



Norges miljø- og  
biovitenskapelige  
universitet

**Masteroppgave 2022 30 stp**  
Fakultet for landskap og samfunn

## **Hvordan skape liv i døde bysentrum gjennom eiendomsutvikling?**

How to revitalize city centres through real estate  
development?

Elias Eiborg Heiberg og Ludvig Nordby  
Master i Eiendomsutvikling

## Forord

Denne masteroppgaven markerer avslutningen på vår toårige master i Eiendomsutvikling ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet, Fakultet for landskap og samfunn, Institutt for eiendom og juss.

Gjennom studieløpet har vi fått en bred og tverrfaglig forståelse for de mange aspektene ved eiendomsutvikling og byutvikling. Med bachelorgrader i markedsføring og økonomi, fant vi Gelters teorier om eiendom, marked og kalkyler fascinerende. Da vi neste semester ble introdusert for Jan Gehl og Jane Jacobs, ble forståelsen utvidet og rikere. Hvordan man kan påvirke byutviklingen gjennom eiendomsutvikling er noe som fanget vår interesse særlig, og det ble naturlig for oss å vie masteroppgaven vår til dette skjæringspunktet.

Vi vil takke veilederen vår Erling Dokk Holm for å løfte blikket vårt. En stor takk rettes til intervjuobjektene våre for at de stilte opp og delte av sin kunnskap. Alle inspirerende forelesere fortjener også sin takk. Takk til medstudenter på tvers av linjer for godt samarbeid på gruppeoppgaver, og en spesiell hilsen rettes til de to andre medlemmene i Real Estate Sharks – en studietid preget av pandemi og nedstengning ville ikke vært den samme uten våre ukentlige, digitale kaffepauser.

Byliv er en selvforsterkende prosess, og arkitekten van Klingerer sammenfattet sine erfaringer med byaktiviteter i formelen  $1 + 1 = 3$ . Elias har erfart at dette også gjelder i andre deler av livet, og ser frem til å ønske sin sønn velkommen til verden i løpet av de kommende dagene. Takk til høygravide Helle for all støtte og motivasjon. Ludvig setter kursen mot utlandet for videre studier.

God lesning.

Elias Eiborg Heiberg og Ludvig Nordby  
Oslo, våren 2022

## Sammendrag

Å skape byliv i sentrumsgatene til små og store norske byer er en målsetting som utfordres av flere faktorer. Eksternt lokaliserte kjøpesentre, netthandel og bosetting utenfor byene trekkes ofte frem som viktige årsaker til at den menneskelige aktiviteten trekkes ut av sentrum, og etterlater tomme lokaler med gråpapir i vinduene. På tross av dette ser man at enkelte eiendomsutviklere klarer å utvikle kvaliteter som likevel trekker publikum, og vitaliserer bysentrum. Tidligere forskning peker på gårdeierstruktur og fravær av samarbeid som en utfordring for sentrum, og redusert kjøpesenterutbygging og økt boligfortetting i sentrum som en viktig del av løsningen. Oppgaven søker å se eiendomsutvikling fra et nytt perspektiv, og forstå hvilke faktorer som gjør at enkelte utviklere lykkes med å skape liv i byen, på tross av bosetting utenfor sentrum og med konkurranse fra både eksterne kjøpesentre og netthandel.

Gjennom et kvalitativt forskningsdesign danner litteraturstudien kunnskapsgrunnlaget for hvilke kvaliteter som verdsettes i byen. En blanding av funksjoner, tilrettelegging for gåendes fremkommelighet, variasjon i fasader og god utforming av byrom kan legge til rette for byliv og vitale sentrum. Byliv oppstår som et resultat av at mennesker oppholder seg i gatene over en lengre periode enn bare ved å haste forbi. Eiendommer, byrom og gater som senker tempoet og innbyr til opphold viser seg derfor å bidra positivt til bylivet. Videre gir casestudiene og intervjuene av eiendomsutviklere som har lykkes med å skape byliv, innsikt i hvordan de jobber strategisk med eiendommenes form og innhold for å tiltrekke publikum og innby til opphold i bysentrum.

Eiendomsutviklere som lykkes med å vitalisere bysentrum kjennetegnes med å være markedsorienterte ned til sluttbrukerne i innholdsfileringen av eiendommene. Gjennom å utvikle sentrum til et attraktivt sted for opplevelsen av urbant liv, ved å skape konsepter som trekker publikum og utforme fasader og byrom av høy kvalitet som innbyr til opphold, viser funnene at eiendomsutviklere med lokal markedsforståelse og et langsiktig perspektiv gjennom konseptutvikling og vennlig arkitektur kan vitalisere bysentrum. Eiendomsutvikling som skaper liv i sentrum øker kundegrnlaget til handels- og tjenesteaktørene, og realiserer i tillegg til verdier som økt byliv, stedsidentitet og sosiale møteplasser, også eiers krav til avkastning gjennom lønnsomme leietakere.

## Abstract

Creating city life in the city centre streets of small and large Norwegian cities is an objective that is challenged by several factors. Externally located shopping centres, online shopping and settlement outside the cities are often cited as important reasons why human activity is pulled out of the city centre, leaving empty premises with grey paper in the windows. Despite this, some developers manage to produce qualities that still attract the public, and in turn revitalize the city centre. Previous research points to a difficult landowner structure and the absence of cooperation as a challenge for the city centre. The same research proposes reduced shopping centre development and a higher housing densification in the city centre as an important part of the solution. The thesis seeks to see real estate development from a new perspective and understand the factors that make some developers succeed in creating life in the city, despite settlement outside the city centre and with competition from both external shopping centres and online shopping.

Through a qualitative research design, the literature study forms the knowledge base for which qualities are valued in the city. Mixed use, walkability, variation in facades and good design of urban spaces can facilitate urban life and vital centres. City life arises as a result of people staying on the streets for a longer period of time rather than just rushing through. Properties, urban spaces, and streets that make people slow down or meet each other prove to make a positive contribution to urban life. Furthermore, the case studies and interviews of property developers who have succeeded in creating city life provide insight into how they work strategically with the properties' design and tenant mix to attract the public and invite them to stay in the city centre.

Property developers who succeed in revitalizing the city centre are characterized by being market-oriented with a focus all the way down to the tenants' customers when deciding what to do with their properties. By developing the city centre into an attractive place for the experience of urban life, by creating concepts that attract the public, and designing high-quality facades and urban spaces that invite people, the findings show that property developers with local market understanding and a long-term perspective through concept development and friendly

architecture can revitalize the city centre. Real estate development that creates life in the city centre increases the customer base of the trade and service actors and realizes in addition to values such as increased city life, place identity and social meeting places, also the owner's demands for returns through profitable tenants.

# Innholdsfortegnelse

FORORD .....	1
SAMMENDRAG .....	2
ABSTRACT .....	3
1. INNLEDNING .....	7
1.1 Introduksjon og bakgrunn .....	7
1.2 Fokusområde og begrensninger .....	8
1.3 Formål og hensikt .....	9
1.4 Problemstilling og forskningsspørsmål .....	10
1.5 Aktivitet i sentrum – utviklingen de siste tiårene .....	11
2. TEORI .....	16
2.1 Hva er en by? .....	16
2.2 Hva skaper byliv? .....	19
2.3 Eiendomsutvikling som prosess .....	33
2.4 Kompakt byutvikling .....	43
2.5 Sentripetale og sentrifugale krefter .....	44
3. METODE .....	46
3.1 Kvalitativ metode .....	46
3.2 Forskningsstrategi .....	46
3.3 Litteraturstudie .....	47
3.4 Intervju .....	48
3.5 Casestudie .....	53
4. CASE – UTVIKLERE FRA FREDRIKSTAD OG HAMAR .....	57
4.1 Cityplan AS - Fredrikstad .....	57
4.2 Vold Eiendommer AS – Hamar .....	63
5. FUNN .....	68
5.1 Forskningsspørsmål 1 .....	68
5.2 Forskningsspørsmål 2 .....	76
5.3 Forskningsspørsmål 3: .....	83
6. DISKUSJON .....	91
6.1 Forskningsspørsmål 1 .....	91
6.2 Forskningsspørsmål 2 .....	95
6.3 Forskningsspørsmål 3 .....	103
6.4 Oppsummering .....	109
7. KONKLUSJON .....	111
LITTERATURLISTE .....	116

## Figurliste

Figur 1: Sentrum som etableringsarena (Hagen m.fl., 2017).....	13
Figur 2: Gehl Architects 12 kvalitetskriterier for byrom (Gehl Architects, 2014) .....	22
Figur 3: Inngangsområde til en kontorbygning i New York før og etter gjennomføring av uteromsforbedring. Project for Public Spaces, New York, 1976. (Gehl, 1971, s. 31).....	25
Figur 4: The Place Diagram (PPS, u.å.c).....	27
Figur 5: Åttetrinnsmodellen basert på Børrud og Røsnes (2016).....	34
Figur 6: Mulighetstrekanten. (Børrud & Røsnes, 2016).....	35
Figur 7: Studieområdet i Fredrikstad (Kartdata: Finn.no) .....	57
Figur 8: Bygård før og etter opprustning .....	60
Figur 9: Nygaardsplassen sett fra O. M. Holwechs gate, 2017, like før Cityplan overtar. (Kilde: Google Maps).....	61
Figur 10: Nygaardsplassen sett fra O. M. Holwechs gate, 2019 (Foto: Kyrre Sundal) .....	62
Figur 11: Nygaardsplassen 2021 (Foto: Cityplan).....	62
Figur 12: Studieområdet Hamar. (Kartdata: Finn.no).....	63
Figur: 13 Kø inn til Festivitetten bar og scene. Kilde (Vold eiendommer) .....	65
Figur 14: Matkvartalet. Resultatet av utviklingen av Torggata 131.(Kilde: Vold Eiendommer). 66	
Figur 15: Torggata 13 før Vold eiendommer utviklet eiendommen til matkvartalet. (Kilde: Vold eiendommer) .....	66
Figur 16: Bakgården i Torggata 13, før utviklingen av Matkvartalet Kilde: (Vold eiendommer)67	
Figur 17: Bakgården i Torggata 13, etter utviklingen av Matkvartalet. Hele førsteetasjen inneholder forskjellige street foodaktører Kilde: (Vold eiendommer) .....	67
Figur 18: Mennesker nyter en stille stund i Paley park, midt i New York sentrum (Weber, u.å.)79	
Figur 19: Paley park sett fra gaten. (Weber, u.å.).....	79
Figur 20: Passasjen på Nygaardsplassen. (Foto: Simen Øien) .....	80

## Tabelliste

Tabell 1: Aktørenes motivasjon basert på Carmona (2021) .....	39
Tabell 2: Oversikt over intervjuer.....	49

# 1. Innledning

Dette innledende kapitlet introduserer bakgrunnen for det valgte temaet, og beskriver oppgavens fokusområde, hvilke begrensninger som er gjort og hva som er formålet med oppgaven. Til slutt presenteres problemstillingen, og forskningsspørsmålene benyttet for å besvare den.

## 1.1 Introduksjon og bakgrunn

Bilbasert livsstil som en følge av bosetting i utkanten av bysentrum, etableringen av eksterne handels- og kjøpesentre, og økningen i netthandel trekkes frem som deler av årsaken til at butikker, serveringssteder og andre aktører forsvinner ut av bysentrum, og etterlater tomme lokaler med gråpapir i vinduene (Skogheim & Ruud, 2018). Mange bysentrum som før har vært fulle av liv og aktivitet står igjen uten et eksisterende funksjonstilbud, kun med kontorer, boliger og enkelte annenrangs serveringssteder, solstudioer eller bingoer med lukkede fasader ut mot gaten. Bysentrum har rett og slett dødd ut. Med døde bysentrum menes sentrumsgater som ikke innbyr til opphold, men som man kun beveger seg forbi på vei til eller fra. Det er bysentrum med lav menneskelig aktivitet, handel eller andre funksjonstilbud. Bysentrum kan ha en høy tetthet av boliger og arbeidsplasser, men likevel oppleves dødt. Det er fraværet av menneskelig aktivitet og opphold i gaten som her avgjør hvorvidt bysentrum defineres som dødt.

Det er et gjennomgående politisk mål å fortette sentrum med bolig, arbeidsplasser, handels- og funksjonstilbud i nær tilknytning til hverandre og kollektivknutepunkt for en bærekraftig byutvikling som reduserer folks daglige bilbaserte transportbehov (Vestby, 2018). En høyere tetthet av boliger og arbeidsplasser i sentrum kan ifølge Hagen med flere (2017) styrke sentrum som etableringsarena for handels- og tjenestefunksjoner, og på den måten også øke bylivet. Vårt utgangspunkt er at denne teorien ikke fullt ut forklarer hvordan man gjennom eiendomsutvikling kan revitalisere sentrum. Etter å ha observert forskjellige bysentrum med ulik grad av tetthet av boliger og arbeidsplasser, opplever vi at det ikke nødvendigvis er høy konsentrasjon av mennesker som bor og jobber i sentrum som avgjør om bysentrum oppleves som aktivt.

Når det politisk er et ønske om fortetting og at flere skal bosettes sentralt, er det viktig også å være bevisst hvilke kvaliteter man verdsetter ved å bo i tett by. Bokvaliteten for en leilighet i sentrum avhenger, i tillegg til boligen i seg selv, også av de kvalitetene og funksjonene sentrum



kan tilby (Barlindhaug m.fl. 2012). Som en del av fortettingen vil det dermed også være viktig å være bevisst hva som skal til for å øke bokkvaliteten i sentrum. Å studere hvordan man kan revitalisere sentrum kan derfor være relevant både for å trekke livet tilbake til sentrumsgatene, men også fordi det kan tilføre gode kvaliteter til de som bosetter seg der.

Med utgangspunkt i det vi mener er eksempler på aktive bysentrum, hvor eiendomsutviklere har klart å vitalisere bysentrum uten at tettheten av boliger og arbeidsplasser er svært høy, samtidig som det finnes tett befolkede sentrum som ikke opplever den samme aktiviteten, tror vi det finnes et aspekt ved eiendomsutviklingen som skal til for å vitalisere bysentrum, uavhengig av boligtettheten, som ikke kommer tydelig nok frem i teorien og forskningen. Oppgaven søker å studere dette aspektet, og bidra til et bedre kunnskapsgrunnlag rundt hvordan man kan revitalisere bysentrum gjennom eiendomsutvikling.

## **1.2 Fokusområde og begrensninger**

Oppgaven tar for seg sentrumsaktivitet og hvordan eiendomsutviklere kan bidra til å øke aktiviteten i sentrum. Sentrumsaktivitet avhenger av flere forhold, og det er mange interesser som skal ivaretas i byen. Denne oppgaven studerer eiendomsutviklerens perspektiv og rolle i prosessen, og ser i mindre grad på kommunens rolle.

Oppgaven studerer de fysiske eiendommene og deres innhold i samspill med andre eiendommer som sammen utgjør sentrum. Byrom og gater blir også studert fordi sentrumsaktivitet skjer i gatene, og opplevelsen av disse er et resultat av eiendommene og fasadene som omslutter dem. Eiendom utvikles slik eiendomsutviklerne ønsker å tilpasse seg i markedet. Derfor er eiendomsutviklernes motivasjon, påvirkningskraft og ansvar i vitaliseringen viktig å studere. I denne oppgaven har vi intervjuet eiendomsutviklere som alle har lyktes med å vitalisere sentrumsområder gjennom sine prosjekter, for å konkretisere hvilke strategier og motivasjoner som ligger bak den vellykkede eiendomsutviklingen de har stått for.

Sentrumsområdene som studeres er valgt med bakgrunn i at de har gjennomgått en forvandling. De har gått fra å være aktive, til å av ulike årsaker ha dødd ut, til å igjen bli vitale sentrum med høy menneskelig aktivitet. Dette er til dels som en følge av eiendomsutvikling. Det er gjort et

bevisst valg å holde de største norske byene utenfor oppgavens studieområde, da det er gjort en antagelse om at eiendomsutviklerne i disse byene opererer etter andre forutsetninger enn i mindre og mellomstore byer, der bolig- og arbeidsplass tettheten ikke er like stor. Det betyr ikke at funnene mangler overføringsverdi til storbyene, men at oppgaven kommer dypere inn i kjernen på hva som skal til for å skape byliv, når forutsetningene er dårligere, men man likevel lykkes.

### **1.3 Formål og hensikt**

Fra å være et sted man naturlig oppsøkte for å gjennomføre nødvendige innkjøp og ærender, har mange bysentrum rundt i landet tapt i konkurransen med de eksterne handelssentrene og en økende netthandel. Oppgaven studerer om det på tross av dette er mulig å trekke aktiviteten tilbake til sentrumsgatene med eiendomsutvikling som virkemiddel.

Hensikten med oppgaven er å tilføre ny kunnskap om eiendomsutvikling, utviklingsprosjekters rolle og eiendomsutvikleres strategier og motivasjon for å vitalisere bysentrum. Det finnes flere etablerte teorier og rapporter på hva som skaper dynamikk i byer, og hva som er årsaken til at sentrum i mange byer har dødd ut, men det finnes lite forskning på hva eiendomsutviklere kan bidra med i vitaliseringen av sentrum.

Eiendomsutviklere er ofte kommersielle aktører som blant annet motiveres av avkastningen på investert kapital. Oppgaven tar utgangspunkt i at avkastning i eiendomsinvesteringer avhenger av leietakerens betalingssevne og -vilje. Utvikler er derfor avhengig av økonomisk bærekraftige leietakere. Forutsetter vi at menneskene i sentrum er kundegrunnlaget til eiendommenes leietakere, vil det være i eiendomsutviklernes interesse å utvikle eiendom for økt byliv. Gitt at eiendomsutvikling, forenklet sagt, kun skjer dersom det er lønnsomt for tiltakshaveren, ønsker oppgaven å sette kunnskapshullet om hvordan eiendomsutviklere kan jobbe for å vitalisere sentrum.

## 1.4 Problemstilling og forskningsspørsmål

Bakgrunnen for oppgaven er at det er en gjennomgående målsetting for norske byer å vitalisere sentrum. Med utgangspunkt i at det er eiendomsutviklerne som i størst grad påvirker eiendomsmassen i sentrum gjennom form og innhold, ønsker oppgaven å finne svar på følgende problemstilling:

*«Hvordan skape liv i døde bysentrum gjennom eiendomsutvikling?»*

For å besvare problemstillingen er det nødvendig å studere flere aspekter ved eiendomsutvikling, både sentrumseiendommenes innhold og fysiske utforming, men også hvordan eiendomsutviklerne jobber med sentrum ut ifra en helhetstankegang og gjennom samarbeid.

Problemstillingen besvares gjennom følgende tre forskningsspørsmål:

- 1. Hvordan kan eiendomsutviklere gjennom konseptutvikling og identitetsskapende lokaler skape liv i døde bysentrum? Hvordan skape liv gjennom innholdet i byggene?*
- 2. Hvordan kan eiendomsutviklere gjennom fysiske grep med fasader og gatestruktur skape liv i døde bysentrum? Hvordan skape liv gjennom fysisk utforming?*
- 3. Hvordan kan man gjennom samarbeid, en konsentrert lokalisering, og økning av funksjonstilbudet skape liv i døde bysentrum?*

## 1.5 Aktivitet i sentrum – utviklingen de siste tiårene

Det er en gjennomgående målsetting i dagens kommuneplaner at sentrum skal styrkes til et pulserende og aktivt sted gjennom fortetting av bolig, og tilrettelegging for arbeidsplasser, handel, kultur og tjenesteyting (Vestbye, 2018). Den økte bevisstheten rundt klimautfordringene og bærekraftig utvikling setter også som premiss at man må bosettes tettere, og med nærhet til alle daglige funksjoner for å redusere transportbehovet til den enkelte. Målsettingen kommer i stor grad som en reaksjon på utviklingen man har sett de siste tiårene med spredt boligbebyggelse, og etablering av kjøpesentre, store handelsarealer og arbeidsplasser i utkanten av byen, som har gjort befolkningen svært avhengig av bilen for den daglige transporten. Skogheim og Ruud (2018) finner i sin rapport at utviklingen også har bidratt til å trekke handel og folk ut av sentrum, og ført med seg tomme lokaler og redusert sentrumsaktivitet. Dagens ønskede utvikling med boligfortetting i sentrum er på mange måter en reversering av boligpolitikken man hadde på 1950- og 60-tallet med utviklingen av drabantbyer i utkanten av byene. Etter hvert som befolkningen reiste mer bilbasert på 1970-tallet skiftet boligpolitikken videre mot en større utvikling av eneboliger i utkanten av byen (Holsen, 2006). Resultatet var at befolkningsveksten stoppet opp i de største byene, samtidig som mindre tettsteder opplevde vekst. Holsen (2006) skriver videre at etableringen av kjøpesentre utenfor byene langs de største hovedveiene kom som en følge av at befolkningen flyttet ut av byen, og trakk aktørene som tidligere hadde preget bybildet i sentrum ut av byen.

### Kjøpesentre i randsonen av byen

Utviklingen av kjøpesentre i randsonen av byene har hatt en merkbar effekt på sentrumshandelen i norske tettsteder og byer. Asplan Viak (2013) har studert hvordan handelen har utviklet seg i og utenfor sentrum i flere norske regioner som en følge av etablering av kjøpesentre utenfor byene - funnet er at sentrum har tapt markedsandeler til de eksterne kjøpesentrene. Asplan Viak (ibid.) finner den samme effekten av etableringen av eksterne kjøpesentre som Holsen (2006); butikkene trekkes ut av sentrum, fordi kundegrnlaget er redusert som en følge av at man gjerne bor i randsonen, og tilgjengeligheten til handelssentrene er bedre enn til sentrum når man reiser med bil, samtidig som man opplever å få alt på ett sted.

Politisk har det siden 2000-tallet vært et ønske å redusere denne byspredningen, og transportbehovet det fører med seg. Det har blant annet i to omganger blitt innført såkalt kjøpesenterstopp for å hindre etableringen av store kjøpesentre utenfor sentrum (Miljøverndepartementet, 2008). Resultatet av den første midlertidige kjøpesenterstoppen fra 1999 til 2004 var en redusert utvikling av nye eksterne kjøpesentre, og økt investering i sentrumsområder, i samsvar med målsettingen om å styrke sentrum og unngå unødvendig byspredning. Den siste forskriften om kjøpesenterstopp kom i 2008 som et resultat av at etableringen av eksterne kjøpesentre igjen tok seg opp, og har som formål å styrke eksisterende by- og tettstedssentre og bidra til effektiv arealbruk og miljøvennlige transportvalg (Rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre, 2008, § 1).

