på kommersiella kontorslokaler.

### 3. Utgångspunkter

Detta kandidatarbete utgår ifrån två utgångspunkter;

- Arbetet undersöker hur efterfrågan ser ut på kontorshyresmarknaden
- Arbetet utgår från fastighetsägarperspektiv

För att förstå arbetets syfte och slutliga rekommendationer till fastighetsägare krävs en grundläggande uppfattning kontorshyresmarknaden och fastighetsägarperspektivet.

#### 3.1 Kontorshyresmarknaden

*Följande kapitel presenterar en kort sammanfattning av hur kontorshyresmarknaden såg ut från 70-talet och fram till dagens marknad. Vidare presenteras en aktuell uppdatering om de tolv områdena som betraktas som populära kontorsplaceringar i Göteborgsområdet.*

##### 3.1.1 Tidigare marknad

Även om den kommersiella fastighetsmarknaden är en trögrörlig marknad<sup>1</sup> har den haft en händelserik utveckling de senaste årtiondena (Lind & Lundström, 2009). Fram till 1970-talet var hyresmarknaden för kommersiella lokaler begränsad, lokalerna var av mindre storlek och nyproduktion ovanligt<sup>2</sup>. Då lokalhyrorna var reglerade fanns inget större intresse av att investera i nyproduktion och uthyrningen var därför begränsad. År 1972 avreglerades bestämmelserna angående lokalhyror vilket medförde att fastigheter började betraktas som en handelsvara. Under denna tid köptes och såldes fastigheter oftare, vilket skapade en mer professionell marknad för fastighetskonsulter (Lind & Lundström, 2009). Startpunkten för nyproduktion var först under 1980-talet. Då var vakansgraden låg och det byggdes 70 000 kvadratmeter kontorsyta per år i Göteborgsområdet fram till fastighetskrisen under 1990-talet. Då låg vakansgraden på 15-20 procent på grund av överkapacitet av lokaler, vilket medförde stora hyressänkningar och ett stort antal fastighetsägare gick i konkurs. Fastighetsmarknaden stabiliserades under början av 2000-talet och långsiktiga aktörer trädde in på marknaden vilket medförde att nyproduktionen upptogs<sup>2</sup>.

##### 3.1.2 Nuvarande marknad

Efterfrågan på kontorslokaler i hela Göteborg är idag hög vilket speglas i att vakansgraden är rekordlåga 6,4 procent<sup>3</sup>. Det efterfrågas nyproducerade lokaler, då dessa möjliggör för yteffektiva och moderna ytor vilket medför kostnadsbesparingar men även möjlighet till nya arbetssätt. Framförallt är det stor efterfrågan på större lokaler i de centrala delarna. Trängselskatten som infördes i början av år 2013 kan ha en inverkan på detta, då hyresgäster vill ha en central placering och ligga nära kollektivtrafiken som möjliggör en mer miljövänlig transport (Jones Lang LaSalle, 2014). Staden är en tillväxtregion och speciellt tjänstebranschen har en stark utveckling, vilket medför en högre efterfrågan på centrala kontorslokaler<sup>2</sup>. Även om utbudet är begränsat råder inte mycket nyproduktion, vilket har medfört att lokalhyrorna är rekordhöga (Jones Lang LaSalle, 2014). Dessutom finns risk för företag att inte ha möjlighet att expandera framöver om inte efterfrågan på nyproduktion möts<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Daniel Jighede (Uthyrningschef, Vasakronan) personlig intervju 2014-04-04

<sup>2</sup> Roger Strömberg (Näringslivschef Göteborg, Business Region Göteborg) personlig intervju 2014-04-03

<sup>3</sup> Gustav Lundkvist (Analytiker, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-03-28

## 3.2 Fastighetsägarperspektivet

*Kandidatarbetets utgångspunkt är ett fastighetsägarperspektiv. Här beskrivs fastighetsägarens roll och mål gällande kommersiella fastigheter. Vidare definierar kapitlet vilka krav som finns på fastighetsägare idag men även de möjligheter och utmaningar som fastighetsägaren ställs inför när en hyresgäst omlokaliseras.*

### 3.2.1 Fastighetsägarens roll och mål

Fastighetsägarens övergripande roll är att säkerställa en långsiktig ekonomisk och teknisk förvaltning av sitt fastighetsbestånd (Nathorst-Böös & Schumacher, 1995). Enligt Lind och Lundström arbetar fastighetsägare för att uppnå detta genom att bland annat upprätthålla långa hyresavtal med hyresgästen. Det var efter krisen på 90-talet som fastighetsägare insåg värdet i att behålla sina kunder och erbjuda dem alternativa lösningar när deras lokalbehov förändrades<sup>1</sup>. Genom att ägaren behåller sina hyresgäster inom sitt fastighetsbestånd säkerställs en stabil inkomst, vakanserna blir lägre och transaktionskostnaderna som uppstår när en hyresgäst flyttar minimeras (Lind & Lundström, 2009).

### 3.2.2 Höga krav på fastighetsägaren

För att kunna ha långa hyresavtal krävs det att fastighetsägare är informerade om hur efterfrågan på kontorslokaler ser ut på marknaden. Genom kunskap om trender och vad kunder efterfrågar blir nya uthyrningar säkrare och det finns möjlighet att behålla befintliga hyresgäster<sup>2</sup>. Hyresgäster är idag väl medvetna om betydelsen av fastigheters läge och utformning för dess organisation och att dessa faktorer kan vara goda konkurrensmedel. Detta gör att hyresgäster ofta genomför en djupgående analys av organisationens behov, vilket medför specifika krav. Denna inriktning på kvalitet har medfört ett mindre kostnadsfokus, vilket är ett resultat av att det idag råder en god ekonomi<sup>3</sup>.

Det har även på senare år blivit allt viktigare för fastighetsägaren att ha god kunskap om hyresgästens kärnverksamhet då företag idag använder fastigheten som ett verktyg för att framhäva dess kultur. Hyresgästerna fokuserar mer på sin kärnverksamhet och behöver därigenom en effektiv lokal som möter dess behov. Därför är det viktigt för fastighetsägaren att ta reda på vad nya hyresgäster efterfrågar och vilka förändringsbehov som kan finnas i lokalen för befintliga hyresgäster (Lind & Lundström, 2009). Detta medför ofta att specifika lokalanpassningar krävs vid varje ny inflyttning av ny hyresgäst<sup>1</sup>. Om inte fastighetsägaren kan möta dessa specifika krav, tar företag hjälp av andra fastighetsägare vid nästa omlokalisering. (Lind & Lundström, 2009). Dessutom är det vanligt förekommande att hyresgäster kontaktar andra fastighetsägare vid dess omlokalisering på grund av att den befintliga fastighetsägarens fastighetsbestånd inte har det efterfrågade utbudet. Vanligt är även att hyresgäster blir kontaktade av andra externa företag, så som Lokalguiden, för att bli informerade av potentiella lokaler<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Reinhold Lennebo (VD, Fastighetsägarna) personlig intervju 2014-04-14

<sup>2</sup> Daniel Jighede (Uthyrningschef, Vasakronan) personlig intervju 2014-04-04

<sup>3</sup> Christina Olauson (Uthyrningskonsult, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-05-16.

### 3.2.3 Att vända ett hot till en möjlighet

För en fastighetsägare finns det två stora utmaningar när en hyresgäst vill flytta. Vid avflyttning ligger fokus alltid på att minimera intäktsbortfallet och anpassningskostnaderna<sup>1</sup>. Dock har hyreskontrakt av lokaler oftast en relativt lång löptid och uppsägningstid, vilket gör det möjligt för fastighetsägaren att fånga upp hyresgästens förändringsbehov i tid. På så sätt kan fastighetsägare skapa en affärsmöjlighet utav ett tidigare ansett problem<sup>2,1</sup>. Jighede<sup>1</sup> menar på att: *”Vi som fastighetsägare lever på förändringar, vi försöker inte se det som ett problem när en hyresgäst flyttar utan mer som en möjlighet”*. Om hyresgästen vill att lokalen anpassas uppstår frågan vem som ska betala för anpassningen. Detta kan variera och är en förhandlingsfråga mellan parterna. Om lokalen nyligen är renoverad, håller god standard och skulle utan problem kunna bli uthyrd, kommer antagligen en stor del av anpassningen bekostas av hyresgästen, i form av påslag på hyran. Den andra ytterligheten är om lokalen är i sämre skick så att den skulle vara svår att hyra ut som den är. Då kommer antagligen fastighetsägaren gå med på att bekosta en viss renovering, annars får de svårt att hyra ut lokalen<sup>3</sup>.

Om fastighetsägaren har nära kontakt med kunden och god kunskap om dess krav, kan det räcka med att göra vissa anpassningar i den befintliga fastigheten för att möta dessa behov. I de fall som man vill effektivisera ytan kan det räcka med omdisponering av ytorna, exempelvis mer förvaring och ny fördelning av arbetsplatser. Förändringsbehov kan även vara gällande anpassningar av inomhusklimatet eller verksamhetsanpassad inredning och utrustning (Nathorst-Böös & Schumacher, 1995). För att minska anpassningskostnaderna och möta dessa krav arbetar fastighetsägare med att erbjuda flexibla och enkla kontorslayouter som kan kompletteras med utbytbara inredningsdetaljer<sup>1</sup>. Flexibilitet i lokaler definieras vanligtvis som; *”Möjlighet att med små ingrepp förändra byggnads och installationstekniska system till annan användning”* (Nathorst-Böös & Schumacher, 1995).

Avslutningsvis menar Olauson<sup>4</sup> att all information och förståelse som fastighetsägare kan erhålla angående hyresgästers efterfrågan är av stor vikt för att lyckas med uthyrningar. Det finns ett generellt behov för fastighetsägare att analysera dess kunders behov mer ingående för att kunna erbjuda rätt lokal i rätt område<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Daniel Jighede (Uthyrningschef, Vasakronan) personlig intervju 2014-04-04

<sup>2</sup> Reinhold Lennebo (VD, Fastighetsägarna) personlig intervju 2014-04-14

<sup>3</sup> Gustav Lundkvist (Analytiker, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-03-28

<sup>4</sup> Christina Olauson (Uthyrningskonsult, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-05-16.

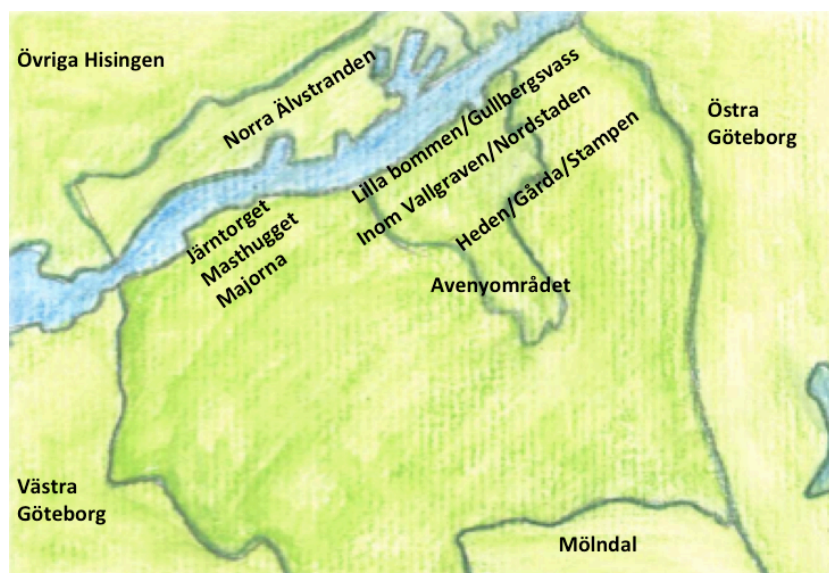
## 4. Efterfrågan gällande kontorslokaler

På Jones Lang LaSalle används omlokaliseringsstudier för att undersöka vad hyresgäster efterfrågar gällande kontorslokaler. Denna efterfrågan kan erhållas genom att undersöka fyra ämnesområden; *Flyttströmmar inom Göteborgsområdet*, *Avgörande faktorer vid omlokalisering*, *Miljöcertifiering* och *Lokalutformning* som syftar till att ge en övergripande förståelse över efterfrågan. Detta kandidatarbete undersöker efterfrågan genom att genomföra en omlokaliseringsstudie utifrån dessa fyra ämnesområdena. Nedan presenteras bakgrundsinformation som krävs för att förstå de fyra delarna i omlokaliseringsstudien.

### 4.1 Flyttströmmar inom Göteborgsområdet

*Fastighetsägare behöver arbeta proaktivt och veta i förhand vilka områden som kommer bli attraktiva placeringar i framtiden. Detta för att kunna utveckla det befintliga fastighetsbeståndet i växande och lönsamma områden och därmed erbjuda lokaler i ett attraktivt läge<sup>1</sup>. Genom att veta vilka områden som specifika branscher efterfrågar, kan fastighetsägaren enklare identifiera passande lokaler för nya men även för befintliga hyresgäster inom en viss bransch<sup>2</sup>. För att förstå hur flyttströmmar rör sig, behöver fastighetsägaren ha förståelse för vad som karakteriserar de olika delområdena.*

Det är vanligt förekommande att företag omlokaliserar inom samma område som tidigare placering eller till ett välkänt och attraktivt område<sup>2</sup>. Enligt Lind<sup>3</sup>, kan en förklaring till detta vara att det kan uppfattas riskfyllt att flytta till mindre kända områden. Vidare menar Olauson<sup>1</sup> att det finns risk att hyresgäster går miste om värdefulla möjligheter om inte ett helikopterperspektiv erhålls vid val av delområde. Vidare presenteras de vanligaste delområden i Göteborgsområdet gällande kontorsfastigheter.



Figur 2: Göteborgs kontorsområden (Marmefelt & Mattsson, 2014)

<sup>1</sup> Christina Olauson (Uthyrningskonsult, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-05-16.

<sup>2</sup> Gustav Lundkvist (Analytiker, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-03-28

<sup>3</sup> Hans Lind (Professor inom bygg- och fastighetsekonomi, KTH) personlig intervju 2014-04-14

Göteborgs centrala delar har alltid varit ett eftertraktat område för kommersiella hyresgäster av kontorslokaler<sup>1</sup>. Dessa delar innefattar inom Vallgraven, Nordstaden, Avenyområdet, Lilla Bommen, Gullbergsvass och är benämnt som Central Business District, se Figur 2 ovan. Även idag är det störst efterfrågan på lokaler i de mest centrala delarna och dessa har nått topphyran i Göteborgsområdet (Jones Lang LaSalle, 2014). Detta område domineras av tjänsteföretag och efterfrågan förväntas öka ytterligare. En anledning till detta är de goda kommunikationerna och den attraktiva miljön som en stadskärna bidrar till. En placering i detta område kan även vara varumärkesbyggande och det kan vara avgörande för vissa branscher att vara placerade på specifika adresser. Exempelvis för advokatbyråers status är det fördelaktigt att vara placerade på Avenyn<sup>2</sup>. Avenyn är en välkänd gata i Göteborg där flertalet traditionella organisationer är etablerade, så som just advokatfirmor men även finansbolag och skeppsmäklare. Dock krävs stora investeringar för att erhålla en modern lokalstandard i fastigheterna då de är av äldre karaktär och utbudet av större sammanhängande lokaler är begränsat. Området inom Vallgraven och Nordstaden är ett attraktivt område på grund av dess centrala läge och goda kommunikationsmöjligheter med kollektivtrafik. Dock råder brist på lokaler med större kontorsytor<sup>3</sup>. På Lilla Bommen finns i princip enbart kontorslokaler och det en god närhet till god infrastruktur erbjuds. Utbudet av lokaler håller en hög standard och det finns möjligheter för fastighetsägare att göra hyresgäst Anpassningar då detta kan fås igen på hyran under kort tid<sup>2</sup>.

De närliggande områdena så som Gårda och området från Norra Älvstranden till Älvsborgsbron väntas bli allt mer attraktiva de kommande åren. Efter stora satsningar i Gårda har området utvecklats till ett attraktivt företagscenter<sup>1</sup>. Delområdet är konsulternas område och har goda kommunikationsvägar<sup>3</sup>. Norra Älvstranden, som är lokaliserat på Hisingen är ett växande område och attraherar idag verksamheter med inriktning på forskning, utveckling och utbildning inom tekniska kunskapsområden så som fordon, transport och logistik<sup>1</sup>. Här finns bland annat Lindholmen Science Park, som är en mötesplats för akademien, samhället och näringslivet. Området är attraktivt för företag med denna inriktning på forskning och utveckling och som vill ha en närhet till företag inom samma bransch, vilket kan underlätta samarbeten mellan parterna. Genom en lokalisering på Norra Älvstranden påvisar företag inom denna bransch att de är framåtsträvande och en del av framtidens utveckling. Denna bransch ställer även specifika krav på att lokalerna ska vara moderna och anpassade för dess verksamhet<sup>1</sup>.

Vidare menar Strömberg<sup>1</sup> att Mölndal är ett område som är i stark utveckling och det finns stora planer på nybyggnation och förbättrad kollektivtrafik. Troligtvis kommer efterfrågan på kontorslokaler i området öka, då utbudet av moderna och effektiva lokaler kommer vara stort framöver. Lokalerna är kostnadseffektiva och det finns redan idag ett stort utbud av nybyggnation<sup>2</sup>. Även Gamlestaden, vilket är placerat i Östra Göteborg, är ett område med stor potential och tillväxt<sup>1</sup>. Lundkvist<sup>2</sup> menar att området troligtvis kommer utvecklas mot att bli mer utav en blandstad med kontor, bostäder och handel.

---

<sup>1</sup> Roger Strömberg (Näringslivschef Göteborg, Business Region Göteborg) personlig intervju 2014-04-03

<sup>2</sup> Gustav Lundkvist (Analytiker, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-03-28

<sup>3</sup> Christina Olauson (Uthyrningskonsult, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-05-16.



Västra Göteborg, så som Sisjön, Högsbo och Järnbrott domineras av industriföretag inom bygg och verkstad. Lokalerna är av äldre karaktär och har ofta kombinerat kontor med lagerutrymmen, vilket kan vara anledningen till att fler branscher av varierad karaktär inte är lokaliserade i området<sup>1</sup>. Kollektivtrafiken är begränsad och transportmöjligheterna är bättre för industritransport<sup>2</sup>. Lokalerna i området har generellt en lägre standard än i CBD, då det är svårt för fastighetsägare att få igen kostnaderna för renovering i området. Delområdet Järntorget, Masthugget, Majorna är ett relativt centralt läge men erbjuder inte en stor marknad för kontorshyresgäster. I området finns mestadels enmansföretag<sup>1</sup>.

Lundkvist<sup>1</sup> menar vidare att Östra Göteborg inte erbjuder en stor kontorshyresmarknad. Strömberg<sup>2</sup> menar dock att området står inför en tillväxt, speciellt i Almhult, där utveckling av arbetsplatser, hotell och handel ligger i planerna. Området förväntas bli en ny attraktiv stadsdel. Vidare är Kungsbacka ett delområde som på grund av dess långa avstånd till stadskärnan troligtvis inte är ett attraktivt område för kontorshyresgäster. Dessutom är området inte typiskt för kontorslokaler<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Gustav Lundkvist (Analytiker, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-03-28

<sup>2</sup> Roger Strömberg (Näringslivschef Göteborg, Business Region Göteborg) personlig intervju 2014-04-03

## 4.2 Avgörande faktorer vid omlokalisering

Vid en omlokalisering är det viktigt för hyresgästen att specificera vilka faktorer som är avgörande för flytt och vilka egenskaper som nya loken ska inneha. Detta för att säkerställa att den nya fastigheten möter hyresgästens behov (Nathorst-Böös & Schumacher, 1995). Det är även viktigt för fastighetsägare att veta vad hyresgäster efterfrågar. Detta för att kunna erbjuda rätt service och upptäcka förändringsbehov hos befintliga hyresgäster snabbare men även kunna erbjuda nya hyresgäster attraktiva lokaler<sup>1</sup>.

Under en workshop på företaget Jones Lang LaSalle har 15 faktorer identifierats som de mest avgörande faktorerna då företag väljer att flytta till nya lokaler. Analytikern Gustav Lundkvist<sup>2</sup> på Jones Lang LaSalle menar dock på att det finns fler faktorer som påverkar vid en omlokalisering, men att dessa 15 faktorerna är de vanligaste anledningarna för flytt. Dessa faktorer är uppdelade i tre olika kategorier; *Omorganisering, Fastigheten och Närhet*.

### 4.2.1 Omorganisering

*En omorganisering inom ett företag kan innebära att lokalen inte längre uppfyller verksamhets behov. De vanligaste anledningarna till att företag väljer att flytta vid en omorganisering inom företaget är då företaget ska samlokaliseras med andra kontor eller då företaget behöver få mer yta på grund av expansion<sup>2</sup>.*

#### Samlokalisering

Att samlokalisera verksamheter innebär att dess personal omlokaliseras från spridda lokaler till en gemensam fastighet<sup>2</sup>. Detta är vanligt förekommande i uppköp av företag eller vid annan omorganisering så som samlokalisering av huvudkontor och resterande kontor av bolaget. Att samlokalisera medför möjligheter att arbeta mer effektivt då närheten mellan medarbetare skapar ett flöde<sup>3</sup> och förenklar kommunikation och samarbete samt möjliggör utbyte av kompetens. Dessutom kan skalfördelar utnyttjas genom att dela på stödfunktioner så som reception och IT-funktioner, vilket kan innebära kostnadsnedskärningar<sup>2</sup>. Verksamheters behov av samlokalisering varierar beroende på vart i livscykeln företaget befinner sig<sup>4</sup>. Att samlokalisera sin verksamhet är troligtvis därför inte en identifierbar trend hos flertalet företag<sup>3</sup>.

#### Expansion

Vid tillväxtperioder i organisationer är det vanligt förekommande att ett rekryteringsbehov uppstår och att den befintliga lokalen då inte har tillräcklig yta<sup>3</sup>. Expansioner är mest förekommande under högkonjunktur och motsatta behov uppstår vid lågkonjunktur<sup>4</sup>. Då det idag råder en god ekonomi, vilket det även har gjort under de senaste åren sker flertalet omlokaliseringar med anledning av detta<sup>5</sup>. Då vakanserna på Göteborgsmarknaden är rekordlåga, begränsas möjligheten för företag att hitta passande lokaler att expandera i. Det råder därför en enorm efterfrågan på flexibla lokaler som möjliggör expansion<sup>1</sup>. Det är dessutom vanligt förekommande att en viss expansionsyta inkluderas i behovet av lokalbehov, för att möjliggöra en kommande expansion i den befintliga lokalen, även om det inte är anledningen till varför omlokalisering sker<sup>6</sup>.

<sup>1</sup> Daniel Jighede (Uthyrningschef, Vasakronan) personlig intervju 2014-04-04

<sup>2</sup> Gustav Lundkvist (Analytiker, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-03-28

<sup>3</sup> Roger Strömberg (Näringslivschef Göteborg, Business Region Göteborg) personlig intervju 2014-04-03

<sup>4</sup> Reinhold Lennebo (VD, Fastighetsägarna) personlig intervju 2014-04-14

<sup>5</sup> Hans Lind (Professor inom bygg- och fastighetsekonomi, KTH) personlig intervju 2014-04-14

<sup>6</sup> Christina Olason (Uthyrningskonsult, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-05-16.

## 4.2.2 Fastigheten

*Beroende på hyresgästens verksamhet och vilken utvecklingsfas företaget befinner sig i kan faktorer gällande fastigheten ha olika betydelse vid en omlokalisering. De vanligaste anledningarna till att företag väljer att flytta på grund av fastigheten är då de vill höja sin image, förbättra sitt skyltläge, öka lokalstandard, attrahera kompetent personal, sitta i en miljöcertifierad byggnad, yteffektivisera, sänka övriga kostnader eller om det finns missnöje med tidigare fastighetsägare<sup>2</sup>.*

### Image och skyltläge

För att vara konkurrenskraftiga på marknaden krävs det att företag har en tydlig företagsidentitet gentemot de anställda och företagets intressenter. Utifrån denna identitet kan intressenter skapa sig en uppfattning om företaget, en image (Heldmark, 2009). Dock varierar behovet av att ha en tydlig image beroende på företagets branschtillhörighet och dess kundsegment<sup>1</sup>. Angående ett företags lokal är det framförallt dess läge och lokalens utseende som har störst betydelse för imagen. Det finns också många företag som vill uppnå en viss image som väljer områden som de tycker speglar företagets identitet och status. Beroende på branschtillhörighet kan olika områden prioriteras för att stärka sin image. Även val av lokalutformning kan vara ett verktyg för att påvisa företagets image. Genom att exempelvis välja ett aktivitetsbaserat kontor kan ett företag ge ett intryck av att vara framåtsträvande och toppmodern<sup>2</sup>. Genom att fastigheten har ett bra skyltläge kan företag påverka dess intressenters uppfattning om varumärket. Beroende på vilken verksamhet som ett företag bedriver, har skyltläget olika betydelse. Vanligtvis vill de företag som behöver ha nära till sina kunder även ett bra skyltläge för att synas (Nathorst-Böös & Schumacher, 1995). En del branscher använder fastigheten som ett sätt att marknadsföra sitt varumärke, andra branscher har inte samma behov av exponering. Det finns även företagen som är riktade mot en viss nisch och inte vill ha ett skyltläge<sup>1</sup>. Att vara placerad på en attraktiv plats gör det möjligt för företag att synas och attrahera potentiella kunder<sup>2</sup>.

