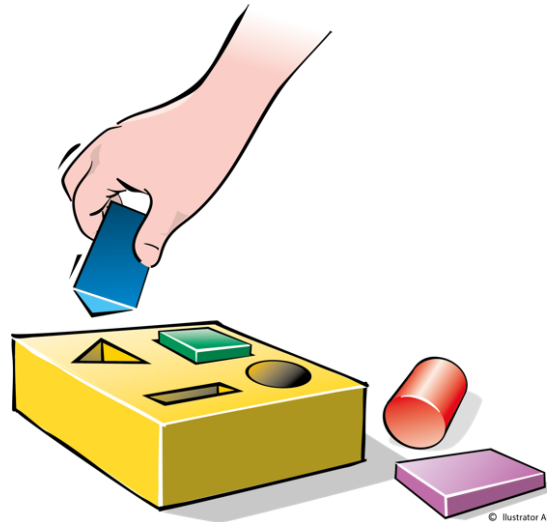




CHALMERS



Från boken: Lean – Gör avvikelser till framgång!

Affärsdistrikt: Lätt att göra rätt

En kvalitativ studie för att utreda begreppet affärsdistrikt för att kunna lämna förslag för utveckling av Lilla Bommen

Examensarbete inom kandidatprogrammet affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik

EMIL KARLANDER
OLIVER STÅHL

INSTITUTIONEN FÖR ARKITEKTUR OCH SAMHÄLLSBYGGNADSTEKNIK
AVDELNINGEN FÖR BYGGNADSDSIGN

CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA
Göteborg, Sverige 2022
www.chalmers.se

EXAMENSARBETE ACEX20

Affärsdistrikt: Lätt att göra rätt

En kvalitativ studie för att utreda begreppet affärsdistrikt för att kunna lämna förslag
för utveckling av Lilla Bommen

Examensarbete inom kandidatprogrammet

Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik

EMIL KARLANDER

OLIVER STÅHL

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik

Byggnadsdesign

CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA

Göteborg, 2022

Affärsdistrikt: Lätt att göra rätt

En kvalitativ studie för att utreda begreppet affärsdistrikt för att kunna lämna förslag för utveckling av Lilla Bommen

Examensarbete inom kandidatprogrammet

Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik

EMIL KARLANDER

OLIVER STÅHL

© EMIL KARLANDER & OLIVER STÅHL 2022

Examensarbete ACEX20

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik
Chalmers tekniska högskola 2022

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik

Avdelningen för Byggnadsdesign

Chalmers tekniska högskola

412 96 Göteborg

Telefon: 031-772 10 00

Omslag:

Från boken Lean – Gör avvikelser till framgång! Återgiven med tillstånd

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik

Göteborg 2022

Affärsdistrikt: Lätt att göra rätt

En kvalitativ studie för att utreda begreppet affärsdistrikt för att kunna lämna förslag för utveckling av Lilla Bommen

Examensarbete inom kandidatprogrammet

Affärsutveckling och entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik

EMIL KARLANDER

OLIVER STÅHL

Institutionen för arkitektur och samhällsbyggnadsteknik

Avdelningen för Byggnadsdesign

Chalmers tekniska högskola

SAMMANFATTNING

Göteborg står inför ett av de mest omfattande stadsutvecklingsprojekten i modern tid. När nya stadsdelar byggs upp konkurrerar dessa om prestigefyllda hyresgäster som just nu är verksamma i mer etablerade områden. Detta medför att press sätts på de befintliga områdena att upprätthålla hög status och standard på fastigheter och stadsrum. Just Lilla Bommen i Göteborg är ett av dessa områden som varit ett av de mest framgångsrika kontorsklustrena där fastighetsägarna i området vill bibehålla denna status. När man då ska beskriva området vill fastighetsägare beskriva det som ett affärsdistrikt men det framkom då att detta diffusa begrepp ej var vedertaget eller hade en klar definition. Syftet med examensarbetet är då att undersöka begreppet affärsdistrikt för att ge fastighetsägare och potentiella hyresgäster en förklarande diskussion om de fördelar som kan finnas i ett sådant område. Därtill ge förslag på utveckling av Lilla Bommen. Avgränsningen för examensarbetet är också gjort så att det bara undersöker vinstdrivande högproduktiva företag.

Undersökningsmetoden bestod av kvalitativa semi-strukturerade intervjuer med ett fokus på att skapa underlag för diskussion och analys av respondenternas önskemål, behov och 'dealbreakers' i affärsdistrikt. Respondenterna representerar fastighetsägare, stadsutvecklare och respekterade företagsledare på framgångsrika företag. Intervjuresultaten kopplas sedan till en teoretisk referensram och litteraturstudie för att föra en djupare diskussion och analysera teman i svaren från respondenterna.

I resultatet presenteras respondenternas svar som visar de önskemål, behov och 'dealbreakers' som hyresgäster har i ett affärsdistrikt samt vad sakkunniga ser för fördelar med det. Respondenterna förklarar tillgängligheten för de anställda samt tillgängligheten till affärer som det mest grundläggande. Därtill finns ett stort behov på en god arbetsmiljö både på kontoret och i dess närområde genom ett brett serviceutbud. Tryggheten nämns också som ytterst viktig.

Arbetet förklarar till slut begreppet affärsdistrikt som ett högtillgängligt område med stora fördelar för både företagen och de anställda. Det finns en stor och kompetent arbetsmarknad för företagen att ta del av samt ett brett serviceutbud som bidrar till att affärsdistrikt ofta blir trygga områden för de anställda.

Nyckelord: affärsdistrikt, tillgänglighet, central business district, CBD, kontorskluster, serviceutbud, arbetsmiljö, trygghet, samverkan

Business District: Get it right- without a fight

A qualitative study to explore the term business district to be able to give suggestions for development of Lilla Bommen

Degree Project in the Bachelor's Programme

Business Development and Entrepreneurship

EMIL KARLANDER

OLIVER STÅHL

Department of Architecture and Civil Engineering

Division of Building Design

Chalmers University of Technology

ABSTRACT

Gothenburg is facing one of the most extensive urban development projects in modern time. When new districts are built, they compete for prestigious tenants who are currently active in more established areas. This means that pressure is put on the existing areas to maintain a high status and standard of properties and urban spaces. Lilla Bommen in Gothenburg is one of these areas that has been one of the most successful office clusters where the property owners in the area want to maintain this status. When describing the area, property owners want to describe it as a business district, but it then emerged that this vague concept was not accepted or had a clear definition. The purpose of the bachelor's degree project is then to investigate the concept of business district to give property owners and potential tenants an explanatory discussion about the benefits that may exist in such an area. In addition, give suggestions for the development of Lilla Bommen. The delimitation of the bachelor's degree project is also made so that it only examines for-profit highly productive companies.

The survey method consisted of qualitative semi-structured interviews with a focus on creating a basis for discussion and analysis of the respondents' wishes, needs and 'dealbreakers' in business districts. The respondents represent property owners, city developers and respected business leaders at successful companies. The interview results are then linked to a theoretical frame of reference and literature study to conduct a deeper discussion and analyze themes in the responses from the respondents.

The results present the respondents' answers that show the wishes, needs and 'dealbreakers' that tenants have in a business district and what experts see as advantages with it. The respondents explain the accessibility for the employees as well as the accessibility to business deals as the most basic. In addition, there is a great need for a good working environment both in the office and in its immediate area through a wide range of services. Safety is also mentioned as extremely important.

The work finally explains the concept of business district as a highly accessible area with great benefits for both companies and employees. There is a large and competent labor market for companies to take part in, as well as a wide range of services that contribute to business districts often becoming safe areas for employees.

Key words: business district, accessibility, central business district, CBD, office cluster, service offerings, working environment, safety, collaboration

Innehåll

SAMMANFATTNING	I
ABSTRACT	II
INNEHÅLL	III
FÖRORD	VII
BETECKNINGAR	VIII
1 INLEDNING	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Företaget Platzer Fastigheter AB	1
1.3 Syfte	1
1.4 Frågeställningar	1
1.5 Precisering av frågeställning	2
1.6 Avgränsning	2
1.7 Tänkt målgrupp för examensarbetet	2
2 TEORETISK REFERENSRAM OCH KUNSKAPSÖVERSIKT	3
2.1 Tillgänglighet	3
2.2 Samverkan	3
2.3 Klusterbildning	4
2.3.1 Arbetskraft	4
2.3.2 Kunskapsspridning	4
2.3.3 Tjänsteutbud	4
2.4 Hög efterfrågan på kontorslokaler	5
2.4.1 Vad för företag är verksamma i dessa kontorslokaler?	5
2.4.2 Produktivitetsnivå	5
2.5 Service	5
2.6 Trygghet	6
2.7 Spacescapes analys på Göteborg	6
2.8 Nulägesanalys på Lilla Bommen	9
2.8.1 Göteborg Stads syn på CBD och Lilla Bommen	10
2.8.2 Problematiken med Lilla Bommen idag	11
2.8.3 Stads kvaliteter	15
2.8.4 Kluster	18
2.8.5 Produktivitetsnivå skapar kontorskluster	19
2.9 Affärsdistrikt	20
2.10 Orienteringsstudie på de nordiska städerna Stockholm, Köpenhamn och Oslo	21
2.10.1 Affärsdistrikt i Stockholm, Köpenhamn och Oslo	21

3	METOD	22
3.1	Initiala studier	22
3.2	Undersökningsstrategi	22
3.3	Undersökningsdesign	23
3.4	Undersökningsmetod	23
3.5	Kvalitativ datainsamling	23
3.5.1	Semistrukturerade intervjuer	24
3.6	Kvalitetssäkring	24
3.6.1	Tillförlitligheten	24
3.6.2	Överförbarheten	25
3.6.3	Pålitligheten	25
3.6.4	Konfirmering	25
3.7	Kvalitativ dataanalys	25
3.8	Metoddiskussion	26
4	RESULTAT	28
4.1	Presentation av begreppet affärsdistrikt	29
4.2	Tillgänglighet till affärer och tillgänglighet för anställda	30
4.3	Förutsättningar och förändringar för företag i affärsdistrikt	33
4.4	Arbetsmarknaden och deras behov	36
5	DISKUSSION OCH ANALYS	41
5.1	Tillgänglighet ...	41
5.1.1	... för de anställda	41
5.1.2	... till affärsmöjligheter	42
5.1.3	... till samverkan	42
5.2	Företagens fördelar och en förändrad kontorsmarknad	43
5.2.1	Läget spelar roll	43
5.2.2	Åtkomst till den arbetskraft man behöver	44
5.2.3	Digitaliseringens påverkan	44
5.3	Arbetsmarknaden och deras behov	45
5.3.1	Arbetsgivarvarumärket	45
5.3.2	Arbetsmiljö i sitt närområde	46
5.3.3	Trygghet	47
5.4	Affärsdistrikt	47
5.5	Hållbarhetsaspekterna	49
5.5.1	Socialhållbarhet	50
5.5.2	Miljömässighållbarhet	50
5.6	Förslag på utveckling av Lilla Bommen i Göteborg	50
5.6.1	Lilla Bommens tillgänglighet	50
5.6.2	Lilla Bommens läge	51
5.6.3	Lilla Bommens serviceutbud och trygghet	52

5.6.4	Kritisk återkoppling till utvecklingsförslagen	53
6	SLUTSATS	54
6.1	Frågeställning a) vad är ett affärsdistrikt	54
6.2	Frågeställning b) Hur Lilla Bommen ska bli ett attraktivt affärsdistrikt.	55
6.3	Framtida studier	55
7	REFERENSER	57
8	INTERVJUBILAGOR	59
8.1	Fastighetsägare	59
8.2	Hyresgäster (exempel på engelska)	60
8.3	Stadsutvecklare	61

Förord

Examensarbetet är utfört av Emil Karlander och Oliver Ståhl. Arbetet omfattar 15 högskolepoäng och har genomförts som avslutande arbete på programmet *Affärsutveckling och Entreprenörskap inom samhällsbyggnadsteknik* vid Chalmers Tekniska Högskola.

Först vill vi tacka de personer som ställt upp och bidragit till vår förstudie. Vi riktar ett stort tack till Pelle Arve, Daniel Jighede, Per-Anders Käll och Ted Lindkvist.

Vi vill även tacka de personer som deltog i vår orienteringsstudie, tack till, Henrik Eriksson, Therese Larsson och Marcus Hyrup.

Ett stort tack till de övriga personer som bidrog till arbetet. Vi tackar, Mats Hederos, Axel Heyman, Hélène Barnekow, Morten Fredriksen, Ulf Kardel, Intervjuperson #13 och Sigmund Aas.

Stort tack till Pelle Arve och Platzer Fastigheter AB som gav oss chansen att skriva om just detta ämne. Vi är oerhört tacksamma för den vägledning vi fått under arbetets gång och att ni har lotsat oss till oerhört intressanta sakkunniga inom ämnet.

Ett stort tack till våra opponenter Amanda Olofsson och Cajsa Klaesson som varit med och kommit med förbättringsförslag samt korrekturläst vår text.

Slutligen vill vi rikta ett extremt stort tack till vår handledare och examinator från Chalmers, Nina Ryd. Nina har varit mycket engagerad och fungerat som ett bollplank under arbetets gång. Vi är väldigt tacksamma för den hjälp vi fått.

Göteborg, juni 2022
Emil Karlander & Oliver Ståhl

Beteckningar

Arbetsgivarvarumärket, är den uppfattning som de anställda på ett företag och samhället i stort har för ett företag (Arbetsgivarverket, u.å.). Det kan mätas i hur bra individer upplever att företag är att jobba för, hur väl de behandlar sina medarbetare samt hur de behandlar konkurrenter. I rapportens kontext kommer arbetsgivarvarumärket att anses stärkas ifall företagen är etablerade i ett affärsdistrikt.

Attraktiva kontor, är aktivitetsbaserade kontor som utformas för att innehålla platser med flera olika aktiviteter som att prata i telefon, sociala ytor, workshops, tyst arbete (Hjalmarsson, 2019).

CBD, stadens centrum för handel, kontor och service som vars aktiviteter leder till transaktioner (Murphy, 1971). CBD- Central Business district, innefattas även av infrastruktur och kollektivtrafik. Målet med ett CBD är att ha ett flöde av människor dygnet runt.

Centralenområdet, närområdet runt Göteborgs Centralstation. Centralenområdet är ett samlingsnamn på ett utvecklingsområde för Stadsbyggnadskontoret i Göteborgs Stad (Göteborgs Stad - Stadsbyggnadskontoret, u.å.). Området innefattas av Drottningtorget och Åkareplatsen i syd där Fattighusån avgränsar. I väst Nordstan och avgränsas av Östra Hamngatan. I norr Lilla Bommen, fram till Packhusplatsen och avgränsas av Göta Älv.

Dagbefolkning, är den mängd individer som har sin arbetsplats belägen inom ett geografiskt område (Tillväxtverket, u.å.).

Densitet, tätheten på antalet kontor och aktiviteter inom en viss avgränsad yta.

Digitalisering, den förvandling som samhället genomgår ifrån ett främst analogt arbetssätt till ett digitalt arbetssätt där datorer och liknande teknik används för att effektivisera processer (Nationalencyklopedin, u.å.).

Dealbreakers är den eller de faktorer som ensamt är avgörande ifall man väljer att göra det eller inte.

Hyresnivåer, den kostnaden som en hyrestagare får betala till en fastighetsägare för en lokal. I rapporten benämns alltid hyresnivån som kronor per kvadratmeter.

Kontorskluster, ett område med en hög densitet av kontor inom en viss avgränsad yta.

Gravitation, antalet aktiviteter, företag och individer inom ett område gör att fler företag och individer söker sig dit (Mankiw, 2021).

Nattbefolkning, är den mängd individer som har sin folkbokförda adress belägen inom ett geografiskt område (Tillväxtverket, u.å.).

Serviceutbud, är sådana verksamheter som finns i ett område för att skapa flöden och attraktivitet. Det är, till exempel, caféer och restauranger som finns för att kunna tillgodose efterfrågan från dag- och nattbefolkningen i ett område. Det är också sällanköpshandel.

Skalfördelar, är ett samlingsbegrepp för den service som samhället och företag delar kollektivt på i en stad (Spacescape, 2017). Här ingår det också infrastruktur och kommunikation. Dessa resurser är i sin tur utfördelade i en stad beroende på efterfrågan hos samhället och företag.

Stadskvaliteter, är kvaliteter som en stad har för att kunna beskrivas hur bra individer upplever ett stadsrum eller närområdet kring sitt kontor. Evidens tillsammans med Spacescape kom fram till fyra stadskvaliteter som individer har i åtanke när de ska välja kontor (Spacescape, 2017). Dessa var:

Centralitet och tillgänglighet till arbetsmarknaden

Nära urbana verksamheter

Kontorskluster

Modernitet

1 Inledning

Följande kapitel förklarar studiens bakgrund, syfte, avgränsning samt frågeställningar. Detta för att befästa studiens relevans och mening med att förklara för läsaren varför studien har gjorts. Platzer Fastigheter AB, som examensarbetet görs i samverkan med, ges också en presentation.

1.1 Bakgrund

Göteborg är mitt uppe i den största stadsbyggnationen sedan miljonprogrammet (Göteborgs Stad - Stadsbyggnadskontoret, 2018). All denna byggnation medför att gamla affärsknoder och områden utmanas av nybyggnation som kan erbjuda modernare lokaler och stadskvalitéer. Det utmanar i synnerhet Göteborgs ursprungliga affärskdistrikt, Lilla Bommen, med företag som hellre vill ta sig till andra nybyggda centrala områden. Fastighetsägarna som befinner sig i Lilla Bommen vill bevara området som den plats dit företag vill flytta. Då behöver fastighetsägarna veta de behov, önskemål och 'dealbreakers' som de företag som hyr kontorslokaler i ett modernt *affärskdistrikt* har.

När dessa fastighetsägare skulle presentera Lilla Bommen som ett *affärskdistrikt* framkom också begreppets diffusa definition, alltså att det inte fanns någon. För att i framtiden kunna sälja in och förklara ett *affärskdistrikt* för potentiella hyresgäster underlättar det om det ges en mer utvecklad definition.

1.2 Företaget Platzer Fastigheter AB

Platzer är ett ledande fastighetsbolag inom kommersiella fastigheter som i dagsläget enbart är verksamma i Göteborgsområdet. Platzer har som mål att "Göra Göteborg till Europas bästa stad att arbeta i" (Platzer Fastigheter AB, u.å.). Idag äger de och förvaltar 800 000kvm fördelat på 70 fastigheter varav flertal finns i Lilla Bommen. Platzers verksamhet är indelad i två affärsområden; affärsområde kontor och affärsområde industri/logistik. För sina fastigheter har de ett helhetsansvar som täcker mark, byggnader och hyresgäster. De ansvarar även för uthyrning och områdesutveckling.

1.3 Syfte

Syftet med examensarbetet är att analysera behov, önskemål och 'dealbreakers' från nyckelpersoner och företag som befinner sig i nordiska huvudstäder. Detta för att kunna identifiera ett *affärskdistrikts* styrkor och avgränsningar för att sedan kunna ta fram en förklarande definition av de faktorer som ett *affärskdistrikt* utgör. Samt ge Platzer Fastigheter likväl de andra fastighetsägarna i området förslag för hur Lilla Bommen kan utvecklas.

1.4 Frågeställningar

- a) Vad är ett *affärskdistrikt* och hur fungerar det?
- b) Hur ska Lilla Bommen utvecklas för att kunna göra det till ett attraktivt *affärskdistrikt* i framtiden?

1.5 Precisering av frågeställning

Den initiala tanken om vad ett *affärsdistrikt* är, formades tillsammans med vår handledare Pelle Arve på Platzer Fastigheter AB. Denna tidiga definition såg ett *affärsdistrikt* som ett område där det fanns en hög densitet av bank-, finans- och investeringsföretag. Det klargjordes också i samtalen med Arve att just begreppet *affärsdistrikt* var något som inte var vedertaget då han själv hade svårt att veta just hur man ska presentera ett så kallat *affärsdistrikt*. Studien ämnar undersöka detta genom att studera olika behov, önskemål och 'dealbreakers' som företag och nyckelpersoner inom *affärsdistrikt* har på deras kontor och vad de vill ska finnas i dess närområde. Genom att förstå vad företagen har för behov, önskemål och 'dealbreakers' eftersträvar studien att ge ett bidrag till diskussionen om kontorslokaler i centrala lägen med en egen begreppsdefinition. Samt ge Platzer Fastigheter AB likväl som andra verksamma fastigheter i området en utredande diskussion om vad Lilla Bommen har för faktorer som gör det till ett bra *affärsdistrikt* idag och vad de behöver göra för att bibehålla detta i framtiden.

1.6 Avgränsning

Studien ämnar att enbart undersöka de behov, önskemål och 'dealbreakers' som vinstdrivande företag som är verksamma i kontorslokaler i nordiska huvudstäders CBD (Central Business district), exklusive Helsingfors och Reykjavik. Detta då författarna tillsammans med handledare ansåg företagsklimat och kultur mellan Stockholm, Köpenhamn och Oslo vara lika, samt för att förenkla språkbarriärer och kontakt med respondenter.

1.7 Tänkt målgrupp för examensarbetet

Målet med studien är att få en bättre förståelse för begreppet *affärsdistrikt*. Detta för att kunna förse fastighetsägare och företag som kan vara potentiella hyresgäster med en mer grundad uppfattning om fördelar som det generar.

För fastighetsägare är det mer specifikt hur de ska kunna presentera och prata om deras fastigheter i *affärsdistrikt* till deras potentiella hyresgäster. Samt förstå hur det fungerar och vad deras hyresgäster tjänar på att vara verksamma i dessa kontorslokaler.

För företagen är det mer specifikt att kunna tillgodose en förklarande diskussion om de fördelar som etableringen inom ett *affärsdistrikt* genererar för deras affärer och anställda.

2 Teoretisk referensram och kunskapsöversikt

I detta avsnitt redogörs det teoretiska ramverket och en kunskapsöversikt som fungerar som utgångspunkt till studiens frågeställningar. Syftet med det teoretiska ramverket samt kunskapsöversikten är att förklara de grundläggande begreppen för att få en djupare förståelse kring vad som påverkar ett attraktivt kontorsområde, idag och i framtiden.