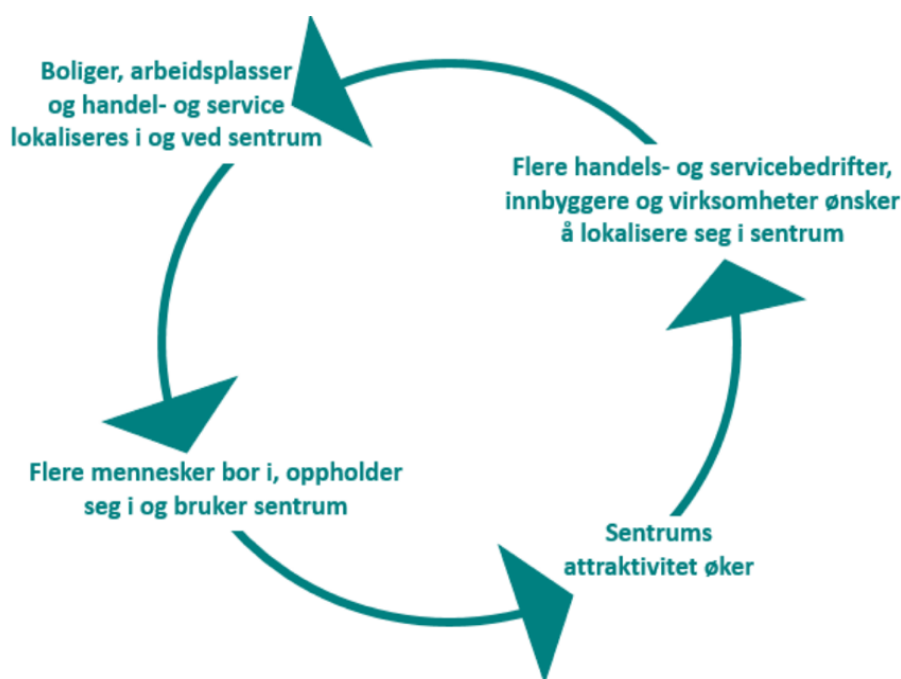
### Kjøpesentre i sentrum

Kjøpesentre har den driftsfordelen fremfor mange sentrumsgater at alle lokaler innenfor senterets fire vegger er organisert av et felles eierskap, med en felles ledelse. Samtidig preges gjerne sentrumsgatene av en oppstykket eiendoms- og eierstruktur. Som et motsvar på de eksterne kjøpesentrene, og med et ønske om å snu utviklingen tilbake til sentrum, skriver Holsen (2006) at etableringen gikk gjennom et skifte fra 1990-tallet med en større etablering av kjøpesentre i sentrum. Etableringen av kjøpesentre i sentrum skulle dra nytte av de driftsfordelene man så at de eksterne sentrene hadde. Konsekvensen for sentrum var derimot lukkede fasader og at aktiviteten ble konsentrert innendørs, fremfor ute i gatene. Tennøy med flere (2015) finner i sin rapport «*Kunnskapsstatus Handel, tilgjengelighet og bymiljø i sentrum*» at kjøpesenter i sentrum kan bidra både positivt og negativt til sentrumsaktiviteten. Rapporten peker, i likhet med Holsen (2006), på lukkede fasader og etablering i avstand fra eksisterende sentrumsgater som ødeleggende for sentrumsaktiviteten. Videre finner Tennøy (2015) at kjøpesentre som dimensjoneres riktig med tanke på sentrums størrelse, i tilknytning til eksisterende sentrumsgater, med aktive fasader og en struktur som er tilrettelagt for gåendes fremkommelighet kan bidra positivt til sentrumsaktiviteten. Funnene samsvarer langt på vei med Jane Jacobs (1961) kriterier for en trygg, levende og mangfoldig by, hvor det trekkes frem korte fasader med mange brudd for å tilrettelegge for gåenes fremkommelighet, uten at man trenger å ta omveier, som viktig.

Et kjøpesenter i sentrum som henvender seg like mye til sentrumsgaten, med mange innganger og vinduer, som til innsiden av kjøpesenteret, kan derfor være et positivt bidrag til sentrum. I sin mastergradavhandling «Med kjøpesenter i sentrum: En sammenlignende studie av kjøpesenterets evne til å skape et levende sentrum i Asker, Lillestrøm og Ski», bekrefter Shirinzadeh (2016) at det er lav menneskelig aktivitet i gater med lange kjøpesenterfasader uten vinduer eller dører, men at de kjøpesentrene som henvender seg til gaten med mange innganger og vinduer, også klarer å bidra til aktivitet i gaten. Det viktige synes å være at bebyggelsen ikke blir for stor, og unngå lange og ensformige fasader da det ikke innbyr til bevegelse langs disse.

### Sentrum som etableringsarena

For at sentrum skal bli et attraktivt sted man reiser til for å gjennomføre både nødvendig og frivillig aktivitet er man avhengig av en viss mengde blandede funksjoner. Hagen med flere (2017) illustrerer hvordan etableringer og lokalisering av funksjoner i sentrum kan ha en forsterkende effekt på aktiviteten (Figur 1).



Figur 1: Sentrum som etableringsarena (Hagen m.fl., 2017)

Figuren viser hvordan lokalisering av funksjoner som arbeidsplasser, boliger, og handels- og servicetilbud i sentrum bidrar til at flere mennesker trekkes til sentrum. Når flere oppholder seg i

sentrum øker attraktiviteten, og man tiltrekker seg enda flere. Effekten er selvforsterkende og bidrar til at flere aktører kan ønske å etablere sitt tilbud i området. Likevel ser man, som vi tidligere har vært inne på, at sentrum har tapt markedsandeler til eksterne kjøpesentre, i tillegg til at norsk boligpolitikk har bidratt til en større befolkningsvekst utenfor byene og sentrumsområdene. For å få til den ønskede sentrumsutviklingen er det et viktig grep at sentrum som etableringsarena styrkes. Tennøy med flere (2014) har gjennom casestudier og spørreundersøkelser av sentrale aktører i et utvalg norske byer utarbeidet en rapport som peker på eiendoms- og gårdeierstrukturen, og samarbeidet mellom gårdeiere som den viktigste utfordringen for sentrum som etableringsarena for næringsdrivende.

En stor utfordring ved sentrumsutvikling er at eiendommene i sentrum ofte eies av mange forskjellige aktører som gjerne ikke driver med eiendomsutvikling profesjonelt (ibid.). Dette skaper utfordringer fordi det vanskeliggjør både en helhetlig eiendomsutvikling, en god strukturering av lokaler, formidling av ledige lokaler og et helhetlig samarbeid om for eksempel åpningstider eller arrangementer. Dette er egenskaper man finner igjen i kjøpesentre, og som nettopp styrker disse som etableringsarena. Gjennom sin casestudie finner Tennøy (ibid.) at en restrukturering og organisering av gårdeierstrukturen er det viktigste grepet for å styrke sentrum som etableringsarena. Vellykkede strategier som har blitt gjennomført i norske byer har vært å etablere arenaer for forpliktende samarbeid gjennom sentrumsforeninger, etablering av gårdeierselskap eller et felles aksjeselskap for gårdeierne i sentrum, eller som man også har sett; at en større aktør investerer og kjøper opp flere eiendommer i sentrum for en helhetlig utvikling med mulighet for å forvalte alle eiendommene selv. Uansett strategi synes det viktigste å være at organiseringen skal gjøre det mer attraktivt for næringsdrivende å lokalisere seg i sentrum, for å skape aktivitet og tiltrekke mennesker.

## Bolig og arbeidsplasser i sentrum

I det daglige er reise til og fra egen bolig til arbeidsplass eller skole en del av de nødvendige aktivitetene man fortar seg. Dersom disse funksjonene trekkes ut av sentrum, fjerner man også et insentiv til å oppsøke sentrum. Holsen (2006) skriver, som tidligere diskutert, at da boligpolitikken endret seg til å styre bosettingen til drabantbyer, og senere til eneboliger lenger ut fra sentrum, eskalerte også utviklingen av eksterne handelssentre. Resultatet av byspredningen

var lengre reisevei til sentrum og kortere reisevei til eksterne handelssentre. Samtidig hadde man heller ikke insentiv til å oppsøke sentrum, fordi også arbeidsplasser og skoler ble lokalisert eksternt. Ikke overraskende finner Tennøy med flere (2015) at jo lengre fra sentrum hovedtyngden av arbeidsplasser og boliger lokaliseres, jo mindre sannsynlig er det at sentrum velges som handlested.

Vitalisering av sentrum er først og fremst avhengig av en masse av mennesker som oppholder seg i og bruker tid i sentrum gjennom hele døgnet. Ved å styre utbyggingen av boliger og arbeidsplasser til sentrale områder, kan man gjøre sentrum mer tilgjengelig, man trekker mennesker inn til sentrum for å oppsøke sine nødvendige aktiviteter (arbeid, skole og bosted), som igjen legger til rette et kundegrunnlag for handel, servering og tjenesteyting.

Det er likevel ikke boligpolitikken alene som kan styre befolkningens bosetting. Man må kunne anta at det finnes kvaliteter ved eneboliger i utkanten av byen som appellerer til mange. På samme måte må man kunne anta at det finnes kvaliteter ved å bo i tett by som gjør at mennesker også ønsker å bosette seg der. For å skape disse kvalitetene og møte det behovet må man styre bolig- og byutviklingen slik at byen har de kvalitetene og tilbudene man ser etter når man bosetter seg i tett by.

Boliger i byen må vurderes ut fra andre kvalitetskrav enn boliger i mer landlige omgivelser (Børud, 2013). Her kan vi også skille mellom bokkvalitet og boligkvalitet. Boligkvaliteten, her forstått som boligens tekniske og funksjonelle krav, vil ifølge Barlindhaug m.fl. (2012) være lik uavhengig av kontekst. Det er tekniske standarder og objektive kvaliteter som stort bad, lite innsyn, som kan avgjøre kvaliteten på boligen. Bokkvaliteten vil derimot påvirkes sterkt av beliggenhet og kontekst, og en bolig i byen vil derfor få kvaliteter som et resultat av kvaliteten på byen, gjennom for eksempel blandede funksjoner i nærområdet. Boligen utgjør dermed en begrenset del av bokkvaliteten, i den grad byboerne tar i bruk nærområdets funksjoner, byrommene, og hele byen som en del av, eller rettere sagt forlengelse av, boligen. Utformingen av disse omkringliggende byområdene er derfor av stor betydning for bokkvaliteten til en bolig i sentrum.



## 2. Teori

I dette kapitlet presenteres og drøftes teorier som legges til grunn for å diskutere de empiriske funnene opp mot problemstillingen og forskningsspørsmålene. For å besvare hva som skaper en levende by har vi sett til sentrale og innflytelsesrike personer på byplanleggingsfeltet som Jan Gehl, Jane Jacobs og William Whyte. Selv om det kan hevdes at dette er eldre teori, har det vist seg at idéene deres står seg godt i dag og demonstrerer sin relevans gjennom å blant annet være pensum på dagens universiteter. Som Gehl selv beskriver det når han får spørsmål om han har hatt behov for å oppdatere boken *Livet mellom husene* som kom ut i 1971 (TPBO, 2019):

*Society has changed in various ways, but Homo Sapiens has not changed in these almost 50 years. We are still a walking creature, a social animal very interested in other people and we still have the same senses, abilities and basic behavior as we had 50 or 100 or more years ago.*

Teoretikerne blir også referert til i nyere forskning og teori, blant annet av professor Matthew Carmona, som i 2021 ga ut siste versjon av *Public Places Urban Spaces*, som hjelper oss med å belyse både bylivskriterier og eiendomsutvikling som prosess. For å forklare eiendomsutvikling som prosess nærmere ser vi hovedsakelig til Geltners *Commercial Real Estate* og annen teori vi har blitt kjent med i løpet av studietiden.

### 2.1 Hva er en by?

Denne oppgaven studerer rollen eiendomsutvikleren kan ha i arbeidet med å vitalisere døde bysentrum. Da er det viktig å først avklare hva vi forstår som liv i bysentrum. Og hva er sentrum i en by? Hva som definerer en by er i seg selv ikke entydig. Fremveksten av byer og sivilisasjon har en lang historie som vi ikke vil gå nærmere inn på, men det er klart at sentrum og byen er nært knyttet til hverandre. Den tyske kulturgeografen Walther Christaller utformet i 1933 sentralitetsteorien som går ut på at sentralitet er et grunnleggende bykriterium. Han mente at i likhet med at det finnes økonomiske lover som legger føringer for økonomien, så fins det økonomiske og geografiske lover som avgjør byers fremvekst og plassering. Byer er sentralsteder (central places) som forsyner tilliggende områder med varer og tjenester (Geltner et al., 2013). Christallers teori bygger hovedsakelig på byers sentralitet som økonomisk sentralsted, og legger til grunn at økonomiske funksjoner vil fordele seg etter et bestemt mønster utover et geografisk område. Teorien er anerkjent som økonomisk teori, men har blitt kritisert for å

fremstille bystrukturen for ensidig og statisk, og ikke ta høyde for andre funksjoner utover det markedsøkonomiske, som for eksempel urban eller kulturell sentralitet. Kulturelle sentralsteder kan oppstå på tvers av økonomiske sentralsteder og geografiske områder og landegrenser, og er en sterk driver for byutviklingen. Helle (2006) trekker frem denne flersidige sentralfunksjonen når han definerer byen ut fra fire hovedaspekter; økonomisk sentralsted (som Christaller), styringssentrum (politisk, militært, administrativt, rettslig), religiøs kultus (relevant i et mer historisk perspektiv), kulturell sentralfunksjon (medier, undervisning, åndsliv og kunst, o.l). I en moderne verdensanskuelse kan vi føye religiøs kultus innunder kulturell sentralfunksjon, og står dermed med tre hovedfunksjoner; økonomisk, politisk og kulturelt. Det som kjennetegner fremveksten av byer, er en positiv korrelasjon mellom flere av sentralitetsfunksjonene på en og samme tid. Sentralitetsmodellen oppsummerer byens kjennetegn og status på en overordnet måte sett i forhold til omkringliggende steder, men sier lite om hvordan byen ser ut i seg selv, dens morfologiske utforming og tetthet, hvem som bor i byen og hva de jobber med eller gjør på fritiden. Dette samlet utgjør byens urbane struktur. For å forstå byen og hvordan den fungerer må vi se på både det funksjonelle og det strukturelle. Ifølge Helle (2006) innebærer det at de forskjellige hovedaspektene ved byens utadvendte funksjon blir sett i sammenheng med dens indre oppbygning eller struktur. Han deler videre den urbane strukturen inn i fire hovedaspekter:

- Fysisk struktur. Et kjennetegn ved byer er at de er tettere bebygget og bosatt enn landet for øvrig. Dette lar seg måle gjennom bebygd areal og innbyggertall.
- Økonomisk struktur. Byen er preget av en spesialisering sammenlignet med primærnæringen som er dominerende på landsbygda. Et viktig poeng her også at byboerne har spesialisert seg og jobber i styringsvirksomhet, religiøs kultus og kulturelle virksomheter, som utgjør de nevnte sentralfunksjonene.
- Sosial struktur. Denne strukturen bærer preg av at menneskene jobber i spesialisering innen sentralfunksjonene, forskjellige grupper av spesialister bor tettere sammen og skaper mer dynamiske miljøer enn i distriktene.
- Rettslig- administrativ struktur. Byer har historisk sett hatt egne styringsorganer og administrasjon, domstoler og rettsregler.

Dette teoretiske rammeverket kan brukes for å forklare byers og tettsteders oppblomstring og utvikling, men sier lite om hvordan det er for mennesker å leve i byen, hvordan og hvorfor de

bruker den. Vi har etablert at byen utgjøres av fire sentrale funksjoner og strukturer, og at den fysiske utformingen påvirker, og blir påvirket, av den økonomiske og den sosiale strukturen. Den sosiale strukturen forklarer til en viss grad hvordan mennesker i byen har spesialisert seg, og lever i et større mangfold enn de på landsbygda, men ikke tilstrekkelig. Vi må derfor prøve å forstå byen, ikke bare i lys av sentralfunksjoner og strukturtrekk, men som menneskers bruk og livsform som en driver for urbanisering og byliv, og hvordan utviklingen av den fysiske strukturen og funksjoner kan påvirke dette i positiv retning. Gatene og byrommene er et resultat av byggene som omslutter dem, og utformingen er dermed av stor betydning for bylivet. Dette forklarte Ildefons Cerda som selve kjernen av urbanisering i sin studie av urbanisme tilbake på 1800-tallet (Cerda et al., 1999):

*If the street is the space that remains free between two rows of houses, it is natural and logical that we should say something of those constructions, which give it shape and define its look graphically. We know full well that living, rational beings have their dwellings within these houses, that they receive vitally important services from the street, of such a nature and of such moment that urban life would be impossible without them. And we also know that these relations are not to be passed over in silence; on the contrary, they require the most conscientious and detailed study because they are, if it can be said thus, the quintessence of urbanization.*

(Ildefons Cerdà, 1867)

Vi kan si at byen historisk sett har handlet om forsvar, kultur, religion, handel og informasjon. Butenschøn (1987) ser byen fra en annen vinkel, og skriver at “Byen er en livsform. Den er noe mye mer enn hus og gater, eller en samling bygninger plassert i landskapet. Byen er rammen om menneskers måter å ordne seg på, løse sine problemer og leve ut sine ambisjoner”. Byen er altså et område for fellesskap, der mennesker møtes og lever livene sine, og byrommene fungerer som møtested for sosialt liv, og markedet med handel av varer og tjenester. Byens sammensetninger av ulike drivere og strukturer gjør at den innehar en høy tetthet av bebyggelse, demografi og funksjoner. Byer har en høy tetthet som følge av sentralstedsfunksjoner, men nøkkelen ligger i tilgjengeligheten til disse funksjonene, som avhenger av hvilke transportmuligheter som finnes (Børud 2013). Det som kjennetegner en by med høy demografisk, fysisk og funksjonell tetthet

er en by som er lagt opp for gående og syklende, en biluavhengig by (Jenks et al., 1996; Kvorning et al., 2009). I en slik by vil innbyggerne ha en opplevelse av å bo nær mange funksjoner med enkel tilgang. Denne opplevelsen er på mange måter kjernen i det som kjennetegner hvordan vi forstår bykvalitet i dag. I motsetning til det modernistiske perspektivet om den funksjonalistiske, sonedelte byen, er vi nå på vei tilbake til det mangfoldige og sammensatte byperspektivet. I denne byforståelsen er det funnet fem komponenter som i hovedsak utgjør bykvalitet; *bokvaliteter*, *tetthet*, *mangfold (city diversity)*, *gangbarhet (walkability)* og *levbarhet (liveability)*. Disse fem komponentene har igjen underkomponenter, som er i et konstant avhengighetsforhold, og gjenspeiler bykvalitetens sammensatte vesen (Kørte 2013). Det kan langt på vei trekkes paralleller fra bykvalitet til byliv. For som vi nå har sett er bykvaliteter basert på et menneskelig perspektiv, og hvordan de bruker byen. Det som er en god by å leve i, vil også være en by som er tilrettelagt for menneskelig aktivitet, og motsatt. Byliv er et resultat av menneskelig aktivitet, og kan enkelt forklares som livet mellom husene. Levende sentrum kjennetegnes helt grunnleggende sett av at det er mennesker som oppholder seg der. Hvor mange, hvor lenge, hvorfor og hvordan er variabler som avgjør graden og intensiteten av bylivet. Så hvordan kan dette påvirkes gjennom eiendomsutvikling?

## 2.2 Hva skaper byliv?

*Overalt, hvor mennesker færdes i huse, i byer, i rekreative områder osv., er det et gjennomgående træk, at mennesker og menneskelig aktivitet tiltrækker andre mennesker. (Gehl, 1971, s. 21)*

### Jan Gehl

Jan Gehl er en dansk arkitekt og byforsker, og har gjennom sin karriere gjort forskning på byer og menneskelig aktivitet gjennom empiriske studier av menneskelig adferd i bysituasjoner. I 1971 ga han ut boken *Livet mellom husene* som er blitt en klassiker innen sosiologi og byplanlegging. Boken handler om hvordan en rekke fysiske forhold kan påvirke uteaktivitetene i de offentlige rom. Her fremhever han viktigheten av å oppleve andre mennesker. Den fysiske utformingen kan enten legge til rette for menneskelig interaksjon, eller hindre dette. Boken kan leses som et oppgjør med den funksjonsdelte, moderne byen. Gehl peker på 1930-tallets

funksjonalisme med sine idealer om industrialisering, funksjonsdeling og bilisme som en utvikling som har gjort byer kjedelige og ensformige, og mer livløse. Ny medisinsk vitenskap ble lagt til grunn for en sunn arkitektur, og boligene skulle sikres lys, luft og sol, og beboerne skulle ha tilgang til grøntarealer. Det overdrevne fokuset på de fysiologiske kriteriene, gikk på bekostning av de psykologiske og sosiale aspektene ved boligområdene. Arkitekturen tok for eksempel ikke hensyn til hvordan bygget påvirket barns lek eller muligheten til å møte andre. Gater og torg forsvant, til fordel for bilveier og store gressplener. Dette forenkla planleggingsidealet har sikret lys og luft, men det har også skapt avstand mellom mennesker og aktiviteter. Et bilbasert transportsystem har forsterket denne prosessen ytterligere.

Byrommenes betydning er blitt markant endret gjennom historien. I middelalderbyen var byrommene et viktig demokratisk rom for befolkningen, og torget var et sentralt sted for handel og kommunikasjon. Gjennom industrialiseringen av samfunnet mistet byrommene flere av de sentrale funksjonene de hadde i middelalderen og renessansen, og er en av flere viktige grunner til at byrommene har blitt forsømt, ifølge Gehl (1971). En annen viktig grunn han trekker frem er at kapitalismens fremvekst og ensidige fokus på vareproduksjonen, har flyttet interessene fra byen og bebyggelsen som helhet, til de konkrete elementene i bebyggelsen, altså de som kan selges som varer. Fokuset er flyttet fra byen som helhet, til enkelttomtene som skal utvikles, og igjen boligen eller næringslokalet. Byrommene gjenspeiler sånn sett ikke lenger befolkningens ønsker eller bruk, men er i langt større grad enn tidligere et resultat av økonomiske interesser.

Et av Gehls hovedpoeng er at mennesker vil se andre mennesker, og han trekker frem at en av de viktigste kriteriene for levende byer er muligheten til å se og oppleve andre. Han hevder at "Mennesker og menneskelig aktivitet tiltrekker andre mennesker" (Gehl, 1971). Dette behovet for å se andre mennesker dekker også et viktig behov for å oppleve noe. Mennesker er en attraksjon i seg selv, og representerer ifølge Gehl en mye større rikdom av variasjon og sanseintrykk, enn arkitektur eller andre stillestående objekter.

Gehl deler uteaktivitetene inn i tre kategorier: *Nødvendige aktiviteter*, *valgfrie aktiviteter* og *sosiale aktiviteter*. *Nødvendige aktiviteter* er hverdagslige aktiviteter som du gjør av ren nødvendighet, som for eksempel å gå i butikken, gå til jobb eller skole, vente på bussen og lignende. De nødvendige aktivitetene påvirkes i liten grad av de fysiske forholdene, fordi man uansett er nødt til å gjøre dem og ikke har så mye valgfrihet i hvor de kan gjøres. *De valgfrie*

*aktivitetene* er derimot aktiviteter man gjør fordi man har lyst og mulighet til det. Eksempelvis å gå en tur, sole seg, sette seg på en benk og se på de forbipasserende. Denne typen fritidsaktiviteter forekommer kun når det er tilrettelagt for det, og er dermed sterkt påvirket av kvaliteten på byrommene. Det som skjer når uterommene er av dårlig kvalitet, er at kun de nødvendige aktivitetene finner sted. Når uterommene derimot er av god kvalitet, skjer de nødvendige aktivitetene i omtrent like stort omfang, men de valgfrie aktivitetene får også muligheten til å oppstå. *De sosiale aktivitetene* er aktiviteter som forutsetter tilstedeværelse av andre personer for å oppstå, som for eksempel barns lek med andre barn, samtaler med fremmede, fellesaktiviteter av forskjellig slag, og de passive kontaktene som å se og høre andre mennesker. Disse aktivitetene kaller Gehl også for følgeaktiviteter, fordi de som regel oppstår som følge av aktivitetene i de øvrige kategoriene. Gehl slår dermed fast at den fysiske utformingen har stor betydning for aktiviteten i byen, og denne sammenhengen er viktig å kjenne til. Den fysiske utformingen kan legge til rette for liv mellom husene og sosial interaksjon mellom mennesker, men den kan også være til hinder for ønskede aktivitetsmønstre.

Gehl konstaterer ikke bare betydningen fysisk utforming har for byliv, han kommer også med beskrivelser av hvordan. Som et utgangspunkt oppstilles tre tilsynelatende beskjedne og vage, men likevel så elementære krav til byrommene:

- Gode vilkår for de nødvendige uteaktiviteter
- Gode vilkår for de valgfrie, rekreative aktiviteter
- Gode vilkår for de sosiale følgeaktiviteter

Det finnes hverken en enkel oppskrift eller en fasit på hva “gode vilkår” er, men det er helt åpenbart at gode byrom ikke skapes av seg selv, i en prosess med mange hensyn, og ofte motstridende interesser. Gode rammer for de sosiale aktivitetene er uansett en grunnleggende, selvstendig kvalitet for å skape gode byrom.

## Gehls 12 kriterier for gode byrom

Gehl har siden utarbeidet 12 kriterier for gode byrom, som kan brukes som et verktøy for å undersøke hvordan byrom oppleves av brukerne (Gehl, 2013). Kriteriene er delt inn i tre kategorier med tilhørende kriterier, og vurderer mer spesifikt hvorvidt et byrom gir en opplevelse av *trygghet*, *komfort* og *nytelse* for brukerne.



