



Norges miljø- og
biovitenskapelige
universitet

Masteroppgave 2019 30 stp
Fakultetet for landskap og samfunn

Ny generasjon på boligmarkedet –
en undersøkelse av forholdet mellom unges
boligpreferanser og kommunens visjon for
Kristiansand

Av Annika Bråthen Larsen og Maja Flåen Hansen
Master i eiendomsutvikling

Forord fra koordinator «Tverrfaglig masterklasse 2019», Elin Børrud

Denne masteroppgaven har inngått i "Tverrfaglig masterklasse 2019" og i prosjektet "Kristiansand dobbel+". "Kristiansand dobbel +" ble utviklet som følge av en forespørsel fra Kristiansand kommune til undertegnede om å bruke kommunen som case i undervisningen. Bakgrunnen for henvendelsen er den kommende kommunesammenslåingen. Fra januar 2020 skal Kristiansand, Songdalen og Søgne kommuner bli én kommune, "nye" Kristiansand. "Kristiansand dobbel +" inneholder flere undervisningsopplegg og ble presentert som felles case for et forslag om å etablere en "tverrfaglig masterklasse" ved NMBU. Tverrfaglig masterklasse er initiert av SITRAP. Grunntanken er at studenter fra ulike studieprogram ved NMBU kan arbeide med en felles case, men med ulike temaer, problemstillinger og metoder. Dette øker verdien av den enkelte masteroppgave, da problemstillingen inngår i en større sammenheng og resultatene bidrar til et bredt anlagt materiale. Det er dog studentene selv i samarbeid med den enkeltes veileder, som har ansvar for hvordan casen anvendes i forskningen.

"Tverrfaglig masterklasse 2019" har hatt 14 studenter, fordelt på 12 oppgaver som dekker sju ulike studieprogrammer og kommer fra tre ulike fakulteter ved NMBU. Det har vært gjennomført noen felles workshops, befaringer og presentasjoner av arbeidet underveis. Dette har gitt studentene innsikt i hverandres arbeid og de har kunnet gi hverandre verdifulle tilbakemeldinger underveis i prosessen. Kristiansand kommune har invitert studentene til å presentere resultatene sine på SNART!! konferansen i juni 2019 og en artikkelversjon av oppgavene vil bli samlet i en antologi som skal produseres i etterkant. Deler av materialet som studentene har utviklet vil inngå i en planlagt utstilling våren 2020, som har blitt støttet av KORO.

Forøvrig er alle masteroppgavene utarbeidet, veiledet og sensurert i tråd med studieforskriften og de ulike studieprogrammernes kvalitetskrav.

Jeg vil takke alle studentene og deres veiledere som bidro i oppstart- og midtveispresentasjoner. Og jeg vil spesielt takke representantene fra de tre kommunene som har bidratt med bakgrunnskunnskap og hjelp til å komme i kontakt med informanter for studentenes intervjuer.

Ås, Mai 2019

Koordinator for "Tverrfaglig masterklasse 2019"

Professor Elin Børrud

Leder av SITRAP *Senter for integrert og transfaglig undervisning i planlegging*

Fakultet for landskap og samfunn, NMBU

Forord

Masteroppgaven er avslutningen på vår mastergrad i studiet eiendomsutvikling ved Norges Miljø- og Biovitenskapelige Universitet, våren 2019. Vi er to studenter med ulik fagbakgrunn som har skrevet masteroppgaven sammen. Vi har begge bachelorgrad fra tidligere, eiendomsmegling og innovasjon og forretningsutvikling. Masteroppgaven tilsvarer ett semester i arbeidsmengde og utgjør 30 studiepoeng.

Oppgaven fordyper seg i unges boligpreferanser. Dette var et tema vi syntes var spennende å utforske innen vår studieretning. I eiendomsutvikling planlegges og bygges boliger for ulike grupper. Hvordan gruppene skiller seg fra hverandre, gjennom hva som ønskes og etterspørres, var noe vi ønsket å undersøke nærmere. Det har vært lærerikt å høre fra aktørenes side hvordan de opplever de unge i boligmarkedet. Samtidig har det vært en spennende prosess å bearbeide og tolke våre egne funn fra spørreundersøkelsen.

Å få ta del i masterklassen til vår veileder Elin Børrud har vært veldig lærerikt og beriket oppgaven vår. Vi vil takke masterklassen for gode innspill, dette har vært en lærerik prosess. Videre vil vi takke familie og venner som har hjulpet til med oppgaven, både ved å svare på testundersøkelse og lest korrektur. Dette har vært gode tilbakemeldinger som har virket rettleidende for oppgaveskrivingen.

Tusen takk til informantene som bidro med sine opplevelser og erfaringer. Takk til alle respondentene som tok seg tid til å svare på spørreundersøkelsen vår. Til slutt ønsker vi å takke veileder, Elin Børrud, for god oppfølging. Hun har bidratt med stort engasjement og inspirasjon i prosessen.

Maja Flåen Hansen

Annika Bråthen Larsen

Sammendrag

Masteroppgaven tar for seg unges boligpreferanser i Kristiansand. Hensikten med oppgaven er å utforske hvorvidt kommunens visjoner er i tråd med boligpreferansene og om sosiale medier påvirker de unges boligønsker. Dette ved å se hvordan ulike aktører i boligmarkedet oppfatter målgruppens preferanser og muligheter på boligmarkedet i Kristiansand.

For å få svar har vi benyttet oss av metodetriangulering, der vi har kombinert litteraturgjennomgang, spørreundersøkelse og intervju. Det ble utarbeidet en spørreundersøkelse rettet mot de unge i Kristiansand, konkret studenter ved UiA. Her ønsket vi å kartlegge deres boligsituasjon og -preferanser. Vi intervjuet videre tre ulike aktører i markedet; markedsfører, eiendomsmegler og Kristiansand kommune. Det ble gjort for å få ulike innfallsvinkler for hvordan nevnte aktører oppfatter de unges preferanser og muligheter på boligmarkedet. Informantene til intervjuene ble hentet på bakgrunn av deres kompetanse om de relevante fagområdene. Det var viktig å skille mellom bokkvaliteter og boligkvaliteter ved utforming og tolkning av resultatene. Skillet gjorde det enklere å oppdage om kvalitetene var rurale eller urbane, spesielt ved utforming av spørreundersøkelsen. Svarene fra spørreundersøkelsen ble så drøftet opp mot funnene fra informantintervjuene.

Påvirkningen fra sosiale medier viser seg ikke nødvendigvis i et endret preferansesett, men kan heller være med på å bekrefte det preferansesettet de unge allerede har. Preferansesettet viser seg å være tradisjonelt, og eneboligdrømmen står fortsatt sterkt i Kristiansand. Likevel er det en delt generasjon. De som ønsker enebolig, er villig til å ofre sentrumsnærhet til fordel for større bolig. De som ønsker leilighet er ikke villig til dette, og har ønske om å bli i sentrum. Viktige boligkvaliteter er gode innredningsmuligheter, separat soverom og flere ønsket balkong fremfor hage. Likevel viser funnene at pris, beliggenhet og teknisk standard går foran de konkrete boligkvalitetene. Unges boligpreferanser viser seg å være midlertidige, og avhenger av livsfasen de er i. Det viser seg å være konflikter mellom unges boligpreferanser og kommunens visjoner om en mangfoldig by, der unge og barnefamilier bor i sentrum. Unge viser tilbøyelighet for å flytte til andre tettstedsentrum i Kvadraturens omland, noe som støtter opp under kommunens ønske om en polysentrisk utvikling for området.

Abstract

This master thesis study young people's housing preferences in Kristiansand. The purpose is to explore whether the municipality's visions are in line with the housing preferences and whether social media influences the young people's wishes. This was conducted by examine how different players in the real estate market perceive the preferences of the target group and their opportunity in the real estate market in Kristiansand.

To answer this, we used triangulation consisting of a survey, literature study and informant interviews. The survey was aimed at the young people in Kristiansand, students at UiA. The aim was to map their housing situation and preferences. We also interviewed three different players in the real estate market: one marketer specialising in real estate advertising on social media, one broker in the region of Aust-Agder and Kristiansand municipality. This was done to get different approaches to how these perceive the young people's preferences and opportunities in the real estate market. The informants were obtained based on their expertise on the relevant subject areas. It was important to distinguish between house quality and housing quality when designing the survey and interpreting the results. This made it easier to discover if the qualities were rural or urban. The answers from the survey were then discussed against the findings in the literature study and the informant interviews.

The impact on social media does not necessarily directly change housing preferences but can help to confirm the preferences the young people already have. The young people's preferences turn out to be quite traditional. A small majority wanted a house. But it is a split respondent group. Those who wanted a detached house are willing to sacrifice proximity to the city centre. Those who want an apartment are not willing to do so and wish to live in the city centre. Important housing qualities are a good floorplan, separate bedroom and several desired balconies rather than a garden. Nevertheless, the findings show that price, location and technical standard are rather chosen over the specific housing qualities. Young people's housing preferences turn out to be temporary and depend on the different stages of life. It turns out to be conflicts between the young people's house preferences and the municipality's visions of a diverse city, where young people and families live in the city centre. Young people are inclined to move to other urban centres in Kristiansand. This supports the municipality's desire for a polycentric development for the area.

Innholdsfortegnelse

1.0 Introduksjon	1
1.1 <i>Hvem er de unge</i>	2
1.1.1 Unge på eiermarkedet.....	4
1.2 <i>Historisk utvikling av boligstandard</i>	6
1.3 <i>Trender og en ny generasjon boligkjøpere</i>	8
1.4 <i>Problemstilling</i>	8
1.5 <i>Oppgavestruktur</i>	10
2.0 Metodekapittel	11
2.1 <i>Metodetriangulering</i>	11
2.1.1 <i>Litteraturgjennomgang</i>	12
2.1.2 <i>Spørreundersøkelse</i>	12
2.1.3 <i>Intervju</i>	15
2.2 <i>Tolkning av resultatene</i>	16
2.3 <i>Reliabilitet og validitet</i>	17
3.0 Teoretisk perspektiv	18
3.1 <i>Hva er sosiale medier</i>	18
3.2 <i>Bokkvalitet og boligkvalitet</i>	20
3.3 <i>Boligmarkedets fire kvadranter</i>	22
3.3.1 <i>Prisdannelse i sentrale områder</i>	23
3.4 <i>Boligønsker og livssyklus</i>	24
3.4.1 <i>Livssyklus- og livsløpsmodellen</i>	25
3.5 <i>Boligpreferanser</i>	26
3.6 <i>Unge boligpreferanser</i>	27
3.7 <i>By- og boligpolitikk</i>	28
3.7.1 <i>Kommunens handlingsrom</i>	29
4.0 Caseområdet	30

4.1	<i>Kristiansand Kommune</i>	30
4.2	<i>Boligpolitikk</i>	31
4.2.1	Fortettingsstrategi.....	33
4.2.2	Kristiansand som sykkelby.....	34
4.2.3	Unge i Kristiansand.....	35
4.3	<i>Boligmarkedet</i>	35
5.0	Undersøkelser	37
5.1	<i>Presentasjon av spørreundersøkelse</i>	37
5.1.1	Informasjon og inspirasjon til bolig	38
5.1.2	Boligtype og preferanser	39
5.1.3	Boligkvaliteter	40
5.1.4	Pris og økonomi	42
5.1.5	Om Kristiansand og lokasjon	43
5.2	<i>Presentasjon av intervju</i>	46
5.2.1	Intervju med kommunen	46
5.2.2	Intervju med Marketer.....	47
5.2.3	Intervju med megler	49
6.0	Diskusjon	51
6.1	<i>Påvirkningskilder til unges boligønsker</i>	51
6.2	<i>De unges boligpreferanser</i>	53
6.2.1	Boligkvaliteter.....	54
6.2.2	Bokkvaliteter	55
6.3	<i>Boligtilbud</i>	56
6.4	<i>De unges utsikter i Kristiansand</i>	59
7.0	Konklusjon	62
7.1	<i>Videre forskning</i>	63
8.0	Referanseliste	65
9.0	Vedlegg	72

1. Spørreundersøkelsen	72
3. Intervjuguide Kristiansand kommune.....	78
4. Intervjuguide eiendomsmegler.....	79
5. Rapport spørreundersøkelse.....	80

Figurliste

Figur 1: Modell basert på teori om digitale innfødte og digitale immigranter (Palfrey og Gasser) illustrert med generasjonsinndeling (Universum)	2
Figur 2: Forståelse av sammenhenger ift. problemstillingen	9
Figur 3: Oppgavens struktur	10
Figur 4:Oppgavens triangulering	11
Figur 5: Viktige momenter fra analysemodellen til Barlindhaug et.al.....	14
Figur 6: Teknologisk tidslinje (basert på materiale fra OC&C).....	19
Figur 7: Bruk av sosiale medier basert på alder (basert på tall fra Iosos undersøkelse)	19
Figur 8: Fordeling av gutter og jenters bruk av sosiale medier i 16-24 års alderen (basert på Iosos undersøkelsen)	19
Figur 9: Analysemodell med kvalitetskrav etter områdekarakter (Barlindhaug et.al.).....	21
Figur 10: Firekvadrantsmodellen (4q-model)	22
Figur 11: Monosentrisk bymodell (Geltner et.al. 2014 s. 67).....	23
Figur 12: Aldersfordeling	37
Figur 13: Boformer	37
Figur 14:Inspirasjonskilder til interiør og design av boligen	38
Figur 15: Foretrukket boligtype	39
Figur 16: Påstander om å bo i nærheten av familie eller venner.....	39
Figur 17: Viktige boligkvaliteter/boligfaktorer.....	40
Figur 18: Påstand om boligstyling og interiør	40
Figur 19: Dilemma ofre størrelse til fordel for at boligen skal se stilig ut.....	41
Figur 20: Påstand om teknisk standard	41
Figur 21:Foretrukke boligfasiliteter	42
Figur 22: Unges boligsparing og foreldrehjelp til boligkjøp	42
Figur 24: Sentrum som bosted	43
Figur 26: Dilemma "jeg vil ikke bo i sentrum, selv om jeg får lengre vei til aktiviteter og uteliv".....	43
Figur 25: Dilemma "jeg ønsker å bo i sentrum, selv om jeg får mindre leilighet for pengene.....	43

Figur 27: Tilbøyelighet for å droppe bil dersom man bor sentrumsnært	44
Figur 28: Tilbøyelighet for natur- eller bynærhet	45
Figur 29: Viktighet av områdets omdømme	45
Figur 30: Ønsket område for bosetting i Kristiansand	45

Tabell liste

Tabell 1: Aldersfordeling i Kommunens undersøkelse.....	32
---	----

Kart

Kart 1: Prinsippskisse for areal- og transportsystem i Kristiansand	33
Kart 2: Viser områder av sykkelveinettet som er dårligst utbygget.....	34

1.0 Introduksjon

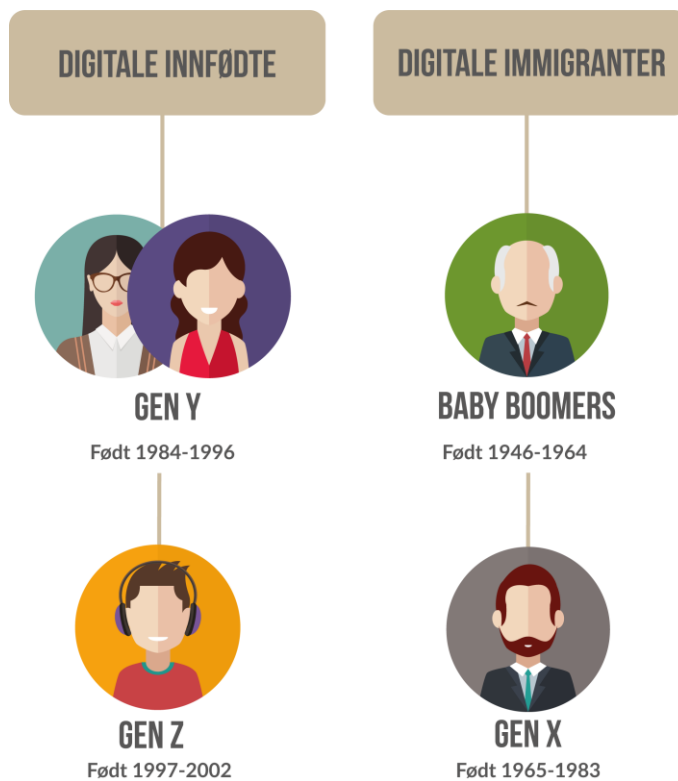
Nye generasjoners inntog på boligmarkedet påvirker hva som tilbys av boliger. Boligmarkedet er sammensatt, dynamisk og under stadig påvirkning. Det spesielle med det norske boligmarkedet er at vi har lange tradisjoner for å eie egen bolig. Økonomisk vekst og høy etterspørsel har bidratt til en sterk boligprisvekst, spesielt i de større byene. I Kristiansand ses likevel et marked der prisveksten har vært noe mer moderat. Av samtlige storbyer, Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger og Tromsø, har Kristiansand lavest gjennomsnittlig kvadratmeterpris (Eiendom Norge, 2019, s. 8).

Ulike generasjoner etterspør ulike typer bolig, og har individuelle krav til bolig- og områdekvaliteter. Preferanser endres med livsløp, samfunnsutvikling og ut fra økonomiske forutsetninger. Det kommer nå en generasjon inn på boligmarkedet som har vokst opp med konstant eksponering fra ulike digitale kanaler. Medielandskapet har gitt en verdensomspennende sammenligningsplattform, der vi kan se og sammenligne eget liv med utallige andre mennesker. Flere ulike plattformer og stor informasjonstilgang er blitt en del av hverdagen til de yngre. Med smarttelefonen har mennesker fått øyeblikkelig internettilgang, der de kan følge, dele og se hva de måtte ønske. Det er ikke lenger bare bolig- og interiørmagasiner, utgitt en gang i måneden, som forteller hvordan hjemmet skal se ut. Det finnes egne blogger, YouTube-kanaler og Instagramkontoer ensrettet mot interiør og livsstil. Det er grunn til å tro at denne utviklingen vil påvirke hvilke tanker og ønsker unge har rundt bolig.

Som mange andre kommuner ønsker Kristiansand å få flere unge til å benytte seg av sentrum og bosette seg der. Siden 2010 er det blitt bygget 10 027 nye boenheter i Kristiansand, over 3 500 av dem er etablert i de sentrale bydelene Lund og Kvadraturen (Ankersen, 2018). Kristiansand kommune har et ønske om å få unge til sentrum, og et stort fokus på å fortette områder i 10 minutters sykkelavstand fra Kvadraturen. I sin samfunnsdel skriver Kristiansand kommune «*sammen skal vi gjøre Kristiansand til en attraktiv opplevelsesby, en inkluderende storby og en grønn innovasjonsby – en skapende by med ambisjoner*» (Kristiansand kommune, 2017a). Bakgrunnen er et mål om å vitalisere byene gjennom økt byliv og mer aktivitet. By- og boligpolitikken skal bidra til det «grønne skiftet». Denne oppgaven diskuterer hvorvidt det er samsvar mellom etterspørsel, boligpreferanser og boligtilbudet. Oppgaven tar spesielt opp hvordan den digitale teknologien har formet en generasjon, de såkalte «digitalt innfødte», og hvordan sosiale medier har endret vår måte å leve på. Spørsmålet er om dette også gir merkbare endringer i boligpreferansene. Kan dette videre påvirke planleggingen, og bør det få betydning for boligpolitikk og boligtilbudet?

1.1 Hvem er de unge

John Palfrey og Urs Gasser blir omtalt som teknologiekspert og underviser ved Harvard Law School. I 2008 ga de sammen ut en bok kalt «born digital». Ifølge Palfrey og Gasser kan vi skille generasjonene basert på om de er født før, underveis eller etter den digitale revolusjonen (2010, s. 7). Inntoget til internett, web 1.0, var starten på denne digitale revolusjonen. Web 1.0 kjennetegnes ved at det foregikk enveiskommunikasjon mellom utvikler og bruker. De største utviklingene skjedde ved ankomsten til web 2.0. Kjennetegnet til web 2.0 er at det skjer en interaktiv kommunikasjon, der brukerne legger til verdi gjennom å generere innhold. Brukerne er ikke passive, men genererer innhold uten spesiell teknisk kompetanse (O'Reilly, 2007). De digitale “immigrantene” er født før den digitale revolusjonen, de digitale “innfødte” er født etter. Digitale innfødte skiller seg fra de andre generasjonene. Disse eksperimenterer og uttrykker seg på andre måter, spesielt digitalt (Palfrey and Gasser, 2010, s. 7). Digitale midler som blir hyppig brukt er sosiale medier som Snapchat, Instagram, YouTube og ulike bloggsider.



Figur 1: Modell basert på teori om digitale innfødte og digitale immigranter (Palfrey og Gasser) illustrert med generasjonsinndeling (Universum)

Det kan skilles mellom de ulike generasjonene avhengig av når de ble født. Det er noe uenighet rundt konkrete årstall for disse skillene. Vi har basert oss på tall fra universum, og har i figur 1 laget en oversikt som viser dette kombinert med Palfrey og Gassers teori om digitalt innfødte og immigranter (2010; 2017). “Baby boomers” er generasjonen som ble født etter andre verdenskrig og frem til midten av 1960-tallet. Deres foreldre bygde opp landet etter krigen. Rådgiver Soulaima Fourani, som spesialiserer seg på kundelojalitet, endringsledelse og fremtidsstrategi, forklarer at for denne generasjonen var det hardt arbeid som lønnet seg. De var pliktoppfyllende, hadde stor tro på struktur og orden, og likte å se folk i øynene når de snakket (Ravnsborg, 2016).

Midt mellom baby boomers og millenniumgenerasjonen har vi generasjon X. Disse har opplevd en barndom uten datamaskiner. I voksen alder var disse vitne til skifte fra analog til digital teknologi (Universum, 2017). Gourani forklarer at de hadde foreldre som arbeidet mye, og har derfor blitt familieorienterte. Generasjonen kjempet frem mer ferie og fleksibel arbeidstid. De vil ha alt og stresser mye for å nå sine mål. Her inkluderer ønske om høy lønn og selvrealisering. Disse er foreldrene til generasjon Y, også omtalt som millennials.

Millennials, gen Y, har vokst opp med full tilgang til teknologi. De blir gjerne omtalt som “hvorfør” generasjonen, og setter spørsmålstegn til eksisterende praksis (Ravnsborg, 2016). Generasjonen bor også lengre hjemme hos sine foreldre, er den høyest utdannede generasjonen noensinne, og er opptatt av å prestere, skape, realisere og sette spor etter seg (Nordskog, 2018). I sin ungdomstid opplevde de inntoget til sosiale medier.

Generasjon Z er i dag mellom 17 og 22 år og er dermed i full gang med å entre voksenlivet. De eldre generasjonene har en tendens til å gi generasjon Z merkelappen “late”. I følge Universum er dette en merkelapp disse ikke har noe problem med å ha (Universum, 2017). Foreldrene har fortalt at de har uendelige med muligheter. De har vokst opp med sosiale medier, og trenger ikke møte folk fysisk. Mange av de sosiale interaksjonene skjer gjennom mobilen og nettbrett, med apper, spill eller nettsider. De er derfor ikke redde for å dele alt. Gourani forklarer at disse lager sine egne systemer og gidder ikke vente på at de blir gamle eller utdannet nok til å oppnå ting i livet. De stiller spørsmål ved eksisterende systemer, og kan tro at de lærer bedre og vokser på andre måter enn gjennom treige skolesystemer (Ravnsborg, 2016). Dette har skapt grobunn for nye arbeidsplasser gjennom blogging og Instagram, som har gitt unge en ny vei til suksess. På den andre siden viser tall fra SSB at stadig flere unge gjennomfører videregående, og at det er en jevn økning av de unge med høy utdanning (Granseth, 2018). Ifølge Fremforsk er de oppvokst med mange krav til å prestere i utdanningssystemet. Totalt sett er generasjonen

svært opptatt av å måle og sammenligne seg med andre, både profesjonelt, sosialt og fysisk (Levinsen, 2015). De blir stadig gitt merkelappen “fornuftig og en hjemmeværende generasjon”. Mye tyder på at økt bruk av strømmetjenester, nettbaserte samfunn og umiddelbar kommunikasjon produserer en generasjon som sosialiseres mindre ansikt til ansikt, og heller kommuniserer via digitale løsninger (OC&C, 2019).

Sosiale medier har gitt nye muligheter for brukerne å engasjere til sosiale interaksjoner digitalt. De beveger seg rundt og lever i den digitale verden med en fortrolighet, og bruker mange timer daglig på digitale medier og plattformer (Levinsen, 2018). Markedskonsulent Tiril Uglum skriver i Aftenposten at unge ser opp til influensere og påvirkere som markedsfører visse livsstiler. De blir eksponert for ekstravagante livsstiler, med flotte klær, reiser og stilige boliger. Hun mener videre at tillitten mellom influensere og følgerne er stor, og det oppstår en form for venneforhold (Uglum, 2013). Sosiale medier har ført til en intensiv eksponering og innblikk i andre menneskers liv, og kan dermed være til både inspirasjon og påvirkning for valg og livsstil. Generasjon z og y er på vei inn i boligmarkedet, enten gjennom å leie eller eie egen bolig.

1.1.1 Unge på eiermarkedet

I Norge er det svært vanlig å eie fremfor å leie bolig, der over 80 prosent eier egen bolig (SSB, 2018). Unge på boligmarkedet er et mye omdiskutert tema i media, særlig etter videreføringen av den nye boliglånsforskriften fra 2017. Førstegangskjøpere på boligmarkedet blir gradvis eldre og færre (Ambita and NEF, 2018). En årsak til det kan være at boligprisene stiger mer enn vanlig prisstigning og er langt over inntektsveksten (Pihl, 2018).

Marit Ekne Ruud, NIBIR, påpeker i sin utredning om unges boligpreferanser at ungdom i etableringsfasen er ekstra sårbare. Boligetablering i Norge har i stor grad vært eierdominert. Det påvirker tilgang på bolig og hvordan man vil bo. Økonomiske utfordringer blir utpekt som det største problemområdet for unge (2009, ss. 4–8). Forskningen hennes viser at unge bruker boligen omtrent som andre grupper, og de vektlegger mange av de samme egenskapene som de eldre generasjonene. Hennes oppfatning er at boligprosjekter som bygges for denne gruppen har svakheter og mangler, med lav standard og beliggende i lite attraktive bomiljøer. På tross av dette viser det seg at de unge stort sett er fornøyd med boligen, og bopelen anses som midlertidig. Dersom de har mulighet til å kjøpe, er preferansen ofte noe nytt i kort avstand til sentrum (*Ibid.*, s. 5).

Hans Christian Sandlie analyserte i 2011 levekårsundersøkelser for å finne ut hvordan det går med ungdommens etablering på boligmarkedet. Analysen viser at de unge flytter hjemmefra i 20 års alderen, ofte flytter de til leid bolig i en overgangsperiode. Perioden ungdom bor i midlertidige leieboliger, viser seg å ha blitt kortere. Sterk stabilitet i tidspunktet de flytter hjemmefra kan tolkes som et uttrykk for at utflyttingsmønsteret er preget av sterke tradisjoner og standardisering. Her peker han på at sosiale mønstre reproduseres fra tidligere generasjoner. Viktige momenter for utflytting er omgivelsenes forventninger og ungdommens egne ønsker om å være selvstendige og uavhengige (Sandlie, 2011, s. 62–63).

BSU-ordningen har som formål at de unge skal kunne spare til egen bolig. Dette er noe mange unge benytter seg av. Tallene i undersøkelsen til SSB viser at ungdommer som kommer fra hjem med god økonomi, er også de som oftest benytter BSU-ordningen og er de som sparer mest (Berge, 2017). Generasjon Y og Z er i dag allerede i starten av sin boligkarriere eller snart på vei inn på boligmarkedet. Eierandelen blant 20-åringene har falt noe siden 80-tallet, men skal ikke overdrives da det har vært stor stabilitet i eierskap i denne aldersgruppen siden starten av 2000-tallet. Det har vært en svak nedgang i andel 16-24-åringene som eier egen bolig, men fortsatt eier over 50 prosent boligen de bor i (Revold et al., 2018, s. 17).

Det viser seg at mange unge får foreldrehjelp for å etablere seg på boligmarkedet. Svært få av de unge har selv midlene for å holde tritt med økende boligpriser. Dette gjør at mange foreldre enten stiller sin egen bolig til kausjon eller bidrar til barnas egenkapital, gjennom direkte pengebidrag, lån, gave eller forskudd på arv. I 2015 viser tall at 48 prosent av boligkjøpere under 30 år har fått en eller annen form for foreldrehjelp (Dokka, 2018; Sandlie, 2011, s. 63). De fleste som etablerer seg på boligmarkedet er avhengig av boliglån for å kunne finansiere boligkjøpet. Boliglånsforskriften setter klare rammer for hvilke økonomiske betingelser som må tilfredsstilles for å kunne få boliglån. Det stilles blant annet høyere krav til belånings- og gjeldsgrad, samt betjeningsevne (Finansdepartementet, 2018). Norges Bank avdekket i sine analyser at kravet til maksimal gjeldsgrad begrenser maksimalt låneopptak for en vesentlig andel av yngre husholdninger i etableringsfasen. En strengere utlånspraksis kan i sin tur påvirke boligpriser. Analysen tilsier at den regulerte forskriften har gitt en dempende effekt på prisveksten. Tallene viser nedgang i antall unge boligkjøpere i hele landet (Norges Bank, 2018). Det kan tenkes at de økte kravene er med på å øke behovet for foreldrehjelp for denne gruppen. Stadig flere unge opplever at det er vanskeligere å få finansieringsbevis fra banken. Hele 49 prosent av låntakerne under 29 år sier at de ikke klarer å møte egenkapitalkravet viser tall fra Krogsvæns boligprisindeks (2017).

Det er ikke bare økonomiske forutsetninger som har endret seg for de unge som skal entre boligmarkedet. Markedsføringen av boliger har endret seg i stor grad fra tidligere. Sosiale medier har bidratt til at nye metoder må tas i bruk og at visuelle virkemidler har fått et større fokus. Det har oppstått et massivt medielandskap hvor eiendomsmeglere ser det som nødvendig å skille seg ut. Forbrukerrådet mener overdreven bruk av styling kan ha en negativ effekt. Stylingen kan trekke fokuset bort fra de tingene kjøper faktisk burde vært oppmerksom på (Bergmo, 2016).

1.2 Historisk utvikling av boligstandard

Historisk har det vært store endringer i boligutviklingen, og hva som anses å være god og riktig utviklingen av bolig og boligområder. Ketil Moe og Johan-Ditlef Martens har begge arkitektbakgrunn. Sammen har de skrevet boken «*Den gode boligen*». Denne har både en faglig og politisk innfallsvinkel til hva en god bolig er. Moe og Martens påpeker at store samfunnsendringer påvirker hvordan folk ønsker å bo og hvilke krav de setter til bolig. Gjennom tekniske forskrifter har det offentliges krav endret seg i takt med utvikling av teknologi og samfunn. Et eksempel på dette er hvordan sanitærforhold og hygiene endret kravene til boligen. Industrialismen var preget av urbanisering og kraftig befolkningsvekst i byene, som bidro til trange og dårlige boforhold i store leiegårder. Frem til 1900-tallet hadde det vært vanlig med utedo i bakgårdene, og først i 1911 ble det vanlig å installere vannklosett i nybygg (Moe and Martens, 2018, ss. 79, 92).