Kunskapsöversikten genomfördes i det tidigaste skedet av studien, efter dess genomförande gjordes en andra litteraturstudie för att förankra de tankar och begrepp som identifierades. Detta för att sedan kunna föra en forskningsgrundad diskussion och analys på resultatet.

2.1 Tillgänglighet

Tillgänglighet beskrivs av Trafikverket (2018) som “möjligheten att från ett område nå olika målpunkter”. Tillgänglighet kan sedan i sig behandla olika mål för en individ eller företag. Det kan handla om tillgänglighet till arbetsplatser, inköpsställen, service, sociala besök med mera. Detta är något som efterfrågas av företag och individer då tillgänglighet är något som Trafikverket (2018) belyser som något positivt. En hög tillgänglighet för ett område leder till bättre arbetsmarknad då individer och företag gärna vill vara verksamma i områden som innehar det (Trafikverket, 2018).

Tillgängligheten till ett stationsnära (tåg, buss, tunnelbana etc.) läge har betydelse när det kommer till betalningsvilja hos företag (Dotevall & Wetterling, 2014). Enligt rapporten har företag som väljer ett stationsnära läge som utgångspunkt att göra det enklare för sina anställda att pendla. Vilket leder till att man är redo att betala en högre hyra.

2.2 Samverkan

Nätverkande är en avgörande faktor för ett företags framgång, inte minst för nystartade företag (Bøllingtoft, 2012). Enligt Witt (2004) möjliggör nätverk att använda resurser från varandra som inte hade varit tillgängliga på marknaden. Nätverk skapar också möjligheter till samverkan mellan företag. Samverkan grundar sig i transaktioner som genomförs mellan företagen. Enligt Bøllingtoft (2012) är det en fördel att sitta tillgänglig till andra företag, främst för fördelen att kunna få snabb hjälp med sina problem samt att kunna dra nytta av varandras kunskap.

Samverkan kan delas upp i två delar, horisontell och vertikal (Teece, 1992). Den horisontella samverkan baserar sig på att dela på resurser och ta vara på varandras kompetenser för att nå ut till samma typ av kundgrupp. Genom horisontell samverkan skapas en helhet som erbjuds till kunderna. Vertikal samverkan är en intern samverkan där företag hjälps åt med kompetens och resurser för att lösa problem åt varandra. Detta resulterar i att många företag blir leverantörer åt varandra. Bøllingtoft (2012) genomförde intervjuer med entreprenörer där alla respondenter påpekade att förhållandena måste vara “rätta”. Vilket innebar att den personliga kontakten och relationen var av stor betydelse för alla entreprenörer. Enligt McAdam & McAdam (2006) så spelar face-to-face kommunikation en stor betydelse vid en första interaktion jämfört med telefon eller mail. Möjligheten att få en direkt reaktion på svar och fråga ger fördelar i processen att utveckla ett samtal.

2.3 Klusterbildning

Verksamheter i en modern ekonomi tenderar att samlas i kluster (O'Sullivan, 2019). Ett kluster är ett avgränsat geografiskt område där det finns en stor mängd verksamheter som genomför affärer. Ett kluster kan vara branschspecifikt eller ett kluster av verksamheter som är etablerade där för områdets sammanhang. Verksamheterna får då tillgång till fördelar som bara går att hitta i ett kluster där det finns ett stort utbud av verksamheter och deras tjänster. De tre största fördelarna med att vara verksam i ett kluster är arbetskraft, kunskapsspridning och tjänsteutbud (O'Sullivan, 2019).

2.3.1 Arbetskraft

Genom att verksamheter samlas i kluster blir den regionala arbetsmarknaden runt klustret större. En större arbetsmarknad skapar bättre möjligheter för verksamheterna att hitta bättre matchningar till deras specifika arbetsuppgifter. Denna stora arbetsmarknad bidrar i sig sedan till att fler verksamheter har incitament till att flytta sin egen organisation till klustret. Den positiva påverkansspiralen ger också arbetstagare en starkare position vid jobbsökande då efterfrågan på arbetskraft är stor. Det leder till att löner för dessa arbetstagare drivs uppåt vilket skapar incitament för mer arbetare att flytta till klustret (O'Sullivan, 2019). Enligt O'Sullivan (2019) är detta en av de största bidragande faktorerna till varför klusterbildning sker.

2.3.2 Kunskapsspridning

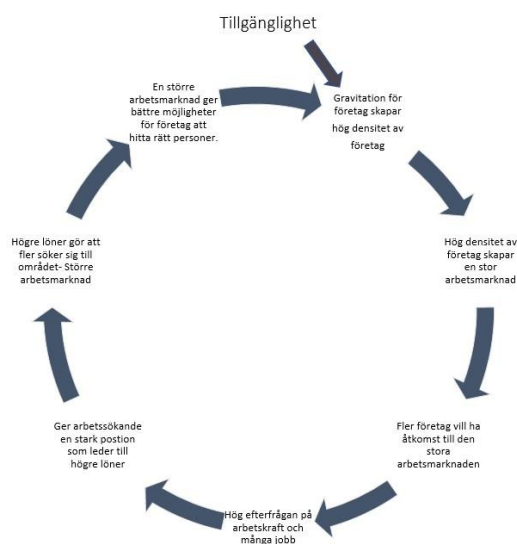
Den främsta faktorn till kunskapsspridning är att geografisk närhet till andra liknande verksamheter underlättar till byte av kunskap. Även ifall O'Sullivan (2019) påstår att kunskapsspridningen främst sker inom den egna branschen visar han också på forskning som påvisar att tendensen även finns branschöverskridande. Denna kunskapsspridning påverkar i sin tur produktiviteten hos verksamheterna inom klustret där Mun & Hutchison (1995) visade på att speciellt kontorsverksamheter hade stora fördelar med att vara verksamma i kluster där den verksamhetstyp som tjänade mest på att branschen som helhet blev mer produktiv.

2.3.3 Tjänsteutbud

När kluster mognar och blir större, som till exempel i större städer, ökar verksamheternas efterfrågan på att ha möjlighet till outsourcing av delar av sin egen verksamhet för att kunna vara mer produktiv inom de delar som de tjänar pengar på. Denna efterfrågan på tjänster så som management, juridik och ekonomi skapar en mångfald inom mogna kluster med stor variation utav verksamheter som bedriver tjänster åt andra och större verksamheter (O'Sullivan, 2019).

2.4 Hög efterfrågan på kontorslokaler

Sammanslaget skapar dessa fördelar en hög efterfrågan på kontorslokaler i större städens CBD. Detta på grund av att det är där det största kontorsklustret befinner sig i regionen. O'Sullivan (2019) och Mun & Hutchison (1995) betonar att största vikten för kontorsverksamheter och deras produktivitet är att vara placerade där det största informationsbytet befinner sig.



Figur 1. Förklaring av positiva påverkansspiralen som ger hög efterfrågan på kontorslokaler. Egen illustration.

2.4.1 Vad för företag är verksamma i dessa kontorslokaler?

Genom att den största faktorn, enligt O'Sullivan (2019) och Mun & Hutchison (1995), för att kontorsverksamheter vill vara etablerade i kontorskluster, och i utsträckning CBD, är informationsbytet. Givet att det är informationsbytet som spelar störst roll, karaktäriserar sedan Spacescape (2017) i sin studie att dessa företag är kontaktintensiva. Verksamheterna ser det då som en kostnad värd att betala i och med att de inte behöver betala kostnader för logi eller resor. Den fysiska närheten till andra företag ses alltså som en vinst.

2.4.2 Produktivitetsnivå

Produktivitet är ett mått som mäts genom att dividera värdet på det som produceras med antalet arbetade timmar. Detta skapar ett värde på varje arbetad timme. Är värdet stort per arbetad timme är produktiveten hög (Armelius, 2022). Arbetskraftens kompetens utvecklas genom utbildning och erfarenhet som ökar under tid. Vilket bidrar till ökad produktivitet.

2.5 Service

Företag vill ha nära till handel och service (Spacescape, 2017). Anställda ser det som en viktig faktor att kunna äta lunch och göra ärenden i nära anslutning till sin arbetsplats. Servicen i ett område är beroende av arbetsplatserna då dess omsättning påverkas av mängden människor som finns i närheten. Sambandet mellan service och kontor är att båda behöver varandra. Kontoren har en efterfrågan på att ha närhet till

service samtidigt som servicen behöver kontoren för att verksamheten ska fungera genom de transaktioner som genomförs.

Även i rapporten *Systemet bakom attraktiva kommersiella stadsrum* (Stål et al., 2022) bekräftas att dagens kontor efterfrågar lägen med närhet till service. Ett utbud av gym, restauranger och grönytor som exempel, ökar attraktiviteten i ett område. Vidare i rapporten förklaras vikten av att skapa en stark företagskultur oavsett om du väljer hemarbete eller att arbeta på kontoret. Kontorsmiljön blir en avgörande faktor kring det fysiska arbetet på plats, att locka anställda till kontoret. Även ytorna utanför blir en viktig del av arbetsmiljön, som ska möta efterfrågan från både arbetstagare och kunder.

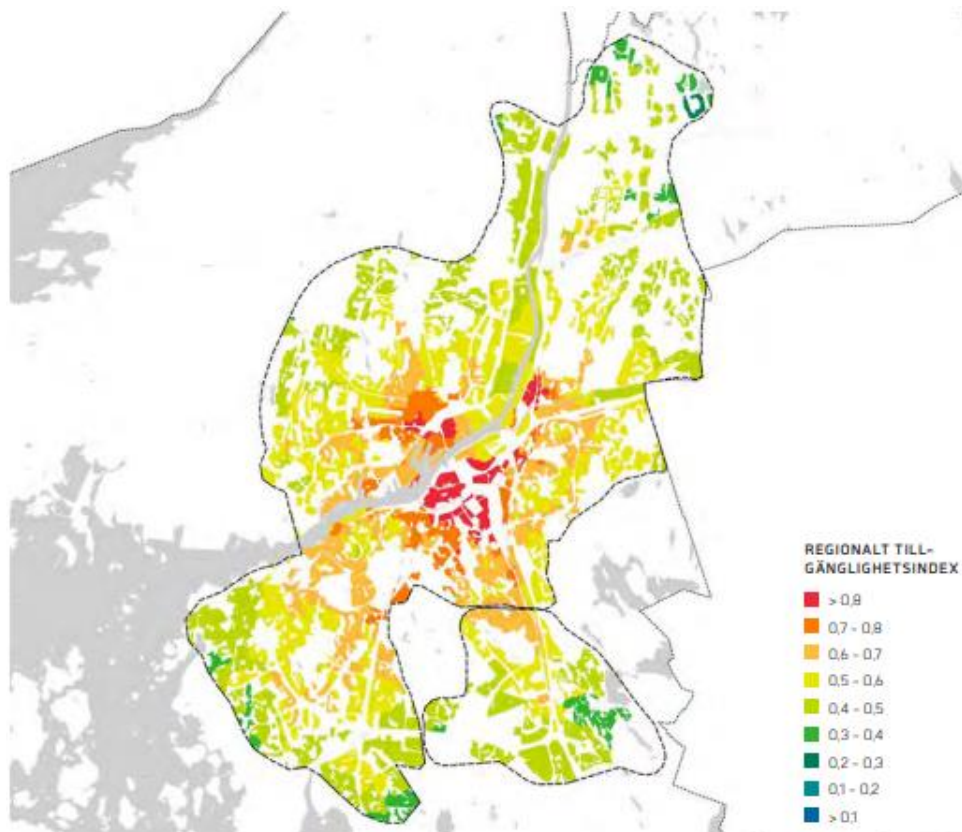
2.6 Trygghet

Trygghet enligt Stål et al. (2022) innebär en säker stadsmiljö där man inte utsätts för brott och trakasserier. Trygghet är något som upplevs olika för olika individer. Det kan röra sig om att det är för ödslig kvällstid till att människor med funktionsnedsättning ska ha möjlighet att ta sig in och ut genom butiker. Det är viktigt att området får en identitet som kan kopplas till just den platsen.

Ett område med ett varierat serviceutbud skapar förutsättningar för ett flöde av människor som behövs för att skapa trygghet (Stål et al, 2022). I rapporten påpekas det även att längre öppettider gör att flödet kan vara mer kontinuerligt under en längre tid av dygnet. Genom flöde under fler timmar på dygnet blir ett område mer tryggt.

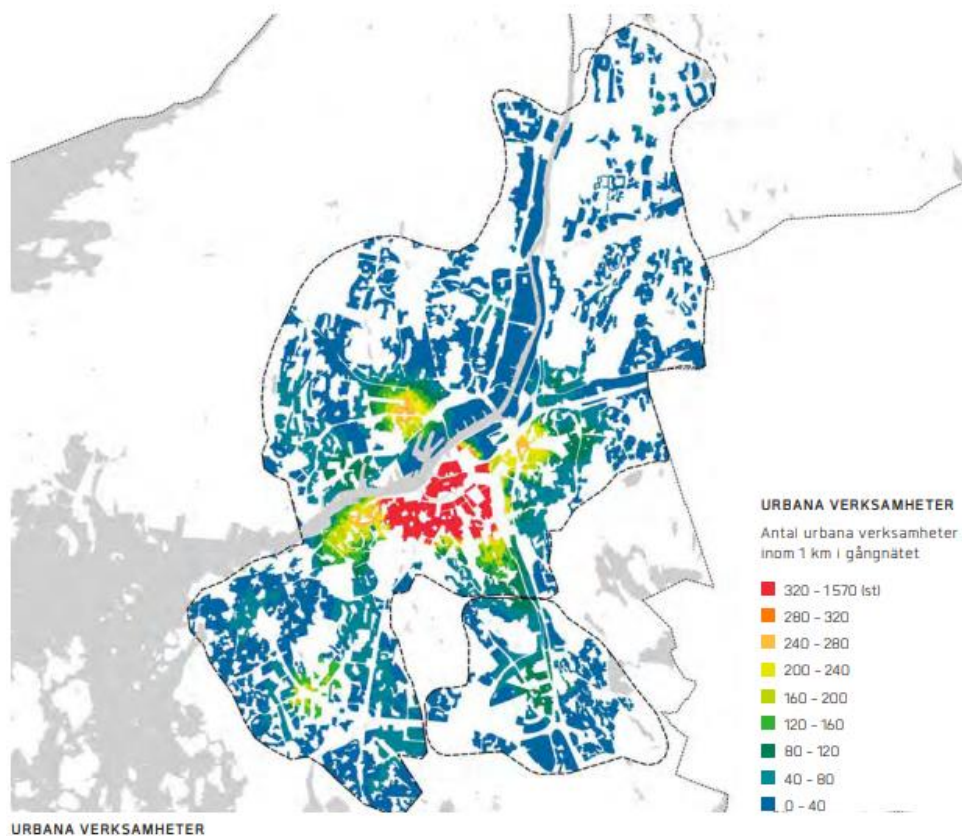
2.7 Spacescapes analys på Göteborg

Spacescape och Evidens gjorde på uppdrag av Fastighetskontoret i Göteborg en studie för att identifiera värden och stadskvaliteter för bostäder, kontor och handel (Spacescape, 2017). Värden och stadskvaliteter analyserades genom lägesvariabler i GIS. Nedan presenteras tre figurer från rapporten som visar tillgänglighet i Göteborg, täthet på urbana verksamheter och täthet på kontor. Detta för att kunna redogöra för stadskvaliteter som Lilla Bommen har.



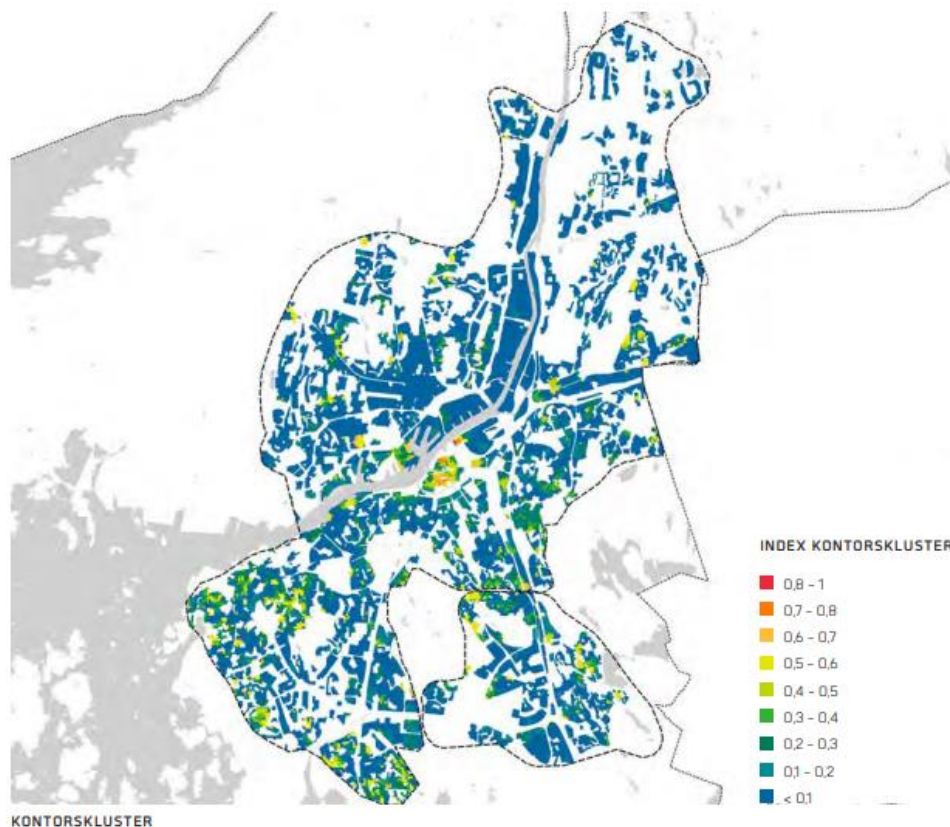
Figur 2. Regionalt Tillgänglighetsindex. Taget från Spacescapes rapport Värdeskapande stadsutveckling - Värdering av stadskvaliteter för bostäder, kontor och handel i Göteborgsregionen (2017). Återgiven med tillstånd.

Figur 2 visar på tillgänglighetsindex i Göteborg. Tillgänglighetsindex förklaras av Spacescape (2017) som ett "sammanslaget mått på bil- och kollektivtrafiktillgänglighet". Figuren visar att de centrala delarna av Göteborg har högst tillgänglighet. Lilla Bommen, som finns markerat i Figur 5, har näst högsta graden av tillgänglighet enligt Spacescape.



Figur 3. Urbana Verksamheter. Taget från Spacescapes rapport Värdeskapande stadsutveckling - Värdering av stadskvaliteter för bostäder, kontor och handel i Göteborgsregionen (2017). Återgiven med tillstånd.

Figur 3 visar på tätheten av urbana verksamheter, alltså serviceutbud och tjänsteutbud. Tätheten av serviceutbudet och tjänsteutbudet är som högst i de centrala delarna av Göteborg som är röda. Dessa är Göteborgs CBD och de övriga centrala delarna.

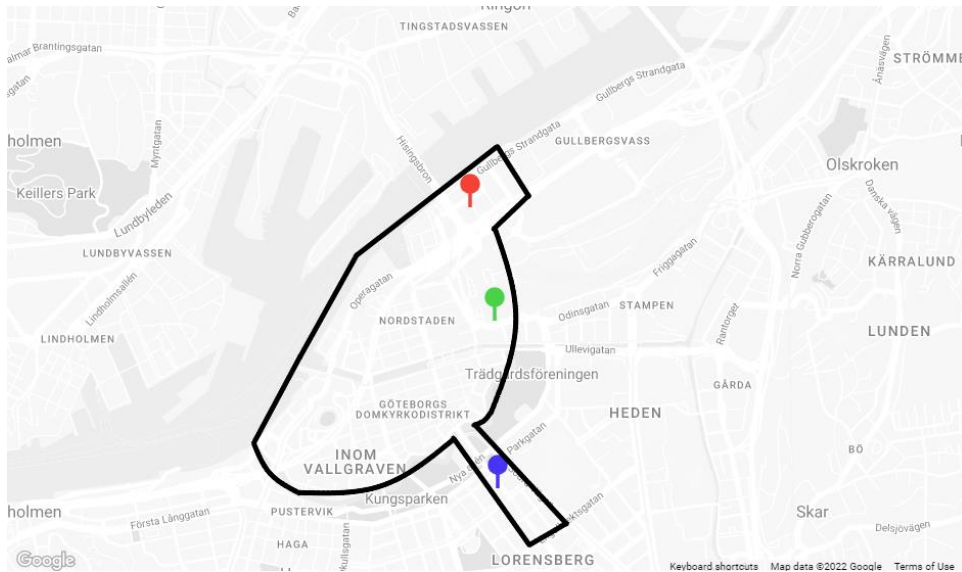


Figur 4. Index Kontorskluster. Taget från Spacescapes rapport Värdeskapande stadsutveckling - Värdering av stadskvaliteter för bostäder, kontor och handel i Göteborgsregionen (2017). Återgiven med tillstånd.

Figur 4 är högst intressant. Figuren visar på tätheten av kontorsanställda i Göteborg. Det anmärkningsvärda är att Lilla Bommen har den högsta tätheten av kontorsanställda i hela Göteborg.

2.8 Nulägesanalys på Lilla Bommen

För att få uppdaterad information tidigt i arbetet genomfördes en förstudie med fokus på Lilla Bommen med Göteborgs CBD inkluderat. Målet med förstudien var att skapa en kunskapsbas inför de kommande fallstudierna på Stockholm, Oslo och Köpenhamn.



Figur 5. Kartillustration över Lilla Bommen, Göteborg, där området är markerat med röd markör. Kungsparksavenyn är markerad med blå markör och Göteborgs Centralstation med grön markör som referens. Kartbild omarbetad från original som hämtats från Snazzy Maps med kartdata från Google samt Göteborgs ungefärliga CBD avgränsningar hämtat från Fastighetsvärlden och omarbetad i Microsoft Paint.