Figur 2: Gehl Architects 12 kvalitetskriterier for byrom (Gehl Architects, 2014)

*Trygghet* handler om at mennesker ikke vil oppholde seg på et sted som ikke tilbyr grunnleggende beskyttelse mot biler, støy, regn eller vind. Beskyttelse mot disse tingene er nødvendig for at et sted skal bli brukt regelmessig. Det gjelder også beskyttelse mot andre, i form av kriminalitet og vold, og har følgende kriterier:

- *Beskyttelse mot trafikk og uhell*: Kan grupper i alle aldre og funksjonsformer føle seg trygge mot trafikk i det offentlige rommet? Kan man sykle eller gå uten å være redd for å bli påkjørt?
- *Beskyttelse mot andre*: Opplevs det offentlige byrommet som trygt både på dagtid og nattestid? Er det mennesker og aktivitet der gjennom hele døgnet? Gjør belysningen det trygt, og skaper det en god atmosfære?
- *Beskyttelse mot ubehagelig sanselige opplevelser*: Er det lyder, støy, lukter, eller annen forurensning? Fungerer byrommet godt når det blåser mye? Er det mulig å søke ly for sterk sol, regn eller mindre oversvømmelse?

*Komfort* handler om at et sted må gjøre det komfortabelt å gå, stå, sitte, se og konversere for at det skal kunne invitere mennesker til å være der. Hvis det også er tilrettelagt for muligheter for å leke eller trene, vil det kunne invitere mennesker i alle aldersgrupper. Komfort har følgende seks kriterier:

- *Muligheter for bevegelse*: Er stedet lett tilgjengelig? Er det fysiske elementer som kan hindre eller fremme bevegelse i form av gange, med rullestol, eller barnevogn? Er det mulig å gå gjennom plassen uten å gå en ulogisk omvei?
- *Muligheter for å stå og henge*: Har stedet elementer du kan bruke til å stå og lene deg på? Som f.eks en fasade som inviterer til opphold, et busstopp, en benk, et tre eller en dyp vinduskarm.
- *Muligheter for å sitte*: Er det gode sitteplasser i byrommet? Primærsittemuligheter som benker og stoler, eller sekundærsittemuligheter som en trapp, en mur eller en fontene? Er det tilstrekkelig med ikke-kommersielle sitteplasser slik at man ikke trenger å bruke penger for å sitte der?
- *Muligheter for å se*: Er sitte plassene plassert slik at det er interessante ting å se på?
- *Muligheter for å snakke og høre*: Er det mulig å ha en samtale i byrommet? Er det åpenbart at man har mulighet til å sitte sammen og ha en samtale?



- *Muligheter for lek og fysisk aktivitet:* Er det muligheter for å være i aktivitet her gjennom hele døgnet og året?

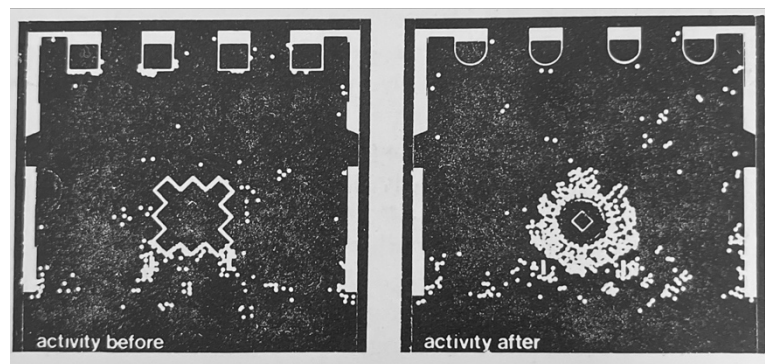
*Nytelse* handler om at et godt byrom burde tilby estetiske og positive sanseriske opplevelser, ta hensyn til lokalt klima (eksempelvis tilby skygge i varme strøk), og inneha elementer i en menneskelig skala, slik at besøkende ikke føler seg fremmedgjort av omgivelsene. Kategorien har følgende tre kriterier:

- *Skala:* Er byrommet og bygningene som omringer det i en menneskelig skala? Hvis mennesker er helt i utkanten av byrommet, kan vi fortsatt relatere til dem som mennesker eller forsvinner de i omgivelsene?
- *Muligheter for å nyte positive lokalklimatiske aspekter:* Er de lokale klimatiske aspektene som vind og sol tatt i betraktning ved utforming av byrommet? Er det tatt hensyn til varierte forhold gjennom året? F.eks om alle stolene og benkene er plassert i solen eller skyggen, og hvordan de er plassert og beskyttet med hensyn til vindretning og regnvær.
- *Opplevelse av estetiske kvaliteter og positive sanseriske opplevelser:* Er byrommet vakkert? Er det åpenbart at det er god design i både form og materialvalg?

Aktivitet i sentrum er en selvforsterkende prosess. Menneskelig aktivitet avler menneskelig aktivitet. Der det er mennesker, vil flere mennesker tilbringe tid. Den nederlandske arkitekten F. van Klingeren oppsummerte denne prosessen i formelen "Én pluss én er tre" (van Klingeren, 1969). Det skjer noe, fordi det skjer noe. Denne logikken kan også anvendes i det motsatte tilfellet, der sentrum i byene oppleves døde. Det skjer ingenting, fordi det ikke skjer noe. Det kan likevel være det skjer en hel del, men aktiviteten er spredt utover tid og rom, slik at menneskene ikke møtes. Dette fører til at aktivitetene ikke får anledning til å smitte over på hverandre, slik at følgeaktiviteter kan oppstå, og bli til et mer inspirerende forløp av begivenheter. Det er en kjensgjerning at livet mellom husene, menneskene og begivenhetene som finner sted, er et produkt av antall og varighet av de enkelte begivenheter (Gehl, 1971). Bylivet bestemmes altså ikke kun av antall personer og begivenheter, men av antall uteoppholdsminutter. Dette forklares med at 3 personer utenfor huset sitt i 60 minutter, tilsvarer det samme aktivitetsnivået som om 30 personer skulle stått utenfor huset sitt i 6 minutter. Nøkkelen for bylivet er dermed ikke bare at flere personer bruker byrommene, men også at varigheten til den enkelte personens bruk av

byrommet blir lenger. En mulighet for å oppnå dette kan være langsommere trafikk i gatene. Ved å bruke samme logikk som nevnt ovenfor, vil det ved å redusere farten til 6km/t fra 60 km/t, tilsynelatende være 10 ganger så mange personer som oppholder seg i gaten, fordi de vil være 10 ganger så lenge innenfor synsfeltet. Opplevelsen av mennesker som går forbi er dessuten noe man får glede av å se på, i sterk kontrast til biler som kjører forbi med støy og forurensning. Menneskelig aktivitet er nøkkelen til byliv, og langsom trafikk betyr livlige byer (Gehl, 1971). Varigheten av aktiviteten påvirker aktivitetsnivået tilsvarende også i andre områder, som for eksempel opphold i byrom. Lager man attraktive byrom som mennesker vil oppholde seg i, trengs det kun få mennesker for å lage et aktivt byrom. Det kommer bare an på aktivitetens eller oppholdets varighet. Hvis menneskene som oppholder seg i byrommet i gjennomsnitt bruker 20 minutter istedenfor 10 minutter, vil aktivitetsnivået være doblet. Langvarige uteopphold betyr livlige byer og byrom (Gehl, 1971). Denne teorien kan være med på å forklare hvorfor det ikke nødvendigvis er nok med en høy andel mennesker, dersom varigheten på aktivitetene er korte. Som vi ser kan aktivitetene være spredt utover dagen, slik at de ikke rekker å smitte over på hverandre, men enda viktigere er det hvis aktivitetene kun innebærer å gå raskt inn og ut av leiligheten sin, vil det selv i store leilighetskomplekser være snakk om et lavt aktivitetsnivå. Denne innsikten om sammenhengen mellom gateliv, antall og tid, er viktig å kjenne til i utformingen av prosjekter, slik at man gir gode vilkår for oppholdsaktivitetene til å etablere seg.

At menneskelig aktivitet avler menneskelig aktivitet blir støttet av en annen anerkjent urbanist, William Whyte. I forskningsprosjektet *Project for public spaces (PPS)*, som forløper til boken *The Social Life of Small Urban Spaces* (1980) observerte han menneskelig aktivitet i New Yorks byrom. I spørsmålet om hvorvidt store eller små byrom er å foretrekke, og om et byrom kan bli for overfylt, konkluderer han med at det ikke er fare for at et byrom blir overfylt, fordi mennesker regulerer dette naturlig selv. Han ser at mennesker heller ikke søker seg vekk til



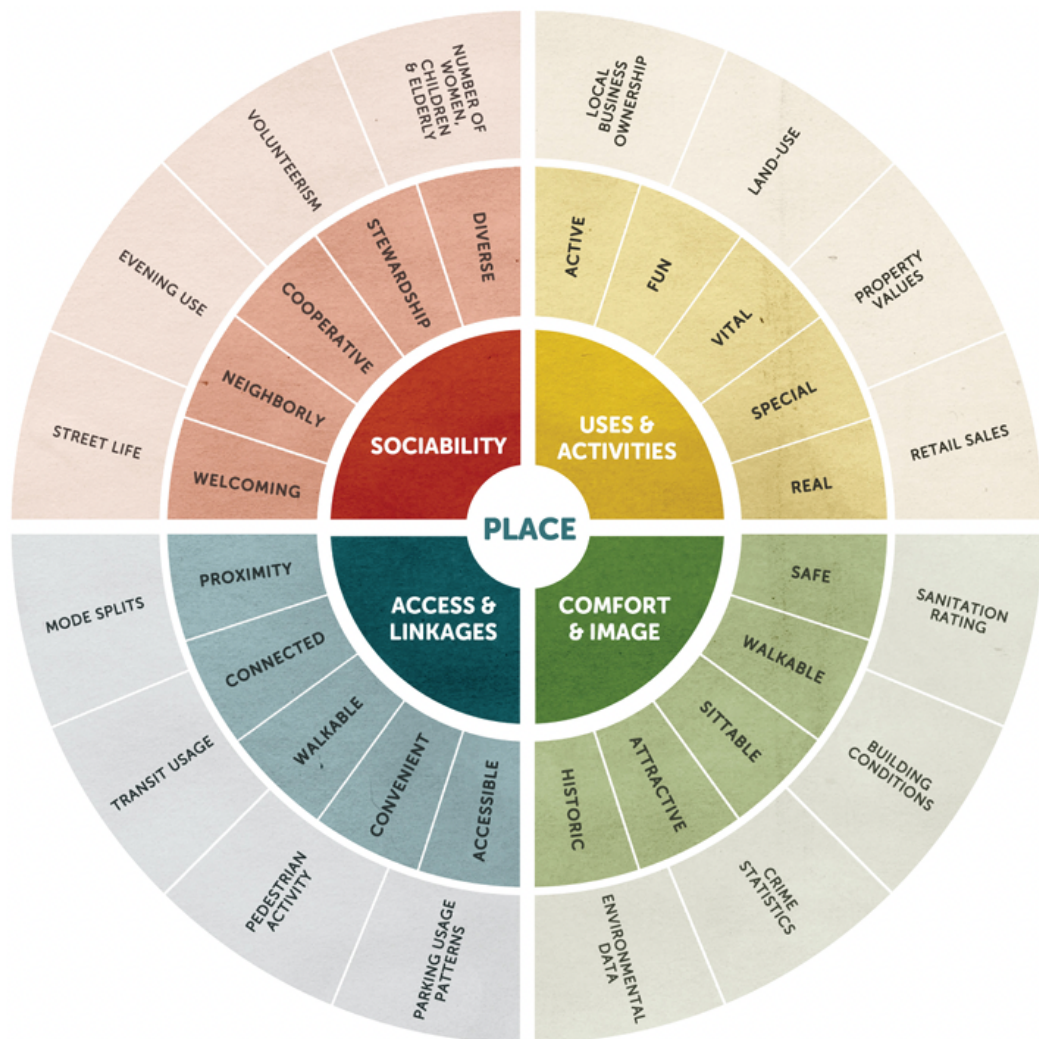
Figur 3: Inngangsområde til en kontorbygning i New York før og etter gjennomføring av uteromsforbedring. *Project for Public Spaces, New York, 1976. (Gehl, 1971, s. 31)*

stille byrom med få personer; “De går til de livlige byrommene der det er mange mennesker. De velger å gå dit, ikke for å komme seg unna byen, men for å delta i den”.

PPS er en nå ideell organisasjon som ble stiftet i 1975, basert på William Whytes metoder og byplanideer, som et prosjekt for å få "public spaces to be planned as if people mattered" (Peirce, 1978). Det er siden vokst til å bli en anerkjent tenketank og konsultantselskap for by- og stedsplanlegging, og har hjulpet over 3.500 lokalsamfunn å utvikle gode offentlige byrom (PPS, u.å.a). I 1995 etablerte de begrepet “placemaking”, for å beskrive prosessen de bruker for å lage gode steder. Det starter med å identifisere og involvere lokalmiljøet, og styrke tilknytningen mellom menneskene og stedet gjennom å la de være en aktiv del av prosessen. Dette var i motsetning til et toppstyrt, designdrevet eller kost/nytte-basert perspektiv. Placemaking var derimot ikke en ny idé på midten av 90-tallet, det var basert på arbeidet til blant annet Whyte og Jane Jacobs, som på 60-tallet introduserte revolusjonerende tanker om å planlegge steder for mennesker, ikke for biler eller kjøpesentre som var det rådende modernistiske idealet på den tiden. Placemaking har siden blitt omfavnet som begrep av byplanleggere og eiendomsutviklere når de skal beskrive at de bygger nye steder, ofte for å tilknytte det en viss kvalitet og autentisitet. Dette har ført til at begrepet har mistet sin originale betydning, og nå mer eller mindre innebærer et hvilket som helst arbeid med å lage byrom, uavhengig av medvirkning. I et intervju i 2019 der Gehl blir spurt om hva som er viktig i placemaking, uttrykker han sin misnøye med begrepet fordi han mener det kun refererer til den fysiske endringen av et sted (TPBO, 2019). Gehl trekker frem at han er mer opptatt av å heve kvaliteten i byen for menneskene, med et langsiktig perspektiv på mellom 5-20 år, heller enn å “lage steder”. Videre sier han suksessfaktoren til ethvert byutviklingsprosjekt er å innhente data og finne ut hvordan byen blir brukt i dag. PPS beskriver derimot at placemaking ikke er det samme som å sette opp et bygg, designe et sted eller utvikle et kommersielt areal. Placemaking er når mennesker i alle aldre, funksjonsevner og sosioøkonomisk bakgrunn, ikke bare kan bruke stedet, men også spille en viktig rolle i arbeidet med dens identitet, utforming og vedlikehold (PPS, u.å.b).

Gjennom sitt arbeid har PPS funnet ut at det er hovedsakelig fire nøkkelkriterier som gjør et sted vellykket; stedet er lett tilgjengelig, mennesker er i aktivitet der, stedet er komfortabelt og ser bra ut, og det er et sosialt sted. At stedet er sosialt betyr om det er et sted mennesker møtes eller tar

med seg gjester når de får besøk. Basert på dette har PPS utviklet *The Place Diagram* som et verktøy til å bedømme om et sted er bra eller dårlig (PPS, u.å.c).



Figur 4: *The Place Diagram* (PPS, u.å.c)

De fire kriteriene finner du igjen i den innerste ringen. I den midterste ringen finner du en rekke intuitive eller kvalitative kriterier som man kan bedømme et sted etter, eksempelvis aktivt, morsomt, trygt, gangvennlig, mangfoldig, med mer. I den ytterste ringen er det listet opp kvantitative aspekter som man kan måle med statistikk og forskning, eksempelvis lokalt eierskap, eiendomsverdi, kriminalitetsstatistikk, frivillighet, med mer.

## Jane Jacobs

En annen markant figur innen urbanisme er forfatteren og stedsaktivisten Jane Jacobs. Med boken *The Death and Life of Great American Cities* (1961) har hun hatt en sterk påvirkning på byplanleggingens teori og praksis. Allerede i første setning skriver hun at boken er et angrep på den modernistiske, funksjonsdelte byen og byutviklingsidealene som preget den moderne samfunnsutviklingen på hennes tid. Spørsmålet boken prøver å besvare er hvordan byer kan generere en tilstrekkelig funksjonsblanding og mangfold, på tilstrekkelig av arealet, for å opprettholde sin egen sivilisasjon. Hvordan kan byer utvikles slik at man får et tilstrekkelig mangfold av mennesker og funksjoner, tilbud og etterspørsel? Jacobs mener at man kan oppnå byliv gjennom å utforme byrommene slik at de legger til rette for menneskelig og fotgjengerbasert aktivitet gjennom hele døgnet. Jacobs oppstiller i hovedsak fire kriterier for hvordan byer og prosjekter kan legge til rette for mangfold og byliv; *funksjonsblanding, små kvartaler, eldre bygningsmasse og tetthet av mennesker.*

Så mye som mulig av byens bestanddeler som bygg, gater og byrom må tjene mer enn én primærfunksjon, og helst mer enn to. Dette betyr en blanding av primærfunksjoner som bolig, kontor, butikker, kafé og lignende. Dette vil føre til at mennesker er utendørs og bruker stedet til ulike tider av døgnet og av ulike grunner. I artikkelen *Downtown is for people* skriver Jacobs at aktivitet gjennom hele døgnet er det som kjennetegner de livligste bysentraene, der det er like travelt om natten som på dagen (Jacobs, 1958). Funksjonsblanding vil legge til rette for en variasjon og mangfold av aktiviteter. Funksjonsblandingen vil også føre til at ulike mennesker kan bruke de samme fasilitetene. Dette øker effektiviteten og plassutnyttelsen.

De fleste kvartaler må være små og gatene korte, slik at man har mulighet til å krysse gater uten å gå lange omveier eller man er tvunget inn i en retning. Det må være hyppige muligheter til å svinge og endre kurs hvis man ønsker det, og flere enn én måte å komme seg til et sted på. Dette bidrar til aktivitet gjennom å skape muligheter og legge til rette for mangfold og fleksibel bruk. Hvis mennesker får muligheten til å bevege seg fritt rundt i byen og krysse gater ofte, heller enn å bli tvunget gjennom lange gater av mangel på andre alternativer, vil flere gater oppleve besøkende, og flere områder vil kunne være levende.

Stedet må ha bygninger i en variasjon av alder og forfatning, inkludert en god del eldre bygg, slik at byggene varierer i hvilket økonomisk utbytte de må gi. Det er sentralt at denne variasjonen må være veldig kompakt, og ikke skille mellom steder med kun gammel bebyggelse og steder med kun ny. De eldre og nye byggene må stå side om side for å kunne skape mangfoldet. Hvis et område kun består av nye bygninger kan aktørene som leier der begrense seg til de som har råd til å betale en høy husleie, typisk butikk- og restaurantkjeder, banker og advokatkontor. Tilsvarende kan det være like mislykket hvis et bysentrum kun består av eldre bebyggelse, noe som kan vitne om at ingen ønsker å investere i området.

På samme måte som funksjonsblandingen er et nødvendig kriterium for å skape en tilstrekkelig tetthet, må området også ha en tilstrekkelig tetthet og konsentrasjon av mennesker. Dette gjelder uavhengig av årsaken til at de er der, inkludert beboelse. Viktigheten av at mennesker bor i sentrum, kan knapt overdrives, ifølge Jacobs (1961). Hun peker på at blokkområder med høy tetthet av mennesker har fått et ufortjent dårlig rykte i planleggingen på 50-tallet, og at det virkelige problemet er kjedelige områder med lav tetthet av boliger. Det betyr ikke at alle skal bo i leiligheter i høye blokker, det er viktig med et mangfold av boligtypologier. Vi kan se visse likheter til denne debatten i dagens samfunn, der vi omtaler visse drabantbyer som “ghettoer” eller at høye blokker har et vedvarende dårlig rykte grunnet områder med sosiale levekårsutfordringer. Det finnes flere eksempler på satelittbyer, selvforsynte boligområder utenfor sentrum, med høy boligtetthet, men lite liv fordi området er bilbasert eller funksjonene er få og spredt. De sosiale levekårsutfordringene som ofte preger drabantbyene kommer ikke som et resultat av boligtetthet, men av trangboddhet, og det er nødvendig å gjøre et skille mellom disse to. Trangboddhet innebærer at antall rom i boligen er mindre enn antall personer, eller det er mindre enn 25kvm per person (SSB, 2015). Dette har ingen direkte korrelasjon med tettheten av boliger på et tomteareal. Tetthet av boliger vil heller føre til et mangfold av mennesker som gjør slik at det kan opprettholdes et godt og variert tilbud av tjenester til å forsørge denne befolkningen. Av denne årsaken vil det ved høy konsentrasjon av mennesker, kunne være et bedre tilbud i området. Tetthet av mennesker er likevel én av fire kriterier for å oppnå byliv. De fire kriteriene er gjensidig avhengig av hverandre, og fungerer ikke isolert sett. En høy tetthet av mennesker vil ikke kunne skape byliv alene, uansett hvor mange de er, hvis ikke det er et variert tilbud av tjenester og funksjoner, flere muligheter til å bevege seg rundt og variasjon i

bygningssmasse. På samme måte vil ikke de tre andre faktorene kunne påvirke bylivet dersom det ikke er nok mennesker der.

Handlingsprogrammet for økt byliv Oslo sentrum 2018-2027 sine bylivskriterier  
Mange slike rammeverk for byliv, eller ønskede sosiale og fysiske strukturer, er blitt utarbeidet av teoretikere og fagpersoner opp gjennom årene. I nyere tid har også statlige og kommunale aktører utarbeidet “offisielle” rammeverk for hva som er en god by og hvilke prinsipper de skal jobbe ut fra. Et eksempel på dette er “Handlingsprogrammet for økt byliv i Oslo sentrum” fra 2017. Handlingsprogrammet ble bestilt av byutviklingsbyråden for å følge opp Bylivsundersøkelse Oslo sentrum (2012-2014), og er en del av prosjektet “Bilfritt sentrum” fra 2015 (Oslo kommune, 2017). Prosjektet og programmet handler om å videreutvikle sentrum som en felles arena og se på hvordan man kan skape økt byliv i Oslo sentrum. Handlingsprogrammet ble utarbeidet av tre kommunale etater og konsulenter fra Rodeo arkitekter og Lala Tøyen. Det er derfor av interesse å lese hva de fremste fagpersonene i bransjen setter som kriterier for byliv i dagens samfunn.

Handlingsprogrammet viser til Bylivsundersøkelsen for en definisjon av byliv, som skrev at byliv er “utendørsaktiviteter uavhengig av formål og varighet av aktiviteten” (Oslo kommune, 2014, s. 9). Bylivsundersøkelsen skriver videre at «byliv handler om menneskelig oppholdsaktivitet i byens rom på forskjellige tider av døgnet og året, og om hvordan byens brukere, både innbyggere, besøkende og turister, opplever bylivet. Byliv omfatter dessuten bl.a. handelslivet og serveringsnæringens karakter.» (ibid, s. 83).

Handlingsprogrammet for økt byliv definerte 7 faktorer som i et samspill utgjør bylivet:

*Byøkonomi, kunst og kultur, mobilitet, folk, arkitektur, innovasjon og natur.*

- Byøkonomi: *“Byøkonomi handler om markedskreftenes rolle som drivkraft i bylivsutviklingen. På et overordnet nivå dreier det seg om tilbud og etterspørsel: hvor ulike typer næringsaktører velger å lokalisere seg, og hvor kunder er interessert i å reise for å få dekket sine behov.”*

Her skilles det mellom overordnet nivå; tilbud og etterspørsel i lokaliseringen av aktører og kundegrupper, og mer detaljert nivå; hvordan skaper næringsliv med butikker og restauranter et

levende sentrum der mennesker kommer for å få en opplevelse. Her forstås handel som en fritidsaktivitet og en adferd av lyst, ikke av nødvendighet. Næringslivet skaper i tillegg til en opplevelse for kunder, en god del arbeidsplass for mange mennesker. Dette er en sterk bidragsyter til bylivet. I denne faktoren ligger potensialet for bylivet å utvikle tjenester og tilbud i takt med samfunnsendringen slik at det blir trafikk i gatene og byrommene.