På 1900-tallet kom en periode med økonomisk vekst og offentlige tiltak, boligforholdene var på bedringens vei. Inspirerende og sunne boforhold ble vektlagt, der utfallet ble strengere krav til bomiljøet. Søkelyset ble rettet mot bedre lysinnslipp, luftkvalitet og grøntområder (ibid. 2018, ss. 121, 130). I etterkrigstiden ble det tettere samarbeid mellom kommune, stat og private utbyggere, målet var å bygge gode boliger for folk flest. Perioden er opphavet til tradisjonen rundt den sterke «eierlinja» i Norge. Stadig flere blir eiere av egen bolig, enten som selv- eller andelseier (Sørvoll, 2011). Bilens inntog på 60-tallet har også hatt stor innvirkning på by og samfunn. Større mobilitet bidro til en spredt boligfeltutbygging, som videre har hatt betydning for dagens bystrukturer. Byene ble i større grad bygget for biltrafikk, der fotgjengere fikk liten plass i gateløpet (Gehl, 2010, s. 5). Frem mot 2000-tallet fikk folk på generell basis bedre råd, men økte klasseskiller ble et tema (Sørvoll, 2011).

Moe og Martens hevder at beliggenhet er blitt en av de viktigste kriteriene, og prisene reflekteres lite av de faktiske kvalitetene som størrelse og standard. De mener boligstandarden i Norge er i verdenstoppen,

grunnet god økonomi og lavt rentenivå. Eksempelvis kan forfatterens gjennomgang av boligens utforming være til hjelp. De viser hvordan boligene har gått fra i hovedsak å være ettroms, på 1600-tallet, til å få flere funksjoner på 1700-tallet. Da ble det mer vanlig med separate stuer, kjøkken og soverom (2018, s. 57–69). De uthever at kjernefamilien ble viktig på 1800-tallet, der behov for privatliv gjorde at antall rom i boligen øker (ibid s. 91). Dette fortsatte på 1900-tallet der funksjonalismen og økonomisk vekst førte økt utbygging av rasjonelle boliger med flere rom til definerte formål (ibid s. 121-122). I dag skjer det endring for første gang på 350 år. Kjøkkenet har fått plass i stuen og ettroms med alle funksjoner tilbys på ny (ibid s. 303). Moe og Martens hevder at det likevel finnes problematikk rundt hvem som kommer seg inn i boligmarkedet og tilgangen på de gode boligene. De peker spesielt på de unge og minst bemidlede som lidende part, særlig i de største byene (2018, s. 301). Anders Kirkhus fra SINTEF trekker frem paradokset om at Husbankens minstekrav om størrelse på vanlig toroms var på 50 kvadratmeter i den fattige etterkrigstiden. Nordmenn har aldri vært så rike som nå, allikevel har vi redusert størrelsen på det som regnes som en grei toroms til 35 kvadratmeter. Han peker på tilgjengelighetskravene som en årsak til at boligen ikke blir utformet ut fra en helhetlig kvalitetsvurdering (sitert i Benjaminsen, 2019).

I NIBR-rapporten «Kompakt by, bokkvalitet og sosial bærekraft» skriver Lene Schmidt at boligstørrelse og boligsammensetning er et viktig styringsredskap for kommunen for å sikre gode bomiljø og sosial bærekraft (2014, s. 226). Ofte bygges mer av det som finnes fra før, som kan føre til økt segregering (Barlindhaug et al., 2014). Mens målene for boligpolitikken tidligere var sosial utjevning og konkret målbare, består målene i dag av runde formuleringer som kan være vanskeligere å evaluere.

Planprosessen til hvert enkelt prosjekt har en avgjørende betydning for resultatet (Schmidt and NIBR, 2014). Kommunen er premissleverandør for de store utviklingstrekkene i byene, men de klarer ikke skape forankrede og bærende visjoner for den løpende byutviklingen alene. Visjonene skapes i samspill mellom markedet og myndighetene. En studie utført av NIBR påpeker at kommuner kan ha vanskelighet for å håndtere reguleringsplaner opp mot visjonene og de overordnede planene. Dette kan resultere i en stykkevis byutvikling (Nordahl et al., 2011). I dag er vi inne i en periode der digitaliseringen er i høygir. Teknologisk utvikling og globalisering bidrar til en høy grad av eksponering for ulike medier og kilder til påvirkning. Kan det tenkes at dette også påvirker hvordan vi tenker, henter inn informasjon og tar beslutninger rundt bolig?

1.3 Trender og en ny generasjon boligkjøpere

I dag er mye av fokuset rettet mot bærekraftig utvikling, der målet er å redusere miljøutslipp. Dette har blitt en internasjonal trend, der folk flytter til sentrum for å minske sitt økologiske fotavtrykk. Ifølge rapport av World Urbanization Prospects bor 54 prosent av verdens befolkning i byer, og innen 2050 er dette antatt å øke til ytterligere 66 prosent (Post, 2014). Ifølge trendanalytiker Ståle Økland har «det miljøvennlige gått fra noe vi håper på, til å bli noe vi forventer». Han mener at miljøet nå har begynt å gå over til å bli en kultur. Han forklarer at fokus på miljø ikke er en døgnflue (referert i Flatøe, 2016). Dersom dette er tilfelle kan det innebære at flere må gi avkall på eneboligen på landet, for heller å bo på mindre kvadratmeter til en dyrere pris i sentrum.

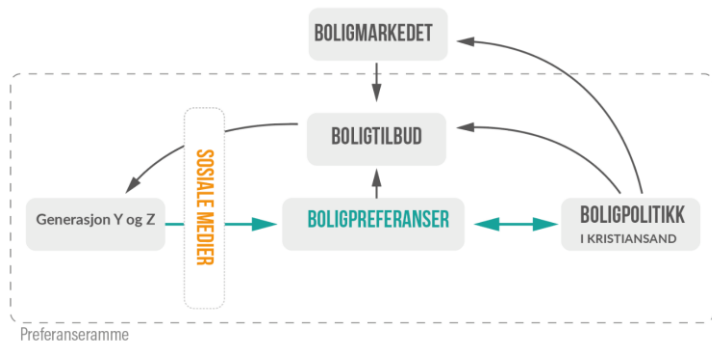
Ønsker, oppfatninger og muligheter vil variere gjennom livsløpet (Ruud, 2009, s. 4). Unge og eldre har ikke samme preferansesett, og bosetter seg ulikt. Kvadraturen i Kristiansand har et høyt aldersgjennomsnitt (Kristiansand kommune, 2015). Å få flere unge til å bosette seg i sentrum er et viktig bidrag til den politiske visjonen om mangfold og opprettholdelse av aldersbæreevnen (ibid). Det å bo i sentrum kan forbindes med en urban livsstil, noe som ofte kan passe til de yngre generasjonene. Hva skjer hvis unge ikke ønsker å flytte til sentrum, eller har andre preferanser enn det planleggere og utviklere tilrettelegger for i dag? I Danmark viser tendensene at de yngre ønsker nyoppussede hus, og kan lempe kravet om bynærhet. Marianne Levinsen fra danske Fremforsk ser for seg en fremtidig utflytting fra byene (Levinsen, 2015). Dette strider mot det overordnede ønsket om en bærekraftig sentrumsfortetting. Spørsmålet er hvordan fremtidens boligkjøpere, de unge, ønsker å bo. Kristiansand kommune ønsker å få et mangfoldig miljø i byen, der flere ulike generasjoner bor sammen. Dersom de unge ikke vil bosette seg i sentrum er konsekvensene for kommunen at de ikke klarer å skape mangfoldet de søker i sin visjon, som i sin tur kan påvirke bylivet og aktiviteten i byen.

1.4 Problemstilling

Vi må anta at nye generasjoners inntog på boligmarkedet alltid medfører andre boligpreferanser enn det tidligere generasjoner har hatt. Generasjon Z og Y, de såkalt «digitalt innfødte» som har vokst opp med sosiale medier som informasjonskanal, er nå på vei inn i boligmarkedet. Høy grad av visuelle virkemidler tror vi har skapt en generasjon som overfladisk lar seg influere. Vår hypotese er at det er en så gjennomgripende forskjell fra denne og tidligere generasjon, at det vil gjøre utslag i boliggetterspørselen (boligpreferansene). Spørsmålet er hvordan boligmarkedet lar seg påvirke av dette, og om det kan ha

innvirkning på boligpolitikken. Oppgaven diskuterer dette ved å undersøke **hvilke boligpreferanser har unge i Kristiansand, hva påvirker ønsker og muligheter for denne gruppen og er kommunens visjoner i tråd med preferansene?**

Vi ønsker med denne oppgaven å gi økt kunnskapsnivå for kommune og utbygger rundt boligpreferanser til de yngre generasjonene.



Figur 2: Forståelse av sammenhenger ift. problemstillingen

Modellen bygger på våre antagelser om hvilke faktorer som påvirker hverandre. Boligmarkedet er den overordnede faktoren, siden det direkte påvirker boligtilbudet. Hva markedet velger å integrere i boligtilbudet styres av hva som befinner seg innenfor preferanserammen, altså hva som etterspørres og selges.

Boligpreferanser påvirkes av flere faktorer. Det kan tenkes at de unges boligpreferanser og deres tanker rundt boligtilbudet, «filtreres» gjennom deres påvirkning av sosiale medier. Vi vet enda ikke hvordan sosiale medier påvirker boligpreferansene, men vi har stor grunn til å tro at unge påvirkes av sosiale medier. Dette vil vi komme tilbake til i kapittel 2. Unge har visse preferanser som kan påvirke boligpolitikken som føres i Kristiansand. Politikken som føres påvirker i stor grad boligtilbudet i kommunen. Dersom kommunen legger til rette for fordeler ved å bo i sentrum, vil det høyst sannsynlig også påvirke boligpreferansene. Boligtilbudet i kommunen vil igjen påvirke de unge, og deres preferanser.

For å strukturere besvarelsen, har vi delt problemstillingen inn i tre deler. Disse har blitt brukt for å hente inn informasjon, slik at vi kan svare på problemstillingen vår:

- 1: Kan sosiale medier påvirke boligpreferansene og påvirke måten unge vurderer bolig, velger bolig og ønsker til en bolig?
- 2: Hvilke boligpreferanser har unge i Kristiansand og er disse preferansene rurale eller urbane?
- 3: Hvordan oppfatter aktørene i boligmarkedet målgruppens preferanser og muligheter på boligmarkedet i Kristiansand?

1.5 Oppgavestruktur



Figur 3: Oppgavens struktur

Oppgavens struktur er utarbeidet i samarbeid med veileder, og er delt inn i syv deler. Tillegg er referanseliste og vedlegg. De sju hovedkapitlene er:

Introduksjon

Beskriver bakgrunnen for hvorfor problemstillingen er relevant. Her vil også problemstillingen bli introdusert og spesifisert.

Metode

I dette kapitlet forklarer vi metodisk fremgangsmåte. Her beskriver vi hvordan vi har valgt å gjennomføre denne oppgaven.

Teoretisk bakteppe

Her vil vi presentere det teoretiske grunnlaget som vi mener kan bidra til å avdekke viktige faktorer vedrørende problemstillingen.

Caseområdet

I dette kapitlet vil vi gi et overblikk over valgt caseområde Kristiansand. Her vil vi presentere viktige momenter ved området slik at vi kan diskutere funnene både fra litteratursøket og egne undersøkelser.

Undersøkelser

Her vil vi presentere både spørreundersøkelsen og informantintervjuene.

Diskusjon

Her vil vi diskutere svarene vi har innhentet gjennom spørreundersøkelsen og intervjuer opp mot innhentet litteratur. Vi ser så dette fra ulike synsvinkler og drøfter både ulemper, fordeler, utfordringer og muligheter.

Konklusjon

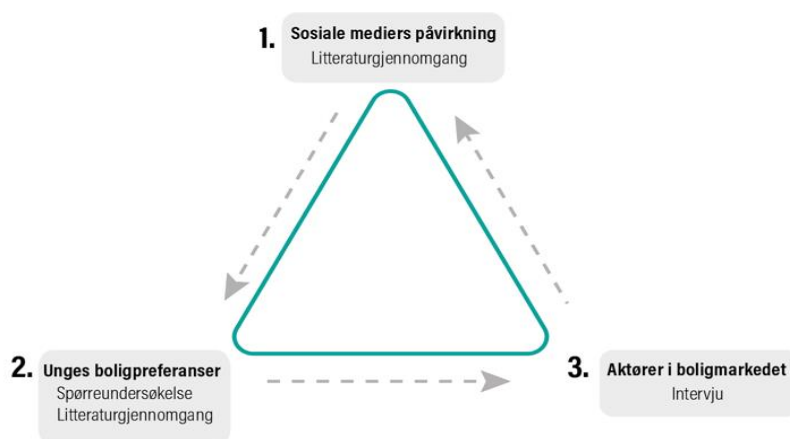
Dette kapitlet vil være et sammendrag av resultatene og diskusjonen. Til slutt vil vi også gi våre anbefalinger til videre forskning og hvordan fremtidige studenter kan fokusere på relaterte emner.

2.0 Metodekapittel

Hensikten med dette kapittelet er å utheve og bevisstgjøre for valg fattet i forbindelse med vårt arbeid for å løse problemstillingen. Oppgaven er tredelt, jf. delspørsmålene presentert i 1.4. Vi har valgt å kombinere ulike metoder, ved å benytte litteratursøk, kvalitative intervjuer og kvantitativ spørreundersøkelse.

2.1 Metodetriangulering

Noen av temaene i denne oppgaven er lite undersøkt, som gjør at vi ønsker et utforskende design. Derfor har vi benyttet oss av den metodiske tilnærmingen triangulering. Her kombineres kvantitative og kvalitative metoder, der vi ser på et fenomen fra flere perspektiver for å samle inn og analysere data (Johannessen et al., 2010, s. 367). Dette er en samfunnsvitenskapelig oppgave relatert til fagretningen eiendomsutvikling. Valgt tematikk og problemstilling er kompleks. Flere fagretninger kan flyte over i hverandre og overlapping mellom feltene er uunngåelig. Ved eiendomsutvikling i byer er det nødvendig å ta innover seg disse komplekse realiteter, og det vil derfor være hensiktsmessig å ha en tverrfaglig tilnærming. Ved å kombinere flere fagfelt kan man belyse flere ulike sider ved en problemstilling. Ofte er det i skjæringspunktet mellom ulike fag, at ny teoretisk kunnskap og perspektiver oppstår (Grønmo, 2015). Vi benyttet kvalitativ metode, gjennom intervju, for å følge opp den kvantitative datainnsamlingen. Den kvantitative undersøkelsen etterlatte seg spørsmål som måtte belyses mer inngående (Tuft 1994 sitert i Johannessen et al., 2010, s. 367).



Figur 4: Oppgavens triangulering

I figuren har vi delt oppgaven opp i tre deler. (1) Undersøke sosiale mediers påvirkning, gjennom en litteraturgjennomgang. (2) Unges boligpreferanser, som utforskes ved bruk av spørreundersøkelse og

litteraturgjennomgang. (3) Utforske hva aktører i boligmarkedet oppfatter at de unge ønsker, og hvordan unge blir ivaretatt i planleggingen. Dette vil vi gjøre ved å utføre informantintervju av aktuelle aktører.

2.1.1 Litteraturgjennomgang

Vi har utført en systematisk gjennomgang av relevant litteratur, der målet var å skaffe utdypende informasjon om (1) sosiale medier, samt (2) boligpreferanser og unges boligsituasjon. Vi utforsket funn fra tidlige forskning. Gjennom dette oppnådde vi en bedre forståelse, slik at vi kunne se sammenhenger og identifisere viktige momenter. Denne søkeprosessen ga grunnlag for utforming av vår problemstilling. I startfasen ble det benyttet søkeord som; *byutvikling, kompaktby, trender boligmarked, boligpreferanser, unge, bokkvalitet, boligdrøm, små boliger, sosial bærekraft*. Hvem de unge er, og hva generasjonsteoriene tilsier at disse er opptatt av, måtte også identifiseres. I forbindelse med dette foretok vi både norske og engelske søk: *Millennials, generation Y, generation Z, generasjon prestasjon, de yngste generasjonene*.

Det har blitt benyttet søkemotorer som Google Scholar, biblioteksdatabasen Oria, nasjonalbibliotekets databaser, Web Of Science og EconLit. Vi oppdaget også flere relevante rapporter på fagdatabaser som NIBR (By- og regionsforskningsinstituttet), Fremforsk (Danske center for fremtidsforskning) og SINTEF. Boligpreferanser er individuelt og personavhengig, og vil sannsynligvis variere fra land til land. Dette gjorde at vi så nødvendigheten av å hente informasjon om det norske markedet. Rapportene fra NIBR og SINTEF ble derfor prioritert fremfor internasjonale vitenskapsartikler. Enkelte søkerord førte til mange treff, søkeprosessen ble derfor avsluttet når relevant informasjon begynte å gjenta seg.

2.1.2 Spørreundersøkelse

En av oppgavens delproblemer er å undersøke (2) unges boligpreferanser i Kristiansand. Vi så gjennom litteraturgjennomgangen at fenomenet boligpreferanser er blitt mye forsket på. Kristiansand kommune hadde selv også foretatt en stor generell undersøkelse i 2018. Denne gir et fint bilde på dagens boligsituasjon i Kristiansand, der den tar for seg ønsket boligsituasjon, tilrettelegging og drivere for valg av bolig. Den tar ikke spesifikt for seg de yngre generasjonene. Vi så derfor at et behov for å samle inn data med fokus på denne gruppen i Kristiansand. Vi valgte den kvantitative metoden spørreundersøkelse for å innhente primærdata. Tallgrunnlaget gir mulighet til å se samvariasjoner og å kunne si noe om unge i Kristiansand. Fordelen med en slik forskningsmetode er at vi kan danne oss et helhetsbilde av generelle holdninger til en større gruppe mennesker (Johannessen et al., 2010, s. 363).

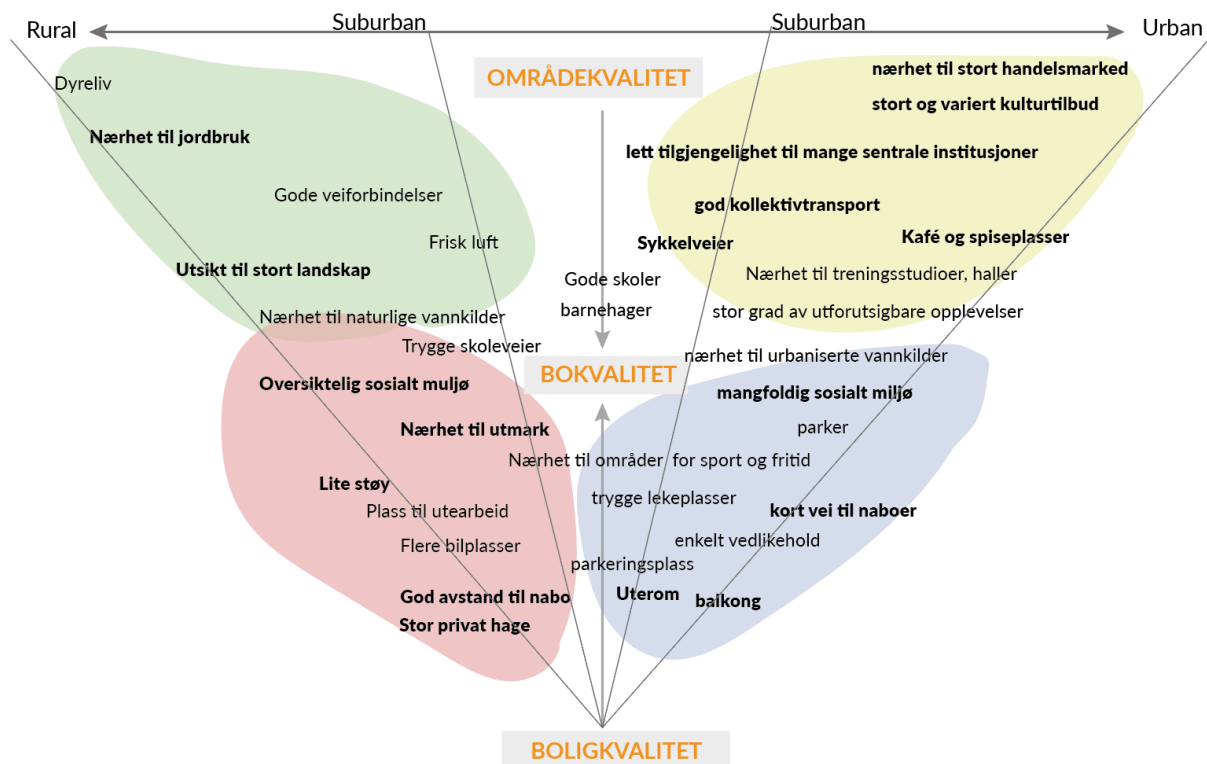
2.1.2.1 Rekruttering og datainnsamling

Vi har valgt å se på et konkret utvalg av den yngre populasjonen i caseområdet Kristiansand. Med utvalg mener vi en undergruppe som kan representere populasjonen (Jacobsen, 2015, s. 105). Vårt studieobjekt er unge. Unge er et løst begrep, men vi har valgt å avgrense oss til generasjon Z og Y, i alderen 19-30 år. Videre avgrenset vi til studenter ved Universitetet i Agder (UiA), som har 13 195 elever (UIA, 2018). Vi gjorde dette for å sikre at vi kom i kontakt med målgruppen og for å klare å innhente nok respondenter. Studenter er en heterogen gruppe, med stor variasjon i utdanningsløp og interesser. Vi tror at studenter er en viktig gruppe som kan bidra til utvikling av næringsliv, økt byliv og mer aktivitet. Avgrensningen til studenter på UiA har gjort at vi ikke nødvendigvis kan si noe om boligpreferansene til alle unge i Kristiansand.

Vi tok kontakt med Studentorganisasjonen i Agder (STA) og bekjente som studerte ved UiA. Undersøkelsen ble delt på fellessiden til studentene på Facebook, «Universitet i Agder (UiA)». I løpet av en uke hadde vi opparbeidet oss 40 respondenter på denne plattformen. Da antall respondenter enda var noe lavt, bestemte vi oss for å oppsøke studiestedet. Vi satte opp stand i Vrimlehallen på campus, hvor vi stod med iPad og QR-koder. Vi hadde to dager til rådighet, klokken 09-15 en tirsdag og en onsdag. Etter disse dagene endte vi opp med totalt 128 respondenter.

2.1.2.2 Utforming av spørsmålene

Ved utforming spørreundersøkelsen baserte vi oss på funn fra litteraturgjennomgangen for å identifisere relevante spørsmål. Analysemodellen til Barlindhaug et.al. (2012, s. 119) ble et viktig grunnlag i prosessen. Denne vil bli forklart i teorikapittel 3.2.



Figur 5: Viktige momenter fra analysemodellen til Barlundhaug et.al

Ut fra modellen har vi trukket ut aktuelle kvaliteter. Modellen angir hvor urbane, suburbane eller rurale disse er. I oppgaven ønsker vi å finne ut om de unge vil bo urbant eller ruralt. Derfor er det viktig å skille disse kvalitetene fra hverandre, slik at vi spør de riktige spørsmålene. Kristiansand kommunes egen boligundersøkelse var også til god hjelp i denne fasen.

Spørreundersøkelsen ble utformet digitalt gjennom tjenesten Questback, som gjorde utforming og distribusjon enklere. Vi formet faste spørsmål og ferdigutfylte svaralternativer. Dette ga mulighet til standardisering slik at vi kunne se på likheter og variasjoner i svarene fra respondentene. Åpne kommentarfelt kunne gi verdifull informasjon, men vi så at det kunne vanskeliggjøre tolkning og analyser i etterkant. Det krever i tillegg mer av respondentene å formulere egne svar fremfor å krysse av ferdigstilte svaralternativer. Vi prøvde å holde undersøkelsen lite tidkrevende, slik at flere skulle ta seg tid til å delta, og valgte dermed bort åpne kommentarfelt. Innsamlingen av de kvantitative dataene er generelt preget av høy grad av strukturering og liten fleksibilitet, da spørsmålene ikke kan endres eller følges opp i etterkant (Johannessen et al., 2010, s. 363). Dette gjorde at vi prøvde ut spørreundersøkelsen på et testutvalg, bestående av familie og bekjente (ibid.). Deres tilbakemeldinger ble vurdert og spørsmålene endret der dette var hensiktsmessig. Ingen av spørsmålene kan anses å være kontroversielle, men vi valgte for enkelthets skyld å anonymisere alle respondenter.

Vi var bevisst på at målgruppen var ung, med ulik kjennskap til begreper og erfaringer rundt bolig. Det var derfor viktig å stille konkrete og presise spørsmål som ikke var ledende. Der vi anså det som nødvendig forklarte vi hva vi la i begrepet. Vi formulerte enkle, uttømmende og gjensidig utelukkende svaralternativer. Det var ønskelig å inkorporere ulike påstander og dilemmaer som en del av undersøkelsen. Påstandene ble utformet for å måle holdninger, mens dilemmaene skulle gjøre at respondenten var nødt til å vekte ulike kvaliteter opp mot hverandre. Spørsmålene var spesifikt rettet mot relevante temaer som: lokasjon, tilgjengelighet, pris, teknisk standard, design. Vi benyttet en femdelt rangeringsskala, med ytterpunkter fra svært enig, enig, hverken enig eller uenig, uenig og svært uenig. Respondentene måtte ha mulighet til å være like enig som uenig. Svaralternativene ble beskrevet med ord, ikke i tallformat. Fordelen med dette er at det blir lettere for respondenten å svare (Johannessen et al., 2010, s. 264).

2.1.2.3 Bearbeiding og analyse av data

For å klargjøre råmaterialet for analyse, tolkning og drøfting, måtte dataene forenkles. Som nevnt benyttet vi datatjenesten Questback. Tjenesten bearbeidet dataene automatisk og ga oss ferdige resultater. Questback har egne funksjoner for å krysskoble spørsmål for å se på ulike sammenhenger.

I analysen grupperte vi informasjonen fra spørreundersøkelsen: (A) Informasjon og inspirasjon til bolig, (B) boligtype og preferanser, (C) boligkvaliteter, (D) pris og økonomi og (E) informasjon om Kristiansand. Det ble gjort for å lettere kunne strukturere dataene. Tre ulike analysemetoder kan brukes for forskning ved hjelp av spørreskjema: univariat-, bivariat- og trivariat analyse (Johannessen et al., 2010, s. 415). I våre analyser benyttet vi i hovedsak univariat- og bivariat analyse, der vi har sett på en eller to variabler.

2.1.3 Intervju

For å svare på delproblemstillingen vedrørende (3) aktørene i eiendomsmarkedet (jf. figur 4 i punkt 2.1) valgte vi å foreta informantintervju. Utvalget er strategisk og formålsorientert (Jacobsen, 2015, s. 194), vi valgte ut informanter vi mente kunne gi oss god kunnskapen om fenomenet. Vilkår for utvelgelsen var at informanten hadde kompetanse om kommunens politikk, boligmarkedet eller boligkjøperne. Dette resulterte i en informant fra kommunen, en eiendomsmegler og en markedsfører i eiendomsbransjen. Disse intervjuene belyser andre sider av problemstillingen som ikke kan oppdages i spørreundersøkelsen eller litteraturgjennomgangen.

Informantene ble hentet inn ved personlig rekruttering, gjennom e-post. To intervjuer ble holdt ved personlig oppmøte, det siste over telefon. Intervjuet med Kristiansand kommune er koordinert med Ingvild Thorkildsen som tar del i masterklassen. Hun skriver oppgaven «Fortetting med kvalitet og variasjon i Kvadraturen, Kristiansand». Mange av spørsmålene ble derfor også politisk rettet, særlig opp mot kommunens fortettingsmål om 15000 innbyggere i Kvadraturen. Hvert av intervjuene startet med å spørre om tillatelse til lydopptak og innhenting av samtykke. Signert samtykkeerklæring ble innhentet ved intervju holdt ansikt til ansikt, under telefonintervjuet ble det muntlig gitt beskjed om informasjonen i samtykkeerklæringen. Ingen av spørsmålene var dyptgående personlige eller av privat karakter, hver informant fikk likevel muligheten til å anonymiseres i oppgaven. Vi forsøkte å holde spørsmålene så temarelevante som mulig, og unngå å stille spørsmål som kan skade bedriften eller andre rundt. Vi valgte å holde semistrukturerte intervjuer, med en liste over aktuelle tema og generelle spørsmål (Johannessen et al., 2010, s. 139). Hvert intervjuobjekt hadde ulike roller i eiendomsmarkedet. Vi utarbeidet derfor unike intervjuguider for hvert intervju. Disse kan leses i vedlegg 2, 3 og 4.

Alle intervjuer ble transkribert. I denne prosessen ble muntlig samtale oversatt til skriftlig tekst (Kvale et al., 2015, s. 186–187). Transkriberingen skjedde rett etter intervjuet fant sted, og ble forsøkt gjort så ordrett som mulig. Vi så det ikke hensiktsmessig å kode intervjuene, da hvert intervju hadde et overordnet tema. I presentasjonen av intervjuet har vi hentet ut det viktigste fra intervjuet og valgt ut noen sitater.

2.2 Tolkning av resultatene

Ifølge Asbjørn Johannessen et.al. vil det alltid være muligheter for å trekke gale slutninger (2010, s. 355). Sannsynligheten for å være helt objektiv er lav, men vi har forsøkt å fremstille resultatene så nøytrale som mulig. Under tolkningen av resultatene var det viktig for oss å knytte funnene opp mot relevant teori, og forsøke å finne støtte for funnene i tidligere forskning. Kombinasjonen av ulike teoretiske perspektiver og egen empiri, vil forhåpentligvis bidra til et mer objektivt analyseresultat.

I skriveprosessen kan det være lett å se seg blind på eget arbeid. For å sikre at arbeidet ble tilstrekkelig kvalitetssikret har vi lest over hverandres bidrag flere ganger, i tillegg til å samarbeide med sluttformuleringer. Videre har vi hentet inn eksterne personer til å se over arbeidet. Her har både veileder, venner og familie kommet med gode innspill. Vi ser fordeler ved å ha vært to studenter som har samarbeidet med oppgaven. Samarbeid og ulike bakgrunner har bidratt til ulike perspektiv og

løsninger på problemer som har oppstått underveis. Det å ta del i en større tverrfaglig masterklasse, med jevnlig presentasjoner gjennom semesteret, har gitt oss nyttige innspill.