2.8.1 Göteborg Stads syn på CBD och Lilla Bommen

För att förstå Lilla Bommens kontext i Göteborgs CBD idag ställdes frågor angående *hur Lilla Bommen förhåller sig till resterande Göteborgs CBD* och *vad Lilla Bommen har för funktion i Göteborgs innerstad*. Dessa frågor ledde till diskussion gällande hur Lilla Bommen som område ansluter sig till resterande Göteborgs CBD och vad för verksamheter som lämpar sig i området. Daniel Jighede (personlig kommunikation, 28 januari) betonade att det inte var lämpat med handel i området utan mer upplevelsebaserad service lämpar sig bättre.

Lilla Bommen är idag avskilt från övriga Göteborgs CBD (Per-Anders Käll, personlig kommunikation, 1 februari). På grund av avskildheten som har skapats har det bidragit till att området har stor koncentration av kontor med lite handel. Göteborgs Stad vill dock se en förändring utav det vi ser idag och bygga ihop Lilla Bommen med resterande bebyggelse till väst, norr och söder om Centralstationen.

“Vi ser CBD mer som ett område utefter geografiskt läge. Det ska vara regionens centrum. Vi ser Lilla Bommen som en avskild del av staden som består mest av kontor. Den stora utmaningen för staden är att förändra det. Centralenområdet ska utvecklas, och då kommer Lilla Bommen vara en del av detta.”

- Per-Anders Käll, Programledare Centralenområdet, Fastighetskontoret i Göteborg

Just på grund av Lilla Bommens avskildhet finns det inte heller ett flöde eller kundbas för att traditionell handel ska kunna livnära sig. Genom tiden har Göteborg haft svårt att nära sådan handel utanför de stora handelsgatorna som Fredsgatan, Nordstan och Kungsgatan. Daniel Jighede (Daniel Jighede, personlig kommunikation, 28 januari)

anser att platsen måste få en mer upplevelsebaserad handel som fungerar som destinationer.

“Utan det är ett annat flöde [i Lilla Bommen]. En annan typ utav vistelse. Då är det nog snarare att en bidestination, eller teater eller museum eller kulturinrättning som är mer trolig i ett sådant här område. Och det hade varit väldigt bra och väldigt viktigt att få in den typen utav upplevelser också. Men den traditionella handeln, om man bara tittar 20 år tillbaka i tiden så har den ju inte förflyttat sig någonstans. Men det är Nordstan, Fredsgatan, Kungsgatan och så lite runtomkring dem. ... Men det är ju inte HM och den typen utav utveckling utan det är mer unik upplevelsebaserad handel som hamnar i dem lägena.”

- Daniel Jighede, Uthyrningschef, Vasakronan

- Lilla Bommen är idag avskilt från resterande CBD.
- Området består till största del av kontor med lite handel.
- Dåliga flöden av människor i området.

2.8.2 Problematiken med Lilla Bommen idag

Under förstudien framkom det att ett stort problem med Lilla Bommen idag är den enorma byggnation som sker i området. Dessa barriärer för *tillgängligheten* visas nedan i Figur 6, Figur 7 och Figur 8. Respondenterna förklarade problematiken som detta medför för fotgängare och cyklister men att det samtidigt såg det positivt då byggnationen leder till en högre *tillgänglighet* när den är klar.

Nedan presenteras data från frågor som rör respondenternas syn på problem och fördelar med Lilla Bommen, samt förbättringspotentialen som området har.

Genom sin avskildhet belyses problemet som Lilla Bommen har med de barriärer som finns idag för att ta sig till området för fotgängare och cyklister. Detta är barriärer som byggnation för Västlänken vid Centralstationen, Götaleden och rivning av Göta Älvbron.



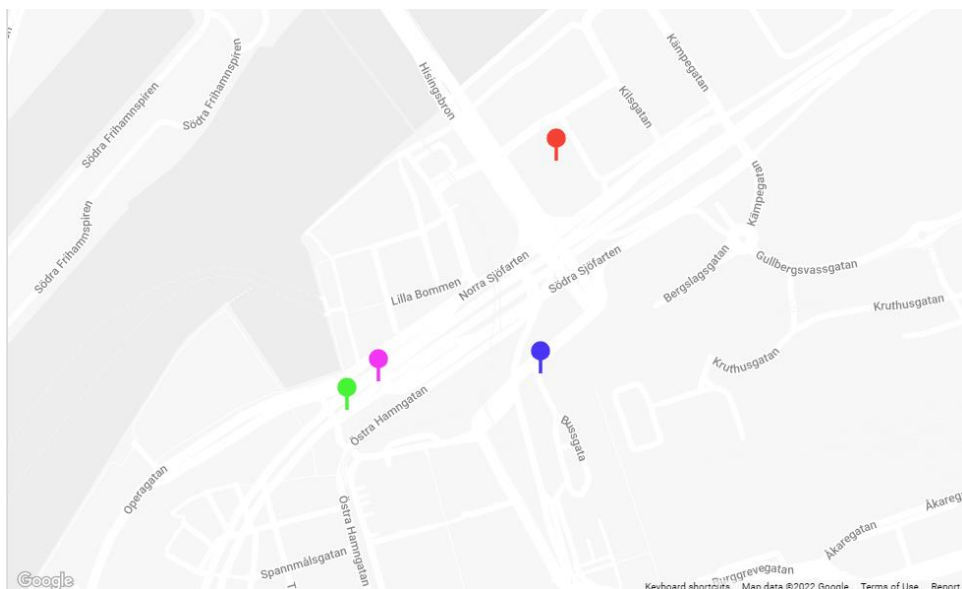
Figur 6. Bild på byggnation av Västlänken. På bild syns också (byggnader från vänster till höger) Läppstiftet, Platinan och Regionenshus. Tagen av författarna, riktning norrut.



Figur 7. Bild på Götaleden. Tagen av författarna, riktning österut.



Figur 8. Bild på Byggnation av Götaleden och Västlänken. Tagen av författarna, riktning österut.



Figur 9. Kartillustration över Lilla Bommen, Göteborg som är markerat med röd markör som referens. Grön markör är den plats där Figur 8 är tagen, Rosa markör är den plats där Figur 7 är tagen och Blå markör är den plats där Figur 6 är tagen. Kartbild omarbetad från original som hämtats från Snazzy Maps med kartdata från Google.

Det är långa avstånd och inga attraktiva miljöer vid stråken enligt Pelle Arve (personlig kommunikation, 1 februari). För att då kunna skapa en destination som individer vill besöka krävs det att tillgängligheten ökar och Centralenområdet sammanlänkas. Göteborgs Stad är i en enorm byggnationsfas i Centralenområdet med flertalet pågående och planerade projekt som ämnar att göra just detta.

“Nu planerar vi och bygger de delarna så man kan integrera det ännu mer och knyta an mot stan. Vi har 5–6 projekt pågående projekt mellan Nordstan, Centralen och Lilla Bommen. Antingen är det redan byggnation som pågår eller så är det detaljplanen som är antagen eller ska antas. [...] Från Centralstationen och ner mot älven, hela det området från Nordstan också mot Lilla Bommen kommer det byggas med kvarter.”

- Per-Anders Käll, Programledare Centralenområdet, Fastighetskontoret i Göteborg

Genom denna sammanlänkning och förtätning skapas senare möjligheter för att utveckla stråken och miljöerna.

“Så jag tror att på sikt när man förtätar det här glappet som finns idag mellan Nordstan, Centralen och sen ut mot Lilla Bommen, då finns det möjligheter att skapa attraktiva miljöer för [högproduktiva företag].”

- Ted Lindqvist, VD, Evidens

Lilla Bommen har förutsättningarna för att vara ett attraktivt område enligt Pelle Arve (personlig kommunikation, 1 februari) då det ligger situerat precis vid Göta Älv. Men han fortsätter beskriva att utvecklingen har förbisett detta faktum och inte förvaltats möjligheten att skapa attraktiva miljöer.

“Avsaknaden av stadskvalitetsparametrar, som att det inte finns någon typ av [grönområden], att det inte finns utbud och service. Vi har inte riktigt vårdat det, varken vi eller de andra fastighetsägarna.”

- Pelle Arve, Affärsområdeschef Lilla Bommen, Platzer

Nu sker dock ett skifte med större fokus som börjar läggas på att utveckla området med attraktiva och inbjudande miljöer.

“Men vi har även avsikten att skapa ett parkområde nere mot älven i Gullbergsstrand.”

- Per-Anders Käll, Programledare Centralenområdet, Fastighetskontoret i Göteborg

Genom att det utvecklas ett attraktivt område kommer efterfrågan på serviceutbud att öka. Nästa fas för Lilla Bommen blir då att tillföra detta till stadsdelen.

“Så då är ju första pusselbiten, vad är det för målpunkt som gör att folk tar sig dit? Där tror jag att restauranger är ganska bra, bara en sån sak som om du kommer som turist till Göteborg. En hamnstad med fiskekust. Vart någonstans sätter du dig och får en bra fiskmåltid nere vid vattnet?”

- Daniel Jighede, Uthyrningschef, Vasakronan

Genom att skapa destinationer i området kommer det att tillföra en viss mängd flöde med individer som söker sig till området. Detta flöde behöver dock uppnå en mängd av människor i rörelse under de flesta timmarna av dygnet för att kunna etablera småskaligt serviceutbud och skapa stadspuls. Så som kvarterskaféer och liknande.

“Det kan man ju tycka är lite trist för upplevelsen med ingen stadspuls efter klockan 17–18 på kvällen. Det krävs ganska mycket om just bostäder ska bidra till det. Då är det bättre att bygga flera tusen precis bredvid så att de kan röra sig i den här miljön. Så det är ju också viktigt att styra de här. För just utbudet av urbana verksamheter måste finnas där det finns flöden av människor.”

- Ted Lindqvist, VD, Evidens

En attraktiv miljö med ett utbud av service genererar flöden som vidare skapar en form av trygghet. I dagsläget är inslagen av dessa parametrar få vilket leder till en otrygg miljö att vistas i.

“Men man ska också röra sig i en miljö som är trygg. Och trygghet, det skapas ju av att det är människor i flöde i området. Lilla Bommen har ju inte upplevts som trygg. Samtidigt som polisen säger att här händer ju ingenting, för det är helt stendött. Men just den här tomheten gör att man upplever en viss otrygghet. Så det ska vara ett flöde av människor. Och då behöver vi ju tillföra citykvalitéer. Man vill komma ut till en miljö där det finns restauranger och kvälls liv.”

- Daniel Jighede, Uthyrningschef, Vasakronan

- De flertalet barriärer som finns i området vid Centralstationen gör att Lilla Bommen idag har en lägre tillgänglighet för fotgängare och cyklister.
- Byggnationen som sker i Centralenområdet ämnar förbättra tillgängligheten.
- Lilla Bommen har goda förutsättningar för att vara ett attraktivt område men den möjligheten har inte förvaltats.
- Avsaknaden av destinationer i Lilla Bommen har gjort det tomt på människor efter jobbdagen, vilket leder till lägre trygghet.

2.8.3 Stadskvaliteter

Vidare under förstudien påpekades Lilla Bommens *tillgänglighet* i samtliga intervjuer. Respondenterna diskuterade att Lilla Bommen är ett område med hög *tillgänglighet* för biltrafikanter men underströk också att behovet på lika god *tillgänglighet* för fotgängare och cyklister ökar och att detta är något som de beaktar.

Nedan presenteras data från frågor kring vilka *stadskvaliteter* som finns i Lilla Bommen idag.

Lilla Bommen är ett område med hög tillgänglighet för biltrafik (Pelle Arve, personlig kommunikation, 1 februari). Det ligger precis i anslutning till E45an, Hisingsbron och resten av centrala Göteborg. Det är också nämntvärt att Göteborgs Centralstation ligger ett par hundra meter ifrån samt att Västlänkens norra uppgång vid Centralstationen kommer vara precis vid Platinan, en av de större fastigheterna inom området.

“Det är ju exceptionellt bra det här [tillgängligheten] också. Ta bort vägarna och de omgivande barriärerna. Så det är ju extremt nära Centralstationen, bokstavigt talat. Och nu med nya bron, när den kommit som gör det än mer tillgängligt till Hisingen.”

- Pelle Arve, Affärsområdeschef Lilla Bommen, Platzer

“Centralenområdet har redan en väl utbyggd kollektivtrafik och Lilla Bommen kommer bli mer integrerade i gatu- och kollektivtrafiken”

- Per-Anders Käll, Programledare Centralenområdet, Fastighetskontoret i Göteborg

Tidigare har majoriteten av hyresgästerna i Lilla Bommen varit beroende av bil (Daniel Jighede, personlig kommunikation, 28 januari). Eftersom tillgängligheten för bil varit god. Detta har nu ändrats då hyresgästerna som är beroende av bil har flyttat till områden utanför Göteborgs CBD.

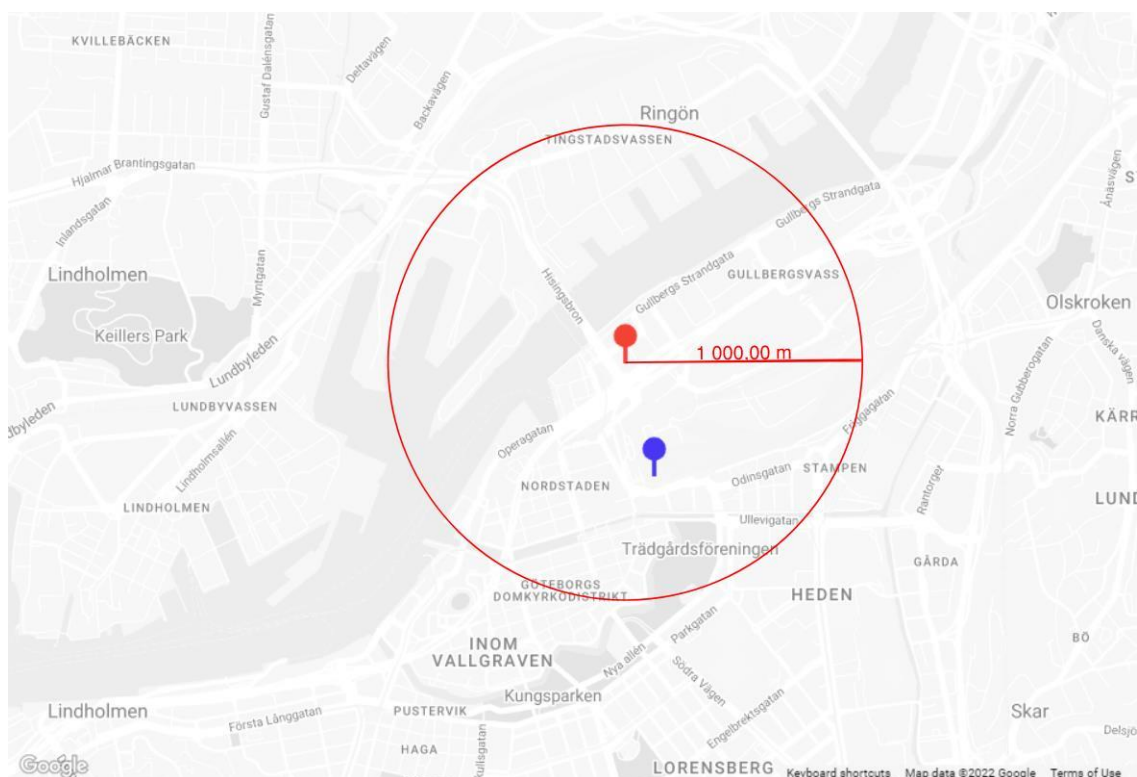
“Den andra har ju varit att det har varit extremt tillgängligt för bil. Vi har ju haft extremt mycket kunder som har varit bilburna säljande konsulter som tycker att det är en bra adress. Det vill säga den kunden är ju borta nu. Dem tror ju inte riktigt på tillgängligheten i området och har flyttat till Gamlestaden, Mölndals stad och Gårda kanske. “

- Daniel Jighede, Uthyrningschef, Vasakronan

När bilen nu håller på att ersättas av alternativa transportmedel blir det ännu viktigare med ett serviceutbud som kan täcka det man kan tänkas behöva i sitt närområde. Ted Lindqvist (personlig kommunikation, 1 februari) pratar om att personer uppfattar distanser som tar max 10 minuter att gå som ett okej avstånd att röra sig för att utföra något. Det blir då viktigt att sammanfläta Centralenområdet för fotgängare på ett sätt som möjliggör att man kan ta sig till service enkelt inom en kort tid.

“Men sen kommer den här frågan hur man uppfattar avstånd i staden tror jag. Det verkar vara så att man egentligen inte uppfattar att något ligger långt bort ifall jag kan gå dit på 10 minuter. Det är klart att det är särskiljande, nu ligger ju Lilla Bommen lite för sig självt sen kommer ju det växa ihop med framför allt Centralstationen. Men jag tror att ska man lyckas med det behöver man dra en cirkel runt Lilla Bommen, hur långt kommer man på 10 minuter, då måste man få ett utbud som kan serva inom den där radien. Det är ju viktigt för affärsresenärer med hotell och de måste ju också serva företagen och det är bra för företagen när man ska ha möten att man kan träffas nära kontoret så att man inte behöver springa i kylan och regnet för långt när det kommer besökare från olika delar av världen.”

- Ted Lindqvist, VD, Evidens



Figur 10. Kartillustration på 1 km radie från Lilla Bommen. Där Lilla Bommen är markerad med Röd markör och Centralstationen med Blå markör för referens. Katbild omarbetad från original som hämtats från Snazzy Maps med kartdata från Google med skala och radie gjort i Bluebeam.

Figur 10 ovan visar det området som befinner sig inom 1 km från Lilla Bommen, Platinan. Enligt Trafikverket anses en person utan funktionshinder gå i 5 – 7 km/h. Med denna takt tar det strax över 10 minuter att ta sig 1 km. Figur 10 är endast fågelvägen, att ta sig via gatunätet kan antas lägga till någon minut för att ta sig 1 km men fungerar som en bra indikator på vilket utbud man kan ta sig till ifrån Lilla Bommen.

- Lilla Bommen har hög tillgänglighet för biltrafik i och med dess närhet till trafikleder.
- Efterfrågan på tillgänglighet för fotgängare och cyklister ökar, vilket kräver att Centralenområdet sammanflätas för dessa och tillåter effektiva sätt att ta sig dit man vill.

2.8.4 Kluster

Under förstudien har det framkommit att dagens kluster (även kan) kan ses som mer än bara ett område där företag som hanterar samma fråga etablerar sig (Ted Lindqvist, personlig kommunikation, 1 februari) (Daniel Jighede, personlig kommunikation, 28 januari).

Nedan presenteras data kopplat till frågor gällande vad respondenterna *ansåg att ett affärsdistrikt är* och *vilka företag som de kopplar till affärsdistrikt*.

Kluster idag är ett geografiskt område där företag som har liknande produktivitetsnivå och vill tillhöra ett sammanhang som stärker sitt arbetsgivarvarumärke är verksamma (Ted Lindqvist, personlig kommunikation, 1 februari). Företagen hyr kontorslokaler med en hyresnivå som passar lönsamheten per anställd.

“För det som jag har sett är det att, klustret består av företag i olika produktivitetsklasser, där man delar på arbetskraften och det är snarast det som blir klustret. Man har högkvalificerade företag med hög hyresbetalningsförmåga, det är det som är ett kluster.”

- Ted Lindqvist, VD, Evidens

Företag i kluster är ute efter samma serviceutbud, skalfördelar. Ted Lindqvist (personlig kommunikation, 1 februari) menar att de delar på det som finns i närområdet som även ska spegla arbetsgivarvarumärken som är en av faktorerna som samlar företag i ett kluster. Det handlar om att det inte kan finnas för många verksamheter av samma slag inom ett område. Som exklusiva restauranger till exempel. Då är det viktigt att man lokaliserar sig där resurserna finns och där efterfrågan är stor.

“Det kan inte finnas så många restauranger med 3 stjärnor i Guide Michelin exempelvis. Då får man lokalisera sig där de unika resurserna finns och dem kan bara finnas där efterfrågan är stor. Sen tror jag att det handlar om skalfördelar. Man delar på infrastruktur, man delar på serviceutbud och det är grundförklaringen till att man får framgångsrika affärsdistrikt.”

- Ted Lindqvist, VD, Evidens

I Göteborg finns det kluster där företagen samlas kring samma fråga som automation och elektrifiering på Lindholmen (Daniel Jighede, personlig kommunikation, 28 januari). Han menar att dessa kluster kommer finnas kvar, men dragkraften att samla runt områdena är inte lika stor längre. Det beror till stor del på digitaliseringen där

frågor kan diskuteras med kompetens från hela världen samt att företag värdesätter arbetsgivarvarumärket högre.

“För den här kraften att sitta bredvid Ericsson, den är borta. För idag har du hela världens kompetens genom den här typen av möten som vi har [zoom-möte]. Och man delar erfarenheter på ett helt annat sätt. Det är ju jättespännande att se hur Volvos utvecklingsavdelning jobbar där det sitter folk över hela världen och dem har liksom sömlösa möten i utvecklingsprojekt trots att de sitter i olika delar utav världen.”

- Daniel Jighede, Uthyrningschef, Vasakronan

- Kluster idag behöver inte vara ett geografiskt område där bara företag som är verksamma inom samma bransch väljer att etablera sig utan det kan också vara så att företag klustrar sig med verksamheter som har en liknande produktivitetsnivå och för att stärka sitt arbetsgivarvarumärke.
- Företagen är verksamma i kluster för att kunna använda sig av skalfördelare på ett effektivt sätt. Dessa skalfördelar finns således också utspridda för att möta efterfrågan och resurser.

2.8.5 Produktivitetsnivå skapar kontorskluster

En intressant diskussionspunkt skedde under intervjun med Ted Lindqvist (personlig kommunikation, 1 februari) där företagens betalningsförmåga kopplades till deras produktivitetsnivå. Detta var något som var instrumentalt för studien som helhet och finns att läsa mer om i Kapitel 4.3 Förutsättningar och förändringar för företag i affärsdistrikt samt Kapitel 5.2 Företagens fördelar och en förändrad kontorsmarknad.

Nedan presenteras ytterligare data kopplat till frågan *vilka företag kopplar respondenterna till affärsdistrikt*.

Företag med hög produktivitetsnivå har en hög omsättning per anställd. Vilket genererar att företagen kan betala höga hyror. Produktivitetsnivåerna skapar kluster (Ted Lindqvist, personlig kommunikation, 1 februari).