### Attrahera kompetent personal

Enligt Strömberg<sup>3</sup> ger en central kontorslokal med hög standard möjligheten att attrahera den bästa personalen, vilket är avgörande för företags lönsamhet<sup>4</sup>. På dagens arbetsmarknad prioriterar arbetstagare mer och mer att arbeta i ett efterfrågat område<sup>1</sup>. Lennebo<sup>4</sup> instämmer med Lind<sup>1</sup> och menar på att det idag ställs högre krav på lokalers läge. Det efterfrågas centrala lägen med närhet till transportförbindelser. Initialt var det konsultbranschen som belyste vikten av att ha rätt medarbetare i företag, där kapitalet utgörs av de anställda. Idag prioriteras detta av allt fler tjänsteproducerande branscher<sup>5</sup>. Lokalens standard är också avgörande *"Det går inte att sitta i en sunkig 70-tals källare, där alla sitter i sina kontorsceller och tro att man ska attrahera den bästa personalen"*<sup>4</sup>. Vidare menar Strömberg<sup>3</sup> att ett företag kan genom att ha en trivsam, yteffektiv och modern lokal påvisa att de är en attraktiv arbetsgivare. För företag som har anställda utstationerade på uppdrag hos kunder, blir det av större vikt att ha en exklusiv lokal i city för att tilltala medarbetarna att arbeta resterande tid på kontoret. Arbetsgivare eftersträvar att dess anställda ska vilja ta del av företagskulturen, dess värderingar och känna en stolthet att tillhöra företaget<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Hans Lind (Professor inom bygg- och fastighetsekonomi, KTH) personlig intervju 2014-04-14

<sup>2</sup> Gustav Lundkvist (Analytiker, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-03-28

<sup>3</sup> Roger Strömberg (Näringslivschef Göteborg, Business Region Göteborg) personlig intervju 2014-04-03

<sup>4</sup> Reinhold Lennebo (VD, Fastighetsägarna) personlig intervju 2014-04-14

<sup>5</sup> Daniel Jighede (Uthyrningschef, Vasakronan) personlig intervju 2014-04-04

## Högre lokalstandard

Idag råder det en stor efterfrågan på hög lokalstandard på dagens kontorsmarknad<sup>3</sup>. Faktorer som påverkar den fysiska arbetsmiljön prioriteras fortfarande högt, då dålig arbetsmiljö medför hög sjukfrånvaro och arbetsskador, vilket i sin tur skapar stora kostnader för företagen. Om fastighetsägaren kan erbjuda lokaler med bra inomhusklimat, gynnar detta både hyresgästen men gör även fastigheterna mer attraktiva (Nathorst-Böös & Schumacher, 1995). Betydelsen av lokalens standard är dock svår att mäta (Lind & Lundström, 2009). Enligt Lennebo<sup>1</sup> är kulturen och miljön i lokalen helt avgörande för att ett företag ska lyckas med sin verksamhet. Enligt Jighede<sup>2</sup> är det idag en stark trend att genom sin lokal förmedla ett personligt uttryck. Detta har troligtvis en effekt av dagens stora intresse för homestyling. Toaletter och pentryn ska hålla samma moderna standard som i bostäder för att skapa en mer trivsamt miljö<sup>2</sup>. Vidare menar Olausson<sup>3</sup> att denna trend för lokalers inredning har växt fram under de tre senaste åren och att det är vanligt förekommande att extern hjälp tas vid utformning av den nya lokalen<sup>3</sup>. En lokals standard är även betydande då den förmedlar ett första intryck om hyresgästen. Samtidigt menar Lind<sup>4</sup> att kraven på en hög lokalstandard kan gå till överdrift. *"Hur påverkar en flaga i färgen i taket våra prestationer? Det spelar nog egentligen ingen roll"*<sup>4</sup>.

## Miljöcertifiering

Enligt Anna Denell<sup>5</sup>, hållbarhetschef på Vasakronan har intresset hos hyresgäster för miljöcertifierade byggnader ökat under de senaste åren. Tidigare var det endast ett fåtal branscher som efterfrågade detta, men idag har flera branscher intresse av detta. Det är utmärkande i tjänsteproducerande företag, vilka vill arbeta miljömässigt, då lokalen är en av de få faktorer som går att påverka för att sänka klimatpåverkan. Anledningen till att efterfrågan är hög beror huvudsakligen på två aspekter. Dels garanterar certifieringen en hög kvalitet på inomhusklimat och låg energianvändning samtidigt som certifieringen kan användas som varumärkesbyggande<sup>5</sup>. Enligt Jighede<sup>2</sup> är det främst större företag och myndigheter som ser miljöcertifiering som ett krav vid en omlokalisering. Vidare menar Lundkvist<sup>6</sup> att det är vanligt förekommande att stora företag använder miljöcertifierade lokaler som ett sätt att framhäva sin miljöpolicy.

## Yteffektivisering och övriga kostnadsnedskärningar

Allt fler företag prioriterar yteffektiva lokaler då detta möjliggör att företagen kan lokaliseras i en fastighet med högre lokalstandard och i ett bättre läge. Detta då det enligt Lundkvist<sup>6</sup> finns pengar att tjäna för fastighetsägaren, men även att spara för hyresgästen i att erbjuda effektiva lokaler. Trenden går mot att fler företag inte väljer att erbjuda en arbetsplats per anställd, då en stor del inte används dagligen. Det är vanligt förekommande i dagsläget att medarbetare arbetar på alternativa platser<sup>1</sup>. Detta möjliggör för företag att hyra en mindre lokal som är bättre anpassad efter verksamhetens behov vilket kan medföra kostnadsnedskärningar<sup>6</sup>. Även skaleffekter så som att dela reception, konferensrum och gemensamma lunchrum kan bidra till kostnadsnedskärningar. Vid omlokaliseringar är det vanligt att detta prioriteras idag genom att välja ett mindre centralt läge<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Reinhold Lennebo (VD, Fastighetsägarna) personlig intervju 2014-04-14

<sup>2</sup> Daniel Jighede (Uthyrningschef, Vasakronan) personlig intervju 2014-04-04

<sup>3</sup> Christina Olausson (Uthyrningskonsult, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-05-16.

<sup>4</sup> Hans Lind (Professor inom bygg- och fastighetsekonomi, KTH) personlig intervju 2014-04-14

<sup>5</sup> Anna Denell (Hållbarhetschef, Vasakronan) personlig intervju 2014-04-16

<sup>6</sup> Gustav Lundkvist (Analytiker, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-03-28

### **Missnöje med tidigare fastighetsägare**

För att ha långvariga hyresgäster är fastighetsägarens servicekvalitet avgörande. Idag är dock detta inte ett problem, då de flesta fastighetsägare har insett vikten av detta. God service är inte kostsamt i förhållande till kostnaden som uppstår när en hyresgäst lämnar lokalen<sup>1</sup>. Missnöje med tidigare fastighetsägare kan vara en anledning till att verksamheter omlokaliseras även om det inte är vanligt förekommande<sup>2</sup>.

### **4.2.3 Närhet**

*Fastighetens läge är den avgörande faktorn för dess värde och har ofta en nära koppling till hur nära fastigheten är i förhållande till stadskärnan. Genom att placera sig centralt i en stad är lokalerna oftast lättillgängliga och har närhet till allmänna kommunikationer. Var ett företag väljer att placera sig kan bero på flera olika faktorer och det är viktigt att hitta en lokal som passar de anställda och övriga intressenter. Beroende på vilken verksamhet som bedrivs kan faktorer som Närhet till kunder och leverantörer, Närhet till service, Närhet till företag i samma bransch, Parkeringsmöjligheter/Närhet till allmänna kommunikationer påverka val av placering (Nathorst-Böös & Schumacher, 1995).*

#### **Närhet till kunder och leverantörer**

Beroende på verksamhet kan en närhet till kunder och leverantörer vara avgörande vid en omlokalisering. Det kan vara fördelaktigt att ha ett lättillgängligt läge om de fysiska kundmötena är en stor del av företagets arbete. Om en närhet till kunder och leverantörer har en stor betydelse, är det fördelaktigt att lokalisera företaget på lämplig sida av trängselskattsområdet i Göteborgsområdet<sup>3</sup>. Dock menar Lind<sup>1</sup> att behovet av närhet till kunder och leverantörer troligtvis är lägre för de företag som arbetar mycket virtuellt.

#### **Närhet till service**

Att ha en närhet till service, så som lunchrestauranger, butiker och liknande kan avgöra ett företags val av lokalisering. Detta då närheten kan ha ett värde för de anställda och attrahera kompetent personal<sup>3</sup>. Strömberg menar att detta är en viktig aspekt att ta hänsyn vid val av lokal<sup>2</sup>.

#### **Närhet till företag i samma bransch**

Behovet av en närhet till företag i samma bransch varierar men kan vara en avgörande faktor vid val av område innan en omlokalisering. Enligt Lindkvist, Malmberg & Sölvell (2002) är det lönsamt för alla parter om konkurrerande företag placeras nära varandra, också kallat klusterbildning. De positiva aspekterna är att utbyte av idéer kan ske effektivare, företagen kan dra nytta av gemensamma resurser och att de blir konkurrenskraftiga (Grossman, 2012). Enligt Lennebo<sup>4</sup> är denna typ av lokalisering en av lösningarna i framtiden för vissa branscher. Vidare anser Strömberg<sup>2</sup> att endast ett fåtal branscher kan dra nytta av klusterbildning i Göteborgsområdet, exempelvis företag med fokus på forskning och utveckling. Även advokatfirmor har nytta av att lokaliseras nära sina konkurrenter, då det är stärker dess image och varumärke<sup>2</sup>. Dock menar Lind<sup>1</sup> på att klusterbildning inte borde ha en stor betydelse idag, då företag arbetar mer virtuellt och inte nödvändigtvis måste ha fysisk närhet till kunderna.

---

<sup>1</sup> Hans Lind (Professor inom bygg- och fastighetsekonomi, KTH) personlig intervju 2014-04-14

<sup>2</sup> Roger Strömberg (Näringslivschef Göteborg, Business Region Göteborg) personlig intervju 2014-04-03

<sup>3</sup> Gustav Lundkvist (Analytiker, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-03-28

<sup>4</sup> Reinhold Lennebo (VD, Fastighetsägarna) personlig intervju 2014-04-14

### **Parkeringsmöjligheter/Närhet till allmänna kommunikationer**

Om ett företag har stort behov av snabba transportvägar till och från lokalen kan närhet till allmänna kommunikationer alternativt bra parkeringsmöjligheter påverka val av lokal (NCC, 2013). I Göteborgsområdet väljer färre att köra bil, vilket ökar signifikansen av att ha närhet till allmänna kommunikationer<sup>1</sup>. Detta är även vad Göteborgs stad eftersträvar i dess målbild som kallas för K2020. Denna innefattar bland annat att öka antalet resor som sker kollektivt med 40 procent, vilket är fördubbling av dagens kollektiva resande (Svensk kollektivtrafik, 2014). Detta regleras främst genom Göteborgs parkering policy, där syftet är att underlätta för korta ärenden i staden med bil men göra det svårare och dyrare för de som tar bilen in till staden för längre visiter (Ejlertsson, 2012). Denna parkeringspolicy ska uppmuntra att välja alternativa kommunikationer istället för bil (Göteborgs stad, 2014). Enligt Jighede<sup>2</sup> börjar en trend växa fram som innebär att cykelparkeringar prioriteras högre än bilparkeringar.

---

<sup>1</sup> Gustav Lundkvist (Analytiker, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-03-28

<sup>2</sup> Daniel Jighede (Uthyrningschef, Vasakronan) personlig intervju 2014-04-04

### 4.3 Miljöcertifierad byggnad

Det finns ett stort intresse på marknaden för miljöcertifierade byggnader och då flertalet företag i landet arbetar med miljöfrågor tar troligtvis allt fler upp frågan när deras hyreskontrakt utgår<sup>1</sup>. Hyresgäster efterfrågar avtal som medför ett bidragande till skapandet av ett långsiktigt hållbart samhälle vilket troligtvis beror främst på att kundkraven ökat angående miljöpolicy och certifiering. Detta medför därför att val av lokal blir allt mer avgörande<sup>2</sup>. Varför inte fler företag väljer en lokalisering i miljöcertifierade fastigheter har Denell<sup>1</sup> en förklaring till. *”I branschen brukar vi skämtsamt säga att det finns tre saker som är viktigast när ett företag väljer lokal: och det är läget, läget och läget. Även om det i första hand är läget, så anses ju även lokalens utformning vara av större vikt och först därefter kommer miljöcertifiering in”*. Ur ett profileringsperspektiv är det av stor vikt att vara lokaliserad i det rätta området samt att lokalutformningen stämmer överens med företagets verksamhetsinriktning. Även närhet till effektiva transportvägar och kollektivtrafik kan vara avgörande. Om dessa faktorer är tillgodosedda menar Denell<sup>1</sup> vidare att flertalet företag idag väljer en miljöcertifierad byggnad framför en som inte är det. Miljöcertifierade byggnader är speciellt efterfrågat hos tjänsteföretag, då deras konkreta miljöpåverkan är relativt begränsad. Lokaler medför dock goda möjligheter för dessa företag att arbeta konkret med att minska sin miljöpåverkan. I tjänsteföretag är även personalen vanligtvis den viktigaste resursen och det går att se en tendens av att fler företag bryr sig om lokalen utifrån ett arbetsmiljö- och ett prestationsperspektiv. Företag efterfrågar en lokalutformning där man tror att medarbetarna trivs och kan prestera högt. En hög kvalitet av inomhusmiljö, så som ljus- och luftkvalitet kan garanteras i miljöcertifierade fastigheter, vilket också är en förklaring till varför tjänsteföretag visar intresse för miljöcertifierade byggnader<sup>1</sup>.

Fastighetsbranschen har en stor miljöpåverkan och det är därför av stor vikt att branschen tar ansvar och arbetar för att kunna erbjuda ett större utbud av miljöcertifierade byggnader. Samtidigt är det lönsamt för fastighetsägare som har en långsiktighet i bolaget, då miljöcertifierade byggnader medför kortare vakanstider och därmed minimerar hyresbortfall<sup>3</sup>. Vidare menar Denell<sup>1</sup> att Vasakronan troligtvis kommer få ett lägre pris för dess finansiering av nyproducerade miljöcertifierade byggnader jämfört med om husen inte var miljöcertifierade. Detta då projekten möjliggör finansiering genom ”Gröna obligationer” som det finns stor efterfrågan på i investerarmarknaden. Fastighetsbolagen når då en bredare investerarkrets<sup>1</sup>.

Enligt Denell<sup>1</sup> går det inte generellt att säga att hyran ökar i miljöcertifierade byggnader, intresset är inte tillräckligt stort idag för att kunna differentiera hyran. Jighede<sup>3</sup> menar vidare att fastighetens hyra bedöms ur ett helhetsperspektiv och det går inte att göra ett hyrespåslag endast från en certifiering. Dock kan det påvisas en indirekt ökning av hyran i miljöcertifierade byggnader då det blir allt svårare att hyra ut fastigheter utan miljöcertifiering. Detta tvingar fastighetsägare att minska hyran i dessa objekt för att få dem uthyrda. Få hyresgäster är idag inte villiga att betala mer i hyra för en miljöcertifierad byggnad<sup>2</sup>. Dock visar studier på att det finns en marginell acceptans på en hyresökning med 2 procent (Lind & Lindström, 2009). Denell<sup>1</sup> menar att miljöcertifierade byggnader troligtvis kommer bli ett baskrav i framtiden och att fastighetsägare inte ens kommer att ges möjlighet att offerera om hyresgästen efterfrågar en miljöcertifierad byggnad och det inte kan erbjudas<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Anna Denell (Hållbarhetschef, Vasakronan) personlig intervju 2014-04-16

<sup>2</sup> Reinhold Lennebo (VD, Fastighetsägarna) personlig intervju 2014-04-14

<sup>3</sup> Daniel Jighede (Uthyringschef, Vasakronan) personlig intervju 2014-04-04

## 4.4 Lokalutformning

Allt fler kommersiella hyresgäster inser vikten av att ha rätt lokal med rätt lokalutformning för att skapa en effektiv och trivsamt arbetsmiljö<sup>1</sup>. Enligt Christina Bodin Danielsson, kontorsforskare på Stockholms universitet påverkar utformning en lokals utformning personalens trivsel, hälsostatus, sjukfrånvaro, upplevelse av ledarskap, stress och förekomsten av arbetsplatskonflikter. Det har också en påverkan på arbetstillfredsställelse, gemenskap på arbetsplatsen, interaktion och hur information utbyts mellan medarbetare. Idag finns ett stort intresse för arbetsmiljö bland företag och fastighetsägare, dock finns ingen optimal kontorslösning för alla utan kontoret måste anpassas efter verksamhetens arbetssätt<sup>2</sup>. Vidare kan fastighetsägare skapa konkurrensfördelar genom att erbjuda sina hyresgäster effektiva kontorslokaler (Lindholm, 2008).

Det går trender i arbetssätt och hur lokaler ska utformas. I mitten på 1900-talet var normen så kallade cellkontor, där personalen hade individuella kontorsrum. Fördelen med cellkontor är att avskildheten ökar, ljud dämpas och koncentrationen kan öka. Nackdelarna med cellkontor är att kommunikationen mellan medarbetare försvåras, sämre flexibilitet och instängdhet (Arbetsmiljöverket, 2014). Vidare menar Olausson<sup>3</sup> att denna utformning kräver mest lokalyta per anställd. Under de senare tio till femton åren har trenden gått från cellkontor till att arbeta i öppna kontorslandskap<sup>2</sup>. Öppna kontorslandskap innebär att större delen av personalen sitter i en öppen yta. Detta kan öka samhörigheten, underlätta kommunikationen och underlätta arbete i grupp. Det negativa är att ljudnivån kan påverka koncentrationen och att öppenheten då istället blir ett stressmoment. För att ta tillvara på de positiva aspekterna av cell och öppet landskap kan man även ha en kombination av dess, så kallade kombikontor (Arbetsmiljöverket, 2014).

Den senaste trenden inom lokalutformning är aktivitetsbaserade också kallade flexkontor<sup>1</sup>. Detta var populärt under 1990-talet inom IT- och konsultbranschen och har sedan 2010 återigen blivit en attraktiv typ av lokalutformning<sup>2</sup>. Denna kontorslayout innebär att medarbetarna har möjlighet att variera arbetsplats utefter arbetsuppgift och det finns inte en traditionell arbetsplats för varje anställd. Olika inspirerande miljöer erbjuds och det finns ofta tysta avdelningar för självständigt arbete och platser för samarbete i grupp. Det är vanligt förekommande att medarbetare i denna miljö upplever en ökad trivsel, kreativitet och underlättad kunskapsöverföring, då layouten ger upphov till spontana möten bland medarbetarna. Vidare finns goda möjligheter att undvika störningsmoment som vanligtvis kan förekomma i öppna kontorslandskap, då medarbetarna kan arbeta i tysta zoner. När ytan optimeras utifrån behov finns möjlighet att minska den totala kontorsytan (Detnyaarbetslivet, 2014). Lundqvist<sup>4</sup> menar att denna kontorsutformning skapar uppmärksamhet då det reflekterar ett nytänkande, annorlunda och djärvt arbetssätt. Att implementera ett aktivitetsbaserat kontor bör inte vara en lösning för att minimera kostnader utan ett koncept som ska inspirera medarbetarna. För att lyckas med införandet av kontorsutformningen krävs engagemang från hela verksamheten. Det är av stor vikt att företagets ledning har en genomtänkt strategi, en projektledare som anpassar ytorna efter företagets arbetssätt och involverar de anställda i förändringsprocessen (Detnyaarbetslivet, 2014).

---

<sup>2</sup> Christina Bodin Danielsson (Kontorsforskare på Stressforskningsinstitutet, Stockholms universitet) mailkontakt 2014-04-17.

<sup>3</sup> Christina Olauson (Uthyrningskonsult, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-05-16.

<sup>4</sup> Gustav Lundqvist (Analytiker, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-03-28



#### 4.4.1 Lokalutformning i praktiken

Detta avsnitt presenterar resultatet av de två fallstudier som utförts i två av respondenternas nuvarande kontorslokaler. Fallstudie A genomfördes hos företaget Bisnode och Fallstudie B genomfördes hos ett företag som valts att presenteras anonymt. Bisnode valdes att besökas för att få en uppfattning om hur en aktivitetsbaserad lokalutformning fungerar i praktiken. Enligt Olausson<sup>1</sup> är av stor vikt att fastighetsägare har en förståelse för hur detta moderna arbetssätt fungerar i praktiken för att kunna vägleda kunder till rätt utformning och för att vara medveten om de utmaningar som råder<sup>1</sup>. Fallstudie B valdes för att påvisa vikten av god arbetsmiljö. Att fastighetsägare erbjuder en fungerande arbetsmiljö kan anses vara en självklarhet idag, men denna Fallstudie gav insikt om att det än idag finns lokaler med stora brister.

##### Fallstudie A: Aktivitetsbaserat kontor

Bisnode är ett tjänsteföretag som arbetar med affärs-, kredit- och marknadsinformation. Företaget flyttade till en kontorslokal i nyproducerade byggnaden Tennet i Gullbergsvass i början av 2014 och har valt en kontorsutformning där 60 procent har ett aktivitetsbaserat upplägg och 40 procent består av fasta arbetsplatser. Bisnode valde denna kontorsutformning då de ville skapa en gemensam företagskultur och ett enhetligt varumärke då de samlokaliserade 18 olika organisationer. Strävan var att skapa en ny, stimulerande och effektiv arbetsmiljö med ett integrerat arbetssätt och korta kommunikationsvägar. Företaget ville även skapa en välkomnande miljö där dess innovativa kultur även speglas i en yteffektiv lokal.

Flertalet av medarbetarna är nöjda och trivs i kontorslokalen och företaget upplever att det som efterfrågades uppfylls. *”Vi märker att folk verkligen är glada att komma till arbetsplatsen, det finns en stämning av glädje, innovation och inspiration här”*.

Samtidigt är Bisnode medvetna om de utmaningar som den nya lokalutformningen medför. Då denna lokalutformning innebär ett helt nytt arbetssätt är det kritiskt att hela organisationen är delaktig i förändringsprocessen. Företaget menar att det krävs mycket engagemang och vilja och det är av stor vikt att även ledningen tillämpar konceptet. Det krävs en viss disciplin för att denna utformning skall fungera utan att skapa irritation på arbetsplatsen. Bisnode har infört en regel de kallar ”Clean Desk” och som innebär att alla medarbetare skall lämna arbetsplatsen iordninggjord och utan hinder för andra att arbeta.



Figur 3 och 4: Aktivitetsbaserade arbetsplatser hos Bisnode

---

<sup>1</sup> Christina Olauson (Uthyrningskonsult, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-05-16.