- Kunst og kultur: *“Kultur handler først og fremst om summen av menneskelig utfoldelse og aktivitet. Kultur er også holdninger, normer og verdier. Dermed er kultur også den praksis som knytter oss sammen og gir fellesskapsfølelse.”*

Her forstås kultur som både et tilbud til publikum, og som sosialt bindeledd i befolkningen gjennom våre felles holdninger, normer og verdier. Kulturtilbud i byen er alt fra små nisjebutikker og matfestivaler, til store kulturinstitusjoner og kulturhus. Kunst i offentlig rom kan også være en bidragsyter til byliv, gjennom å skape en destinasjon, dynamikk og estetisk tilskudd til stedet.

- Mobilitet: *“Mobilitet dreier seg om bevegelse - om å forflytte seg fra ett sted til et annet, om reisen, om transportmiddel, effektivitet og opplevelse.”*

Denne faktoren handler om hvordan man beveger seg i byen, hvordan man kommer seg fra A til B, hvilket transportmiddel man bruker, hvor lang tid det tar, og hva man opplever på veien. En del av mobiliteten i en by er ren logistikk der det gjelder å flytte mennesker og varer inn og ut og gjennom byen ved hjelp av person- og varebil, buss, trikk og tog. Hvordan byen prioriterer og legger opp til disse forskjellige transportløsningene preger byens utforming og opplevelse. Det er derfor viktig at det gjøres et bevisst valg i et transporthierarki, og at man ser helhetlige løsninger for hvordan den ene transportmuligheten påvirker den andre. Det er viktig å skape løsninger som fremmer menneskevennlig mobilitet for alle. Behov som blir trukket frem som viktige at infrastrukturen tar hensyn til er trygghet, belysning, sosial kontroll, tilgjengelighet og fremkommelighet og overganger mellom de ulike formene for transport, slik at brukerne får en sømløs reise.



- Folk: *Folk er selve kjernen i byen og vår forståelse av den. Folk er i grunnleggende forstand unike, selv om mange deler preferanser, verdier, drømmer, interesser, smak og så videre.*

Folk blir trukket frem som selve kjernen i byen. Byens oppgave er å legge til rette for at mennesker kan være som de er og utfolde seg gjennom opplevelser, aktiviteter, sosialisering, men også gjennom å trekke seg tilbake, være alene og observere. Det dreier seg om en forståelse og respekt for at mennesker er forskjellige og vil forskjellige ting, har ulik bakgrunn, muligheter og behov. Dette må gjenspeiles i utformingen av byrommene, som må legge til rette for både planlagte og impulsive aktiviteter. For at folk skal bruke byen, må de også oppleve sentrum som trygt, og sikkerhetstiltak er derfor viktig.

- Arkitektur: *“Arkitektur er bygget kultur. Arkitektur huser funksjoner og er materialiserte verdier, fysiske strukturer og historie. Arkitektur er en tilrettelegger for bylivet.”*

Her forstås arkitekturen som rammen for de øvrige kriteriene, der de blir satt sammen i et fellesskap. Det er den fysiske strukturen, det som huser de ulike funksjonene som arbeid og butikk, og fasader og rammene for gaten, parken, byrommet, skillet mellom fellesskap og privatliv. Arkitektur er også en viktig kulturbærer i et samfunn, og sier noe om historien vår og fremtiden. Bevaring av viktige bygg er derfor viktig som en del av dette. Gjennom arkitektur kan man påvirke samfunnet i ønsket retning, og det kan sånn sett fungere som en viktig tilrettelegger for byliv.

- Innovasjon: *“Innovasjon er først og fremst det nye, eller det kjente tenkt nytt og anvendt på nye måter. Innovasjon gir framtidsrettet utvikling.”*

Innovasjon i byliv handler om at innbyggerne får mulighet til å påvirke sine omgivelser, og hvilke resultater som oppstår når mennesker går sammen om noe og finner nye løsninger. For at samfunnet skal utvikle seg må vi åpne opp for nye løsninger, dette betyr både å tenke nytt om sentrum og byutvikling, og å la aktører eksperimentere og sette sitt preg.

- Natur: *“Naturen er byens naturgitte rammer. Natur kan også være kultur, i den grad naturen iscenesettes eller tas i bruk av mennesker på bestemte måter.”*

Naturelementer har en stor verdi i sentrum. Det er viktig å ta vare på trær, grønne lunger og elver i sentrum, samt å tilrettelegge for tilgang til sjø og større skogområder i nærheten. Naturen har en verdi i seg selv, men også en stor verdi for mennesker. Naturkvaliteter bidrar til å stimulere kreativitet og redusere stress. Naturen gjenspeiler liv og det umiddelbare, ustrukturerte og impulsive, som kan åpne opp og underbygge byliv hos mennesker.

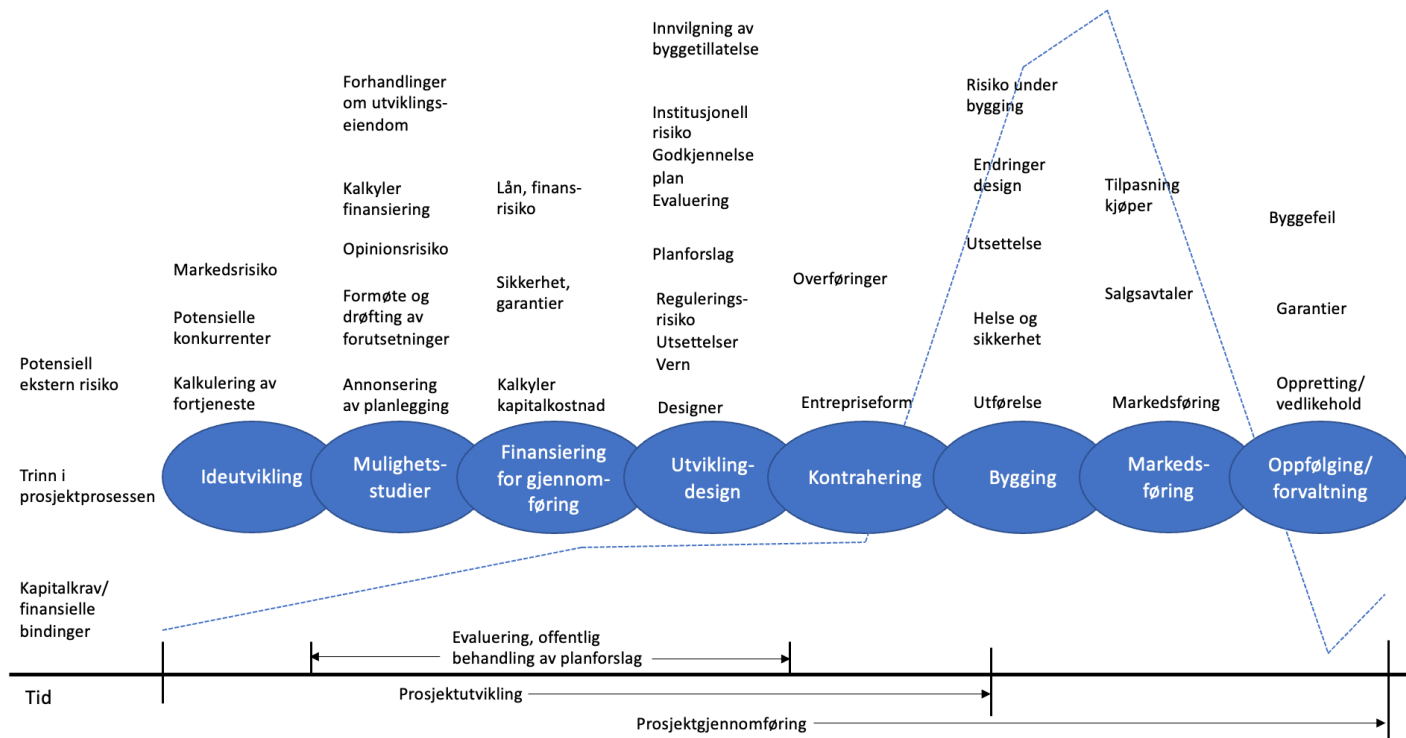
Selv om det er fint å ha kriterier for byliv, og fokus på hva som skaper byliv og hvordan vi skal utvikle byene våre, kan slike rammeverk være en fare for at byutvikling og urban design blir redusert til prinsipper som fungerer som ufleksible dogmer for byplanleggingen, dersom en legger for mye vekt på kriteriene og ikke ser prosessen med et helhetlig blikk. Prosessen med å utvikle steder er komplekse, og det er mange aktører og interesser som skal hensyntas. Det er derfor viktig å understreke at de generelle bylivskriteriene ikke er absolutte, og må ses i sammenheng med den konkrete utviklingen som skal finne sted. Dovey (2016) skriver at vi ikke må ha oppskrifter på hvordan man skal utvikle, men verktøy for tenkning rundt urban design. Dette kan kun oppstå gjennom både en kritisk og kreativ forståelse av utviklingsprosjektet, sett i sammenheng med stedet og omgivelsene.

### **2.3 Eiendomsutvikling som prosess**

Det vil i det følgende avsnittet bli gitt et teorigrunnlag, og en avgrensning for hvordan man forstår eiendomsutvikling, for senere å kunne identifisere hvordan eiendomsutvikling kan bidra til å skape liv og aktivitet i døde bysentrum.

Eiendomsutvikling kan forstås som enhver intensjon om å utarbeide et prosjekt som har til hensikt å endre arealbruken på en eiendom (Børrud & Røsnes, 2016, s. 184). Ness og Øyasæter (2018, s. 11) skiller mellom eiendomsutvikling som transformasjon eller fortetting av eksisterende, bebygde eiendommer, og utvikling av ubebygde områder til ferdige bygg. Eiendomsutviklingsprosessen deles gjerne inn i flere faser, hvor kunnskap fra flere fagfelt kommer til anvendelse. Helt grunnleggende for at et eiendomsutviklingsprosjekt skal kunne gjennomføres er at det skaper økonomiske verdier. Videre kreves det kompetanse innenfor

fagområder som arealplanlegging, juss, arkitektur, byggetekniske fag og politikk (ibid.). Børrud og Røsnes (2016, s. 188) illustrerer den komplekse prosessen eiendomsutvikling er gjennom åttetrinnsmodellen (Figur 5).



Figur 5: Åttetrinnsmodellen basert på Børrud og Røsnes (2016)

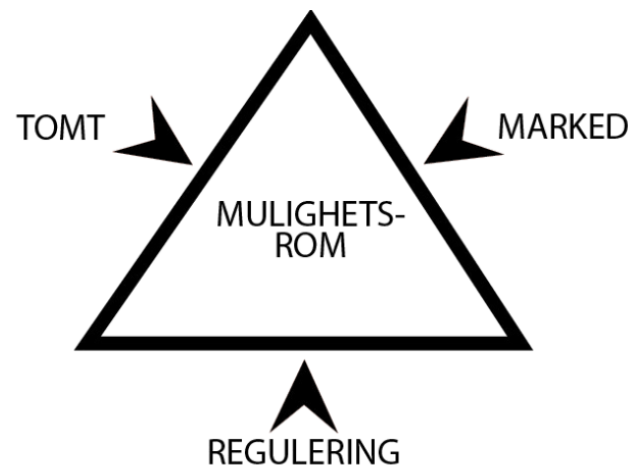
Det er spesielt i den tidlige fasen med idéutvikling og mulighetsstudier man har det største spillerommet til å utforme et vellykket prosjekt med hensikt å tilføre mest mulig verdi innenfor et gitt mulighetsrom. Definisjonen av et vellykket prosjekt bør ta utgangspunkt i en vurdering av hva som er *highest and best use* for den aktuelle eiendommen, altså ikke kun utviklers økonomiske gevinst, men også sluttbrukers og naboers tilfredshet og nytte av prosjektet. Etter hvert som man beveger seg fra fasen for prosjektutvikling og regulering til prosjektgjennomføringsfasen, ser man at risikobildet reduseres (Ness & Øyasæter, 2018). Står man i en situasjon hvor man har kjøpt en eiendom med hensikt å omregulere, vil for eksempel en betydelig andel risiko, reguleringsrisikoen, forsvinne når tomten er ferdig regulert. Usikkerheten reduseres derfor betraktelig når utbygger har fått avklart hvor høy utnyttelse som tillates på

tomten. Prosjektgjennomføringsfasen krever derimot et høyere krav til kapital og større finansielle bindinger fra man begynner å bygge, til man ferdigstiller, gjerne over et par år.

En eiendom kan utvikles innenfor et gitt mulighetsrom, her illustrert med mulighetstrekanten i figur 6, hentet fra Børrud & Røsnes (2016).

Mulighetstrekanten viser hvordan markedskreftene, altså tilbudet og etterspørselen etter eiendom, tomten i seg selv, gjennom sin størrelse, beliggenhet og kontekst, og politisk ønske gjennom regulering, alle er med og påvirker hvilke muligheter man har for å utvikle eiendommen. Det kan ikke

utvikles eiendom som bryter med gjeldende regulering uten at det omreguleres eller dispenseres, men det vil heller ikke utvikles eiendom dersom det ikke er etterspørsel, og derfor ikke økonomisk lønnsomt. Utvikling av eiendom vil alltid måtte forholde seg til konteksten den utvikles i, fordi utbyggingen skaper en ny fysisk og romlig situasjon også utenfor egen tomtegrense. Eiendomsutvikling er derfor mer komplekst enn kun ferdigstillelse av ett enkelt byggeprosjekt (Børrud & Røsnes, 2016). Et viktig aspekt ved eiendomsutviklingen er derfor kontekstforståelsen, og hvordan prosjektet skal tilpasse seg det eksisterende, eller bidra til en endring i den omgivelsen det bygges i. De tre faktorene i mulighetstrekanten vil sammen begrense eiendommens mulighetsrom. Klarer man derimot å utnytte både markedet, reguleringen og tomten maksimalt, har man tatt ut utviklingspotensialet i mulighetsrommet til det fulle, og utviklet en eiendom som svarer til hva som er kontekstuel og teknisk mulig å bygge på tomten, politisk ønskelig og som det er betalingsvilje for i markedet.



Figur 6: Mulighetstrekanten. (Børrud & Røsnes, 2016)

Den franske sosiologen Henri Lefebvre kom opp med slagordet “the right to the city” som forstås som at man har en kollektiv rett til å endre byen og til å påvirke urbaniseringsprosessen (Harvey, 2008). Dette innebærer både retten til å gå hvor man vil og bruke byen etter eget ønske, men også den felles friheten og påvirkningen vi alle har til å skape og endre byene våre. Byutvikling er noe som påvirker og involverer alle. Byutvikling er til syvende og sist en

kollektiv innsats fra mange involverte parter og prosesser, men i vår markedsbaserte økonomi og samfunnsstruktur har de private og kommersielle eiendomsutviklerne en nøkkelrolle med tilhørende makt. Utvikler og myndighet har hver sin type makt, og i og med at ingen av dem har fullstendig kontroll over prosessen, er de gjensidig avhengig av hverandre i utviklingen av et prosjekt.

Eiendomsutvikling kombinerer flere forhold som tomt, eksisterende bygningsmasse, kompetanse og arbeidskraft, materialer, kapital, for å oppnå et ønsket resultat eller produkt. En utbygger kobler alle disse forholdene sammen og produserer verdier. I en konkret forståelse av prosessen er utviklerens interesse kortvarig, da verdien er skapt når disse er satt sammen til et ferdig produkt og solgt eller leid ut. Formålet med prosessen er at det ferdige produktet skal oppnå en større samlet verdi enn det delene gjorde hver for seg og kostnadene prosessen med å føre dem sammen medførte. Utviklingsprosessen kan ifølge Ambrose (1986) bli sett på som en rekke med transformasjoner; kapital blir konvertert til materialer og arbeidskraft, som fungerer som en vare i markedet, som blir konvertert til en annen type salgbar vare (eks en bygning), som igjen blir konvertert tilbake til kapital gjennom salg av varen i markedet. For at et eiendomsutviklingsprosjekt skal anses som vellykket må det som oftest medføre profitt i det siste leddet, og for at et prosjekt skal bli lønnsomt må salgsprisen være større enn produksjonskostnaden.

For at et utviklingsprosjekt skal lykkes er det flere faktorer som spiller inn. Garvin (2002) presenterer seks nøkkelfunksjoner for at et prosjekt skal lykkes; *markedet, beliggenhet, utforming, finansiering, entreprenørskap* og *tid*. Av disse mener han at *utforming* er den nøkkelfunksjonen som oftest blir neglisjert. Han sier at utforming og design for ofte blir sett på som dekorasjon som kan gjennomgås etter at de viktige avgjørelsene er tatt. Han hevder derimot at utformingen er den fysiske manifestasjonen av ethvert tiltak og at den derfor er helt vesentlig for om prosjektet er en suksess eller ikke. Utformingen er også den eneste av de seks nøkkelfunksjonene som blir en permanent del av bybildet, og som blir observert av innbyggerne.

## Aktørenes makt

Eiendomsutviklingsprosessen er mer enn bare finansiering og profitt. Det er en sammensatt prosess som inkluderer flere ulike aktører, alle med hvert sitt mål. Eiendomsutvikling er dermed ikke en anonym og upersonlig økonomisk prosess, men heller et resultat av flere sosiale relasjoner og funksjoner knyttet opp til et konkret sted på et gitt tidspunkt (Ball, 1986). Sentrale aktører er grunneiere, investorer, utviklere, entreprenører, arkitekter og landskapsarkitekter, sosiologer, politikere, saksbehandlere og forbrukere, for å nevne noen.

Maktforholdet mellom disse aktørene spiller en vesentlig rolle for resultatet av utviklingen.

Hovedsakelig er det den private utvikleren og offentlig myndighet som sitter med den vesentligste delen av makten. Maktforholdet skifter også fra prosjekt til prosjekt (grunnet forskjellige interne og eksterne omstendigheter), og påvirker sluttresultatet i stor grad. Hvordan steder og prosjekter ender opp med å se ut avhenger ifølge Carmona (2021) av maktforholdet mellom aktørene og hvordan de bruker denne makten. Han deler det inn i seks forhold:

1. Ambisjonene, ressursene og målbevisstheten til grunneieren (enten offentlig eller privat).
2. Ambisjonene, makten og kompetansen til reguleringsmyndigheten og viljen deres til å skjære gjennom for å sikre spesifikke kvaliteter.
3. Ambisjonene, kompetansen og tilpasningsevnen til designere; handlingsrommet som er gitt dem av de to første aktørene (ovenfor), og hvilket hensyn de tar til behovene og ønskene til de siste tre gruppene (nedenfor)
4. Ambisjonene til lokalsamfunn og deres evne og ønske om å påvirke arbeidet til de tre første aktørene.
5. Ambisjonene, ressursene og evnene til de med langsiktig forvaltningsansvar for steder.
6. Måten de som oppholder seg på stedet bruker det, og hvordan de gjennom sin bruk, definerer og redefinerer stedets karakter over tid.

## Aktørenes motivasjon

I tillegg til å forstå hvilke aktører som deltar i utviklingsprosessen og hvilken rolle de har, er det vesentlig å forstå motivasjonen deres for å være involvert. Å forstå motivasjonen deres for å delta i prosessen, kan hjelpe oss med å forstå hvilke aspekter ved prosjektet de er opptatt av og ikke så opptatt av og hvorfor. Carmona (2021) deler enhver rolle i prosessen inn i fem generelle kriterier og graderer deres motivasjon for hvert kriterium. De to første handler om projektkostnader og de tre siste handler om design og utforming:

- Tidshorisont: Hvorvidt aktørens interesse og involvering i utviklingen er kortsiktig eller langsiktig.
- Finansiell strategi: Hvorvidt aktøren har et primært mål om å redusere kostnader eller å maksimere profitt.
- Estetiske kvaliteter: Hvorvidt aktøren har en interesse i prosjektets estetiske uttrykk og i så fall hvilken interesse. Dette er den laveste konseptualiseringen av urban design, men ofte den mest diskuterte grunnet dens tilstedeværelse i bybildet og at det er slik folk flest forholder seg til prosjektet.
- Prosjekt kvalitet: Hvorvidt aktøren er opptatt av kvaliteten på prosjektet. Prosjekt kvalitet ser design i et større perspektiv, hvordan funksjonelle og estetiske hensyn spiller sammen i prosjektet. Skiller seg fra det siste punktet i den grad at det handler om prosjektet isolert sett, hvordan produktet er innenfor tomtegrensen.
- Stedskvalitet: Hvorvidt aktøren er opptatt av hvordan prosjektet påvirker kvaliteten i området. Ser design i et større perspektiv utover tomtegrensen, og hvordan prosjektet håndterer alle de komplekse dimensjonene av et sted, som bruk, aktivitet, ressurser og fysiske komponenter. Stedskvalitet ser på hvordan det individuelle prosjektet spiller sammen med og påvirker helheten og omgivelsene det er en del av.

Carmona (2021) har, basert på Henneberry (1998), satt de ulike aktørene inn i et rammeverk som beskriver deres motivasjon på et generelt nivå. Her har vi trukket ut noen roller basert på dette rammeverket:

Roller	Kostnader			Utforming	
	Tidshorisont	Finansiell strategi	Estetisk kvalitet	Prosjektkvalitet	Stedskvalitet
<b>Produsenter</b>					
Grunneier	Kortsiktig	Profittmaksimering	Nei	Nei	Muligens, dersom de forblir grunneier eller har andre interesser i området
Utvikler	Kortsiktig, til prosjektslutt	Profittmaksimering	Ja, men kun av økonomiske årsaker	Ja, men kun av økonomiske årsaker	Ja, i den grad det er positive eller negative eksternaliteter
Investor	Kortsiktig, til prosjektslutt	Profittmaksimering	Nei	Nei	Nei
Entreprenør	Kortsiktig	Profittmaksimering	Ja	Nei	Nei
Designere (arkitekter, landskap, o.l.)	Kortsiktig	Profittmaksimering	Ja, fordi design reflekterer dem og fremtidig forretninger	Ja, fordi kvaliteten reflekterer dem i fremtidig	Muligens, dersom de har profesjonell integritet og bryr seg om stedet
<b>Forbrukere</b>					
Leietagere	Langsiktig	Leiekost vs kvalitet og grunnlag for omsetning	Ja, i den grad estetikken representerer dem	Ja	Ja, i den grad de kan dra nytte av det
Beboere	Langsiktig	Spareobjekt og investering	Ja	Ja	Ja
Lokalsamfunn	Langsiktig	Nøytral	Ja, i den grad det former og påvirker området	Ja, i den grad byggene er brukt av innbyggerne	Ja
<b>Myndigheter</b>					
Offentlig sektor	Langsiktig	Nøytral	Ja, i den grad det påvirker motivasjonen for å delta i designprosessen	Ja	Ja, i hvordan prosjektet blir en del av helheten i bybildet

Tabell 1: Aktørenes motivasjon basert på Carmona (2021)

I rammeverket er aktørene delt opp i flere separate roller. I virkeligheten kan derimot en aktør inneha flere av de ulike rollene samtidig, eksempelvis kan store utviklere være både grunneier, investor og entreprenør. Selv om aktørene er blitt delt opp individuelt er det interessant å merke



seg at aktørene innenfor hver av kategoriene “Produsenter” og “Forbrukere” deler mange likhetstrekk. Eksempelvis kommer tidsperspektivet til de ulike aktørene tydelig frem. Alle på produksjonssiden har i dette forenklete rammeverket et kortsiktig tidsperspektiv for prosjektet. Hva har dette å si for de tre kvalitetene på høyre side? Ut fra rammeverket kan det tyde på at den kortsiktige og profittmaksimerende motivasjonen henger sammen med en manglende motivasjon for økt estetisk-, prosjekt- og stedskvalitet.