“Har man en hög omsättning per anställd. Då kan man betala de här höga hyrorna. Och varför gör man det? Jo för att det är lönsamt att betala höga hyror. Så jag tror att de här klustren anpassar sig efter sin produktivitetsnivå.”

- Ted Lindqvist, VD, Evidens

Många av de företagen med hög produktivitetsnivå är väldigt kontaktintensiva. Möten sker mellan olika aktörer vilket gör det gynnsamt att sitta i ett område där dessa personer finns (Ted Lindqvist, personlig kommunikation, 1 februari). Således är företag redo att betala höga hyror för att ha närhet till mötesplatser.

“Många som har massa möten på stan med kunder och andra rådgivare. Om de skulle sitta ute i Mölndal exempelvis. Då får man ändå åka fram och tillbaka till Göteborg fyra gånger per dag för möten, ja då blir den reskostnaden större än vad den där hyran är.”

- Ted Lindqvist, VD, Evidens

- Företag med hög produktivitetsnivå klarar av att betala högre hyror.
- Högproduktiva företag kan se det som lönsamt att betala högre hyror för sina kontorslokaler då det, oftast, ger bättre åtkomst till bra mötesplatser.

2.9 Affärsdistrikt

Under förstudien klargjordes att begreppet “affärsdistrikt” inte är något som används av alla aktörer, samt att det inte har en klar definition. Dock fanns det en övergripande konsensus från respondenterna att det är ett geografiskt område som ofta är beläget inom en stads CBD där efterfrågan på kontorslokaler är hög.

“Min mer naturliga koppling i någon svensk kontext är vad jag skulle kalla CBD i centrala Göteborg eller Stockholm. Det är ju mer än en konsensusbild av inom vilket område man har den högsta kontorsefterfrågan ... Att det är i princip efterfrågan och hyresnivåer och någon geografisk närhet som styr indelningen.”

- Ted Lindqvist, VD, Evidens

Dock underströk flertalet respondenter att för att det ska kunna bli ett lyckat affärsdistrikt behöver området ha en hög tillgänglighet. Detta för att underlätta för alla de personer som har ett intresse av att kunna ta sig till platsen och jobba där.

“Man kan väl säga att det som är helt grundläggande tror jag är hög tillgänglighet till det som man kan kalla nattbefolkning, alltså arbetskraften. Det måste vara lätt för många hushåll att ta sig dit enkelt och smidigt.”

- Ted Lindqvist, VD, Evidens

Dessa affärsdistrikt har genom hög tillgänglighet och hög efterfrågan haft möjligheten att skapa ett stort utbud av service för att kunna tillgodose den kundbas som vill vara i området (Ted Lindqvist, personlig kommunikation, 1 februari). Det blir då en självförstärkande effekt som ytterligare bidrar till en större efterfråga.

“Och omvänt kan man säga att om man har tillgänglighet och service men inga kontor, då kan man nog skapa kontor. Börjar man skapa mycket kontor, det som då händer är att man får en stor dagbefolkning. Och då gynnas efterfrågan på service och handel och restauranger och sådant där. Och det innebär att det där sker i en sorts självförstärkande process vilket gör att affärsdistrikt och vad man nu kallar det, blir så att säga, det får en homogen tillväxtkraft. Den när av sig själv. Det är en dynamik som förstärks över tid.”

- Ted Lindqvist, VD, Evidens

- Ett affärsdistrikt är ett geografiskt område med hög efterfrågan på kontorslokaler, ofta inom en stads CBD.
- Ett framgångsrikt affärsdistrikt behöver ha hög tillgänglighet (för både dag- och nattbefolkning) samt ett stort serviceutbud.

2.10 Orienteringsstudie på de nordiska städerna Stockholm, Köpenhamn och Oslo

Andra förstudien hade som syfte att kunna identifiera de områden som var av intresse att undersöka för studien samt ytterligare ta fram de faktorer som har betydelse för företagsklimatet i en stad och hur dessa skapar mervärde för en innerstad. Nedan återfinns områdena som studien valde att fokusera på, medan resterande resultat finns i Kapitel 4 Resultat.

2.10.1 Affärsdistrikt i Stockholm, Köpenhamn och Oslo

Under intervjuerna identifierades följande områden som intressanta för examensarbetet i sin helhet och en del av städernas affärsdistrikt.

- Kungens Nytorget - Köpenhamn

- Norrmalm med omnejd - Stockholm

- Tjuvholmen - Oslo

Dessa förslag utgör grunden till de områden som studien valde att fokusera på i respektive stad.

3 Metod

3.1 Initiala studier

Innan arbetet med studien började på riktigt genomfördes två initiala studier. En förstudie som hade syfte att få uppdaterad information och tankar ifrån aktörer inom ämnet i Göteborg för att lägga en kunskapsgrund samt säkerställa relevansen av studien. Sedan genomfördes en orienteringsstudie för att identifiera de områden i Stockholm, Köpenhamn och Oslo som studien var intresserade utav.

Förstudien genomfördes på fyra individer:

Daniel Jighede (Uthyrningschef, Vasakronan)

Ted Lindqvist (VD, Evidens)

Per-Anders Käll (Programledare Centralenområdet Fastighetskontoret i Göteborg)

Pelle Arve (Affärsområdeschef Lilla Bommen, Platzer Fastigheter).

Förstudien klargjorde komplexiteten i frågan och att begreppet affärsdistrikt inte är ett vedertaget begrepp som används av aktörer som är med och påverkar utvecklingen i centrala Göteborg. Genom att urvalet representerade flertalet aktörer med olika synvinklar blev det relativt enkelt att tidigt välja ut teman som respondenterna diskuterade. Dessa var; *tillgänglighet och serviceutbud, företagskluster och dess förvandling, samt, varför företag värdesätter centrala hyreslokaler och är villiga att betala höga hyror för dessa.*

Orienteringsstudien genomfördes på tre individer baserade i städerna Stockholm, Köpenhamn och Oslo:

Henrik Eriksson (Arbetsplatsstrateg, Vasakronan, Stockholm)

Mattias Hyrup (Investment manager, Thylander Group, Köpenhamn)

Therese Larsson (Kommersiell direktör, Coca Cola Europe Pacific Group, Oslo).

Orienteringsstudiens respondenter hade en tydligare bild av begreppet affärsdistrikt. Tyngden låg i hög densitet som bidrar till en ökad efterfrågan av lokaler vilket leder till höga hyror. Genom den tidigare förstudien valdes liknande frågeställningar ut till den orienteringsstudien för att få en övergripande bild på hur aktörerna i de nordiska städerna tänker kring affärsdistrikt. Likt respondenterna i förstudien lade respondenterna i orienteringsstudien vikt vid teman som, tillgänglighet, arbetsgivarvarumärke, samverkan och rekrytering.

3.2 Undersökningsstrategi

Studien ämnade undersöka hur ett "affärsdistrikt" fungerar i ett modernt samhälle samt varför dessa värderas högt av företag i Central business district [CBD] i nordiska

huvudstäder, inkluderat Göteborg och exkluderat Helsingfors. Som ett första delresultat från för- och orienteringsstudien framgick det att: "affärsdistrikt" kunde definieras som ett område inom en stads CBD där kluster av högproduktiva företag har sina kontorslokaler. Det framgick även att det kunde klassas som det område i staden där hyran är den högsta i kr/kvadratmeter/år. Studien som helhet ämnade dock undersöka begreppet ytterligare genom att studera olika faktorer som företag värdesatte när de skulle välja var de skulle etablera sina kontorslokaler. Genom att förstå vad företagen har för behov, önskemål och 'dealbreakers' eftersträvade studien att konkretisera dessa i en egen definition och beskrivning av vad ett "affärsdistrikt" är och förslag till utveckling av Lilla Bommen för främst Platzer Fastigheter AB men likväl andra fastighetsägare i området.

Vi fann att ett kvalitativt förhållningssätt gentemot företagen och den data som samlas in var av intresse för studien. Detta medförde att mer djupgående information kunde hämtas från nyckelpersoner och företag som sedan utgav bas för jämförelse (Bryman & Bell, 2017).

3.3 Undersökningsdesign

Fallstudier på ovannämnda nordiska städers CBD var något som studien använde sig utav. Dessa fallstudier blev då på städernas CBD för att identifiera olika distrikt och kluster. Efter identifikation genomfördes mer djupgående samtal med respondenterna i fallstudierna för att se ifall liknande faktorer var avgörande i de nordiska städerna. Flerfallstudier skapade möjlighet att undersöka varje stad fritt med avgränsning på just dess CBD (Bryman & Bell, 2017).

3.4 Undersökningsmetod

Semistrukturerade intervjuerna utgjorde grunden för den kvalitativa datainsamlingen. De initiala respondenterna valdes genom ett målstyrt urval där studien identifierade specifika nyckelpersoner inom Lilla Bommen i Göteborg och andra personer av intresse för att få en kunskapsbas. Efter de initiala intervjuerna genomfördes även kompletterande intervjuer baserade på ett snöbollsurval (Bryman & Bell, 2017). Snöbollsurvalet tillät respondenterna, som var specifika nyckelpersoner och företag som är verksamma inom städernas affärsdistrikt, ge förslag på ytterligare intervjupersoner som de ansåg kunde bidra till studien. Resultatet kommer att påverkas av urvalet av de nyckelpersoner som är målstyrt initialt med en förhoppning att få i gång en nätverkssnöboll.

Fördelen med de semistrukturerade intervjuerna var att dialogen blev mer öppen med respondenten eftersom intervjun baserade sig på ett tema i stället för förbestämda frågor (Bryman & Bell, 2017). Detta bidrog till att intervjufrågorna utvecklades från respondentens svar och reflektioner.

3.5 Kvalitativ datainsamling

Den kvalitativa datainsamlingen omfattades av semistrukturerade intervjuer och analyserades genom tematisk analys.

3.5.1 Semistrukturerade intervjuer

Semi-strukturerade intervjuer valdes för studien då kunskapen hos författarna inledningsvis var knäpphändig inom området och kunde genom mer utvecklande intervjuer få ut mer information. Urvalet för dessa semi-strukturerade intervjuer baserades på ett snöbollsurval (Bryman & Bell, 2017) för att genom kontakt med respekterade och kunniga experter inom området få förslag på intervjupersoner som de trodde kunde bidra till studien.

Tabell 1. Lista över intervjuade personer. Utformad av författarna.

Namn	Yrkesroll	Företag	Stad	Datum
Axel Heyman	Stadsplanerare	White Arkitekter	Oslo	2022-03-18
Daniel Jighede	Uthyrningschef	Vasakronan	Göteborg	2022-01-28
Hélène Barnekow	VD	Microsoft Sverige	Stockholm	2022-03-09
Henrik Eriksson	Arbetsstrateg	Vasakronan	Stockholm	2022-02-15
Marcus Hyrup	Investment Manager	Thylander Group	Köpenhamn	2022-03-08
Mats Hederos	fd. VD	AMF Fastigheter	Stockholm	2022-03-04
Morten Fredriksen	VD	Ogilvy	Köpenhamn	2022-03-29
Pelle Arve	Affärsområdeschef	Platzer	Göteborg	2022-02-01
Per-Anders Käll	Programledare	Fastighetskontoret i Göteborg	Göteborg	2022-02-01
Ted Lindqvist	VD	Evidens	Stockholm	2022-02-01
Therese Larsson	Komersiell Direktör	Coca Cola Europe Pacific Group	Oslo	2022-03-02
Ulf Kardel	Workplace Solutions	Nordea	Stockholm	2022-03-15
Intervjuperson #13			Oslo	Våren 2022
Sigmund Aas	Partner	Arealstatistikk	Oslo	2022-04-12

Då studien genomfördes via tre fallstudier fanns det risk för att varje fallstudie kunde generera olika resultat. För att minimera denna risk såg författarna det av största vikt att i så stor utsträckning som möjligt ställa samma frågor i identifieringsfasen av fallstudierna. På grund av att ett snöbollsurval också valdes fanns det alltid risk att varje fallstudie skulle påverkas av de som intervjuades.

3.6 Kvalitetssäkring

Inom kvalitativforskning är det viktigt att säkerställa reliabiliteten och validiteten för arbetet. Det blir dock svårare att definiera dessa för kvalitativforskning än det är för kvantitativforskning (Bryman & Bell 2017). När man då i stället ska kolla kvaliteten eller trovärdigheten för en kvalitativstudie beskriver Bryman & Bell (2017) att man använder sig av följande fyra kriterier:

- Tillförlitlighet, som kan ses som den kvalitativa studiens interna validitet.
- Överförbarheten, som kan ses som den kvalitativa studiens externa validitet.
- Pålitligheten, som kan ses som den kvalitativa studiens reliabilitet.
- Konfirmering, som kan ses som den kvalitativa studiens objektivitet.

3.6.1 Tillförlitligheten

Tillförlitligheten beskriver Bryman & Bell (2017) som den viktigaste faktorn när det gäller hur väl trovärdigheten hos en kvalitativ studie. De förklarar att de sociala aspekterna som återfinns i intervjuerna kommer påverka hur författarna får informationen och hur denna används. Det är då viktigt för författarna att återkoppla

till sina respondenter för att försäkra om att den information som används i studien är korrekt och används som respondenterna menade. Detta är något som kallas respondentvalidering

3.6.2 Överförbarheten

Då den kvalitativa forskningen medför att studera små grupper eller individer som delar med sig av personliga insikter och kunskap, tenderar den kvalitativa forskningen att gå in på den kontextuella unikheten i den sociala aspekten som studeras (Bryman & Bell, 2017). Bryman & Bell (2017) fortsätter med att diskutera att kontexten som denna unikhett diskuteras i alltid kommer att påverkas av faktorer som tid. Det är då av vikt att resultatet som fås sätts i den kontexten som det tas ut från. Detta bör diskuteras för att kunna förklara överförbarheten av studiens resultat gentemot. Bryman & Bell (2017) hänvisar också till Lincoln & Guba (1985:316) som förklarar att författarna bör skapa en 'bred beskrivning' för att skapa en databas som låter läsare göra egna beslut om den kvalitativa studiens resultat och dess överförbarhet beroende på andra sociala kontexter.

3.6.3 Pålitligheten

Som den kvalitativa studiens reliabilitet, är pålitligheten sättet för författarna att beskriva för läsarna hur man har kommit fram till ens teoretiska slutsatser (Bryman & Bell, 2017). De beskriver att för att kunna ha en stor pålitlighet är det av vikt att författarna redogör samtliga steg i hur data insamlades, vad som sades under intervjuerna genom transkriberingar och hur data analyserades. Läsarna förklaras då som revisorer över författarnas data. De fortsätter dock sedan med att beskriva problematiken med att delge all denna känsliga data samt tidsåtgången som det kräver av författarna.

3.6.4 Konfirmering

Konfirmeringen är faktorn som ska genom att erkänna att en företagsekonomisk studie aldrig kan vara helt objektiv men att författarna har agerat i god tro (Bryman & Bell, 2017). Författarna ska då inte ha medvetet influerat sitt resultat eller de som medverkat för att kunna tillgodose deras egna förutbestämda tankar.

3.7 Kvalitativ dataanalys

Den kvalitativa data som samlats in har analyserats med hjälp av tematisk analys (Bryman & Bell, 2017). Denna analys genomfördes i tre steg:

1. Utformning av intervjufrågor efter teman

Intervjufrågorna har varit utformade efter de teman som kunde identifieras efter förstudien. Dessa teman utgjorde sedan grunden till resultatet.

2. Sammanställning av intervjuer från samma fallstudie

Respondenternas svar placerades sedan i ett dokument som innehöll samtliga intervjuer i samma fallstudie. Respondenternas svar färgkodades och lades under tillhörande fråga. Alltså kunde en fråga ha flera respondenters svar under sig för att underlätta för en slutlig sammanställning.

Respondenternas svar i sammanställningen i detta stadiet var verbatim dvs. ordagrann.

3. Tema-sammanställning av fallstudie

Till sist användes sammanställningen av respondenternas svar för att utforma en egen tema-sammanställning där författarna sammanfattade och uppmärksammade intressanta kopplingar mellan de olika respondenternas svar på samma fråga.

3.8 Metoddiskussion

Samtliga intervjuer som genomfördes för studien skedde antingen via Zoom eller via Microsoft Teams digitalt. Detta valdes dels för att under förstudien var det en pågående pandemi, dock släppte restriktionerna den 9 februari men då återfanns det bara respondenter utanför Göteborg i Stockholm, Oslo och Köpenhamn. De digitala intervjuerna möjliggjorde att dessa intervjuer kunde ske relativt sömlöst då vi ej var tvungna att resa till städerna för att genomföra intervjuer. Det hade dock nackdelen med att vi ej kunde se hela personernas kropp för att kunna anpassa intervjun till sådana faktorer som kroppsspråk. Det var också två intervjuer som genomfördes där respondenterna i fråga ej kunde få i gång sina webbkameror och intervjuerna genomfördes då enbart med röst. Det är värt att nämna att intervjuerna hade kunnat gå djupare vid en fysisk intervju då vi kan anse att det blir en lättare social stämning, men de digitala intervjuerna får vi ändå säga fungerade bra inom studiens kontext då den spann över tre länder.

Då varje intervju spelades in, med godkännande från respondenten, fanns det risk att deras svar var mer kortfattade och att de ej vågade gå djupare inom vissa frågor som berörde de själva eller företaget som de representerade. Alla respondenterna var också högt uppsatta inom sina respektive organisationer med befogenheter inom beslut som gäller deras lokaler, detta kan också vara en faktor som kan ha spelat in när de valde vad de skulle säga om deras egna behov, önskemål och 'dealbreakers'. Vi gjorde oss ändå måna om att inge förtroende genom att i början av varje intervju säkerställa om tillåtelse till inspelning samt förklara att innan publikation av studien kommer varje respondent kunna ta del av vårt resultat och se deras citat och där de används som källor. De gavs sedan möjligheten att ändra på text eller citat där de kände att de hade blivit felciterade eller tagna ur kontext.

Ett genomgående tema hos respondenterna som intervjuades var att de representerade vinstdrivande högproduktiva företag. Detta stämmer för alla utom en av de som intervjuades, och denna individ var anställd inom Göteborgs Stad och intervjuades under förstudien. Att resterande respondenter var högt uppsatta inom sina respektive högproduktiva företag har påverkat studien och resultatet som finns häri. Anledningen till att urvalet blev detta var på grund av att studien valde att få urvalet av respondenter genom ett snöbollsurval. Genom att vi blev rekommenderade av respondenter som befann inom detta segment blev det naturligt att deras följande rekommendation till ytterligare respondenter blev inom samma segment.

Konsekvensen av detta var att studien ej har någon respondent som kan påstås ha en annan infallsvinkel på våra frågeställningar, samt att det till största del innefattades utav vinstdrivande företag och i princip helt frångick verksamheter och organisationer som ändå återfinns i *affärsdistrikt*. Så som andra myndigheter, ideella organisationer, ordnar, handel och stiftelser.

Analysmetoden av intervjuerna fungerade väl. Vi kunde på ett effektivt sätt hantera den mängd data som framkom av de 14 intervjuerna. Vi valde att läsa igenom transkriberingen på egen hand för att sedan sammanställa respondenternas svar som de hade under samma fråga. Genom detta tog vi fram en sammanställning av de delar som vi tyckte var viktiga och kunde redan tidigt i tema-sammanställningen formulera respondenternas tankar med egna ord och producera brödtext. Att både transkribera och sammanställa data hade sina för- och nackdelar. Fördelarna vara att vi fick en otrolig bredd på den data vi samlade in och kunde jämföra samtliga respondenters svar med varandra. Men nackdelen var att det tog en oerhörd mängd tid att genomföra.

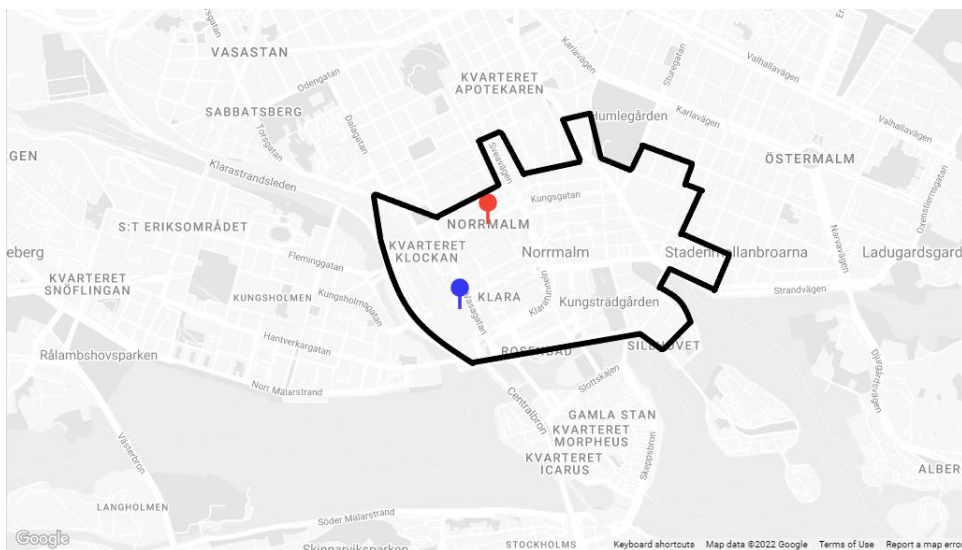
Framtida råd till liknande studier är att även ifall det tar tid att analysera resultatet av ens intervjuer skapar det en stor kunskapsbas för författarna när det kommer till att föra en djup diskussion senare i studien. Därav ansåg vi det vara värt det.