2.3 Reliabilitet og validitet

Ifølge Lincoln og Guba kan man benytte to teknikker som øker sannsynligheten for at forskningen frembringer troverdige resultater: Vedvarende observasjon og triangulering. Sistnevnte fant vi mest hensiktsmessig for vår problemstilling (sitert i Johannessen et al., 2010, s. 230). I vårt tilfelle har vi en delt problemstilling, som innebærer å se på (1) sosiale mediers påvirkninger, (2) unges boligpreferanser og (3) aktører i boligmarkedet. Vi startet med å kun benytte oss av kvantitativ spørreundersøkelse i kombinasjon med litteraturgjennomgang. Det viste seg og ikke være tilstrekkelig for å besvare problemstillingen. Dermed utførte vi også intervjuer med aktører i eiendomsmarkedet. Disse ga litt mer nyanserte bilde og til tider svært annerledes resultater. Grønmo mener at dersom resultater fra ulike metoder eventuelt avviker fra hverandre, er ikke dette nødvendigvis noe problem. Det kan stimulere til nye tolkninger, og gi en mer nyansert beskrivelse og mer helhetlig forklaring av de aktuelle problemstillingene (sitert i Johannessen et al., 2010, s. 367).

Oppgavens validitet, eller gyldighet og relevans, handler om at vi stiller de riktige spørsmålene i forhold til vår problemstilling (Dalland, 2012, s. 52). Vi fikk god hjelp av veileder ved utforming av spørsmålene, både til den kvantitative spørreundersøkelsen og de kvalitative intervjuene. Veileder kom med innspill til hvilke spørsmål som bør lukkes bort eller omformuleres. I spørreundersøkelsen var det viktig å lage svarkategoriene nøye nok for å kunne gjennomføre en pålitelig undersøkelse. Det skal være minst mulig rom for misforståelse. En annen forsker skal kunne utføre samme undersøkelse og få likt resultat (Dalland, 2012, s. 52). Det viktigste vi gjorde her var konkretiseringen av svaralternativene. I tillegg benyttet vi oss av rangeringsspørsmål, da vi anså dette som en god metode for å enklere kartlegge behov. Ved gjennomføring av intervju, var det viktig å kvalitetssikre. For å sikre større objektivitet og åpenhet overfor dataene var vi opptatt av å stille åpne spørsmål, der informantene selv fikk utrede for sin oppfatning. Vi brukte mye tid på å identifisere og spørre oss selv om vi hadde fått tak i de riktige kildene.

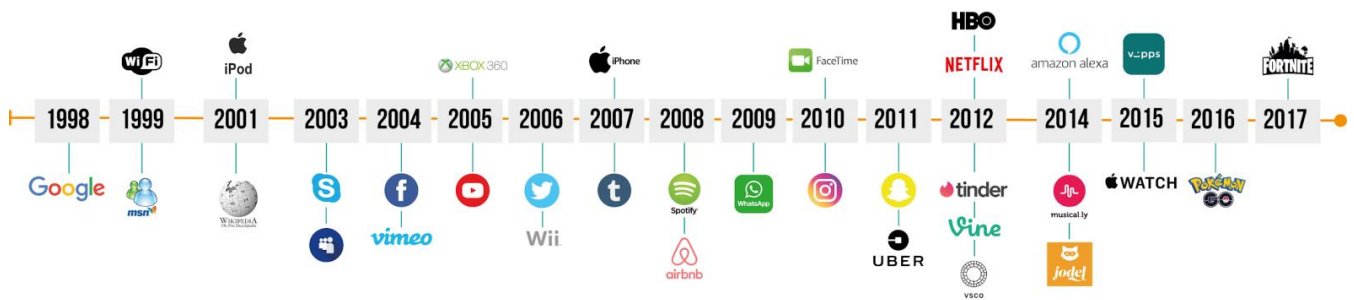
3.0 Teoretisk perspektiv

Oppgaven ser på de unges boligpreferanser, og tar spesielt opp hvordan den digitale teknologien har formet en generasjon, de såkalte «digitale innfødte», og hvordan sosiale medier har endret vår måte å leve på. Spørsmålet er om dette også påvirker boligpreferansene til unge mennesker og om det dermed bør få betydning for boligpolitikk og boligtilbudet. Dette kapitlet skal gi et teoretisk rammeverk til denne problemstillingen. Vi skal nå se nærmere på den teoretiske bakgrunnen til momentene i preferanserammen, jf. figur 2. For å skape et bilde av hvorfor digitale medier er blitt en viktig del av de unges liv vil vi gi en innføring i hva sosiale medier er. Det vil også være viktig å skille mellom bokkvalitet og boligkvalitet. Derfor vil vi videre etablere hva som ligger i disse begrepene. Deretter vil det overordnede boligmarkedet forklares. De bakenforliggende faktorer vil være førende for utviklingen som skjer i byene. Videre blir det teoretiske grunnlaget for boligønsker og livssyklus etablert, for så å gå dypere inn på boligpreferanser og spesifikt de unges boligpreferanser. Avslutningsvis vil vi presentere by- og boligpolitiske føringer og virkemidler.

3.1 Hva er sosiale medier

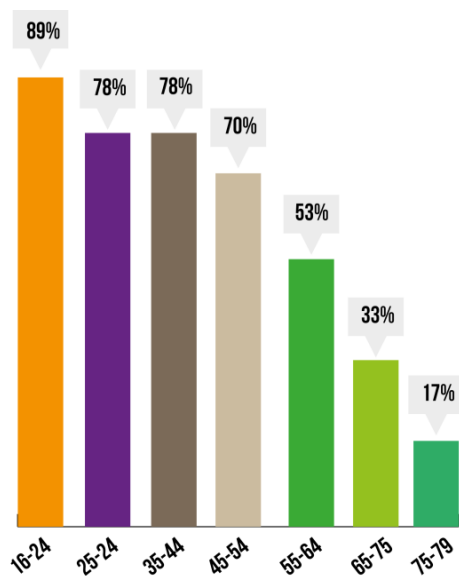
Sosiale medier er vanskelig å definere, da selve begrepet er relativt nytt. Diane Rasmussen Neal forklarer at begrepet sosiale medier kan forstås som *“the many easy-to-use services that anyone can use to interact with other people online”*. Eksempelvis når man ser på eller kommenterer en YouTube video, “liker” en venns Facebook-status eller leser en blogg. Sosiale medier handler ikke om teknologi i seg selv, men om forbindelse mellom mennesker (Neal, 2013, s. 23–24). Influensere i sosiale medier har blitt viktigere og viktigere i moderne markedsføring, der mennesker ser til influensere i sosiale medier for hjelp til beslutningstaking. Majoriteten av influensere er kjendiser, bransjeeksperter og ledere, bloggere og “content creators” samt mikro-influensere. Tidligere har det vært mye fokus på kjendiser som merkeambassadører, men mer og mer anerkjenner kjente merkevarer bloggere og mikro-influensere. Disse har et nært og autentisk forhold til sine følgere (Influensermarketinghub, 2017).

Fra den teknologisk tidslinjen i figur 6, kan det observeres hyppige teknologiske innovasjoner (OC&C, 2019). Dette innebærer både teknologiske nyvinninger og apper for sosiale medier, underholdning og spill. Generasjon Y var eldre når disse digitale nyvinningene entret markedet, mens generasjon Z har vokst opp med tilgang på alle disse mediene. De største og mest kjente populærtjenestene innenfor sosiale mediasider er Facebook, Instagram, YouTube og Twitter. De eksisterer kun fordi mennesker er villig til å dele tanker, følelser og opplevelser. Her brukes enten tekst, bilde eller video. Sosiale medier bringer oss sammen på nye måter (Neal, 2013, s. 24).

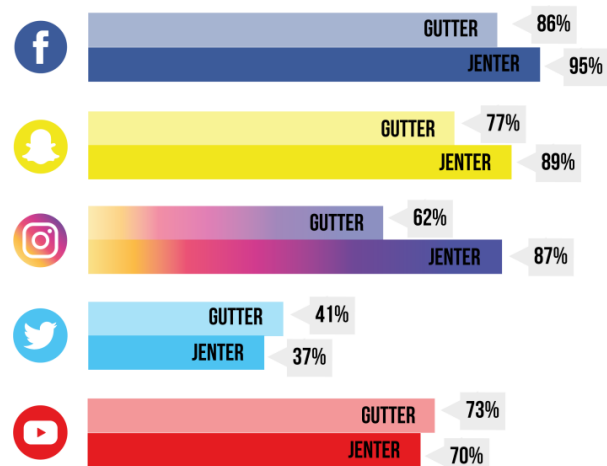


Figur 6: Teknologisk tidslinje (basert på materiale fra OC&C)

I Norge bruker omtrent 80 prosent av de mellom 16 og 79 år sosiale medier. Ikke uventet er det de yngste som bruker slike medier mest, og at bruken faller gradvis ved stigende alder, se figur 7 (Røgeberg, 2018). Ifølge Iosos sosiale medie “tracker” for fjerde kvartal 2018 er den mest populære tjenesten Facebook. Totalt sett benytter hele 81 prosent av Norges befolkning seg av denne tjenesten, men er tett fulgt av Snapchat og Instagram, se figur 8 (Iosos, 2018).



Figur 7: Bruk av sosiale medier basert på alder (basert på tall fra Iosos undersøkelse)



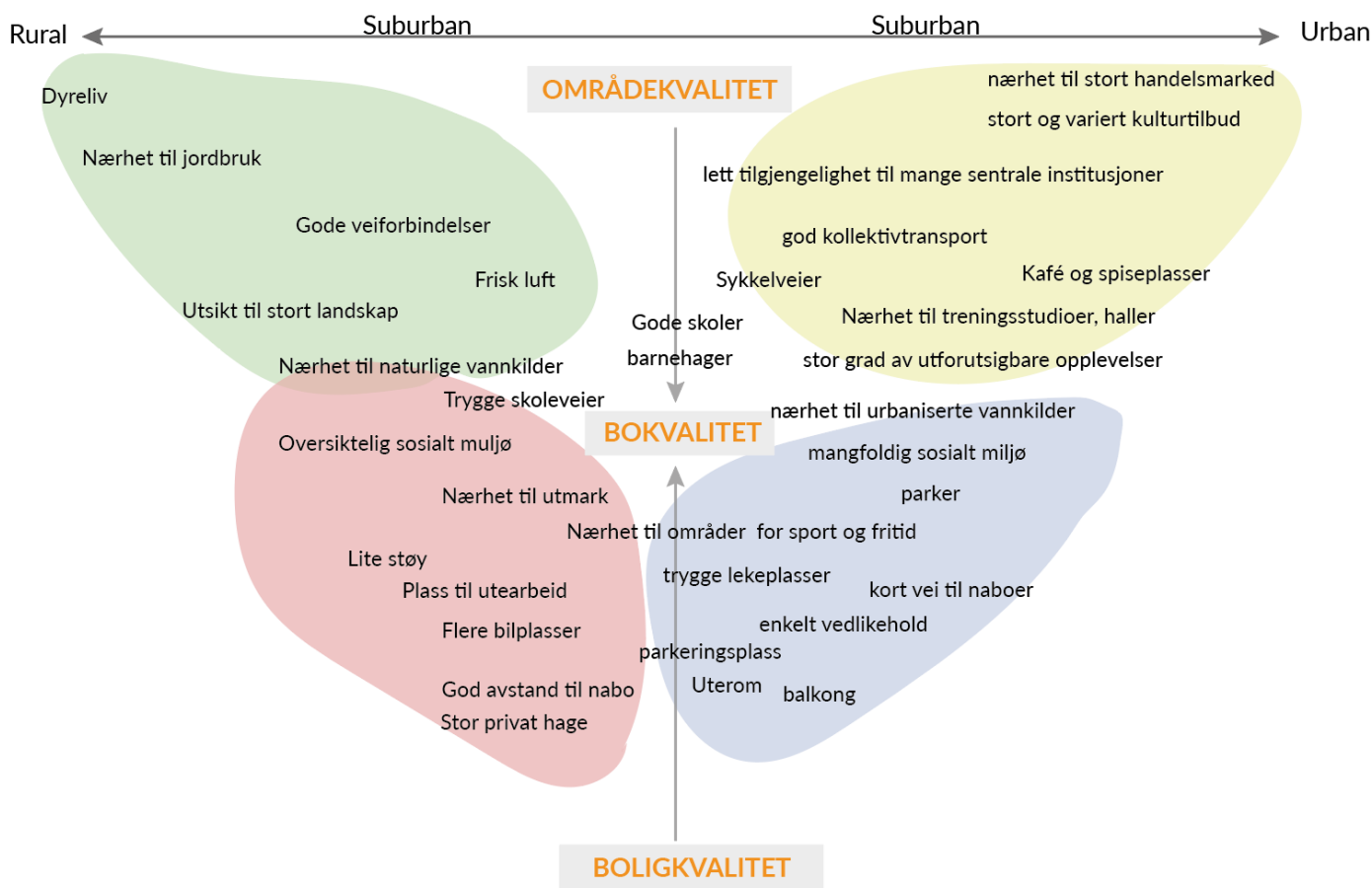
Figur 8: Fordeling av gutter og jenters bruk av sosiale medier i 16-24 års alderen (basert på Iosos undersøkelsen)

Facebook skiller seg fra de andre sosiale medieappene grunnet sin høye andel eldre brukere. 3 av 4 er over 60 år. Kari Norstad, ansvarlig for Social Media Tracker i TNS gallup, påpeker at deres tidligere antakelser om at de yngre fjerner seg fra denne plattformen er feil. Det har heller skjedd en endring i brukermønsteret. Facebook har etablert seg som et slags administrasjonsverktøy der brukerne deltar i grupper, oppdaterer seg på nyheter, får invitasjoner og vedlikeholder sitt sosiale liv (sitert i Syvertsen,

n.d.). I siste kvartal av 2018 ser man tegnene til at andel på sosiale medier har hatt en lav nedgang (Iosos, 2018). Petter Bae Brandtzæg, førsteamanuensis ved Universitetet i Oslo, har gjort intervjuer med unge om sosiale medier. Han hevder at flere opplever det som slitsomt å hele tiden være tilgjengelig på nettet. Brandtzæg tror at flere har nådd et metningspunkt for sosiale medier. Likevel understreker han at Instagram og Snapchat er hovedkanalene for unge (siteret i Gundersen and Andreassen, 2019).

3.2 Bokkvalitet og boligkvalitet

Boligpreferanser er sammensatt, og består av ulike kvaliteter og faktorer i tilknytning til boligen. Det finnes mange ulike preferanser. Disse er individuelle og prioriteres ulikt. Når vi nå snakker om de ulike kvalitetene til en bolig er det dermed viktig å skille mellom de to begrepene boligkvalitet og bokkvalitet. Rolf Barlindhaug et.al. definerer *boligkvalitet* som boligens tekniske standard og brukspotensial. Kvaliteten på boligen som bygning må kunne vurderes uavhengig av hvor i landet den er og i hva slags omgivelser den er lokalisert. *Bokkvalitet* er definert som boligkvalitet i kombinasjon med områdekvaliteter gitt av karakteren på det området hvor boligen er lokalisert. Bokkvalitet er stedsavhengig og handler i større grad om boligens nære omgivelser (2012, s. 117 og 119).



Figur 9: Analysemodell med kvalitetskrav etter områdekarakter (Barlindhaug et.al.)

Analysemodellen til Barlindhaug et.al. får frem at bokkvalitet er subjektivt, kontekstavhengig og påvirkes av hvilke preferanser folk har til områdekvalitetene. Modellen er bygget opp på grunnlag av studier som har sett på hvilke kvaliteter som verdsettes ved valg av bolig (2012, s. 119). Dette er studier som forsøker å kartlegge faktorer som har betydning for boligens verdi eller salgspris i markedet (jf. Arge et al., 2008; Siri Nørve et al., 2006; Støa et al., 2006).

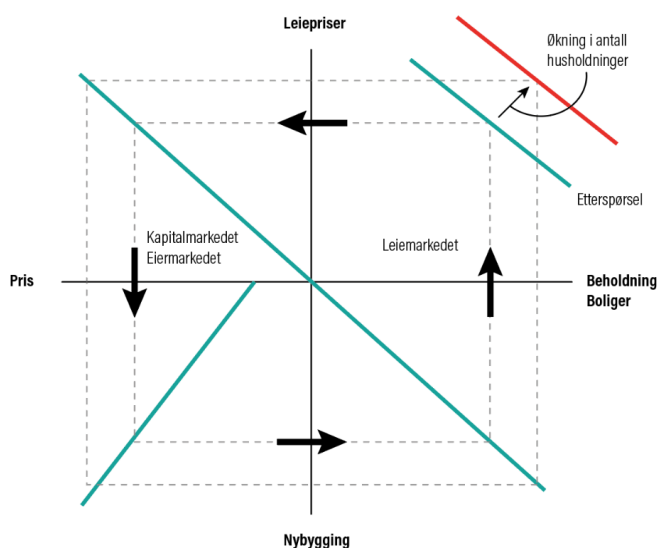
Barlindhaug et.al. oppdaget at «kjøperne kjøpslår med boligkvalitet og bokkvalitet, og går ned på boligkvalitet for å kunne bo sentralt» (2012, s. 145). Dette bekrefter Lene Schmidt i sin forskningsrapport for NIBR. Hun belyser også problematikken rundt sosiale forskjeller. Det har blitt større aksept for at kjøpere med begrenset kjøpekraft må nøye seg med mindre eller dårligere boliger. Denne problematikken blir heller ikke vektlagt i de undersøkte planprosessene (2014, s. 228). Jesper Bo Jensen, CEO i Danske Fremforsk, mener derimot at det vil skje en endring rundt ønske om å bo i sentrum. Naturen har tatt veien inn i boligen, med råtre, ubehandlede flater, gjenvinning av gamle møbler og resirkulering av så mye som mulig. Jensen tror dette kan stimulere for behov om å komme

seg bort fra byen og heller bosette seg på landsbygda, slik som i 1970 årene (2015). Marit Ekne Ruud presenterte under erfaringskonferansen om boligetablering i distriktene, som ble holdt i Bodø 24. april 2014, at endret livsstil gir andre boligpreferanser. Her påpeker hun at mange flytter tilbake til hjemstedet etter endt studie og har arbeidet i storbyen. Tilbakeflyttere tar ofte bevisste valg om bostedet, og flytter ofte fra et masete byliv. Da er naturen en viktig faktor ved valg av bolig. Mange av disse velger derfor enebolig i barnevennlige omgivelser. De er ikke lengre opptatt av kafékultur og det urbane livet (Ruud, 2014).

3.3 Boligmarkedets fire kvadranter

Boligmarkedet er dynamisk og under stadig endring. Dette kommer av at eiendomssystemet er sammensatt, og påvirkes av mange både interne og utenforliggende faktorer. Det kan argumenteres for at bolig er en spesiell type gode som gjør boligmarkedet helt spesielt. Bolig er (1) dyrt, (2) romlig immobil, (3) svært slitesterkt og (4) multidimensjonalt heterogent og fysisk modifiserbar (Galster 1996 i Jansen et al., 2011, s. 10). Det norske boligmarkedet er i stor grad markedsstyrt, der Staten har

en tilbaketrasket rolle (NEF, 2017). I hovedsak kan markedet deles i tre: eiermarkedet, leiemarkedet og byggeindustrien. Basert på dette har DiPasquale og Wheaton utarbeidet firekvadrantsmodellen, 4Q-modellen. Modellens inndeling består av fire kvadranter som representerer hvert sitt delmarked. Den kan brukes til å illustrere hvordan et skift i en kvadrant påvirke de andre delmarkedene. Prinsippet er at markedet til slutt vil gå tilbake i likevekt (Geltner et al., 2014, s. 26, 29). Figur 10 viser hvordan eksempelvis en økning i antall husholdninger, bidrar til økt etterspørselen etter en viss type bolig. Da påvirkes prisene i både



Figur 10: Firekvadrantsmodellen (4q-model)

eier- og leiemarkedet på kort sikt på disse boligene. Dette stimulerer for at eiendomsaktørene ønsker å bygge disse objektene, som videre øker total beholdningen på denne typen bolig. På sikt vil markedet igjen søke likevekt.

Boligproduksjonen vil være avhengig av etterspørsel, prisnivå og byggekostnad. Makroøkonomiske faktorer påvirker i stor grad etterspørselen. Disse faktorene består blant annet av befolkningens

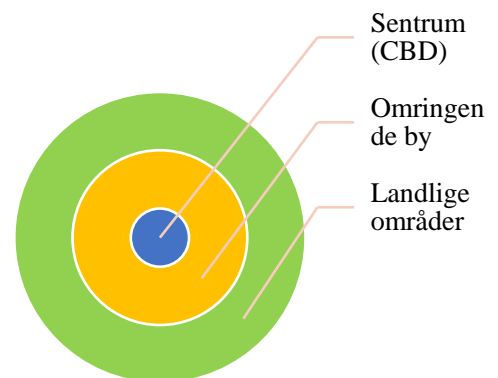
størrelse, arbeidsledighet, lønns- og skattenivå (Barlindhaug et al., 2014, s. 28). Boligproduksjonen vil naturlig øke i takt med prisnivået på boligmarkedet. I Norge har vi lav rente og gunstige skattefordeler ved å eie egen bolig. Dette kan bidra til økning i boligprisene (NOU, 2002, s. 48). Når boligprisene ligger over byggkostnadene gir dette signaler om lønnsomhet for nybygging (Barlindhaug et al., 2010, s. 9). I balansen mellom tilbud og etterspørsel preges boligmarkedet i Norge av regionale forskjeller. Lav rente og boliglånsforskriften kommer de svake markedene til gode, mens populære områder formes av byggepress i møte med stor etterspørsel og lite arealer til rådighet (NEF, 2017). I tillegg påvirker økt beholdning av totalt boligtilbud prisene, og gjør at de ikke stiger like mye som når boligtilbudet er lavt.

3.3.1 Prisdannelse i sentrale områder

Den monosentriske bymodellen tar utgangspunkt i byens urbane form, men fremstiller det som en grundig abstrahert og forenklet versjon av de kompliserte realitetene i eiendomssystemet i moderne byer. Denne er ifølge DiPasqual og Wheaton et klassisk eksempel på hvordan teori gjennom forenkling av virkeligheten kan avdekke innsikt i virkelighetens natur (siteret i Geltner et al., 2014b, s. 67). Teorien omhandler hvordan byer vokser og hvordan priser dannes i ulike områder. Modellen i sin enkleste form sier at det kun eksisterer et sentralt punkt i hele byen, og dette punktet berører all potensiell bruk av arealer.

Punktet representeres gjerne av det sentrale forretningsområdet, CBD. Det er hit alle husholdningene må pendle hver dag for å produsere varer og genererer inntekten de trenger i møte med bokostnader, forbruksbehov og transportkostnader. Kostnadene er en funksjon av avstanden fra CBD (ibid). Lenger avstand fra sentrumskjernen, gir lavere boligpriser. Hvis dette ikke hadde vært tilfelle ville kun de som bor i sentrum være tjent med sin beliggenhet (Geltner et al., 2014, s. 68). Forklaringen av monosentriske byer gir en god grunnforståelse for urban og romlig økonomi. I

virkeligheten vil ikke byer være så heterogene. Polysentrisk byteori sier at byer gjerne består av en samling av større og mindre sentrale områder. Disse områdene har ulike nivåer, med et kjerneområde og et antall sekundære eller tertiære sentraer (ibid., s. 89). Disse bydels- og tettstedssentraene innehar viktige funksjoner for lokalbefolkningen, som gjør at det ikke er nødvendig å reise ut av sitt lokalområde for å utrette daglige gjøremål.



Figur 11: Monosentrisk bymodell (Geltner et al. 2014 s. 67)

3.4 Boligønsker og livssyklus

Mennesker har ulike forventninger og erfaringer når det gjelder bolig og hvordan de ønsker å leve. Erfaringer er alt vi bærer med oss fra tidligere, og som vi husker. Forventninger retter seg mer mot det som enda ikke er, men det som skal komme. Dette kan være både ønsker og begjær, håp og frykt, bekymringer og rasjonell analyse, utfoldelse og nysgjerrighet (Koselleck, 2004, s. 256). Økende alder forandrer forholdet mellom disse. Økning i den ene, fører til reduksjon av den andre. Erfaringene kan kompensere for «tapte» forventninger (ibid, s. 3). Erfaringer og forventninger er med på å forme ungdommenes muligheter, valg og preferanser ved bolig. De kan ha forventninger til det å bo for seg selv, med kjæreste eller venner eller innrede sin egen bolig. Oppveksten har formet hva de tror de kan forvente, men de har liten faktisk erfaring fra det å eie egen bolig (Ruud, 2001, s. 20). Forventningene er i endring, og kan dermed påvirkes.

Vi mennesker er påvirkelige av det som skjer rundt oss. Det finnes ulike teorier om hvordan vi blir påvirket, og hvordan dette igjen styrer våre handlinger. Elihu Katz og Paul Lazarsfeld utviklet i 1944 tostegshypotesen. Her forsket de på folks beslutninger under presidentvalget. De forventet å finne empirisk støtte for medias innflytelse på stemmeintensjoner. Forskerne ble overrasket over å oppdage at uformelle og personlige kontakter ble nevnt, langt oftere enn eksponering for radio eller avis, som kilder til innflytelse på stemmeatferd. Deres teori er at mennesker påvirkes av kombinasjonen av medier og opinionsledere. Opinionsledere er mennesker forbrukere ser opp til og stoler på. Påvirkningen skjer i to faser: Først gir mediene beskjed til opinionslederne, så går denne informasjonen videre til et større antall mennesker gjennom personlig kommunikasjon (Katz and Lazarsfeld, 2006). På 1960-tallet utviklet George Gerbner kultivasjonsteorien, der han mener det skjer en kultivering av indikerte erfaringer gjennom fjernsyn og at dette har konsekvenser for mottakerens oppfatninger og vurdering om den sosiale virkelighet. Teorien baserer seg på at de med høyt medieforbruk, har større sannsynlighet for å akseptere medias skildringer som troverdige og virkelige, sammenlignet med de med lavere eksponering. Everett Rogers skiller mellom massemedia og mer mellommenneskelige kanaler. Massemedia, som radio, tv eller aviser, er ofte den raskeste måten å nå ut til mange mennesker. Samtidig kan mellommenneskelige kanaler, som blogging, Instagram og Snapchat, være mer effektivt for å endre holdninger. Slike kanaler kan endre avgjørelsen om å kjøpe eller ikke kjøpe et produkt (Rogers, 2003). Konsultasjonsselskapet OC&C rapporterer i sin undersøkelse om de yngre generasjonene at det er millennials, gen Y, som undersøker sine kjøp mest. Disse undersøker nøye på nettet, mens Gen Z heller går direkte til merkevarens online-kanaler, og sammenligner pris. De virker mye mer målrettet i deres søk, og bruker dermed ikke brede søkemotorer eller plattformer (OC&C, 2019).

Menneskers boligbevegelsesmønster kan sammenlignes med en stige. Folk beveger seg oppover boligstigen når de tilegner seg ressursene til å gjøre det, eksempelvis inntekt, alder eller sivilstand. Dersom man allerede eier eget hjem samt at det er en jevn vekst i boligprisene, er sannsynlighet for at man fortsetter å bevege seg oppover “stigen” stor. Folk ønsker sjeldent å bevege seg nedover boligstigen, med mindre de blir tvunget til å gjøre dette (Forrest et al., 1990; Munro and Madigan, 1998). Flere teorier omhandler at boligetablering skjer i flere faser. Hans Christian Sandlie skriver i sin bok “to må man være” om ungdommens boligetablering på 1990-tallet. Her skriver han at tross for forholdsvis store endringer i livsløpsmønstre og i rammebetingelsene på boligmarkedet, er det forbløffende stor grad av kontinuitet i ungdommens boligønsker og boligvalg. Tidspunktet for når man flytter hjemmefra henger sammen med starten av et utdanningsløp eller yrkeskarriere. Han merket seg at når det gjaldt unge i 1990 skjedde det første boligkjøpet når de etablerte parforhold og ønsket å skape en familie (Sandlie, 2008, s. 23).

3.4.1 Livssyklus- og livsløpsmodellen

Ifølge den generelle *livssyklusmodellen* innenfor bolig, skjer det flere endringer i boligpreferansene gjennom livet. Boligstørrelse og boligpreferanser kan knyttes til ulike stadier av familieformasjon: giftemål, familieutvidelse i form av det å få barn, barna flytter ut og død av ektefelle (Glick, 1955; Quigley and Weinberg, 1977). Når man når et nytt stadium i livet, kan preferansene endre seg. Dette øker sannsynligheten for at husholdningen flytter (Clark et al., 2003; Deane, 1990; Quercia and Rohe, 1993; Rossi, 1980). Livssyklusmodellen representerer familieformasjon og utvikling som en fast rekkefølge av statiske tilstander. Dette stemmer ikke alltid overens med hvordan livsløpet utartes. Her kommer livsløpsmodellen inn som en alternativ teori. Teorien utforsker samspillet mellom det sosiale liv og sosiale endringer. Livssyklus defineres her i stedet som sekvenser av posisjoner en person har i løpet av sitt liv. Dette kan være alt fra sivilstatus, å bli foreldre, bli en ansatt eller endret bosted. Livsløpsmodellen baserer seg på å studere frekvensene og timingen til endringer som skjer når folk trår inn i en annen posisjon. Disse endringene er ikke statiske og er personavhengig (Kok, 2007). Når det gjelder de unges etableringsmønster har Sandlie delt dette inn i tre handlingssituasjoner: (1) Det kan antas at det de unges ønsker, oppfatninger og muligheter vil variere gjennom livsløpet. (2) De politiske rammevilkårene vil påvirke de unges handlingsbetingelser. (3) Det er mulig de unges ønsker og oppfatninger omkring egen boligsituasjon er påvirket av mer generell verdiorientering (Sandlie, 2008, s. 20).

I en rapport fra SSB viser tallene en noe lavere andel unge boligeiere enn tidligere. Unge er heller på leiemarkedet, men dette er en overgangsperiode. Forfatterne lurer på om det har blitt for vanskelig for unge å kjøpe egen bolig (Revolv et al., 2018). Når det gjelder betalingsvilje må preferansene for kvalitet tilpasses boligkjøpernes økonomi og betalingsevne. For de aller fleste er økonomi en sterkt

begrensende faktor (Barlindhaug et al., 2012, s. 88). For mange unge innebærer deres livssituasjon en studieperiode. I 2005 gjennomførte SSB en levekårsundersøkelse som tok for seg studenters inntekt, økonomi og boforhold. I rapporten kommer det frem at inntekt fra arbeid synker med antall foreldre med høyere utdanning. Dette kan indikere at disse er mer tilbøyelige for å gi økonomisk støtte til barna sine. Studenter kan særlig ventes å ha behov for bidrag, da det kan være et langt studieløp der full inntekt uteblir. Foreldre viser seg her å være økonomiske støttespillere, der nesten halvparten sier at de får økonomisk hjelp eller bidrag fra nærmeste familie. Et annet interessant funn fra rapporten var at hovedandelen av respondentene ikke ønsket å flytte inn i studentboliger. De fleste studentene leide bolig, med unntak av gruppen med ektefelle/samboere der man kunne se en betydelig vekst i eierandel (Løwe and Sæther, 2007). Dette støtter opp om Sandlies funn i «to skal man være» (2008). I punkt 1.1.1 beskrev vi hvordan unge i utstrakt grad får foreldrehjelp til å kjøpe egen bolig.