I “Forbruker”-gruppen er det et gjennomgående trekk at de har et langsiktig tidsperspektiv på prosjektet. Dette skyldes at de må forholde seg til prosjektet over lengre tid på en eller annen måte. Vi kan se en klar sammenheng mellom det langsiktige tidsperspektivet og motivasjonen for kvalitetene på høyre side i rammeverket. Leietagerne, beboerne og andre brukere skal oppholde seg der daglig. De er hovedsakelig opptatt av prosjektets bruksverdi i form av utseende og funksjonalitet, og veier fysiske attributter opp mot de finansielle (salgs- eller leiepris). Brukerne er opptatt av de estetiske kvalitetene og stedskvaliteter fordi det påvirker attraktiviteten til objektet. Estetiske hensyn kan også være å symbolisere status eller kvalitet til sine kunder eller bekjente. Prosjektet blir også en permanent del av lokalsamfunnet, og innbyggere forholder seg til prosjektet direkte eller indirekte. For lokalsamfunnet vil prosjektet inngå i en større helhet, og derfor er denne gruppen opptatt av hvordan det nye bygget forholder seg til de omkringliggende byggene. Innbyggerne ser prosjektene på tvers av tomtegrenser, og er opptatt av hvordan prosjektet bidrar til å styrke områdets stedskvaliteter. Fordi de opplever prosjektet fra utsiden, og på den måten forholder seg til prosjektet, vil de være mest opptatt av de estetiske kvalitetene. Innbyggerne blir ofte sett på som en passiv part i utviklingen, men de kan delta og påvirke blant annet gjennom høringsuttalelser, bydelsmøter, klager og protester, eller deltagelse i medvirkningsprosesser. På denne måten påvirker de også myndighetenes involvering. Offentlig sektor tenker på samfunnsutviklingen som helhet og påvirker prosjektet gjennom regulering og saksbehandling. Gjennom sine verktøy er de med å bestemme rammene for prosjektets muligheter og trekker det i ønsket retning, og sikrer viktige kvaliteter.

## Lokale og Ikke-lokale utviklere

Som nevnt kan en aktør inneha flere ulike roller, og det finnes flere typer utviklere. Det er alt fra de store, industrielle utviklerne med et regionalt, til og med nasjonalt og internasjonalt marked,

til de mindre utviklerne som opererer lokalt med færre prosjekter. Det er også forskjell på utviklere i hvor stor grad de er styrt av profitt i sine prosjekter. Fra de mest kommersielle profitt-drevne utviklerne, til små private selskap, medlemsstyrte og ideelle organisasjoner, og utviklere i offentlig sektor. Utviklere jobber også i forskjellige bransjer, noen spesialiserer seg på bolig, andre bygger næringsbygg som butikker, restauranter og kontorer. De største og mest profittmaksimerende utbyggerne definerer Payne (2009) som “superbyggere” (bygger mer enn 5.000 enheter årlig). Et kjennetegn ved dem er at de har industrialisert prosessen i alle ledd. Industrialiseringen fører til homogene prosjekter som ikke tar tilstrekkelig hensyn til de lokale særegenhetene ved tomten og området for øvrig. Industrialiseringen av den fysiske utformingen fører til et generisk tilbud til befolkningen, som svekker mangfoldet og gjør det vanskelig å oppnå suksesskriteriene for byliv. Motsatsen til superbyggerne er utviklere som ikke industrialiserer prosessene, men ser på hvert prosjekt med et nytt blikk og nye løsninger. Gjennom å ta hensyn til lokale forhold og utvikle skreddersydde løsninger, vil man være langt på vei for å utvikle bedre prosjekter med mennesker i fokus. I følge Carmona (2021) vil utviklingsprosjekter som verdsetter høyere kvalitet på den fysiske utformingen ha en mye større sjanse for å finne sted hvis utvikleren har et langsiktig perspektiv. Han trekker også frem at noen utviklere ser ut til å bry seg mer om designet i prosjektet enn andre, og at den fysiske utformingen i deres prosjekter tar mer hensyn til, og forsterker, stedets kvaliteter. Carmona (2021) deler aktørene inn i lokale og ikke-lokale utviklere:

- Lokale utviklere
  - Ofte en uavhengig aktør (eier aksjene selv eller med en partner) med interesser i, og sterke bånd til stedet, og er typisk en del av lokalsamfunnet
  - Søker vekst basert på antagelser om hva som vil skje i fremtiden
  - Risikovillig - baserer seg på institusjon og erfaring
  - Verdsetter mangfold, og ser det unike i hver utvikling
  - Differensierer design og utforming
  - Oppnår store psykologiske fordeler fra investering/utvikling (eks. utvikler noe man kan sette pris på) og sterke personlige assosiasjoner til aktøren
  - Innehar hovedsakelig lokal kunnskap og kompetanse

- Ikke-lokale utviklere
  - Regionale (eller internasjonale) selskaper med liten tilknytning til stedet
  - Søker stabilitet gjennom å basere finansielle modeller på hva som har skjedd før
  - Reduserer risiko gjennom å basere seg på tidligere suksessfaktorer
  - Verdsetter homogenitet og like løsninger
  - Industrialiserer prosesser (inkludert design og utforming) for å redusere risiko
  - Få psykologiske fordeler fra investering/utvikling (utvikling er mer en finansiell vare) og svake personlige assosiasjoner til selskapet
  - Innehar hovedsakelig generell kunnskap og kompetanse

Som vi kan se vil en lokal utvikler ofte ha en tilknytning til stedet og man kan dermed anta at den vil legge mer inn i forhold som påvirker stedets kvaliteter. Men man skal være forsiktig med å tilskrive de lokale utviklere en bedre hensikt enn de i virkeligheten har. Utviklere, lokale som ikke-lokale, er som vi har sett alle avhengig av å lage lønnsomme prosjekter, ellers vil de simpelthen ikke gjennomføre det. Lønnsomhet og profitt vil alltid være førsteprioritet for en investor, så vel som et kommersielt utviklingsprosjekt. Dog kan det være forskjell i avkastningskravet til selskapene, som gjør at noen bygger der andre heller søker andre steder etter større volum og profitt. Hensikten med oppstillingen er vel så mye å se hvordan motsetningene til lokale og ikke-lokale utviklere danner et bilde av i hvilken grad de er i stand til å utvikle prosjekter som skaper byliv. Ser man videre fra eierskap og finansiering, ser man en vesentlig forskjell i risikovilligheten. Lokale utviklere er mer risikovillige enn ikke-lokale. Det fører til at de er villige til å ta større sjanser og tenke nytt for å oppnå ønsket resultat. Dette fører til unike løsninger og et større mangfold. Investorer tenderer derimot til å sky risiko, og søker prosjekter som minimerer risikoen deres. Dette er typisk eiendommer som er fleksible slik at de kan huse flere typer leietakere, og enkelt kan tilpasse seg nye leietakere. Dette sikrer en langsiktig og stabil leieinntekt som kan følge markedet. Investorer og utviklere som styres av en slik tenkning er konservative, og vil være mer skeptiske til nye løsninger og banebrytende design.

Ikke-lokale utviklere kan gjennom sin industrialiseringsprosess av natur ikke skape mangfold. Industrialisering ønsker likhet, reduksjon av risiko og følger den mest effektive veien til målet. I

sin søken etter profitt og reduksjon av kostnader uten at det går på bekostning av kvalitet og pris vil utviklere søke etter å standardisere og systematisere så mye som mulig av prosessen. En satsing kan være plattformer som standardiserer alt fra prosjektering, planlegging, fabrikkproduksjon og montering. SINTEF viser til at nesten alle boligentreprenører jobber med industriell produksjon i en eller annen form, enten gjennom systematisert bruk av elementer/bygningsdeler som allerede er tilgjengelig i markedet og/eller ved at de velger seg gjennomprøvde løsninger som stadig repeteres (Berg, 2008). Standardisering av bygningsmaterialer, IKT-systemer og rom-moduler (eks. baderom) i leilighetsbygg har begrenset påvirkning, men det er mye som tyder på at standardisering av konsept og fysisk utforming kan ha en negativ effekt på bylivet.

## **2.4 Kompakt byutvikling**

Den kompakte byen kjennetegnes ved at den ikke skal vokse utover, men fortettes innenfor bygrensen med mål om en høyere og mer bærekraftig arealutnyttelse (Hanssen et al., 2015). Målet med den kompakte byen er at tilbudet av kollektivtransport skal knytte byen sammen, og at det skal være gang- og sykkelavstand til alle hverdagslige gjøremål, slik som arbeidsplasser, skole, handels- og servicefunksjoner. Hanssen et al. (2015) viser til at kompakte byer kan redusere den daglige bilbruken og transportbehovet for den enkelte, både ved å tilrettelegge bedre for kollektivtransport, men også som følge av korte avstander til reisemål.

For å oppnå redusert transportbehov er ikke høy tetthet av boliger løsningen alene, det er også viktig å tilrettelegge for en funksjonsblanding («mixed-use»), slik at alle daglige gjøremål kan utføres innen kort avstand fra hjemmet (Schmidt, 2014). Funksjonsblandingen er, slik Hanssen et al (2015) skriver, også et viktig element i vitaliseringen av byen, og legger til rette for sosiale møter og aktiviteter. Videre kan en høy tetthet av boliger og arbeidsplasser i sentrumsområdet være positivt for kundegrunnlaget til handels- og tjenestetilbudet. Tanken bak den kompakte byen har altså både et miljøperspektiv gjennom redusert transportbehov, men den ser også en høy konsentrasjon av boliger, private og offentlige handels- og tjenestefunksjoner og arbeidsplasser som et viktig element i utviklingen av vitale byer.

Høy tetthet av mennesker som bor og jobber i et avgrenset område, i tillegg til at det samme området har et variert og tilstrekkelig tilbud av funksjoner til flere tider på døgnet, er viktig for å skape levende sentrum (Carmona, 2021). Ideen om den kompakte byen er derfor interessant å studere fordi den legger til rette viktige premisser for sentrumsaktivitet.

## 2.5 Sentripetale og sentrifugale krefter

Man kan forstå de ovennevnte teoriene slik at en høy tetthet, og et godt utvalg av virksomheter og funksjoner, er viktige faktorer for å skape liv i sentrum. Hvordan sentrum oppstår, og hvilke krefter som påvirker virksomheters nytte av å lokalisere seg der kan forklares med teorien om sentripetale og sentrifugale krefter hentet fra Geltner et al. (2013, s. 46). De sentripetale kreftene som får byer til å oppstå og ekspandere er *stordriftsfordeler*, *agglomerasjonseffekter* og *positive eksternaliteter av beliggenheten*. Stordriftsfordeler er fordelene av å ha ett stort produksjonslokale fremfor mange små, fordi de faste kostnadene per enhet reduseres med økt produksjon.

Agglomerasjonseffektene er fordelene av å etablere virksomhet i nærheten av andre virksomheter slik at man kan dra nytte av hverandres felles kompetanse og kan samarbeide, såkalt horisontal agglomerasjon. I en sentrumssituasjon kan en høy tetthet av butikker som har lik, men også ulik kompetanse dra nytte av hverandre, og med sitt totaltilbud gjøre sentrum attraktivt for flere kunder. Vertikal agglomerasjon er derimot at forskjellige virksomheter har nytte av hverandres ulike kompetanse, for eksempel ved at kommunikasjonsveien er kort mellom klesbutikken i sentrum og dens regnskapsfører og bank som også er lokalisert i sentrum.

Når to eller flere virksomheter er lokalisert i nærheten av hverandre kan det oppstå positive eksternaliteter dem imellom. Dette er den positive effekten av å samlokalisere fordi en virksomhet alene ikke får utnyttet potensialet i markedet fullt ut. Det går ikke et klart skille mellom agglomerasjonseffekter og positive eksternaliteter, men Geltner et al. (ibid.) peker på agglomerasjonseffekten som fordelene man kan få av å være mange samlokalisert, mens positive eksternaliteter kan oppstå mellom så lite som to aktører. En restaurant lokalisert i sentrum kan for eksempel oppleve økt etterspørsel dersom det også etableres en kino i sentrum fordi kundene ofte, som en del av kinoopplevelsen, går ut og spiser på restaurant. Den positive eksternaliteten

for restauranten blir dermed at kinoen tiltrekker seg et publikum som også ønsker å spise på restaurant, uten at den selv klarer å dekke behovet.

Interaksjonen av effektene av stordriftsfordeler, agglomerasjonseffektene og de positive eksterneffektene er det som skaper byene og får de til å vokse (Geltner et al, 2013). Økning i antall virksomheter som trenger arbeidskraft fører med seg tilflytting til byen, som igjen legger grunnlaget for et større marked for virksomhetene. De sentripetale kreftene forklarer hvorfor det vokser frem store byer. Det er likevel krefter som motvirker denne utviklingen, og trekker virksomheter ut av de største byene og bidrar til fremvekst av mindre byer i utkanten – de sentrifugale kreftene (ibid.). Når byene vokser øker tettheten, forurensningen har en tendens til å stige, transportkostnadene for å reise til sentrum øker og leiekostnadene for lokaler øker som en følge av tilbud og etterspørsel. Dette er sentrifugale krefter som kan få virksomheter til å flytte ut av sentrum til billigere tomter med mer plass. I følge Geltner et al (ibid.) er det en grunnleggende antakelse i teorien at de sentripetale kreftene generelt er sterkere enn de sentrifugale, men at de har forskjellig påvirkning på ulike virksomheter. De virksomhetene som har størst nytte av lokalisering i sentrum er gjerne de som har sterkest påvirkning fra de sentripetale kreftene.

De forskjellige aktørene kan derfor, ifølge teorien, tjene på å lokalisere seg i et sentrum hvor både komplementære og konkurrerende virksomheter er lokalisert. Sentrum som destinasjon blir sterkere fordi tilbudet har økt og kan nå ut til et større marked. En enkelt aktør når ikke ut til hele markedet, men kan tjene på at flere aktører hver for seg, og sammen, dekker et større behov og tiltrekker seg et bredere marked.

### 3. Metode

For å besvare oppgavens forskningsspørsmål om hvordan man gjennom eiendomsutvikling kan skape liv i døde bysentrum er det benyttet kvalitative metoder for innsamling og bearbeidelse av data. Forskningsmetode kan kort defineres som «en fremgangsmåte, et middel til å løse problemer og komme frem til ny kunnskap. Et hvilket som helst middel som tjener dette formålet, hører med i arsenalet av metoder» (Aubert, 1972). Dette kapitlet redegjør for hvordan studien er designet, hvilke metoder som er benyttet, hvordan datainnsamling er gjennomført, samt en refleksjon rundt metodevalget og kvaliteten på dataene.

#### 3.1 Kvalitativ metode

Når man skal innhente utfyllende og detaljert informasjon om fenomenet som studeres, vil det være hensiktsmessig å benytte kvalitative metoder (Johannessen, Tufte, & Christoffersen, 2021). Kvalitative metoder benyttes for å studere hvordan virkeligheten ser ut, når det er hensiktsmessig å få mer inngående kunnskap enn ved å telle opp observasjoner av et fenomen, som man forbinder med kvantitativ metode. Kvalitative metoder kan være særlig nyttig når man skal undersøke fenomener det er forsket lite på, og som vi ikke kjenner særlig godt (ibid.). Dybdeintervjuer, gruppesamtaler, observasjoner, litteraturstudier og casestudier er eksempler på kvalitative metoder man kan benytte for datainnsamling, som alle gir en dypere innsikt enn opptelling av hendelser. Dataene som samles inn i en kvalitativ studie kan både være naturlig forekomne, altså at de ligger tilgjengelig for forskeren til å innhente og lese, eller de kan være forskergenererte, som vil si at de fremkommer på initiativ fra forskeren (ibid.). Valg av strategi avhenger i stor grad av problemstillingen og hva formålet med studien er. Vi har valgt å benytte oss av kvalitative metoder i denne studien, fordi vi ønsker å tilegne oss inngående kunnskap om hvordan eiendomsutviklere som har lyktes med å skape liv i døde bysentrum gjennom eiendomsutvikling har klart det, hvilke strategier som ligger til grunn og hvordan de reflekterer rundt prosessen og utviklingen de har stått for.

#### 3.2 Forskningsstrategi

Opgavens forskningsspørsmål besvares ved å benytte en kombinasjon av flere kvalitative forskningsmetoder. For å danne et kunnskapsgrunnlag har det gjennom en litteraturstudie blitt

studert relevante teorier og tidligere forskning, både for å belyse hva teorien og tidligere forskning har funnet at skal til for å skape liv, men også for å studere hvordan sentrum har utviklet seg over tid, og hvorfor. Med utgangspunkt i denne kunnskapen har det blitt gjennomført fire semistrukturerte dybdeintervjuer av eiendomsutviklere, hvorav to inngår i casestudier, for å studere hvordan de gjennom sitt virke jobber for å skape liv i bysentrum. Litteraturstudien gir rammeverket for hvilke kriterier som skal til for å skape liv i bysentrum, casestudiene og intervjuene har hatt til hensikt å besvare hvordan eiendomsutviklerne jobber for å skape liv.

Etter at funnene fra casestudiene og intervjuene er presentert, diskuteres disse opp mot de etablerte teoriene og funnene fra tidligere forskning for å besvare forskningsspørsmålene.

### **3.3 Litteraturstudie**

For å få oversikt over eksisterende forskning på feltet man studerer er det ikke uvanlig å gjøre litteratursøk, og strukturere tidligere forskningsrapporter og prosjekter (Johannessen, Tufte, & Christoffersen, 2021). Ved å gjennomføre litteraturstudie får man innsikt i hva som er forsket på temaet fra før, samtidig som eksisterende litteratur kan fungere godt som informasjonskilde til egen studie.

I arbeidet med å finne relevant litteratur har det blitt søkt i nasjonale og internasjonale rapporter og lærebøker. Litteraturstudien har vært svært viktig for å danne et teorigrunnlag for å besvare forskningsspørsmålene. Den internasjonale litteraturen har vært spesielt relevant med tanke på teorier om byliv, og hvilke kriterier som skal til for å innby til aktivitet, samtidig som det har vært viktig med nasjonale rapporter og litteratur som har gitt kunnskapsgrunnlag om hvilken effekt utviklingen som har vært i Norge de siste tiårene har hatt på aktiviteten i sentrum.

For å skaffe oversikt og struktur ble all litteraturen som ble vurdert som relevant samlet og strukturert i et felles dokument. Dokumentet inneholder henvisning til litteraturen, i tillegg til et kort sammendrag av innholdet og en kommentar for hvorfor den aktuelle litteraturen kan være relevant for oppgaven. Litteraturstudien legger så grunnlaget for diskusjonskapitlet hvor funn drøftes opp mot dagens situasjon, og etablerte teorier.



### 3.4 Intervju

Intervju er en metode som egner seg når man har behov for at informantene skal reflektere, og få frihet til å uttrykke seg. Gjennom intervju kan man få frem menneskers erfaringer og oppfatninger av fenomenet man studerer, samtidig som man åpner for refleksjon gjennom en samtale med struktur og formål (Johannessen, Tufte, & Christoffersen, 2021). Et intervju kan både være strukturert med faste spørsmål og svaralternativer, en ustrukturert samtale uten faste spørsmål, eller semistrukturert med noen forberedte spørsmål, men uten en fast rekkefølge på spørsmålene eller svaralternativer (ibid.).

Det har i denne studien blitt gjennomført semistrukturerte intervjuer hvor det har blitt utarbeidet en intervjuguide til hvert intervju, men lagt opp til at intervjuet skal bære preg av en samtale med informantene som kan reflektere rundt temaet. På den måten struktureres intervjuene, og sikrer at man ved bearbeidelse av dataene enklere kan sammenligne svarene fra de forskjellige informantene, samtidig som det åpner for gode refleksjoner og lar informanten gi uttrykk for sine egne holdninger, meninger og erfaringer.

Gjennomføringen av intervjuene har forløpt seg forskjellig, ettersom vi la opp til en semistrukturert modell. I ett av tilfellene forløp intervjuet seg mer som en samtale, samtidig som vi jobbet oss gjennom spørsmålene. I andre intervjuer holdt informantene en presentasjon, som viste seg å svare på alle spørsmålene vi hadde forberedt, i tillegg til at vi fikk avsluttet med oppsummerende spørsmål og refleksjoner rundt temaet. Begge formene for intervju fungerte godt, og ga gode og reflekterte svar på spørsmålene vi hadde forberedt.

Det ble gjort opptak av alle intervjuene, med godkjenning fra informantene, som senere ble transkribert. Dette ble gjort for å lettere kunne strukturere dataene etter forskningsspørsmålene, samtidig som det sikrer at alle refleksjoner, selv digresjoner, kommer med i datamaterialet. På den måten sikres det at dataene tolkes i riktig kontekst, som kom til nytte senere i funn- og diskusjonskapitlet. For å strukturere funnene ble relevant data fra alle intervjuene samlet i et felles dokument og kategorisert etter forskningsspørsmål. Opptakene ble senere brukt og lyttet til underveis i bearbeidelsen og presentasjonen av data, for å sikre at viktige poeng ikke ble uteglemt.

## Intervjuobjektene

Ved valg av informanter har vi tatt kontakt med utviklere vi mener har lyktes med å skape liv i døde bysentrum, enten gjennom større utvikling av flere eiendommer, eller som utvikler av enkelteiendom eller konsepter i en gate. To av informantene har erfaring fra Oslo og andre større utviklingsprosjekter, med bakgrunn som arkitekt og konsulent. De to andre er intervjuet som en del av casestudien, og har gjennomført vellykkede eiendomsutviklingsprosjekter i to mellomstore norske bysentre. Informantenes ulike bakgrunn gir en bredde i innsikten og refleksjonen rundt problemstillingen, som kan styrke funnene da de forskjellige informantene har ulik innfallsvinkel og rolle i eiendomsutviklingsprosessen. Tabellen under viser en oversikt over intervjuene som ble gjennomført som en del av denne studien.

<i>Intervju</i>	<i>Informant</i>	<i>Stilling</i>	<i>Firma</i>	<i>Varighet</i>
1	<i>Bjørnar Johnsen</i>	<i>Utviklingsdirektør</i>	<i>Oslo House</i>	<i>68 minutter</i>
2	<i>Einar Holthe / Martin Hagen</i>	<i>Daglig leder / Prosjektleder</i>	<i>Natural State</i>	<i>24 minutter</i>
3	<i>Sander Grundvig / Cecilia Brynhildsen</i>	<i>Daglig leder / Prosjektsjef</i>	<i>Cityplan</i>	<i>94 minutter</i>
4	<i>Christian Vold</i>	<i>Daglig leder</i>	<i>Vold Eiendommer</i>	<i>67 minutter</i>

*Tabell 2:2 Oversikt over intervjuer*

Intervjuene med Cityplan og Vold Eiendommer er gjort i forbindelse med de to casestudiene, og regnes som hovedinformasjonskildene til oppgaven. Samtidig har intervjuene med Oslo House og Natural State bidratt med gode refleksjoner fra personer med ulik erfaring fra eiendom, byliv og eiendomsutvikling som virkemiddel for å skape byliv. Cityplan og Vold Eiendommer har kompetanse og erfaring gjennom utvikling av flere eiendommer i hvert sitt bysentrum, mens de to øvrige informantene har erfaring fra flere byer, og større og mindre enkeltprosjekter.

Intervjuene har alle tatt utgangspunkt i intervjuguiden under, men det er gjort enkelte justeringer på spørsmålene til hvert intervju, tilpasset hver informant.

# Intervjuguide

## **Innledning**

Takk for at du stiller opp på dette intervjuet. Vi understreker at det er helt frivillig å delta og du kan når som helst avbryte intervjuet. For mer informasjon om personvern og behandling av data vises det til informasjonsskrivet med samtykkeerklæringen som du har signert i forkant av dette intervjuet. Det vil bli gjort lydopptak av intervjuet, og etter at vi har transkribert intervjuet vil vi slette opptaket. Du vil få en kopi av det transkriberte intervjuet for en sitatsjekk. Du vil også få tilsendt oppgaven for en gjennomlesing før publisering. Du kan når som helst trekke tilbake ditt samtykke og vi vil da slette alle data om deg og fjerne informasjon du har gitt oss fra oppgaven. Intervjuet vil forventes å ta ca. 1-2 timer. Hvis dette høres greit ut kan vi starte intervjuet.

## **Forskningsformål**

Formålet med masteroppgaven er å finne ut hvordan skape liv i døde bysentrum gjennom eiendomsutvikling. Dette skal vi gjøre gjennom å studere hvordan utvalgte eiendomsutviklere jobber. Grunnen til at vi ønsker å intervju deg er at du er en eiendomsutvikler som har lyktes med å skape byliv med et eller flere prosjekter. Målet med masteroppgaven vil være å kunne peke på konkrete tiltak, strategier, funksjoner og kvaliteter ved eiendomsutviklingen som gjør den vellykket, og hvilke utfordringer og muligheter eiendomsutvikleren står ovenfor i vitalisering av sentrum.