4 Resultat

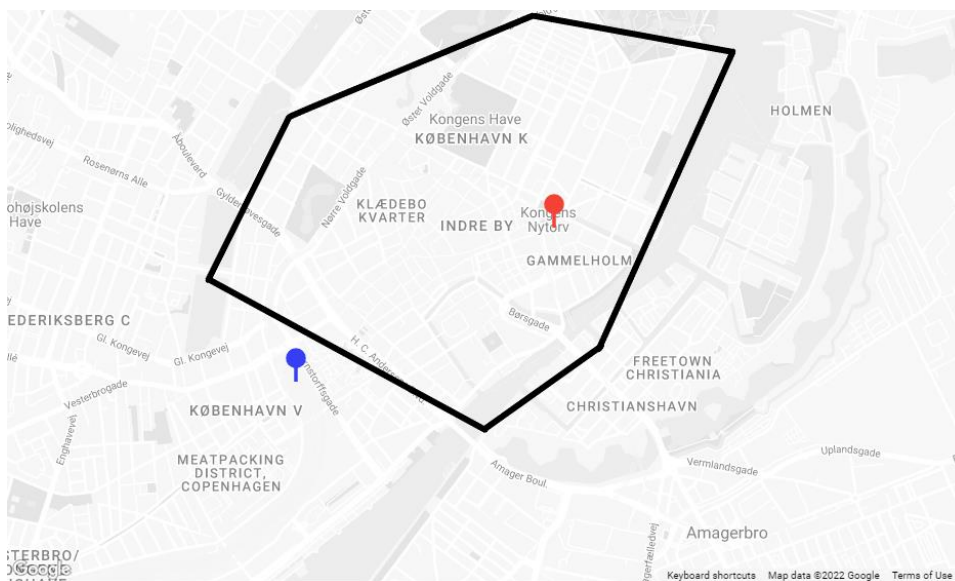
Resultatet kommer att omfatta samtliga tre områden med de företag och personer som identifierades i *orienteringsstudien*. Dessa är Tjuvholmen i Oslo (figur 11), Norrmalm i Stockholm (figur 12) och Kungens Nytorv i Köpenhamn (figur 13). Nedan presenteras kartillustrationer med röda markörer för området och blåa markörer för respektive stads Centralstation. Detta för att ge läsaren en geografisk anknytning till de områden som diskuteras av respondenterna.



Figur 11. Kartillustration över Tjuvholmen där området är markerat med röd markör. Centralstationen i Oslo är markerad med blå markör. Kartbild omarbetad från original som hämtats från Snazzy Maps med kartdata från Google samt Oslos ungefärliga CBD avgränsningar hämtat från Arealstatistikk och omarbetad i Microsoft Paint.



Figur 12. Kartillustration över Norrmalm där området är markerat med röd markör. Centralstationen i Stockholm är markerad med blå markör. Kartbild omarbetad från original som hämtats från Snazzy Maps med kartdata från Google samt Stockholms ungefärliga CBD avgränsningar hämtat från Fastighetsvärlden och omarbetad i Microsoft Paint.



Figur 13. Kartillustration över Kungens Nytorv där området är markerat med röd markör. Centralstationen i Köpenhamn är markerad med blå markör. Kartbild omarbetad från original som hämtats från Snazzy Maps med kartdata från Google samt Köpenhamns ungefärliga CBD avgränsningar hämtat från Newsec och omarbetad i Microsoft Paint.

Respondenternas svar har tematiserats och finns i anknytning till relevanta teman som framförs. Dessa teman baseras på resultatet av förstudien och orienteringsstudien.

4.1 Presentation av begreppet affärsdistrikt

För att få en bredd på vad dagens definition av affärsdistrikt är, ställdes frågan *vad anser du att ett affärsdistrikt är idag*, till samtliga respondenter. Detta ledde till en djupare inblick in i hur branschaktiva och andra näringsidkare såg på begreppet. Nedan presenteras en del av citaten från respondenter som hade en klar bild av vad deras egen definition var. Det återkommande temat som fanns i samtliga intervjuer var dock att ett affärsdistrikt är ett område med hög efterfrågan på kontorslokaler vilket skapar hög densitet av företag. Henrik Eriksson (personlig kommunikation, 15 februari) underströk också att den höga efterfrågan och densiteten skapar möjlighet till aktivitet vilket är viktigt för företagen.

Centrala delar av städer är områden som skapar *gravitation* för företag och människor då möjligheter för aktivitet är hög (Henrik Eriksson, personlig kommunikation, 15 februari).

“Affärsdistrikt ska ju vara en plats som skapar gravitation för de typerna av aktiviteter som genererar intäkter egentligen”

- Henrik Eriksson, Arbetsstrateg, Vasakronan

“Jag tänker på att man skapar ett ställe där man sitter i ett ekosystem. Där det finns en massa partners, kunder, kollegor och andra som är nära helt enkelt. Som sitter fysiskt nära.”

- Hélène Barnekow, VD, Microsoft Sverige

Denna *gravitation till möjligheter* skapar en hög densitet i områden som är intressanta för människor. Både för företag och individer som bara vill vistas där. Den stora efterfrågan som gravitationen skapar leder till höga hyror på det lokaltutbud som finns i området.

“Yes, so my first thought was the high density, which there definitely is in the in the business district of Copenhagen at least. So, you have the high density, you have the high rents, which is a result of the of the high density of course and this is where ... the cool businesses are usually located. Both up and coming businesses and the established ones.”

- Marcus Hyrup, Investment Manager,
Thylander Group

Företagen behöver då i sin tur ha en hög produktivitetsnivå för att lokalkostnaderna ska kunna vara rimliga motsvarande sin omsättning. Genom att framgångsrika företag med hög omsättning är verksamma i området drar företagen sedan till sig kompetent arbetskraft som bara vill åt de bästa jobben och den bästa arbetsmiljön. Den här efterfrågan på den bästa arbetsmiljön medför också en stor efterfrågan på ett bra serviceutbud.

“And the owner of the company, he just told me that he really missed just walking out of the office, having a cup of coffee or walking around in the area, getting to experience the atmosphere. And it's very hard to put a finger on what exactly it is that makes the central business district so attractive. But it's just something that's always been there. And it's where all the companies are located, you have a full circle. Like if you need to have five meetings, you don't have to be out all day because you can just visit all the companies. They're located right next to each other.”

- Marcus Hyrup, Investment Manager,
Thylander Group

Serviceutbudet i ett affärsdistrikt möjliggör utrymme för spontana och planerade möten eftersom många människor är samlade i ett specifikt område.

- Ett område med hög densitet av företag och aktiviteter.
- Stor efterfrågan leder till höga hyresnivåer.
- Höga hyresnivåer leder till att bara företag som har en hög produktivitetsnivå har råd att hyra lokalerna.
- Denna typ av företag kräver god arbetsmiljö i sitt närområde.

4.2 Tillgänglighet till affärer och tillgänglighet för anställda

Under intervjufasen kom behovet av *tillgänglighet* återuppreparande, genom samtliga intervjuer, upp som det mest väsentliga. *Tillgängligheten* var dock mer än bara tillgänglighet som det förklaras i Kapitel 2.1 Tillgänglighet utan också *tillgängligheten* och *närheten* till andra som man vill göra affärer med.

Den data som framställs nedan är ifrån frågor som rör respondenternas behov, önskemål och 'dealbreakers' på områden där de har sina kontorslokaler, varför respondenterna anser det vara värt den extra lokalkostnaden av att vara belägna centralt och hur respondenterna tänker när de ska byta kontorslokal.

Gemensamt hos respondenterna var åsikterna att företag väljer att sitta i ett affärsdistrikt just för tillgängligheten, både tillgängligheten till affärer och tillgängligheten för arbetstagarna. Genom att vara i ett område där det rör sig mycket människor sätts man i ett sammanhang med personer man gör affärer med.

“And in Copenhagen you have the metro and the public transport and it's very good. Everything is easily accessible. And this is definitely a very important factor when we discuss the business district.”

- Marcus Hyrup, Investment Manager,
Thylander Group

“För oss handlar det jättemycket om det här, att vara på ett ställe där många andra är som man antingen gör affärer med eller påverkar affärer så att man är nära där man kan träffas. ... Så ett stort krav var ju att man skulle kunna ta sig dit. Oavsett vart man bodde, oavsett om man tog voi, tunnelbana, buss eller cykel. Så skulle man kunna ta sig dit smidigt, det var en jätte viktig grej.”

- Hélène Barnekow, VD, Microsoft Sverige

“Ja och då handlar det väl om att vara nära. För arbetskraften är det absolut den som är viktigast. För då kan man ju tänka sig var någonstans i en stad tar sig flest antal enklast och då hamnar det i centrum. Sen är det förstås också att man är nära andra liknande branscher för att få utbyte av idéer och principer. [...] Och varför är det mest kontor centralt. Jo kontor betalar bäst [i förhållande till vad som betalas för en bostad] i princip och då blir ju de bästa eller mest tillgängliga lägena kontor.”

- Axel Heyman, Strategisk Stadsplanerare, White Arkitekter

“Företagen hade sina kunder i de centrala lägena och är man ett internationellt bolag, så vill man sitta vid en plats där det var väldigt enkelt att ta sig till oavsett om man kommer med flyg eller tåg eller med bil eller vad man nu gjorde. Och alla de här bitarna föll samman på att många av företagen som hade behov av de här sakerna, de var tvungna att sitta i Stockholms innerstad, och så ser vi trender på andra platser också i världen och för att möta de höga priserna. För det blev helt plötsligt uppenbart för väldigt många att de var tvungna att sitta i Stockholms innerstad, om man nu skulle sitta i Stockholm, förstås. “

- Mats Hederos, fd. VD, AMF Fastigheter

“It has more to do with the infrastructure. Communications-
infrastructure like trains and subways, parking garages and fairly large
buildings. So that you can fit in a combination of small tenants and
really big tenants, like for example the big law firms.”

- Sigmund Aas, Partner, Arealstatistikk

Genom att man har lättillgängligheten till affärer får företag en stor potential till samverkan mellan varandra. Hélène Barnekow (personlig kommunikation, 3 mars) och Henrik Eriksson (personlig kommunikation, 15 februari) betonar vikten av att ha möjlighet till interaktioner med andra företag och människor är en av de största faktorerna till varför det är lukrativt att vara verksam i ett affärsdistrikt. Både genom att det går snabbt att ta sig från kontor till kontor samt spontana interaktioner på stan.

“Så vi har ju faktiskt fått jättemycket interaktion. Människor kommer till oss, vilket genererar en massa spontana interaktioner. Folk kommer förbi när de är i stan och samma sak för oss att vi liksom ja, men vi är också i stan. Vi kan komma förbi i stället för att vi tar det här på teams. Det är mycket mer den typen av interaktion, alltså människor som vi kanske inte hade sett hade tänkt att det skulle gå att träffa har vi nu fått interaktion med. Så mycket stor skillnad skulle jag säga.”

- Hélène Barnekow, VD, Microsoft Sverige

“When you have this very accessible area. A lot of people are interested in working there. This also creates a buzz of the atmosphere, which is very important.”

- Marcus Hyrup, Investment Manager,
Thylander Group

“Lättare att göra rätt det vill säga man allt det man ska uppnå, uppnår man enkelt. Nära till möten slumpmässiga serendipity samtal, högt varumärke, bra personalförmåner.”

- Henrik Eriksson, Arbetsstrateg, Vasakronan

“... and it goes also to the walkability. It's extremely efficient to be close to the other companies because you're running in and out of meeting with each other all the time. You want to have a meeting with the banker, then you want to go to your lawyer and then you want to go to the financial advisor and then to the management consultant you use and then to people like myself who sit in the CBD. So, it's extremely efficient to be able to walk to most of your meetings.”

- Sigmund Aas, Partner, Arealstatistikk

Den här faktorn är av stor väsentlighet för företagen där både Nordea och Microsoft Sverige valde att återetablera sig i Norrmalm efter att de hade varit verksamma i Lindhagen (Ulf Kardel, personlig kommunikation, 15 mars) och Akalla (Mats Hederos, personlig kommunikation, 4 mars).

“Nej, det är ju efterfrågan ja nu, det är både förmågan att hitta rätt arbetskraft och även kunder som tycker att det är att föredra, att vi sitter centralt. Det var så det är både interna och externa påverkan så att säga.”

- Ulf Kardel, Workplace Solutions, Nordea

- Att tillgängligheten är det mest grundläggande är ett återkommande tema genom samtliga intervjuer.
- Tillgängligheten innefattar både tillgänglighet i form av resetid samt närheten till andra företag och personer som är intressanta att göra affärer med.
- Möjligheten till att få utbyte med andra företag, både genom kunskap och tjänster ökar när man är verksam centralt.
- Företag väljer att flytta in till stadens centrala delar för att ta del av tillgängligheten för deras anställda och tillgängligheten till affärer och samarbeten.

4.3 Förutsättningar och förändringar för företag i affärsdistrikt

Vid flertalet intervjuer framkom att en grundläggande faktor som binder samman företagen i ett affärsdistrikt är att deras produktivitetsnivå måste vara hög. Mats Hederos (personlig kommunikation, 4 mars) och Ted Lindqvist (personlig kommunikation, 1 februari) menade på att företag som inte har hög produktivitetsnivå, och alltså inte en hög vinstmarginal, inte har råd att betala för de centrala lägena då lokalkostnaden blir för stor gentemot andra kostnader.

Den data som framställs nedan är ifrån frågor som rör respondenternas syn på *affärsdistrikt*, vad respondenterna uppfattar att de tjänar på att vara verksamma i centrala lägen.

För att kunna ha råd med de höga hyror som de centrala lägena har, krävs det att företaget har en hög produktivitetsnivå på kontoret (Ted Lindqvist, personlig kommunikation, 1 februari). Detta kräver att företaget arbetar med att få in talang och anställda med hög kompetens som utför effektivt och vinstdrivande arbete.

“Ja vi köper in på den visionen att vi har fler co-working spaces, fler som flyttar dit. Man börjar prata om att Spotify ska in där, Klarna ska in där. Andra stora bolag som vi också visste att vi kommer dela talanger med.”

- Hélène Barnekow, VD, Microsoft Sverige

Mats Hederos (personlig kommunikation, 4 mars) och Ted Lindqvist (personlig kommunikation, 1 februari) menar att när företag rekryterar personal med hög kompetens stiger deras produktivitetsnivå.

“Och då var det några bitar som styrde det. Det som var den starkaste var att, skulle man rekrytera tillräckligt mycket bra arbetskraft, vilket man behövde för att överhuvudtaget få [produktivitetsnivån] att öka så var man tvungen att ha ett läge som attraherade den i det fallet unga arbetskraften. Och då var det centrala lägen. Många hade inte bil eller inte ens körkort och var egentligen intresserade att åka kommunalt med kommunala färdmedel och då i Stockholm kommer man till de centrala delarna.”

- Mats Hederos, fd. VD, AMF Fastigheter

Genom den höga efterfrågan från företagen på talanger och kompetent arbetskraft, behöver företagen ha ett starkt arbetsgivarvarumärke för att kunna konkurrera på arbetsmarknaden. Sigmund Aas (personlig kommunikation, 12 april) påstår då att företag ser en fördel av att betala högre hyror för att sitta centralt.

“Då ska man också kunna göra det på ett hållbart sätt. Man ska inte behöva sätta sig i en bil och köra och sitta i någon kö, man ska kunna göra det man är i stan för att göra. Så den ena delen ens att vi tror att affären är som den är nu, är att vi har så många olika sorters kunder och ‘stakeholders’ för att det ens ska bli en affär, vilket det inte varit tidigare. Och sen den andra har ju med talang att göra och vi såg ju att vi blev mycket, mycket mer attraktiva när vi flyttade till stan.”

- Hélène Barnekow, VD, Microsoft Sverige

“The office cost is such a small part of the cost structure of the company. If your margins are, you know 30 - 50% [the office cost] is not going to be that important. And obviously if you look at what costs you have that are the most important for being able to recruit the right employees and being able to get the most out of the employees, you do need to have an office space that is conducive to productivity. This is the most important thing.”

- Sigmund Aas, Partner, Arealstatistikk

Dock finns det en diskussion att ha nu när arbetsplatsen blir mer mobil och företagen inte hyr lika stora ytor. Mats Hederos (personlig kommunikation, 4 mars) förklarar att detta möjliggör för fler företag som tidigare inte hade råd att hyra kontorslokaler i absoluta CBD, nu kan hyra ett mindre kontor som inte är ämnat för att alla ska vara på kontoret samtidigt, utan att man delar upp det och är där när det behövs. Därav tror Henrik Eriksson (personlig kommunikation, 15 februari) att det kommer bli en ökad ekonomisk mångfald bland företag i städens CBD.

“Jag tror att vi kommer se ännu fler bolag som vi inte såg förr i affärsdistrikten. Det är för att de tillåter distribuerade arbetsätt är den stora skillnaden. Förr var det bara ‘high margin’ företag, nu ser jag tydligt hur klassiska ‘low margin’ företag byter plats till CBD. Då gör de bara de för bara en tiondel av ytan. Men de låter det vara valfritt vem som åker dit. Så laddar de med så mycket innehåll som det går. Det kommer vi få se. Vi kommer att få se en ökad mångfald i affärsdistrikten. Jag ser en tydlig mångfaldsökning. Där företag som inte [hade råd] kommer in till stan.”

- Henrik Eriksson, Arbetsstrateg, Vasakronan

“Under en ganska lång tid, så var det en brist och är fortfarande idag en brist på centrala bra och effektiva lokaler och därför drivs hyrorna upp en hel del. Att kompensera det här så generaliserar man bort, även före pandemin, de egna platserna. Utan man hade effektivare sätt att ha sin kontorsyta. Som man kan, förutsatt att man bara kanske var där 2 dagar i veckan, redan innan pandemin, och därför kunde man få ner kvadratmetertalet per person mycket. Och kunde då betala högre hyror.”

- Mats Hederos, fd. VD, AMF Fastigheter

“I would say that we spent maybe 60% of these seats in the days where we were going to have one day where people need to be in the office, and most of the times we are about 90%. And so, what do you do? When you have like 80% of the days you only spend 60% of the seats and the one day a week where you need more space. Do you pay that extra price for those four days?”

- Morten Frederiksen, CEO, Ogilvy Denmark

Utvecklingen av digitaliseringen har snabbats på i spåren av pandemin. Ulf Kardel (personlig kommunikation, 15 mars) menar att detta har lett till att det traditionella arbetssättet inte längre är lika attraktivt och företagen har därav behövt möta efterfrågan på flexibla kontorslösningar.

“Vi har gjort om ganska mycket på vårt huvudkontor för att möta det nya hybrida arbetssättet. Många sitter inte på sin kontorsplats och jobbar hela dagar, under hela veckan, utan man har en mer blandad arbetsdag. Om möjligt förelägger man mer administrativa arbetsuppgifter hemma och möten, workshops till kontoret. Det medför andra krav på arbetsplatsen.”

- Ulf Kardel, Workplace Solutions, Nordea

“Och de som använder vårt kontor mest, för vi jobbar verkligen med att du själv får bestämma var man jobbar, så vi har faktiskt en extremt flexibel arbetsplats. De som har ett högt användande av arbetsplatsen, det är faktiskt de yngre och de som är relativt nyanställda.”

- Hélène Barnekow, VD, Microsoft Sverige

“Men det digitala kommer ju påverka det här och det kommer kanske inte bli en tilt men det kommer absolut bli mer distribuerat. I och med att vi faktiskt har en allt ökande grad människor som sitter fullt ut distribuerat. I stället för att samlas kl. 9–17, 46 veckor om året i ett affärsdistrikt, så sitter de faktiskt och arbetar 46 veckor distribuerat.”

- Henrik Eriksson, Arbetsstrateg, Vasakronan

“En viktig fråga för oss och säkert för de flesta bolag nu är ju hur du skapar en trivsamt arbetsmiljö som gör att dina team och folket i bolaget önskar att vara på plats. Vi ser ju att jobba hemma 100 % har varit krävande för vissa och en fördel för vissa. Och nu när man i Norge öppnat upp 100 % och man önskar att få anställda tillbaka på kontoret, inte varje dag men en stor del. Ser vi givet till exempel pendling, att många småbarnsföräldrar väljer att jobba hemma oavsett för att klara livspusslet, det minskar stressen och hela den biten.”

- Therese Karlsson, Kommersiell Direktör,
Coca Cola Europé-Pacific Group

- Givet de höga hyresnivåerna som ett centralt läge medför, behöver företagets lokalkostnad vara procentuellt försvarbart kontra deras vinster. Företagen behöver då alltså ha en hög produktivitetsnivå.
- Ett företag som har en hög produktivitetsnivå är i behov att anställa den mest kompetenta arbetskraften och talangerna.
- För att ett företag ska kunna vara attraktivt för denna arbetsmarknad krävs det att de har sina kontorslokaler centralt och på ett attraktivt läge som stödjer deras arbetsgivarvarumärke.
- Digitaliseringen och pandemin skapar möjligheter för företag att minska på deras kontorsytor. Detta på grund av att arbetstagare är nu mer vana vid att jobba mobilt. Det krävs alltså inte lika stora ytor för samma mängd arbetstagare och detta lockar även så kallade ‘low margin’ företag.

4.4 Arbetsmarknaden och deras behov

Slutligen ställdes frågor till respondenterna gällande företagets arbetsmiljö och hur företagen lockar talangfull arbetskraft till deras företag. Majoriteten av respondenternas påpekar att attraktiva lokaler och närområde var en avgörande faktor för att locka talanger. Utöver att attrahera talang belyser Hélène Barnekow (personlig kommunikation, 9 mars) även vikten av att skapa attraktiva miljöer som lockar anställda till arbetsplatsen.

Nedan presenteras resultatet för data som baserats på respondenternas svar gällande *stadskvaliteter* i ett område, vad företagen gör för att *attrahera talanger* och för att ha ett bra *arbetsgivarvarumärke*.

Gemensamt från respondenterna för Stockholm, Oslo och Köpenhamn är också att det inte enbart räcker att ha ett bra läge för att kunna attrahera talang, utan det krävs attraktiva kontor och lokaler, alltså en bra arbetsmiljö.

“... Sen att när man väl kommer till kontoret, att det är en attraktiv arbetsplats där man känner sig välkommen, man kan utvecklas som person i den miljön som vi erbjuder och ‘vi’ försöker vara en modern arbetsplats.”

- Ulf Kardel, Workplace Solutions, Nordea

“Vi resonerade så att vi ville göra vårt kontor till ett ställe man vill komma till. Därför bestämde vi till exempel att vi inte skulle ha en sådan där vanlig receptionsdisk. Man skulle komma in i ett hem, det skulle vara en barista. Det ska vara ett ställe som man känner att man vill komma till för att hänga. Man vill kunna vara här och träffa de som ville stanna kvar.”