## **Fallstudie B: Betydelsen av arbetsmiljö**

På företaget arbetar de kontorsanställda mycket med kundkontakt över telefon. Företaget flyttade år 2012 från på grund av endast en faktor, nämligen extremt bristande arbetsmiljö i tidigare lokaler. I den tidigare fastigheten fanns stora problem med att reglera inomhusklimatet. *”Under sommaren var det extremt varmt och under vintern kunde vissa avdelningar ha en temperatur på 10 grader, det var också bristande luftkvalitet och det kunde ibland regna in”* sa en av de två medarbetarna som intervjuades. En av medarbetarna som intervjuades upplevde ofta huvudvärk och tyckte att detta påverkade hennes arbetssituation. Medarbetarna upplevde en irritation i tidigare lokalen över de rådande förhållandena och effektiviteten hämmades. Vidare var planlösningen i tidigare lokal ineffektiv, då avdelningarna var placerade på fyra olika våningsplan med ostrukturerad planlösning. Detta medförde att kommunikationen mellan medarbetarna var tidsödande. Flytten medförde att arbetsmiljön förbättrades enormt och lokalen är nu planerad efter företagets behov. Detta har skapat en helt ny stämning och personalen upplever en nöjdhet med tillvaron och kan prestera utan att störas av bristande arbetsmiljö. *”Idag lägger vi fokus på rätt saker och vi umgås på ett helt annat sätt än förut.* En av de intervjuade medarbetarna arbetade tidigare i ett cellkontor och är idag placerad i ett öppet landskap. Intervjupersonen upplevde det fungerande i de båda utformningarna, och menar att det finns för- och nackdelar med de båda alternativen. I cellkontoret blev medarbetaren sällan störd och det uppfattades enkelt att koncentrera sig. Dock ansågs det mer ansträngande att upprätthålla en effektiv kommunikation med medarbetarna. I det öppna kontorslandskapet sker kommunikationen mycket enklare och en ny nivå av kompetensutbyte mellan olika avdelningar förenklar arbetet. Dock är risken att bli störd av andra medarbetare hög i det öppna landskapet, speciellt vid telefonsamtal.

## 5. Omlokaliseringsstudien

För att identifiera efterfrågan på kontorslokaler har 43 telefonintervjuer genomförts med företag som har omlokaliserat mellan kvartal tre år 2011 och kvartal ett år 2014. Företagen arbetar både inom den offentliga och privata sektorn i Göteborgsområdet och hyr en nuvarande lokalyta på minst 500 kvadratmeter. Alla intervjuer utgick utifrån en standardiserad enkät som var uppdelad i fem olika ämnesområden. Första delen av enkäten inleds med en förundersökning av respektive respondent. Där anges den tidigare geografiska delmarknaden och vilken bransch som företag tillhör. Svaren angavs genom att sätta ett kryss i rätt ruta, se figur 5 nedan:

Tidigare delmarknad:	Bransch:
<input type="checkbox"/> Avenyområdet	<input type="checkbox"/> Byggnad
<input type="checkbox"/> Gårda/Stampen/Heden	<input type="checkbox"/> Grossister och Detaljister
<input type="checkbox"/> Inom vallgraven/Nordstaden	<input type="checkbox"/> IT-service
<input type="checkbox"/> Järntorget/Masthugget/Majorna	<input type="checkbox"/> Offentlig sektor, utbildning & sjukvård
<input type="checkbox"/> Kungsbacka	<input type="checkbox"/> Teknik och telecom
<input type="checkbox"/> Lilla Bommen	<input type="checkbox"/> Tjänsteföretag
<input type="checkbox"/> Mölndal/ Mölndals dalgång	<input type="checkbox"/> Övrigt
<input type="checkbox"/> Norra Älvstranden	
<input type="checkbox"/> Västra Göteborg (Högsbo, Sisjön, Järnbrott)	
<input type="checkbox"/> Östra Gbg (Gamlestaden)	
<input type="checkbox"/> Övriga Hisingen	
<input type="checkbox"/> Övrigt _____	

Figur 5: Förundersökning

Nästkommade del av enkäten innefattar frågor gällande den tidigare lokalen. För att bekräfta tidigare delmarknad med förundersökningen ställs en fråga gällande tidigare adress. Vidare ställs en fråga om lokalens yta, kontraktslängd och typ av lokalutformning. I del två ställs samma frågor för den nuvarande lokalen för att möjliggöra en jämförelse mellan tidigare och nuvarande läge och lokalutformning.

Tidigare adress:

Kontorsyta:  Kvm

Vad hade ni för kontraktslängd?  År

**Typ av lokal, tidigare fastighet:**

Övervägande andel kontorslandskap	<input type="checkbox"/>
Övervägande andel cellkontor	<input type="checkbox"/>
Mixad lokal (cell/landskap)	<input type="checkbox"/>
Aktivitetsbaserat kontor (förklara)	<input type="checkbox"/>

Figur 6: Tidigare lokal

Den tredje delen av enkäten är den mest centrala delen i undersökningen och syftar till att identifiera vilka faktorer som var avgörande vid flytt. Respondenten har fått betygsätta de faktorer som inverkat vid val av lokal vid omlokaliseringen på en femgradig skala. En femma betyder att faktorn hade mycket hög betydelse och en etta betyder att faktorn inte hade någon betydelse. De faktorer som inkluderades i undersökningen är framtagna i tidigare års studier och anses vara de mest relevanta faktorerna att inkludera i en omlokaliseringsstudie av detta slag. Faktorerna som respondenten har fått gradera är uppdelade i tre olika kategorier, företaget, fastigheten, närhet:

Företaget	Fastigheten	Närhet
Samlokalisering	Högre lokalstandard	Närhet till kunder/leverantörer
Image	Miljöcertifierad byggnad	Närhet till service
Bättre skyltläge	Bättre parkeringsmöjligheter	Närhet till företag i samma bransch
Expansion	Missnöje m. tidigare fast.ägare	Närhet till allmänna kommunikationer (Spårvagn, buss, tåg, flyg)
Attrahera kompetent personal		
Yteffektivisering		
Övriga kostnadsnedskärningar		

**Figur 7: Avgörande faktorer vid omlokalisering**

För att inte begränsa respondenten i sina svar och för att öppna upp för fler faktorer har även denna öppna fråga ställts efter varje kategori *"Fanns det andra faktorer som har haft betydelse i omlokaliseringen gällande denna kategori?"*. För att slutligen identifiera om alla faktorer blivit uppfyllda i den nya fastighet ställs en öppen fråga som lyder: *"Har omlokaliseringen medfört att alla faktorer ni önskade blivit uppfyllda i den nuvarande fastigheten?"*. Denna del innefattade även frågan *"Har flytten medfört en ökad kostnad per anställd?"*.

Del fyra innehåller frågor gällande miljöcertifiering. Detta för att identifiera om miljöcertifiering är en trend på dagens marknad och hur hyresgäster förhåller sig till detta koncept. Den första frågan anger om den nuvarande lokalen är en miljöcertifierad fastighet eller ej. Den andra frågan handlar om respondenten anser att det är rimligt att hyreskostnaden påverkas av att en fastighet är miljöcertifierad. Om respondenten svarar ett "Ja" på den andra frågan, ställs även frågan om hur mycket hade man varit villig att betala mer i hyra. Respondenten kan sedan välja en rimlig hyrespåslagning (5%, 10%, 15%, 20%, 25%).

Är fastigheten ni nu sitter i miljöcertifierad?

Ja  Nej

Tycker ni att det är rimligt att hyreskostnaden påverkas av att en fastighet är miljöcertifierad?

Ja  Nej

Om Ja, hur mycket mer skulle ni ha varit beredda att betala i hyra?

5 % eller mindre  10 %  15 %  20 %  25 % eller mer

**Figur 8: Miljöcertifiering**

Den femte och sista delen i intervjun handlar om vilka geografiska områden som ansågs vara lämpliga vid omlokaliseringen. Detta ger möjlighet för respondenten att välja flera områden som de ansåg vara intressanta att flytta till. Vidare innefattar även denna del frågor angående företagets tillvägagångsätt vid lokalsökning samt den fysiska flytten.

**Hur gick ni tillväga vid er lokalsökning?**

Tidningar  Rådgivare/Mäklare  Internet  Befintlig fastighetsägare   
Annat

**Använde ni er av extern hjälp under flytten?**

Ja  Nej

**Om ja, vid vilken fas?**

Kontraktsförhandling  Utformning av den nya lokalen   
Fysisk flytt  Annat

**Figur 9: Tillvägagångsätt**

## 6. Resultat från tidigare omlokaliseringsstudier

Jones Lang LaSalle genomför vartannat år en omlokaliseringsstudie för att identifiera efterfrågan på kommersiella kontorslokaler i Göteborgsområdet. Detta kapitel är en sammanfattning från de två senaste studierna utförda för år 2008-2009 och 2009-2011 i Göteborgsområdet. Antalet respondenter i undersökningarna varierar från 27 stycken år 2008-2009 till 32 stycken år 2009-2011. Följande kapitel presenterar de två tidigare studiernas resultat i följande ordning; *Flyttströmmar inom Göteborgsområdet*, *Avgörande faktorer vid omlokalisering*, *Miljöcertifiering* och *Lokalutformning*.

### 6.1 Flyttströmmar inom Göteborgsområdet

*Detta avsnitt redogör om företagen i studierna valde att flytta till nytt eller inom befintligt delområde, vilka delområden som ansågs vara attraktiva vid dess omlokalisering samt hur nettoinflyttningen har sett ut i Göteborgsområdet.*

#### 6.1.1 Andel omlokaliseringar i samma respektive nytt delområde

I undersökningen från 2008-2009 valde 12(27) företag att omlokaliseras till en ny delmarknad, se figur 10. Detta innebär att majoriteten valde att stanna kvar i samma delområde som tidigare placering. Studien från 2009-2011 har inte behandlat denna fråga, vilket omöjliggör att påvisa en förändring över tid.



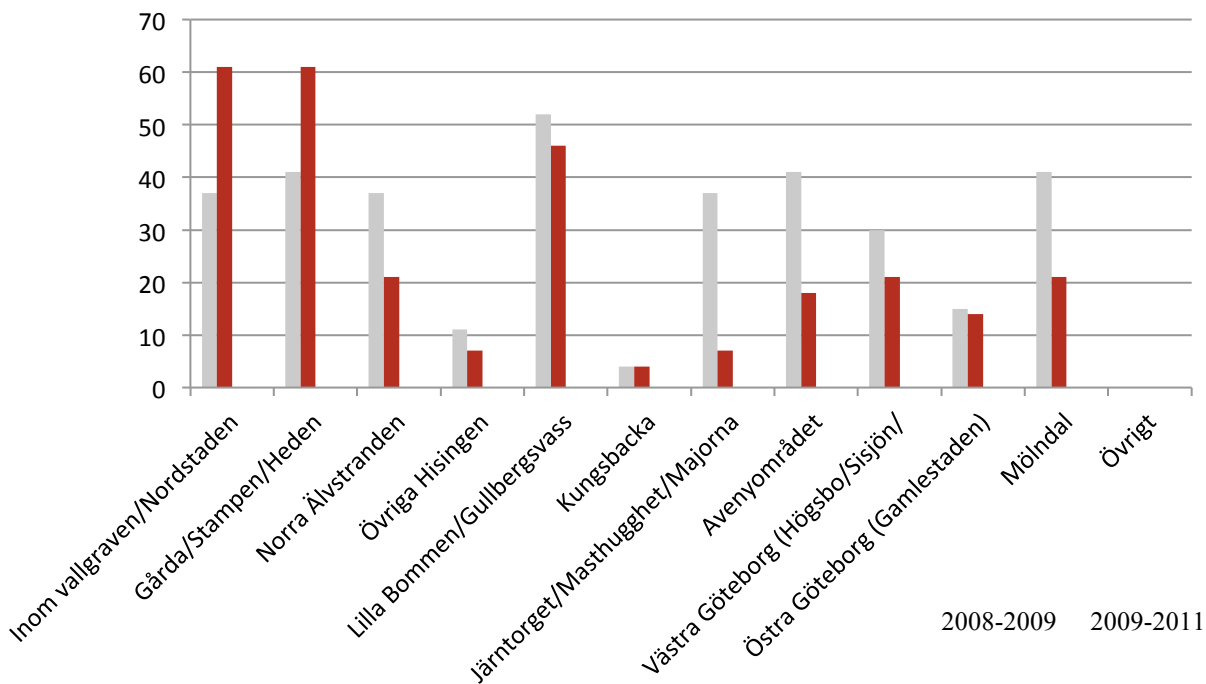
**Figur 10:** Andelen företag som valt att omlokalisera inom samma delmarknad som tidigare respektive ny delmarknad i studien 2008-2009.

#### 6.1.2 Delområdets attraktivitet

*Följande avsnitt undersöker vilka delområden som ansågs attraktiva i undersökningarna. Delområdenas attraktivitet identifieras genom att undersöka vilka områden som respondenterna ansågs som potentiella lokaliseringar vid flytten samt hur nettoinflyttningen blev per område.*

##### 6.1.2.1 Potentiella delområden

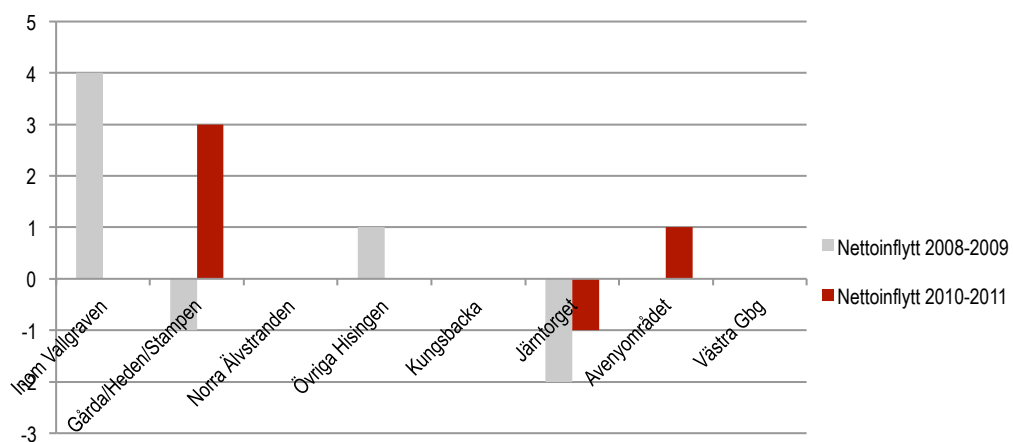
I undersökningarna har respondenterna angett de delmarknader som ansågs som potentiella placeringar för dess omlokalisering, se tabell 1. Resultatet visar att delområdena *Gårda/Stampen/Heden* och *inom Vallgraven* ansågs vara de mest attraktiva områdena i båda studierna från tidigare år och därefter ansågs *Lilla Bommen* vara mest attraktivt. Samtliga områden förutom *Gårda/Stampen/Heden* och *inom Vallgraven* ansågs mindre attraktiva i studien från 2009-2011 jämfört med studien från 2008-2009. Den senast utförda studien visar vidare att rörligheten på marknaden ökat, då allt fler överväger fler delmarknader än tidigare i sina omlokaliseringar.



**Tabell 1: Fördelning av de områden som ansågs potentiella vid omlokaliseringen**

### 6.1.2.2 Nettoinflytt

Nettoinflyttning visar på hur flyttströmmar rör sig och ger en indikation på hur attraktiva de olika delmarknaderna anses vara. Studien utförd 2008-2009 hade en annan indelning av delmarknaderna än studien utförd 2009-2011, vilket gör att jämförelsen mellan studierna är begränsad till de åtta delmarknaderna ovan. Som Tabell 2 visar, varierar nettoinflyttningen mellan omlokaliseringsstudierna. Störst nettoinflyttning hade inom Vallgraven under 2008-2009 och år 2009-2011 skedde flest inflyttningar i Gårda/Stampen/Heden i förhållande till utflyttningar. Delmarknaderna där det inte visas några staplar har företag antingen flyttat inom samma delmarknad, inte skett någon in eller utflytt eller så har det skett lika många inflyttningar som utflyttningar.



**Tabell 2: Nettoinflyttning per delmarknad i Göteborgsområdet**

## 6.2 Avgörande faktorer vid omlokalisering

I detta avsnitt görs en jämförelse mellan vilka faktorer som var avgörande vid företags omlokalisering. Respondenterna har betygsatt de faktorer som varit avgörande efter betydelsegrad på en femgradig skala. En femma innebär att faktorn haft mycket hög betydelse och en etta innebär att faktorn har haft en mycket liten betydelse för omlokaliseringen. Faktorerna är uppdelade nedan i två kategorier "Faktorer med hög betydelse" och "Faktorer med låg betydelse".

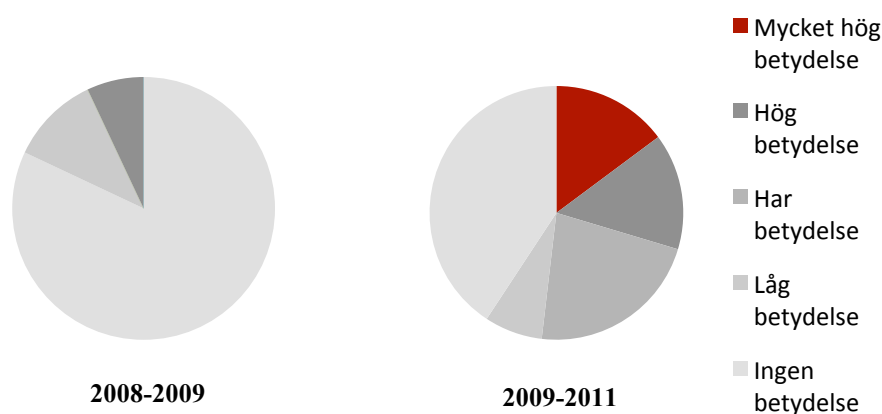
### 6.2.1 Faktorer med hög betydelse

Den faktor som flest respondenter ansåg ha högst betydelse var *Yteffektivisering*, då drygt två tredjedelar av respondenterna från båda undersökningarna ansåg att faktorn hade hög eller mycket hög betydelse. Även faktorerna *Expansion*, *Image*, *Attrahera kompetent personal*, *Högre lokalstandard* och *Närhet till allmänna kommunikationer* ansågs av majoriteten i båda undersökningarna ha en hög eller mycket hög betydelse. Vidare menar cirka hälften av respondenterna i båda undersökningarna att faktorerna *Närhet till kunder och leverantörer* och *Närhet till service* hade hög eller mycket hög betydelse. Ingen av faktorerna ovan visar på en större skillnad mellan studierna.

### 6.2.2 Faktorer med låg betydelse

I båda undersökningarna ansåg majoriteten att faktorn *Samlokalisering*, *Bättre skyltläge*, *Närhet till företag inom samma bransch* och *Övriga Kostnadsnedskärningar* inte hade någon betydelse eller låg betydelse. Att omlokalisera verksamheten till en miljöcertifierad byggnad ansågs av majoriteten i studien från 2009-2011 ha låg eller inte någon betydelse vid dess flytt. Endast 5(32) respondenter ansåg att faktorn hade hög eller mycket hög betydelse. Detta undersöktes inte i studien från 2008-2009, vilket omöjliggör en jämförelse över tid.

En tydlig förändring mellan studierna är betydelsen av faktorn *Missnöje med tidigare fastighetsägare*. I studien 2008-2009 svarade cirka fyra femtedelar av respondenterna att det inte haft någon betydelse och ingen av de svarande menade att detta haft mycket hög betydelse, se figur 11. Resultatet från studien från 2009-2011 påvisar att faktorn hade en större betydelse än tidigare, då cirka hälften svarade att faktorn har betydelse, hög betydelse och mycket hög betydelse.

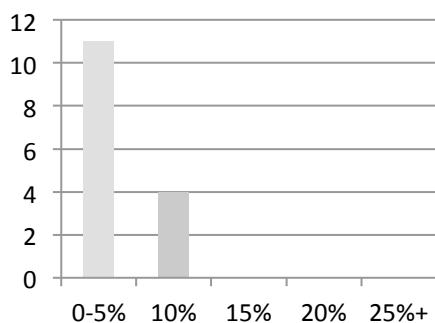


Figur 11: Betydelsen av faktorn "Missnöje med tidigare fastighetsägare" vid omlokalisering



### 6.3 Miljöcertifiering

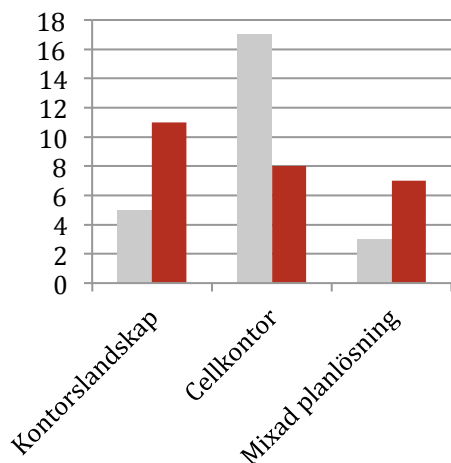
Endast studien från 2009-2011 undersökte om de svarande företagen var villiga att betala mer i hyra för en miljöcertifierad byggnad. Detta för att undersöka om det ansågs rimligt att fastighetsägare skulle ta ut en högre hyra i en certifierad fastighet. Resultatet visar att cirka hälften, 15(32) av respondenterna svarade att de inte var villiga att betala mer i hyra för att sitta i en miljöcertifierad byggnad. Av de svarande som var villiga att betala mer ansåg 11(15) att det var rimligt att betala 5 procent eller mindre och 4(15) menade att det var rimligt att betala 10 procent mer i hyra.



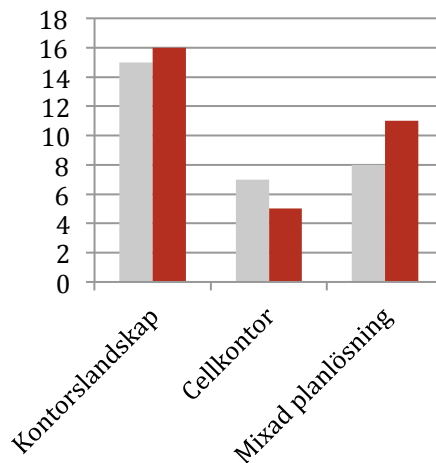
Tabell 3: Hur stort hyrespåslag som de 15(32) ansåg vara rimligt för att sitta i en miljöcertifierad byggnad.

### 6.4 Lokalutformning

Lokalens utformning kan vara en avgörande faktor vid en omlokalisering. För att undersöka efterfrågan på lokalutformning fick respondenterna svara på frågan vilken lokalutformning de hade i den tidigare lokalen och vilken utformning den nya lokalen har. Svartalternativen var *Övervägande andel kontorslandskap*, *Övervägande andel cellkontor* eller *Mixad planlösning* (blandning av cellkontor och kontorslandskap).



Tabell 4: Lokalutformning innan och efter omlokalisering (2008-2009)



Tabell 5: Lokalutformning innan och efter omlokalisering (2009-2011)

Undersökningen år 2008-2009 visade en tydlig övergång från cellkontor till kontorslandskap men även till mixad planlösning. Andelen cellkontor minskade från 61 procent innan flytt till 31 procent efter flytt, se tabell 4. Undersökningen från 2009-2011 visar att kontorslandskap ansågs populärt och att cirka hälften av respondenterna

valde denna utformning både innan och efter flytt. Att andelen cellkontor minskat, bekräftas även i denna undersökning, då andelen cellkontor minskat från 23 procent till 16 procent.

## 7. Resultat

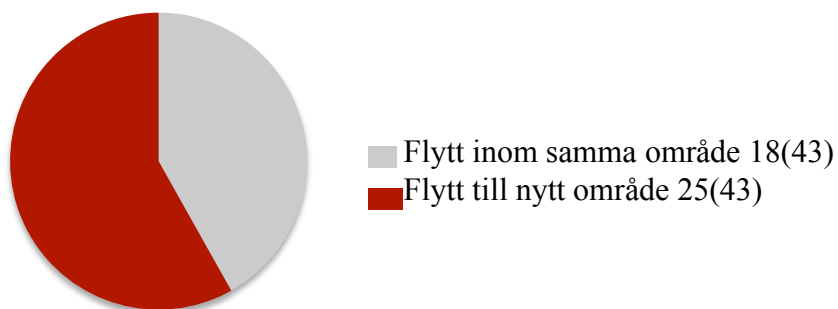
Följande kapitel presenterar det sammanställda resultatet av den genomförda undersökningen över perioden 2011-2014. Resultatet är indelt i fyra underkapitel; *Flyttströmmar inom Göteborgsområdet, Avgörande faktorer för omlokalisering, Miljöcertifierad byggnad samt Lokalutformning.*

### 7.1 Flyttströmmar inom Göteborgsområdet

*I detta underkapitel presenteras hur flyttströmmarna rört sig i Göteborgsområdet under den avgränsade tidsperioden. Vidare visas även andelen av de svarande som valt en lokalisering i samma område som tidigare samt andelen som valt att omlokaliseras till ett nytt område. Även attraktiviteten av delområdena inom Göteborgsområdet presenteras genom att påvisa de svarandes tidigare och nuvarande lokaliseringar och vilka områden som ansetts potentiella vid dess omlokalisering. Slutligen presenteras samtliga delområdens nettoinflyttning.*

#### 7.1.1 Andel omlokaliseringar i samma respektive nytt delområde

Av de 43 svarande företagen flyttade 18 inom samma område som de tidigare var lokaliserade i och resterande 25 flyttade till ett nytt område. Detta innebär att skillnaden mellan flyttar inom samma och till nytt område inte är starkt urskiljande men att övervägande andel svarande valde en lokalisering i ett nytt delområde.