3.5 Boligpreferanser

Ordet preferanse kan defineres som smak, ønske eller noe man foretrekker (Store norske leksikon, 2019). Boligpreferanser knytter seg til det vi i punkt 2.1 har definert som bokkvalitet. Preferansene omhandler ikke bare boligens standard, men ønsker om hvor boligen er lokalisert med tanke på tilgjengelige goder. Ofte blir boligpreferanser og boligvalg blandet sammen. Ifølge Sylvia J.T. Jansen (2011, s. 2) referer *preferanser* til den relative attraktiviteten til et objekt, mens *valg* referer til faktisk oppførsel. Den viktigste forskjellen mellom boligpreferanse og boligvalg er at preferanse er en relativt ubegrenset vurdering av attraktivitet. Dette vil si at preferanser ikke nødvendigvis er avgjørende for å ta et aktivt boligvalg. Vi kan si at boligpreferanser er hva man ønsker å ha i en bolig, men valg har en større grad av realisme i seg. Ofte må man lempe preferansene sine til fordel for mer realistiske kvaliteter når det gjelder valg av bolig. Boligpreferanser kan knyttes til livsstil, økonomi, boligmarkedet, boligtilbud og tidsaspekt (Dahlgren et al., 1987).

Ifølge Barlindhaug et.al. er det i bygg med små leiligheter at kjøperne er minst opptatt av solforhold og hvordan balkongen er vendt. Disse var mer opptatt av planløsning, og hvor praktisk boligen var eller ikke var. Der pris en avgjørende faktor (2012, s. 90). Boligkjøperne var også i liten grad opptatt av livsløpsstandard, og «ingen» er opptatt av miljø (ibid s. 92). Schmidt mener at bygging av små boliger som permanente boliger kan være problematisk i et samfunnsperspektiv. Opphopning av mange små boliger i samme område kan føre til stort gjennomtrekk og ustabile bomiljøer (Schmidt and NIBR, 2014, s. 154).

Det viser seg at mange har et boligkonsum som avviker fra de faktiske ønsker. Sammenlignet med andre konsumgoder kan bolig ofte være vanskelig å bytte eller endre i takt med endrede behov (Nordvik and Medby, 2002). Spesielt de unges boligpreferanser ser ut til å være preget av et klart misforhold mellom ønske og faktisk boligsituasjon. Undersøkelser avdekker at innslag av personer som ønsker større bolig er størst blant de yngste gruppene, og avtar ved økende alder. Interessant nok viser det seg at de eldre og middelaldrende, i gjennomsnitt har større bolig enn de selv mener er passende for dem (Løwe, 2002). Altså skjer det preferanseskifter på ulike stadier i livet, der boligbehovet og boligpreferansene endres. Det er større gap mellom preferanser og realiteter hos unge (Løwe, 2001). Det viser seg at preferansemønsteret ikke har endret seg sammenlignet med tidligere generasjoner (Sandlie, 2008, s. 93–169).

3.6 Unges boligpreferanser

Flere unge i etableringsfasen blir boende i sentrum av de store byene lenger enn tidligere. Årsaken til dette er lenger utdanningsløp, det tar lengre tid å skaffe seg jobb og å etablere familie.

Preferanseundersøkelser viser at unge er kvalitetsbevisste og tradisjonelle i sine preferanser. På sikt er målet å bo i store, selveide boliger. Ruud deler boligtilbudet for unge inn i to grupper: (1) Små og kompakte boliger med beliggenhet i sentrumskjernen. Oftest de private utbyggerne som står for disse boligene. (2) Boliger av en viss størrelse, som er tilpasset unge som har etablert seg i parforhold. Disse kan også være egnet små familier. Disse boligene er plassert utenfor bykjernen eller i byenes omland, og har gunstige finansieringsordninger (Ruud, 2009).

Yngre som bor i sentrum har fått kallenavn “city-dwellers”, “city-slickers” eller “young urban professionals”. Dette gjenspeiler et behov om å bo i byen. Danske CEO på Fremforsk Jesper Bo Jensen trekker frem finanskrisen til en av hoveddriverne til at de yngre fortsatte å bo i sentrum også etter de hadde stiftet familie. Det var vanskelig å selge eierleiligheter, bankene lånte ikke ut penger, kravet til sikkerhet og inntekt var vanskelig å oppfylle. Derfor var det ingen annet alternativ enn å klemme seg sammen i to- eller treroms leiligheter. Det var nødvendig med kompakte boliger, og dette ble til slutt så trendy at trangten til plass, lys og luft ble stilt bakerst i køen og ble avskrevet som gammeldags (Jensen, 2017).

Jensen påpeker at yngre fortsatt ønsker å bo i sentrum etter de har fått barn, men at dette er for dyrt. I Danmark ser man tendenser til at høye boligpriser tvinger unge familier ut fra storbyene (Jensen, 2017, 2015). Det kan virke til at boligens størrelse og kvalitet er avgjørende, og veier tyngre enn nærhet til sentrum. De unge familiene gir heller opp beliggenhet til fordel for kvaliteten på huset.

Flertallet drømmer om et hus eller rekkehus med hage. De er særlig opptatt av at husets indre skal være av nyere dato. Flere yngre ønsker seg et nybygget hus Renoveringsprosjekter med store ombygninger er ikke noe de drømmer om. Det oppgis at boligen ikke bør være mindre enn 140 kvadratmeter. Stort kjøkken er fortsatt hjertet i familiens boligdrøm (Levinsen, 2015).

3.7 By- og boligpolitikk

Det er i dag stor politisk enighet om at fortetting rundt by- og tettsted er et viktig prinsipp for flere overordnede planer, både på lokalt og nasjonalt nivå. Bakgrunnen for en slik strategi er et ønske om en bærekraftig utvikling. Etter millenniumskiftet, ble flertallet av befolkningen urbane snarere enn landlige. Dette har ført til et ønske om sentrumsfortetting, bort fra byer laget for bilister, til et sentrum for de gående. Det blir nå et større ønske om å gå tilbake til den kompakte strukturen til byer i middelalderen med korte avstander, torg og markeder (Gehl, 2010, s. 9). Fortetting ikke er en ny tankegang. Under industrialismen førte riktignok dette til uheldige boforhold. En problematikk dagens planlegging må søke å unngå. Fortetting ses på som en god løsning i møte med dagens miljø- og klimaproblemer. Politisk er bærekraftig utvikling et globalt begrep, og innebærer at utviklingen av samfunnet skal imøtekomme både dagens og fremtidens behov uten å ødelegge mulighetene for generasjonene som kommer (FN, 2019).

Et stort fortettingsfokus fører med seg både negative og positive konsekvenser. Stort fortettingsfokus kan øke kostnadsnivået og dermed redusere muligheten til å skaffe bolig til anstendig pris i de mest sentrale strøkene. Sosioøkonomiske svake grupper presses ut av områder som opplever økt attraktivitet. Slik strategi skaper også trangere boforhold. Det positive med fortetting er at det øker tilgang til tjenester og offentlig transport, og transportbehovet reduseres (Millstein and Hofstad, 2017).

Ruud og Skogheim påpeker i sin rapport at for å skape levende sentrum, er det viktig at det bor folk i ulike alderssegmenter og livsfaser. De påpeker videre at det er flere utfordringer knyttet til boligbyggingen; hvem bygger man for, hvilke typer boliger, hvordan er boligprisene og kvaliteten på det som bygges. Dette avhenger i dag i stor grad av utbyggerne. I Norge varierer samspillet mellom kommunene og utbyggerne. Det krever en mentalitetsendring lokalt, og politisk vilje til å si nei til en utvikling som utarmer sentrumsområdene. Dette kan være både utbygging av kjøpesenter og boligbygging utenfor sentrumsområdene (Skogheim and Ruud, 2018). Grimsrud og Aure påpeker i sin studie om tilflyttingsarbeid i norske distriktskommuner at deres hovedinntrykk er at kommunene ofte har «alle» som målgruppe, samtidig som det legges stor vekt på barnefamilier og tilbakeflyttere. De mener det er behov for å spesifisere målgruppene bedre og inkludere flere målgrupper som unge single

og eldre mennesker (2013, s. 140). Barlindhaug et.al. påpeker i sin studie at ulike målgrupper har forskjellig motiv og behov. Her foreslås det å invitere aktuelle befolkningsgrupper inn i planleggingen slik at disse preferansene kan identifiseres (2012, s. 146).

3.7.1 Kommunens handlingsrom

Boligbyggingen er i stor grad markedsbasert, som medfører en usikkerhet rundt hvor prosjektene kommer. Dette virker følgelig inn på hvordan kommunene må planlegge og legge opp sine overordnede strategier (Barlindhaug et al., 2014, s. 32). Boligpolitisk arbeid fordeler seg mellom stat, kommune og private aktører. I Norges offentlige utregning om boligmarked og boligpolitikk, antydes det at boligpolitiske virkemidler kan bidra til mer effektivitet og er hensiktsmessig for oppnåelse av fordelingspolitiske mål (NOU, 2002, s. 60). De generelle virkemidlene til kommunen skal styre mot en høy og stabil boligproduksjon, kostnadsdemping og kvalitet i bolig/bomiljø (ibid 2002, s. 133).

Kommunenes handlingsrom utspiller seg i gitte juridiske og økonomiske rammer. Egen kompetanse og politisk engasjement kan også virke begrensende. Handlefrihet og virkemidler dannes i krysningen av internasjonale forpliktelser og statlige føringer (Barlindhaug et al., 2014, s. 7). Kommuner har ulike mål og ambisjoner i utbyggingspolitikken. De opererer med måltall for planlagt bygging etter befolkningsprognoser. Samtidig fremmer boligpolitikken gjerne sine ønsker rundt levekår og etableringsmuligheter for vanskeligstilte (ibid, s. 13). Kommunen må regulere, samt legge til rette for teknisk og sosial infrastruktur, for å gi boligproduksjonen rom til å følge etterspørsel og demografisk utvikling. Kommunen kan sette mål for hvor utbyggingen skal finne sted, og styre gjennom rammeverk for utnyttelsesgrader og rekkefølgebestemmelser (ibid, s. 25).

Statlige føringer er som nevnt et overordnet holdepunkt for kommunens politikk og utbygging. I 2015 kom regjeringen med en strategi for boligmarkedet der de la vekt på en mer effektiv tilbudsside og en bærekraftig utvikling i boligpriser og gjeld. Tiltakene virket, økt tilbud av bolig dempet prisveksten og boliglånsforskriften bidro til at færre husholdninger tok opp stor gjeld sett opp mot inntekt. I 2018 ble denne strategien fornyet. I den oppdaterte boligstrategien legger regjeringen frem ønsker om en tryggere bolighandel, bedre bomiljø og mer effektive byggeprosesser. Videreført er også ønsket om mer bærekraftig utvikling av husholdningenes gjeld, samt flere pågående prosesser som skal lede til et mer velfungerende boligmarked (Regjeringen, 2018).

4.0 Caseområdet

I denne kapittelet vil vi introdusere vårt valgte studieområde, Kristiansand. Hensikten er å gi nødvendig kjennskap til området. Vi ønsker å gi en innføring i boligpolitikken, boligmarkedet og boligpreferansene i området. Siden kommunen ønsker å ha en mangfoldig by, der både eldre, unge og familier bor i sentrum, er det viktig å utforske hvordan kommunens planer påvirker de politiske beslutningene.

4.1 Kristiansand Kommune

Kristiansand kommune ligger i Norges sørligste fylke, Vest-Agder. Stedet har både nasjonale og internasjonale forbindelser, som gjør området til et stort transportknutepunkt. Jernbaneforbindelsen strekker til øst og vest. Både E18 og E39 gir gode veiforbindelser til Kvadraturen i sentrum og byens omland. I sentrum ligger også en av Norges største havner. I Kjevik, nordøst for byen, ligger flyplassen. Kristiansand er et viktig knutepunkt og landsdelssenter i Agder, med viktige funksjoner og virksomheter (Thorsnæs et al., 2018).

Kommunesammenslåing er et kjent tema for området. I 1921 ble Lund innlemmet i Kristiansand, og i 1965 ble Oddernes, Randesund og Tveit også inkorporert slik at det dannet en storkommune (Breen, 1991, s. 16). I vest grenser Kristiansand til kommunene Søgne og Songdalen, som gjennom regjeringen Solbergs kommunereform er vedtatt å bli føyd sammen til ny storkommune (Thorsnæs et al., 2018). De tre kommunene hadde i 2018 et samlet innbyggertall på 109 438, og Kristiansand er Norges femte største by. Nye Kristiansand kommune vil danne et fastlandsareal på 518 km², med et spenn på 50 kilometer fra ytterpunkt i øst til vest. Skjærgården og fylkets lengste kystlinje vil være karakteristisk for den nye kommunen (Kristiansand kommune, 2018a). Den nye storkommunen skriver i forslag til nytt planprogram at de vil få en ny senterstruktur, der Nodeland og Tangvall skal være sterke sentra vest for Kvadraturen (Kristiansand Kommune, 2019, s. 19). Med kommunesammenslåingen vil sentrumsstrukturen for Kristiansand trekkes mer mot vest, som videre forsterkes ved bygging av ny E39. Denne vil bidra til at man kan kjøre fra Kristiansand til Mandal på omlag 20 minutter (Henden, 2018)

Ifølge kommunen selv har byen Kristiansand mangfoldig aktivitet i næring og industri. De har attraktive arbeidsplasser, kompetent arbeidskraft og verdensledende bedrifter. Kultur- og utdanningstilbudet er høyt. Det er et område som inneholder en betydelig del av verdiskapningen på Sørlandet, gjennom sitt varierte næringsliv innen olje, gass og energi. I tillegg til dette er Kristiansand kjent som en miljøby. Kommunen tilrettelegger godt for sykkelbruk, avfallshåndtering, offentlig

kommunikasjon, klimatiltak og fokuserer i sine planer på bærekraftig utvikling (Kristiansand kommune, 2018b).

Kristiansand er kjent for sin sørlandsidyll med nærhet til havet og trehusene i posebyen. Byen har bystrand, gode shoppingmuligheter samt kafè-, restaurant- og utelivstilbud. Sentrum har relativt flatt landskap, som gjør det godt egnet med sykkel og gange. Alt er lagt til rette for et attraktivt sentrum, for både unge og gamle. Kvadraturen har den høyeste gjennomsnittsalderen av de 19 delområdene i Kristiansand kommune, med et snitt på 44,8 år (Kristiansand kommune, 2015). Fokuset på sentrumsfortetting i og rundt Kvadraturen baserer seg på målet om dobling av innbyggertallet i sentrum. Nå arbeider Kristiansand, etter modell fra Oslo, med en strategi som gjør det lettere å bygge boliger i byen, og samtidig oppgradere felles byrom (Damsgaard, 2016).

4.2 Boligpolitikk

Kvadraturen er kommunesenter i Kristiansand Kommune, og landsdelssenter for Sørlandet (Vaf, 2010). I århundrer var Kristiansand konsentrert rundt bykjernen som ble etablert i år 1642. På dette tidspunktet bodde alle innenfor kvadraturen. Fra 1948 startet utflyttingen og på 1960-tallet vokste byen i øst og vest. Spredt bebyggelse gjorde at veien til skoler og sentrumsfunksjoner ble lang og bilen ble viktig for Kristiansands innbyggere (Damsgaard, 2016). Dette har ført til en politisk snuoperasjon, der kommunen heller fokuserer på byvekst med kvalitet. De ønsker en «kompakt by med urbane kvaliteter, attraktive bydeler og klimavennlig transport». For å oppnå dette ønsker de å prioritere høy arealutnyttelse i sentrumsområder og nært knutepunkter for kollektivtransport. Funksjonene innbyggerne trenger i hverdagen skal ligge i gange- og sykkelavstand. Det skal fortettes med høy arkitektonisk kvalitet, og skapes byliv gjennom et rikt kulturliv og gode kommunale tilbud. Det forventes en eldrebølge i kommunen, noe som gjør at kommunen ønsker å styrke sin rolle i bolig- og byutviklingen. De ønsker å ta i bruk innovative transportløsninger, for å kunne oppnå sitt 0-vekst-mål. Målet tilsier at det skal være null vekst i personbiltrafikken i årene som kommer (Kristiansand kommune, 2018c, s. 14–15). Videre ønskes det at «innbyggerne lever i mangfoldige nærmiljø». Dette skal de oppnå ved å legge til rette for levende sentre, sikre sammensatte bomiljø med god alderssammensetning. Det er viktig at de vanskeligstilte i boligmarkedet blir inkludert. Det skal skapes trygge og gode byrom med møteplasser som gir økt utfoldelse, aktivitet og sosiale fellesskap på tvers av alder, livssyn og etnisk bakgrunn (Kristiansand kommune, 2018c).

Fortetting med høy utnyttelse i sentrale bystrøk, rundt bydelssentre, metroakse og i knutepunkt skal prioriteres. Dette skjer i kombinasjon med en videre forsiktig og konsentrert feltutbygging. God

kollektiv dekning, gang- og sykkelveitilbud skal tilrettelegges i disse områdene. Dette bidrar til å minske arealforbruk og transportbehov (Kristiansand kommune, 2017a). Det skal være variasjon og mangfold i hva som tilbys, herunder til lokalisering, eie- og leieform, boligtype, dyre og rimeligere boliger i alle boområdene. Vanskeligstilte med spesielle behov skal ha mulighet til å etablere seg i alle bydeler, gjennom sosial boligbygging. Dersom boligbehovet endres skal man ha muligheten til å bli boende i samme område (Kristiansand kommune, 2018c, s. 2).

Det kan være en utfordring å ivareta en politikk med «kjøpers marked», variasjon og mangfoldig tilbud på markedet, og samtidig hindre at boligbyggingen spres. En spredt bebyggelse er lite bærekraftig. Kommunens politikk er ment å legge til rette for at 700-800 nye enheter bygges hvert år, og over 80% av boligbyggingen i årene fremover vil skje i privat regi. Dersom målene skal nås må kommunen ha en aktiv rolle i områdets boligmarked (Kristiansand kommune, 2018c, s. 9).

<i>Alder</i>	<i>Antall respondenter</i>
<i>Under 30 år</i>	403
<i>30-44 år</i>	705
<i>45-59 år</i>	739
<i>Over 60 år</i>	615

Tabell 1: Aldersfordeling i Kommunens undersøkelse

Vinteren 2018 foretok Kantar TNS en undersøkelse. Formålet var å finne ut hvordan og hvor det burde tilrettelegges for boliger ut fra et helhetlig perspektiv. Innbyggernes preferanser, kommunens arealstrategi og den kommende eldrebølgen var viktige parametere. Undersøkelsen ble sendt ut til 21081 personer. 12 prosent svarte, som tilsier en respondentgruppe på totalt 2462. Det er overvekt av respondenter over 30 år. Det er få unge som har svart på undersøkelsen, se tabell 1 (Hindenes, 2018, s. 5).

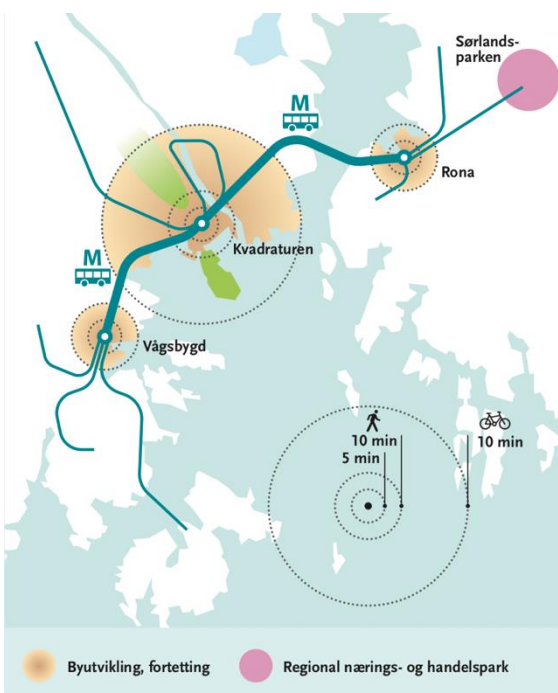
Det viser seg at frittstående enebolig er foretrukket boform, med 47 prosent. På andre plass kom leilighet, med 34 prosent. Når de sammenlignet disse svarene med en liknende undersøkelse fra 2014 viste det seg at stadig flere ønsker seg leilighet. Dette underbygger kommunens satsning på leiligheter (Kristiansand kommune, 2017b, s. 10-11).

Befolkningen ønsket å bo nært natur og i områder med lite støy. Likevel viste det seg at de viktigste funksjonene å ha i nærheten av sin bolig var (1) kollektivtilbud, (2) kafé og (3) treningsstudio (Hindenes, 2018, s. 9). Det viser seg at folk kan akseptere relativt lang reisevei til jobb og skole, men ikke til dagligvarebutikk. Spesielt de eldre aldersgruppene ønsker kort vei til matbutikk, mens de som er under 30 år kunne akseptere lengre reisevei (ibid 2018, s. 44 og 46). Når det gjelder å bo i Kvadraturen var det delte meninger. Totalt sett ønsket ikke respondentene å bo i selve Kvadraturen. Når de ble stilt overfor dilemmaet «bosted i Kvadraturen på tross av kostnader» var hele 57 prosent

negative til dette. Respondentene under 30 og de mellom 45-59 år var noe mer positive enn de andre aldersgruppene.

Av respondentene under 30 år, var 39 prosent leietakere og 32 prosent eier egen bolig. Andelen på leiemarkedet er synkende med stigende alder (Hindenes, 2018, s. 14). Når det gjelder pris på bolig, er flesteparten villig til å betale mellom 3-5 millioner. De under 30 år hadde en langt lavere betalingsvillighet (ibid, s. 42).

4.2.1 Fortettingsstrategi



Kart 1: Prinsippkisse for areal- og transportsystem i Kristiansand (Kristiansand Kommune, 2017a, s. 12)

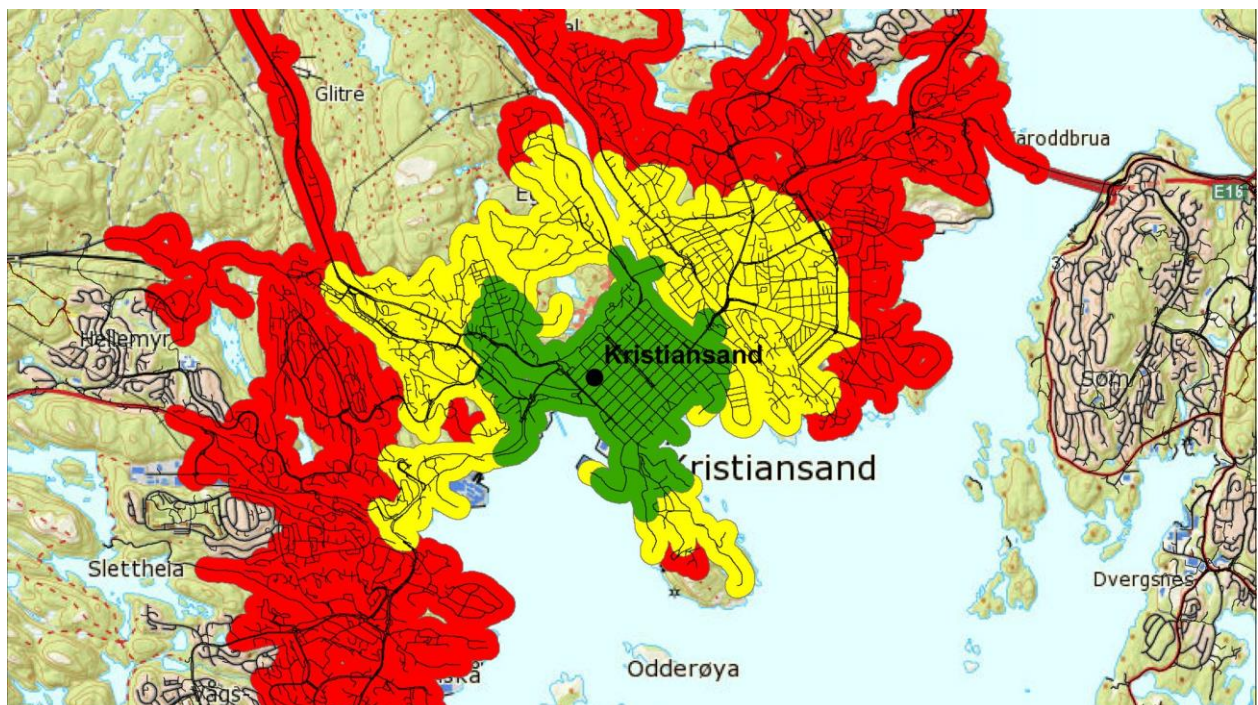
Fortettingen skal ifølge kommunen skje i og rundt Kvadraturen. Andre fokusområder for fortetting og utvikling er Rona og Vågsbygd. Bosetting i Kvadraturen skal gjøres attraktiv for barnefamilier. Begrepet 10-minuttersbyen brukes i planarbeidet og er et bilde på et flerfunksjonelt nærmiljø med korte gangavstander (Kristiansand kommune, 2018c, s. 16). Etter kommunesammenslåingen vil Nodeland og Tangvall også bli en del av fortettingsstrategien i den polysentriske utviklingen av nye Kristiansand. Kristiansand, som de fleste andre steder, vil møte utfordringer gjennom de globale megatrendene. Problemene knytter seg særlig opp mot eldrebølge og aldersbæreevne. Ønsket er at flere i de største byområdene skal ta kollektivtransport, sykkel og gange (Kristiansand kommune, 2017a). Transportøkonomiske institutt, TØI, har analysert effekten av

knutepunktsfortetting i Bergen, Kristiansand og Oslo. Funnene deres indikerer at det kan lønne seg med høy knutepunktsfortetting i Kristiansand. Ved å fokusere på fortetting av viktige knutepunkter bruker de som bor i området bilen mindre. Deres klare anbefaling til kommunen var at «knutepunkter bør utvikles med relativt høy tetthet» (gjengitt i Kristiansand kommune, 2018c, s. 13).

I 1916 bodde det drøye 15.000 mennesker i Kvadraturen, mens i dag er innbyggertallet 7.400 i samme område. Målet er at dette igjen skal øke til 15.000 (Damsgaard, 2016; Kristiansand kommune, 2018c). Dette er en stor økning i innbyggertallet, på et areal som allerede er begrenset. Ordfører Harald Fure påpeker at byen har vært en miljøby i 25 år, der de har renset Otra og byens gater. «Det er på tide å bli en mer klimavennlig by», en mer kompakt by (Damsgaard, 2016).

4.2.2 Kristiansand som sykkelby

Det er spesielt de korte avstandene i Kristiansand som gjør kommunen til en god sykkelby. Dette kommer frem i en undersøkelse utført av UA, Urban Analyse. UA er et kompetansesenter for bærekraftig by- og kollektivtransport. Undersøkelsen tar for seg byene Oslo, Bergen, Stavanger/Sandnes og Kristiansand. Rapporten viser at det sykles mest i Kristiansand og Stavanger, og mindre i Oslo og Bergen. Kristiansand stakk av med førsteplassen og har størst sykkelaktivitet per uke. Over 50% av alle syklende sykler mellom 0-15 min. I de andre byene er det flere som sykler lengre avstander. Hele 70 prosent er svært fornøyd med sykkelforholdene i Kristiansand (Loftsgarden et al., 2015).



Kart 2: Viser områder av sykkelveinettet som er dårligst utbygget, laget av Asplan Viak fremstilt i Fædrelandsvennen.

Det viser seg at omlag 45.794 innbyggere i Kristiansand har mulighet til å sykle til sentrum på under 20 minutter. Kartet viser at områdene rundt og i nærheten av Kvadraturen har et relativt godt utviklet sykkelveinett. Grønn sone viser de som har 5 minutters sykkelvei til kvadraturen. I gul sone tar sykkelturen maks ti minutter, mens i rød sone tar det over 20 minutter til Kvadraturen (Vegge, 2012a).

Selv om Kristiansand er den byen i Norge med størst sykkelaktivitet og de mest fornøyd syklistene, skjer kun ni prosent av alle reiser på sykkel, og 63 prosent blir gjort med bil. «*Dette gjør oss til den beste storbyen i Norge når det gjelder sykling, men også en av de verste når det gjelder bilbruk*»

påpeker Bjørne Jortveit, samferdselsrådgiver ved by og samfunnsenheten i Kristiansand Kommune (Vegge, 2012b). Mye bilbruk ble begrunnet med store avstander til aktiviteter og sentrumsfunksjoner, som gjorde bilen til enkleste transportmiddel (Loftsgarden et al., 2015).

4.2.3 Unge i Kristiansand

I Kommuneplanens samfunnsdel fremheves et ønske om å videreutvikle Kristiansand som studentby (Kristiansand kommune, 2017a, s. 9). For å styrke omdømmet som en attraktiv studentby er samspillet mellom universitetet og studentene viktig. Dette kan gi ringvirkninger i næringsliv og sivilsamfunnet (2017a, s. 5). Kommende satsning vil legge vekt på universitetsaksen og en fortetting rundt Lund torv. Det skal satses på en sammenbinding mellom universitetsaksen og Kvadraturen (Kristiansand kommune, 2018c). Sammensatte bomiljøer med god alderssammensetning og inkludering av vanskeligstilte, skal sikre et mangfoldig nærmiljø (2017, s. 11).

Kommunen har hatt en ordning for unge, kalt 1.BO, der et lån kunne innvilges mot spesifikke vilkår satt av kommunen. Lånet kunne oppfattes som egenkapital når man søkte om annen finansiering. Denne løsningen skal ikke videreføres, grunnet de nye lånereglene (Kristiansand kommune, 2018c, s. 8, 40). Kommuneplanen fokuserer på tilrettelegging for de eldre i boligutviklingen. De skriver i sitt boligprogram at valgt sammensetning av boligstørrelser vil innvirke på hvilke befolkningsgrupper som etablerer seg i de ulike bydelene. De peker blant annet på viktigheten av å etablere små enheter for å ivareta de yngre, såkalte studenthybler. Kommunen ser for seg ca. 280 enheter, helst lokaliseres på Lund, Gimle og aksene mot Kvadraturen (ibid, s. 63). Kommunen tar allerede her en antakelse om at unge trenger og ønsker studenthybler, selv om boligundersøkelsen i liten grad har fokusert på denne aldergruppen, se tabell 1 i punkt 4.2.

4.3 Boligmarkedet

I Kristiansand domineres boligmassen av eneboliger, tomannsboliger og småhus. Kristiansand har en betydelig større andel slike boliger, dersom man sammenligner med andre store byer i Norge. Kommunen tror bakgrunnen for dette kan ligge i en lang tradisjon for enebolig og stor andel selveiere (Kristiansand kommune, 2018c, s. 19). Til tross for stor andel eneboliger og småhus, har det mellom 2016 og 2017 vært en økt variasjon i boligbyggingen. Spesielt mange leiligheter har blitt bygget i dette tidsrommet. Hovedvekten av disse leilighetsbyggene har blitt utviklet innenfor Kvadraturen/Lund, sentrale deler av Vågsbygd og Randesund (ibid, s. 20). Selveier er den dominerende eierformen i

Kristiansand. I boligundersøkelsen kommunen utførte i 2018 viser det seg at 67 prosent eier sin egen bolig (Hindenes, 2018, s. 12). I Kristiansand ser trenden ut til å gå i en retning hvor flere velger leilighet fremfor enebolig, da disse omsettes raskere. Som i andre byer er det også områder som er mer populære enn andre, og prispresset er nok merkbart for førstegangskjøpere som ønsker seg til sentrum (Skorve, 2018).