- Héléne Barnekow, VD, Microsoft Sverige

“It's to have a great offering in the canteen, and food and have all these kinds of things. And then it's also that we have offerings with the surroundings. So, we have kayaks and SUPs and stuff lying around that they can use whenever they want to, on their spare time. I think that's the key. And to have sufficient social zones within the building.”

- Intervjuperson #13, Oslo

“If we just kind of take the basics first, it is, obviously access to good coffee, a great canteen and some environment where you can just sit and have a break for a short period of time. But it also needs to be a place where you can sit and focus.”

- Morten Frederiksen, CEO, Ogilvy Denmark

För arbetsgivarna är det då minst lika viktigt att kunna erbjuda en bra arbetsmiljö i sitt närområde. Det innebär att det serviceutbud som finns runt kontoren måste kunna tillfredsställa det som anställda behöver. Detta blir enklare att åstadkomma ifall företagen är verksamma centralt men det är även viktigt att ens kontor är etablerat kring den mest attraktiva punkten. Sigmund Aas (personlig kommunikation, 12 april) understryker vikten av att ha ett bra serviceutbud då han själv försöker äta lunch med kunder flera gånger i veckan. Mats Hederos (personlig kommunikation, 4 mars) påpekar också att det är fastighetsägarnas uppgift att se till att de hyresgäster som de har i sina bottenvåningar möter efterfrågan från de som jobbar i området.

“Ja i Stockholms innerstad har man ju den fördelen. Mycket av det här, det som man efterfrågar det fanns. Man var tvungen att förstärka vissa delar och den utveckling som har skett nu, även med pandemins hjälp, är ju att ett tag så var det ju HM, KappAhl, HM, Lindex, KappAhl, HM efter varandra. Nu har ju det blivit ett väldigt mycket mer varierat utbud och det är mycket mer restauranger och caféer och sådant som inte fanns egentligen i Stockholms innerstad för 15 år sedan. Då var det McDonalds och olika cafékoncept som fanns där. Och det har ju vi jobbat väldigt aktivt med att försöka få bostadsområdena att bli mer tillgängliga, levande och inte bara shopping utan få in småskaligt och annorlunda än vad det är för att det ska finnas en anledning.”

- Mats Hederos, fd. VD, AMF Fastigheter

“... att det skulle finnas saker öppna under större delen av dygnet så att man kan få den här flexibiliteten. De som kommer in senare, stannar senare och sen ska kunna gå ut och äta. Attraktivt och öppettider. Ja det är jätteviktigt. [...] Att man känner att man flyttar in i ett område som kommer fortsätta utvecklas och växa. Så att det inte är ett område där allt redan är klart och där allting blir dött i princip. Utan att man känner att det här är ett ställe som man investerar i.”

- Héléne Barnekow, VD, Microsoft Sverige

“We are a company that needs to be located on the prime location to reflect the services that we provide. To be efficient for the clients and representative for the clients that will come and visit us and to be attractive for the employees. And then it needs to be an area with also attractive offers for the employees. With restaurants and gym and things happening, shops and all the things you want to have in the city centre.”

- Intervjuperson #13, Oslo

“You do need some restaurants and you need the area to be walkable. So, some restaurants and walkability. ... As I said, you do need some restaurants because quite a bit of your relationship managing is going to be done while you eat. Personally, I try to eat lunch with clients as often as possible, so you need a decent restaurant scene.”

- Sigmund Aas, Partner, Arealstatistikk

För variationen är viktig när det gäller ett bra serviceutbud i city. Mats Hederos (personlig kommunikation, 4 mars) lyfter fram att en annan viktig komponent till att få ett levande stadsliv runt sin arbetsmiljö är hotell med större utbud än bara sovplatser. Har hotell attraktiva ytor som lockar mer än bara hotellgäster, skapas mötesplatser som kan fungera som en tredjeplats utanför jobbet och hemmet.

“Hotell har vi. För ni är ju ganska unga men för 15-20 år sedan. Ett hotell och dess bottenvåning var ju det första man övergav och oavsett var man var i världen så var det enda vad man visste, det var ju att man inte skulle äta på restaurangen i hotellet för det var det tristaste som fanns och det var ju bara några stolar som stod där som var helt övergivna och någon soffa i något hörn. Idag är det ju tvärtom, idag är ju hotellen samlingsplatsen, så det är fler som besöker hotellet. Och jag tror att dagskassan kommer betydligt mer från andra verksamheter än själva uthyrningen av hotell. Så att det har blivit en, vi kallar det för den *tredje platsen*, alltså platsen som är någonstans mellan hemmet och arbetsplatsen. Och då är hotell en väldigt viktig faktor för att möta de här sociala behoven.”

- Mats Hederos, fd. VD, AMF Fastigheter

Men även ifall företagen väljer att etablera sina kontor utanför absoluta city, och på så vis tjäna in på kontorshyran, beskrev Therese Larsson (personlig kommunikation, 2 mars) att de förlorar sin åtgång till den allra mest lukrativa arbetskraften.

“Det har ändrat sig de som finns i stan idag. De har valt aktivt att sitta i stan och de har också anpassat sin kostym till att vilja vara i stan och de vet i många fall att ifall dem flyttar utanför stan. Då har de mycket svårt att attrahera de talangerna och dem behöver ha talangen, det är den arbetskraften man behöver ha. Och då spelar ingen roll hur mycket kostnadsänkningar man gör om man inte har intäkter.

[...]

Om jag var företagsledare i ett företag som sitter i ett industriområde, då tycker jag det skulle vara väldigt svårt att locka någon som har blivit van vid att jobba hemma. Att åka från ett förorts läge till ett annat förortsläge där det inte finns några positiva injektioner över huvud taget, förutom att det var en plats där eventuellt man kunde möta någon annan kollega. Men då gäller det ju att hitta, i de här mer perifera lägen att hitta en själ och det har man nog inte jobbat så mycket med.

- Mats Hederos, fd. VD, AMF Fastigheter

“... men samtidigt så märker vi det att vi när vi väl rekryterar så får vi stort intresse. Men vi har också haft tillfällen där kandidater har tackat nej för att man inte önskar att jobba utanför stan.”

- Therese Larsson, Kommersiell direktör,
Coca Cola Europe-Pacific Group

Givet en levande stadsmiljö i sitt närområde blir det också tryggt. Detta var tillsammans med tillgänglighet den absolut största ‘dealbreakern’ som Microsoft Sverige (Hélène Barnekow, personlig kommunikation, 9 mars) och Ogilvy Denmark (Morten Frederiksen, personlig Kommunikation, 29 mars) hade när de skulle byta kontor.

“Att det var tryggt i det området, just det här att man ska kunna gå där när som helst är jätte, jätteviktigt och har ju bara seglat upp som allt viktigare ... man ska kunna gå hem kl. 23 på kvällen.”

- Hélène Barnekow, VD, Microsoft Sverige

“I'm not moving the agency into an area that is kind of dodgy. There is an area, which up until recently was a dodgy area, but the last five years has been extremely trendy ... but as soon as it becomes dark it's still kind of a dodgy area as well and that's not the place where I would want to [move]. So, there is a social aspect of it as well.”

- Morten Frederiksen, CEO, Ogilvy Denmark

- Företag måste kunna erbjuda den bästa arbetsmiljön i sina lokaler för att locka den mest kompetenta arbetskraften och talangerna. Framför allt när digitaliseringen har gått framåt.
- Arbetsmiljön kan anses sträcka sig utanför ens kontorslokaler. Ett företag måste kunna erbjuda sina arbetstagare ett attraktivt närområde. Detta finns främst i de mest centrala delarna av städer.
- Arbetsmiljön i ens närområde kan anses god ifall det finns ett brett serviceutbud som tillfredsställer arbetstagarnas behov.
- Tryggheten är tillsammans med tillgängligheten en återkommande viktig del hos respondenterna. Arbetstagare måste kunna känna sig trygga när de går hem på kvällen oavsett tid.

5 Diskussion och analys

I avsnittet kommer resultatet av *förstudie ett* och Kapitel 4 Resultat presenteras och vävas samman med Kapitel 2 Teoretisk referensram och kunskapsöversikt. Detta för att kunna föra en diskussion grundat i både tidigare forskning och vårt bidrag genom intervjuerna för att sedan kunna framföra våra egna tankar anknutna till de två frågeställningarna. De sammanfattande punkterna i Kapitel 4. Resultat används som utgångspunkt till diskussionen i underrubrikerna.

Genomgående kommer också en etisk diskussion kring vårt resultat föras. Denna kritiska diskussion börjar med ett indrag i sidan efter analysen skett ovanför. En ytterligare punkt om social- och miljömässighållbarhet kopplat till våra egna tankar återfinns i Kapitel 5.5 Hållbarhetsaspekterna.

5.1 Tillgänglighet ...

5.1.1 ... för de anställda

Den mest grundläggande faktorn för ett *affärsdistrikt* som framkom genom samtliga intervjuer var *tillgängligheten*. I Kapitel 2.1 Tillgänglighet framförs Trafikverkets (2018) definitioner av *tillgänglighet* som fångar de bredaste dragen i vad respondenterna underströk som viktigt för dem när de skulle välja kontorslokaler. Dessa var faktorer som resetid och resekostnad. Med Mats Hederos (personlig kommunikation, 3 mars) som utvecklade detta resonemang till att vara avgörande när det handlar om att göra affärer med andra företag, speciellt internationella företag som besöker ens företag för affärsmöten. Han menade då att kontorslokaler behöver vara enkla att ta sig till, från till exempel, en flygplats eller centralstation. Genom att då vara verksamt där det är enkelt att ta sig till ökar ett företags förmåga att genomföra affärer. Det krävs då en god *tillgänglighet* där ens företag väljer att vara verksamt för att man ska vara attraktiv att göra affärer med. Likaväl spelar *tillgängligheten* till kollektivtrafik och andra kommunikationsmedel en stor roll. Detta beror på att de anställda som ska transportera sig till och från kontoret har det enklare att ta sig till sitt kontor ifall kontoret är etablerat centralt enligt Axel Heyman (personlig kommunikation, 18 mars). Marcus Hyrup (personlig kommunikation, 8 mars) är inne på samma spår där han också menar att detta är en väldigt viktig faktor till att *affärsdistrikten* är så pass efterfrågade. För har då ett område en hög *tillgänglighet* med goda förbindelser för både anställda och personer som har av intresse att besöka det, kommer alltid företag ha ett intresse av att vara verksamma där.

Tillgängligheten för de anställda behöver som ovannämnt vara bra. Men diskussionen ovan tar bara upp de centrala lägena som *tillgängliga*. Detta kan vara sant för de som pendlar in till centralstationer men för de som pendlar med bil är det viktigt att belysa det faktum att ett icke centralt läge också kan vara *tillgängligt*. Något som studien missar att ta i beaktning här är de som bor i kranskommuner och använder bil. Dessa personer kan tyckas ha det enklare att pendla in till kluster som ligger i utkant av städer då de ej behöver ta sig in med bil till de mest centrala delarna av städer. Till exempel de kluster som befinner sig längs med Söderleden i Göteborg och ifall man bor i någon av Göteborgs kranskommuner söderut, som Kungsbacka.

5.1.2 ... till affärsmöjligheter

En viktig del av *tillgängligheten*, vilket många av respondenterna påpekar, är att *tillgängligheten* inte bara handlar om att ta sig till och från sin arbetsplats. Utan faktumet är att *tillgängligheten* till andra företag och personer som man kan göra potentiella affärer med spelar en väldigt stor roll idag. I Kapitel 2.3.2

Kunskapsspridning framfördes det att både O'Sullivan (2019) och Mun & Hutchison (1995) visade på vikten av att kunskapsspridningen mellan verksamheter i ett kluster beror på deras geografiska närhet. De visade också på att kunskapsspridningen bidrog till att deras verksamheter blev mer produktiva, i synnerhet kontorsverksamheter. Just kontorsverksamheter som är kontaktintensiva vinner väldigt mycket på att vara verksamma i ett *affärsdistrikt* i och med att den geografiska närheten till andra verksamheter drar ned på resetid och resekostnader.

Denna geografiska närhet till andra verksamheter som man kan ha utbyte med skapar en ytterligare dragningskraft för företag som är i behov av att utbyta både kunskap och tjänster. Denna höga densitet av företag som dragningskraften bidrar till, gör det lättare för dessa utbyten att ske. Henrik Eriksson (personlig kommunikation, 15 februari) beskriver det helt enkelt som "lättare att göra rätt" när *möjligheten* och *tillgängligheten* till aktiviteter är högre. Detta är något som de respondenter som jobbade i antingen fastighetsbranschen eller var högt uppsatta chefer såg som en självklar fördel.

Genomgående i studien kopplas *tillgängligheten till affärer* som ett faktum i de centrala delarna av städer. Viktigt här är att studien inte berör hur denna möjlighet återfinns i kontorskluster utanför stadens CBD. Det kan finnas en generalisering att göra men även här kan inte studien med belägg påstå detta. Intressant vore att kolla på IT-klustret i Kista till exempel som togs upp utav flertalet respondenter i Stockholm men där vi tog ett beslut att åter rikta intervjun till Stockholms CBD.

5.1.3 ... till samverkan

Ett *affärsdistrikts* framgång, grundar i dess förmåga att skapa en hög densitet av företag som är verksamma inom ett avgränsat geografiskt område, samt dessa företags vilja att samverka med varandra för att generera ett större mervärde, både finansiellt och socialt. I Kapitel 2.2 Samverkan framförs teorier från Bøllingtoft (2012) samt Witt (2004) som redogör nätverkandets vitala del i ett företags framgång. Detta genom möjligheten av att använda varandras resurser för att stärka samtliga inblandade parter. Hélène Barnekow (personlig kommunikation, 3 mars) och Ulf Kardel (personlig kommunikation, 15 mars) utvecklar detta resonemang och framför dess betydande roll i att Microsoft Sverige och Nordea valde att återetablera sina kontorslokaler i centrala Stockholm för att ha närhet till de företag som de gör affärer med. Just dessa exempel tydliggör behovet från anställda och kunder till högproduktiva och framstående företag att vara etablerade i ett *affärsdistrikt*.

I studien berörs endast samverkan mellan företagen och framställs som positivt. Något som ej tas upp är hur konkurrerande företag som är verksamma geografiskt nära påverkar varandra och detta resonemang. Finns det till exempel en fördel med att vara verksamma bredvid sina konkurrerande företag sett till en minskande marknadsandel där de behöver vara ännu mer innovativa för att behålla sin kundbas, eller är det en nackdel.

5.2 Företagens fördelar och en förändrad kontorsmarknad

5.2.1 Läget spelar roll

I och med de höga hyresnivåer som ett centralt läge medför, är inte en kontorslokal i ett *affärsdistrikt* alltid ett alternativt som alla företag har råd att välja. Utan de företagen som flertalet av respondenterna pekade ut, karaktäriseras av att de har en hög produktivitetsnivå. Där även Spacescape (2017) ytterligare beskriver dessa företag som kontaktintensiva och i behov av den geografiska närhet till andra företag som ett centralt läge ger. Den höga produktivitetsnivån tillåter företag att kunna betala dessa höga kontorslokalkostnader, givet den höga hyresnivån, då kostnaden för lokalen är relativt liten jämfört med vad företaget har för omsättning. Sigmund Aas (personlig kommunikation, 12 april) förklarar detta resonemang genom att företagen som är hög produktiva gärna betalar för en högre hyresnivå på deras kontorslokaler på grund av att de då hamnar centralt. Det centrala läget ger också företaget åtkomst till den mest lukrativa arbetskraften och talangerna. Det är denna arbetskraft som just företag med hög produktivitetsnivå måste anställa. Mats Hederos (personlig kommunikation, 4 mars) menar att ett företag måste rekrytera den främsta arbetskraften för att öka, eller bibehålla, sin produktivitetsnivå tillräckligt för att ha råd att sitta i de centrala lägena. Han fortsätter dock med att understryka att företaget måste vara etablerat centralt för att de ska kunna konkurrera för den främsta arbetskraften. Therese Larsson (personlig kommunikation, 2 mars) diskuterar i sin intervju om tillfällen där de faktiskt har förlorat kandidater i sin rekryteringsprocess på grund av att de inte är belägna i centrala Oslo.

Studien valde i ett tidigt skede att avgränsa sig till enbart företag och har därav ej undersökt andra verksamheter som kan vara etablerade i centrala lägen. Detta kan vara myndigheter, ideella föreningar, forskningsrelaterade verksamheter, mm. Det finns då alltså ingen kontext gällande vad andra typer av verksamheter får för fördelar av ett centralt läge i studien. Valet att bara ha vinstdrivande och högproduktiva företag togs i ett tidigt skede baserat på den responsen vi fick av respondenterna i förstudien och orienteringsstudien. Här har urvalet påverkat hur studien har formats och studien kan mycket väl ha tagit en annan skepnad ifall de initiala respondenterna hade framfört andra tankar. Idéer och frågor som kommit fram under handledningstillfällen med Nina Ryd samt tankar från oss författare är hur företag tänker på den närhet de får till dessa icke vinstdrivande verksamheter och hur dessa passar in i *affärsdistrikt*. Detta då dessa verksamheter ofta får sin finansiering från skattemedel eller stiftelser.

Åtkomsten till talangerna som också beskrivs ovan som en självklarhet ifall man som företag etablerar sig centralt i ett *affärsdistrikt* kan också variera från stad till stad och individ till individ. Från intervjuerna som gjordes på Oslo framkom också att det var en stad där bilen fortfarande stod i fokus hos respondenterna. Därav kanske ett mer periferi läge kan vara att föredra för vissa i den här arbetsmarknaden. Likaväl i andra städer ifall individerna i fråga är bosatta i kranskommuner och hellre pendlar en kortare bit med bil till utkant av staden i stället för att pendla in till centrum. Liknande reflektion återfinns i slutet av Kapitel 5.1.1 ... för de anställda.

5.2.2 Åtkomst till den arbetskraft man behöver

Att ha sina kontorslokaler centralt ger, som sagt, företag en bättre chans när det kommer till möjligheten att kunna anställa den främsta arbetskraften men företag bör också se det som en bidragande faktor till deras arbetsgivarvarumärke. Ted Lindqvist (personlig kommunikation, 1 februari) och Daniel Jighede (personlig kommunikation, 28 januari) berör båda ämnet med arbetsgivarvarumärke och att de flesta företag idag etablerar sig, om möjligt, i ett kluster som stärker deras arbetsgivarvarumärke på grund av den status som det medför. Det kan också vara att företaget är verksamt bredvid företag med liknande värdegrund och arbetssätt. Genom att man är verksam i ett kluster med andra företag för att förstärka sitt eget arbetsgivarvarumärke ger det företag, och klustret som helhet, fördelar när det kommer till att kunna rekrytera den främsta arbetskraften. Daniel Jighede (personlig kommunikation, 28 januari) diskuterar i sin intervju om en central gata i Göteborgs innerstad. Han påpekar att flera företag gick samman för att kunna skapa ett lokalt kluster inom Göteborgs CBD med en blandning av service och kontor, där deras samverkan med varandra gjort denna gata till en av de mest attraktiva adresserna inom Göteborgs CBD. Detta går tillbaka till det som diskuteras i Kapitel 5.1 Tillgänglighet med ett stort fokus på att kluster idag finns för att företag vill ha utbyte med andra företag som de kan samverka med. Daniel Jighede (personlig kommunikation, 28 januari) går också djupare in i detta med att diskutera hur digitaliseringen påverkar dagens och framtidens kluster med tanke på samverkan. Tidigare samlades företag kring frågor som skulle lösas, till exempel automation och elektrifiering runt Ericsson, men har idag helt andra förutsättningar givet digitaliseringen. Idag har företag möjlighet att vara verksamma i ett område som stärker deras arbetsgivarvarumärke men samtidigt kunna samarbeta sömlöst digitalt med kunskap över hela världen.

Tidigt i studien förklaras det att kluster idag kan ses som mer än bara ett område där företag som är verksamma inom samma bransch är etablerade, utan att företag idag etablerar sig där för att vara kopplade till klustrets sammanhang. Det är här nämnvärt att den 'gamla' definitionen av ett kluster fortfarande finns att se i dagens samhälle med flertalet stora och inflytelserika kluster som, IT med Silicon Valley och Kista, samt ett projekt som drivs i Göteborgs utkant idag med GoCo Health Innovation City som håller på att etableras. Studien undersökte kluster i ett sammanhang som beskriver vad företag i allmänhet får för fördelar av att vara etablerade i närhet med andra vinstdrivande högproduktiva företag men det hade varit intressant att se vad nya branschkluster skapar för möjligheter i dagens ekonomi.

5.2.3 Digitaliseringens påverkan

Pandemin har gjort att digitaliseringen har fått en mer betydande roll för företagen. Samtidigt har detta förändrat spelplanen för hur kontorslokaler används. Idag har kontoret blivit en mer mobil arbetsplattform där de anställda inte sitter på kontoret från kl. 09.00-17.00. Samtliga respondenter svarade att deras företag ändrat upplägg för deras kontorslokaler och skapat en mer flexibel arbetsplats. Respondenterna förklarar att deras anställda har möjligheten att jobba hemifrån i den mån de vill. Detta skapar en stor frihet under ansvar hos de anställda som enklare kan lösa sina "livspussel" som Therese Karlsson uttrycker det (personlig kommunikation, 2 mars). Givet denna frihet skapar det andra krav på arbetsplatsen än vad som tidigare funnits. I och med dagens flexibla arbetssätt behöver företagen kunna erbjuda sina anställda

den bästa arbetsplatsen för att det ska vara attraktivt att arbeta på kontoret. En del av detta anser vi är just att kunna erbjuda ett centralt läge i en stads CBD.