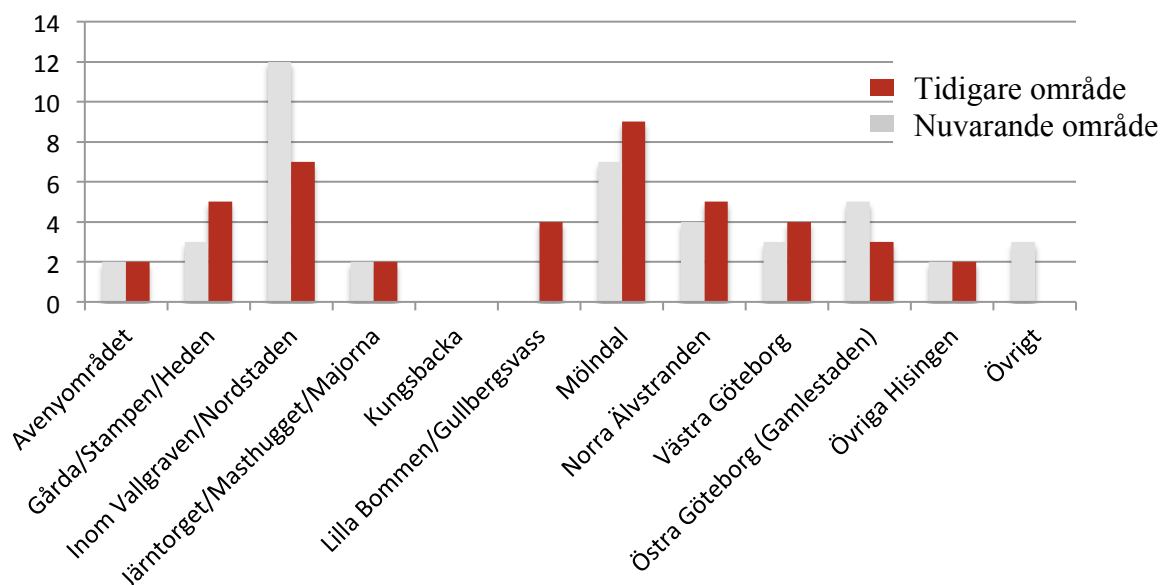
**Figur 12: Andelen företag som valt att omlokalisera inom samma delmarknad som tidigare respektive ny delmarknad i studien 2011-2014.**

## 7.1.2 Delområdets attraktivitet

Nedan presenteras 12 olika områden som är aktuella för dagens kontorsmarknad i Göteborg. Varje delområde redogör för hur många av respondenterna som var lokaliserade där innan och efter flytt men även vilka områden som ansågs potentiella för respondenterna att omlokalisera verksamheten till. Detta följes av en korsanalys som har genomförts för att undersöka samband mellan olika branscher och områden. Avslutningsvis summeras flyttströmmarna i nettoinflyttning per område.

### 7.1.2.1 Tidigare och nuvarande lokalisering

Områdena nedan är presenterade i den ordning som flest företag har omlokaliserat till i undersökningen. Tabell 6 nedan visar antalet avflyttningar och inflyttningar i områdena.



Tabell 6: Flyttströmmar till och från olika delar i Göteborgsområdet

#### Mölndal

I undersökningen valde 9 av 43 företag att placera sig i Mölndal, vilket gör detta område till det mest populära området att flytta till, varav 3 företag valde att vara kvar inom samma område. 7 företag hade området som tidigare placering. Utöver de som valde Mölndal som lokalisering, ansåg 7(43) av de svarande att området var potentiellt för dess verksamhets lokalisering. Mölndal hade en nettoinflyttning på 2 företag och var därmed ett av de två delområden som hade den näst högsta nettoinflyttningen.

#### Inom Vallgraven/Nordstaden

Det näst populäraste området att omlokalisera till var till inom Vallgraven/Nordstaden. Som Tabell 6 visar var det 7 företag som valde att placera sig i detta område, varav 5 företag valde att sitta kvar inom samma område som tidigare. Detta var även det område som flest företag hade som tidigare lokalisering innan flytt. 8(43) ansåg att området var potentiellt i dess val av lokalisering för företaget. Inom Vallgraven/Nordstaden hade den lägsta nettoinflyttningen i undersökningen, med en avflyttning på 5 företag.

#### Norra Älvstranden

5 av 43 svarande i undersökningen flyttade till Norra Älvstranden, vilket gör detta område till ett av de två områdena med tredje populäraste placeringen. 3 av dessa företag valde att sitta kvar inom samma område som tidigare. Endast 2(43) företag ansåg att delområdet var ett potentiellt område för dess omlokalisering. Delområdet hade en nettoinflyttning med 1 företag.

### **Gårda/Stampen/Heden**

Även till Gårda/Stampen/Heden omlokaliserade 5 av 43 respondenter, varav 2 valde att vara inom samma område. Dock är Gårda/Stampen/Heden det området som flest av de svarande 12(43) ansåg vara potentiellt att omlokalisera sin verksamhet till. Delområdet hade en nettoinflyttning på 2 företag och var därmed ett av de två delområden med den näst högsta nettoinflyttningen i undersökningen.

### **Lilla Bommen/Gullbergsvass**

Delområdet Lilla Bommen/Gullbergsvass var det enda området som inget företag har flyttat ifrån. 4 nya företag hade valt att lokalisera sig i området och det ansågs även av 9(43) vara ett potentiellt område att omlokalisera verksamheten till. Dessutom hade Lilla Bommen högst nettoinflyttning av samtliga delområden med 4 företag, se tabell 7 nedan.

### **Västra Göteborg**

I Västra Göteborg (Högsbo/Sisjön/Järnbrott) valde 4 företag att omlokalisera sin verksamhet till, varav 2 hade placering i området tidigare. Dock anser 9(43) att området var potentiellt vid dess val av lokal. Delområdet hade en nettoinflyttning på 1 företag.

### **Östra Göteborg**

I sin omlokalisering valde 3 företag att flytta till Östra Göteborg (Gamlestaden), varav 1 företag har valt att placera sig inom samma område som tidigare. Endast 3(43) företag ansåg att en lokalisering i området var potentiellt.

### **Järntorget/Masthugget/Majorna**

Delområdet Järntorget/Masthugget/Majorna har lika många företag flyttat från som till. 2 företag har flyttat från och 2 nya företag har flyttat till området, vilket ger en nettoinflyttning på 0 företag. Av de 43 svarande ansåg 6 att detta område var potentiellt att omlokalisera sin verksamhet till.

### **Avenyområdet**

Inom Avenyområdet var 2 företag placerade tidigare och en av dessa valde en ny lokal inom detta område. Inga nyinflyttningar skedde i området men ett stort antal 9(43) ansåg att en lokalisering i området var potentiellt vid dess flytt. Delområdet hade en nettoinflyttning på minus 1 företag.

### **Övriga Hisingen**

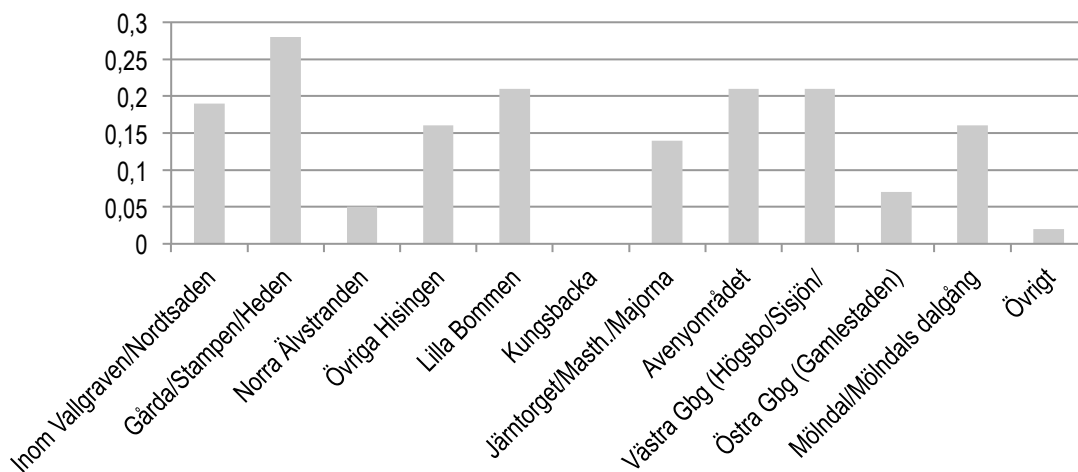
På Övriga Hisingen var 2 företag lokaliserade tidigare och ett av dessa valde en lokalisering inom samma område som förut. Detta resulterar i att inga nyinflyttningar skedde i området. 7(43) av de svarande ansåg att en lokalisering i detta område var potentiellt. Övriga Hisingen hade även en nettoinflyttning på minus 1 företag.

### **Kungsbacka**

I Kungsbacka var inga företag placerade tidigare och inga har en nuvarande lokalisering i detta område vilket ger en nettoinflyttning på 0 företag. Vidare ansåg inga företag att detta område var potentiellt för dess omlokalisering.

### **Övriga delområden**

I övriga delar av Göteborgsområdet har 3 företag flyttat från och inga företag har flyttat till. 1(43) av de svarande menade att övriga delområden var potentiella att omlokalisera dess verksamheter till vid flytt.



**Tabell 7: Fördelning av vilka delmarknader som företag ansåg vara attraktiva vid sin omlokalisering**

### **Korsanalys**

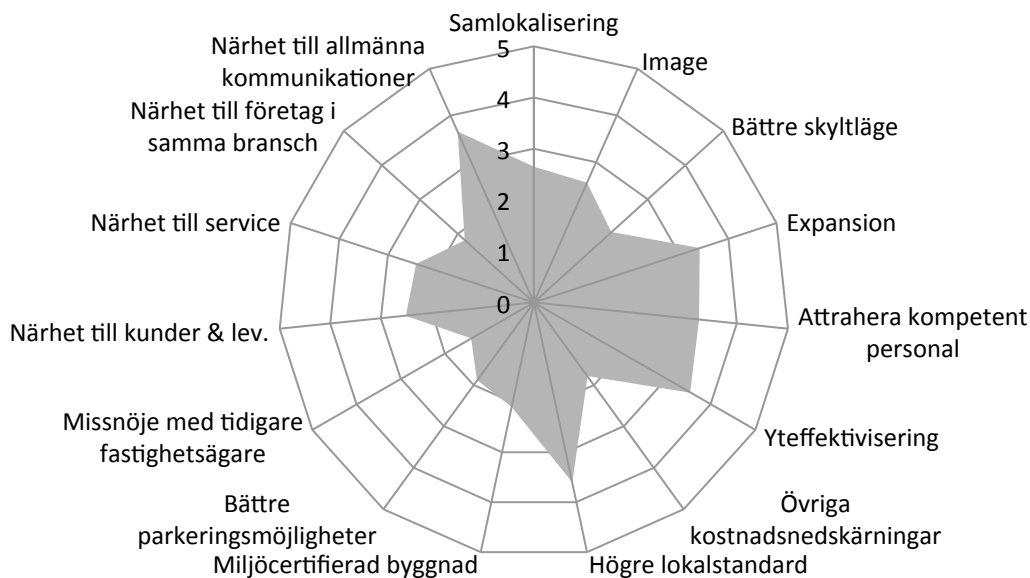
Vidare har även en korsanalys genomförs för att summera vart flest företag inom olika branscher omlokaliseras genom att korsa ”Nuvarande marknad” med ”Branschtillhörighet”. Inom branschen *Offentlig verksamhet/Sjukvård/Utbildning* lokaliserades flest företag i Mölndal 4(12) och Norra Älvstranden 2(12). Av de företag som arbetar inom *Teknik & Telecom* valde flest företag en lokalisering i Mölndal 3(9) samt 2(9) en placering inom Vallgraven. Inom *Tjänstebranschen* valde flest antal företag en placering inom Vallgraven 5(17) och 3(17) en lokal på Lilla Bommen. Av företagen inom *Övriga branscher* lokaliserades 2(5) i Östra Göteborg.

## 7.2 Avgörande faktorer vid omlokalisering

Följande underkapitel presenterar hur de svarande värderat de i undersökningen 15 förutbestämda faktorernas betydelse för dess omlokalisering. Inledningsvis presenteras det sammanställda resultatet av samtliga svarande, vidare presenteras faktorerna med hög och låg betydelse och avslutningsvis visas hur avgörande de olika faktorerna ansetts vara vid avflytt inom de olika branscherna.

### 7.2.1 Medelvärdet av de avgörande faktorerna

Nedan presenteras medelvärdet av samtliga respondenters värdering av de avgörande faktorerna.

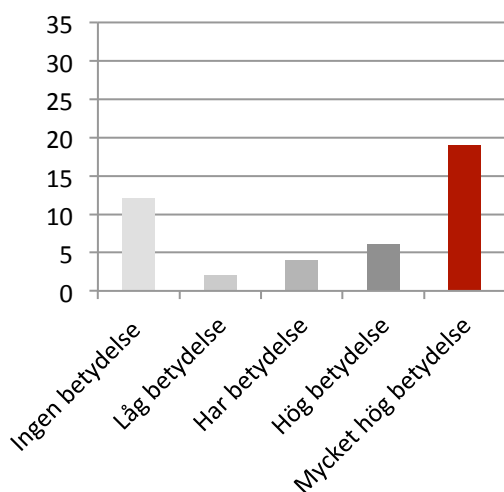


Figur 13: Den totala betydelsen av alla faktorer

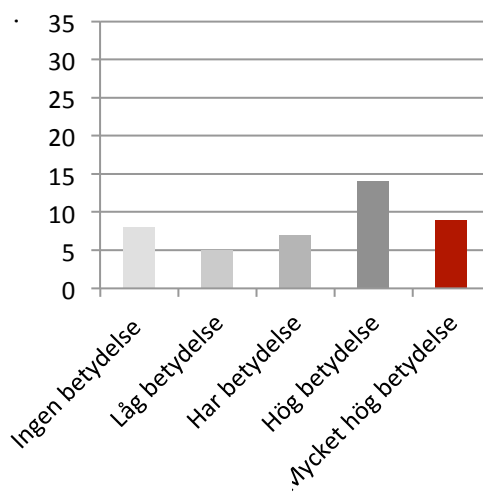
De faktorer som ansågs ha högst betydelse i studien är *Närhet till allmänna kommunikationer*, *Högre Lokalstandard*, *Yteffektivisering*, *Expansion* och *Attrahera kompetent personal*. De faktorerna med lägst betydelse är *Missnöje med tidigare fastighetsägare*, *Övriga kostnadsnedskärningar*, *Närhet till företag i samma bransch* och *Bättre parkeringsmöjligheter*, se figur 13 ovan.

## 7.2.2 Faktorer med hög betydelse

Nedan presenteras de faktorer som haft hög betydelse för de svarande i dess flyttar.



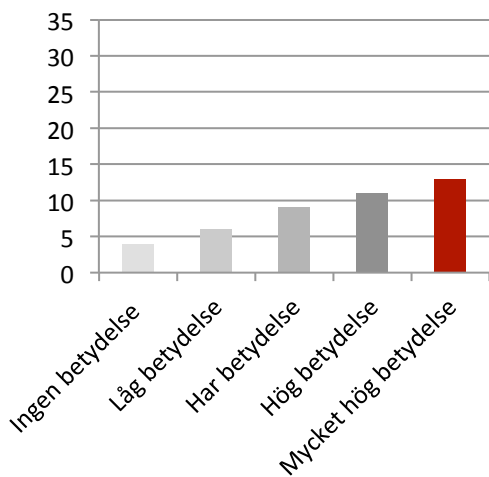
Tabell 9: Attrahera kompetent personal



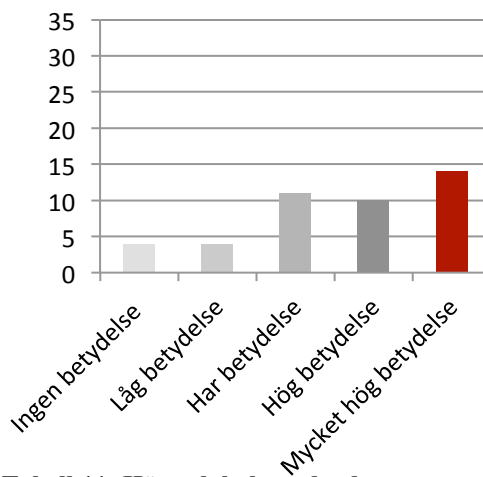
Tabell 8: Expansion

Att omlokalisera på grund av *Expansion* hade mycket hög betydelse för 19 av de 43 svarande. Samtidigt var det 12 företag som menade att denna faktor inte hade någon betydelse. En korsanalys visar att flest av de företag 6(19) som svarat att *Expansion* haft en mycket hög betydelse i dess omlokalisering har flyttat till en lokal inom Vallgraven.

Att företag flyttar med anledning att *Attrahera kompetent personal* varierar. Av de 43 svarande menar 23 företag att det hade hög eller mycket hög betydelse och 13 av de svarande värderade att faktorn inte hade någon eller låg betydelse. Vidare visar en korsanalys att av de företag som svarat att *Attrahera kompetent personal* haft mycket hög betydelse i dess omlokalisering att flest 3(9) lokaliserats inom Vallgraven.



Tabell 10: Yteffektivisering

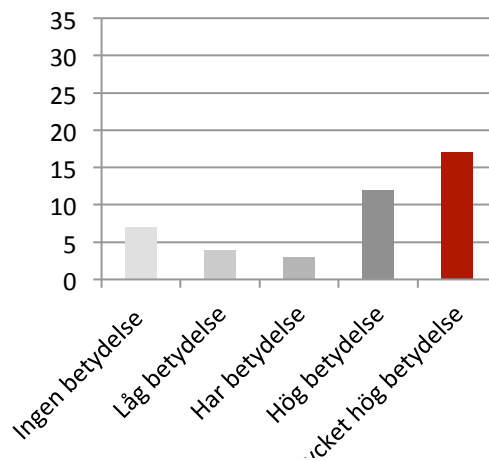


Tabell 11: Högre lokalstandard

Undersökningen visar att *Yteffektivisering* har varit en avgörande faktor för att flertalet företag har flyttat. 33 av de 43 svarande menade att denna faktor har betydelse, har hög betydelse eller har mycket hög betydelse. En korsanalys visar att flest av de företag 4(13) som svarat att *Yteffektivisering* haft en mycket hög betydelse vid dess omlokalisering valt en lokal i Mölndal.

Faktorn *Högre lokalstandard* värderas högt i frågan om den var avgörande för omlokaliseringen. 35 av de 43 svarande hade denna faktor har betydelse, hög betydelse eller mycket hög betydelse. Vidare visar en korsanalys att av de företag som svarat att *Högre lokalstandard* haft en mycket hög betydelse i dess flytt, har flest 5(14) valt en lokalisering i Mölndal.



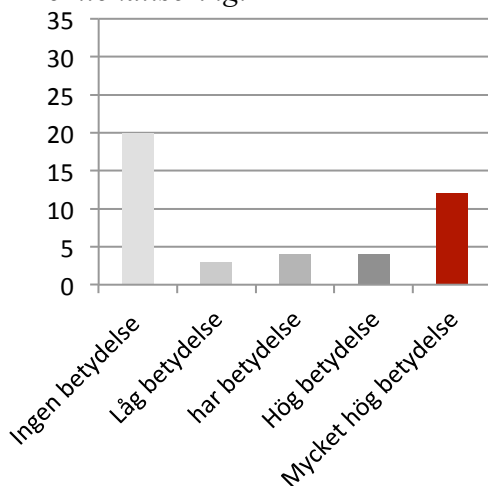


**Tabell 12: Närhet till allmänna kommunikationer**

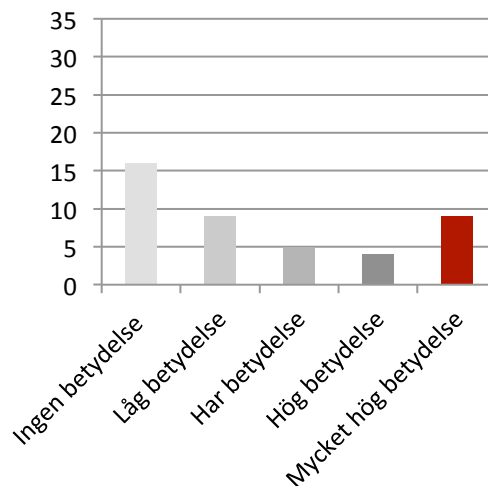
Faktorn att ha en *Närhet till allmänna kommunikationer* visar sig i resultatet ha en hög betydelse bland de svarande företagen. 29 av de 43 svarande menar att detta har en hög eller mycket hög betydelse. En korsanalys visar att flest företag 7(17) som svarat att en *Närhet till allmänna kommunikationer* haft en mycket hög betydelse i omlokalisering har valt en placering inom Vallgraven.

### 7.2.3 Faktorer med låg betydelse

Nedan presenteras de faktorer som ansetts ha haft hög betydelse för de svarande i dess omlokalisering.



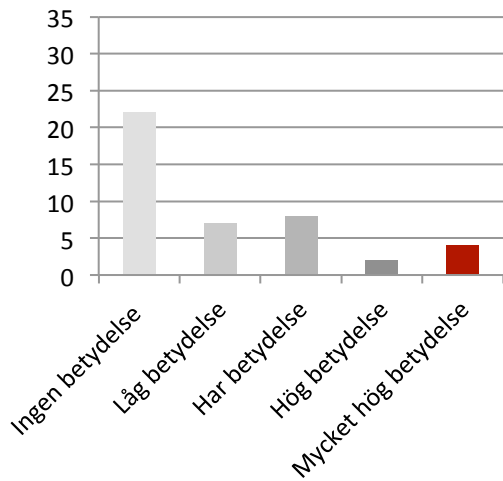
**Tabell 13: Samlokalisering**



**Tabell 14: Image**

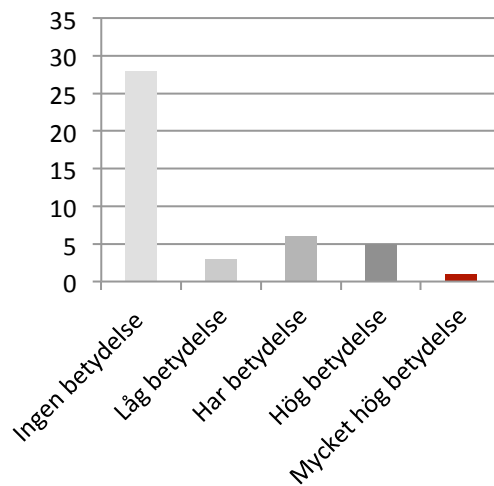
Av de 43 svarande menade 23 att *Samlokalisering* inte hade någon betydelse eller låg betydelse för dess flytt. 16 företag svarade att faktorn hade hög eller mycket hög betydelse i dess omlokalisering. En korsanalys visar att av de företag som svarat att *Samlokalisering* haft mycket hög betydelse i dess omlokalisering har flest valt en lokalisering i Mölndal.

Angående hur avgörande *Image* var vid omlokalisering visar resultatet en spridning. Av de 43 svarande svarade 25 att faktorn inte hade någon betydelse eller låg betydelse och 13 företag menade att förstärka *Image* hade hög eller mycket hög betydelse i flytten. En korsanalys visar att av de svarande som menat att imageförstärkning haft en mycket hög betydelse i dess omlokalisering har flest valt en lokalisering inom Vallgraven och Lilla Bommen.



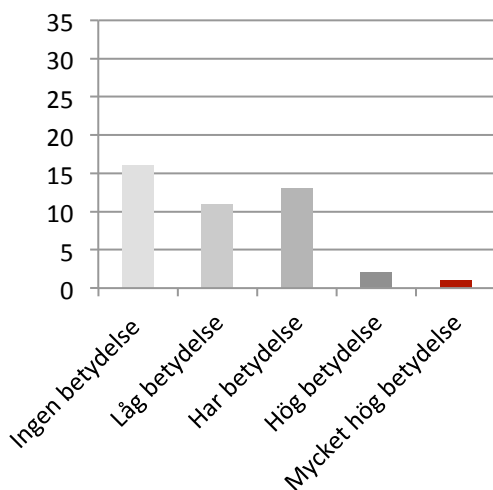
**Tabell 15: Bättre skyltläge**

Att erhålla ett *Bättre skyltläge* vid omlokaliseringen hade ingen betydelse eller låg betydelse för 29 av de 43 svarande. 6 företag menade att faktorn hade hög eller mycket hög betydelse. En korsanalys visar att 3 av de 4 företag som svarat att erhålla ett *Bättre skyltläge* haft mycket hög betydelse vid dess omlokalisering flyttat till en lokal inom Vallgraven.