Boligprisene i Norge har steget vesentlig i forhold til konsumprisindeksen og lønningene. Kristiansand har hatt flatere og lavere vekst i boligprisene sett i forhold til sammenlignbare områder. Prisnivået ligger dermed lavere enn i de andre store norske byene (Kristiansand kommune, 2018c, s. 38).

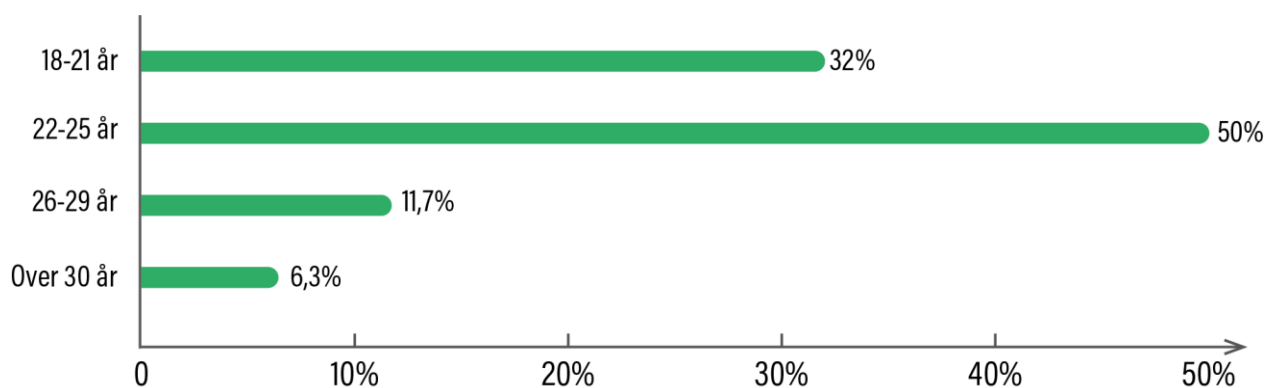
Kristiansand har hatt en moderat boligprisvekst på 3,3 prosent det siste året, sammenlignet med 3,6 prosent på landsbasis. Gjennomsnittlig kvadratmeterpris i Kristiansand er 28 541 kroner ifølge Eiendom Norges årlige rapport på boligprisstatistikk. For å sette det i sammenheng er tallet for Norge som helhet 42 253 kroner og for Oslo hele 69 852 kroner per kvadratmeter (Eiendom Norge, 2019).

Omsetningstiden på boliger i Kristiansand er mye lenger enn i resten av landet (Kristiansand kommune, 2018c, s. 38). Ifølge statistikken selges 6 av 10 boliger i Kristiansand under prisantydning. I motsetning til Oslo har Kristiansand en bedre balanse mellom tilbud og etterspørsel, boligbyggingen her har vært høy og klart å følge befolkningsveksten i området (Skorve, 2018). Ved et søk på finn.no (per. 20.02.19) er det 1006 enheter ute for salg der godt over halvparten var nyboligprosjekter. Dette tilsier stor stabilitet både i brukt- og nyboligmarkedet.

5.0 Undersøkelser

I denne delen presenteres svarene vi innhentet i spørreundersøkelsen og intervjuene. Innledningsvis presenteres spørreundersøkelsen der vi trekker frem funnene. Det ble gjennomført en spørreundersøkelse i mars 2019, som var rettet mot unge i Kristiansandsområdet som enten er eller snart skal inn på boligmarkedet. Hensikten med undersøkelsen var å undersøke hvilke boligpreferanser de unge har og hvilke kvaliteter de vektlegger i en bolig. Til slutt presenteres intervjuene vi holdt for å undersøke hvordan unges boligpreferanser oppfattes av markedet.

5.1 Presentasjon av spørreundersøkelse

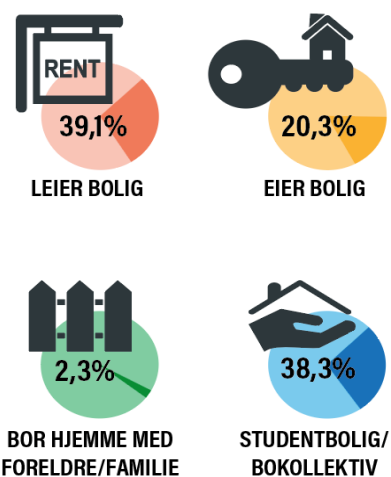


Figur 12: Aldersfordeling

Det var 128 respondenter som svarte på undersøkelsen.

Kjønnsfordelingen var noe ujevn, med 64 prosent kvinner og 36 prosent menn. 82 prosent av respondentene var mellom 18-25 år, og 18 prosent var eldre enn dette. Se figur 12.

De fleste respondentene hadde flyttet ut fra foreldrehjemmet. Kun 2,3 prosent bodde hjemme hos sin familie. De fleste var på leiemarkedet ved typiske leieforhold eller i studentboliger/bofelleskap. 20,3 prosent var eiere av egen bolig. Se figur 13. På spørsmål om når de så for seg å kjøpe egen bolig svarte 47 prosent at de ønsker å eie egen bolig innen fem år. 2,3 prosent leter aktivt etter bolig på undersøkelsestidspunktet, og 15,6 prosent ser for seg å kjøpe innen 10 år. Det var nesten ingen som så for seg å ikke kjøpe bolig i fremtiden.

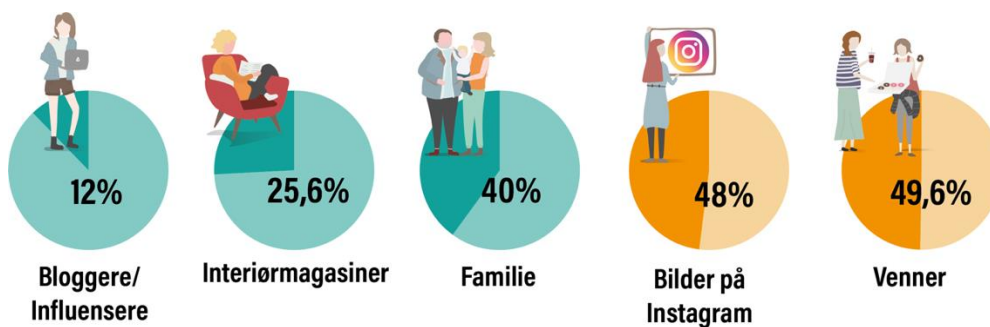


Figur 13: Boformer

De som eier egen bolig er i stor grad respondenter i gruppene 26-29 år (47%) og de over 30 år (75%). Veldig få av de mellom 18-21 eier bolig, kun 2 prosent. 60 prosent av denne aldersgruppen oppgir at de skal kjøpe bolig innen 5 år. 30 prosent ser for seg å kjøpe om 10 år. Blant 22-25 åringene skal halvparten kjøpe seg bolig innen 5 år (47%), og 22 prosent innen 1-2 år. Det viser seg at eierprosenten stiger med alderen da det i sistnevnte aldersgruppe er 17 prosent som eier bolig.

5.1.1 Informasjon og inspirasjon til bolig

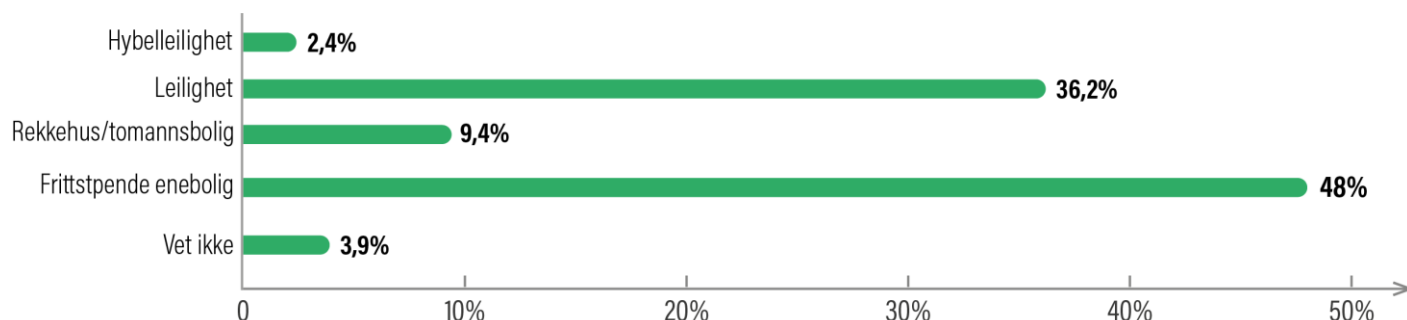
Alle respondentene benytter seg av sosiale medier som Instagram, Snapchat eller Facebook, på daglig basis. Hele 79,5 prosent bruker dette opptil flere ganger om dagen. Når de unge skal hente informasjon om bolig og boligmarkedet går de direkte til kilden, og oppsøker sider som finn.no. Hele 72,4 prosent sjekker hva som tilbys, mens 37 prosent bruker søkermonitoren Google. De unge henvender seg også til sitt private nettverk. 54,3 prosent ønsker å snakke med venner eller familie. Noen få oppsøker bloggere som skriver om bolig og interiørtrender (2,4%). Det samme gjelder for kommunens planer der 2,4 prosent oppsøker dette.



Figur 14: Inspirasjonskilder til interiør og design av boligen

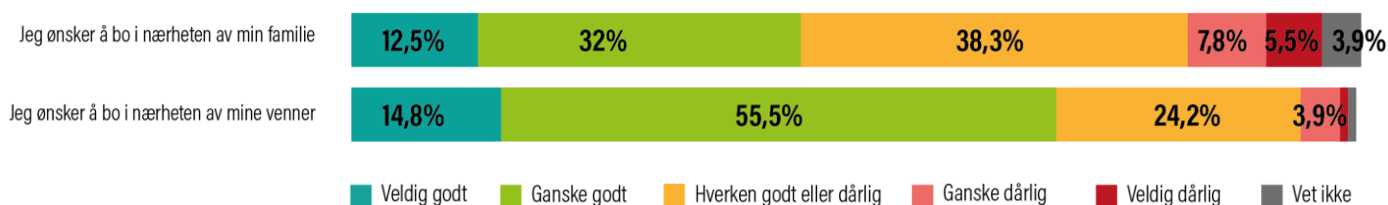
Ved spørsmål om hvem som inspirerte dem for hvordan boligen skal se ut var det delte meninger. 37,6 prosent benyttet seg av bloggere/influensere eller interiørmagasiner. 40 prosent brukte familien sin som inspirasjonskilde. Det står relativt likt mellom inspirasjonsbilder på Instagram og det å se på venners bolig. Venner ser ut til å være den viktigste inspirasjonskilden når det kommer til hvordan boligen skal se ut. Se figur 14.

5.1.2 Boligtype og preferanser



Figur 15: Foretrukket boligtype

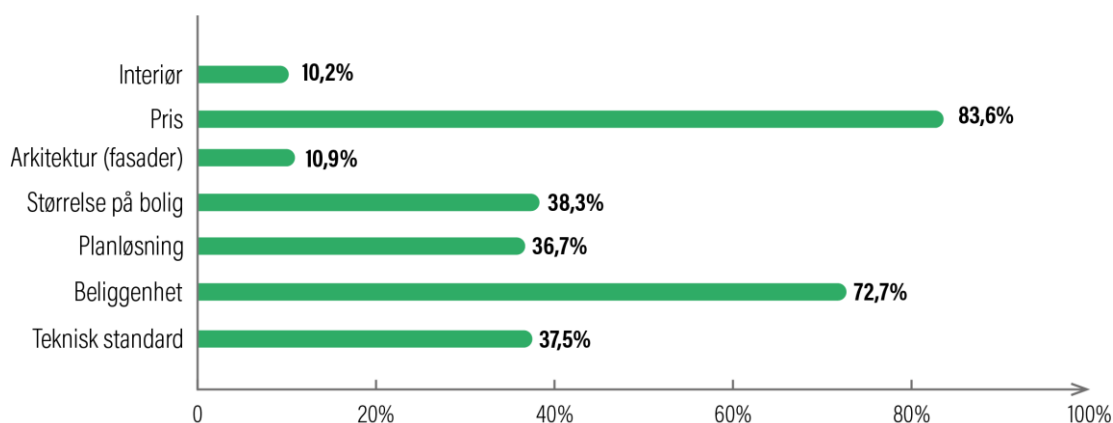
Vi ønsket å finne ut av hvilken boligtype de unge foretrakk dersom de så for seg at det hadde vært aktuelt å kjøpe bolig i dag. Den mest populære boligtypen var enebolig (48%). Likevel var det 36 prosent som ønsket å kjøpe leilighet. Hybelleilighet var den minst foretrukne boligtypen (2,4%). De unge ønsker leilighet fremfor rekkehus/tomannsbolig, som kun 9,4 prosent hadde som foretrukket boform. Se figur 15. Når vi nå har utforsket hvilke boligtyper de ønsket seg var det viktig for oss å videre utforske hvilke andre parametere som var viktig for unges boligpreferanser.



Figur 16: Påstander om å bo i nærheten av familie eller venner

Vi ønsket å undersøke om det var nærhet til venner eller familie som var viktigst. Figur 16 viser at nærhet til venner er mer ønskelig enn nærhet til familie. Totalt 70 prosent ønsket å bo i nærhet av venner og mente påstanden passet godt. 44,5 prosent mente at familie var viktig å ha i nærheten. Veldig få var uenige i disse påstanden.

5.1.3 Boligkvaliteter



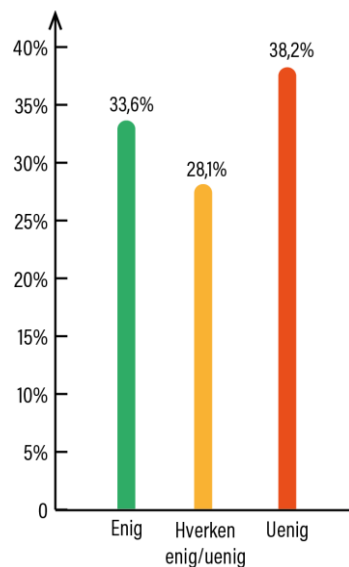
Figur 17: Viktige boligkvaliteter/boligfaktorer

Vi var interessert i å finne ut hvilke faktorer som er viktige når respondentene ser for seg sin fremtidige bolig. Her fikk respondentene velge ut tre faktorer som de mente var viktigst for dem. De som utpekte seg var ikke overraskende pris (83,6%) og beliggenhet (72,7%), se figur 17. Det er jevnt mellom størrelse på bolig, planløsning og teknisk standard. Størrelse på bolig vektet noe høyere enn de andre, men alle kan anses å være viktige momenter. Arkitektur og stilig interiør kommer nederst på preferanselisten. Vi ønsket allikevel å undersøke hvorvidt boligstyling og interiør var viktigere når de unge må ta stilling til ulike påstander. Av de som ønsket seg enebolig var de tre viktigste faktorene pris (84%), beliggenhet (75%) og teknisk standard (39%). De som foretrakk leilighet hadde lignende ønsker, og prioriterte pris (85) og beliggenhet (70%). Teknisk standard ble ikke i like stor grad valgt av denne gruppen. Disse vektla i større grad boligens størrelse (41%) og planløsning (39%).



Figur 18: Påstand om boligstyling og interiør

Det viste seg at selv om interiør var lite viktig når de skulle velge de tre viktigste faktorene ved bolig, se figur 18, var 66 prosent interessert i boligstyling og interiør, se figur 18. Det var en klar overvekt av de som var opptatt av dette, kontra de som ikke var interessert.



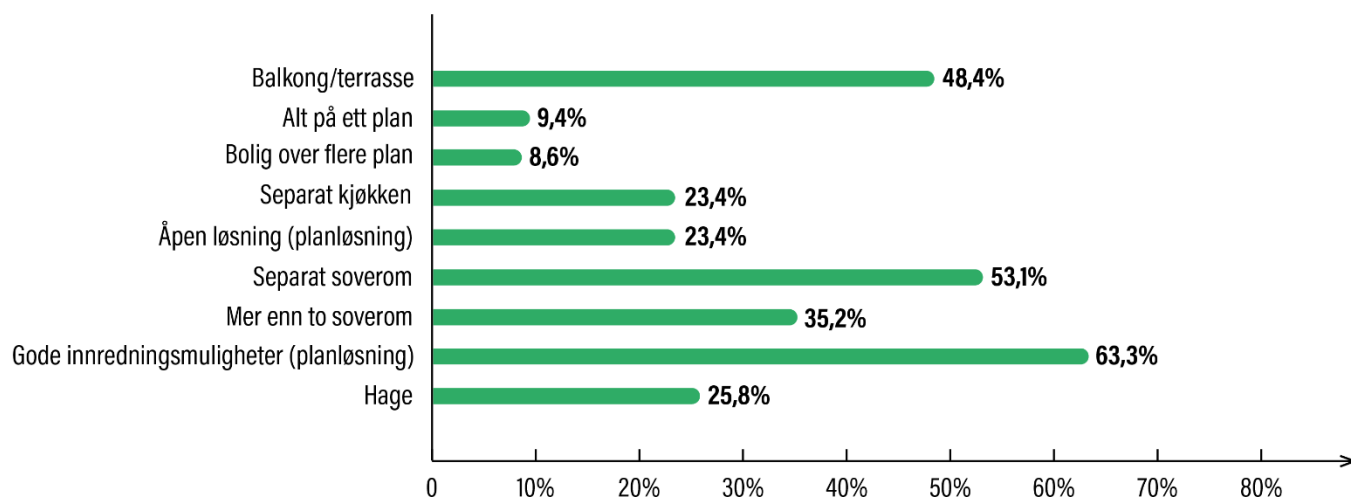
Figur 19: Dilemma ofre størrelse til fordel for at boligen skal se stilig ut

Vi ønsket å utdype dette. Derfor ble de stilt overfor et dilemma, «jeg ønsker at boligen min skal se stilig ut, og ofrer størrelse til fordel for kult interiør». Her var det delte meninger, der en liten overvekt ikke var villige til å ofre størrelse. 32 prosent var uenig i påstanden, 28 prosent var hverken enig eller uenig, 33,6 var villige til å ofre størrelse for kult interiør, se figur 19.



Figur 20: Påstand om teknisk standard

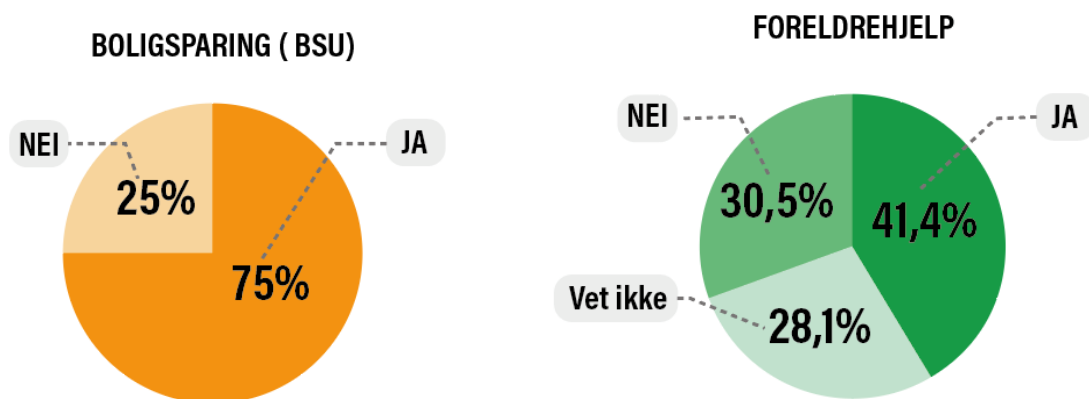
Respondentene var også opptatt av at boligen er ny og av god teknisk standard. Veldig få er svært imot dette, men det bør merkes at prisdiskusjon var utelatt i sammenhengen. Se figur 20. I undersøkelsen ønsket vi å identifisere de viktigste faktorene vedrørende boligens utforming. Respondentene måtte velge de tre viktigste. Dette gjorde at de måtte ta konkrete avveielser rettet mot ønskede boligkvaliteter. De tre fasilitetene som skiller seg ut er (1) gode innredningsmuligheter, 63 prosent. (2) Tett etterfulgt av separat soverom, 53 prosent. (3) Balkong eller terrasse er også en viktig kvalitet for de unge, balkong vektet høyere enn hage. Videre er det interessant å se at separat kjøkken og åpen løsning vektet identisk av de unge (23,4%). 35 prosent mener det er viktig å ha mer enn to soverom. Om boligen har alt på ett plan eller er over flere etasjer er ikke noe som har blitt vektet. Se figur 21.



Figur 21: Foretrukne boligfasiliteter

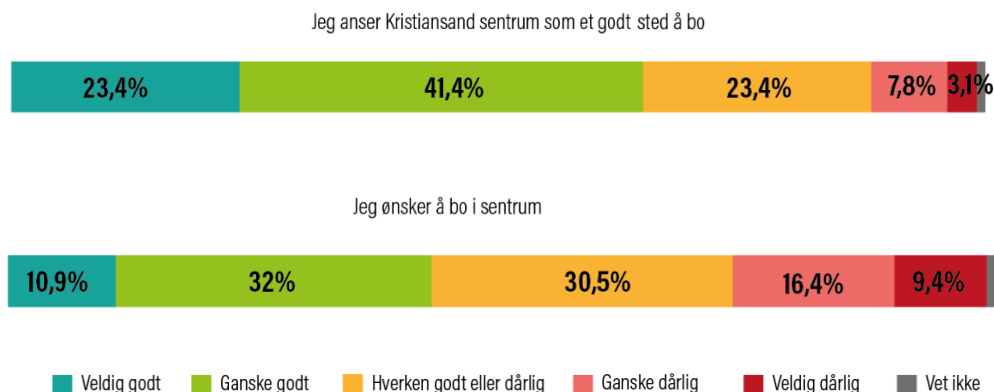
5.1.4 Pris og økonomi

Mange av de unge (62%) synes boligene de ønsker seg er for dyre. I forbindelse med dette var det interessant å identifisere hvorvidt de unge hadde begynt å spare til bolig. 75 prosent oppgir at de sparer til bolig, kun 25 prosent sparer ikke penger øremerket bolig, se figur 22. 41,4 prosent av de spurte får foreldrehjelp ved boligkjøp, mens 30 prosent får ikke dette, se figur 21. I figur 14 så vi at omlag 20 prosent eide egen bolig. Av disse fikk 60 prosent foreldrehjelp. Det har ikke blitt spurt i hvilken grad de fikk hjelp av sine foreldre.



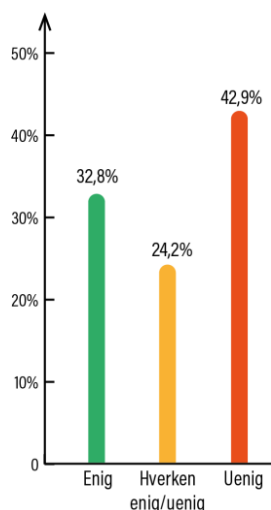
Figur 22: Unges boligsparing og foreldrehjelp til boligkjøp

5.1.5 Om Kristiansand og lokasjon

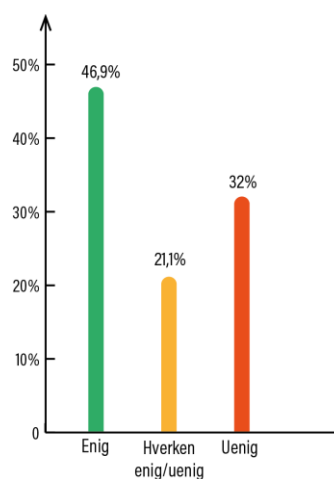


Figur 23: Sentrum som bosted

Vi spurte respondentene hvordan de anser Kristiansand sentrum, og hvorvidt de mente det er et godt sted å bo. Dette er et ganske åpent spørsmål der vi ikke nevner Kvadraturen, men kaller det sentrum. Her mener omlag 65 prosent at sentrum er et godt sted å bo, se figur 23. Fåtalet stiller seg kritiske til denne påstanden. Vi ønsket å spørre mer direkte om de virkelig ønsket å bo i sentrum. Respondentene var fortsatt positive, men ikke i like stor grad som på forrige spørsmål. 30,5 prosent var usikre på om de ønsket å bo i sentrum eller ikke. En større prosentandel ønsker ikke å bo i Kristiansand sentrum (25,8%). Vi la ingen føringer for hva sentrum var, respondenten måtte selv definere.



Figur 25: Dilemma "jeg vil bo i sentrum, selv om jeg får mindre leilighet for penger"



Figur 24: Dilemma "jeg vil ikke bo i sentrum, selv om jeg får lengre vei til aktiviteter og uteliv"

Konkrete dilemmaer ble stilt for å undersøke hvorvidt respondentene ønsket å bo i sentrum eller ikke. Første dilemma var «jeg ønsker å bo i sentrum selv om jeg får mindre leilighet for pengene», kan ses i figur 24. Flesteparten ønsker ikke at sentrumsnærhet skal gå på bekostning av størrelse. 43 prosent er dermed ikke villige til å bo i mindre hus/leilighet for å bo i sentrum. 24 prosent har ingen klar holdning til dette. 33 prosent ønsker å bo i sentrum og er villig til å bo på mindre areal. Av de som ønsket å kjøpe enebolig var de konsekvente i sitt svar på dette dilemmaet. De var i hovedsak uenig, 54,3 prosent ønsket ikke å bo i sentrum på mindre areal. De som ville kjøpe leilighet var også svært bevisste når de svarte på dilemmaet. 52,1 prosent var enig og kunne ta til takke med mindre leilighet mot å få sentrumsnærhet.

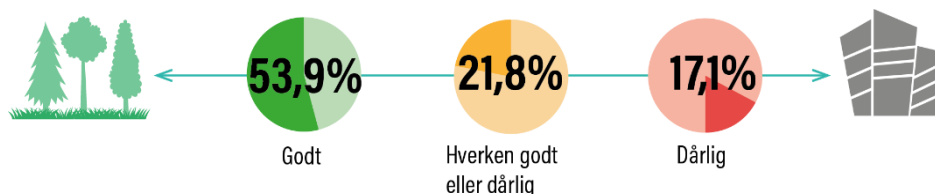
I neste dilemmaet måtte de ta stilling til «jeg vil ikke bo i sentrum, selv om jeg får lengre vei til aktiviteter og uteliv». Spørsmålet ønsker å utforske hvorvidt lang vei til det «urbane» liv gjør det mindre attraktivt å bo langt fra sentrum. I figur 26 kan det observeres at 47 prosent mente at avstand til aktiviteter og uteliv ikke hadde stor betydning. Disse ønsket ikke å bo i sentrum. 32 prosent var uenige og ønsket ikke å bo langt fra sentrum. Av de som ønsket frittstående enebolig var 54 prosent enig i påstanden. De ønsket ikke bo i sentrum. De som ville kjøpt leilighet var noe mer splittet på dette spørsmålet. Her var 41,3% enig, og ønsket ikke å bo i sentrum selv om de fikk lengre reisevei til aktiviteter og uteliv. 45,6 prosent var uenig og ønsket dermed å bo i sentrum.

Omtrent halvparten av respondentene synes leilighetskompleksene som bygges i Kristiansand i dag er etter deres smak. 20,3 prosent synes det bygges hverken gode eller dårlige leilighetskomplekser. Totalt 12,5 prosent liker ikke kompleksene som bygges. 18 prosent vet ikke, og har ikke gjort seg opp en mening om dette spørsmålet. Her ga vi ingen spesifikasjoner på utbyggingsprosjekter. Det var opp til respondenten selv å ta en helhetlig evaluering av det som bygges.



Figur 26: Tilbøyelighet for å droppe bil dersom man bor sentrumsnært

Vi ønsket å se på hvor villige de unge var til å gi slipp på bilen dersom de bosetter seg i sentrum. Det viser seg at hele 68 prosent ønsket å droppe bil til fordel for mer miljøvennlig transport dersom de bodde nært sentrum, se figur 26. Kun 15,6 prosent var helt imot dette. Av de som svarte at de ønsket enebolig svarte 57 prosent at de kunne gi slipp på bilen. Av de som ønsket leilighet svarte 80 prosent at de kunne kvitte seg med bilen.



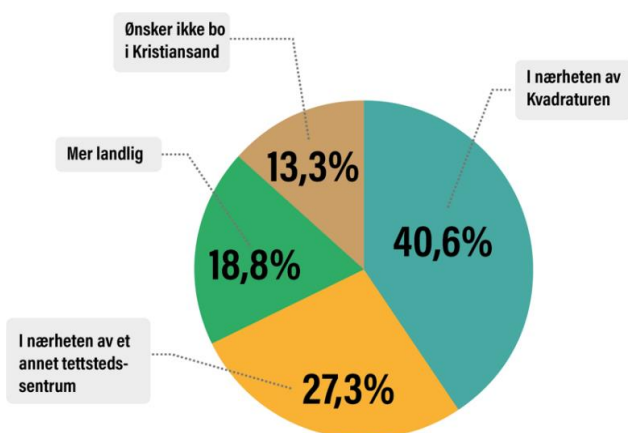
Figur 27: Tilbøyelighet for natur- eller bynærhet

Over halvparten hadde et ønske om nærhet til naturområder, se figur 28. Nærheten til natur kan dermed anses å være en viktig faktor. 17 prosent ønsket ikke å bo i eller nært naturområder, og var spesifikke på at de ønsket å bo i sentrum.



Figur 28: Viktighet av områdets omdømme

Det viser seg at for unge i Kristiansand er områdets omdømme svært viktig. Vi stilte de overfor påstanden «det er viktig for meg at området jeg bor i har godt omdømme». Her svarte hele 71 prosent at de var enige i denne påstanden, se figur 29. Kun 10 prosent mente dette ikke stemte med deres tanker/meninger.



Figur 29: Ønsket område for bosetting i Kristiansand

Vi spurte de videre hvor i Kristiansand de ønsket å bo. Her var alternativene fra urbant i sentrum, til ruralt og mer landlig. Flesteparten ønsket å bo i nærheten av Kvadraturen (40,6%). Det er flere som ønsker å bo i nærheten av et annet tettsteds-sentrum (27,3%) enn de som ønsker å bo ruralt og mer landlig (18,8%). 13,3 prosent ser ikke for seg å bo i Kristiansand, se figur 29. Vi stilte respondentene spørsmål om ønsket område for bosetting samsvarte med deres oppvekstmiljø. 54 prosent svarte ja,

mens 46 prosent sa nei. Flesteparten av de som ønsker å bo i nærheten av Kvadraturen sier dette ikke samsvarer med deres oppvekstmiljø (67%). En liten overvekt av de som ønsker å bo i nærheten av et annet tettstedssentrum mener dette stemmer med hvordan de har vokst opp (59%). Av de som ønsket å bo mer landlig, mente 83 prosent at dette stemte med oppvekstmiljøet.