Den mobila arbetsplatsen skapar också nya förutsättningar för företag. Ett företag som erbjuder hemarbete är inte längre beroende av stora kontorsytor vilket skapar utrymme för nya aktörer i affärsdistrikt. Mats Hederos (personlig kommunikation, 4 mars) och Henrik Eriksson (personlig kommunikation, 15 februari) menar att kontorsmarknaderna i absoluta CBD kommer att förändras eftersom mindre företag kommer kunna hyra mindre kontorslokaler förutsatt att företagen tillåter hemarbete. Detta på grund av att alla anställda ej förväntas arbeta på kontoret alla dagar i veckan vilket betyder att man behöver mindre kontorsyta för samma mängd anställda. Detta tror Henrik Eriksson (personlig kommunikation, 15 februari) och Mats Hederos (personlig kommunikation, 4 mars) kommer leda till en större ekonomisk mångfald bland företag. En större ekonomisk mångfald bland företag i ett *affärsdistrikt* möjliggör ett bredare tjänsteutbud i området. På grund av den breda ekonomiska mångfalden möjliggör detta också att företag inom *affärsdistriktet* kan nischa sig efter de olika klustrens behov, något som Sigmund Aas (personlig kommunikation, 12 april) delar åsikt om då han reflekterar över sitt eget företags nisch. Detta är en av de största faktorerna till ett *affärsdistrikts* framgång, som beskrivet i Kapitel 2.3.3 Tjänsteutbud. Med tanke på att ett brett *tjänsteutbud* stärker alla de företag som är verksamma inom ett *affärsdistrikt* anser vi att detta är något av de viktigaste delarna med en digitaliserad framtid och flexibla arbetsplatser. Vidare kan detta knytas till 2.3.2 Kunskapsspridning där möjligheten att mindre företag får ta del av infrastruktur och arbetssätt från större mer etablerade företag också är en viktig del av en ökad ekonomisk mångfald i *affärsdistrikt*.

Då studien ej hade en initial tanke om digitaliseringen och pandemins påverkan är samtliga diskussioner om detta en observation som skedde genom arbetets gång. Vi kunde observera i flertalet intervjuer med respondenterna att de gärna kopplade vårt resonemang om *affärsdistrikt* och kontoren däri till deras egna tankar om hur digitalisering kommer påverka det framtida företagsklimatet i dessa centrala lägen. Det bör då sägas att digitaliseringen och den framtida kontorsmarknaden ska behandlas separat och kunna fokuseras på helt. Detta är en av våra främsta förslag till vidareforskning på vårt arbete.

Dessa 'mindre' företag som beskrivs i studien är inte heller definierat. Det kan tänkas att det kan vara 'mindre' företag med få anställda men som fortfarande har en hög produktivitetsnivå, däremot kanske det inte finns en särskiljning på 'mindre' och 'större' företag ifall de just har en hög produktivitetsnivå, utan att det just är produktivitetsnivån som möjliggör en etablering i ett *affärsdistrikt*. Det kanske då är 'mindre' företag som inte har samma höga produktivitetsnivå där kontoret bara har en symbolisk roll med en bra adress och ej fungerar som samlingsplats för dessa företag. Därav behöver företagen inte tillhandahålla kontorsplatser i dessa dyra områden.

5.3 Arbetsmarknaden och deras behov

5.3.1 Arbetsgivarvarumärket

Som tidigare diskuterat i Kapitel 5.2 Företagens fördelar och en förändrande kontorsmarknad är läget en del av ett företags arbetsgivarvarumärke och ger företaget

dess konkurrenskraft och åtkomst till den främsta arbetskraften. Det centrala läget är dock som sagt bara en del av det som krävs för att kunna vara konkurrenskraftiga på denna arbetsmarknad. Samtliga respondenter delade uppfattningen av att ifall de ska vara attraktiva arbetsgivare behöver de kunna erbjuda de absolut bästa kontoren och lokalerna, alltså den bästa arbetsmiljön. Hélène Barnekow (Personlig kommunikation, 9 mars) beskriver att hon vill kunna erbjuda sina anställda en destination och ett kontor som man vill komma till för att tillbringa tid, man ska alltså känna sig som hemma när man kommer till kontoret. Intervjuperson #13 (personlig kommunikation, våren 2022) samt Morten Frederiksen (personlig kommunikation, 29 mars) utvecklade detta till att man också behöver kunna erbjuda service på sitt kontor; som en trevlig matsal och restaurang, gott kaffe och aktiviteter som de kan göra under arbetsdagen. Ett företag som vill vara konkurrenskraftigt när det gäller att rekrytera den främsta arbetskraften behöver urskilja sig från mängden genom den bästa arbetsmiljön på kontoret.

Detta resonemang går att knyta till alla kontor, oberoende av läge. Man kan som arbetsgivare erbjuda den bästa kontorsmiljön även utanför de centrala lägena och ett centralt läge medför inte att man erbjuder det bästa kontoret. Det är alltså arbetsgivaren som genom sina egna kontorslokaler har en möjlighet att vara konkurrenskraftig i just denna mening. Genom studien försöker vi särskilja just på arbetsmiljön på ens kontor och arbetsmiljön i sitt närområde. Då vi anser att arbetsmiljön på kontoret är så pass generaliserbar och vill fokusera mer på just vad ett centralt läge ger för fördelar för arbetsmiljön utanför ens kontor.

5.3.2 Arbetsmiljö i sitt närområde

Under diskussion med flertalet respondenter framkom tankar kring att arbetsmiljön också sträcker sig utanför kontoret. Detta beskrevs starkast av Ted Lindqvist (personlig kommunikation, 1 februari) som beskriver att när man ska anställa den främsta arbetskraften för att öka sin produktivitetsnivå behöver man kunna erbjuda även den bästa arbetsmiljön i närområdet runt om sin kontorslokal. Det är alltså inte bara arbetsmiljön inne i kontorslokalerna som är avgörande, utan också det serviceutbud och området i helhet som en arbetsgivare kan erbjuda i sitt närområde. Serviceutbudet innefattar allt det som de anställda kan tänkas behöva göra under sin arbetsdag som beskrivet i Kapitel 2.5 Service. Intervjuperson #13 (personlig kommunikation, våren 2022) pratar om att hen vill erbjuda sina anställda närhet till bra restauranger, gym, handel och andra aktiviteter. I Kapitel 2.5 Service beskrivs servicens betydelse för de anställda vilket stämmer överens med de svaren som respondenterna har delgivit. Sigmund Aas (personlig kommunikation, 12 april) bidrar till detta resonemang då han berättar att han alltid försöker äta lunch med kunder till sitt företag och påpekar att detta inte hade varit möjligt, i samma utsträckning, ifall de inte var verksamma i Oslos CBD. Den bästa arbetsmiljön utanför sina kontorslokaler delade samtliga respondenter åsikten om att man finner i centrala städers CBD. Ett bra serviceutbud bidrar alltså både till att de enskilda anställda har tillgång till ett brett utbud av olika verksamheter som kan hjälpa dem i deras vardagliga ärenden, samt företaget som helhet då viktiga möten och affärer har möjlighet att börja över en lunch eller en kaffe.

Även här generaliserar vi som författare att hela arbetskraften vill arbeta i ett centralt läge. Men det är på individnivå. Det finns nog en stor mängd, speciellt bland

unga, som vill arbeta centralt men det finns nog många kompetenta individer som likaväl vill ha ett mer periferiläge och kunna till exempel ta en löprunda i skogen efter jobbet. Här påverkar nog våra egna tankar som studenter som nu ska ut i arbetslivet och var vi själva hade velat arbeta. Ifall man gör om arbetet i senare ålder i en annan livssituation kan det medföra andra slutsatser på just detta. Men vi vill ändå stå vid att den bästa arbetsmiljön återfinns centralt i och med att serviceutbudet är större och målgruppen som kan täckas in troligtvis är större.

5.3.3 Trygghet

Flertalet respondenter benämner även *trygghet* som en viktig del av arbetsmiljön med ett fåtal respondenter som uttryckte *tryggheten* som den absolut största 'dealbreakern' när det gäller var de vill etablera sina kontorslokaler. I kapitel 2.6 Trygghet framgår det att trygghet innebär en säker stadsmiljö där man inte utsätts för brott och trakasserier. Hélène Barnekow (personlig kommunikation, 9 mars) och Morten Frederiksen (personlig kommunikation, 29 mars) förklarade att de lägger stor vikt vid att etablera sina kontorslokaler i trygga områden. Det gör företagen för att deras anställda ska känna en trygghet när det tar sig till och från jobbet, oavsett tid på dygnet. Ett flöde av människor i rörelse skapar en form av trygghet vilket också förklaras i Kapitel 2.6 Trygghet. Detta går att koppla till serviceutbudet som skapar flöde genom att människor rör sig till och från verksamheterna. Genom ett brett serviceutbud med varierande öppettider bidrar serviceutbudet med att skapa trygghet under dygnets alla timmar. Hélène Barnekow (personlig kommunikation, 9 mars) nämner i intervjun att hon kräver att de anställda ska kunna känna sig trygga när dem går hem. Vi anser då att den bästa *arbetsmiljön* alltså fås genom att ha sina kontorslokaler etablerade centralt i städens CBD, där det bästa *serviceutbudet* finns vilket också leder till en hög *trygghet*.

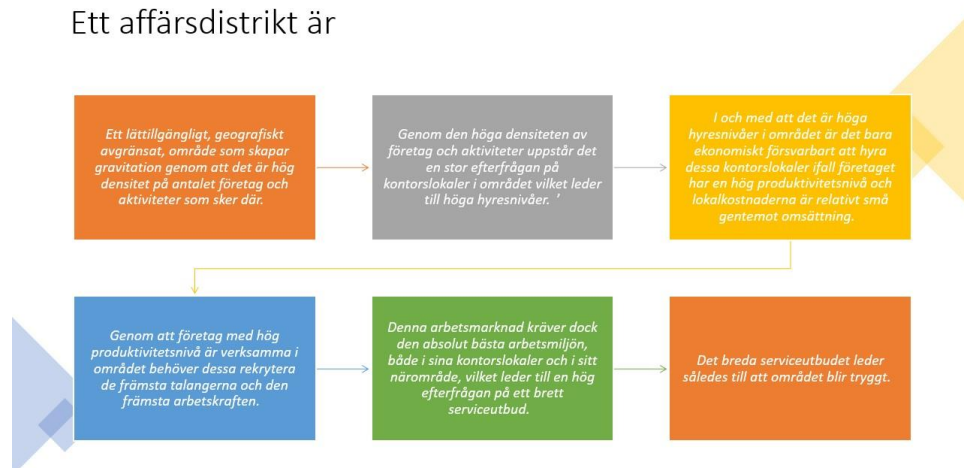
Vi anser här att de faktorer som finns för att man ska kunna erbjuda den bästa arbetsmiljön återfinns i *affärsdistrikt* centralt men man kan även hitta delar eller allt i andra delar av städer. Ett periferiläge kan vara både tryggt och erbjuda en bra arbetsmiljö och här beror det mycket på stad till stad. Det blir än en gång också beroende på vad individen i fråga har för önskemål på sin arbetsmiljö och alla har inte samma önskemål. Men för att se till helheten kan vi anse, med stöd från vårt resultat i detta arbete och de respondenter som vi intervjuat, att man återfinner den bästa arbetsmiljön i ett *affärsdistrikt*.

5.4 Affärsdistrikt

Den initiala tanken om vad ett *affärsdistrikt* är formades tillsammans med vår handledare Pelle Arve på Platzzer Fastigheter AB. Denna tidiga definition såg ett *affärsdistrikt* som ett område där det fanns en hög densitet av bank-, finans- och investeringsföretag. Det klargjordes också i samtalen med Arve att just begreppet *affärsdistrikt* var något som inte var vedertaget då han själv hade det svårt att veta just hur man ska presentera ett så kallat *affärsdistrikt*.

Vidare under intervjufasen underströks ytterligare begreppets diffusa definition då samtliga respondenter hade olika tankar om det. Dock genom tematisk analys av intervjuerna har studien en bas till en grundläggande definition av begreppet *affärsdistrikt*:

Ett affärsdistrikt är



Figur 14. Ett affärsdistrikt. Utformad av författarna.

Författarna anser att ett affärsdistrikt är ett område som uppstår naturligt. Vårt försök till att beskriva hur affärsdistriktet bildas och utvecklas finns beskrivet visuellt i Figur 14 där vår diskussion nedan kommer spegla de rutor som tas upp i figuren återkopplat till tidigare ämnen som tagits upp i studien.

Ett lättillgängligt, geografiskt avgränsat, område som skapar gravitation genom att det är hög densitet på antalet företag och aktiviteter som sker där.

- Affärsdistrikt uppstår i geografiska områden där det finns en hög tillgänglighet. Den höga tillgängligheten gör att området blir attraktivt för företag och individer att vara verksamma och utföra ärenden, vilket leder till att det sker mycket aktiviteter.

Genom den höga densiteten av företag och aktiviteter uppstår det en stor efterfrågan på kontorslokaler i området vilket leder till höga hyresnivåer.

- Den höga densiteten av företag leder till en ökad efterfrågan på kontorslokaler. Attraktiviteten som uppstår i dessa områden skapar närhet till företag och aktiviteter. Detta gör att företag vill vara verksamma där. I ett attraktivt område blir efterfrågan på kontorslokaler stor vilket leder till att hyresnivåerna blir höga.

I och med att det är höga hyresnivåer i området är det bara ekonomiskt försvarbart att hyra dessa kontorslokaler ifall företaget har en hög produktivitetsnivå och lokalkostnaderna är relativt små gentemot omsättning.

- En hög efterfrågan på ett begränsat antal kontorslokaler i ett område tvingar bort de företag som inte har råd med de höga kontorslokalkostnaderna. De företag som sedan har råd med dessa är företag med en hög produktivitetsnivå.

Genom att företag med hög produktivitetsnivå är verksamma i området behöver dessa rekrytera de främsta talangerna och den främsta arbetskraften.

- Eftersom produktivitetsnivå grundar sig i omsättning per arbetad timme krävs det att företag rekryterar kompetent arbetskraft som gör det möjligt för företag att bibehålla den höga produktivitetsnivån.

Denna arbetsmarknad kräver dock den absolut bästa arbetsmiljön, både i sina kontorslokaler och i sitt närområde, vilket leder till en hög efterfrågan på ett brett serviceutbud.

- För att kunna vara konkurrenskraftig på arbetsmarknaden för den främsta arbetskraften behöver man som företag kunna erbjuda sina anställda den allra bästa arbetsmiljön. Detta innefattar både den bästa arbetsmiljön på sitt kontor och den bästa arbetsmiljön utanför sitt kontor. Den bästa arbetsmiljön på sitt kontor får företag genom bra arbetsplatser och trevliga utrymmen, den bästa arbetsmiljön utanför sitt kontor får ett företag genom att kunna erbjuda det bästa läget och det bästa serviceutbudet i sitt närområde. Vilket leder till att företagen efterfrågar ett brett serviceutbud från andra verksamheter för sina anställda.

Det breda serviceutbudet leder således till att området blir tryggt.

- Ett område med ett brett serviceutbud möter efterfrågan från de som är verksamma inom området. Då bildas flöden av människor vilket skapar trygghet i ett område.

Hela denna diskussion och vårt bidrag till en definition av vad ett *affärsdistrikt* är baserar sig på det urval vi har haft under intervjufasen. Detta är som tidigare nämnt till största majoritet individer som representerar vinstdrivande högproduktiva företag och vad dessa har för önskemål, behov och 'dealbreakers'. Ifall studien hade tagit en annan vinkel eller gjorts om med andra respondenter tror vi att utfallet hade kunnat ta en annan skepnad och vidrört teman som helt saknas i denna rapport. Men vi tror att vårt bidrag är givande i diskussionen om dagens företagsklimat i centrala delar av storstäder med ett stort fokus på vad för fördelar detta läge medför för företagen i fråga. Än finns det mer att djupdyka i, med fokus som kanske kan läggas vid flöde i allmänhet och hur detta påverkar framtidens centrala stadsutveckling där företagens intresse kan finnas med i tidiga skeden och hur man utvecklar dessa centrala områden för att kunna främja regional tillväxt. Bostäder anser vi också är något som är viktigt i denna fråga och hur dessa bör placeras i förhållande till centrala kluster och bidra till att få en levande stadskärna.

5.5 Hållbarhetsaspekterna

Nedan kommer vi föra en diskussion om våra uppfattade bidrag till social- och miljömässighållbarhet som ett *affärsdistrikt* kan bidra med. Det kommer inte kopplas till någon tidigare forskning, förutom Kapitel 2.6 Trygghet där detta anses vara den största sociala hållbarhetsaspekten, men förhåller sig till vedertagen baskunskap om hållbar utveckling.

5.5.1 Socialhållbarhet

Genom ett brett serviceutbud och flöden av människor knyter vi *affärsdistrikt* till att vara ett bra tillskott i centrala städer för den sociala hållbarheten i samtid och framtid. Den sociala hållbarheten är en av de tre delmål i de globala målen, tillsammans med miljön och ekonomin. I Kapitel 2.6 Trygghet beskrivs *tryggheten* som en säker stadsmiljö där man inte utsätts för brott och trakasserier. Givet då en levande stadsmiljö som inte är ödslig efter kontorstid blir detta en viktig del i att kunna utveckla städer som kan vara trygga för alla vilket förbättrar den sociala hållbarheten för de som vill frekventera i området. Detta tillfredsställer dagens behov på trygghet som behövs i *affärsdistrikt*, så som Lilla Bommen, samt säkerställer tryggheten i området för framtida generationer.

5.5.2 Miljömässighållbarhet

Den närhet som företag har till varandra i ett *affärsdistrikt* och den *tillgänglighet* till kollektivtrafik som är ett önskemål hos respondenterna resulterar i att man troligtvis behöver använda sig mindre av bil, ifall företag är etablerade i *affärsdistrikt*. Företag som har närmare till möten undviker således att använda sig av bil för att genomföra sina arbetsysslor. Att ha möjligheten till att använda sig mindre av bil, i synnerhet bil som framförs av fossila bränslen, kopplas starkt till att kunna ha en hållbar framtid utan för stora utsläpp av koldioxidekvivalenter i våra städer.

5.6 Förslag på utveckling av Lilla Bommen i Göteborg

En av frågeställningarna för studien var hur Lilla Bommen ska utvecklas för att kunna göra det till ett attraktivt *affärsdistrikt* i framtiden. I det här kapitlet kommer författarna lämna sin rekommendation till Platzer Fastigheter AB likväl de andra fastighetsägarna i området genom att analysera Lilla Bommen från de faktorer som gör ett *affärsdistrikt* framgångsrikt, som skapats under studiens gång. Dessa är:

1. *Tillgänglighet*
2. *Läge*
3. *Serviceutbud & Trygghet*

Analysen grundar sig i det resultat som framkom om Lilla Bommen i Kapitel 2.8 Nulägesanalys Lilla Bommen med kompletterande material från övriga delkapitel i Kapitel 5 Diskussion och Analys.

Den kritiska återkopplingen på detta delkapitel sker först i Kapitel 5.6.4 Kritisk återkoppling till utvecklingsförslagen. Alltså inte som det skett löpande i ovanstående diskussion.

5.6.1 Lilla Bommens tillgänglighet

5.6.1.1 Biltrafikanterna

Lilla Bommen har genom tiden haft en hög *tillgänglighet* för de som har haft tillgång till en bil och pendlat till arbete med den. Daniel Jighede (personlig kommunikation, 28 januari) förklarar att den höga tillgängligheten för biltrafikanterna beror på Lilla

Bommens närhet till E45an, Hisingsbron och övriga centrala Göteborg. Detta styrks utav Figur 2 som visar på Lilla Bommens höga grad av tillgänglighet. Han fortsätter dock förklara att det nu håller på att ändras givet den nya bebyggelsen som sker i området, som Platinan, överdäckningen av Göta Leden (E45an) och Västlänken. Denna bebyggelse kommer enligt Jighede försvåra det för bilen, genom till exempel vägar som ej får trafikeras av bil. Lilla Bommen, anser vi, kommer fortsatt vara tillgängligt för biltrafikanter trots de hinder som benämns ovan. Dess tillgång till E45an och Hisingsbron går ej att bortse från och kommer tillåta biltrafikanter att ta sig till området genom Göteborgs övriga trafikleder.

5.6.1.2 Fotgängare och cyklister

För fotgängare och cyklister har Lilla Bommen inte varit lika tillgänglig. Pelle Arve (personlig kommunikation, 1 februari) beskriver sin egen pendling till fots till Lilla Bommen som att gå igenom ett "minfält" även innan den storskaliga byggnationen påbörjades. Med byggnationen har detta förvärrats. Som visat i Kapitel 2.8.2 Problematiken med Lilla Bommen idag behöver fotgängare och cyklister transportera sig de sista 5 minuterna från Centralstationen (enligt egen upplevelse) genom tung trafik och byggnation.

Dock finns det rum för att detta ska bli ännu bättre. Daniel Jighede (personlig kommunikation, 28 januari) och Arve pratar båda om Västlänkens norra uppgång som kommer vara belägen strax över 100 meter från Platinan. I och med denna närhet till Göteborgsregionens framtida pendelknutpunkt anser Jighede, Arve och vi att tillgängligheten för fotgängare och cyklister att ta sig till Lilla Bommen kommer vara bland den bästa i hela Göteborg.

5.6.1.3 Affärsmöjligheter

I Figur 4 visas det att Lilla Bommen idag har den högsta densiteten av kontor i Göteborg. Denna förutsättning är vital för att företag ska ha tillgång till det utbyte och samverkan som diskuteras i Kapitel 5.1 Tillgänglighet När framtida byggnation, som Platinan, är klar och kommer kunna erbjuda än mer kontorslokaler bygger detta vidare på den goda grund som Lilla Bommen har för att tillgodose samverkan mellan företag. Genom den höga densiteten av företag anser vi att Lilla Bommen fortsattvis kommer kunna erbjuda företag goda möjligheter till samverkan med andra aktörer.

5.6.2 Lilla Bommens läge

Lilla Bommen ses idag som en avskild del av Göteborgs CBD. Per-Anders Käll (personlig kommunikation, 1 februari) påpekar att denna avskildhet har lett till att Lilla Bommen till mestadels består av kontor idag. Ted Lindqvist (personlig kommunikation, 1 februari) beskriver att det finns ett glapp mellan Nordstan, Lilla Bommen och Centralstationen. Detta "glapp" kan ses som barriärer som gör Lilla Bommen svårtillgängligt för framför allt gång- och cykeltrafikanter. Trots de barriärer som finns är Lilla Bommen situerat precis vid Göta Älv, vilket kan ses som en attraktiv plats. Trots sitt vattennära läge har det inte förvaltats på rätt sätt menar Pelle Arve (personlig kommunikation, 1 februari). Utöver sitt läge vid Göta Älv ligger Lilla Bommen nära Göteborgs Centralstation som kan ses i Figur 5. Per-Anders Käll (personlig kommunikation, 1 februari) förklarar att Göteborgs Stad planerar och

bygger för att sammanlänka glappet som beskrevs tidigare. När området förtätas kommer Lilla Bommen ha en annan slagkraft på kontors- och arbetsmarknaden.