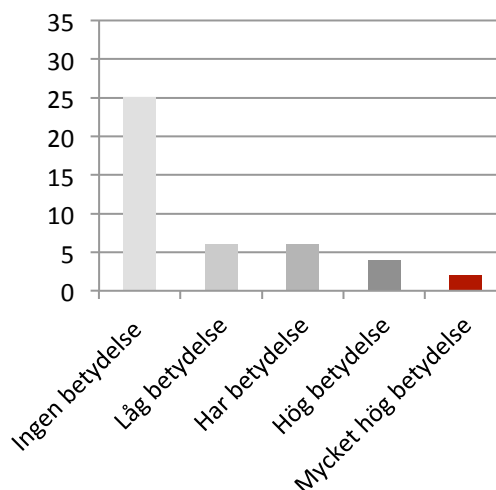
**Tabell 16: Övriga kostnadsnedskärningar**

Att omlokaliseringen medför *Övriga kostnadsnedskärningar* visar sig inte vara av stor betydelse i valet att flytta till nya lokaler. Av de 43 respondenterna svarade 28 att denna faktor inte hade någon betydelse för dess omlokalisering. En korsanalys visar att det företag som menat att *Övriga kostnadsnedskärningar* har haft mycket hög betydelse vid dess flytt, har valt en placering på Övriga Hisingen.



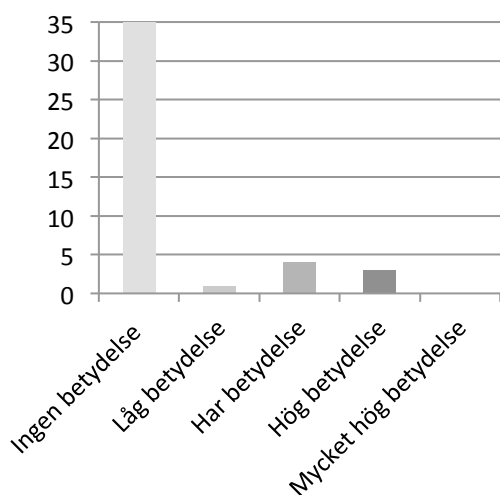
**Tabell 17: Miljöcertifierad byggnad**

Att flytta med anledning av att flytta till en *Miljöcertifierad byggnad* visade sig inte ha stor betydelse. Endast 3 av de 43 svarande menade att detta hade hög eller mycket hög betydelse i deras omlokalisering.

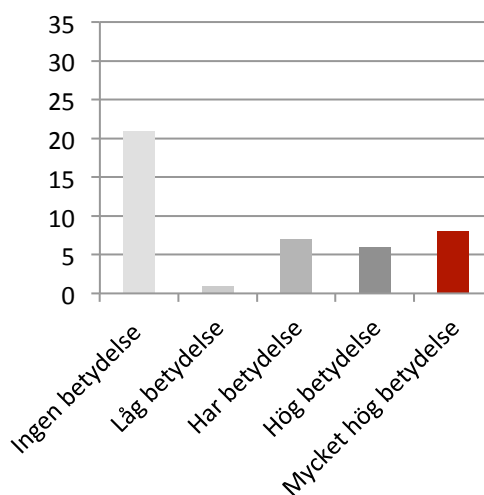


**Tabell 18: Bättre parkeringsmöjligheter**

Undersökningen visar att flertalet företagen inte anser att det varit avgörande för deras omlokaliseringar att få *Bättre parkeringsmöjligheter*. 31 av de 43 tillfrågade företagen menar att inte detta hade någon eller låg betydelse. Endast 2 ansåg att detta hade en mycket hög betydelse i deras omlokalisering.



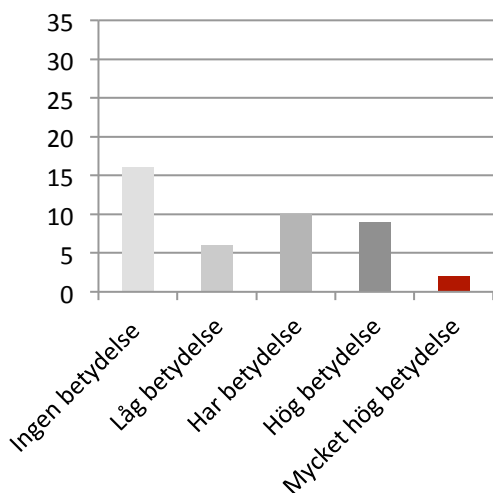
**Tabell 19: Missnöje med tidigare fastighetsägare**



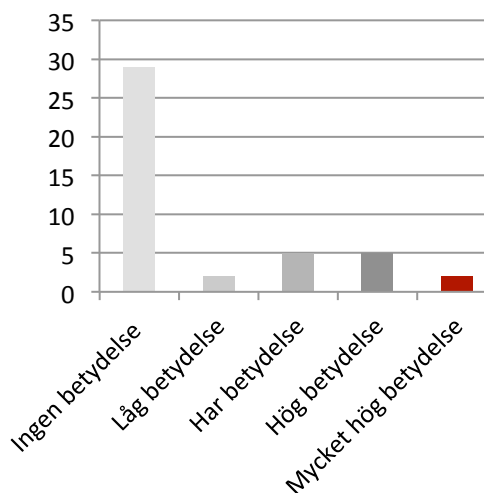
**Tabell 20: Närhet till kunder och leverantörer**

Att företagen flyttat med anledning av *Missnöje med tidigare fastighetsägare* visar sig inte haft stor betydelse. 35 av de 43 svarande menar att denna faktor inte haft någon betydelse alls.

Resultatet visare vidare att värdering av att ha *Närhet till kunder och leverantörer* skiljer sig. Cirka hälften 22(43) menade att detta inte hade någon betydelse eller låg betydelse. Resterande hälft menade att detta hade betydelse, hög betydelse eller mycket hög betydelse. En korsanalys visar att flertalet av de företag som menat att *en Närhet till kunder och Leverantörer* har haft mycket hög betydelse 3(8) valt en lokalisering inom Vallgraven.



**Tabell 21: Närhet till service**



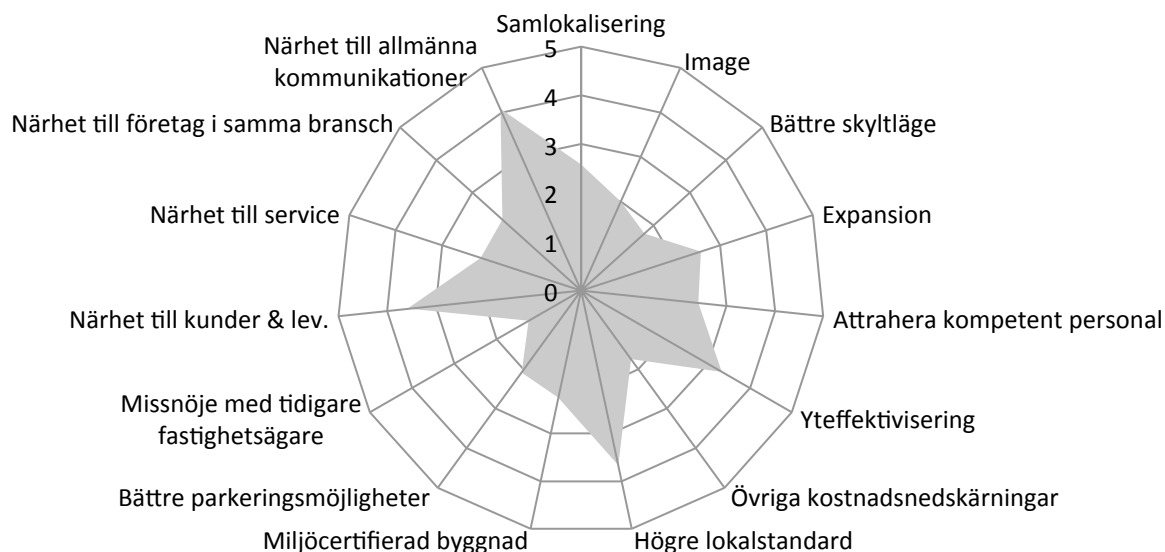
**Tabell 22: Närhet till företag i samma bransch**

Även hur avgörande det varit för företagen att flytta med anledning av att få en bättre *Närhet till service* varierar. 16 av de 43 svarande menar att det inte haft någon betydelse och 11 menar att det haft hög eller mycket hög betydelse. En korsanalys visar att båda företagen som svarat att en *Närhet till service* haft mycket hög betydelse i dess omlokalisering valt en lokalisering inom Vallgraven.

Undersökningen visar att företagen inte anser att det varit avgörande att flytta med anledning att få en bättre *Närhet till företag i samma bransch*. 29 av de svarande menade att detta inte hade någon betydelse och endast 2 menade att det hade mycket hög betydelse.

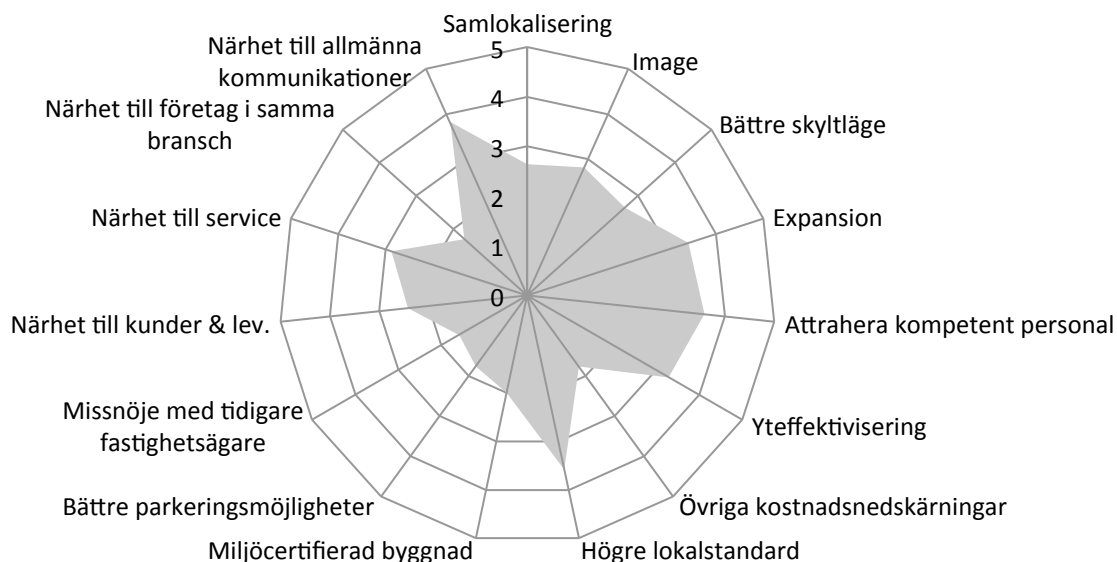
## 7.2.4 Avgörande faktorer vid omlokalisering (per bransch)

Vidare presenteras en korsanalys av vilka faktorer som varit avgörande för företagens omlokaliseringar där resultaten av de svarande uppdelats per bransch. Detta för att identifiera likheter och skillnader mellan branschernas vid val av ny lokal. Faktorernas värde baseras på medelvärden av samtliga svarande inom samma bransch.



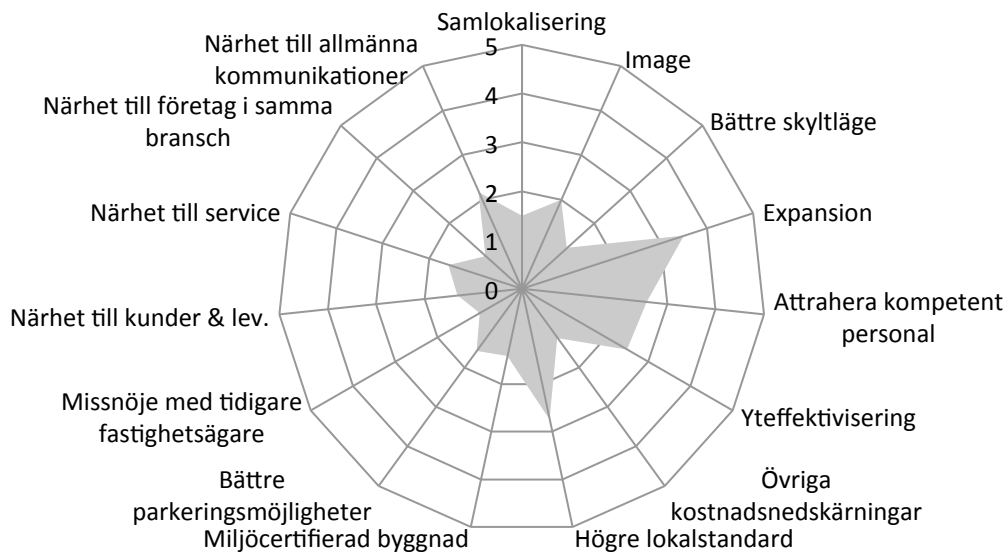
Figur 14: Avgörande faktorer vid omlokalisering för Offentlig verksamhet/ Utbildning/ Sjukvård (12 svarande)

Inom branschen *Offentlig verksamhet/ Utbildning/ Sjukvård* visar resultatet att majoriteten anser det varit mest avgörande att ha en närhet till allmänna kommunikationer, kunder & leverantörer och att få en högre lokalstandard. Att omlokalisera verksamheten på grund av missnöje med tidigare fastighetsägare och att förbättra sin image eller skyltläge ansågs av flertalet ha lägst betydelse.



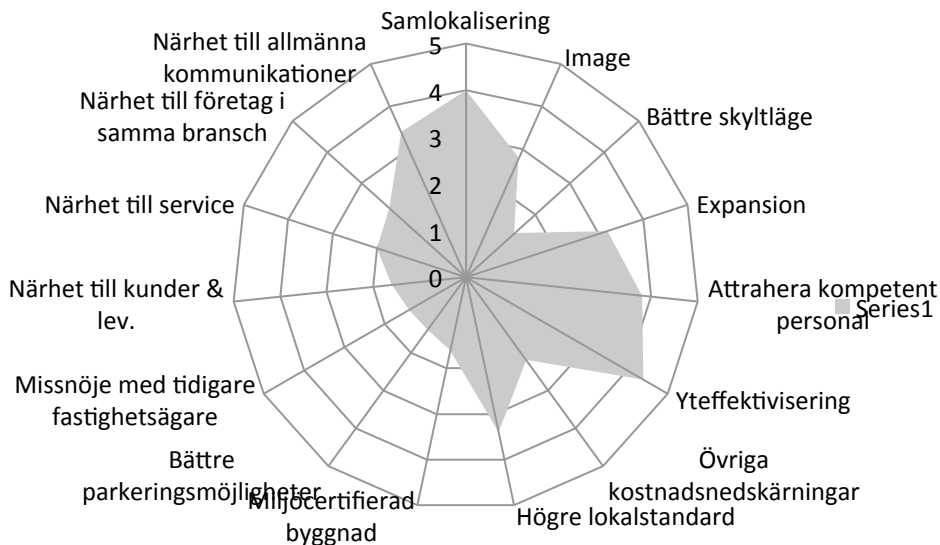
Figur 15: Avgörande faktorer vid omlokalisering för Teknik & Telecom (9 svarande)

De mest avgörande faktorerna i de svarandes omlokaliseringar inom branschen *Teknik & Telecom* var att erhålla en *Närhet till allmänna kommunikationer* och en *Högre lokalstandard*, *Attrahera kompetent personal*, *Yteffektivisera* och att företaget *Expanderade*. Det ansågs ha lägst betydelse att ha en *Närhet till företag i samma bransch*, eller att flytta på grund av *Missnöje med tidigare fastighetsägare*



**Figur 16: Avgörande faktorer för omlokalisering för tjänstebranschen (17 svarande)**

Inom *Tjänstebranschen* ansågs det avgörande för omlokaliseringen att företaget expanderade, erhålla mer *Yteffektiva ytor*, *Attrahera kompetent personal*, erhålla en *hög lokalstandard*, samt att omlokaliseras på grund av att erhålla en *Bättre närhet till allmänna kommunikationer*. Resultatet visar vidare att en *Närhet till företag i samma bransch*, *Bättre parkeringsmöjligheter*, *Missnöje med tidigare fastighetsägare* samt *Övriga kostnadsnedskärningar* hade låg betydelse.

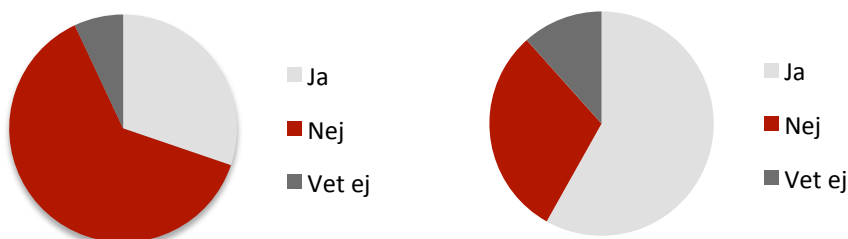


**Figur 17: Avgörande faktorer för omlokalisering för övriga branscher (5 svarande)**

*Övriga branscher* menade att *Yteffektivisering*, *Samlokalisering*, *Högre lokalstandard*, *Attrahera kompetent personal* och *Expansion* hade väsentlig betydelse för dess omlokalisering. Lägre betydelse hade *Missnöje med tidigare fastighetsägare*, *Bättre parkeringsmöjligheter*, *Miljöcertifierad byggnad*, *Bättre skyltläge* samt att ha en *Närhet till kunder & leverantörer*.

### 7.3 Miljöcertifiering

I detta kapitel presenteras de sammanställda resultaten från undersökningen gällande Miljöcertifiering av fastigheter. Resultatet nedan visar på hur stor andel av de svarande som omlokaliserade till en miljöcertifierad byggnad och hur de svarande förhåller sig till ett möjligt hyrespåslag på miljöcertifierade byggnader.

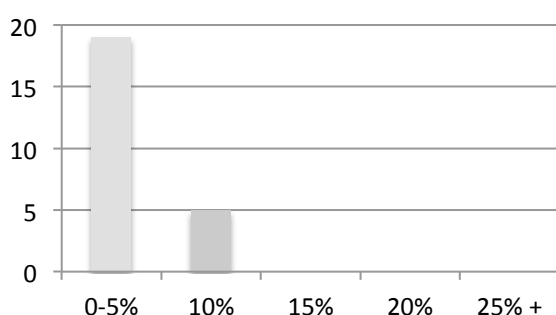


Figur 18: Andelen som har en nuvarande lokalisering i en miljöcertifierad byggnad

Figur 19: Andelen som anser att det är rimligt att hyreskostnaden påverkas av att byggnaden är miljöcertifierad

Av de 43 svarande företagen var det 13 som flyttat till en miljöcertifierad fastighet. Av dessa är 6 tjänsteföretag, 3 inom Teknik & Telecom och 4 inom Offentlig verksamhet/ Utbildning/Sjukvård. 27 av företagen hade inte flyttat till en certifierad fastighet och 3 kunde inte svara på frågan.

25(43) företag menade att det är rimligt att hyreskostnaden påverkas av att en fastighet är miljöcertifierad. 13 av de svarande tyckte inte att miljöcertifieringen borde påverka hyreskostnaden. Flertalet svarande påpekade att alla fastigheter borde vara miljöcertifierade och att hyran inte ska påverkas av detta; *"Miljöcertifierade byggnader borde vara en standard idag som man inte behöver betala mer för att ha"*. Andra menar även på att om man stod i valet mellan en miljöcertifierad byggnad och en som inte var det med samma hyra, hade man valt den miljöcertifierade, men inte om hyran var högre på grund av miljöcertifieringen; *"Jag skulle inte säga nej till en miljöcertifiering, men jag vill inte betala extra för det"*. Det var 5 svarande som ansåg att frågan var svår att svara på, och de menar på att det avgörande ligger i vem som betalar för vad i fastigheten. *"Det beror helt på vem som betalar för elen och vad som ingår i hyran"*.



Tabell 23: Hur stort hyrespåslag som de 25(43) ansåg vara rimligt för att sitta i en miljöcertifierad byggnad.

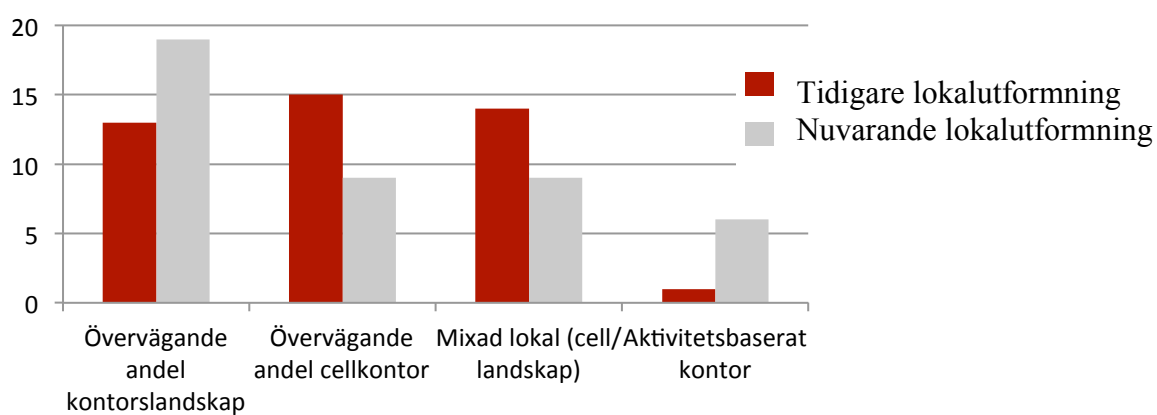
Av de 25 företagen som ansåg det var rimligt att hyreskostnaden påverkas av att en fastighet är miljöcertifierad menade 19 att det är rimligt med ett hyrespåslag på 0-5 procent. *"Ja, det är rimligt att hyran påverkas med cirka 5 procent, eftersom fastigheter är av bättre material och är mer påkostade än icke miljöcertifierade byggnader"*. Dock menar några på att om hyran ska öka, så får det även minska andra kostnader *"Jag är*

beredd att betala 0-5 procent mer om det minskar elkostnad och avfallshanteringskostnaderna”. Vidare menade 5 svarande att det är rimligt med ett hyrespåslag 10 procent. ”Jag har full förståelse för att det inte är billigt med att sitta i miljöcertifierade byggnader, då det ofta är moderna byggnader med dyrare material och installationer. Jag anser att det är rimligt med en hyresökning på max 10 procent.”

## 7.4 Lokalutformning

Utöver val av geografisk placering och avgörande faktorer vid flytt är lokalens utformning en avgörande del vid omlokalisering. Detta avsnitt kommer fokusera på skillnaden i lokalutformning före och efter flytt, hur ytan per kvm/person har förändrats efter flytt, vilka kontorsutformningar som är vanligast i vilka delområden och slutligen om lokalkostnaden har minskat eller ökat per anställd efter flytten.

### Tidigare och nuvarande lokalutformning



Tabell 24: Fördelningen av tidigare samt nuvarande lokalutformning

Svarande som väljer *Övervägande andel cellkontor* eller *Mixad lokal* har minskat i antal i den nuvarande lokalutformningen. Endast 9 har valt cellkontor, vilket är en minskning jämfört med tidigare där 15 företag hade denna lokalutformning. En liknande minskning har även skett gällande *Mixad lokalutformning*, där 9 valt denna utformning i den nya lokalen, jämfört med 14 som hade utformningen i tidigare lokal.