5.2 Presentasjon av intervju

Her vil vi presentere de ulike intervjuene. Vi har i forkant fulgt metodene vi har beskrevet i metodekapitlet gjennom transkribering. Slik har vi sortert ut den informasjonen som vi anser som relevant for vår oppgave og problemstilling. Vi holdt tre intervjuer: (1) Kommunen, (2) Marketer og (3) Eiendomsmegler

5.2.1 Intervju med kommunen

Vi snakket med to representanter fra kommunen. Målet var å få informasjon om hvordan unge blir ivaretatt i kommunens politikk.

Kommunen har ingen form for leilighetsnormer, og legger lite føringer for hvilke typer bolig som skal bygges. Dette står utbygger selv for. Informanten vektlegger likevel at politikerne har fokus rundt tilrettelegging for unge. Tidligere ordning, 1-BO, trekkes frem som et eksempel på dette. Grunnet nye låneregler er ordningen ikke lenger en mulighet, men kommunen arbeider for å få til en lignende ordning. Informanten tror den høye andelen eldre i sentrum kommer av et boligtilbud og aktiviteter som appellerer til denne gruppen. Kommunen har lagt vekt på at de ønsker unge og særlig småbarnsfamilier i sentrum. Hvorfor de unge velger å flytte vekk fra sentrum er informanten usikker på. Dette kan komme av få barnehageplasser i Kvadraturen. Informant påpeker at det foregår et arbeid rundt å tilrettelegge for dette i området. I visjonen om 15000 i Kvadraturen ser man for seg en blandet innbyggergruppe. Grunnen til et slikt mål er at det bidrar til liv og aktivitet, sier kommunens representant.

Vi snakker om boligundersøkelsen og lurer på om det dukket opp noen overraskende funn i forbindelse med denne. Her sier informant at det først og fremst var en del tanker som ble bekreftet. Folk er knyttet til bosted og mange ønsker enebolig. Det som overrasket mest var kanskje at så mange ønsket å flytte i leilighet, og at mange av disse også var yngre. For mange knyttet endringen seg til at de var lei av å drifte boligen sin. Intervjuobjektet var usikker på om dette hang sammen med letter tilgjengelighet eller noe i kulturen. Det at folk også ikke var så opptatt av å bo i område med folk i

samme alder kom uventet langt ned på listen. At unge ønsker seg enebolig kommer tydelig frem. Som preferert bydel ser man at Kvadraturen ligger høyt, men Lund ligger foran. Grim og Vågsbygd er også ønskelige bosteder.

En annen representant fra kommunen forklarer at satsningen på unge og småbarnsfamilier i Kvadraturen henger sammen med resultater av en nasjonal/internasjonalt trend. Større internasjonale byer som Oslo, Århus og Vancouver har et fokus på å «ta tilbake» barnefamilien i byene. Informanten har en teori om at dette kan ha en langsiktig effekt. Ved at barnet vokser opp i byen vender det gjerne tilbake som voksen. Slik vil befolkningsveksten i sentrum dermed øker.

5.2.2 Intervju med Marketer

Filip Kolber fra Marketer stilte til intervju. Grunnen til at vi ønsket å intervjuer han var bedriftens fokus på boligannonsering i sosiale medier. Marketer er et selskap som jobber med automatisert digital markedsføring av boligeiendom, både bruktbolig og prosjekt. Filip's rolle i firmaet retter seg mot markedsføring nyboligprosjekter. «Vi har funnet ut at sosiale medier er den beste måten å nå ut til folk på» forteller Kolber. Marketer annonserer for byggeprosjekter i hele Norge. De har også annonsert for Parken Syd i Kristiansand.

Den automatiserte digitaliserte løsningen gjør at de kan «pinpointe» visse aspekter ved boligen som de tror passer ønsket målgruppe. Dette betyr at de kan raskt teste ut budskaper og endre kampanjen uten store ekstrakostnader. De kan lage mange ulike annonser, med ulike tekst og bilde, for så å distribuere det gjennom Instagram, Facebook og Google display. Når noen klikker på annonsen kommer de inn på en såkalt målspesifikk landingsside. Det betyr at Marketer skreddersyr denne landingssiden for målgruppen som klikker på annonsen. Forskjellige annonser for ulike målgrupper har egne målspesifikke landingssider. Ved utforming av kampanjene baserer de seg mye på antakelser om hvem målgruppen er, og hva de trenger i en bolig for å kjøpe.

Fine bilder trigger ofte folk til å klikke på annonsene. «Det er viktig at bildene representerer prosjektet slik det vil se ut når det står ferdig, men også male et bilde av hvordan folk ønsker å bo». Han peker ut styling og interiør som viktige momenter for salg. «Du snakker jo til en målgruppe som ser seg selv som ett eller annet. Derfor må man fjerne så mye friksjon som mulig og vise deres interesser». Han mener bestemt at det estetiske tar mer og mer plass, og opplever at både utbyggere og interessenter er opptatt av dette. Bilder selger bedre enn planløsning. «Når man ser fine bilder klikker man seg inn. Først da begynner man å ta inn over seg informasjon».

Han mener unge ser på nærhet til kollektivtrafikk, transport, størrelse på boligen og pris. «Pris er som regel den viktigste» påpeker Kolber. Når det gjelder størrelse ser de at typiske unge prosjekter ofte er 1-roms leiligheter. Området boligen er i trekkes også ut som viktig parameter for de unge. Han ser tendenser til at unge er opptatt av at det er et miljø i området de skal flytte til. Videre opplever Filip at sentrumsnærhet er en viktig faktor. «Å annonsere med urbanitet, nærhet til kafeer og restauranter pleier å funke veldig godt». Likevel mener han at alle liker natur, og ha det grønt rundt seg, men for de yngre må det være i nærheten av sentrum.

Når det gjelder Parken Syd i Kristiansand er det i hovedsak den eldre kjøpergruppen Marketer har fokusert på. Prosjektet ligger i bydel Bjørndalen som ligger mellom Lund og Gimlekollen. Prosjektet ligger i 5-6 minutters sykkelavstand fra sentrum. Kolbe hevder det har vært litt vanskelig å få solgt dette prosjektet. «Markedet der er mettet».

Det er Facebook som gir best uttelling. Han forteller at Instagram gir mye trafikk, men at kvaliteten på de som faktisk klikker seg inn på annonsen ikke er så bra. Kolber forklarer at mange unge har et mye større filter når det kommer til annonsering og reklame på nettet. «De aksepterer ikke å bli solgt på bakgrunn av at man har mye informasjon på dem». Dessuten tror han unge «scroller» så mye at de har blitt vant til reklamen, og at automatisk overser den.

Av de unge opplever Kolber at det ofte er studenter som klikker seg inn på boligannonser. Han tror at mange har foreldre i ryggen og at mange foreldre kjøper for barna sine. Videre påpeker han at unge har en helt annen mentalitet når det kommer til å kjøpe bolig. «De ønsker å bo ved siden av venner, og ønsker i større grad å bo sammen. Noen ønsker til å med å kjøpe sammen». Filip mener denne gruppen ser på bolig som midlertidig, og peker på livssituasjon som utløsende faktor. Han tror ikke alle unge ønsker å flytte fra sentrum når de får familie. Marketer har en egen målgruppe de kaller «hipsterfamilien», som er urbane folk med barn og er mellom 28-35 år. På spørsmål om hvordan han tror de unge ønsker å bo svarer han at de unge ønsker å bo sammen eller tettere. Han ser også at «folk faktisk er veldig opptatt av hvilke kjøkken det er».

Når det gjelder annonsering på sosiale medier har Kolber en klar formening. Dette er en forlengelse av hvordan vi tidligere har sett på bolig, men en mye mer digital og interaktiv prosess. Han tror at når man er på boligjakt vil annonsering via sosiale medier oppsøke deg. Da vil man kunne få frem andre boliger enn de man opprinnelig hadde søkt seg ut. «Dette er med på å gjøre boligjakten, om ikke enklere, så i hvert fall mer tilgjengelig».

5.2.3 Intervju med megler

Det siste informantintervjuet rettet seg mot kunnskap til boligpreferanser- og marked. Her tok vi kontakt med Arild Aasen, som jobber som prosjektansvarlig for nybygg i Sørmeglere Aust-Agder. Rollen hans er hovedsakelig forberedelse av nyboligprosjekter rundt Arendal og Grimstad. Han er bosatt og har kontorplass i Kristiansand og har dermed god innsikt i markedet. Han poengterer at de gjerne har høy snittalder i sine prosjekter i Sørmeglere, men han vil gjerne bidra med sin opplevelse der det kan være til hjelp.

Aasen forklarer at snittalderen i nyboligmarkedet i Kristiansand er relativt høy. «Jeg har akkurat hatt salgsstart på et prosjekt der snittalderen er 57 år, og det er vi egentlig fornøyd med å ha kommet under 60». Han tror dette er generelle trekk på flere nyboligprosjekter, spesielt i sentrumsnære områder. Han peker på nybyggpremien i byene i Agderdistriktet som mye høyere enn eksempelvis Oslo. Det betyr at de som velger å kjøpe leilighet der alt er nytt er de som må ha heis, parkeringskjeller, ikke nødvendigvis et stort areal. «De kunne like gjerne ha 65 kvm som 120 kvm». Altså de som har kompromissvillighet rundt mindre areal for å få de andre kvalitetene de trenger. Han tror de unge kjøpere i langt mindre grad kjøper slike boliger, men påpeker at det er langt fra to streker under svaret. «Jeg har jo akkurat solgt i et prosjekt til en som er 74 modell, han var under 50, og i går til en som var født i 85».

Han tror sammenlignet med andre deler av Norge at det er relativt enkelt å komme seg inn på boligmarkedet i Kristiansand dersom man har egenkapital. Prisnivået ikke bare lavere per kvadratmeter, men også per enhet. Dette gjør at man kan komme et stykke med 15 prosent egenkapital, sier Aasen. Han opplever at unge ønsker nærhet til sentrum. Det er lettere for denne gruppen å velge sentrale boliger, for så å flytte ut igjen når de skal etablere seg. Han mener de har få krav til selve bygningen eller boligen. Standard og størrelse blir gjerne et kompromiss. De kjøper gjerne maksimalt det de evner å betale. De er ikke nødvendigvis opptatt av at det skal være nytt. Han tror likevel forutsigbarhet rundt bygningsmassen tilstand er en viktig faktor. Dette fordi det kan knyttes til uventede påkostninger.

Når det kommer til preferert boligtype sier Aasen at dette er leilighet. Gruppen har ikke betalingsvillighet for hage, dobbeltgarasje eller skolekrets. De vil ha lite vedlikehold og at det er enkelt å eie. Når det kommer til prefererte områder er han noe mer usikker, men han opplever sentrale strøk som Kvadraturen, Lund og kanskje Grim som mest attraktive. Altså aksene fra sentrum til universitetsområdet. Ellers nevner han at noen kan sitte med preferansesett fra oppveksten, og gjerne vil bo i disse områdene også senere. I store trekk er det i denne byen som i mange andre byer; at de unge trekker mot sentrum, og at det er en motsatt effekt når man har etablert seg og får barn. Dette fordi man får mer bolig for pengene, hage og ryddige skolekretser, forteller Arild.

Arild Aasen tror ikke bevegelsesmønsteret til de yngre har endret seg fra tidligere generasjoner. De er kanskje i mindre grad opptatt av bil og parkeringsmuligheter. Dersom boligen er sentral er de åpne for bruk av sykkel og offentlig kommunikasjon. Han tror det grønne skiftet kan gjøre at disse kvalitetene gis større oppmerksomhet enn tidligere. Likevel forteller han at «du skal bo relativt sentral for å kunne klare deg utelukkende med offentlig eller sykkel». Det er få bildeleordninger i byen, og det er verken trikk eller t-bane.

I forbindelse med generasjonsskiftet og annonseringen er det derimot et mye større skille påpeker megleren. Han sier at det er «mye mer spisset, mye mindre informasjon. Mye mer basert på bare feelgood bilder fra interiør». Det er forskjell på hvem man når på ulike annonseflater. Boligene myntet mot unge har i langt større grad bare digitale annonseflater. Videre forteller han at «når man annonserer på de rent digitale flatene så kan man jo ha en helt annen tilnærming til bruken av bilder og lite tekst. Finn er jo finn, der er alle annonsene like uansett, selv om man kanskje velger et interiørbilde i stedet for fasade til unge mennesker».

Oppsummerende for oppfattelsen av hvordan unge ønsker å bo nevner han sentrumsnærhet og potensial for prisvekst. Han tror også noen unge kan vurdere enkle oppussingsobjekt for å komme inn i markedet. Aasen opplever en del avvik fra hva folk sier at de ønsker seg i bolig og hva de faktisk ender med å kjøpe. Tanken er at gode markedsundersøkelser burde ligge til grunn for prosjektene som etableres. Han mener dette hjelper lite dersom forbrukeren velger noe annet enn det de sier i undersøkelsen når beslutningen tas.

6.0 Diskusjon

I dette kapitlet skal vi ta for oss momenter fra spørreundersøkelsen og informantintervjuene som er presentert i kapittel 5. Diskusjonen vil bygge på funn som er redegjort tidligere i oppgavens kapittel 1 og 3. Dette gjøres for å kunne svare på problemstillingen *«hvilke boligpreferanser har unge i Kristiansand, hva påvirker ønsker og muligheter for denne gruppen og er kommunens visjoner i tråd med preferansene»*. Når vi har innhentet teori og datagrunnlag har modellen som vi presenterte innledningsvis (figur 2 i punkt 1.4) gitt gode rammer. Under skal vi diskutere de ulike momentene i modellen. Vi vil se på kilder til påvirkning for unges boligønsker, hvilke boligpreferanser de unge har og hvordan deres preferanser samsvarer med kommunens visjon.

6.1 Påvirkningskilder til unges boligønsker

Funnene fra spørreundersøkelsen viser at alle respondentene fra Kristiansand benyttet seg ofte av sosiale medier. Dette støtter opp under de funn vi har gjort om denne aldersgruppen, som viser at de har en stor tilstedeværelse på digitale flater. Basert på kultivasjonsteorien kan dette trekkes mot at de unges høye tilstedeværelse på sosiale medier, gir større sannsynlighet for at de påvirkes av det som publiseres (Gerbner et al., 1986). Påvirkningen kan tenkes å være spesielt stor for generasjon y og z. Da generasjon y og z har vokst opp med sosiale medier, sammenlignet med tidligere generasjoner som har hatt lavere eksponering. Nødvendigvis tilsier ikke dette at de unge tar til seg alt budskap som ligger ute på sosiale medier. Filip Kolber mener de unge har et større filter når det gjelder reklame på digitale flater. De er også svært bevisste på hva som er reklame og annonser. Han tror mange automatisk overser annonsene når de beveger seg nedover sidene. Arild Aasen hadde også liknende formening, og ser en klar endring i hvordan markedsføringen retter seg mot potensielle kjøpere. Nå må budskapet være mer spisset, og mindre informasjon må brukes ved annonsering av bolig. Spesielt trekker han frem boliger som er myntet mot de unge. Nesten all markedsføring skjer her via digitale flater. Filip Kolber opplever at ikke alle digitale kanaler er like gode når det gjelder boligannonsering. Han tilføyer at klikk fra Instagram ofte har lav kvalitet når det kommer til faktisk kjøp og resultat av markedsføringen. Kolbers antagelser om at unge ikke benytter appen til informasjon og kjøp kan kobles til våre funn. Respondentene benyttet i stor grad plattformen som en inspirasjonskilde.

Det er vanskelig å identifisere i hvilken grad unges boligpreferanser influeres av sosiale medier. Likevel kan vi se tendenser til at mennesker ser til influensere i sosiale medier for hjelp til beslutningstaking (Influensermarketinghub, 2017). Fra påvirkningsteorien kan vi trekke sammenhenger mellom influensere og såkalte opinionsledere. Influensere er mennesker forbruker ofte ser opp til og stoler på. Når disse legger ut bilder av sine boliger og interiørløsninger skulle man, etter

tostegshypotesen i kombinasjon med økt bruk av sosiale medier, tro at de unge påvirkes (Katz and Lazarsfeld, 2006). Spørreundersøkelsen viser at de unge i liten grad ser til spesifikke influensere for informasjon (2,4%). Opinionslederne brukes i noe større grad til inspirasjon for hvordan boligen skal se ut (12%). Funnene kan hentyde at de unge i liten grad påvirkes av influensere vedrørende interiør og boligens utseende. Det viser seg derimot at Instagram er en større kilde til inspirasjon. Her er det viktig å ha i mente at brukere selv skreddersyr sin brukerprofil. Dermed bestemmer respondentene selv hvilke influensere og personer som skal følges. Derfor kan ikke influensere utelukkes som kilde for påvirkning.

Estetikk og design av bolig viser seg å være viktige preferanser for generasjon y og z. Filip Kolber har observert at dette blir stadig viktigere både for de som er interessert i bolig og utbyggerne. Arild Aasen mener «feelgood» bilder er det som skaper interesse blant de yngre. Selv på Finn.no, som har et standard utseende på boligannonse, ser han at det er avgjørende med gode interiørbilder. Styling og interiør vil dermed være viktig vedrørende formidling av bolig. Siden de unge filtrerer ut mye informasjon, kan det tenkes at det vil være desto viktigere å ha et godt visuelt uttrykk for å nå denne gruppen. Vi ser ingen indikasjoner på at sosiale medier direkte påvirker preferansene. Indirekte kan det likevel tenkes at grunnlaget for boligønsker påvirkes. Trender og livsstiler spres og deles, noe som kan gi ringvirkninger for hvordan de unge ønsker å bo. Sosiale medier kan bidra til å forsterke trender og samle likesinnede. Gjennom visuell kommunikasjon kan det tenkes at de unge påvirkes indirekte, og kan gjøre at de tar ubeviste valg for å oppnå ønsket livsstil. Påvirkningen viser seg ikke nødvendigvis i et endret preferansesett, men kan bekrefte det preferansesettet man allerede har.

Det er ikke bare sosiale medieplattformer som påvirker unge, og hvordan de vurderer bolig, velger bolig og ønsker til en bolig. Erfaringer og forventninger som de unge henter fra barndommen spiller også en rolle for fremtidige boligønsker (Koselleck, 2004; Ruud, 2001). Over halvparten av respondentene mente at deres tidligere bomiljø i oppveksten samsvarer med ønsket om fremtidig bosted i Kristiansandsområdet. Dette kan tyde på at boligene og områdene unge vokser opp i, vil påvirke hvordan de velger bolig senere i livet. Arild Aasen tror ikke det noen særlig endring i bevegelsesmønsteret til de yngre sammenlignet med tidligere generasjoner. Dette kan tyde på at unge i Kristiansand er tradisjonelle i sitt boligvalg.

Det viser seg at venner er viktig for de yngre generasjonene. Respondentene mente at venner både var en viktig informasjonskilde (54,3%) og inspirasjonskilde (49,6%) til interiør og design av boligen. Respondentene ønsket også å bo i nærheten av sine venner. Filip Kolber tror boligbygging i større grad kunne vært fokusert rundt ulike vennegrupper og deres preferanser. Venners boligpreferanser og deres tanker rundt hva en god bolig er, kan påvirke hvordan de unge ønsker å bo. Funnene kan tyde

på at de unge er tradisjonelle i sitt boligvalg og i stor grad ønsker tilsvarende bomiljø som det de kjenner fra oppveksten. Likevel er forventningene i stadig endring og kan dermed påvirkes.

6.2 De unges boligpreferanser

I spørreundersøkelsen utført på studenter fra UiA, oppdaget vi at mange prefererte enebolig (48%). Dette stemmer overens med funn Ruud gjorde i sin studie. Her oppdaget hun at de unge på sikt ønsket å bo i store selveide boliger eller rekkehus (Ruud, 2009). Våre funn støtter opp under ønske om enebolig, men rekkehus fremstår ikke som en preferert boform blant gruppen. Det var ikke mange prosentpoeng som skilte enebolig og leilighet. Leilighet fremkommer derfor som en motkandidat til enebolig. Arild Aasen fra Sørmeglere tror de unge ønsker lite vedlikehold og at det skal være enkelt å eie. En enebolig har stort vedlikeholdsbehov, og kan gjøre at flere unge ønsker leilighet fremfor stor enebolig med hage. Her støtter våre funn opp under Kristiansands kommunes egen boligundersøkelse, som kom frem til lignende resultater (Hindenes, 2018).

Pris viser seg å være en viktig faktor for de yngre generasjonene. Preferansene kan i stor grad kobles til økonomiske utsikter, og er den største utfordringen for de unge (Ruud, 2009). Hele 83,6 prosent av respondentene trekker pris frem som en avgjørende faktor ved et potensielt boligkjøp. Respondentenes livssituasjon kan ha påvirket hvordan de svarer på spørsmålene. Når man er i en studieperiode har man visse tanker om hvordan livet etter endt studie skal bli. Dette er ikke faste mønstre, og det kan skje mye fra studiestart til faktisk arbeidsliv. Dette er viktig å være klar over når resultatene tolkes. Tidligere har livssyklusmodellen vært en god forenkling av virkeligheten. Den viste hvordan unges boligpreferanser endres basert på en statisk rekkefølge knyttet til familieformasjon. Samfunnet har endret seg, og vi opplever dermed at livsløpsmodellen er mer beskrivende for dagens unge. Her endres preferansene som resultat av å tre inn i en ny posisjon. Posisjonene er ikke statiske, men heller dynamiske og personavhengige. Mye tyder på at respondentene snart er ved en posisjonsendring, som vil påvirke boligpreferansene deres. De går i nærmeste fremtid fra en studietilværelse over til en ny fase i livet. Usikker livssituasjon vil dermed påvirke mulighetene i boligmarkedet. Derfor kan det være grunn til å tro at de unge ser på leilighet som et utgangspunkt for å starte boligkarrieren. Flesteparten av respondentene så for seg å kjøpe bolig om 5 år. Dette tyder på det å eie egen bolig vil fortsette å være viktig, også for generasjon z og y.

6.2.1 Boligkvaliteter

For å utrede om boligkvaliteter var det nødvendig å spørre respondentene om hvilke faktorer og kvaliteter de ønsket i en bolig. I det første spørsmålet skulle respondentene velge de tre viktigste faktorene ved boligens utforming. Her la vi ingen føringer for pris og lokasjon. De tre viktigste faktorene var dermed (1) gode innredningsmuligheter (planløsning), (2) separat soverom og (3) balkong/terrasse. Dette viser at uavhengig av størrelse skal boligen være funksjonell og inneholde private soner. I analysemodellen til Barlundhaug så vi to ulike kvaliteter, som begge er en del av det private uterommet. Hage fremstår som en mer rural kvalitet, mens balkong er mer urbant (Barlundhaug et al., 2012). Respondentene ønsket seg i større grad balkong enn hage. Dette bygger videre opp under Sørmeqlerens opplevelse av at de unge ikke ønsker å ha en bolig med mye vedlikeholdsbehov. Vi kan anta at de unge ønsker friheten og størrelsen et hus kan tilby, men ønsker ikke vedlikeholdet en hage krever.

Filip Kolber er overrasket over hvor mye kjøkken betyr for folk når det gjelder boligkjøp. Respondentene ønsket i like stor grad åpen planløsning som separat kjøkken, 23,4 prosent. Historisk ser vi at plassering av kjøkkenet blant annet har vært formet av samfunnsendringer og familieverdier. Moderne kjøkken har fått plass i stuen (Moe and Martens, 2018). Det er interessant at like mange ønsker separat kjøkken, når normen i dag er åpen løsning. Svaret støtter de unges ønsker til gode innredningsmuligheter og flere private soner. Bakgrunnen for dette kan være at de unge ser at det blir liten plass til det de ønsker å ha i stuen. Separate kjøkken gjør at man får bort rot og matlaging. Dette må tolkes med forsiktighet, og krever nærmere undersøkelser.

Når respondentene skulle vekte konkrete faktorer ved boligens utforming, avdekket funnene at flest mente planløsning var en viktig kvalitet. Likevel havner planløsning langt nede på preferanselisten når pris, beliggenhet og størrelse trekkes inn. Kan komme av spørsmålenes utforming. Når det står «velg de tre viktigste faktorene ved boligens utforming» vil respondentene i større grad tenke på konkrete ting de tror de trenger i en bolig. «Hvor viktige er disse faktorene når du tenker på din fremtidige bolig» er i større grad situasjonsbestemt, der respondenten må sette seg inn i boligkjøpssituasjonen. Her vil det dermed være naturlig å vekte områdeavhengige kvaliteter som pris, beliggenhet, størrelse og standard over boligens planløsning. Respondentene var lite opptatt av boligens etasjer, og få vektla antall plan i boligen.

Fra danske Fremforsk så vi at de yngre var opptatt av boligens indre og at boligen skulle være av god teknisk stand (Levinsen, 2015). Derfor ønsket vi å se hvorvidt dette var noe de unge i Kristiansand også var opptatt av. Når vi spurte de om de var interessert i boligstyling og interiør var hovedvekten enig i dette. Når de ble stilt et konkret dilemma, var det derimot litt mer uenighet. 38 prosent ønsket ikke å ofre størrelse til fordel for stilig bolig og 33 prosent var villig til å ofre størrelse. En ganske stor

andel (28%) var hverken enig eller uenig i påstanden. Mange av de unge var opptatt av at bygget skulle være nytt eller at boligen er av god teknisk standard (66,4%). Tidligere forskning påpeker at det er større gap mellom preferanser og realiteter hos unge (Løwe, 2001). Både undersøkelsen og intervjuet med Sørmeglere bekrefter dette. Det kan tenkes at de unge er for kravstore i forhold til livssituasjonen de nå er i. Mange av respondentene hadde ikke kjøpt egen bolig på undersøkelsestidspunktet, og det kan være et misforhold mellom ønsker, muligheter og realistiske valg.

6.2.2 Bokkvaliteter

Boligens lokasjon viser seg å være viktig for respondentene, der hele 72,7 prosent mente dette var en tungtveiende faktor. I spørreundersøkelsen viser funnene at over 60 prosent av respondentene mener Kristiansand sentrum er et godt sted å bo. Vi la ingen føringer for hva som defineres som sentrum. Det blir dermed opp til respondenten selv å bestemme hva sentrum er. Flesteparten av respondentene hadde planer om å fortsette å bo i Kristiansand etter endt studie, og 13 prosent kom til å flytte fra kommunen. Arild Aasen trekker frem sentrale strøk som Kvadraturen, Lund og Grim som ønskede områder for de yngre. Til tross for at respondentene så på sentrum som et godt sted å bo, var det likevel færre som svarte at de faktisk ønsket å bo i sentrum (42,9%). Mange var usikre på om de ønsker å bo i sentrum eller ikke (30,5%). Vi kan anta at disse har like stor sannsynlighet for å flytte til eller ut av sentrum. Andre viktige faktorer kan da avgjøre hvor gruppen ønsker å flytte. Tidligere har vi sett at de unge vektlegger pris og størrelse.

I Danmark fremhever Fremforsk at høye boligpriser tvinger de unge ut fra storbyene (Jensen, 2017, 2015). Når respondentene måtte avveie sentrumsnærhet mot størrelse, viste det seg at mange ikke ønsket å lempe på boligens størrelse. Omtrent 33 prosent var villig til å ofre kvadratmeter til fordel for å bo i sentrum. Her ser vi at dimensjonen størrelse hadde en negativ effekt for ønsket om å bosette seg i sentrum. Ved dilemma om sentrumsnærhet med lenger vei til aktiviteter og uteliv ble avvirket enda større. Så mange som 47 prosent så ikke fordelene med denne nærheten som utslagsgivende nok til å ville bosette seg i sentrum. Dilemmaene kan ha ført til at respondentene måtte tenke nøye gjennom hva det innebar å bo i sentrum. Dette stemmer med hva Fremforsk oppdaget i Danmark, der de unge ofrer beliggenhet til fordel for kvalitet på huset (Levinsen, 2015). Dette strider mot funnene til Barlindhaug et.al. der kjøpere kjøpslår med bokkvalitet og boligkvalitet, og går ned på boligkvalitet for å bo sentralt (2012, s. 145). Vi tror sistnevnte er særlig relevant for Oslo med et større areal- og etterspørselspress. Situasjonen i Kristiansand er noe annerledes. Her har boligbyggingen holdt tritt med etterspørsel og prisveksten har vært mer moderat. De unge i Kristiansand må ikke nødvendigvis kjøpslår med sentrumsnærhet og boligkvalitet slik som i andre store byer. Dersom vi ser på kart 1 i

punkt 4.2.2, viser det seg at relativt mange boligområder ligger i sykkelavstand til sentrumskjernen. Inkluderer man tilgjengelighet med bil, er det mulig å bo med større avstander og fortsatt ha lett tilgang til bysentrum.

Det er ikke bare sentrumsnærhet, med sine tjenester og tilbud som kan være viktig, men også nærhet til natur og friluft. Over halvparten av respondentene peker på nærheten til naturområder som en ønsket kvalitet. Filip Kolber opplever at alle setter pris på grøntområder. Et annet aspekt kan være avstand til ulike grupper mennesker. Spørreundersøkelsen viste at respondentene i større grad ønsket å bo i nærheten av venner fremfor familie. Filip Kolber har også oppdaget noe liknende, og legger til at noen til og med ønsker å kjøpe sammen. Selv om det var overvekt av de som ønsket å bo i nærheten av venner (70%), var det fortsatt en stor andel som ønsket å bo i nærheten av sin familie (44,5%). Dette kan ha bakgrunn i at de yngre er en hjemmевærende generasjon. Flere faktorer kan her være medvirkende, men interaksjon med sitt sosiale nettverk fremheves som mulige årsaker til denne utviklingen (OC&C, 2019).

6.3 Boligtilbud

Moe og Martens mener boligstandarden i Norge er i verdenstoppen, samtidig er det et eierdominert boligmarked. Unges boligetablering på eiermarkedet har blitt et bekymringsmoment. Dette kommer av høy boligprisvekst, lønnsinntekter som ikke har holdt tritt med prisnivået og strengere lånekrav. Førstegangskjøperne blir stadig eldre (Ambita and NEF, 2018). Andelen unge låntakere som har behov for foreldrehjelp er økende. Spørreundersøkelsen viser at 41,4 prosent av respondentene kommer til å få foreldrehjelp i forbindelse med boligkjøp. Kolber opplever at mange av de unge som klikker seg inn på boligannonse er studenter som gjerne har foreldre i ryggen. Når de unge får foreldrehjelp er det kanskje ikke kun unges preferanser som må tas hensyn til ved utvikling og boligsalg. Foreldrene som stiller med kapital kan tenkes å påvirke boligvalget.

Undersøkelsen viser at en tredjedel ikke får foreldrehjelp. En relativ stor andel, 28 prosent, vet ikke hvorvidt de trenger foreldrehjelp eller om foreldrene kan stille opp. Ifølge Krogsveens boligprisindeks oppgir om lag halvparten av låntakere under 29 år at de ikke klarer å møte egenkapitalkravet (2017). Det kan tenkes at uteblitt foreldrehjelp kan begrense mulighetene for å etablere seg på boligmarkedet. Tidligere i oppgaven ble boligbevegelsesmønsteret sammenlignet med en stige. Folk klatret opp denne tenkte stigen i takt med økt ressurser (Forrest et al., 1990; Munro and Madigan, 1998). De unge som tidlig får etablerer seg i boligmarkedet, får et relativt økonomisk forsprang på jevnaldrende som ikke gis samme mulighet. Gruppen som får hjelp til etablering tidlig, vil sannsynligvis klatre høyere på

boligstigen allerede før de som ikke får innpass på eiermarkedet har tjent seg opp egenkapitalen som trengs. Det vil også føre med seg økt andel unge som blir lenger på leiemarkedet. Det kan i verste fall oppstå et klasseskille blant de som kommer fra familier med god økonomi og de med mindre midler. Eventuelt må de vente til de etablerer seg i et parforhold slik Sandlie beskriver i sin forskning (Sandlie, 2008).