## **Spørsmål**

Om aktøren

- Introduser deg selv og selskapet
- Hvorfor utvikler du i Hamar/Fredrikstad?
- Hvorfor utvikler du i sentrum?
- Når startet revitaliseringen av Hamar/Fredrikstad sentrum og hvem var de sentrale aktørene? Var det eiendomsutvikling på eget initiativ eller hvor viktig har kommunen sitt arbeid vært?
- Hva skal sentrum være for byen?

- Rett på utsiden av sentrum har man et stort kjøpesenter med mye handel. Hva tenker du sentrum skal være, sett opp mot det handelstilbudet som finnes der?
- Hva skal til for å skape aktivitet i bysentrum?
- Hvordan vil du definere “byliv” og hvorfor er det viktig i deres prosjekter?

### **Konsept/Innhold**

- Hva er viktig for deg i utviklingen av nye prosjekter?
- Hva var viktig i utviklingen av konkrete prosjekter (avhengig av intervjuobjekt, eks Victoriakvartalet, Matkvartalet, Nygaardsplassen)?
- Hvilke aktører genererer aktivitet, og hva kjennetegner de?
- Hvordan jobber du for å få inn de riktige leietagerne?
- Hvor viktig tenker du at konseptet som fyller lokalene er?

### **Stedsidentitet, stedstilhørighet**

- Hvordan jobber dere for å skape identitet til konseptene og bygårdene deres?
- Er konsepter og aktører viktigere enn funksjonen alene?
- Hva er suksessfaktoren til at dere lykkes med deres prosjekter? Har dere spesiell kunnskap om byliv i selskapet/nettverket?
- Hvordan jobber dere med arkitekturen til bygårdene? Eks bevaring av gammel bygningsmasse for å skape stedstilhørighet.

### **Fysisk utforming/Fasade**

Byrom oppstår jo som et resultat av eiendommene som omslutter rommet/gaten:

- Når dere utvikler eiendom, hvordan ser dere på eiendommens henvendelse til gaten og de rommene som skapes?
- Inngangspartiet på hjørnet av det gamle rådhuset for eksempel? Det må ha vært en strategi bak den utformingen det fikk?
- Hva tenker du om utformingen av førsteetasjene til eiendommene dere eier? Hvilken verdi har de for sentrum, og eiendommen i seg selv?
- Hva er viktig å tenke på i utformingen av sentrum?

### **Samarbeid og helhetlig utvikling**

- Hva er den største utfordringen med å fortette i sentrum?
- I hvilken grad ser dere prosjektet i sammenheng med området/naboene? Hvor setter dere passeren for hvem dere forholder dere til?
- En utfordring med sentrumsutviklingen er i mange tilfeller en uoversiktlig gårdeierstruktur. Hvordan jobber dere med naboeiendommene deres for å få til en helhetlig utvikling?
- Er det en strategi for dere å kjøpe opp og kontrollere enda flere eiendommer i sentrum for en helhetlig utvikling?
- Hvor stopper jobben til kommunen og hvor starter deres? Hva er det kun eiendomsutviklere kan gjøre, som kommunen ikke kan, når det kommer til byutvikling?

### **Risiko og tidsperspektiv**

- Står du som eier av konseptene i førsteetasjene?
- Hva er tidsperspektivet deres på prosjektene?
- Hvordan definerer dere et vellykket prosjekt?
- Er det en konflikt mellom det som er økonomisk lønnsomt og det som er bra byliv? Hvor er skjæringspunktet?
- Hvilke erfaringer tar dere med dere videre til nye prosjekter?

### **Avslutning**

- Hvis du skulle trekke ut tre ting som du mener er det viktigste vi har snakket om, hva ville det vært?
- Er det noe mer du vil si eller ønsker å legge til?
- Kan vi kontakte deg igjen hvis det blir aktuelt?

Tusen takk for at du stilte opp!

### 3.5 Casestudie

For å studere et fenomen kan det være hensiktsmessig å studere tilfeller av det inngående. Case som forskningsdesign innebærer å avgrense et forskningsområde, velge ut informanter, gjøre observasjoner, samle inn data og ta et dypdykk i tilfellet av fenomenet man forsker på (Johannessen, Tuft, & Christoffersen, 2021). Ved gjennomføring av casestudier kan man benytte seg av flere forskningsmetoder, både kvalitative og kvantitative, noe Yin (2018) ser på som en fordel for å skaffe seg mye og detaljerte data.

En casestudie kan gjennomføres som et enkelt casedesign, eller som et flercasedesign hvor man sammenligner og studerer flere tilfeller av et fenomen. Johannesen et al. (2021) peker på enkel casestudie som hensiktsmessig dersom tilfellet som studeres er ekstremt eller unikt.

Flercasedesign er derimot fordelaktig fordi man studerer fenomenet i ulike kontekster, samtidig som det styrker en generalisering av funnene, og underbygger om funn i ett case lar seg gjenta i et annet. Det er viktig å avgrense hva som studeres, og tydelig definere analyseenhetene.

Analyseenheten er det området eller spesifikke tilfellet som skal studeres, og må være tett knyttet til problemstillingen. Problemstillingen skal besvares med bakgrunn i studien som er gjort av analyseenheten (ibid.).

#### Caseutvalg

For å besvare forskningsspørsmålet best mulig ble det gjennomført casestudier av to forskjellige eiendomsutviklere som begge har skapt liv i døde bysentrum gjennom eiendomsutvikling i to middels store norske byer. Informantene er valgt etter det Patton (2015) beskriver som en kriteriebestemt utvelgelse. Informantene har måtte oppfylle visse kriterier for å delta i studien, i dette tilfellet er det valgt eiendomsutviklere som har lyktes med å skape liv i døde bysentrum. Formålet ved utvelgelsen, og valget av flere informanter, var å studere om det finnes fellestrekk ved eiendomsutviklingen som kan besvare problemstillingen. Johannesen et al. (2021) mener en god strategi er å intervju flere frem til det ikke fremkommer ny informasjon fra neste informant, men informasjonen gjentar seg. I valg av casestudie til denne oppgaven har det bydd på utfordringer å komme i kontakt med informanter. Flere har blitt kontaktet, men det har vist seg vanskelig å få de til å stille opp til intervju. Kvaliteten på informantene som har blitt intervjuet har likevel vist seg å være tilstrekkelig, og ettersom vi opplevde at informasjonen gjentok seg i

intervjuene vi gjennomførte, har vi vurdert at de til sammen har gitt god innsikt for å besvare problemstillingen.

De to casene som er studert er eiendomsutvikleren Cityplan AS som har utviklet flere eiendommer i Fredrikstad sentrum, og Vold Eiendommer AS som har utviklet eiendommer i Hamar sentrum. Dette er to lokale utviklere som tok tak i hvert sitt døde bysentrum, og rustet opp eiendommene gjennom utvikling, rehabilitering og innholdsfilling, slik at de i dag utgjør vellykkede bysentrum med økonomisk og menneskelig aktivitet. De har gjennom eiendomsutvikling klart å skape liv i døde bysentrum. Studien undersøker hvordan utviklerne lykkes med å skape liv i sentrum, derfor har det ikke vært ønskelig å sammenligne gode utviklere mot såkalt dårlige utviklere. Oppgaven studerer to utviklere i to forskjellige byer, for å se om det er likheter ved dem og strategiene deres som kan gjelde generelt for eiendomsutvikling som virkemiddel for å skape liv i bysentrum. Videre er de valgt fordi begge eier og har utviklet flere eiendommer i sentrum, ikke bare en enkelteiendom, men sentrum som en helhet. De eier ikke alle eiendommene i sentrum, men en større eller betydelig andel, og har med det hatt stor påvirkning på det totale funksjonstilbudet, og den fysiske utformingen av eiendommene som utgjør sentrum. Begge kjennetegnes ved å være en viktig del av revitaliseringen av sine respektive bysentra. Gjennom observasjon i byene, intervju med utviklerne og analyse av dokumenter, har casene gitt god innsikt i hvordan eiendomsutviklerne jobber strategisk for å skape liv i døde bysentrum. De to casene presenteres nærmere i kapittel 4.

### **3.6 Refleksjon rundt metodevalg**

I det følgende delkapitlet reflekteres det rundt de metodiske valgene som er gjort i studien. Dette gjøres for å vurdere kvaliteten på oppgavens kvalitative forskningsdesign, og gi leseren et grunnlag for å vurdere oppgavens pålitelighet, troverdighet, overførbarhet og bekreftbarhet. Guba og Lincon (referert i Johannesen et al., 2021) mener det ved kvalitative undersøkelser er umulig å avdekke absolutte sannheter om virkeligheten, og at det kan være opptil flere beskrivelser av den. Derfor er en presentasjon av, og refleksjon rundt, metodevalg og forskningsdesign viktig for å kunne vurdere studiens kvalitet.

## Pålitelighet

Pålitelighet i forskningen knytter seg til undersøkelsens data, og hvordan denne er samlet inn og bearbeidet (Johannessen et al., 2021). I kvalitative studier er datainnsamlingen ofte kontekstavhengig, og dataene er i stor grad åpne for tolkning av den som samler den inn. Det vil derfor være vanskelig for en annen å skulle innhente nøyaktig de samme dataene for å ettergå studien. For å styrke studiens pålitelighet blir det derfor utarbeidet et metodekapittel som så detaljert som mulig beskriver fremgangsmåten i datainnsamlingen. Videre beskrives casene i et kapittel for seg, slik at leseren kan sette seg inn i studiens kontekst. For å styrke påliteligheten er det også lagt inn et klart skille på når egne refleksjoner og tolkninger kommer til uttrykk og diskusjon, og når informantenes utsagn presenteres.

## Troverdighet

I vurderingen av forskningens troverdighet legger Johannesen et al. (2021) vekt på om forskerens fremgangsmåte og funn reflekterer formålet med studien og representerer virkeligheten. Ved å benytte flere forskjellige forskningsmetoder, og intervjuet et utvalg forskjellige informanter, i tillegg til casene, har vi innhentet data fra flere kilder som bidrar til å styrke studiens troverdighet – såkalt *metodetriangulering* (Johannesen et al., 2021). Det ble intervjuet nok informanter, i forskjellige byer, og med forskjellig bakgrunn, til at det ikke fremkom ny informasjon, men heller en bekreftelse på tidligere funn. Vurderingen er derfor at fremgangsmåten og funnene i studien er troverdige og reflekterer virkeligheten.

## Overførbarhet

En studies overførbarhet handler om hvorvidt funnene kan overføres, og forklare fenomener utenfor den konteksten som har blitt studert (Johannesen et al., 2021). For å sikre studiens overførbarhet har det bevisst ikke blitt gjennomført casestudier av eiendomsutviklere som opererer i Oslo sentrum. Begrunnelsen og tanken bak dette er at Oslo, og de andre storbyene i Norge, har helt andre forutsetninger for aktivitet i sentrum gjennom nettopp å være storbyer. Det ble derfor vurdert som mest hensiktsmessig å studere mindre byer for å sikre at det ikke ble konkludert med resultater som kun gjør seg gjeldende i de største byene, men også mindre sentrumsområder. Overførbarheten har blitt vektlagt i intervjuene, og blitt diskutert med



informantene for å høre deres refleksjoner rundt hva som faktisk er de avgjørende kriteriene for å skape liv i døde bysentrum.

## Bekreftbarhet

Undersøkelsens bekræftbarhet er en vurdering av om den er nøytral og upartisk, og er viktig fordi kvalitative studier gjerne undersøker en mindre gruppe informanter med visse felles egenskaper (Johannesen et al., 2021). For å styrke studiens bekræftbarhet må leseren kunne vurdere beslutningene som er tatt av forskeren underveis i prosessen. Derfor er det viktig med en metodisk beskrivelse av hvordan studien er gjennomført. Ved å se studiens funn opp mot eksisterende teori, slik det blir gjort i diskusjonskapitlet, kan man videre styrke studiens bekræftbarhet og vurdere om funnene lar seg bekrefte og underbygge av tidligere gjennomførte undersøkelser.

### **3.7 Oppsummering av metode**

Oppgaven tar utgangspunkt i kvalitative forskningsmetoder for å få en dypere innsikt og forståelse for hvordan eiendomsutviklerne jobber, og hvordan man gjennom eiendomsutvikling klarer å skape liv i døde bysentrum. Studiens forskningsstrategi baserer seg på de kvalitative metodene litteraturstudie, casestudie og intervju for å innhente data, og besvare oppgavens problemstilling. Det er gjort et bevisst metodisk valg å studere case hvor utvikler har lyktes med å øke aktivitet i sentrum gjennom eiendomsutvikling, samtidig som vi har utelukket utviklere som opererer i de største norske byene, som Oslo. Det ble også intervjuet fagpersoner og utviklere som ikke direkte er knyttet mot et case, med hensikt å innhente data fra informanter med forskjellig bakgrunn og innfallsvinkel, for å sikre studiens troverdighet og overførbarhet.

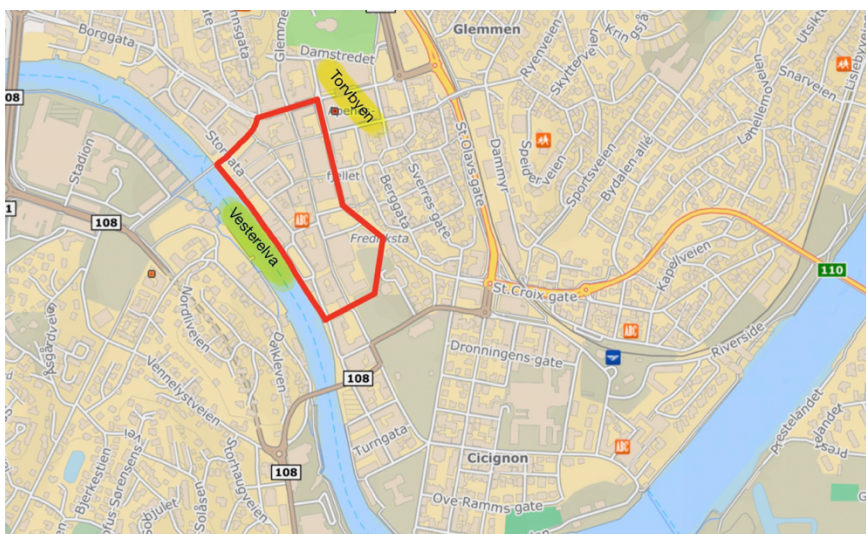
## 4. Case – Utviklere fra Fredrikstad og Hamar

Kapitlet tar for seg de to casene Cityplan AS i Fredrikstad og Vold Eiendommer AS i Hamar. Det gis en kort innføring i sentrumssituasjonen i byene før eiendomsutviklerne gikk inn for å revitalisere, før vi går nærmere inn på utviklingen som har skjedd i de to byene, og hvilken effekt det har hatt på sentrumsaktiviteten. I neste kapittel sammenfatter vi funnene fra casene og andre informanter, før vi senere diskuterer det opp mot forskningsspørsmålene og det teoretiske rammeverket.

### 4.1 Cityplan AS - Fredrikstad

Cityplan er en eiendomsutvikler som driver med kjøp og salg, utvikling og utleie av eiendom, hovedsakelig i Fredrikstad sentrum. Firmaet eies av Sander Grundvig, som etter flere år med studier og jobb i andre deler av landet, flyttet tilbake til hjembyen, Fredrikstad, og så et stort behov og potensiale for å utvikle sentrum, etter at det gjennom flere år hadde forfalt. Cityplan har en klar strategi om å utvikle eiendommer og fylle de med sterke aktører som styrker sentrums attraktivitet som handelsplass, og som attraksjon for publikum. Som en strategi for å trekke publikum til sentrum leier Cityplan ut lokaler til sterke eksterne aktører, men har i mange tilfeller også valgt å etablere egne konsepter, spesielt innen restaurant- og cafébransjen.

Fredrikstad er en by i Viken fylkeskommune, tidligere Østfold, lokalisert ved Glommas utløp til Skagerrak. Fredrikstad sentrum er i denne oppgaven avgrenset til å omfatte området rammet inn av vesterelva i vest, Torvbyen kjøpesenter i øst, Fredrikstad rådhus i sør og Gangbroen (Brochs gate) i nord, som illustrert i figur 7. Selv om en stor andel av befolkningen bor i nær tilknytning til sentrum utenfor dette studieområdet, er det her gågaten er lokalisert og hvor vi skal studere utviklingen Cityplan har jobbet for i det som



Figur 7: Studieområdet i Fredrikstad (Kartdata: Finn.no)

defineres som sentrumskjernen. Studieområdet ligger innenfor postnummer 1607, hvor det i 2021 bodde 1087 personer over 18 år (Eiendomsverdi, 2022). Totalt i Fredrikstad kommune bodde det per 4. kvartal 2021 83 892 personer (SSB, 2022), som vil si at det kun er en liten andel av befolkningen som er bosatt i sentrumskjernen.

Fredrikstad sentrum opplevde på tidlig 2000-tallet en større konkurranse fra eksterne handelssentre og kjøpesentre utenfor sentrum. Fra 2006 til 2011 opplevde handelssenteret på Dikeveien (Rolvøy) i utkanten av byen en betydelig vekst, samtidig som handelsveksten i sentrum sto mer eller mindre stille (Asplan Viak, 2013). Kjøpesentrene utenfor sentrum sugde ut tilbudet og butikkene som tidligere hadde preget bybildet i sentrum, som førte til flere nedleggelse og en negativ utvikling i sentrumsområdet. Asplan Viak (2013) har i sin handelsrapport funnet at omsetningsendringen på detaljvarer i Fredrikstad sentrum fra 2004 til 2012 var på -5% samtidig som tilsvarende endring var på +6% for handelssenteret på Rolvsøy. For utsalgsvarer var endringen henholdsvis -7% i sentrum, og +9% på Rolvsøy. Sentrum opplevde i den forbindelse nedleggelse og en økning av tomme lokaler, og var på god vei til å dø ut.

Fredrikstad sentrums oppblomstring startet som et resultat av kommunevalget i 2011. I 2011 vant Arbeiderpartiet kommunevalget, og ordfører kandidat Jon-Ivar Nygård ble valgt til ordfører. På dette tidspunktet var byens sentrum nedslitt etter mangelfull investering, og dominert av biltrafikk og parkeringsplasser. Nygård hadde store visjoner for byen og igangsatte flere ulike tiltak for å få fart på sentrum igjen. Den første strategien var å fjerne bilene fra sentrum, og gi torget tilbake til innbyggerne. Den andre strategien var å ansette en sentrumskoordinator som skulle arbeide med å få gårdeierne til å samarbeide og koordinere sine virksomheter. Tanken var å la seg inspirere av hvordan kjøpesentre driftes, der det er én eier som legger riktig tilbud på riktig sted, for å øke den totale verdiskapningen på hele senteret. Dette er utfordrende i et bysentrum med mange ulike gårdeiere med forskjellig kompetanse og motivasjon. Sentrumskoordinatoren hadde bakgrunn fra kjøpesenterdrift, og jobbet også med å hjelpe gårdeierne med å finne leietagere til de tomme næringslokalene. En tredje strategi var å gjøre fergene som binder byens tre sider sammen gratis, og i tillegg utvide fergetilbudet. Dette gjorde det lettere å ferdes i byen, og har vært en stor suksess. Nygård arbeidet også for å styrke

kulturlivet- og tilbudet, og fikk etablert et litteraturhus i sentrum. Etableringen av ikke-kommersielle møteplasser har vært suksessfullt. Førsteamanuensis ved NMBU Erling Dokk Holm oppsummerer Fredrikstads utvikling på følgende måte (Saltnes, 2018):

*“Fredrikstad sentrum var full av tomme lokaler. Sentrum var forslummet, og næringslivet opplevde en brutal konkurranse fra kjøpesentrene og svenskehandelen. Hva gjorde de? De fjernet bilene fra torget og bygget parkeringen i et fjell. Samtidig eksperimenterte de ved å gjøre byfergen gratis. Bruken økte fra 300 000 til 1,6 millioner, og i sentrum økte antall besøk med 40 prosent. Sentrumshandelen styrket seg med 30 prosent. De ansatte også en sentrumskoordinator som skulle tenke på sentrum som et kjøpesenter. De strammet inn arealbruken og gjorde det vanskeligere bygge utenfor sentrumskjernen.”*

I samtale med Cityplan omtales den negative utviklingen som en ond spiral, hvor den rådende mentaliteten til publikum til slutt ble at ingenting kunne overleve i sentrum. Nye etableringer var vel og bra, men spesielt dersom etableringene var bra, var det blitt etablert sannhet at «det kommer jo ikke til å vare», eller «dette var bra, det er bare så synd at det ikke er mulig å overleve her». Den største utfordringen var at det ikke ble utviklet en helhet. Det kunne være enkeltkonsepter som potensielt kunne fungert veldig bra, men det var ikke et bra nok totaltilbud som tiltrakk seg nok folk til at selv de gode enkeltkonseptene overlevde. Dette er en gjentakende utfordring i sentrumsutviklingen; en uoversiktlig grunneierstruktur, og mange mindre eiendomsbesittere som ikke planlegger for et helhetlig tilbud og utvikling.

Cityplan så et behov for å revitalisere sentrum, og tok ansvar ved å både ruste opp slitne og dårlige fasader slik at de bedre henvendte seg til gatene, i tillegg til å fylle de med funksjoner og konsepter som ga liv. Hjørnelokalet hvor det før var lokalisert en sjelløs Nille-butikk med folierte vinduer og et innadvendt uttrykk ble for eksempel rustet opp, og i stedet ble det etablert en hyggelig kafé i lokalet, som illustrert i figur 8. Utviklerne så verdien og viktigheten av at totaltilbudet må være variert, stort nok og ikke minst må eiendommene fylles med konsepter som tiltrekker seg publikum. Derfor jobbet de ikke kun for å fylle lokalene de selv hadde ervervet, de så også synergieffektene av at konseptet i naboeiendommen var bra, derfor bisto de også naboer med å fylle sine lokaler med komplementerende funksjoner til det beste for sentrum.



Figur 8: Bygård før og etter opprustning

Cityplan startet utviklingen med dette gatehjørnet som huset Nille, før de gikk videre og utviklet hjørne for hjørne, konsept for konsept. Cityplan har stått for mange gode grep i sentrum, både ved å ruste opp fasader, men også bytte ut en del av innholdet i eiendommene til sterkere konsepter. Det største grepet de gjorde var da de i 2018 og 2019 utviklet Nygaardsplassen. Et kvartal i en sidegate til gågaten som tidligere kun hadde vært en stor åpen plass omsluttet av teglsteinsbygninger av varierende standard. Nygaardsplassen ble i over 40 år omtalt som den døde plass. Det var en sentral, solfylt og åpen plass hvor ingen verken oppholdt seg, eller bevegde seg gjennom (DOGA, u.å.).



Figur 9: Nygaardsplassen sett fra O. M. Holwechs gate, 2017, like før Cityplan overtar. (Kilde: Google Maps)

Gjennom fortetting og kvalitetsfokus i alle ledd har Cityplan klart å skape intime, hyggelige byrom, med lune kriker og kroker, og trange gater som senker tempoet til de gående og innbyr til opphold. Eiendommene er leid ut til sterke konsepter, men også fylt med egneide aktører, som bidrar til å trekke publikum til kvartalet. DOGA (ibid.) omtaler Nygaardsplassen som en plass man har lyst til å være, og komme tilbake til. Gjennom utviklingen av Nygaardsplassen har Cityplan vunnet flere priser, blant annet DOGA-merket for design og arkitektur for sitt byreparasjonsprosjekt som juryen uttaler at *har vunnet hjertene til både næringslivet, byplanleggere og folket* (ibid.). I 2020 ble Cityprisen tildelt Cityplan for utviklingen av Nygaardsplassen som et prosjekt utviklere i alle byer burde la seg inspirere av (Saltnes, 2020). Begrunnet i hvordan de gjennom å utvikle intime torg og gater, og fylle plassen med boliger, kontorer, forretninger og restauranter har klart å tilføre aktivitet og bevegelse til området, omtales Nygaardsplassen som et forbildeprosjekt av juryen.