Sett till Lilla Bommens läge anser vi att förutsättningarna finns för att området ska bli ett attraktivt område för kontorsverksamheter. I Kapitel 5.1 Tillgänglighet uppmärksammas närheten och tillgängligheten till kollektivtrafik som en viktig faktor för att vara ett attraktivt affärsdistrikt. Lilla Bommens närhet till Göteborgs Centralstation anser vi är en av områdets främsta egenskaper kopplat till ett *affärsdistrikts* betydelse att vara nära kollektivtrafik. Utvecklas stråken vid kajen längs Lilla Bommen kommer fastighetsägarna kunna dra nytta av detta. Lilla Bommens läge har stora förutsättningar för att bli ett framgångsrikt *affärsdistrikt*. Läget vid vattnet och närheten till Göteborgs Centralstation ger hyresgästerna möjligheten att locka den främsta arbetskraften. Lyckas Göteborgs Stad att förtäta Lilla Bommen med Nordstan och Centralstationen ytterligare kommer området kännas mindre avskilt vilket skulle göra Lilla Bommen mer attraktivt genom att det då kommer bli lättare för gång- och cykeltrafikanter att ta sig till Lilla Bommen.

Givet Lilla Bommens centrala läge och att det förtätas, uppfyller området i vår mening de behov som kommersiella hyresgäster i affärsdistrikt har på att ha sina kontorslokaler i centrala lägen. Företag som då vill stärka sitt arbetsgivarvarumärke kan genom att etablera sig i Lilla Bommen ansluta sig till liknande högproduktiva företag i klustret. Detta ger då tillgång till den främsta arbetskraften. I kapitel 5.3.1 Arbetsgivarvarumärket förklaras att läget är en av de viktigaste delarna för ett företags arbetsgivarvarumärke.

5.6.3 Lilla Bommens serviceutbud och trygghet

Det serviceutbud som idag finns i Lilla Bommen är bristfälligt enligt både Daniel Jighede (personlig kommunikation, 28 januari) och Pelle Arve (personlig kommunikation, 1 februari). De förklarar att majoriteten av det serviceutbud som finns i området idag är ett fåtal lunchrestauranger och få verksamheter där de som arbetar i området kan utföra vardagliga ärenden. Jighede pratar sedan om att det är ett område med många som arbetar under dagen men efter arbetstid finns det ej något flöde av människor i området. Som visat i Kapitel 5.3 Arbetsmarknaden och deras behov är det ett brett serviceutbud som skapar flöde av människor både under och efter arbetstid vilket stödjer Jighedens observation. Men ifall man jämför med Figur 3 från Spacescape (2017) ska Lilla Bommen ha samma grad av täthet på serviceutbudet som resterande av Göteborgs CBD. Likaväl visar Figur 10 att man når ett brett serviceutbud ifrån Lilla Bommen idag, men även detta serviceutbud är till största del bara öppet under dagtid.

Vi tror att Lilla Bommen är i behov av annat serviceutbud än det som bara finns där för de som arbetar mellan kl. 09 – 17. Detta kan vara destinationer som Jighede och Mats Hederos (personlig kommunikation, 4 mars) förklarar som service i form av kultur eller annat upplevelsebaserat nöje. Hederos diskuterar också om den “tredje platsen” där hotell är en viktig del i att kunna skapa ett flöde i ett område som tidigare ej haft det. Vasakronan håller just nu på att bygga denna typ av service i form av Platinan. I Platinan ska det som förklarats i Kapitel 2.8 Nulägesanalys på Lilla Bommen, vara hotell med flertalet pubar och restauranger. Vi tror att detta är en startpunkt i att kunna göra Lilla Bommen till ett mer levande område även efter

arbetstid men kommer behöva kompletteras av liknande service som skapar flöden senare på dygnet.

Lilla Bommen kan idag uppfattas som otryggt, speciellt efter kl. 17.00 då kontoren töms på människor. Trygghet skapas av flöden med människor vilket tas upp i kapitel 2.6 Trygghet. Daniel Jighede (personlig kommunikation, 28 januari) är inne på samma spår gällande Lilla Bommen. Eftersom flödet av människor är lågt upplevs området som otryggt efter arbetstid. Att det känns otryggt i Lilla Bommen är något vi anser är ett förbättringsområde. Området har potential att förbättra serviceutbudet vilket nämns i stycket ovan. På så vis ökar flödet av människor i Lilla Bommen vilket kommer göra att det uppfattas som mer tryggt under dygnets alla timmar.

5.6.4 Kritisk återkoppling till utvecklingsförslagen

Vi har genomfört detta arbete med enbart fokus på vad aktörerna i området har för uppfattning. Det har alltså inte genomförts några intervjuer på privatpersoner och vad dessa hade velat se i området. Vi har kommit till dessa slutsatser genom att föra en diskussion och en analys på vad sakkunniga inom stadsutveckling samt framstående individer inom företagande hade för önskemål, behov och 'dealbreakers' inom centrala områden i storstäder. Detta har lett till att vissa aspekter troligtvis har missats men som en generell utgångspunkt för utveckling av centrala områden och de fördelar som dessa medför anser vi kan återfinnas i vår diskussion. Ytterligare undersökningar som vi tror kan vara av vikt att genomföra är flödesanalyser på både biltrafik samt fotgängare och cyklister för att identifiera hur och var individer rör sig genom dessa områden där aktörer då kan ta vara på möjligheter längs med dessa stråk.

6 Slutsats

I slutsatsavsnittet presenteras författarnas egna slutsatser kopplat till de två frågeställningarna som examensarbetet hade. Slutsatserna är baserade på diskussionen som fördes i Kapitel 5 Diskussion och Analys.

Examensarbetet togs fram i samband med Pelle Arve och Platzer Fastigheter AB med störst fokus på att utreda begreppet *affärsdistrikt*. Examensarbetet har då utrett begreppet för att kunna skapa en djupare förståelse för *vad ett affärsdistrikt är, varför det är bra, och hur det fungerar*. Den andra frågeställningen var kopplad till hur denna definition skulle kunna tillämpas på ett viktigt utvecklingsområde för Platzer Fastigheter AB, Lilla Bommen, där examensarbetet lämnar egna förslag på utveckling.

6.1 Frågeställning a) vad är ett affärsdistrikt

Vad är ett affärsdistrikt:

Ett lättillgängligt, geografiskt avgränsat, område som skapar gravitation genom att det är en hög densitet på antalet företag och aktiviteter som sker där. Genom den höga densiteten av företag och aktiviteter uppstår det en stor efterfrågan på kontorslokaler i området vilket leder till höga hyresnivåer. I och med att det är höga hyresnivåer i området är det bara ekonomiskt försvarbart att hyra dessa kontorslokaler ifall företaget har en hög produktivitetsnivå och lokalkostnaderna är relativt små gentemot omsättning. Genom att företag med hög produktivitetsnivå är verksamma området behöver dessa rekrytera de främsta talangerna och den främsta arbetskraften. Denna arbetsmarknad kräver dock den absolut bästa arbetsmiljön, både i sina kontorslokaler och i sitt närområde, vilket leder till en hög efterfrågan på ett brett serviceutbud. Det breda serviceutbudet leder således till att området blir tryggt.

Varför är ett affärsdistrikt bra för företag och de som arbetar där:

Ett centralt läge ger företag fördelar i form av åtkomst till den främsta arbetskraften som kräver den bästa arbetsmiljön i sitt närområde. Det centrala läget ger också fördelar för företag att ha ett stort utbyte med andra verksamheter då densiteten på företag som har kontor i närområdet är högt. Det blir då fördelaktigt för företag med en hög produktivitetsnivå att ha sina kontorslokaler i ett centralt läge, trots den höga hyresnivån.

Påverkan som pandemin haft, har också lett till att antalet arbetsplatser som ett företag behöver i sina kontorslokaler minskar. Detta leder till att företag kan komma att behöva mindre kontorsyta för samma mängd anställda än vad de behövde tidigare. Ett sådant skifte kan leda till att företag som tidigare inte hade råd att ha sina kontorslokaler i de mest centrala lägena, nu har möjlighet att hyra in sig i mindre och billigare kontorslokaler. Genom detta kan än mer nischade verksamheter ta plats i dessa lägen.

Hur är ett affärsdistrikt uppbyggt:

Ett affärsdistrikt är ofta inom en stads CBD. Det centrala läget som detta är gör att dessa områden har en väldigt hög tillgänglighet. Tillgängligheten inom området är inte bara tillgänglighet i form av resetid och resekostnad för de som arbetar där, utan

också tillgänglighet till affärsmöjligheter. Genom tillgängligheten till affärer skapas möjligheter för företag att samverka, närhet till möten och spontana interaktioner. Tillgänglighet för de anställda att ta sig till arbetsplatsen är en viktig faktor när det kommer till att rekrytera den främsta arbetskraften. Den främsta arbetskraften har även krav på arbetsmiljön i närområdet vilket skapar en efterfrågan på ett brett serviceutbud. Det breda serviceutbudet låter de som arbetar och vistas i området genomföra sina vardagliga ärenden och ha möten med andra på lokala caféer och restauranger. Flödet av människor som ett brett serviceutbud också genererar leder till att området är tryggt då det finns människor där under större delen av dygnet.

6.2 Frågeställning b) Hur Lilla Bommen ska bli ett attraktivt affärsdistrikt.

Många av de faktorer som gör ett affärsdistrikt framgångsrikt återfinns i Lilla Bommen idag. Det finns en hög tillgänglighetsgrad som kommer att öka när den byggnation som området plågas av idag är klart. Det är centralt beläget i Göteborgs CBD och kommer ha en av Västlänkens uppgångar i direkt anslutning. Det som området då kan anse saknas för att det ska vara konkurrenskraftigt i framtiden är ett bredare serviceutbud. Rekommendationen som lämnas till Platzer Fastigheter AB är då att få in service i området som fungerar som destinationer. Detta är troligast upplevelsebaserad service eller kultur som personer vill söka sig till även under utvecklingsprocessen. När då samhällsbyggnadsutvecklingen i området är klart finns det redan ett naturligt flöde av människor som är vana vid att ta sig till området. Flödet kommer också att bidra till ett tryggare område vilket Lilla Bommen inte upplevs som idag.

6.3 Framtida studier

Under arbetets gång har en mängd frågor uppstått men de har inte kunnat behandlas under omfattningen på detta examensarbete. Dessa presenteras i korthet nedan.

- Vilka typer av service och flöden är det som gör ett *affärsdistrikt* tryggt?

Studien har förklarat serviceutbudet och flöden som något som ökar *tryggheten* i *affärsdistrikt*. Men i vilken utsträckning eller vilken form dessa behöver anta för att kunna få till en tillräcklig mängd på flödena är för oss fortsatt odefinierat. Intressant här hade kunnat vara att göra fallstudier på lyckade och misslyckade försök och destinationer i centrala lägen som var ämnade att tillföra flöden av individer. För att sedan kunna identifiera var någonstans det gick rätt eller fel.

- Bostäders betydelse för flöden i *affärsdistrikt*.

Några av respondenterna har berört frågan om bostäders bidrag till ökade flöden i *affärsdistrikt*. Men här framkom inte var eller hur dessa bäst bör placeras i förhållande till *affärsdistriktet*. Vill man att man bygger bostäder mitt i sådana områden eller är det bättre att placera bostäderna runt om?

- Vad medför de nya förutsättningarna på kontorsmarknaden för 'mindre' företag och kontorslokalutbudet i *affärsdistrikt*?

De nya förutsättningar som studien gjort en grundläggande observation för är högst intressant för att kunna identifiera nya kunder till kontorslokaler i de allra centralaste delarna av storstäder. Medför mindre behov av kontorsytan att 'mindre' företag nu har råd att ha symboliska kontor i *affärsdistrikt* eller kan detta öppna upp för än mer nischade branscher att kunna vara etablerade här. Pandemin och digitaliseringen kommer nog fortsatt att kännas av i framtiden och det blir då viktigt för fastighetsägare att ta vara på denna störning i marknaden.

7 Referenser

- Arbetsgivarverket. (u.å). *Arbetsgivarvarumärke - så gör du*. Hämtad 03/15 från <https://www.arbetsgivarverket.se/jobba-statligt/for-dig-som-arbetsgivare/bygg-ditt-arbetsgivarvarumarke/>
- Armelius, H. (2022). *Produktivitet i näringslivet*. Hämtad 05/04 från <https://www.ekonomifakta.se/fakta/ekonomi/produktion-och-investeringar/produktivitet/utvecklingen-i-naringslivet/>
- Bryman, A., & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder* (B. Nilsson, Trans.; 3e ed.). Liber.
- Bøllingtoft, A. (2012). The bottom-up business incubator: Leverage to networking and cooperation practices in a self-generated, entrepreneurial-enabled environment. *Technovation*, 32(5), 304-315.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.technovation.2011.11.005>
- Dotevall, M., & Wetterling, N. (2014). *Betalningsvilja för stationsnära läge - Påstådda och observerade preferenser hos kontorshyresgäster i Linköping* [Lunds Universitet]. Lund.
https://www.lantm.lth.se/fileadmin/fastighetsvetenskap/utbildning/Examensarbete/14_5302_Mikael_Dotevall_Niklas_Wetterling.pdf
- Göteborgs Stad - Stadsbyggnadskontoret. (2018). *BoStad2021*. Hämtad 01/18 från <https://stadsutveckling.goteborg.se/bostader-och-bebyggelse/bostad2021/>
- Göteborgs Stad - Stadsbyggnadskontoret. (u.å.). *Centralenområdet*. Hämtad 05/11 från <https://stadsutveckling.goteborg.se/projekt/centralenomradet/>
- Hjalmarsson, D. (2019). *Sanningen om aktivitetsbaserade kontor*. Hämtad 05/23 från https://akademssr.se/post/sanningen-om-aktivitetsbaserade-kontor?gclid=CjwKCAjw7IeUBhBbEiwADhiEMUhGn0ci3eCGUM-IOIt68x4FNH3ZqEZFkeTE_Pi0-Orz97z7uQx8yx0CP7QQAyD_BwE&fbclid=IwAR2bsc12--xWPmLjpmVXnLEEcFiyRe_SuYejGw4Rzv42EZVNKXVIRz_fBLU
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of Economics* (9. uppl. ed.). Cengage Learning.
- Murphy, R. E. (1971). *The Central Business District - A Study in Urban Geography*. Routledge.
- Nationalencyklopedin. (u.å.). *digitalisering*. Retrieved 03/15 from <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/digitalisering>
- O'Sullivan, A. (2019). *Urban economics* (9th ed.). McGraw Hill.
- Platzer Fastigheter AB. (u.å.). *Hej, det är vi som är Platzer*. Hämtad 05/10 från <https://www.platzer.se/om-platzer/foretaget/>
- Spacescape. (2017). *Värdeskapande stadsutveckling - Stads kvaliteter i Göteborg*. Spacescape. https://framtiden.se/wp-content/uploads/2017/02/Vardeskapan-de-stadsutveckling-Rapport-161206_mail1.pdf?fbclid=IwAR0m3UcjYEPxSCxT_TmmCykvnt2dwD2gbe2PxXmqQGGsTdFA4YZUb_K9u48
- Teece, D. J. (1992). Competition, cooperation, and innovation: Organizational arrangements for regimes of rapid technological progress. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 18(1), 1-25.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0167-2681\(92\)90050-L](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0167-2681(92)90050-L)

- Tillväxtverket. (u.å.). *Definitioner*. Retrieved 03/15 from <https://tillvaxtverket.se/statistik/regional-utveckling/regionalt-analys-och-prognossystem-raps/data-och-datakallor/definitioner.html>
- Trafikverket. (2018). *Tillgänglighet - Definition, mått och exempel* (2018:208). https://trafikverket.ineko.se/Files/sv-SE/54783/Ineko.Product.RelatedFiles/2018_208_%20tillganglighet_definition_matt_och_exempel.pdf
- Witt, P. (2004). Entrepreneurs' networks and the success of start-ups. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(5), 391-412. <https://doi.org/10.1080/0898562042000188423>

8 Intervjubilagor

8.1 Fastighetsägare

Bakgrund

Hej Namn.

Jag heter Emil Karlander och tillsammans med Oliver Ståhl så skriver vi ett examensarbete vid institutionen för arkitektur och samhällsbyggnad på Chalmers, om önskemål, behov och 'dealbreakers' som kommersiella hyresgäster har i affärsdistrikt, med speciellt fokus på kluster av företag med höga vinstmarginaler.

Genom [person som rekommenderade], som vi tidigare intervjuat kring samma frågor, har vi fått tips om att du skulle kunna hjälpa oss i vår studie!

Intervjun kommer hantera följande ämnen:
[Stadens] innerstad CBD
Företagsklimat inom CBD
Kluster i [staden]

Återkom gärna med när du kan, vi hade helst sett att ha intervjun gjord vecka XX eller XX.

Önskar dig en trevlig start på veckan!
Emil Karlander och Oliver Ståhl

Frågor

Hälsa och säga vilka vi är.
Berättar om vårt examensarbete och förklarar.
Vi förklarar vad intervjun kommer användas till och att vi skickar ut så de får godkänna materialet.
Är det okej att vi spelar in?

Uppvärmningsfrågor

Var jobbar du idag? Vad är din arbetsroll?

Frågor vi vill ha svar på?

Vad tänker du på när du hör ordet affärsdistrikt?

Hur skulle du knyta an ordet affärsdistrikt till [stad]?

Varför tror du att företag väljer att sitta i just dessa områden?

Stadskvaliteter i dessa områden?

Vad ser du att det är för kluster i centrala [staden]?

Typiska kravställningar från hyresgäster?

Hur ser du på framtiden när det gäller affärsdistrikt och kluster – Ifall man blickar framåt då. Hur tror du att framtiden för affärsdistrikt och kontorskluster ser ut?

Avslutningsmodul

Är det något du vill tillägga, som är av vikt för vår studie?

Vet du någon person eller företag som skulle kunna bidra till vårt arbete och som vi bör intervjua?

8.2 Hyresgäster (exempel på engelska)

Bakgrund

Hi Name!

My name is Oliver Ståhl and together with Emil Karlander we are writing our Bachelor thesis at the Department of Architecture and Civil Engineering at Chalmers. The Bachelor thesis is about requirements that commercial renters have in business districts, in particular business clusters of high margin companies.

We are currently doing a case-study on [stad] where we are interviewing commercial renters and real estate owners to find out what their requirements are when looking for an office inside the CBD.

We were recommended to reach out to you by [person som rekommenderade], which we've been in contact with.

The interview would handle the following subjects:

What would you say that a business district is?

What urban qualities would you say that a business district needs?

Why do you believe corporations think it's worth the extra cost to rent an office inside the business district?

What benefits do corporations gain by being located within a business district/cluster

What do you think about the future of business districts and their role in the real estate market?

Please reach out to us with a date that fits you! We would preferably see that the interview takes place week XX.

Best regards

Emil Karlander and Oliver Ståhl

Frågor

Hälsa och säga vilka vi är.

Berättar om vårt examensarbete och förklarar.

Vi förklarar vad intervjun kommer användas till.

Är det okej att vi spelar in?

Uppvärmningsfrågor

Var jobbar du idag? Vad är din arbetsroll?

Frågor vi vill ha svar på

What would you say that a business district is?

What urban qualities would you say that a business district needs?

Why is it a high demand for offices in a business district?

Why do you believe corporations think it's worth the extra cost to rent an office inside the business district?

What benefits do corporations gain by being located within a business district/cluster

What do you think about the future of business districts and their role in the real estate market?

Do you have any 'dealbreakers' that would exclude an area all together?

Ifall det blir tyst

What real estate firms do you see as leading in [stad]?

Avslutningsmodul

Är det något du vill tillägga?

Vet du någon person eller företag som skulle kunna bidra till vårt arbete och som vi bör intervjuas?

8.3 Stadsutvecklare

Bakgrund

Hej Namn!

Jag heter Oliver Ståhl och tillsammans med Emil Karlander så skriver vi ett examensarbete vid institutionen för arkitektur och samhällsbyggnad på Chalmers, om önskemål, behov och 'dealbreakers' som kommersiella hyresgäster har i affärsdistrikt, med speciellt fokus på kluster av företag med höga vinstmarginaler.

Genom [person som rekommenderade], har vi fått tips om att du skulle kunna hjälpa oss till vår studie!

Intervjun kommer hantera följande ämnen:

[Stadens] CBD

Fastighetsägare i centrala [stad]

Stadskvaliteter i [stadens] CBD

Återkom gärna med när du kan, vi hade helst sett att ha intervjun gjord vecka XX eller XX.

Önskar dig en trevlig start på veckan!

Emil Karlander och Oliver Ståhl

Frågor

Hälsa och säga vilka vi är.

Berättar om vårt examensarbete och förklarar.

Vi förklarar vad intervjun kommer användas till och att vi skickar ut så de får godkänna materialet.

Är det okej att vi spelar in?

Uppvärmningsfrågor

Var jobbar du idag? Vad är din arbetsroll?

Frågor vi vill ha svar på?

Vad tänker du på när du hör ordet affärsdistrikt?

Hur skulle du knyta an ordet affärsdistrikt till [stadens] innerstad?

Varför tror du att företag väljer att sitta i just de områdena?

Vilka företag knyter du an till just de områdena?

Strategisk stadsutveckling och hur det påverkar företag?

Vilka stadskvaliteter finns i dessa områden (affärsdistrikt)

Ifall det blir tyst?

Vilka fastighetsägare ser du som ledande när det gäller [stadens] innerstad. Specifikt i [områden som identifierats].

Avslutningsmodul?

Är det något du vill tillägga?

Vet du någon person eller företag som skulle kunna bidra till vårt arbete och som vi bör intervjua?



CHALMERS