I vår undersøkelse viser det seg at mesteparten av respondentene har startet sparing til egen bolig (75%). Vi undersøkte ikke hvor mye respondentene hadde spart og kan dermed ikke si noe om hvor godt rustet de er. Men det indikerer at de unge er bevist på at boligkjøp krever egenkapital. Arild Aasen sier prisene ligger lavere i Kristiansand enn andre større byer, både per kvadratmeter og enhet. Dette kan legge til rette for de yngre boligkjøperne som ønsker å eie bolig i Kristiansandsområdet. Et vilkår vil være at man kan møte de nasjonale lånekravene. Sørmeglere opplever at det er mange eldre som både ønsker og kjøper nybolig i sentrumsnære områder. Han tror dette kommer av den høye nybyggpremien. Årsaken kan være at nybygg i Kristiansand har en høyere pris og gir høy nybyggpremie fordi kjøper får bedre standard sammenlignet med eldre boliger.

Kristiansand kommune har en visjon om å få yngre til sentrum. Spørsmålet er om dette er realistisk dersom tilbudet er lavt for denne gruppen i sentrale strøk. Aasen opplever de unges livsfase som en periode der de naturlig nok må inngå noen kompromiss. Dette gjelder både for størrelse, standard og beliggenhet. Boliger som bygges for unge er med lavere og dårligere standard ifølge Ruud (2009). Hun påpeker likevel at de unge stort sett er fornøyd med boligen, de ser på den som noe midlertidig. Schmidt har sterke meninger til utbygging av små boliger og mener dette kan være problematisk i et samfunnsperspektiv. Hun mener det fører til gjennomtrekk og ustabile bomiljøer (Schmidt and NIBR, 2014, s. 154). Vi diskuterte tidligere livsløpsmodellen og at folk får ulike boligbehov etter hvert som de trer inn i nye roller. I forbindelse med denne teorien vil folk flytte flere ganger i løpet av livet. Mindre boliger kan dermed være passende i en fase der økonomiske forutsetninger begrenser mulighetene. Gjennomtrekk er ikke nødvendigvis kun et problem. Disse leilighetene kan for mange være inngangsbilletten inn i eiermarkedet. Det kan fungere som et kompromiss på veien mot noe større eller bedre. Gruppen er tilsynelatende fornøyd og det kan dermed antas at de har et realistisk syn på boligsituasjonen (Ruud, 2009, s. 5).

Boligproduksjonen vil være avhengig av etterspørsel, prisnivå og byggekostnad (Barlindhaug et al., 2014, s. 28). Ulike tanker om hvordan unge studenter, single, førstegangskjøpere og småbarnsfamilier ønsker å bo vil forme boligtilbudet. Etablering av studentboliger, bokollektiv og mikroleiligheter er et forsøk på å imøtekomme disse gruppene. I SSBs levekårsundersøkelse viser det seg at hovedandelen av respondentene ikke ønsket å flytte inn i studentboliger (Løwe and Sæther, 2007). Denne boligtypen bygges spesifikt for studentene og dette kan indikere en lite homogen målgruppe som er vanskelig å

planlegge for. Arild Aasen fremhevet at det er vanskelig å utforme tilbud i tråd med folks ønsker. Forskjellen på boligpreferanser og boligvalg blir her tydelig (Jansen, 2011). Folk uttrykker et spesifikt ønske, men i realiteten velger de noe annet når beslutningen tas. Dette vanskeliggjør prosessen for planlegging og boligtilbud. Denne problemstillingen relateres særlig til unge boligkjøpere. Her består realiteten av økonomiske forutsetninger og kompromiss. De kan dermed ikke fritt velge alt de ønsker seg, men må vekte ønskene opp mot hverandre og velge de viktigste. At økonomien er det viktigste hensynet er det enighet om, både Aasen, Kolber og vår egen spørreundersøkelse tilsier dette.

Sammenlignet med andre storbyer i Norge har Kristiansand stor andel eneboligmasse, spesielt i sentrumsnære strøk. Likevel kan det observeres økende grad av variasjon i boligtyper. Spørreundersøkelsen avdekker at mange er opptatt av den tekniske standarden (66,4%). Arild Aasen opplever at de unge ikke nødvendigvis har behov for at bygget er nytt. Han tror de heller er opptatt av informasjon om bygningsmassens tilstand grunnet et behov om forutsigbar økonomi. Han tilføyer at de kan vurdere enkle oppussingsobjekter for å komme seg inn på eiersiden i markedet. Potensial for prisvekst trekkes frem som et viktig moment for de yngre. Nyboligprosjekter i sentrum selges i større grad til de eldre. Imidlertid svarer halvparten av respondentene at de synes byggeprosjektene i sentrum er etter deres smak. Selv om de synes nybyggene er fine er det ikke sikkert at de ønsker å bo der selv. Det kan komme av mangel på betalingsvillighet og/eller betalingsevne. Vi ser at de unge ønsker å bo i sentrum, men preferansene kan medføre at de må lempe på standard eller flytte lenger utenfor sentrumssonen.

Funnene så langt tilsier at enebolig i nærheten av Kvadraturen eller et annet tettstedssentrum prefereres av de unge. Filip Kolber så at det var vanskelig å markedsføre Parken syd. Parken syd ligger mellom Gimlekollen og Lund, som Sørmeglere nevner som attraktive områder for yngre. Det ligger i kort sykkelavstand fra Kvadraturen og har en variert leilighetssammensetning. Likevel sier Filip at leilighetene var vanskelig å få solgt. Funnene fra både spørreundersøkelsen og intervjuene tyder på at de unge ikke er villig til å betale den høye prisen for nyboligprosjekter. Særlig når de får en bruktbolig til en lavere sum utenfor sentrum. Det er lite appellerende å utvikle prosjekter for en gruppe som ikke nødvendigvis har tilstrekkelig betalingsevne. Dermed vil nyboligprosjektene utvikles i stor grad for den eldre generasjonen som har både betalingsevne og -villighet.

Den største endringen boligtilbyderne må forholde seg til er kanskje, som nevnt tidligere, hvordan de må henvende seg til målgruppen. Å trenge gjennom det såkalte sosiale medier «filteret» blir et viktig aspekt for hvordan boligtilbudet og annonsering skal legges frem. Galster forklarer at bolig er en spesiell type gode som er dyrt, romlig immobil, svært slitesterkt og multidimensjonalt heterogent og fysisk modifiserbar (Galster 1996 i Jansen et al., 2011, s. 10). Boligkjøp er for mange en av de største investeringene som gjøres. Ved å ha boligannonsering som i hovedsak baserer seg på visuell

fremstilling, vil det alltid være en viss fare for at viktig informasjon ikke blir registrert av sluttkjøper. Både spørreundersøkelsen, intervju med Filip Kolber og Arild Aasen bekrefter våre antakelser om at de unge nås gjennom digitale flater og at sosiale medier er viktig for gruppen. Visuelt oppfatning er et viktig moment når det gjelder bolig. Vi har sett at markedsføring gjennom sosiale medier baserer seg på interaksjon som er rask og overfladisk. Det kan tenkes at økt bruk av sosiale medier og andre digitale plattformer har gjort generasjon y og z mer «overfladiske». Det visuelle appellerer mer til følelsene og følelsene om boligen gjøre at viktig informasjon kan overses.

6.4 De unges utsikter i Kristiansand

Tall fra kommunen tilsier en høy gjennomsnittsalder i Kvadraturen sammenlignet med omkringliggende områder (Kristiansand kommune, 2015). Sørmeidler Arild Aasen forklarer at det er en høy snittalder på nyboligmarkedet i Kristiansand. Han tror dette kan være generelle trekk på nyboligprosjekter i sentrumsnære områder. Dette bekrefter Filip Kolber fra Marketer, han mener markedet kan virke mettet. Funnene kan tilsi at unge i liten grad blir hensyntatt ved nyboligprosjektene som utvikles i Kristiansand. Kommunens representant forteller at de legger få føringer rettet mot utbyggere i forbindelse med prosjektering av nybygg. Dermed er de opp til utbygger å eventuelt legge til rette for unge eller mindre kjøpesterke grupper i deres prosjekter. Dersom vi antar at nyboligprosjektene i sentrum vil bestå i hovedsak av eldre generasjoner, kan dette bidra til økt segregering.

Mye bilbruk blir trukket frem som et problem i Kristiansand. Dette blir begrunnet med store avstander til aktiviteter og sentrumsfunksjoner som gjør bilen til enkleste transportmiddel (Loftsgarden et al., 2015). Kommunen har flere mål og visjoner for utvikling av både sentrum og nye Kristiansand etter sammenslåingen av Søgne og Songdalen. De har et ønske om å være en «kompakt by, med urbane kvaliteter, attraktive bydeler og klimavennlig transport». Dette betyr at antall biler skal ned, avstand til sentrum være mindre og tilgang til kollektiv og sykkelforbindelse skal være stor. Kristiansands by- og boligpolitikk skal bidra til det «grønne skiftet» og de har et mål om nullvekst i personbiltrafikken. I undersøkelsen svarer flesteparten av respondentene (68%) at de er villige til å gi slipp på bilen, dersom de bor i sentrum. Informantintervjuene med Sørmeidlereren og Marketer bekrefter at unge kan virke mer opptatt av bærekraftighet. Dette kan tyde på at dersom unge bosetter seg i sentrum er de villige til å lempe bilen til fordel for mer bærekraftig fremkomstmidler. Til tross for dette påpeker Aasen at man må bo relativt sentralt i Kristiansand for å kunne gi helt slipp på bilen. Det ser dermed ut til å være en villighet til å lempe på bilen, men dersom de unge ikke bor i nærheten av sentrum kan det være vanskelig å gjennomføre.

Kommunen har store ambisjoner og mål. Høy utbygging av eneboliger i randsonen er en trend som har bidratt til byspredning. Ifølge respondentene står eneboligdrømmen fortsatt sterkt i Kristiansand. Dette bekrefter også kommunen selv i sin boligundersøkelse. Dersom de unge kjøper enebolig kan vi anta at spredningen vil fortsette dersom ikke kommunen har klare retningslinjer. Det er lite sannsynlig at det kommer mange eneboliger i sentrum som de unge vil ha økonomi til å kjøpe. Dermed kan det antas at de flytter ut i omlandet enten i nærheten av Kvadraturen, eller til andre tettstedssentrum. Dette legger opp til et samfunn som i større grad er avhengig av bilen. Det er få hindringer for at folk skal bosette seg i enebolig langt utenfor sentrum. Mangel på hinder kan svekke kommunens ønske om utvikling rettet mot bærekraft og fortetting. Vi tror det vil være fordelaktig med forbedring av kollektivtilbudet og tilrettelegging av trygge sykkelveier. Dette kan bidra til at befolkningen velger mer bærekraftige alternativer.

Kristiansand kommune ønsker flere unge og småbarnsfamilier bosatt i sentrum. En av informantene fra kommunen tror at tankegangen baserer seg på en internasjonal trend. Tanken er at barn som vokser opp i by, vender tilbake til byen og at sentrumsbefolkningen dermed øker. Fra undersøkelsen så vi at over halvparten ønsket å bo i lignende miljø som de var oppvokst. Dette kan tyde på at oppvekst former holdninger til hvordan de unge vil bo. Ut fra dette kan det tenkes at dersom kommunen klarer å få unge til å fortsette å bo i sentrum, også etter familieetablering, vil dette sannsynligvis bidra til økt sentrumsbefolkning. Funnene våre viser at i utgangspunktet ønsker de unge å bo i sentrum, med alle sentrumskvalitetene i nærheten. Likevel har vi en stor andel (48%) som ønsker enebolig. Disse var konsekvente på at de ikke ønsket å ofre størrelse til fordel for sentrumsnærhet. Når disse ikke har betalingsvillighet for sentrumskvaliteter, er det derfor stor sannsynlighet for at de ønsker å flytte ut til omlandet rundt sentrum der de kan få mer kvadratmeter for pengene. Likevel skal vi ikke overdrive de unges ønske om å bo i enebolig. Selv om dette var den mest populære boformen ligger leilighet kun 11,8 prosentpoeng bak. Dermed er de unge svært splittet når det gjelder ønsket boform. Funnene i spørreundersøkelsen viser at de som bor i leilighet er stort sett villige til å ofre størrelse for sentrumsnærhet. Dette gjør at det er en sannsynlighet for at flere av de som nå kommer inn på boligmarkedet i løpet av de neste fem årene vil kjøpe leilighet. For å oppnå økt grad av etablering av unge i sentrum bør det settes inn virkemidler.

Aasen mener det skal være relativt enkelt å komme seg inn på boligmarkedet i Kristiansand. Likevel har vi sett at mange vil ha behov for hjelp til å kjøpe bolig. Selv om det er billigere å kjøpe i Kristiansand vil økte lånekrav påvirke denne gruppen, som i økende grad har hatt behov for foreldrehjelp. Tidligere påpekte vi at dersom unge ikke mottar foreldrehjelp kan dette begrense videre muligheter for etablering på boligmarkedet. Kommunen hadde en ordning kalt 1.BO som var rettet mot de yngre kjøpegruppene. Nye låneregler utelukker videreføring av denne ordningen, men

representanten vektlegger samtidig at det er et politisk ønske å tilrettelegge for de unge og de vil gjerne finne en ny ordning i forbindelse med dette. Vi tror at en lignende ordning kan være med på å utjevne forskjellene mellom de som mottar foreldrehjelp og de som ikke får dette. I dag ønsker kommunen å legge til rette for studenthybler konsentrert i områdene Lund, Gimle og aksen mot Kvadraturen. Studentboliger er en løsning for å få unge til å bo i sentrum, vi ser fra undersøkelsen at mange i dag bor i en slik boform (38,3%). Økt utbygging av slike hybler vil gjøre at studenter bor og benytter seg av sentrum, og at det er et boligtilbud også for de uten midler til å kjøpe bolig.

En sterk fortettingsstrategi vil tilsi at yngre må ofre størrelse til fordel for sentrumsnære boliger, da prisen per kvadratmeter er høyere i sentrum enn i omlandet. Flere av de unge er ikke oppvokst i nærheten av Kvadraturen, men ser for seg å flytte til et sentrumsnært strøk. Ifølge analysemodellen til Barlindhaug er nærhet til sentrum en urban kvalitet. Urbane kvaliteter assosieres også med et mangfoldig sosialt miljø (2012, s. 119). Funnene kan tenkes å ha sammenheng med at de unge trekkes mot en urban livsstil eller at det er en effekt av det grønne skifte. Dette må tolkes med forsiktighet. De unge ønsker urbane kvaliteter, men likevel var det at en overvekt ikke hadde behov for nærheten til aktiviteter og uteliv i sentrum (46,9%).

Spørreundersøkelsen viser at respondentene hadde et ønske om å bo i nærheten av naturområder. Likevel ønsket 40,6 prosent å bo i nærheten i Kvadraturen, men omlag 27 prosent så for seg å bo i nærheten av et annet tettstedsentrum. Få ønsket å bo i rurale omgivelser uten nærhet til urbane kvaliteter. At de unge ønsker nærhet til et tettstedsentrum kan gi grobunn for utviklingen av nye polysentriske Kristiansand. Dersom høy pris i Kvadraturen «presser» de unge ut i utkanten, er det gode muligheter for Songdalen og Søgne å etablere seg som alternativer for tilflytning. Tidligere forskning viser at de unge ønsker å bo i nærheten av urbane kvaliteter som: Kafé, treningsstudio, nærhet til handelsmarked eller kulturtilbud (Barlindhaug et al., 2012; Hindenes, 2018). For å tiltrekke seg de unge, tror vi tettstedssenterne må tilby disse urbane kvalitetene som appellerer til de unge.

7.0 Konklusjon

I denne oppgaven ønsket vi å utforske hvorvidt sosiale medier påvirket boligpreferansene, hvordan unge vurderer bolig, velger bolig og ønsker til bolig. Vi ser ingen indikasjoner på at sosiale medier direkte påvirker preferansene. Funnene bekreftet likevel at de yngre generasjonene er hyppige brukere av sosiale medier. Stor eksponering kan ha ført til at de har opparbeidet et filter for unødvendig annonsering. Dette fører til en mer personifisert markedsføring av bolig. Dette har gjort det nødvendig med spisset informasjon med fine bilder og minimalt med tekst. De unge inspireres i stor grad av bilder på Instagram. Viktigheten av styling, interiør, estetikk og visuelle virkemidler har fått økt betydning. Påvirkningen av sosiale medier viser seg ikke nødvendigvis i et endret preferansesett, men kan bekrefte preferansesettet de unge allerede har. Vi så tendenser til at generasjon z og y i stor grad blir påvirket av venner og tar hensyn til deres meninger rundt bolig. Sosiale medier kombinert med holdninger og forventninger, kan dermed tenkes å påvirke preferansene til de unge

Undersøkelsen gir ingen indikasjoner på endret boligbevegelsesmønster for unge. Mye tyder på at boligetablering er relativt konstant og tradisjonell. At boligpreferanser er tradisjonsbundet speiler seg både gjennom oppvekst, boligtype og eierform. Mange av de unge ønsker å bo i tilsvarende bomiljø i voksen alder som de selv har vokst opp i. Den norske eierlinja står fremdeles sterkt og funnene bekrefter at det å eie egen bolig fortsatt er viktig. Preferert boligtype for unge i Kristiansand var enebolig. Leilighetstilbudet dekker behovet for bolig i en midlertidig livssituasjon og i overgangen til en mer permanent livsfase. Leiligheter dekker de unges behov, men kjøpsmulighetene begrenses av betalingsevne. Nybyggpremien kan oppleves som dyr for denne gruppen. Dermed kan leiemarkedet fylle dette behovet for hovedandelen av den yngre befolkningen. Funnene tyder på at enebolig er det langsiktige målet for bosetting.

Det viser seg at de viktigste stedsuavhengige boligkvalitetene er gode innredningsmuligheter, separat soverom og balkong. Vi så videre at pris, beliggenhet og teknisk standard går foran de konkrete boligkvalitetene. Økonomi er den viktigste faktoren for de unges boligetablering. For de unge i Kristiansand ser vi at forholdet mellom betalingsvillighet og boligstørrelse gir utslag i preferansene. At pris vektlegges i stor grad er ikke uventet da de økonomiske forutsetningene har endret seg for de unge. Det blir stadig mer utbredt med foreldrehjelp i forbindelse med boligkjøp. Dette vil skape et skille mellom de som har foreldre som kan/vil bidra og de som ikke har denne muligheten. Økt foreldrehjelp kan indikere at beslutninger ikke bare tas på grunnlag av de unges boligpreferanser.

De unge viser en klar splittelse i forbindelse med ønsket om sentrumsnærhet. Funnene tyder på at en liten overvekt ikke ønsker å bo i sentrum, spesielt de som ønsker enebolig. De som ønsket leilighet var i større grad villig til å ofre størrelse for å bo i sentrum. Det var en relativt stor andel som ønsket

leilighet og kan antas å ville bosette seg i sentrum, men de unges livssituasjon er flyktig og kan endre seg fort. Dette gjør at boligbehovet kan endres. Kommunenes tanke om at barn som vokser opp i byen vender tilbake, virker troverdig og kan bidra til økt bybefolkning. Tendenser indikerer at oppvekst former holdninger for hvordan man vil bo. Sosiale medier kan gjennom høy eksponering bygge opp under og forsterke urbanisering som trend. Trender og livsstiler spres og deles i digitale kanaler. Dette kan gi ringvirkninger for hvordan folk ønsker å leve og bo. Likevel ser vi at unge er tradisjonelle i sine tanker om bolig i Kristiansand.

At eneboligen fremdeles står sterkt i Kristiansand kan være problematisk. Kommunen ønsker bærekraftig utvikling og skal gjøre dette gjennom fortetting av sentrum. Funnene tyder på at kommunens mål og de unges boligpreferanser avviker noe. Det viser seg at snittalderen på befolkningen i Kvadraturen og nyboligkjøperne i sentrumsnære prosjekter er høy. De unge når ikke nødvendigvis opp i konkurransen om sentrumsnære boliger grunnet høy pris. Det bør defineres virkemidler som øker attraktiviteten for unge å flytte til sentrum. Disse virkemidlene må være målrettet mot gruppen og inneha klare økonomiske fordeler, eksempelvis gjennom en god finansieringsordning.

Bil er enkleste transportmiddel i Kristiansand. Dette har betydning for bystrukturen og kan være problematisk for kommunens målsettinger. Kommunen ønsker å fortette sentrum, redusere antall biler og har et mål om nullvekst i personbiltrafikk. For å nå frem med en slik strategi må kommunen gjøre tiltak for å begrense bilbruken inn til sentrum og forbedre kollektivtrafikken. Funn tilsier en viss villighet til å gi slipp på bilen, likevel må man bo relativt sentralt for at det skal være realistisk å klare seg helt uten. Funnene viser at unge ønsker å flytte til tettsteder, noe som støtter opp om ønsket til polysentrisk byutvikling. Vi tror imidlertid dette avhenger av utvikling av lokalsentrene med urbane tilbud. Dette støtter opp om nye Kristiansand kommunes ønske om en polysentrisk utviklingen for området.

7.1 Videre forskning

Vi opplever at oppgaven kan gi gode indikasjoner på videre forskning. For videre undersøkelser av hvordan sosiale medier påvirker de unges boligpreferanser kunne det vært utført en kvalitativ studie. Gruppeintervjuer med de unge kunne bidratt til dypere forståelse. Videre ser vi muligheten for at dette kunne gitt bedre indikasjoner for hvordan sosiale medier fungerer som bakenforliggende triggerer for unges valg.

Et annet tema vi ikke utforsket i dybden var de unges villighet til å ta bærekraftige valg når det gjelder bolig. Dette er en høyst aktuell problemstilling i dagens samfunnsutvikling som har stort fokus på miljø og klima. Vi opplevde at mange sa de var villige til å gi slipp på bilen. Likevel viser tendenser at avvik kan forekomme mellom respondentenes villighet og faktiske valg. Både bevisstheten rundt bærekraft og diskursen mellom holdning og faktiske valg kunne vært interessant å utforske i større grad.

Når det gjelder boligtilbudet for de unge ser vi for oss at en videreutvikling kunne vært å gjennomføre en casestudie av ulike boligprosjekter i Kristiansand. Vi måtte avgrense oss og fikk dermed ikke utforsket tilbudet i dybden. Her ville det vært interessant og sammenlignet funnene fra spørreundersøkelsen om boligpreferanser opp mot de faktiske kvalitetene i nyboligprosjekter.

Økonomiske forutsetninger som påvirkningsfaktor for preferanser og valg var også et aspekt som vekket interesse. Både i hvilken grad de unge mottar økonomisk støtte gjennom foreldrehjelp og i hvilken grad foreldrene påvirker boligvalget i en slik situasjon. Her kan det utføres en sammenligningsstudie mellom generasjonene.

8.0 Referanseliste

- Arge, K., Wågø, S., Knudsen, W., 2008. *Valuta for pengene: En studie av 15 boligprosjekter* (SINTEF-rapport No. Prosjektrapport nr. 18). SINTEF Byggforsk og Byggekostandsprogrammet, Oslo.
- Barlindhaug, R., Børrud, E., Langset, B., Nordahl, B., 2012. *Nye boliger i storbyene: hvem kjøper og hva slags bokvaliteter tilbys?* (NIBR-rapport No. 2012:31). Norsk institutt for by- og regionforskning, Oslo.
- Barlindhaug, R., Holm, A., Nordahl, B., Renå, H., 2014. *Boligbygging i storbyene - virkemidler og handlingsrom* (NIBR-rapport No. 2014:8). Norsk institutt for by- og regionforskning, Oslo.
- Barlindhaug, R., Juvkam, D., Sørli, K., Texmon, I., 2010. *Befolkningsutvikling og boligmarked i fem storbyer* (NIBR-rapport No. 2010:17). Norsk institutt for by- og regionforskning, Oslo.
- Benjaminsen, C., 2019. – *Stua har blitt vår tids "reste-areal"*. Gemini.no. Tilgjengelig fra: <https://gemini.no/2019/05/stua-har-blitt-var-tids-reste-areal/> (Lest: 05.05.19).
- Berge, A., 2017. *BSU mindre populært enn før*. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/inntekt-og-forbruk/artikler-og-publikasjoner/bsu-mindre-populaert-enn-for> (Lest: 18.02.19).
- Bergmo, T., 2016. *Meglernes metoder*. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/kultur/xl/meglernes-metoder-1.12952429> (Lest: 23.01.19).
- Breen, O., 1991. *Kristiansand - en mangfoldig by*. Kristiansand kommune, Kristiansand.
- Clark, W.A.V., Deurloo, M.C., Dieleman, F.M., 2003. *Housing Careers in the United States, 1968-93: Modelling the Sequencing of Housing States*. Urban Stud. 40, 143–160. <https://doi.org/10.1080/00420980220080211>
- Dahlgren, S., Lundgren, N.-G., Siksiö, O., Statens institut för byggnadsforskning (Sweden), 1987. *Forskning om boendepreferenser: två kunskapsöversikter*. Statens Institut för byggnadsforskning, Gäble, Sweden.
- Dalland, O., 2012. *Metode og oppgaveskriving for studenter*. Gyldendal akademisk, Oslo.
- Damsgaard, V., 2016. *Slik skal Kvadraturen få 15.000 beboere igjen*. Fædrelandsvennen.
- Deane, G.D., 1990. *Mobility and Adjustments: Paths to the Resolution of Residential Stress*. Demography 27, 65. <https://doi.org/10.2307/2061553>
- Dokka, Å.G., 2018. *Halvparten av unge boligkjøpere får foreldrehjelp*. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/bygg-bolig-og-eiendom/artikler-og-publikasjoner/halvparten-av-unge-boligkjopere-far-foreldrehjelp> (Lest: 18.01.19).
- Eiendom Norge, 2019. *Eiendom Norges boligprisstatistikk*.

- Finansdepartementet, 2018. *Regjeringen viderefører boliglånsforskriften*. Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/regjeringen-videreforer-boliglansforskriften/id2604844/> (Lest: 19.02.19).
- Flatøe, G., 2016. *Grønt er trendy også i hjemmet: Naturen skal inn i stua*. Tilgjengelig fra: <https://www.aftenposten.no/article/riks-8677b.html> (Lest: 20.11.18).
- FN, 2019. *Bærekraftig utvikling*. Tilgjengelig fra: <https://www.fn.no/Tema/Fattigdom/Baerekraftig-utvikling> (Lest: 29.01.19).
- Forrest, R., Murie, A., Williams, P., 1990. *Home ownership: differentiation and fragmentation*. Unwin Hyman, London; Boston.
- Gehl, J., 2010. *Cities for people*. Island Press, Washington, DC.
- Geltner, D., Miller, N.G., Clayton, J., Eichholtz, P., 2014. *Commercial real estate: analysis and investments*. OnCourse Learning, Mason, USA.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorelli, N., 1986. *Living with Television: The Dynamics of the Cultivation Process*. *Perspect. Media Eff.* 17–40.
- Glick, P.C., 1955. *The Life Cycle of the Family*. *Marriage Fam. Living* 17, 3. <https://doi.org/10.2307/346771>
- Granseth, T., 2018. *Flere gjennomfører videregående*. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/utdanning/artikler-og-publikasjoner/flere-gjennomforer-videregaende> (Lest: 05.03.19).
- Grimsrud, G.M., Aure, M., 2013. *Tilflytning for enhver pris? En studie av tilflyttingsarbeid i norske distriktskommuner* (Ideas2evidence rapport No. 4:2013). Norut Møreforskning, Bergen.
- Grønmo, S., 2015. *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Fakkbokforlaget, Oslo.
- Gundersen, M., Andreassen, K.M., 2019. *Færre unge bruker Instagram og Snapchat*. Tilgjengelig fra: <https://nrkbeta.no/2019/01/18/faerre-unge-bruker-instagram-og-snapchat/> (Lest: 05.05.19).
- Henden, R.M., 2018. *Kristiansand kommune - Internasjonal byplanlegger-workshop for nye Kristiansand kommune*. Tilgjengelig fra: <https://www.kristiansand.kommune.no/link/29a723cafe504cdcba819dfea5210be2.aspx?epslangauge=en> (Lest: 03.05.19).
- Hindenes, Å., 2018. *Boligundersøkelse: en befolkningsundersøkelse om boligsituasjon og boligpreferanser i Kristiansand Kommune*. Kantar TNS, Oslo.
- Influensermarketinghub, 2017. *What is an Influencer? - Factors that define a Social Media Influencer*. Tilgjengelig fra: <https://influencermarketinghub.com/what-is-an-influencer/> (Lest: 26.02.19).

- Iosos, 2018. *Ipsos SoMe-tracker Q4'18*. Tilgjengelig fra:
https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2019-01/ipsos_some_4._kvartal_2018.pdf (Lest: 28.01.19).
- Jacobsen, D.I., 2015. *Hvordan gjennomføre undersøkelser?: innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Cappelen Damm akademisk, Oslo.
- Jansen, S.J.T., Coolen, H., Goetgeluk, R.W. (Eds.), 2011. *The measurement and analysis of housing preference and choice*. Springer, New York.
- Jensen, J.B., 2017. *Boligdrømmen anno 2020-25*. Tilgjengelig fra:
<https://www.linkedin.com/pulse/boligdr%C3%B8mmen-anno-2020-25-jesper-bo-jensen> (Lest: 09.01.19).
- Jensen, J.B., 2015. *Bosætning, boligmarked og byggeriet i de kommende år*. Tilgjengelig fra:
<https://www.fremforsk.dk/artikler/bosaetning-boligmarked-og-byggeriet-i-de-kommende-aar/>
 (Lest: 09.01.19).
- Johannessen, A., Tufte, P.A., Christoffersen, L., 2010. *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Abstrakt, Oslo.
- Katz, E., Lazarsfeld, P.F., 2006. *Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications*, 2nd ed. ed. Transaction Publishers, New Brunswick, N.J.
- Kok, J., 2007. *Principles and Prospects of the Life Course Paradigm*. Ann. Demogr. Hist. n° 113, 203–230.
- Koselleck, R., 2004. *Futures past: on the semantics of historical time*. Columbia University Press, New York.
- Kristiansand Kommune, 2019. *Sterkere sammen: Kristiansand mot 2030, Forslag til planprogram*. Kristiansand Kommune, Kristiansand.
- Kristiansand kommune, 2018a. *Grunnlagsdokument for etablering av nye Kristiansand*. Kristiansand Kommune, Kristiansand
- Kristiansand kommune, 2018b. *Om Kristiansand*. Tilgjengelig fra:
<https://www.kristiansand.kommune.no/link/141b7809fab84dac8753ae4d6b906d81.aspx?epslanguage=en> (Lest: 16.01.19).
- Kristiansand kommune, 2018c. *Boligprogram 2019-2022*. Kristiansand Kommune, Kristiansand
- Kristiansand kommune, 2017a. *Kommuneplanens samfunnsdel med overordnet arealstrategi 2017 - 2030*. Kristiansand Kommune, Kristiansand.