Figur 10: Nygaardsplassen sett fra O. M. Holwechs gate, 2019 (Foto: Kyrre Sundal)



Figur 11: Nygaardsplassen 2021 (Foto: Cityplan)

Utviklingen av Nygaardsplassen har ikke bare vunnet priser, den har, sammen med andre utviklingsgrep Cityplan og andre har stått for, også bidratt til en betraktelig økning av gangtrafikken i sentrum, samtidig som den totale omsetningen har økt. Cityplan henviste i løpet av samtalen med oss til tellinger de har gjennomført som viste at gangtrafikken på et spesifikt hjørne i sentrum hadde økt fra 1,5 millioner gående årlig i 2015 til 3 millioner i 2019, en dobling i gangtrafikken etter få år med utvikling. Videre viser utvikler til bevertningsomsetningen i sentrum som har økt fra kr 250 millioner i 2013, til tett opp mot kr 600 millioner kroner i 2019. Økningen har,

ifølge utvikler, skjedd som et resultat av en tilbuds- og kvalitetsøkning av utadrettede

sentrumsfunksjoner. Dette vitner om en eiendomsutvikler som gjennom sine eiendomsprosjekter har klart å skape liv i et dødt bysentrum.

## 4.2 Vold Eiendommer AS – Hamar

Vold Eiendommer er en lokal eiendomsutvikler som hovedsakelig eier, rehabiliterer og leier ut næringseiendom i Hamar (Voldeieendommer, u.å.). Firmaet er et familieeid selskap stiftet i 1972 av dagens eieres foreldre. I samtale med daglig leder fremkommer det at gamle Victoria Hotell, hvor Vold Eiendommer de siste årene har stått for utviklingen av en rekke nye konsepter, har vært i familieselskapets eie siden den gang. Daglig leder forteller at det ble reflektert rundt hva de ønsket å fylle eiendommene sine med; skulle de fortsette å leie ut til det første og beste som meldte seg, og fortsette å la sentrum dø ut med flere solstudioer og bingoer, eller skulle de forsøke å få til noe? De bestemte seg for det siste, og har i de senere årene ervervet og opprustet flere sentrale eiendommer, og leier i dag ut boliger og kontorlokaler, i tillegg til å ha utviklet en rekke vellykkede restaurantkonsepter.

Hamar er en by i Innlandet fylkeskommune, tidligere Hedmark, lokalisert mellom E6 og Mjøsas bredde omtrent midt mellom Gardermoen og Lillehammer. Eiendomsutviklingen som har skjedd i Hamar, og som er studert i denne oppgaven, avgrenser studieområdet til og rammes inn av

Strandgata i vest,

Grønnegata i øst,

Jernbanestasjonen i sør og

Østre Torg i nord, som

illustrert i figur 12. Sentrum

er i seg selv noe større, men

utover det avgrensede

området har det ennå ikke

skjedd en betydelig

sentrumsutvikling, og

området oppleves ganske

dødt. I motsetning til



Figur 12: Studieområdet Hamar. (Kartdata: Finn.no)

Fredrikstad omfatter ikke studieområdet i Hamar gåtaten. Hamar har en gågate, men denne



ligger utenfor studieområdet. Begrunnelsen for dette er at Vold Eiendommer har valgt å konsentrere utviklingen til eiendommer de allerede hadde eierskap til, og etter hvert kjøpt opp flere eiendommer i dette området, fortsatt innenfor det definerte studieområdet. Hamar sentrum ligger innenfor postnummer 2316, som har en befolkning på 2 446 personer over 18 år (Eiendomsverdi, 2022). Totalt i kommunen bor det 31 999 personer (SSB, 2022), altså bor størstepartens av Hamars befolkning utenfor sentrumskjernen.

I samtale med Vold Eiendommer mimrer utvikler tilbake til sine yngre dager på 80-tallet da sentrum av Hamar yret av byliv, med et bredt utvalgt av butikker og spisesteder. Hamar har, som vi har sett er en gjenganger i dagens bysentrum, de siste tiårene opplevd butikkflukt og nedleggelse av spisesteder i sentrum, blant annet som en følge av større etablering av eksterne kjøpesentre. Så sent som i 2014 ble CC Hamar åpnet, et større kjøpesenter tett på sentrumskjernen, men ikke tilknyttet sentrumsgatene. Fra kjøpesenterets hjemmeside kan det telles 95 aktører, i hovedsak butikker og spisesteder, men også bank og andre funksjoner innenfor senterets fire vegger (CC Hamar, 2022). Dette har tilført en betydelig mengde handel lokalisert i inngangen til sentrumskjernen. Trafikken sluses inn i senteret og på tross av økt sentrumshandel har det ikke bidratt til å trekke folk til gatene, og bidrar derfor ikke til aktivitet i sentrum (Toftdahl et al., 2020). I sentrum observerte vi mange eiendommer med kontorer lokalisert i førsteetasje, tomme lokaler, og mindre vellykkede konsepter som i varierende grad var innbydende. I enden av Torggata finner man skrekkeksempelet på et dødt bysentrum; Torghjørnet. Et mindre kjøpesenter lokalisert med inngang fra gågaten er omtrent helt tomt, med kun noen mindre leietakere. Ellers var det stengte gitre og slukkede lys i store deler av eiendommen.

Vold Eiendommer har hovedsakelig utviklet restaurant- og spisestedkonsepter i området rundt Victoriakvartalet, Hamar kommunes gamle rådhus. Eiendommene besto i hovedsak av et eldre hotell, og Festiviteten, Hamar kommunes gamle kino (Voldeiendommer, u.å.). Det gamle Victoria hotell er pusset opp og det er etablert tre restauranter ut mot Strandgaten; en italiensk restaurant, en sushirestaurant og et amerikansk spisested med preg av sportsbar. I tillegg er den gamle kinoen totalrenovert, og ble i 2018 gjenåpnet som Festiviteten bar og scane, Hamars nye utested. Bygget er renovert både utvendig og innvendig, og er fylt med gode konsepter som har

slått bra an hos publikum. Utviklingen av Victoriakvartalet var det første steget i å revitalisere Hamar sentrum. Restaurantene i Victoriakvartalet utgjør i dag det som omtales som restaurantgaten i Hamar, og er det naturlige området i sentrum å oppsøke når man skal ut og spise, i følge utvikleren selv. Figur 13 er et bilde av trafikken en lørdag kveld inn til Festiviteten bar og scene som ifølge utvikler fylles opp av 600 besøkende fredag og lørdag kveld.



Figur: 13 Kø inn til Festiviteten bar og scene. Kilde (Vold eiendommer)

I 2011 ervervet Vold Eiendommer Torggata 13, som er nabobygget til Victoriakvartalet, hvor de i 2020 åpnet det nye Matkvartalet. Fra å være en sliten eiendom fra 1910, som vi ser av figur 15, og huse virksomheten til et grafisk senter, har Vold Eiendommer her utviklet nye konsepter innenfor forskjellige restaurant og matnisjer. Det er gjort omfattende grep for å pusse opp fasaden ut mot gaten, totalrenovere bakgården og bygget innvendig, og fylle det opp med street food og nisjebutikker innen kjøtt- og osteprodukter og åpnet det for publikum. Den nyoppussede fasaden til Torggata 13 er illustrert med figur 14. Strategien i disse prosjektene har vært å utvikle og kombinere sterke konsepter på innhold, med opprusting av fasader og interiør til hyggelige miljøer publikum ønsker å oppsøke. Figur 16 og 17 viser bakgården til Torggata 13 før og etter totalreoveringen. Plassen har gått fra å være helt innadvendt, til å henvende seg til publikum og bli et område som yrer av liv og aktivitet.



Figur 15: Torggata 13 før Vold eiendommer utviklet eiendommen til matkvartalet. (Kilde: Vold eiendommer)



Figur 14: Matkvartalet. Resultatet av utviklingen av Torggata 131. (Kilde: Vold Eiendommer)

Som et resultat av denne utviklingen har Vold Eiendommer klart å skape liv i eiendommene og et bysentrum som tidligere var dødt. Tellingene Vold Eiendommer presenterer viser at den årlige trafikken av betalende kunder hos virksomhetene i 2012 var på ca. 40 000 kunder på årsbasis. Etter opprustingen og tilføringen av nye konsepter har trafikken økt til 300 000 betalende kunder på årsbasis, en økning på 650%. Videre har den totale omsetningen hos virksomhetene lokalisert i dette kvartalet økt fra kr 20 millioner i 2012, til å ligge på rundt kr 150 millioner på årsbasis etter utviklingen. Tallene taler for seg; det har som en følge av eiendomsutviklingen skjedd en stor utvikling og aktiviteten i sentrum har økt betraktelig. Dette anerkjennes også av kommunen som i 2019 tildelte daglig leder i Vold Eiendommer Hamar-prisen for sitt arbeid med å vitalisere sentrum, skape attraksjoner og legge til rette for opplevelser for publikum (Brenden, 2019). Videre begrunner ordføreren prisen med at Vold gjennom sitt arbeid har lyktes med å øke sentrums publikumstilstrømning og bidra til et oppsving i handelsvirksomhetene.



Figur 16: Bakgården i Torggata 13, før utviklingen av Matkvartalet Kilde: (Vold eiendommer)



Figur 17: Bakgården i Torggata 13, etter utviklingen av Matkvartalet. Hele førsteetasjen inneholder forskjellige street foodaktører Kilde: (Vold eiendommer)

## 5. Funn

For å besvare oppgavens problemstilling om hvordan man kan skape liv i døde bysentrum gjennom eiendomsutvikling skal vi i det følgende kapitlet presentere studiens empiriske funn. Kapitlet er strukturert etter de tre forskningsspørsmålene vi presenterte innledningsvis.

Forskningsspørsmålene tar for seg hvordan man gjennom konseptutvikling og innholdsfylling, den fysiske utformingen, og samarbeid, helhet og konsentrasjon av funksjoner kan skape liv i døde bysentrum. Senere, i neste kapittel, diskuteres funnene opp mot oppgavens teoretiske grunnlag.

Funnene som presenteres er hentet fra casestudiene, og de to andre intervjuene. Det vil naturligvis være enkelte funn som ikke nødvendigvis passer inn i kun ett av forskningsspørsmålene, men som kan gli over i flere. De tre er derfor tett knyttet sammen.

### 5.1 Forskningsspørsmål 1

*Hvordan kan eiendomsutviklere gjennom konseptutvikling og identitetsskapende lokaler skape liv i døde bysentrum? Hvordan skape liv gjennom innholdet i byggene?*

Samtlige informanter har lagt stor vekt på innholdet i eiendommene som viktig for å skape aktivitet i sentrum. Det har gjennomgående blitt påpekt at eiendommenes innhold må trekke folk, og være publikumsrettet. I konkurranse med både netthandel og eksterne kjøpesentre finner studien at eiendomsutviklerne i casebyene har klart å skape liv og aktivitet i døde bysentrum blant annet ved å være detaljfokuserte når det kommer til aktørene som fyller eiendommene. Gjennom intervju og casestudier har det blitt etablert fire viktige fokusområder det jobbes med for å skape liv gjennom eiendommenes innhold.

#### Førsteetasjen

Informantene som har bidratt til denne studien har vektlagt førsteetasjen og viktigheten av denne for å skape liv i sentrum. Førsteetasjen blir omtalt som det identitetsskapende arealet, som skal fylles med et innhold som bringer identitet til bygget i sin helhet, og som gir en opplevelse til

stedet. Det er denne som henvender seg til gaten, og som må fylles med konsepter og funksjoner som tiltrekker seg publikum.

«Førsteetasjen er ekstremt viktig for stedet og de øvrige etasjene, det er derfor vi kaller det et identitetsareal, fordi det definerer hele bygget. Hvis du ser på et 14 etasjers kontorbygg som ligger i sentrum, så vil veldig mange definere hele det bygget ut ifra den kaffebaren som ligger på gata, fordi den har en høy kvalitet og gir noe ekstra. Og da er det kulere å ha kontorer i det bygget der, enn hvis det ikke hadde vært noe der, men da må det være riktig kvalitet, og det er det det handler om.» - Natural State

Derfor har både eiendomsutviklere og konsulenter som har bidratt til studien trukket frem viktigheten av å ikke lokalisere bolig, kontor eller andre innadvendte funksjoner i denne etasjen. Det er stor enighet om at både bolig og kontor er nødvendig å lokalisere i sentrum, men disse kommer bedre til sin rett i eiendommenes øvrige etasjer. Natural State henviser til eiendommens øvrige etasjer som kapitalarealene, som gjennom salg av bolig, eller ved utleie av kontorarealer skal stå for hoveddelen av økonomien i utviklingsprosjektet, naturligvis da de ofte utgjør størsteparten av eiendommen, men det er ikke disse etasjene hovedmassen av publikum forholder seg til - det er eiendommens førsteetasje som oppleves fra gaten. For å skape aktivitet i sentrum mener derfor informantene at førsteetasjen må fylles med et innhold som tiltrekker seg publikum utenifra, som i tillegg gir en identitet og opplevelse av bygget og stedet.

Kafeer, butikker og restauranter trekkes frem som funksjoner som tiltrekker seg publikum, og som bør prioriteres i sentrumseiendommens førsteetasjer for å skape aktivitet. Funksjonene kjennetegnes ved at publikum oppsøker og oppholder seg i og utenfor lokalene deres, enten det er som kunde i en butikk, eller som gjest på et spisested. Førsteetasjenes funksjoner skal innby til interaksjon mellom mennesker, og skape møteplasser. For å få til dette er samtlige informanter enige om at førsteetasjene må være åpne for publikum gjennom sine funksjoner.

## Konseptutvikling

Viktigheten av å skape et konsept som trekker publikum har vært et gjennomgående tema blant våre informanter. Eiendomsutviklerne har vært tydelige på at det er sentrumseiendommenes

innhold som må trekke folk, det nytter ikke med oppfordringer til sentrumshandel dersom tilbudet i sentrum ikke er bra nok. For å skape aktivitet i sentrum er man derfor avhengig av at sentrumseiendommene fylles med funksjoner som trekker publikum.

«Jeg er veldig opptatt av å tenke konsept i alt jeg gjør» - Vold Eiendommer

«Byutvikling dreier seg om konseptutvikling, og konseptutvikling kan redde byen din.» -  
Cityplan

Konseptutvikling, og det å skape et tilbud publikum ønsker å benytte seg av har vært en suksessfaktor for eiendomsutviklerne som har blitt intervjuet. Eiendomsutviklernes konseptutvikling er tett knyttet til konsulentens definisjon av identitetsarealer; lokaler som skal gi en opplevelse til stedet. Utviklerne ser viktigheten av å fylle eiendommene med innhold og konsepter som publikum ønsker å assosiere seg med gjennom å oppsøke, og bruke det. Enten det er et spisested, en butikk eller en annen funksjon. Eiendommens innhold må være så bra at det blir en opplevelse for publikum. Både produktene og tjenestene som tilbys, men også stemningen i lokalet trekkes frem som viktig. «Det er tenkt konsept i alle ledd» uttalte eiendomsutvikleren fra Fredrikstad. I det legger han at lokalets interiør er like mye en del av konseptet som varene eller tjenestene som tilbys. Utviklerne er samstemte om at konseptet må gi en opplevelse til publikum, en opplevelse som trekker folk. Målet med konseptutviklingen er å gjøre publikum stolte av byens sentrum, at de skal kunne identifisere seg med det innholdet som er der, og ønske å oppsøke det.

«Også blir det veldig fokus på alle detaljene. Vi er veldig bevisst på valgene vi tar og hvorfor vi tar de valgene. Så vi argumenterer masse ovenfor hverandre for å ikke ta tilfeldige valg. Det vi prøver med hele denne prosessen her, med konseptutviklingen, det er jo rett og slett å ha en systematisk tilnærming til utvikling av, og forståelsen av hva som lager en x-faktor.» - Cityplan

Konseptutviklingen er tett knyttet sammen med eiendommens identitet og opplevelsen den skal tilby. Det kan være en butikk, et spisested, eller en annen funksjon, men funksjonen i seg selv er

aldri bedre enn den aktøren som driver det. Med det menes at aktøren som driver funksjonen er ekstremt viktig for om funksjonen er vellykket og trekker folk, eller ikke. Informantene er alle enstemmig om at man ikke skaper aktivitet i sentrum ved å åpne en hvilken som helst restaurant. En restaurant er ikke et konsept i seg selv, men en funksjon. For at restauranten skal kunne bidra til aktivitet må den by på et konsept. Konseptet må treffe et stort nok behov i markedet, og det må by på en opplevelse.

«Det er et konsept for alt. Det er et konsept på hvordan det skal fungere for de i gaten, eller for virksomheten på innsiden. Det kan være et interiørkonsept som skal matche den menyen som vi ser for oss at det bevertningsstedet skal ha, det kan være et servicekonsept, for den saks skyld, hvordan skal servicen fungere på akkurat det stedet. Du må legge lag på lag med konsept, så får du til slutt et stort konsept, men vi prøver å være bevisst på hva vi prøver å lage et konsept for.» - Cityplan

Eiendomsutviklerne vi har snakket med har lyktes med dette. De tenker konsept i alle ledd ved aktøren. De ansatte er en viktig del av konseptet, og man er avhengig av gode drivere og ansatte til å yte den riktige kundeservicen, som igjen skal stå i stil til produktene og tjenestene aktøren tilbyr. Vold Eiendommer tar det for eksempel så langt at alle ansatte på den italienske restauranten faktisk kommer fra Italia, nettopp for å skape den autentiske opplevelsen for de besøkende. Cityplan har på sin side laget et systemisert opplæringsprogram for unge og andre som blir ansatt i konseptene de utvikler, for å sikre kvaliteten. De opplevde at det var vanskelig å få tak i gode folk, som kan være en gjenganger i andre små og mellomstore byer, og tok saken i egne hender. Begge eiendomsutviklerne er helt nede på detaljnivå i programmeringen av konseptene i sine eiendommer, og de krever å bidra i denne styringen for å kunne justere inn konseptene underveis. Det kan være små detaljer som at menyen trenger endringer, eller det kan være større omveltninger som at driveren må byttes ut. Et vellykket konsept er derfor nødt til å være så sterkt at det kan overleve sjefen. En ny daglig leder, eller nye ansatte skal kunne videreføre vellykkede konsepter uten problem. Derfor er det avgjørende at konseptet er sterkt og at det treffer i markedet.



«Vi kan ikke drive og bygge om hele tiden, det er ikke penger til det. Så vi lager det vi mener er varige konsepter som er såpass sterke visuelt sett og teknisk, at de tåler å overleve driveren. Driveren er kjempeviktig, men driveren er aldri alt i konseptet.»

- Cityplan

Opplevelsen av konseptet har mange elementer ved seg. Produktene som tilbys og servicen som ytes må selvfølgelig alltid være bra, men også innredning inngår i konseptet og må stå i stil til både produkt og service. Utviklerne er svært involvert og detaljfokuserte i utformingen, helt fra overordnet konsept og meny, til hvilke fliser som skal benyttes på vegger og gulv, helt ned til valg av bestikk og tallerkener. Alt for å skape den rette stemningen, identiteten og opplevelsen av konseptet. Det handler mye om kostnadskontroll, men vel så mye om den helhetlige kvaliteten. Skal man lykkes med konseptutviklingen kan man ikke gå på kompromiss med disse detaljene, det er både utvikleren fra Hamar og Fredrikstad enige om.

«Helhetsinntrykket er viktig. Det er noe med det da, at vi skjønner hva som skal til for å trekke folk hit. Folk skal syns det er hyggelig å være her, og hvis folk syns det er hyggelig å være her så kommer de, og da kommer det flere, og da tjener vi penger.»

– Vold Eiendommer

Eiendomsutviklerne har erkjent at eksterne kjøpesentre, med sitt enorme tilbud og sin tilgjengelighet er kommet for å bli, og de kan ikke gå i direkte konkurranse med deres tilbud. Derfor har konseptutvikling blitt nøkkelen for å skape liv i sentrum. Konseptene må være så gode at publikum, selv de som ikke bor eller jobber i sentrum, er villig til å ta reisen inn for å oppleve tilbudet som finnes der. Da holder det ikke med en hvilken som helst utadrettet aktør, den må være så attraktiv at den trekker publikum.

### Utvikle konsepter innenfor en nisje

Konseptutviklingen er tett knyttet til det å finne en stor nok nisje i markedet, og utvikle et konsept som dekker behovet innenfor denne nisjen. Informantene fra casene peker begge på viktigheten av ikke å gå i direkte konkurranse med konsepter som allerede er etablert, og som

fungerer godt i sentrum. I utviklingen av nye konsepter fokuseres det først og fremst på å dekke et hull i markedet.

«Vi prøver alltid å finne noe nytt, en nisje. Også må du passe på at den nisjen er stor nok i byen hvor du utvikler.» - Vold Eiendommer

Det er viktig for begge utviklerne at konseptet skal kunne bære seg selv økonomisk. Derfor må nisjen ha et stort nok kundegrunnlag, og en ny etablering kan ikke gå i direkte konkurranse med et allerede eksisterende konsept. Det er ikke et mål for utviklerne å konkurrere ut noe som fungerer godt, men å øke det totale tilbudet av konsepter i sentrum. Derfor er de svært grundige i sine analyser for at konseptet skal treffe riktig nisje. Igjen blir konseptet viktigere enn funksjonen i seg selv.

«Det er ikke noe vits for oss å prøve å lage mainstream konsepter. Vi må lage noe som vekker litt oppsikt innenfor en nisje hvor vi finner en åpning og går for litt begeistring. For det er såpass dyrt å lage de konseptene at man må ha en forventning om relativt høy omsetning.» - Cityplan

Informantene er sterke i troen på at en aktør ikke trenger å utkonkurrere en annen selv om de tilbyr samme funksjon, for eksempel to butikker. Så lenge de to butikkene er innenfor hver sin nisje, og man ikke utvikler et tilbud som er større enn etterspørselen i den aktuelle nisjen skulle tilsi, vil det være plass til flere aktører. Treffer man ved en nyetablering med nisjen, mener informantene at en tilbudsøkning kan være positiv, fordi man når ut til et bredere marked. Informantene legger derfor grundige analyser til grunn for å utvikle konsepter innenfor nisjer som utvider kundegruppen sentrum trekker til seg.

Informantene vektlegger trender i markedet når de analyserer nisjene de ønsker å utvikle. Det handler om å forstå trender i markedet, og at publikum er oppdatert på hva som skjer rundt i verden. Derfor ser de gjerne til utlandet og til større norske byer for inspirasjon, alltid med et kritisk blikk for om etterspørselen i markedet de opererer i er stor nok. Matkvartalet i Hamar er for eksempel inspirert av Oslo Street-food og Mathallen på Vulkan. Med hensyn til

kundegrunnlaget som finnes i Hamar, har utvikler etablert et tilsvarende, men mindre konsept i sentrum. I Fredrikstad stiller de seg spørsmålet; med forutsetningen av at man har et stort nok publikum, kommer konseptet til å være attraktivt? Dersom det er konklusjonen, må man se på det eksisterende tilbudet, og vurdere om etterspørselen er stor nok innenfor nisjen man ønsker å utvikle. Både i Fredrikstad og Hamar har utviklerne lykket med å øke det totale tilbudet ved å utvikle innenfor forskjellige nisjer. Det er både plass til, og positivt med flere aktører, så lenge de ikke direkte konkurrerer ut hverandre. Konseptutvikling innenfor nisjer har dermed blitt en suksessfaktor for å tiltrekke seg en stor bredde av publikum.

### Aktivt eierskap

Det er ingen tilfeldighet hvilke aktører som fyller lokalene på gateplan for eiendomsutviklerne intervjuet til denne studien. I de fleste tilfeller har utvikler selv gått inn med helt eller delvis eierskap i konseptet, et grep for å kunne styre driften og tilpasse tilbudet. Aktivt eierskap er viktig, og begge utviklerne har selv ansatte som følger opp driverne og bistår med rådgivning i driften, uten å belaste dem med kostnader for det. Det er en erkjennelse at gode drivere kan tilføre mye positivt til konseptet innenfor sitt fagfelt, det være seg kompetanse om klær eller pizza, uten å nødvendigvis ha inngående kompetanse i økonomisk drift av en virksomhet.