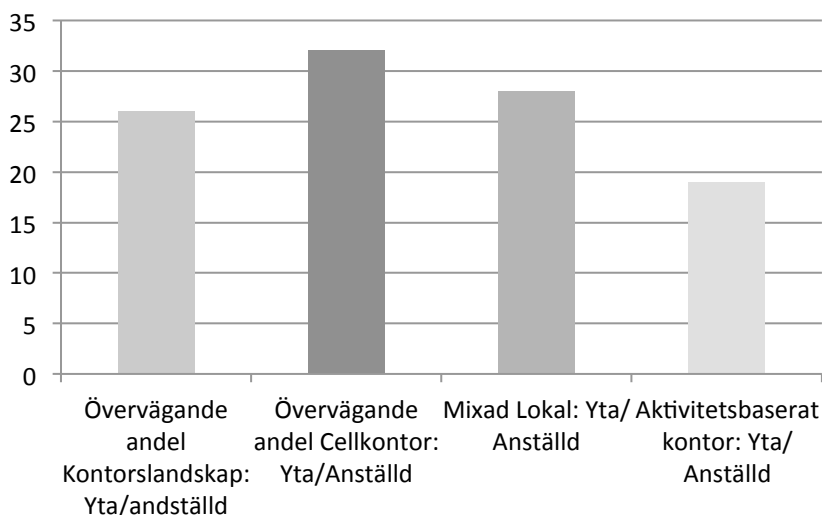
Som tabell 24 visar väljer fler företag att flytta till *Övervägande andel kontorslandskap* och *Aktivitetsbaserat kontor* än tidigare. *Övervägande andel kontorslandskap* den mest populära lokaltypen att flytta till i undersökningen. Hela 19 företag valde att placera sig i denna typ av lokal, vilket är betydligt fler än de 13 företag som hade den lokaltypen innan. Även den *Aktivitetsbaserade utformningen* var det fler som flyttade till än tidigare. 6 företag valde att placera sig i aktivitetsbaserade lokaler, jämfört med 1 företag som satt i denna utformning tidigare.

### Yta per anställd

Detta resultat påvisar att det blivit mer populärt att ha en lokalutformning bestående av *Övervägande andel kontorslandskap* och *Aktivitetsbaserade kontor*. Av de svarade hade 8 av företagen som flyttade till lokaler av *Övervägande andel kontorslandskap* inte denna utformning i tidigare lokal. 3 av dessa minskade sin yta per anställd med ett medelvärde av 18 procent. 2 av företagen hade samma yta per anställd och 3 svarande har ökat sin yta per anställd med ett medelvärde på 59 procent. Av de företag som flyttat till *Aktivitetsbaserade kontor* hade ingen denna utformning tidigare. 5 av dessa 6 företag

minskade sin yta per anställd med ett medelvärde på 23 procent och 1 företag hade samma yta per anställd.

Nedan visas medelvärdet av ytan per anställd i de svarades nuvarande lokaler. Som tabellen nedan visar är ytan för *Övervägande andel kontorslandskap* 26 kvadratmeter per anställd, för företag med *Övervägande andel cellkontor* 32 kvadratmeter per anställd, för företag med *Mixad utformning* 28 kvadratmeter per anställd och för företag med *Aktivitetsbaserad lokalutformning* 19 kvadratmeter per anställd.



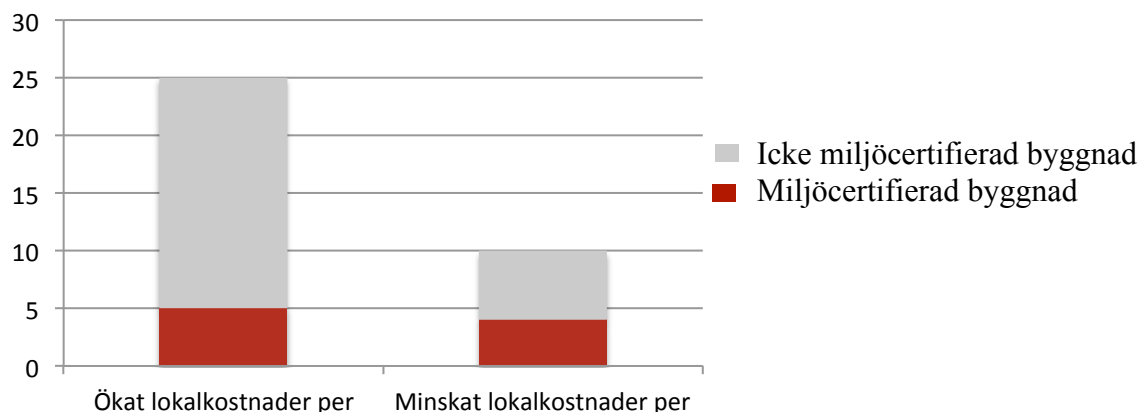
**Tabell 25: Yta/person i nuvarande lokalutformning (svaret är medelvärdet av kvm/anställd)**

Vidare utfördes en korsanalys genom att korsa *Nuvarande Lokalutformning* med *Nuvarande marknad*. Detta utmynnade i ett resultat som visar att de företag med *Övervägande andel kontorslandskap* som nuvarande lokalutformning är flertalet lokaliserade i Mölndal och inom Vallgraven. Flest av de företagen som har *Övervägande andel cellkontor* som nuvarande lokalutformning är placerade i Östra Göteborg och Mölndal. De företagen med *Mixad lokalutformningen* är flest placerade inom Vallgraven. Slutligen är flest företag som har en *Aktivitetsbaserad lokalutformning* placerade inom Vallgraven, Lilla Bommen samt Mölndal.



## 7.5 Lokalkostnader per anställd

Detta underkapitel presenterar det antal respondenter som ökat lokalkostnaderna per anställd efter dess omlokalisering och hur många av dessa som är lokaliserade i miljöcertifierade byggnader. Vidare presenteras även resultatet av en korsanalys mellan respondenternas nuvarande "Lokalkostnader per anställd" och Nuvarande lokalutformning".



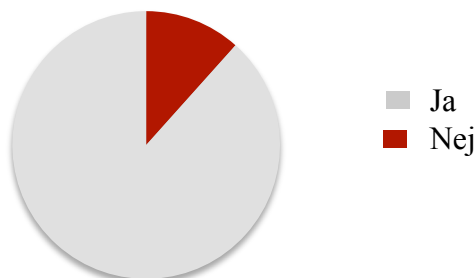
Tabell 26: Antalet företag som ökat och sänkt sina kostnader vid omlokaliseringen samt hur många av dessa som sitter i miljöcertifierade lokaler

Frågan angående om de svarande minskat sina lokalkostnader per anställd vid dess omlokalisering besvarades av 35 av de 43 företagen. Resultatet visar att 25 av de svarande har ökat sina lokalkostnader per anställd och att 5 av dessa nu är lokaliserade i miljöcertifierade byggnader. 10 av de svarande har minskat sina lokalkostnader per anställd vid omlokaliseringen, varav 4 idag är lokaliserade i miljöcertifierade byggnader. Inom samtliga branscher har majoriteten ökat sina lokalkostnader i samband med dess omlokalisering. Vidare har även majoriteten av respondenterna inom samtliga delområden svarat att omlokaliseringen medfört en högre lokalkostnad per anställd, med undantag för Västra Göteborg. I detta delområde har 2(2) minskat lokalkostnaderna per anställd. Cirka hälften av de företag som minskat sina lokalkostnader per anställd har flyttat till Mölndal och flertalet av de som ökat sina lokalkostnader har flyttat till delområdet inom Vallgraven.

En korsanalys har även utförts mellan svaren angående *Lokalkostnader per anställd* och *Nuvarande Lokalutformning* och visar att majoriteten av företagen ökat sina lokalkostnader per anställd inom samtliga lokalutformningar. Resultatet visar att 4 av de 6 som flyttat till lokaler med *Aktivitetsbaserad utformning*, 5 av de 9 som flyttat till lokaler med *Mixad utformning*, 8 av de 9 som flyttat till lokaler med *Övervägande andel cellkontor* och 11 av 19 med *Övervägande andel kontorslandskap* som lokalutformning har ökat sina kostnader per anställd.

## 7.6 Nöjdhet med omlokalisering

I följande underkapitel presenteras resultatet av svaren på frågorna *Har flytten medfört de förbättringar som önskats och Tillvägagångssätt vid omlokalisering*. Dessutom presenteras en korsanalys av frågorna ovan samt *Har flytten medfört de förbättringar som önskats och nuvarande delområde*.



**Figur 20: Andelen svarande som ansåg att flytten medfört samtliga förbättringar som önskats vid omlokaliseringen**

38 av de 43 svarande ansåg att flytten medfört samtliga förbättringar som önskats i omlokaliseringen. 5 menade att många men inte alla förväntningar blev uppfyllda i den nya lokalen. En korsanalys visar att 31 av respondenterna tog extern hjälp vid dess lokalsökning och att 12 företag skötte lokalsökningen internt. En ytterligare korsanalys visar vidare att cirka hälften av de 5 missnöjda företagen tog extern hjälp vid dess lokalsökning och resterande hälft skötte lokalsökningen internt. Av de missnöjda företagen var inga placerade i aktivitetsbaserade kontor.

Endast 12(43) tog hjälp vid lokalsökningen av dess befintliga fastighetsägare och 19 (43) företag rådfrågade Rådgivare/Mäklare. Av de företag som tog hjälp av befintlig fastighetsägare var 10(12) och av de som rådfrågade Rådgivare/Mäklare var 16(19) nöjda med samtliga önskningar i den nuvarande lokalen. Vidare visar ytterligare en korsanalys att 23 av 43 företag tog extern hjälp vid utformning av den nya lokalen. Av dessa menar 19 att samtliga förbättringar som önskats uppfyllts.

En korsanalys mellan resultaten av frågorna *Har flytten medfört de förbättringar som önskats* och *Nuvarande delområde* visar att de delområden där störst andel företag menat att samtliga förbättringar som önskats uppfyllts är Lilla Bommen och Mölndal.

## 8. Analys

Följande avsnitt kommer analysera hur efterfrågan ser ut på kontorslokaler från 2011-2014. Resultaten kommer nedan analyseras utefter intervjuer med bransch-kunniga inom ämnet. Detta avsnitt kommer fokusera på studien 2011-2014 men kommer även dra paralleller mellan de tidigare två studierna från 2008-2009 och 2009-2011.

### 8.1 Flyttströmmar inom Göteborgsområdet

*Detta kapitel kommer analysera hur flyttströmmar rör sig i Göteborgsområdet. Detta görs genom att analysera om företag väljer att flytta till nya delområden eller stanna kvar inom samma område, vilka områden som anses vara attraktiva och vilka områden som företag omlokaliserade till. Resultatet ger även möjlighet att påvisa mönster gällande branschtillhörighet och nuvarande lokalisering. Denna kunskap kan vara fördelaktig att ha för fastighetsägare, då det kan finnas en optimal lösning för kunden.*

#### 8.1.1 Andel omlokaliseringar i samma respektive nytt delområde

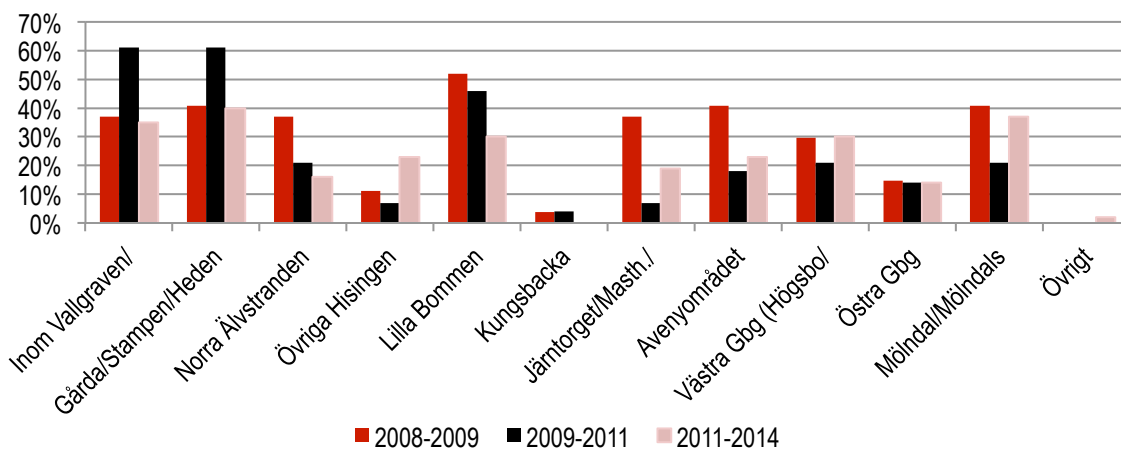
Vid val av geografisk placering väljer allt fler företag att flytta till ett nytt område idag än vad studien 2008-2009 påvisar, dock är förändringen inte stor. Varför 15(27) från studien 2008-2009 och 18 (43) från den senaste studien väljer att stanna kvar inom samma område, detta kan bero på att det kan uppfattas riskfyllt att flytta till okända områden. Dock kan hyresgäster gå miste om värdefulla möjligheter om man endast söker lokaler i sitt befintliga delområde.

#### 8.1.2 Delområdets attraktivitet

*Detta avsnitt analyserar vilka som är de mest och de mindre attraktiva delområdena i Göteborgsområdet vid en omlokalisering.*

##### 8.1.2.1 De mest attraktiva delområdena i Göteborg

I de senaste undersökningarna har Mölndal, inom Vallgraven/Nordstaden, Gårda/Stampen/Heden, Lilla Bommen/Gullbergsvass och Norra Älvstranden ansetts som de mest attraktiva områdena att omlokalisera till, vilket generellt sett inte är speciellt förvånande, då flertalet av dessa områden är placerade nära stadskärnan.



**Tabell 27: Fördelning av de områden som har ansetts vara attraktiva under de tre senaste studierna. Resultatet baseras på antal flyttar inom delområdena adderat med antalet respondenter som ansåg områdena potentiella.**

### ***Mölndal***

I årets undersökning är Mölndal det område som flest företag har omlokaliserat till, varav cirka hälften av företagen arbetar inom Offentlig verksamhet/Sjukvård/Utbildning. Detta kan bero på att dessa verksamheter behöver finnas i närhet till områden där många människor bor och arbetar, och att verksamheter inom sjukvård efterfrågar en placering nära Mölndals sjukhus. I de tre senaste studierna anses Mölndal även vara ett av de fyra mest potentiella områden i Göteborg att flytta sin verksamhet till. Dess popularitet påvisas även i att Mölndal har den näst högsta nettoinflyttningen i årets undersökning, vilket kan bero på att det sker en stark tillväxt och utveckling i Mölndal, vilket gör området attraktivt för företag att etablera sig i. Vidare råder idag ett stort utbud av nybyggnation och det finns stora planer på förbättrad kollektivtrafik.

### ***Inom Vallgraven/Nordstaden***

Inom Vallgraven/Nordstaden är det område dit näst flest företag har omlokaliserat till i årets studie. I årets undersökning verkar majoriteten av respondenterna i tjänstebranschen, vilken är den bransch som området generellt präglas utav. Dessa företag har vanligtvis behov av en lokalisering i ett område som främjar dess image och attraherar kompetent personal. Dock visar nettoinflyttningen på ett negativt resultat med en avflytt på minus 5 företag, vilket skulle kunna bero på bristen på större kontorsytor. Emellertid anses detta område i alla tre studierna vara en av de mest attraktiva placeringarna vid flytt. Området anses och kommer troligtvis alltid anses vara en av de mest attraktiva placeringarna i Göteborg på grund av dess centrala läge och goda kommunikationsmöjligheter med kollektivtrafik.

### ***Gårda/Stampen/Heden och Lilla Bommen/Gullbergsvass***

Dessa områden har likt ”inom Vallgraven/Nordstaden” en mycket central placering i Göteborg, där majoriteten arbetar inom tjänstebranschen. Återigen kan detta förklaras med att dessa företag vanligtvis har behov av en lokalisering i ett område som främjar dess image och attraherar kompetent personal. Områdenas popularitet bekräftas även av de höga inflyttningarna i årets undersökning men även av den positiva nettoinflyttningen i båda områdena. Detta kan bero på att dessa områden medför positiva aspekter som närheten till en stadskärna bidrar till och att de båda områdena erbjuder en god närhet till infrastruktur. Utmärkande i undersökningen är att har 4 företag flyttat till Lilla Bommen/Gullbergsvass och ingen ifrån området. Anledningen till detta skulle kunna vara att lokalerna håller en hög standard och att det finns möjligheter för fastighetsägare att göra hyresgäst Anpassningar då dessa kan fås igen på hyran under kort tid. Trots detta anser färre företag att detta område är attraktivt vid deras lokalisering. Trots minskade siffror är området fortfarande enligt de tre senaste studierna det tredje mest potentiella området att lokalisera till.

### ***Norra Älvstranden***

Den tredje mest attraktiva lokalisering i årets studie är Norra Älvstranden. Här utmärker sig området i att 3 företag av 5 väljer att stanna inom detta område även vid en omlokalisering. Detta kan bero på att Norra Älvstranden erbjuder moderna, eftertraktade lokaler i ett kluster av forskning, utveckling och utbildning och kan därmed underlätta samarbetet mellan de etablerade företagen i området. Denna inriktning stämmer väl överens med vad studien påvisar, då majoriteten av de som flyttade till området arbetar inom Offentlig verksamhet/Utbildning/Sjukvård. I kontrast till ovanstående resultat minskar områdets attraktivitet stegvis enligt de tre senaste undersökningarna, vilket kan bero på att det är en nisch av företag som attraheras hit. Genom en lokalisering på Norra Älvstranden påvisar företag inom denna bransch att de är framåtsträvande och en del av

framtidens utveckling. Dess attraktivitet påvisas även genom resultatet av dess positiva nettoinflyttning.

### **8.1.2.2 De mindre attraktiva delområdena i Göteborg**

Områden som företag inte prioriterar vid val av lokal har under de senaste studierna visat sig vara Kungsbacka, Övriga Hisingen och Östra Göteborg. I den senaste undersökningen har få prioriterat dessa områden och de har även en negativ nettoinflyttning eller ingen inflyttning alls.

#### ***Kungsbacka och Övriga Hisingen***

I årets undersökning är Kungsbacka det minst attraktiva området att lokalisera till, och inget företag har flyttat in eller ut i området och mycket få företag ser detta område som en potentiell framtida placering. Detta kan dels bero dess långa avstånd från stadskärnan i jämförelse med de andra delområdena men Kungsbacka är heller inte ett typiskt kontorsområde.

Ett annat delområde som också ligger utanför stadskärnan är övriga Hisingen. Få företag väljer att omlokalisera till detta område och få ser området som en potentiell placering för omlokaliseringen. Trots dessa siffror är området på frammarsch, speciellt ett område som heter Almhult där arbetsplatser, hotell och handel ska utvecklas och potentiellt skapa en ny attraktiv stadsdel.

#### ***Östra Göteborg***

Detta område har i undersökningen haft en negativ nettoinflyttning, då fler väjer att flytta ifrån området än till. Det är även inte många som anser området som en potentiell placering vid flytt. Dock är Östra Göteborg ett starkt kort med stor potential och framtida tillväxt. Området kommer bli lite av en blandstad, bestående av kontor, bostäder och handel.

Sammanfattningsvis finns det områden inom studiens avgränsning som anses mer attraktiva än andra. Studien påvisar även att de centrala placeringarna är mer attraktiva att flytta till än de som ligger en bit utanför stadskärnan. Dock finns det ett flertal områden som är på tillväxt exempelvis Mölndal, Östra Göteborg och Övriga Hisingen. Dock är Kungsbacka inte aktuellt när det kommer till omlokaliseringar gällande kontor.

## 8.2 Avgörande faktorer vid omlokalisering

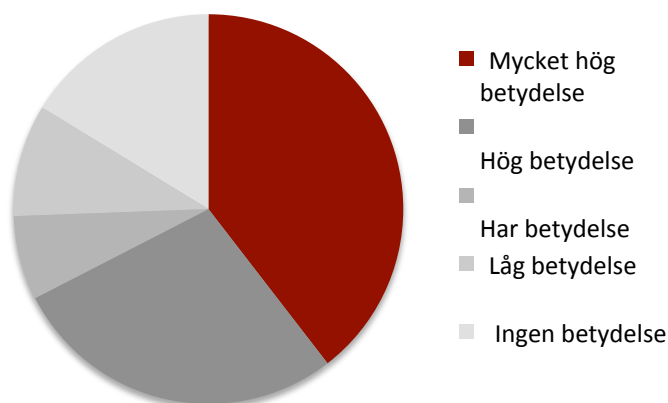
Följande underkapitel analyserar resultatet av hur avgörande de utvalda faktorerna ansågs vara för de svarandes omlokalisering. Detta resultat jämförs även med tidigare års resultat.

### 8.2.1 Faktorer med hög betydelse

*Faktorerna som presenteras i detta avsnitt ansågs ha en hög betydelse av respondenterna i undersökningen 2011-2014. Resultatet presenteras i följd utefter vad flest respondenter prioriterat högst.*

#### Närhet till allmänna kommunikationer

Att erhålla en bättre *Närhet till allmänna kommunikationer* har flest respondenter, cirka två tredjedelar, svarat ha haft hög eller mycket hög betydelse vid dess omlokalisering. Resultatet liknar tidigare års studier och stämmer väl överens med vad som kan förväntas. Detta då Göteborgs målbild kallad K2020 innefattar att fördubbla dagens resor med kollektivtrafik och samtidigt göra det svårare och dyrare för resenärer att ta bilen in till staden för längre visiter. Dessutom är resor ett av de få konkreta verktyg att arbeta med för att minska verksamhetens miljöpåverkan för tjänsteproducerande företag. Detta skulle kunna vara anledningar till varför *Närhet till allmänna kommunikationer* prioriteras högt.



Figur 21: Närhet till allmänna kommunikationer

#### Expansion

Majoriteten av respondenterna i den senast utförda omlokaliseringsstudien svarade att *Expansion* hade en hög eller mycket hög betydelse vid dess omlokalisering. Denna faktor har varit av hög betydelse även i tidigare års studier. Detta då det är vanligt förekommande att rekryteringsbehov uppstår vid tillväxtperioder i organisationer och att den tidigare lokalen då inte har tillräcklig yta. Dock är dessa expansioner vanligast vid högkonjunktur, vilket råder i Sverige idag och har under flera år, medför detta att inte är förvånande att faktorn expansion är av mycket hög betydelse vid omlokaliseringar. Resultatet skulle troligtvis varit motsatt vid en lågkonjunktur.

### **Högre lokalstandard**

Resultatet från den senast utförda studien visade även att majoriteten av företagen anser att faktorn *Högre lokalstandard* har haft en hög eller mycket hög betydelse vid dess omlokalisering. Resultatet liknar tidigare års studier väl, då cirka hälften av respondenterna i samtliga studier menat att faktorn haft hög eller mycket hög betydelse. Dock anser allt fler att faktorn haft mycket hög betydelse istället för hög betydelse i den senast utförda studien. Den stora efterfrågan på hög lokalstandard förklaras med att lokalens standard är helt avgörande för att företag ska lyckas i sitt arbete. Faktorer som påverkar den fysiska arbetsmiljön prioriteras högt, då det har en stor inverkan på de som arbetar i lokalen. Vid besöket hos Fallstudien B bekräftades teorin om att lokalen har stor påverkan på produktiviteten. De anställda ansåg att det bristande inomhusklimatet i den tidigare lokalen skapade ineffektivitet och irritation bland de anställda som tog tid av det värdeskapande arbetet. Forskare instämmer med detta och menar att lokalstandarden prioriteras högt även fast det finns svårigheter med att mäta effekterna. Vidare är lokalens standard betydande då allt fler företag vill förmedla ett personligt uttryck i sin lokal. Idag använder företag sin lokal för att förmedla en extrovert bild av sin verksamhet och göra de besökande intresserade och skapa ett bra första intryck med hjälp av lokalen.

### **Yteffektivisering:**

Att majoriteten av respondenterna anser att faktorn *Yteffektivisering* har hög eller mycket hög betydelse vid omlokaliseringen skiljer sig inte från tidigare studiers resultat. Fler företag väljer att prioritera yteffektiva lokaler, då dessa är bättre anpassade efter verksamhetens behov, vilket kan i sin tur innebära kostnadsnedskärningar. Det kan alltså innebära möjligheter att lokaliseras i en mindre lokal med högre standard och som är placerad i ett bättre läge. Det är trendigt att företag inte erbjuder en arbetsplats per anställd då det är vanligt förekommande att medarbetare arbetar på alternativa arbetsplatser. Detta kan även vara en förklaring till varför fler efterfrågar yteffektiva lokaler.