- Kristiansand kommune, 2017b. *Ny boligundersøkelse i Kristiansand*. Tilgjengelig fra: <https://www.kristiansand.kommune.no/link/678518a520e946459c49ec53fe94e3b1.aspx?epslangu age=en> (Lest: 23.10.18).
- Kristiansand kommune, 2015. *Gjennomsnittsalder 2007-2015*.
Kristiansand Kommune, Kristiansand
- Krogsveen, 2017. *Boligkjøperindeksen 2017: Dette er boligkjøperen 2017*. Tilgjengelig fra: <https://krogsveen.no/Boligtips/Boligkjoeperindeksen-2017-Dette-er-boligkjoeperen-2017> (Lest: 05.03.19).
- Kvale, S., Brinkmann, S., Anderssen, T.M., Rygge, J., 2015. *Det kvalitative forskningsintervju*. Gyldendal akademisk, Oslo.
- Levinsen, M., 2018. *Generation Z - de digitale indfødte er på vej*. Tilgjengelig fra: <https://www.linkedin.com/pulse/s%25C3%25A5dan-tackler-vi-de-digitale-indf%25C3%25B8dte-marianne-levinsen/> (Lest: 30.01.19).
- Levinsen, M., 2015. *De unge familier og boligdrømmen - nu og fremover*. Tilgjengelig fra: <https://www.fremforsk.dk/artikler/de-unge-familier-og-boligdroemmen/> (Lest: 09.01.19).
- Loftsgarden, T., Ellis, I.O., Øvrum, A., 2015. *Markedsundersøkelse om sykkel i fire byområder*. Dokumentasjonsrapport - Urbanet Analyse (UA No. 54:2015). Urbanitet Analyse.
- Løwe, T., 2002. *Boligpreferanser og livsfase* (SSB No. 59:2002). Statistisk Sentralbyrå, Oslo.
- Løwe, T., 2001. *Boligkonsum og husholdningsstruktur: livsfase- og generasjonsendringer i perioden 1973 - 1997* (SSB No. 24:2001). Statistisk Sentralbyrå, Oslo.
- Løwe, T., Sæther, J.P., 2007. *Studenters inntekt, økonomi og boforhold. Studenters levekår 2005*. (SSB No. 2007/2). Statistisk Sentralbyrå.
- Millstein, M., Hofstad, H., 2017. *Fortetting og folkehelse: Hvilke folkehelsekonsekvenser har den kompakte byen*. By- og regionforskningsinstituttet NIBR, Oslo.
- Moe, K., Martens, J.-D., 2018. *Hva er en god bolig? boligens utvikling i Norge fra 1650 til 2017*. Universitetsforlaget, Oslo.
- Munro, M., Madigan, R., 1998. *Housing Strategies in an Uncertain Market*. Sociol. Rev. 46, 714–734. <https://doi.org/10.1111/1467-954X.00137>
- Neal, D.R., 2013. *Social media for academics: a practical guide*. Chandos, S.L.
- NEF, 2017. *Mer moderat vekst i boligmarkedet*. Tilgjengelig fra: <https://www.nef.no/nyheter/moderat-vekst-boligmarkedet/> (Lest: 09.04.19).
- Nordahl, B., Barlindhaug, R., Havnen, E., Nørve, S., Aamo, A.S., 2011. *Utbyggerstyrt byutvikling?* Norsk institutt for by- og regionforskning, Oslo.

- Nordskog, L., 2018. *Millennials - den minst selvstendige generasjonen*. Bergen Helhetsklinikk. Tilgjengelig fra: <https://www.bergenhelhetsklinikk.no/2018/09/07/millennials-generasjonen/> (Lest: 19.01.19).
- Nordvik, V., Medby, P., 2002. *Boligkarrierer og flyttekostnader* (Byggforsk No. 316:2002). Norges byggforskningsinstitutt, Oslo.
- Norges Bank, 2018. *Vurdering av boliglånsforskriften*. Tilgjengelig fra: <https://www.norges-bank.no/aktuelt/nyheter-og-hendelser/Brev-og-uttalelser/2018/18-02-09-brev/> (Lest: 20.02.19)
- NOU, 2002. *Boligmarkedene og boligpolitikken* (NOU No. 2002:2). Statens Forvaltningstjeneste, Informasjonsforvaltning, Oslo.
- OC&C, 2019. *A generation without borders: Embracing Generation Z*.
- O'Reilly, T., 2007. *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*.
- Palfrey, J.G., Gasser, U., 2010. *Born digital: understanding the first generation of digital natives*. Basic Books, New York.
- Post, R., 2014. *Are tiny houses and micro-apartments the future of urban homes?* The Guardian.
- Quercia, R.G., Rohe, W.M., 1993. *Models of Housing Adjustment and Their Implications for Planning and Policy*. J. Plan. Lit. 8, 20–31. <https://doi.org/10.1177/088541229300800102>
- Quigley, J.M., Weinberg, D.H., 1977. *Intra- Urban Residential Mobility: A Review and Synthesis*. Int. Reg. Sci. Rev. 2, 41–66. <https://doi.org/10.1177/016001767700200104>
- Ravnsborg, A.H., 2016. *Generasjon x, y eller z? – Telenor*. Tilgjengelig fra: <https://www.online.no/trender/generasjoner.jsp> (Lest: 24.01.19).
- Regjeringen, 2018. *Fornytt strategi for boligmarkedet*.
- Revolv, M.K., Sandvik, L., With, M.L., 2018. *Bolig og boforhold - for befolkningen og utsatte grupper*. Statistisk Sentralbyrå, Oslo.
- Røgeberg, O., 2018. *Fire av fem nordmenn bruker sosiale medier*. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/artikler-og-publikasjoner/fire-av-fem-nordmenn-bruker-sosiale-medier> (Lest: 28.01.19).
- Rogers, E.M., 2003. *Diffusion of innovations*, 5th ed. ed. Free Press, New York.
- Rossi, P.H., 1980. *Why families move*, 2d ed. ed. Sage Publications, Beverly Hills.
- Ruud, M.E., 2014. *Nye befolkningsgrupper, endret livsstil, andre boligpreferanser*.

- Ruud, M.E., 2009. *Unges boligpreferanser* (NIBR-notat). By- og regionforskningsinstituttet NIBR, Oslo. <https://doi.org/10.7577/nibr/notat/2009/106>
- Ruud, M.E., 2001. *Eget hjem for første gang. Å flytte hjemmefra blant et utvalg ungdom i Oslo*. Norges byggforskningsinstitutt.
- Sandlie, H.C., 2011. *Hvordan går det med ungdommens etablering på boligmarkedet?* Tidsskr. Ungdomsforskning 49–69.
- Sandlie, H.-C., 2008. *To må man være: om ungdoms boligetablering på 1990-tallet*. Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi, Det samfunnsvitenskapelige fakultet, Universitetet i Oslo, Oslo.
- Schmidt, L., 2014. *Kompakt by, bokvalitet og sosial bærekraft* (No. NIBR-rapport: 2014:12). Norsk institutt for by- og regionforskning, Oslo.
- Siri Nørve, Denizou, K., Knudsen, W., 2006. *På veg mot universelt utformede boliger? Utviklingen belyst fra tilbudssiden i boligmarkedet* (NIBR-rapport No. 408:2006). Norges byggforskningsinstitutt, Oslo.
- Skogheim, R., Ruud, M.E., 2018. *Vitalisering av sentrum: Eksempler fra byene Bodø, Drammen, Fredrikstad og Tromsø* (NIBR-rapport No. 2018:1). Norsk institutt for by- og regionforskning, Oslo.
- Skorve, Ø., 2018. *Hvorfor stiger ikke boligprisene mer i Kristiansand?* Tilgjengelig fra: <https://dnbeiendom.no/Altombolig/Kjop-Og-Salg/Lokale-Boligmarked/Sorlandet/Kristiansand/Oslofolk-Burde-Vare-Misunnelige-Pa-Kristiansand> (Lest: 18.02.19).
- Sørvoll, J., 2011. *Norsk boligpolitikk i forandring 1970-2010: dokumentasjon og debatt*. (No. NOVA Rapport: 16/2011).
- SSB, 2018. *Boforhold*. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/bygg-bolig-og-eiendom/statistikker/boforhold/aar/2018-05-28> (Lest: 11.02.19).
- Støa, E., Høyland, K., Wågø, S., 2006. *Bokvaliteter i små boliger: Studier av fem boligprosjekter i Trondheim* (SINTEF-rapport No. SBF51 A06004). SINTEF Teknologi og samfunn. Arkitektur og byggteknikk, Trondheim.
- Store norske leksikon, 2019. *Preferanse*. Store Norske Leksikon.
- Syvertsen, J.-S., n.d. *Facebook henger med mens Snapchat vokser raskt viser Social Media Tracker*. Tilgjengelig fra: <https://kantar.no/tns-innsikt/facebook-henger-med-mens-snapchat-vokser-raskt-viser-social-media-tracker> (Lest: 05.05.19).
- Thorsnæs, G., Nilsen, J.E., Bjørtvedt, E., 2018. *Kristiansand*. Store Norske Leksikon.

Uglum, T.B.S., 2013. *Makten til å påvirke*. Tilgjengelig fra: <https://www.aftenposten.no/article/ap-1oPl.html> (Lest: 11.02.19).

Universum, 2017. *Generations Series 2007: Brave New Workplace*. Universum Global.

Vaf, 2010. *Arealplan for Kristiansandsregionen: Konsekvensutredning del 1 valg av analyseområder*.

Vegge, T.F., 2012a. *36.000 kan sykle til sentrum på under 20 minutter*. Fædrelandsvennen 4–5.

Vegge, T.F., 2012b. *Sliter med å få bilister til å sykle*. Fædrelandsvennen 2–3.

Wig, K., 2019. *Kommunalkomiteen har ferdigstilt ny lov for boligsalg*. Tilgjengelig fra: <http://e24.no/a/24618638> (Lest: 12.05.19)

9.0 Vedlegg

1. Spørreundersøkelsen

Unge boligønsker

Takk for at du ønsker å delta i undersøkelsen! Din deltakelse vil gi oss viktig kunnskap om hvordan unge ønsker å bo, og hva som verdsettes ved boligkjøp. Deltakelsen er frivillig, og du vil når som helst kunne trekke deg ved å avbryte undersøkelsen i din nettleser.

Din identitet vil holdes skjult.

Når skjult identitet brukes i undersøkelser, vil ingen identifiserbar informasjon, som f.eks. nettleserstype og -versjon, IP-adresse, operativsystem eller e-postadresse, bli lagret med svaret. Dette er for å beskytte respondentens identitet.

1) Kjønn

- Kvinne
- Mann
- Jeg ønsker ikke svare på dette

2) Alder

- 18-21
- 22-25
- 26-29
- Over 30

3) Hvordan bor du i dag?

- Eier egen bolig
- Leier bolig
- Studentbolig/bokollektiv
- Bor med foreldre/familie

4) Når ser du for deg å kjøpe egen bolig?

- Jeg eier allerede min egen bolig
- Jeg leter etter bolig nå
- Innen 1-2 år
- Innen 5 år
- Innen 10 år

Jeg kommer ikke til å kjøpe bolig

6) Har du fått eller kommer du til å få foreldrehjelp (evt.slektninger) til boligkjøp?

- Ja
- Nei
- Vet ikke
- Ingen planer om å kjøpe bolig

BSU er boligspar for unge

7) Sparer du til bolig i dag (eks. BSU)?

- Ja
- Nei

8) Hvor ofte bruker du sosiale medier (eks. Instagram, Snapchat, Facebook)?

- Flere ganger om dagen
- Daglig
- Ukentlig
- Månedelig
- Jeg bruker ikke sosiale medier

9) Du er interessert i å vite mer bolig og boligmarkedet. Hvor henvender du deg? (velg 2)

- Jeg spør venner/familie
- Google
- Jeg sjekker hva som tilbys (eks. finn.no)
- Jeg leser blogger om bolig og interiørtrender
- Jeg sjekker kommunens planer

10) Hvem inspirerer deg for hvordan boligen skal se ut? (velg de to viktigste)

- Bloggere/influensere
- Bilder på Instagram
- Venner
- Familie
- Interiørmagasiner

Sett deg inn i situasjonen at det var aktuelt for deg å kjøpe bolig i dag.

11) Hvilken av følgende boligtyper ville du valgt?

- Frittstående enebolig
- Leilighet i blokk eller bygård
- Rekkehus eller tomannsbolig
- Hybel (Hybelleilighet)
- Vet ikke

12) Hvor viktig er disse faktorene når du tenker på din fremtidige bolig? (velg de tre viktigste)

- Interiør
- Prisnivå
- Arkitektur (fasader)
- Størrelse på bolig
- Planløsning
- Beliggenhet
- Teknisk standard (boligens alder og tilstand)

13) Hvor godt passer følgende påstander til deg?

	Svært godt	Godt	Hverken godt eller dårlig	Dårlig	Svært dårlig	Vet ikke
Jeg er opptatt av boligstyling og interiør	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg synes boligene jeg ønsker meg er for dyre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg synes nye leilighetskomplekser som bygges i Kristiansand i dag er etter min smak	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg er opptatt av at bygget er nytt, og at boligen er av god teknisk stand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Det er viktig for meg at området jeg bor i har godt omdømme	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14) Hvor godt stemmer disse påstandene?

	Hverken godt					
	Veldig godt	Ganske godt	eller dårlig	Ganske dårlig	Veldig dårlig	Vet ikke
Jeg anser Kristiansand sentrum som et godt sted å bo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg ønsker å bo i nærheten av naturområder, og ønsker meg vekk fra byen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg ønsker å bo i sentrum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg ønsker å bo i nærheten av min familie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg er opptatt av å bo i nærheten av mine venner	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg trenger ikke bil dersom jeg bor i sentrum, for da har jeg de viktigste funksjonene i nærheten (eks: matbutikk, post o.l.) og kollektivtilbud lett tilgjengelig (10 minutters gange)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15) Hvor enig er du i følgende dilemmaer?

	Hverken enig				
	Svært enig	Ganske enig	eller uenig	Ganske uenig	Svært uenig
Jeg ønsker å bo i sentrum, selv om jeg får mindre leilighet for pengene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg ønsker at boligen min skal se stilig ut, og ofrer størrelse til fordel for kult interiør	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jeg vil ikke bo i sentrum, selv om jeg får lengre vei til aktiviteter og uteliv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16) Velg de tre viktigste faktorene ved boligens utforming

Balkong/terrasse

- Alt på ett plan
- Bolig over flere plan
- Separat kjøkken
- Åpen løsning (kjøkken og stue i ett)
- Separat soverom
- Mer enn to soverom
- Gode innredningsmuligheter (planløsning)
- Hage

17) Hvis du skulle bosatt deg i Kristiansandområdet, hvor skulle det vært?

- I nærheten av Kvadraturen
- I nærheten av et annet tettstedssentrum
- Mer landlig
- Jeg ønsker ikke bo i Kristiansand

18) Samsvarer dette med ditt oppvekstmiljø?

- Ja
- Nei

[Send]

100 % fullført

© Copyright www.questback.com. All Rights Reserved.

2: Intervjuguide marketer

A **Åpning:**

Intro om oppgaven: Unges boligpreferanser – opp mot sosiale medier

- Kan du fortelle litt om deg og hva du gjør for marketer?

B **Bolig og boligkjøpere**

Hvor aktive er de yngre gruppene på boligmarkedet?

Hvilke medier er de mest effektive for å annonsere boliger til yngre kjøpergrupper?

Hva tror du trekker de yngre gruppene til boligannonserne?

- Hva er forskjellen på hvordan dere retter dere mot de eldre og yngre målgruppene?
- Hva tror du skiller yngre og eldre boligkjøpere?

Hva opplever du at de unge ønsker seg; nybolig, bruktbolig eller oppussingsobjekt?

- Hvilke er de mest populære objektene, og hvordan fremstår disse i annonserne?

Hvilke kvaliteter er viktigst å fremheve ved en bolig ved annonsering?

Hva tror du er de viktigste boligpreferansene til de yngre målgruppene?

Hage, hus eller leilighet i byen?

C **Sosiale medier**

Hva har annonsering gjennom sosiale medier gjort for markedsføringen av bolig?

Hvordan opplever du at unge bruker sosiale medier for å lete etter bolig?

- Hvilke medier opplever dere gir mest respons?

Hvordan tror du sosiale medier påvirker unges boligønsker?

E **Avrundning:**

Hvordan tror du yngre ønsker å bo?

3. Intervjuguide Kristiansand kommune

A **Åpning:**

Intervjuobjektets bakgrunn

Begrepet «bærekraftig fortetting» - er intervjuobjektet kjent med og tar stilling til begrepet?

B **Mål om 15 000 innbyggere i Kvadraturen:**

Hva ligger til grunn for målet? Er det satt realistisk?

Hvorfor akkurat 15 000? (15pers/daa gir 15 000pers/1km²)

- Hvorfor ønsker dere en så kraftig sentrumsfortetting?
- Er det satt spesifikt mot en ung målgruppe?

Hvordan mener kommunen dette skal gjøres bærekraftig?

Hvordan skal det gjøres?

- Bare nybygg, transformering, utvidelse av byggesone?

Har dere satt konkrete planer og strategier for å nå målet?

Strategi: Busskort mot unge

C **Flukt fra sentrum**

Hvorfor tror du situasjonen er blitt som den er blitt? Høy eldreandel og unge som flytter ut

D **Samhandling med utbyggerne:**

Hvor mye samarbeider dere med utbyggerne for å sammen bygge Kvadraturen?

Opplever kommunen at utbyggerne ønsker å gå imot deres visjoner og målsettinger?

Relativt få pågående prosjekter i Kvadraturen i dag? Hvorfor?

Er kommunen for passiv i realiteten og skjuler seg bak planene/programmene sine?

Hvorfor legges det ikke mer føringer eller normer for prosjektene?

- Min. antall leiligheter
- Andel av ulike størrelser

E **Boformer/Nytenkning:**

Hvilke boligtyper/løsninger tilbyr dere unge uetablerte på markedet? Oppfordrer dere til dette på noen spesifikke områder?

Hvordan stiller kommunen seg til innovasjon og nytenkning i måten vi bygger bolig på?

Tørr kommunen å utfordre de etablerte standardene for boliger og levemåter?

- Mikroboliger, bofellesskap, skilsmisseboliger, mer fellesområder

F **Avrundning:**

Tror du selv det er mulig å bli 15 000 innbyggere i Kvadraturen?

4. Intervjuguide eiendomsmegler

A. Innledning

Muntlig samtykke: Spørre om det går greit at vi tar opp samtalen, og om han kan anonymiseres dersom han ønsker dette. Om ønskelig, sender vi notatene fra intervjuet til godkjenning til deg.

Forklare kort hva oppgaven handler om: VI skriver masteroppgave om unges boligpreferanser i Kristiansand.

B. Bolig og preferanser

Hvordan opplever du at boligmarkedet i Kristiansand er å komme seg inn på i for de yngre kjøpegruppene?

Hva opplever du at de yngre boligkjøperne ser etter i en bolig?

- Noen spesifikke preferanser/kvaliteter som skiller seg ut (interiør/planløsninger/teknisk standard/størrelse)

Hvilken boligtype skiller seg ut som populært for de yngre kjøperne?

Hvordan stiller denne gruppen seg til boligens pris?

Hvor ønsker de yngre å bosette seg?

C. Sosiale medier

Reflekterer dere noe hvorvidt de unge i dag er skiller seg fra de eldre generasjonene?

- Når dere selger boliger, tenker dere på om de yngre har andre preferanser enn de eldre
- Gjør dette noe med hvordan dere annonsere og utformer boligannonser

Annonsering av bolig

- Har du noen tanker rundt hvordan sosiale medier har påvirket salg og valg av bolig?

D: Avrunding:

Hvordan tror du yngre ønsker å bo?

5. Rapport spørreundersøkelse

RAPPORT SPØRREUNDERSØKELSE:

Unges boligpreferanser

Antall respondenter	Prosent
128	100,0 %

Spørsmål 1: Kjønn

Kjønn	Prosent
Kvinne	64,1 %
Mann	35,9 %
Jeg ønsker ikke svare	0,0 %
N	128

Spørsmål 2: Alder

Alder	Prosent
18-21	32,0%
22-25	50,0%
26-29	11,7%
Over 30	6,3%
N	128

Spørsmål 3: Hvordan bor du i dag?

Bosituasjon	Prosent
Eier egen bolig	20,3%
Leier bolig	39,1%
Studentbolig/bokollektiv	38,3%
Bor med foreldre/familie	2,3%
N	128

Spørsmål 4: Når ser du for deg å kjøpe egen bolig?

Kjøpstidspunkt	Prosent
Jeg eier allerede min egen bolig	19,5 %
Jeg leter etter bolig nå	2,3 %
Innen 1-2 år	14,1 %
Innen 5 år	46,9 %
Innen 10 år	15,6 %
Jeg kommer ikke til å kjøpe bolig	1,6 %
N	128

Spørsmål 5: Har du fått eller kommer til å få foreldrehjelp (evt. slektninger) til boligkjøp?

Foreldrehjelp	Prosent
Ja	41,4 %
Nei	28,1 %
Vet ikke	30,5 %
Ingen planer om å kjøpe bolig	0,0 %

N	128
---	-----

Spørsmål 6: Sparer du til bolig i dag (eks. BSU)?

Sparing	Prosent
Ja	75,0 %
Nei	25,0 %
N	128

Spørsmål 7: Hvor ofte bruker du sosiale medier (eks. Instagram, Snapchat, Facebook)?

Sosiale medier	Prosent
Flere ganger om dagen	79,5 %
Daglig	20,5 %
Ukentlig	0,0 %
Månedelig	0,0 %
Jeg bruker ikke sosiale medier	0,0 %
N	127

Spørsmål 8: Du er interessert i å vite mer om bolig og boligmarkedet. Hvor henvender du deg? (Velg to)

Informasjon bolig	Prosent
Jeg spør venner/familie	54,3 %
Google	37,0 %
Jeg sjekker hva som tilbys (eks. finn.no)	72,4 %
Jeg leser blogger om bolig og interiør	2,4 %
Jeg sjekker kommunens planer	2,4 %
N	127

Spørsmål 9: Hvem inspirerer deg for hvordan boligen skal se ut? (Velg de to viktigste)

Boliginspirasjon	Prosent
Bloggere/influensere	12,0 %
Bilder på Instagram	48,0 %
Venner	49,6 %
Familie	40,0 %
Interiørmagasiner	25,6 %
N	125

Spørsmål 10: Hvilken av følgende boligtyper ville du valgt?

Boligtype	Prosent
Frittstående enebolig	48,0 %
Leilighet i blokk eller bygård	36,2 %
Rekkehus eller tomannsbolig	9,4 %
Hybel (Hybelleilighet)	2,4 %
Vet ikke	3,9 %
N	127

Spørsmål 11: Hvor viktig er disse faktorene når du tenker på din fremtidige bolig? (velg de tre viktigste)

Boligkvaliteter	Prosent
Interiør	10,2 %
Prisnivå	83,6 %
Arkitektur (fasader)	10,9 %
Størrelse på bolig	38,3 %
Planløsning	36,7 %
Beliggenhet	72,7 %
Teknisk standard (boligens alder og t	37,5 %
N	128

Spørsmål 12: Hvor godt passer følgende påstander til deg?

Påstand
Jeg er opptatt av boligstyling og interiør
Jeg synes boligene jeg ønsker meg er for dyre
Jeg synes nye leilighetskomplekser som bygges i Kristiansand i dag er etter min smak
Jeg er opptatt av at bygget er nytt, og at boligen er av god teknisk stand
Det er viktig for meg at området jeg bor i har godt omdømme

Spørsmål 12.1: Jeg er opptatt av boligstyling og interiør




Liker interiør/boligstyling	Prosent
Svært godt	18,8 %
Godt	46,9 %
Hverken godt eller dårlig	25,8 %
Dårlig	6,3 %
Svært dårlig	2,3 %
Vet ikke	0,0 %
N	128

Spørsmål 12.2: Jeg synes boligene jeg ønsker meg er for dyre







Dyrt prisnivå	Prosent
Svært godt	21,9 %
Godt	40,6 %
Hverken godt eller dårlig	26,6 %
Dårlig	2,3 %
Svært dårlig	0,8 %
Vet ikke	7,8 %
N	128

Spørsmål 12.3: Jeg synes nye leilighetskomplekser som bygges i Kristiansand i dag er etter min smak







Stil leilighetsbebyggelse	Prosent
Svært godt	7,8 %
Godt	41,4 %
Hverken godt eller dårlig	20,3 %

Dårlig		8,6 %
Svært dårlig		3,9 %
Vet ikke		18,0 %
<i>N</i>		128

Spørsmål 12.4: Jeg er opptatt av at bygget er nytt, og at boligen er av god teknisk stand

Teknisk standard	Prosent
Svært godt	 23,4 %
Godt	 43,0 %
Hverken godt eller dårlig	 24,2 %
Dårlig	 5,5 %
Svært dårlig	 3,1 %
Vet ikke	 0,8 %
<i>N</i>	128







Spørsmål 12.5: Det er viktig for meg at området jeg bor i har godt omdømme

Omdømme	Prosent
Svært godt	 16,4 %
Godt	 54,7 %
Hverken godt eller dårlig	 18,0 %
Dårlig	 7,8 %
Svært dårlig	 2,3 %
Vet ikke	 0,8 %
<i>N</i>	128

Spørsmål 13: Hvor godt stemmer disse påstandene?

Påstander
Jeg anser Kristiansand sentrum som et godt sted å bo
Jeg ønsker å bo i nærheten av naturområder, og ønsker meg vekk fra byen
Jeg ønsker å bo i sentrum
Jeg ønsker å bo i nærheten av min familie
Jeg er opptatt av å bo i nærheten av mine venner
Jeg trenger ikke bil dersom jeg bor i sentrum, for da har jeg de viktigste funksjonene i nærheten (eks: matbutikk, post o.l.) og kollektivtilbud lett tilgjengelig (10 minutters gange)

Spørsmål 13.1: Jeg anser Kristiansand sentrum som et godt sted å bo

Kristiansand sentrum som bosted	Prosent
Veldig godt	 23,4 %
Ganske godt	 41,4 %
Hverken godt eller dårlig	 23,4 %
Ganske dårlig	 7,8 %
Veldig dårlig	 3,1 %
Vet ikke	 0,8 %
<i>N</i>	128

Spørsmål 13.2: Jeg ønsker å bo i nærheten av naturområder, og ønsker meg vekk fra byen

Nærhet til natur	Prosent
Veldig godt	14,8 %
Ganske godt	39,1 %
Hverken godt eller dårlig	28,1 %
Ganske dårlig	14,8 %
Veldig dårlig	2,3 %
Vet ikke	0,8 %
N	128

Spørsmål 13.3: Jeg ønsker å bo i sentrum

Nærhet til sentrum	Prosent
Veldig godt	10,9 %
Ganske godt	32,0 %
Hverken godt eller dårlig	30,5 %
Ganske dårlig	16,4 %
Veldig dårlig	9,4 %
Vet ikke	0,8 %
N	128

Spørsmål 13.4: Jeg ønsker å bo i nærheten av min familie






Nærhet til familie	Prosent
Veldig godt	12,5 %
Ganske godt	32,0 %
Hverken godt eller dårlig	38,3 %
Ganske dårlig	7,8 %
Veldig dårlig	5,5 %
Vet ikke	3,9 %
N	128

Spørsmål 13.5: Jeg er opptatt av å bo i nærheten av mine venner

Nærhet til venner	Prosent
Veldig godt	14,8 %
Ganske godt	55,5 %
Hverken godt eller dårlig	24,2 %
Ganske dårlig	3,9 %
Veldig dårlig	0,8 %
Vet ikke	0,8 %
N	128

Spørsmål 13.6: Jeg trenger ikke bil dersom jeg bor i sentrum, for da har jeg de viktigste funksjonene i nærheten (eks: m o.l.) og kollektivtilbud lett tilgjengelig (10 minutters gange)






Sentrumsnærhet vs. Bilbruk	Prosent
Veldig godt	37,5 %

Ganske godt	 30,5 %
Hverken godt eller dårlig	 15,6 %
Ganske dårlig	 7,8 %
Veldig dårlig	 7,8 %
Vet ikke	 0,8 %
N	128






Spørsmål 14: Hvor enig er du i følgende dilemmaer

Dilemma
Jeg ønsker å bo i sentrum, selv om jeg får mindre leilighet for pengene
Jeg ønsker at boligen min skal se stilig ut, og ofrer størrelse til fordel for kult interiør
Jeg vil ikke bo i sentrum, selv om jeg får lengre vei til aktiviteter og uteliv






Spørsmål 14.1: Jeg ønsker å bo i sentrum, selv om jeg får mindre leilighet for pengene

Sentrum, mindre boareal	Prosent
Svært enig	 7,0 %
Ganske enig	 25,8 %
Hverken enig eller uenig	 24,2 %
Ganske uenig	 28,1 %
Svært uenig	 14,8 %
N	128

Spørsmål 14.2: Jeg ønsker at boligen min skal se stilig ut, og ofrer størrelse til fordel for kult interiør

Interiør, mindre boareal	Prosent
Svært enig	 6,3 %
Ganske enig	 27,3 %
Hverken enig eller uenig	 28,1 %
Ganske uenig	 27,3 %
Svært uenig	 10,9 %
N	128

Spørsmål 14.3: Jeg vil ikke bo i sentrum, selv om jeg får lengre vei til aktiviteter og uteliv

Ut av sentrum, lenger vei til aktivitet	Prosent
Svært enig	 10,2 %
Ganske enig	 36,7 %
Hverken enig eller uenig	 21,1 %
Ganske uenig	 28,1 %
Svært uenig	 3,9 %
N	128

Spørsmål 15: Velg de tre viktigste faktorene ved boligens utforming

Boligens viktigste faktorer	Prosent
Balkong/terrasse	 48,4 %
Alt på ett plan	 9,4 %

Bolig over flere plan	8,6 %
Separat kjøkken	23,4 %
Åpen løsning (kjøkken og stue i ett)	23,4 %
Separat soverom	53,1 %
Mer enn to soverom	35,2 %
Gode innredningsmuligheter (planløsning)	63,3 %
Hage	25,8 %
<i>N</i>	128

Spørsmål 16: Hvis du skulle bosatt deg i Kristiansandområdet, hvor skulle det vært?

Boområde	Prosent
I nærheten av Kvadraturen	40,6 %
I nærheten av et annet tettstedssentrum	27,3 %
Mer landlig	18,8 %
Jeg ønsker ikke bo i Kristiansand	13,3 %
<i>N</i>	128

Spørsmål 17: Samsvarer dette med ditt oppvekstmiljø?

Samsvar oppvekstmiljø	Prosent
Ja	54,0 %
Nei	46,0 %
<i>N</i>	126



Norges miljø- og biovitenskapelige universitet
Noregs miljø- og biovitenskapelige universitet
Norwegian University of Life Sciences

Postboks 5003
NO-1432 Ås
Norway