### **Attrahera kompetent personal:**

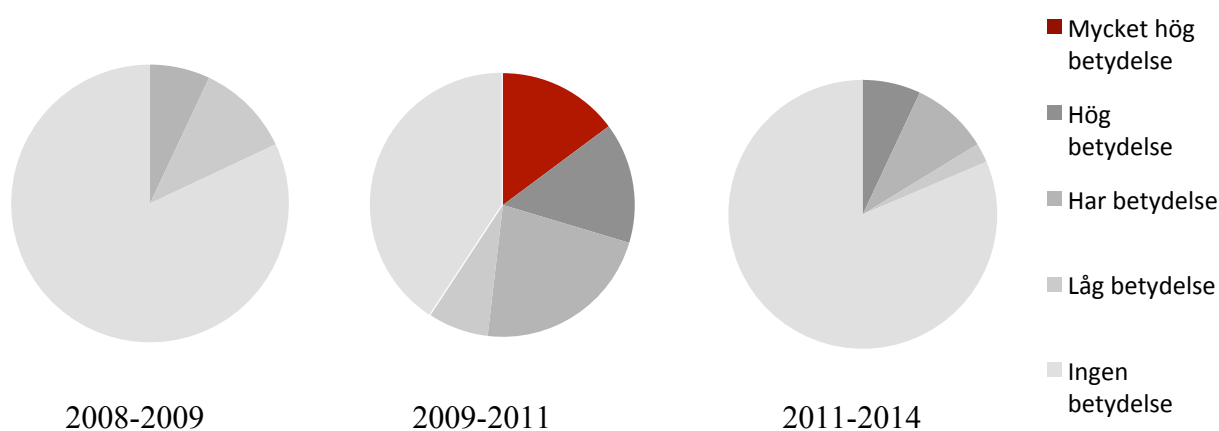
Som studierna visar har faktorn *Attrahera kompetent personal* en stor påverkan på företag vid deras omlokalisering, då majoriteten anser att faktorn har hög och mycket hög betydelse. Detta kan bero på att en central kontorslokal med hög standard ger möjlighet att attrahera den mest kompetenta personalen, vilket kan vara avgörande för företagets lönsamhet. Vikten av att ha rätt medarbetare prioriteras idag av allt fler tjänsteproducerande företag och det går inte att enligt Lennebo att vara lokaliserad i en lokal med låg standard i en omodern lokalutformning om man vill attrahera den mest kompetenta personalen. För företag med medarbetare utstationerade på uppdrag hos kunder är det viktigt med en attraktiv lokal för att tilltala dessa att arbeta resterande tid på kontoret.

## 8.2.2 Faktorer med låg betydelse

Faktorerna som presenteras i detta avsnitt ansågs ha en låg betydelse av respondenterna i dess omlokaliseringar från undersökningen 2011-2014. Resultatet presenteras i följd utefter vad flest respondenter prioriterat lägst.

### Missnöje med tidigare fastighetsägare

Flest av de svarande anser att betydelsen av faktorn *Missnöje med tidigare fastighetsägare* inte hade någon betydelse eller låg betydelse vid dess omlokalisering. Figur 22 nedan visar att faktorn i samtliga studier haft låg betydelse för majoriteten av respondenterna och att betydelsen har minskat markant från studien utförd 2008-2011. Om missnöje uppstår kan detta vara en anledning för företag att flyttar men att det på dagens marknad inte är vanligt förekommande, vilket stämmer väl överens med vad studierna visar. Dock är missnöjet bland hyresgästerna inte högt idag, vilket tyder på att fastighetsägarna har insett vikten av hög service.



Figur 22: Samtliga studiers resultat av betydelsen av "Missnöje med tidigare fastighetsägare"

### Bättre parkeringsmöjligheter

Resultatet visar att majoriteten av de svarande anser att faktorn *Bättre parkeringsmöjligheter* inte haft någon betydelse vid dess omlokalisering. Då denna faktor inte undersökts i tidigare studier är en jämförelse inte möjlig. Idag anses betydelsen av parkeringsmöjligheter för företag är näst intill obefintlig för företag. Dock anser en minoritet att bättre parkeringsmöjligheter är av hög betydelse vilket kan bero på att företag har olika transportbehov. Även på detta resultat kan Göteborgs målbild K2020 ha en inverkan, då den ämnar göra det svårare och dyrare för resenärer att ta bilen in till staden för längre visiter. Även här kan tjänsteföretags resande vara en möjlig förklaring, då resor är ett av de få verktyg för tjänsteproducerande företag att arbeta med för att minska dess miljöpåverkan.

### Miljöcertifierad byggnad

Även betydelsen av att omlokalisera verksamheten till en *Miljöcertifierad byggnad* hade låg betydelse för de svarande. Denna faktor har inte undersökts tidigare vilket medför att en jämförelse inte är möjlig. Varför resultatet kan överraska till en viss del kan bero på att även om intresset är stort på marknaden för miljöcertifierade byggnader finns det tre saker som prioriteras högre, nämligen *läget*, *läget* och *läget*. Därefter prioriterar hyresgäster utformningen av lokaler och först när dessa faktorer är uppfylla prioriteras miljöcertifierade byggnader.



### **Övriga kostnadsnedskärningar**

Faktorn *Övriga kostnadsnedskärningar* anser majoriteten inte ha någon betydelse på dagens marknad. Jämfört med tidigare studier har denna faktors betydelse minskat. Detta kan bero på att yteffektivisering och att dela gemensamma ytor som exempelvis reception och konferensrum brukar vara ett sätt att sänka kostnaderna. Dock prioriteras inte detta i årets undersökning, då andra faktorer varit mer betydande.

### **Närhet till företag i samma bransch**

Att ha en *Närhet till företag i samma bransch* ansågs av majoriteten av de svarande inte ha någon betydelse i dess omlokalisering, vilket liknar tidigare års resultat. Detta kan anses förvånande med tanke på den rådande forskning som visar att det finns många fördelar med en närhet till företag i samma bransch. Klusterbildning anses vara en av lösningarna i framtiden men troligtvis är det endast vissa branscher som kan dra nytta av de fördelar som klusterbildning. Inom Göteborgsområdet kan exempelvis företag med fokus på forskning och utveckling ta del av de positiva aspekterna av klusterbildning.

### **Bättre skyltläge**

I de två senaste undersökningarna har betydelsen av att erhålla ett bättre skyltläge ökat. Dock anser majoriteten att faktorn inte har någon betydelse eller låg betydelse. Detta kan bero på att faktorn har olika betydelse beroende på vilken verksamhet som företagen bedriver. En del väljer att använda sig av fastigheten för att marknadsföra sitt varumärke och andra har inte samma behov av exponering.

### **Image**

Gällande faktorn *Image* anser majoriteten i de tre senaste undersökningarna att faktorn har låg betydelse eller ingen betydelse alls. Dock har faktorn hög och mycket hög betydelse för en tredjedel av de svarande, vilket påvisar en ökning från tidigare år. Behovet av att stärka sin *Image* varierar beroende på företagets branschtillhörighet och kundsegment.

### **Samlokalisering**

De tre senaste undersökningarna visar att *Samlokalisering* inte har haft någon betydelse för cirka hälften av respondenterna. Dock har faktorn mycket hög betydelse för cirka en tredjedel av respondenterna i alla undersökningar. Även om det finns flertalet fördelar med att samlokalisera sin verksamhet kan den låga betydelsen i studierna förklaras med att behovet av samlokalisering är starkt beroende på vart i företagets livscykel som företaget befinner sig i. Detta kan vara anledningen till varför samlokalisering inte är en uppenbar generell trend.

### **Närhet till service**

Betydelsen av *Närhet till service* har minskat aningen i den senaste undersökningen. Majoriteten anser i de två tidigare undersökningarna att faktorn har betydelse och i undersökningen 2011-2014 anser majoriteten att faktorn har låg betydelse. Dock kan närhet till service vara avgörande för vissa vid val av lokalisering, speciellt då det är viktigt att attrahera kompetent personal.

### **Närhet till kunder och leverantörer**

Vid en jämförelse mellan årets resultat och tidigare studier påträffas ingen tydlig förändring i resultaten. Majoriteten anser fortfarande att *Närhet till kunder och leverantörer* inte har någon betydelse eller låg betydelse. Betydelsen av *Närhet till*

*kunder och leverantörer* kan variera beroende på företagets verksamhet. Om de fysiska kundmötena är av stor betydelse för företaget är val av placering avgörande för företaget verksamhet. Den senast utförda studiens resultat kan vidare förklaras med att behovet att ha nära till kunder och leverantörer har minskat, då det har ökat med att arbeta virtuellt.

### **8.2.3 Avgörande faktorer vid omlokalisering (per bransch)**

En korsanalys mellan tillhörande bransch och vilka faktorer som varit avgörande påvisar både likheter och skillnader mellan branscherna. Samtliga branscher ansåg att *Högre lokalstandard* hade hög betydelse och att *Missnöje med tidigare fastighetsägare* hade låg betydelse. Dock anser alla branscher förutom *Offentlig verksamhet/ Utbildning/Sjukvård* att *Attrahera kompetent personal* har stor betydelse. Utöver dessa likheter finns också många skillnader mellan branscherna. Detta påvisar att marknaden är en heterogen marknad, där varje bransch värderar faktorer olika högt vid en omlokalisering.

## **8.3 Miljöcertifiering**

*Detta avsnitt utvärderar varför företag väljer en miljöcertifierad fastighet eller inte och om ett hyrespåslag kan vara rimligt för en miljöcertifierad fastighet.*

### **8.3.1 Är den nuvarande fastigheten miljöcertifierad?**

I årets undersökning valde 27 (43) företag att inte lokaliserade sig i en miljöcertifierad byggnad. Varför företag inte väljer att prioritera miljöcertifiering kan bero på att det finns faktorer som är viktigare i första hand, exempelvis fastighets läge och lokalutformning. Först när dessa behov är tillfredsställda kan frågan angående miljöcertifiering bli aktuell. Av de 43 svarande, kunde 3 inte svara på frågan men 13 företag svarade att de flyttat till en miljöcertifierad fastighet, varav hälften är inom tjänstebanschen. Detta är vanligt förekommande, då fastigheten är en av de få verktyg som tjänsteföretag kan använda för att stärka sin miljöprofil. De anställda är även företagets viktigaste resurs, vilket gör att tjänsteföretag väljer lokaler med bra arbetsmiljö, vilket en miljöcertifierad byggnad levererar. Varför 13 företag väljer att sitta i miljöcertifierade byggnader kan bero på att företag vill ha en lokal där medarbetarna trivs och kan prestera högt, vilket en miljöcertifierad fastighet kan garantera med sin goda inomhuskvalité.

### **8.3.2 Rimligt med ett hyrespåslag?**

I studien 2009-2011 ansåg majoriteten 14(27) att det inte var rimligt att hyreskostnaden påverkas av en miljöcertifiering. Dock har acceptansen ökat en aning i årets studie, då majoriteten 25(43) anser att det är rimligt med ett hyrespåslag. Dock går det inte att göra ett hyrespåslag endast för en certifiering. Efterfrågan är inte tillräckligt stor ännu, då hyresgäster inte är villiga att betala mer i hyra för en miljöcertifierad byggnad. Av de 13 som inte ansåg att det är rimligt med en hyresökning, ansåg flera att miljöcertifiering borde vara en byggnadsstandard idag som inte ska kosta mer. Fler menar även på att om de fick välja mellan en miljöcertifierad byggnad och en utan certifiering så skulle de välja den med certifiering om det var samma hyra.

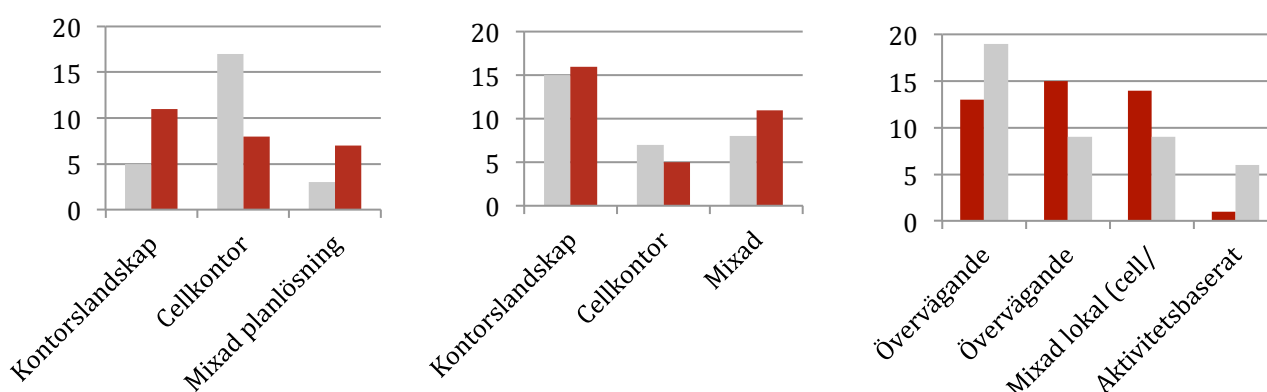
Trots detta påvisar årets undersökning att samtliga av de som var villiga att betala mer accepterar ett hyrespåslag på 0-5 procent och ett fåtal accepterar ett påslag på 5-10 procent. Resultatet stämmer överens med tidigare års studie och forskning som har identifierat att det finns en marginell acceptans för en hyresökning på cirka 2 procent för att sitta i en miljöcertifierad byggnad. Dock menar flertalet av de som svarade att ett påslag är rimligt på att de förväntas spara in pengar på annat håll i fastigheten ”*Jag är*

*beredd att betala 0-5 procent om det minskar elkostnad och avfallshanteringskostnaderna". De 5 som inte kunde svara på frågan ansåg att det beror helt på vem som betalar för vad i fastigheten, hyresgästen eller fastighetsägaren.*

Sammanfattningsvis påvisar undersökningen att majoriteten av företagen inte väljer miljöcertifierade byggnader. Dock har en stor del av respondenterna valt en miljöcertifierad byggnad för sin verksamhet, av dessa är cirka hälften inom tjänstesektorn. Enligt bransch-kunniga är inte efterfrågan på marknaden tillräckligt stor för ett hyrespåslag, dock anser majoriteten av respondenterna att högst en ökning med 5 procent är rimlig. Detta påvisar att det finns en marknad för miljöcertifierade byggnader och att folk är villiga att betala för detta.

## 8.4 Lokalutformning

Genom att analysera samtliga studiers resultat angående tidigare och nuvarande lokalutformning kan tydliga mönster urskiljas även om svaren har en variation. Allt färre företag väljer en lokalutformning bestående av *Övervägande andel cellkontor*. I samtliga studier har antalet med *Övervägande andel cellkontor* som nuvarande lokalutformning minskat i förhållande till det antal som tidigare hade utformningen. Vidare går att utläsa att en lokalutformning med *Övervägande andel öppet kontorslandskap* är mest populärt i samtliga studier. Allt fler företag väljer en utformning av *Övervägande andel kontorslandskap* jämfört med tidigare lokalutformning. Antalet företag som valt en *Mixad planlösning* har ökat i de två tidigare studierna men har minskat i den senaste studien. I den senast utförda studien har även svarsalternativet *Aktivitetsbaserad lokalutformning* tillkommit och antalet företag med denna utformning har den största procentuella ökningen jämfört med tidigare lokalutformning.



**Tabell 28: Val av lokalutformning i tidigare samt nuvarande lokal**

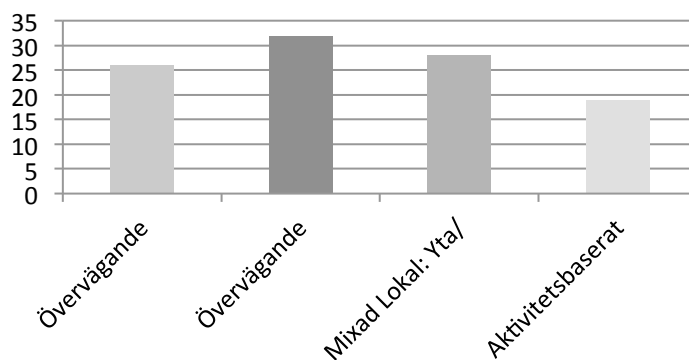
Variationen på resultaten kan bero på att det inte finns någon optimal kontorslösning för alla, utan kontorsutformningen måste anpassas efter verksamhetens arbetssätt. De mönster vi ovan urskilt stämmer väl överens med vad som kan förväntas. Under de senaste 10-15 åren har trenden gått från att sitta i cellkontor till att arbeta i öppna landskap. Detta kan bero på att företag kanske hellre väljer lokaler med möjligheter till ökad samhörighet samt underlättad kommunikation och grupparbete framför avskildhet, dämpat ljud och underlättande för koncentration. Vidare kan det bero på att det anses mindre problematiskt med hög ljudnivå framför instängdhet samt sämre kommunikationsmöjligheter och flexibilitet. Resultatet visar att det fortfarande finns företag som väljer mixade planlösningar, vilket ger möjlighet att tillvarata de positiva aspekterna från de båda utformningarna.

Att antalet företag som har en aktivitetsbaserad lokalutformning har ökat jämfört med det antalet som hade utformningen tidigare i den senast utförda undersökningen är inte förvånande. Detta är den senaste trenden och är ett nytänkande arbetsupplägg även om den varit populär för cirka 25 år sedan. Efter ett studiebesök hos företaget Bisnode, som valt denna lokalutformning kan en förståelse för varför utformningen är populär erhållas. Intresset för arbetsmiljö är idag stort och enligt fallstudien är flertalet av medarbetarna är nöjda och trivs i lokalerna då det finns en stämning av glädje, innovation och inspiration. Dock kräver ett aktivitetsbaserat kontor disciplin för att fungera.

Ytterligare en anledning till varför företag väljer aktivitetsbaserade kontor samt kontorslandskap är för att minska kontorsytan per anställd. Resultatet av en korsanalys

visade att av de 8 som flyttat till kontorslandskap och inte haft denna utformning tidigare minskade endast 3 ytan per anställd. Detta stämmer inte med vad som kan förväntas. Dock är det vanligt förekommande att man vid en flytt tillgodoser företaget med något större lokaler än behövt för att ha expansionsmöjligheter på plats. Av de företag som flyttat till aktivitetsbaserade kontor och inte haft denna utformning tidigare minskade 5 av 6 kontorsytan per anställd. Detta resultat stämmer väl med vad som förväntas.

Totalt sett visar en analys av de medelvärdena av ytan per anställd i de svarandes nuvarande lokaler att minst kontorsyta per anställd erhålls i aktivitetsbaserade kontor och därefter i kontor med övervägande andel kontorslandskap. Störst kontorsyta per anställd erhålls i cellkontor, vilket stämmer väl med vad som förväntas.



**Tabell 29: Yta/person i nuvarande lokalutformning (svaret är medelvärdet av kvm/anställd)**

## 8.5 Lokalkostnader per anställd

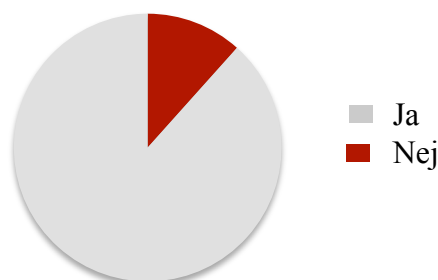
Det finns flera parametrar som påverkar om kostnaderna ökar eller minskar vid en omlokalisering. De aspekter som analyseras nedan är om läget, val av lokalutformning, avgörande faktorer vid flytt, och miljöcertifiering kan påverka lokalkostnaden per anställd.

Totalt av de 35 respondenterna som kunde svara på frågan svarade majoriteten att kostnaderna har ökat i och med omlokaliseringen. I studien ökade majoriteten av respondenterna sina kostnader oavsett lokalutformning, vilket inkluderar Öppet kontorslandskap och Aktivitetsbaserat kontor, där syftet ofta brukar vara att minska ytan per anställd och därmed kostnaderna. En ökning av kostnaderna kan bero på att företag väljer att göra anpassningar i de nya lokalerna, vilket ofta resulterar i ett hyrespåslag. Vidare har det blivit mindre fokus på kostnadsnedskärningar och mer fokus på kvalitet när det handlar om val av lokal. Detta har mycket att göra med att det råder en god ekonomi i Sverige. Av de som ökat sina lokalkostnader har flertalet flyttat till inom Vallgraven. Av de som minskat sina kostnader har hälften flyttat till Mölndal vilket kan bero på att Mölndal ligger utanför centrum och därmed är en mer kostnadseffektiv placering, jämfört med de mer centrala delarna. De företag som har valt att flytta på grund av *Expansion, Närhet till allmänna kommunikationer, Service samt Kunder och Leverantörer* och *Högre lokalstandard* har majoriteten av respondenterna ökat sina kostnader. De som valt att flytta på grund av *yteffektivisering* har minskat sina kostnader, vilket är vanligt eftersom yteffektiva lokaler ofta är optimerade efter verksamhetens behov, vilket medför en mindre lokalyta med lägre kostnader.

Av de som sitter i en miljöcertifierad byggnad har cirka hälften ökat sina kostnader och hälften minskat dem. Detta resultat påvisar att företag flyttar till miljöcertifierade byggnader, även om det innebär en ökad kostnad. En ökning av hyran kan återigen kopplas till ett rimligt hyrespåslag på 2 procent. Resultatet visar också på att det inte behöver kosta mer i att sitta i en miljöcertifierad byggnad, då hälften har sänkt sina kostnader i och med omlokaliseringen. Detta stödjer branschknigas resonemang att det inte är dyrare att sitta i en miljöcertifierad byggnad och att ett hyrespåslag inte är aktuellt i dagsläget för endast certifieringen.

## 8.6 Nöjdhet med omlokaliseringen

I följande avsnitt analyseras resultaten sammanställda av svaren på frågorna *Har flytten medfört de förbättringar som önskats* och *Tillvägagångssätt vid omlokalisering*. Dessutom analyseras korsanalys av frågorna ovan samt *Har flytten medfört de förbättringar som önskats* och *Nuvarande delområde*.



Figur 23: Andelen svarande som ansåg att flytten medfört samtliga förbättringar som önskats vid omlokaliseringen

Resultatet visade att 38 av de 43 svarande ansåg att samtliga förbättringar som önskats vid omlokaliseringen uppfyllts. Detta kan bero på flertalet hyresgäster gör en djupgående analys för att finna dess lokalbehov, vilket kan bero på att hyresgäster har allt mer specifika krav och väljer lokaler som uppfyller detta. Att hyresgäster är allt mer medvetna om betydelsen av fastigheters läge och utformning kan vara en anledning till varför hyresgäster gör djupgående analyser. Vidare visade resultatet att majoriteten av respondenterna tar hjälp vid dess omlokaliseringar, vilket också kan bero på att hyresgäster idag verkligen inser vikten av att ha en fungerande lokal. Knappt en tredjedel av respondenterna tog hjälp av befintlig fastighetsägare och en större andel, cirka hälften, rådfrågade Rådgivare/Mäklare. Detta kan bero på att hyresgästerna är medvetna om att den befintliga fastighetsägarens lokalutbud inte erbjuder det de efterfrågar och att det är vanligt förekommande att hyresgäster blir kontaktade av externa företag. Vidare tog cirka hälften extern hjälp vid utformning av den nya lokalen, vilket kan förklaras med att hyresgäster har en god förståelse för hur val av lokalutformning påverkar företaget. Vidare påverkar troligtvis den starka trenden för inredning som råder. Företag vill spegla sin företagskultur och ge ett intryck av företaget till omgivningen via lokalens utformning.

Resultatet visade även att störst andel företag menat att samtliga förbättringar som önskats uppfyllts i delområdena Lilla Bommen och Mölndal, vilket kan bero på att dessa områden erbjuder lokaler med hög standard och att lokalanpassningar kan vara ekonomiskt möjligt för fastighetsägare i dessa områden.

Av de missnöjda företagen var inga placerade i aktivitetsbaserade kontor, vilket kan bero på att dessa företag gjort en väldigt djupgående analys om organisationens behov och därmed kommit fram till just denna utformning.

## 9. Resultat och diskussion

I detta kapitel diskuteras undersökningens metod och resultat med utgångspunkt i våra egna åsikter. Kapitlet presenterar en diskussion kring enkätutformningen, telefonintervjuerna, de kvalitativa intervjuerna samt resultatet.

### Enkäten

Enkäten som användes som underlag vid telefonintervjuerna var en reviderad version av den enkät som användes i den senast utförda undersökningen på Jones Lang LaSalle. Genom att ha tidigare studies enkät som utgångspunkt sparades tid men medförde även att tid var tvungen att avsättas för att förstå syftet med undersökningen och frågornas innebörd. Tidigare års studie valdes att revideras för att erhålla ett mer intressant resultat. Vi anser att de tillagda frågorna i årets undersökning gav studien ett större värde, då den nu även tillvaratar information av mer kvalitativ karaktär. De nytillkomna frågorna gav respondenterna en chans att förklara sina svar och de blev inte begränsade av svarsalternativen. Dessutom utvecklades frågor som är väl i tiden med vad som kan anses vara trender på hyresmarknaden, vilket vi tror skapar ett större intresse för studien hos fastighetsägare. Dock anser vi även att förekomsten av tidigare studies enkät begränsade oss. Även om vi fick tillåtelse av Jones Lang LaSalle att revidera enkäten, var vissa frågor tvungna att kvarstå för att möjliggöra en jämförelse av tidigare och årets resultat. Detta speglades genom att vi efter sammanställning av resultatet insåg att vissa frågor inte ansågs högt relevanta för vårt syfte. Vidare var även urvalet förutbestämt. Vi hade rimligtvis begränsat urvalet ytterligare, då vi efter telefonintervjuerna insett att det finns en stor skillnad i mindre och större företags efterfrågan. Förslagsvis hade vi tillagt en begränsning angående företagets omsättning, då det kan finnas stora skillnader i företags ekonomiska möjligheter, vilket inte kan utläsas i kontorsytan. Dessutom hade vi utformat en ny branschindelning än den nuvarande, för att få en större variation mellan alternativen. Vidare vore det även intressant att tydligare avgränsa offentliga företag med privata, för att möjliggöra mer långtgående slutsatser, då vi under vissa intervjuer märkte påtagliga skillnader i lokalplanering hos privata respektive offentliga organisationer. Exempelvis fick vi en indikation av att offentliga företag är mer styrda från övre organ.

### Telefonintervjuerna

Det finns både fördelar och nackdelar med att göra telefonintervjuer för att undersöka efterfrågan på marknaden. Fördelarna med att använda telefonintervjuer med företag som omlokaliserat var den stora svarsfrekvensen som uppkom. Vi blev förvånade över att det var så stor andel av företagen som var villiga att delta i undersökningen. Vi var även positivt överraskade över den stora kunskapen som personerna på företaget hade om sin omlokalisering. Detta kan bero på att vi oftast intervjuade var antingen VD:n eller den fastighetsansvarige på företagen. Vi trodde att det skulle vara svårt för respondenterna att gradera de avgörande faktorer vid flytt, vilket visade sig inte vara någon svårighet för respondenterna, då de flesta kunde svara på frågorna utan problem. Dock upptäckte vi att det fanns även begränsningar i att göra telefonintervjuer. En styrka var att vi var två personer som genomförde intervjuerna, vilket underrättade insamlingen av data. Dock kan detta ha medfört att frågorna i enkäten formulerades på olika sätt. För att minska denna skillnad genomförde vi 10 pilotintervjuer där vi efteråt identifierade otydliga frågor och formuleringar.

Det var två frågor som vi uppfattade som svåra för respondenterna att svara på. Den första var *"Anser du att det är rimligt med ett hyrespåslag för att sitta i en miljöcertifierad byggnad?"*. Vi blev förvånade över att denna fråga fick så starka reaktioner. Några av de som inte satt i miljöcertifierade lokaler uppfattade frågan som



känslig och var snabba med att påpeka hur företaget annars arbetar miljövänligt. Detta tror vi kan bero på att företag idag har en stor press att agera miljövänligt. Den andra frågan som vi uppfattade som känslig var *"Innebär flytten en minskad kostnad per anställd?"*. Detta kan bero dels på att det handlar om kostnader, vilket kan vara privat information som inte företag vill dela med sig av. Denna fråga ansåg vissa vara svår att svara på då svarsalternativen var ja eller nej. Om vi istället hade ställt en mer öppen fråga så respondenterna fick förklara anledningen, tror vi inte reaktionen hade blivit så stark.

Trots att vi hade beräknat att telefonintervjuerna skulle ta lång tid att genomföra, så var vi förvånade över hur lång tid det faktiskt tog. Vi ringde oftast till växeln för att sedan bli vidarekopplade till rätt person. Det som tog mest tid var att få tag på den rätta personen som oftast var VD:n eller den fastighetsansvarige på företaget. Många företag var väldigt positiva till intervjun och var väldigt hjälpsamma. Det blev även ett bra avslut på intervjun när vi erbjöd dem att få en kopia på det slutliga examensarbetet. Dock fanns det företag som lovade en intervju och sedan bortprioriterade detta och i något fall blev växeln irriterade på att vi ringde för många gånger. En rekommendation till kommande undersökningar är att maila ut enkäten till företagen när man bokar en tid, så de kan vara förberedda på vilka frågor som kommer. En annan sak som vi upptäckte nu i efterhand vara att i faktorn *"Övriga kostnadsnedskärningar"* ska det ingå att man flyttar på grund av hyressänkning, vilket vi inte fokuserat på vid intervjuerna. I årets resultat har denna faktor minskat i betydelse, vilket kan vara missvisande då respondenterna inte visste att hyressänkning ingick i denna faktor.

### **Kvalitativa intervjuerna**

De personliga intervjuer som utfördes med bransch-kunniga personer anser vi är väldigt värdefulla i arbetet. Detta då syftet är att undersöka den rådande efterfrågan, och det anses därför högst relevant att diskutera denna med bransch-kunniga personer i nuläget. Vi är stolta över intervjuerna då samtliga tillfört arbetet värdefull information.

### **Resultatet**

Då det är olika antal respondenterna i de olika undersökningarna går inte samtliga resultat från årets studie att jämföra, vilket är en brist i rapporten. Dessutom finns frågor i enkäten som valdes att ta med men som inte ansågs relevanta efter att ha sammanställt resultatet, och som presenteras i Bilaga 2. Dock har troligtvis Jones Lang LaSalle användning för dessa i specifika uppdrag. Vidare tar inte undersökningen hänsyn till samtliga yttre faktorer som kan ha en inverkan på resultatet. Vi anser även att svarsalternativen tillhörande frågan angående hyresökning av miljöcertifierade lokaler är orealistiskt höga, och skulle ha haft mindre intervall om studien gjorts igen.

### *Delområden*

Kontorshyresmarknaden är trögrörlig. Att cirka hälften av respondenterna väljer en placering inom samma delområde som tidigare stärker tidigare påstående. Att Gårda/Stampen/Heden, Lilla Bommen/Gullbergsvass, Avenyområdet, Västra Göteborg och Vallgraven/Nordstaden anses vara de mest potentiella områdena att flytta till påvisar att centrala delar i Göteborg fortfarande är mest attraktiva för kommersiella hyresgäster. Dock finns det ett delområde som sticker ut. Att flest respondenter har en nuvarande placering i Mölndal förvånade oss, då vi förväntade oss att detta skulle vara ett mer centralt område. Troligtvis attraherar utveckling och tillväxtplaner eller så kan resultatet bero på det stora behovet av expansion och att detta inte finns möjligheter till i de centrala delarna. Vidare är även Lilla Bommen ett intressant område, då inga avflyttar skett från området samt att störst andel av respondenterna var nöjda här.

Fastighetsägare kan även ha i åtanke att det nu är attraktivt för företag inom Offentlig verksamhet/Sjukvård/Utbildning att vara placerade i Mölndal och Norra Älvstranden och för tjänsteföretag att vara placerade nära stadskärnan. Sammanfattningsvis påvisar dessa resultat fastighetsägare bör kunna erbjuda lokaler i centrala Göteborg men även i utvecklingsområdet Mölndal.

#### *Faktorerna*

Fastighetsägaren kan utgå från vissa generella trender vid val av nyinvestering och anpassning av befintlig lokal. Dock visar undersökningen att det finns en stor spridning mellan vilka faktorer som värderas hög eller lågt. Detta då företag värderar olika faktorer beroende på vilken verksamhet som bedrivs och i vilken utvecklingsfas som företaget befinner sig i. Det intressanta med dagsläget är att det samtligt finns en tydlig röd tråd med vilka faktorer som värderas högst. Enligt årets undersökning är det faktorerna: *Närhet till allmänna kommunikationer, Högre Lokalstandard, Yteffektivisering, Expansion och Attrahera kompetent personal* som värderas högst vid val av ny lokal. Vi är inte förvånade av detta resultat då det för tillfället är stort fokus på allmänna kommunikationer och konkurrensen mellan företag är hög. En tydlig trend som har överraskat är att företag väljer lokaler med mycket hög kvalitet som har till syfte att vara personlig och spegla företagskulturen. Detta tyder på att företag är mer medvetna om att fastigheten kan användas som ett verktyg för att nå framgång och för att attrahera kompetent personal. Då det finns generella trender angående vad hyresgäster prioriterar bör fastighetsägare säkerställa att dess fastighetsbestånd erbjuder det som efterfrågas. Dock finns det variationer i resultaten vilket medför att det är av stor vikt att fastighetsägare har god kunskap om hyresgästens kärnverksamhet, för att på så sätt kunna erbjuda en optimal lokal som möter hyresgästens behov. Vilket resulterar i långa och stabila hyreskontrakt.

#### *Lokalutformning*

Hyresgästers val av lokalutformning varierar, vilket kan bero på att det inte finns en optimal lösning som passar alla. Det som är trenden på marknaden idag är den aktivitetsbaserade lokalutformningen, som företag som verkligen vill ligga i framkant väljer. Besöket hos Bisnode påvisade att denna utformning uppfattas positivt av dess medarbetare, men att den kräver disciplin för att fungera. Vidare är även öppet kontorslandskap populärt medan intresset för cellkontor har minskat. Detta medför att fastighetsägare bör kunna erbjuda öppna, effektiva och flexibla lokaler. Vi menar dock att det kan finnas en risk att hyresgäster inte alltid utgår från vad de faktiskt behöver utan i vissa fall kanske väljer det som är mest trendigt. Kanske finns det fler av de svarande som egentligen borde sitta i cellkontor, men som inte vill anses omoderna. Därför kan det vara av fördel att fastighetsägare hjälper hyresgäster med analys av lokalbehov. Vidare framkom det efter besöket hos Fallstudie B att det än idag finns lokaler med bristande arbetsmiljö och att detta har en tydlig påverkan hos medarbetarna. Dess fysiska hälsa, prestationer och atmosfären på arbetsplatsen påverkades negativt. Att fastigheter erbjuder bristande arbetsmiljö kan alltså vara en avgörande faktor till att hyresgäster blir missnöjda och flyttar. Vi blev förvånade över att det fanns lokaler som företag arbetade i med så bristande arbetsmiljö än idag.

#### *Lokalkostnader och miljöcertifierad byggnad*

Hyresgäster är idag beredda att öka kostnaderna vid dess omlokaliseringar, oavsett val av lokalutformning. Detta påvisar att hyresgäster har ett mindre kostnadsfokus och speglar hyresgästers förståelse av betydelsen av lokalens läge och utformning och de fördelar detta kan medföra för företaget. Dock prioriterar hyresgäster allt mer yteffektiva lokaler, vilket kan bero på en vilja att balansera de mer kostsamma kraven.

Det kan därför finnas en större möjlighet för fastighetsägare att anpassa lokalerna och få en lönsamhet i investeringen, då hyresgästerna kan vara beredda att betala för att lokalen är optimalt anpassande. Dessutom behöver en lokalisering i en miljöcertifierad byggnad inte innebära ökade lokalkostnader, även om majoriteten av respondenterna är beredda att betala mer för det. Dock är inte en certifiering något som prioriteras högt av hyresgäster idag. Vi har fått en indikation av att marknadsföringen är bristande, då flertalet av respondenterna inte vetat vad en certifiering innebär. Alternativt har det varit för stor påtryckning kring miljörelaterade frågor, vilket kan ha medfört att hyresgäster inte tagit till sig den information som förmedlats. Då det troligtvis kommer vara lönsamt för fastighetsägare att certifiera befintliga fastigheter och nybyggnation i framtiden tror vi det är av stor vikt att göra hyresgästerna medvetna om fördelarna för att öka efterfrågan. Kanske kommer miljöcertifiering bli ett grundläggande krav i framtiden, och en förutsättning för att vara konkurrenskraftig som fastighetsägare.

### *Nöjdhet*

Hyresgästerna är väl medvetna om vad de efterfrågar i sina lokaler och specificeringen blir allt mer personlig. Studien påvisar att företag är nöjda med sina omlokaliseringar oavsett vilken hjälp de tog vid lokalsökningen. Detta resulterar i att fastighetsägare och externa mäklare gör ett bra arbete som möter kundens förväntningar. Förvånande är det dock att endast en tredjedel av företagen använder sig av sin befintliga fastighetsägare vid lokalsökning. Detta ser vi som bristande då fastighetsägare har möjlighet att avhjälpa ett förändringsbehov i tid och därmed behålla hyresgästen. Intressant är vidare att nästan samtliga i undersökningen är nöjda med dess lokalutformning, trots de extremt låga vakanserna och därmed det begränsade utbudet. Vi är förvånande över att hyresgäster inte upplevt större svårigheter att finna en lämplig lokal. Kanske kan denna nöjdhet bero på fastighetsägarnas förståelse av god service. Sammanfattningsvis möter fastighetsägare hyresgästernas förväntningar, dock finns det en möjlighet i att arbeta mer aktivt för att behålla en hyresgäst inom det egna fastighetsbeståndet.

## 10. Rekommendationer till fastighetsägare

För att fastighetsägare ska vara konkurrenskraftiga, ha långvariga hyresgäster och skapa en lönsamhet bör fastighetsägare:

1. Ha ett fastighetsbestånd i centrala Göteborg och i Mölndal.
2. Ha ett fastighetsbestånd som erbjuder *Närhet till allmänna kommunikationer, Högre Lokalstandard, Yteffektivisering, Expansion och Attrahera kompetent personal*. Dock finns det variationer i resultaten vilket medför att det är av stor vikt att fastighetsägare har god kunskap om hyresgästens kärnverksamhet, för att på så sett kunna erbjuda en optimal lokal som möter hyresgästens behov.
3. Ha öppna, effektiva och flexibla fastigheter som kan anpassas efter de olika behov som råder hos hyresgäster. Trenden på kontorshyresmarknaden är att ha en lokalutformning som är antingen aktivitetsbaserad eller ett öppet kontorslandskap. Det krävs dock att hyresgästen är medveten om att det krävs ett disciplinerat arbetssätt för att utformningen skall fungera.
4. Erbjud en god arbetsmiljö, då detta kan vara en anledning till varför företag flyttar.
5. Se möjligheter med att anpassa lokaler efter hyresgästers behov, då detta kan vara en lönsam investering.
6. Medvetandegöra hyresgäster angående fördelarna med miljöcertifierade byggnader. Dessutom bör fastighetsägare certifiera sina befintliga fastigheter samt nybyggnation, då detta kan bli ett grundläggande krav i framtiden och förväntas bli lönsamt.
7. Arbeta mer aktivt för att behålla hyresgäster inom det egna fastighetsbeståndet.

## 11. Referenser

### 11.1 Litteratur

Ejlertsson, G. (2005), *Enkäten i praktiken*. Andra upplagan. Lund: Studentlitteratur AB.

Lind, H, Lundström, S. (2009) *Kommersiella fastigheter I samhällsbyggandet*. Stockholm: SNS Förlag.

Nathorst-Böös, T, Schumacher, B. (1995), *Lokalhandbok: Planering av förhyrning av arbetslokaler*. Solna: Svensk byggtjänst.

Ryd, N. (2008), *Fick du det du beställde? Metodverktyg för lokalutvärdering*. Första upplagan. Stockholm: Sveriges kommuner och landsting.

Trost, J. (1994), *Enkätboken*. Första upplagan. Lund: Studentlitteratur AB.

Trost, J. (2010) *Kvalitativa intervjuer*. Fjärde upplagan. Lund: Studentlitteratur AB.

### 11.2 Elektroniska källor

Arbetsmiljöverket (2014) *Öppet kontor eller cellkontor*.  
[http://www.av.se/\(X\(1\)S\(fjruiagop1lkbrx3ephxtjy\)\)/teman/kontorsarbete/oppet\\_kontor/index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1](http://www.av.se/(X(1)S(fjruiagop1lkbrx3ephxtjy))/teman/kontorsarbete/oppet_kontor/index.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1) (2014-04-02).

Grossman, D. (2012) Gå i kluster. *Fastighetstidningen*. 2012-08-10.  
<http://www.fastighetstidningen.se/kluster/> (2014-03-22).

Göteborgs stad (2014) *Parkeringspolicy för Göteborgs stad*. Göteborg.

Heldmark, T. (2009) Identitet ibland viktigare än ekonomi vid företagsfusioner, *Vetenskapsrådet*. 2009-08-26.  
<http://www.vr.se/amnesomraden/humanioraochsamhalle/manadensprojekt/identitetiblandviktigareanekonomividforetagsfusioner.4.427cb4d511c4bb6e38680007676.html> (2014-03-20).

Jones Lang LaSalle. (2014) *Göteborgs kontorsmarknad: Kvartal 4, 2013*. Göteborg

Lindholm, A.M. (2008). Effektiva kontor-Kräver god planering. *Fastighetstidningen*, nummer 3, 20-22.

Lindqvist, G, Malmberg, A, Sölvell, Ö. (2002) *Svenska Klusterkartor, en statistisk inventering av kluster i Sverige 2002*.  
[http://ivorytower.se/documents/Svenska\\_klusterkartor.pdf](http://ivorytower.se/documents/Svenska_klusterkartor.pdf) (2014-03-13)

Mer (2013) Aktivitetsbaserade kontor, MER. <http://mer.se/aktivitetsbaserade-kontor/> (2014-03-15)

NCC. (2013) *Kontoret som fönstret ut för varumärke, kultur och värderingar*. Future solutions by NCC. 2013

Sgbc. (2014) Miljöbyggnad- miljöcertifiering utifrån svenska förhållanden. *SGBC*. <http://www.sgbc.se/certifieringssystem/miljoebyggnad>. (2014-04-01)

Svensk kollektivtrafik (2014) *Göteborg K2020*. <http://www.svenskkollektivtrafik.se/partnersamverkan/godaexempel/Tidigare-Goda-Exempel-/Goteborg-K2020/>. (2014-02-26)

Wahlberg, M. (2014) Aktivitetsbaserat kontor-när det funkar och inte funkar. *Det nya arbetslivet*. 2014-03-27. <http://www.detnyaarbetslivet.se/2014/03/27/aktivitetsbaserat-kontor-arbetsatt/> (2014-04-05).

### **11.3 Muntliga källor**

Anna Denell (Hållbarhetschef, Vasakronan) personlig intervju 2014-04-16

Christina Bodin Danielsson. [christina.bodin.danielsson@su.se](mailto:christina.bodin.danielsson@su.se) (2014-04-17) Intervju examensarbete.

Christina Cedéus Olauson (Uthyrningskonsult, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-05-16.

Daniel Jighede (Uthyrningschef, Vasakronan) personlig intervju 2014-04-04

Gustav Lundkvist (Analytiker, Jones Lang LaSalle) personlig intervju 2014-03-28

Hans Lind (Professor inom bygg- och fastighetsekonomi, KTH) personlig intervju 2014-04-14

Reinhold Lennebo (VD, Fastighetsägarna) personlig intervju 2014-04-14

Roger Strömberg (Näringslivschef Göteborg, Business Region Göteborg) personlig intervju 2014-04-03

## Bilaga 1

# Omlokaliseringsstudie Göteborg 2014

Företagsnamn: \_\_\_\_\_

Tidigare adress: \_\_\_\_\_

Signatue date: \_\_\_\_\_

Tidigare hyresvärd: \_\_\_\_\_

Area: \_\_\_\_\_

Kontaktperson:

Befattning:

Telefonnummer: \_

Intervju bokad:

Övriga kommentarer:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Tidigare delmarknad:

- Avenyområdet
- Gårda/Stampen/Heden
- Inom vallgraven/Nordstaden
- Järntorget/Masthugget/Majorna
- Kungsbacka
- Lilla Bommen
- Mölndal/ Mölndals dalgång
- Norra Älvstranden
- Västra Göteborg (Högsbo, Sisjön, Järnbrott)
- Östra Gbg (Gamlestaden)
- Övriga Hisingen
- Övrigt \_\_\_\_\_

Bransch:

- Byggnad
- Grossister och Detaljister
- IT-service
- Offentlig verksamhet/ Utbildning/ Sjukvård
- Teknik & Telecom
- Tjänstebransch
- Övrigt

## DEL 1- TIDIGARE LOKAL

Tidigare adress:

Kontorsyta:  Kvm

Vad hade ni för kontraktslängd?  År

### Typ av lokal, tidigare fastighet:

Övervägande andel kontorslandskap

Övervägande andel cellkontor

Mixad lokal (cell/landskap)

Aktivitetsbaserat kontor (förklara)

## DEL 2- NY LOKAL

Ny adress:

Kontorsyta:  Kvm

Vad har ni för kontraktslängd?  År

### Hur många anställda och hur många arbetsplatser:

	Anställda	Arbetsplatser
Var ni innan flytt?	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Är ni nu?	<input type="text"/>	<input type="text"/>



### Typ av lokal, nuvarande fastighet:

- Övervägande andel kontorslandskap
- Övervägande andel cellkontor
- Mixad lokal (cell/landskap)
- Aktivitetsbaserat kontor

### DEL 3- AVGÖRANDE FAKTORER FÖR FLYTT

#### Varför valde ni att flytta till nya lokaler?

Betygssätt de faktorer som varit avgörande efter betydelsegrad. En femma är mycket hög betydelse, medan en etta är mycket liten betydelse. Ingen markering innebär att faktorn inte hade betydelse.

	1	2	3	4	5
<b>Egna företaget</b>					
Samlokalisering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Image	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bättre skyltlläge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Expansion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Attrahera kompetent personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yteffektivisering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Övriga kostnadsnedskärningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### Innebar flytten en minskad kostnad per anställd?

Ja  Nej

Om kostnadsnedskärningar var avgörande, specificera hur detta uppnås i den nya fastigheten:  
(Exempelvis delad reception eller konferenslokal)

Finns det andra faktorer som har haft betydelse inom detta område?

## Fastigheten

Högre lokalstandard	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Miljöcertifierad byggnad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bättre parkeringsmöjligheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Missnöje m. tidigare fast.ägare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Finns det andra faktorer som har haft betydelse inom detta område?

## Tillgänglighet

Närhet till kunder/leverantörer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Närhet till service	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Närhet till företag i samma bransch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Närhet till allmänna kommunikationer (Spårvagn, buss, tåg, flyg)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Finns det andra faktorer som har haft betydelse inom detta område?

Har flytten medfört att de förbättringar ni önskat blivit uppfyllda?

## DEL 4- Miljöcertifiering

Är fastigheten ni nu sitter i miljöcertifierad?

Ja  Nej

Tycker ni att det är rimligt att hyreskostnaden påverkas av att en fastighet är miljöcertifierad?

Ja  Nej

Om Ja, hur mycket mer skulle ni ha varit beredda att betala i hyra?

5 % eller mindre  10 %  15 %  20 %  25 % eller mer

## DEL 5- TILLVÄGAGÅNGSÄTT VID FLYTT

Vilka geografiska områden ansågs vara lämpliga att flytta verksamheten till?

Tidigare delmarknad:

- Avenyområdet
- Gårda/Stampen/Heden
- Inom vallgraven/Nordstaden
- Järntorget/Masthugget/Majorna
- Kungsbacka
- Lilla Bommen
- Mölndal/ Mölndals dalgång
- Norra Älvstranden
- Västra Göteborg (Högsbo, Sisjön, Järnbrott)
- Östra Gbg (Gamlestaden)
- Övriga Hisingen
- Övrigt \_\_\_\_\_

Hur gick ni tillväga vid er lokalsökning?

- Tidningar  Rådgivare/Mäklare  Internet  Befintlig fastighetsägare   
Annat

Specificera vilka tidningar, mäklare, internetsidor eller annat som användes

Använde ni er av extern hjälp under flytten?

- Ja  Nej

Om nej, tror ni det hade varit bra? Varför i så fall?

**Om ja, vid vilken fas?**

Kontraktförhandling  Utformning av ny lokal

Fysisk flytt  Annat

**Vilka tog ni hjälp av?**

## Bilaga 2

### Utesluten rådata

Kontorsyta (m <sup>2</sup> )	≤500	>500- ≤1000	>1000-≤1500	>1500-≤2000	>2000-≤2500	>2500
Tidigare kontorsyta	18	13	4	6	1	1
Nuvarande kontorsyta	3	17	10	4	6	3

Kontraktslängd (år)	≤1	≤2	≤3	≤4	≤5	≤10	>10	Ägde	Vet ej
Tidigare kontraktslängd	3	3	5	4	9	7	5	4	3
Nuvarande kontraktslängd	1	1	10	1	17	7	1	5	-

Tillvägagångsätt vid flytt	Tidningar	Internt	Annat
Tillvägagångsätt vid lokalsökning	4	12	9
	Kontraktshandling	Fysisk flytt	Annat
Typ av extern hjälp tagen	12	34	3