«Nesten alle restaurantene vi har her, så har vi enten styreformannen, eller vi har aksjer i selskapet, i tillegg til å være utleier. Vi har ansatte på vårt kontor her som driver kun med restaurant. Som ikke vi belaster noen av restaurantene, men som vi betaler for, men som går og hjelper de med ting der hvor skoen trykker. Så aktivt eierskap når du skal leie ut, det er helt essensielt.» - Vold Eiendommer

Utviklerne er likevel tydelige på at det ikke er en forutsetning at de selv skal skape og eie alle konsepter i sine eiendommer for å skape liv i sentrum. I Fredrikstad ble det en vellykket fremgangsmåte da aktørene utvikleren ønsket å fylle lokalene sine med, ikke så det som attraktivt å etablere seg. For å drive frem utviklingen så de det som nødvendig å skape egne konsepter.

Det er likevel enighet blant utviklerne om at kjeder også kan fylle eiendommene med sterke konsepter, som ikke krever like tett oppfølging fra utviklers egen organisasjon, fordi kjedene har denne kompetansen selv. I Fredrikstad har utvikler leid ut til flere sterke aktører som ikke krever like aktivt eierskap fra hans side, fordi kjedene bak har kompetansen. Utvikleren fra Hamar uttrykker det slik: «Det er litt annerledes å leie ut til Hennes & Mauritz, for de vet hva de skal gjøre.» Det aktive eierskapet kommer her til uttrykk i valget av aktør. Ingen av utviklerne vi har snakket med leier ut til den første og beste aktøren som melder seg. De har begge et mål om at aktøren skal bidra til bylivet. Finnes ikke den rette aktøren, har de i flere omganger bevist at de har lyktes med å skape dem selv.

«Jeg har rett og slett ikke samvittighet til å leie ut til et meglerkontor i førsteetasje på mine eiendommer. Det bidrar jo ikke til bylivet.» - Vold Eiendommer

Aktivt eierskap handler om å ta ansvar for leietakeren og for det helhetlige konseptet. Eiendomsutviklerne krever i flere tilfeller å kunne ha stor påvirkningskraft på innholdet i eiendommene sine. De tar i mange tilfeller store investeringer, fordi de har et helhetlig overblikk på hva konseptet skal tilby i markedet. Driveren kan være en større eller mindre del av konseptet, i noen tilfeller er driveren eier, i andre tilfeller er han eller hun ansatt. Uansett har begge utviklerne satt seg i en slik posisjon at de i mange tilfeller enten er sin egen leietager, eller har plass i leietagerens styre. Dette ser de begge som viktige grep for å minimere risiko, og kunne styre konseptene i en retning etter hvordan de analyserer markedsbehovet. På den måten blir kommunikasjonsveien kort, utviklerne oppfatter det tidlig dersom en leietaker skulle ha behov for justering, og de kan gjøre nødvendige tiltak for å tilpasse seg markedet før det har gått for lang tid.

Aktivt eierskap og tett oppfølging pekes på som en viktig nøkkel for å skape varige konsepter, og et attraktivt tilbud for publikum. Det uttales fra utvikleren i Fredriksstad at de har prøvd og feilet mye i prosessen med å få sentrum attraktivt, men på veien har de opparbeidet seg en sans for hva publikum vil ha. Det handler mye om innholdet i eiendommene, men vel så mye om helhetsinntrykket og hva kunden får ut av besøket. Når man har en intuitiv forståelse for dette ser man muligheter over alt, og man ser hvordan man skal justere seg inn for å treffe markedet

bedre. Utviklerne ser konseptutviklingen som en viktig del av byutviklingen. De erkjenner at det krever mye mer av dem som gårdeier å leie ut til egne konsepter, der de er økonomisk eksponert helt ned til sluttbrukeren, men gjennom aktivt eierskap har de klart å håndtere risikoen godt, og tilegnet seg kompetanse til å justere og etablere konsepter som markedet absorberer.

## 5.2 Forskningsspørsmål 2

*Hvordan kan eiendomsutviklere gjennom fysiske grep med fasader og gatestruktur skape liv i døde bysentrum? Hvordan skape liv gjennom utforming?*

Opplevelsen av sentrums gater og rom er blant annet et resultat av eiendommene som omslutter dem. Gjennom intervjuene har vi funnet at eiendommenes fasader og utforming har en svært viktig funksjon for å tiltrekke seg menneskelig aktivitet og skape vellykkede prosjekter. Vi har identifisert at det er fire viktige grep eiendomsutviklerne vektlegger i den fysiske utviklingen av eiendommene for å skape liv i bysentrum.

### Førsteetasjen

Samtlige informanter er enige om at førsteetasjen er den delen av eiendommen som har størst betydning for bylivet. Ikke bare konseptet på innsiden, men hvordan bygget og førsteetasjen henvender seg til gaten har stor betydning for menneskenes opplevelse av sentrum og om det trekker folk inn til leietageren. Informantene er samstemte om at fasaden til førsteetasjen har stor betydning. Utvikleren i Fredrikstad trekker frem at det ofte er små ting som skal til når det kommer til å forbedre en fasade. I dette tilfellet var det en ærverdig 1890-talls bygård med flott utsmykning som vendte ut mot et lite torg i sentrum. Her var hjørnetomtens førsteetasje leid ut til en introvert Nille-butikk med folierte vinduer, som ikke ga noen ting ut til byen. Utvikleren pusset opp fasaden, fjernet foliering og satt opp noen lys, og byttet ut Nille med en kafé med sitteplasser ut mot torget. Nå har de inntrykk av at folk i byen har et nært forhold til bygget. Dette støttes av en annen informant, som sier at det handler om å åpne alle fasadene i førsteetasjen. På lik linje med at innholdet i førsteetasjene må være åpne for publikum, er det viktig at utformingen gjenspeiler dette. «By og bygg det oppleves jo fra gata», sier Cityplan. Derfor er strategien deres «å bygge byen fra gata og opp». Det viktigste er først å finne ut hva som skal være i førsteetasje, hvordan det skal se ut og hvordan det skal oppleves fra gaten.

Førsteetasjen er først og fremst planlagt for byen og gaten, fordi det er det som hovedsakelig er publikummet. Hvordan bygget og førsteetasjen oppleves for andre etasje og oppover kommer i andre rekke, men det blir påpekt at det er lettere å selge de øvrige etasjene når man vet hva som kommer i førsteetasjen og kan spille på det.

Utvikleren i Hamar snakker om å sette standarden såpass høyt at du trekker publikum, ikke bare fra Hamar, men fra hele innlandet. Det handler om å bruke nok penger og sikre kvaliteten i alle ledd, slik at mennesker får lyst til å gå inn der. Han peker på en tradisjonell strategi der gårdeiere først får inn leietakeren, og så pusser de opp fasaden etterpå. Men han har bevisst valgt en motsatt strategi, der han pusser opp fasaden først, slik at folk ser at her er det en som bryr seg om stedet, og man får lyst til å gå inn der.

«Samme med det bygget her også, vi har satt det tilbake til opprinnelig og brukt massevis av penger på dyre eikevinduer som er masse vedlikeholdsarbeid på. Det er egentlig helt upraktisk, men det er noe med den helhetlige følelsen. Det er noe med det da, at vi skjønner hva som skal til for å trekke folk hit. Folk skal syns det er hyggelig å være her, og hvis folk syns det er hyggelig å være her så kommer de, og da kommer det flere, og da tjener vi penger. For det går i prosentleie hele veien. Så det er en helhetstankegang.»

- Vold Eiendommer

## Vennlig arkitektur

Arkitektur blir trukket frem som sentralt for å skape byliv. Utvikleren i Fredrikstad forteller om erkjennelsen av at du i prinsippet kan skape et trivelig og vennlig bygningsmiljø hvor som helst, så lenge du bygger variert og med riktig arkitektonisk uttrykk. Det kommer ikke frem en fasit på hvordan byggene skal se ut fordi det avhenger av konsept og kontekst, men det viktigste er variasjon og stedstilpasning. Når Cityplan snakker om gater vi liker å oppholde oss i, så trekker de frem at det typisk kan være i byer som London, København eller Amsterdam, hvor bygningsmiljøet er trivelig og variert, antagelig et litt klassisk og autentisk miljø med organiske materialer og en varme i uttrykket. Og det er liv på bakkeplan, enten ved at det er mennesker som oppholder seg i gatene, eller at det er flere livlige konsepter, eller ved at det er variasjon i uttrykkene på fasadene. Erkjennelsen er derfor at du kan bygge trivelige gater og bygningsmiljø

hvor som helst, så lenge du vet hvordan du gjør det og legger innsatsen i det. Du kan være hvor som helst i verden, det eneste du trenger er nok mennesker. Men når utvikleren så skulle prøve å forklare til arkitektene hva de ønsket seg, det litt klassiske eller rustikke uttrykket, ble de ofte møtt med motbør. Utvikleren tror dette kan skyldes en frykt for å kopiere eller repetere. Det kan også handle om at arkitektenes egne idealer og visjoner om modernisme strider med det klassiske uttrykket. Så for å unngå å beskrive det de ønsket gjennom konkrete stilarter som kan ha et negativt rykte i visse miljøer, kom de opp med begrepet «vennlig arkitektur». Vennlig arkitektur kan ifølge utvikleren være hva du vil, men for dem går det blant annet ut på bruk av varme, vennlige materialer, eksempelvis teglstein og tre. Det kan også være små detaljer som sprosser og markiser som luner uttrykket litt. Det viktige er at det skal skape variasjon i fasadene, og inntrykk av at det skjer mye. De trekker frem at man ofte ser det motsatte i nye bygg, der det ofte er lange, tomme og sammenhengende fasader, med lite utsmykning og asymmetri, hvor det viktigste er at det skal se likt ut. Utviklerne opplever derimot at publikum ønsker seg det motsatte, og sier at publikum trives best der det er mye som skjer i fasaden og det er litt uorden.

Utvikleren sier at det ikke alltid er lett å overtale arkitektene om å gjøre det slik de vil, og de har ofte lagt på ting i ettertid. Typisk omramming av vinduer med sprosser og ulike vindusutforminger, ulike teglfarger, dørhåndtak i messing og lamper. Dette er viktige detaljer som tilfører identitet og vennlighet til bygget, som arkitektene i dette eksempelet ikke ønsket. I oppdragsbestillingene er utvikleren helt tydelig på at deres mål for prosjektene er å lage den riktige stemningen på gateplan, og at arkitektene må ha respekt for at det er utviklerne som skal lage innholdet etterpå, og at byggene skal fungere for dem og for gatene i Fredrikstad. Det skal ikke være et monument over arkitektene. Utvikleren poengterer at det er de som sitter igjen med bygget og skal leve med det. Deres erfaring er også at det er mye lettere å holde liv i et konsept bak en trivelig fasade. Så selv om man har konkurser og omskiftninger, og man gjør endringer på konsepter og innholdet, så opplever utvikleren at hele den jobben er lettere dersom man har brukt vennlig arkitektur.

## Intime byrom

En gjenganger i samtale med informantene er et ønske om små byrom fremfor store plasser. Arkitekten i Oslo House sin kjepphest er å prøve å skape små intime rom, «piazzaer».

Nabolagstorget som er lite og intimt, som man finner i alle italienske byer, men som han mener vi mangler i Norge. De små torgene må

være offentlige og mange nok, slik at hvert nabolag har hver sin og at de fungerer som flere små bydelstorg. Han hevder at et av problemene er at det bygges for store byrom i Oslo, at det blir for stor skala på uterommene og at de store plassene kan ødelegge for de små. Han trekker frem en personlig favoritt, som er en pocket park ved navn Paley park i New York. Pocket parks kjennetegnes ved at de utgjør et



Figur 18: Mennesker nyter en stille stund i Paley park, midt i New York sentrum (Weber, u.å.)

lite uteområde i et urbant og tettbebygd strøk, typisk med blågrønne innslag blant skyskraperne, som Paley park på Manhattan. Parken på under 400kvm inneholder flere høye trær, busker, benker og sitteplasser, og en stor foss. Det er private utviklere som eier og har vært ansvarlige for opparbeidelsen, og du kan få kjøpt servering fra kaféen, men parken er offentlig tilgjengelig og åpen for alle som bare vil slå seg ned for et øyeblikk.

Utvikleren i Fredrikstad kjenner seg igjen i dette. På Nygaardsplassen pusset de opp et hesteskoformet kvartal og bygde igjen den åpne siden og litt av bakgården for å øke tilbudet og samtidig lage et hyggelig og intimt rom. Men selv om det enkleste ville vært å bare bygge det helt igjen, og sitte igjen med et stort gårdsrom, så hadde også de et ønske om



Figur 19: Paley park sett fra gaten. (Weber, u.å.)



å lage en liten piazza, og gjøre den livlig. Derfor bestemte de seg for å bygge ut i bakgården og lage en smal gate mellom bygningene, et smug, inn til gårdsrommet, med servering og tilbud på begge sider. Etter deres oppfatning så ønsker kommunen som regel at det skal være mest mulig plass rundt ting, og at gatene skal være så brede som mulig, og at torgene skal være så store som mulig fordi det er åpent og gir fine solforhold. Problemet med det, mener utvikleren, er at man mister intimiteten fullstendig hvis ting blir for stort, og det gjelder både når gater er for brede og når torg er for store. Mennesker ønsker ikke å oppholde seg midt på en stor plass, man trekkes heller mot mindre plasser og søker trygghet langs veggene på bygget.

«Det var masse sol der før det ble bygd, men det var ikke et menneske å se».

- Cityplan om Nygaardsplassen

Så da de skulle lage dette smuget som ledet inn til gårdsrommet, forstod de raskt at kravet om brannavstand på 8 meter ikke kunne oppfylles, fordi det var ikke sjarmerende nok. Så de slo sammen byggets brannvarslingssystem med bygget ved siden av, slik at de kunne lage gaten smalere og mer sjarmerende.

Inne i gårdsrommet i

Nygaardsplassen er det uteservering fra de ulike serveringsstedene på sommerstid, som illustrert med figur 20. I de øvrige etasjene er det boliger og hotellvirksomhet. Her var det uaktuelt å ha balkonger inn mot gårdsrommet. Utvikleren mener det er en typisk ting man ikke tenker på før man begynner å se på det, og at man ikke kan ha overhengende balkonger hvis det er tenkt at byrommet skal oppleves som høyurbant. Balkonger av-urbaniserer et slikt indre



Figur 20: Passasjen på Nygaardsplassen. (Foto: Simen Øien)

byrom. Så da forsakte de den kvaliteten til leilighetene, men fikk til gjengjeld et helt annet inntrykk og opplevelse på bakkeplan. Balkonger inn mot et indre byrom kan i tillegg til å virke av-urbaniserende, også føre til en privatisering av byrommet.

Arkitekten i Oslo House er også opptatt av skillet mellom offentlig og privat. Når Oslo House utvikler prosjekter er de opptatt av å skape kvaliteter for ikke-beboere, fordi de ser på prosjektene sine som en del av byen. Ifølge utvikleren må det være en blanding, der du skaper møtesteder både for de som bor der, men også for de som er på vei gjennom slik at de ønsker å sette seg ned, enten det er en kafé eller en benk på en plass eller lignende. Her er det avgjørende hvordan denne overgangen er utformet. Arkitekten i Oslo House trekker frem at det som er mest feil er når det er uklart om byrommet er offentlig eller privat. Når forbipasserende blir usikre på om det er greit å gå gjennom, om det er greit at de setter seg ned eller om de risikerer å bli kjeftet på, er det for uklart og fører til at det ikke blir tatt i bruk i like stor grad som ønsket. Eksempler som blir trukket frem er helt nede på detaljnivå som hvordan vegetasjonen blir utformet og passasjer og fasader, til om det er bolig i førsteetasje eller flere påhengte balkonger som ser ned.

## Identitet og stedstilhørighet

En fjerde sentral ting som kom frem i samtale med utviklerne var viktigheten av stedstilhørighet og identitet, både når det gjelder konsept og utforming. Effekten av det er viktig for byliv, og det er også noe de spilte mye på i utformingen av sine prosjekter. Oslo House som har spesialisert seg på infill-prosjekter og vært med på store transformasjonsprosjekter som Vulkan og Tjuvholmen trekker frem kulturminner, og det å bygge nytt og gammelt sammen, som veldig identitetsskapende. Det er viktig fordi det skaper en tidsdybde og en historie man kan spille videre på i prosjektet, slik at det får en egenart og et lokalt særpreg.

Utvikleren i Hamar har jobbet mye med det å bygge på historien. Da han tok over det gamle rådhuset i 2014 hadde bygget stått tomt i flere år, og kommunen hadde ikke tatt ordentlig vare på det ærverdige bygget. Bygget er fra 1919 og har stolte tradisjoner. I tillegg til å være tidligere rådhus for Hamar og Hamars første kino, holdt regjering, Konge og Stortinget flere møter der under andre verdenskrig. Da han skulle rehabilitere bygget, prøvde han så langt det lot seg gjøre å sette det tilbake til slik det så ut originalt. Dette var uten pålagte føringer fra

kulturminneforvaltningen, kun av egen interesse og behov. Basert på gamle bilder, fikk han tegnet opp og produsert nye vinduer og dører som var i stil med de opprinnelige, og byttet ut alle vinduene som kommunen hadde satt inn på 70-tallet. Utvikleren påpeker at oppussingen av fasaden har vært et helt sentralt arbeid i renoveringen av Victoriakvartalet, og at fasaden har mye å si. Fra en omsetning på rundt 20 millioner på Victoriakvartalet i 2012, ligger den nå på 140 millioner kroner årlig. Antall besøkende i de diverse virksomhetene som holdt til der i 2012 var totalt på 40 000 i året. Etter at utvikleren tok over, er det nå nesten 300 000 mennesker innom årlig. Fra å være et tomt og ubrukt bygg midt i sentrum, er det nå 600 mennesker innom fredag og lørdag kveld for å være på konserter, nattklubber og lignende.

I tillegg til at prosjektet har en tydelig identitet og spiller på stedstilhørighet og lokalhistorie, har rehabiliteringen hatt en positiv påvirkning på innbyggernes stolthet over bygget i Hamar sentrum. Utvikleren i Fredrikstad peker også på at vellykkede prosjekter som skaper byliv i sentrum forsterker følelsene innbyggerne har til byen sin.

«Klarer du å lage et attraktivt nok tilbud så vil du få folk ut i gatene, og jo mer folk du får ut i gatene, jo stoltere blir de av byen sin. Så enkelt er det. Og da mener jeg gatene, det er ikke kjøpesenteret. Hvis du tar Sarpsborg eller Sandvika, så hjelper ikke det folks oppfatning av byen sin i det heletatt om trafikken i kjøpesentrene doubles. For det har ingenting med byfølelsen å gjøre, men hvis den doblingen hadde endt i gaten i stedet, så hadde folk plutselig blitt veldig stolte av byen sin. Det er veldig pussig, men det er noe med den fysiske tilhørigheten, og kjøpesentre oppleves nok litt kunstig på et vis. Det er på en måte bare en handelsstasjon som noen bare har satt opp ved siden av deg.»

- Cityplan

### 5.3 Forskningsspørsmål 3:

*Hvordan kan man gjennom samarbeid, en konsentrert lokalisering, og økning av funksjonstilbudet skape liv i døde bysentrum?*

Konsepter som trekker mennesker til sentrum er viktig, det ser vi av funnene fra forskningsspørsmål 1. Informantene har videre lagt vekt på at tilbudet i sentrum må være stort og bredt nok. Med sentrumsgater som preges av en til tider uoversiktlig gårdeierstruktur, har det gjennom studien blitt identifisert fem kriterier som peker på viktigheten av samarbeid mellom gårdeiere, konsentrert lokalisering, og en økning av funksjonstilbudet for å skape liv i bysentrum.

#### Tilbudsøkning

Det har vært et gjennomgående budskap fra informantene at konsepter som tiltrekker seg publikum er et viktig premiss for å skape liv i døde bysentrum. Det vektlegges imidlertid at enkeltetableringer er bra, men det er ikke nok i seg selv for å skape aktivitet, man er nødt til å øke det totale tilbudet, og skape et miljø av gode konsepter. I Fredrikstad hadde de i flere omganger tidligere opplevd gode enkeltetableringer, men skjebnen gjentok seg gang på gang; aktørene holdt ut i noen år før de ble nødt til å legge ned. Kundegrunnlaget i sentrum var ikke stort nok. Informantene er derfor alle samstemte om at tilbudet av konsepter må være av en viss størrelse, de ulike konseptene skal fungere som en støtte til hverandre, og øke det totale kundegrunnlaget.

«Har du ett konsept som er veldig bra inne i sentrumskjernen så er jo det bra og det trekker folk, men du lager jo ikke noe miljø av det. Har du mange, så begynner det nesten å bli umulig for andre destinasjoner å konkurrere med det tilbudet du har laget der»

- Cityplan

Vold Eiendommer peker spesielt på at et økt tilbud av funksjoner bidrar til å skape et marked for flere mennesker, og at de sammen skaper en destinasjon. Tilbudet av konsepter må nå ut til brede og store markeder, derfor blir utvikling innenfor en nisje sentralt også her. I etableringen av konsepter fokuserer utviklerne på det totale tilbudet, at det må være så bredt at aktørene sammen ikke kun henvender seg til én homogen kundegruppe. Den gruppen alene er ikke stor nok til å

skape liv i sentrum, sentrum må ha et attraktivt tilbud som treffer markedet bredt. Cityplan uttrykker at de jobber etter tankegangen om at «et attraktivt tilbud i sentrum gir folk til gatene». Tilbudssøkningen handler like mye om økt tilbud innenfor én funksjon som en blanding av funksjoner. Informantene uttrykker at man trenger et utvalg av flere restauranter, flere kafeer og flere butikker, i tillegg til at man trenger blandingen av dem.

For eiendomsutviklerne som har lyktes med å skape liv i døde bysentrum har det ikke vært et mål å gå i direkte konkurranse med en etablert aktør som funker i sentrum. Utvikleren i både Hamar og Fredrikstad har gjennomgående fokusert på å øke det totale tilbudet, fordi de ser at man ved å øke tilbudet kan spille hverandre gode:

«Det er utrolig hvor få konkurser som har vært i restaurant og bevertningsbransjen etter at vi begynte å ta tak her. De aller fleste har jo økt omsetningen sin ganske kraftig, selv om de har fått nye naboer som tilbyr den samme funksjonen. Bevertningsomsetningen i sentrum var rundt kr 250 millioner i 2013, men den var opp mot kr 600 millioner i 2019, som er siste tellbare år. Så det har skjedd en helt vanvittig utvikling ved å øke tilbudet.»  
- Cityplan

Eiendomsutviklerne er gjennomgående opptatt av å dekke tilbudshull i markedet, men det er ikke tilbudsøkning for enhver pris. For at utviklingen skal være bærekraftig, må tilbudet økes innenfor et marked med stort nok kundegrunnlag. Det handler om å se på det totale tilbudet, og utvikle der hvor behovet er størst. I Fredrikstad jobbes det systematisk fra utviklerens side med å prioritere åpenbare hull i markedet. Når hullene så er tettet kan han gå videre til å prioritere og forbedre de allerede eksisterende konseptene som kan oppfattes som annenrangs. Prioriteringen er dermed først og fremst å tette tilbudshull, for deretter å optimalisere det allerede eksisterende som har potensiale til å bli bedre. Det er ikke et mål for utviklerne å konkurrere ut en allerede etablert aktør innenfor et segment, og det pekes på at tilbudsøkningen isolert sett ikke er nok for å skape liv. Det er økningen av de gode konseptene som trekker publikum til gaten, og som bidrar til at sentrum henvender seg til et bredere marked.

«Det er egentlig en tilbuds- og kvalitetsøkning som er den eneste forklaringen på den økte trafikken som har skjedd i sentrum disse årene.» - Cityplan

## Konsentrasjon av funksjoner

Det kommer frem i samtale med flere av informantene at konsentrasjonen og tettheten av funksjoner må være høy. Den ene utvikleren uttrykker at man må velge seg sine fokusområder i byen, hvor man klynger sammen aktørene. Man kan ikke satse på byliv i alle sentrumsgater, da blir ikke tettheten høy nok. Det må fokuseres på enkeltgater tett på hverandre hvor bylivet skal konsentreres. Det handler om at man ikke kan spre trafikken over et for stort område, og det henger tett sammen med økt tilbud. Flere konsepter tett på hverandre i samme gate trekker et større publikum til den gaten, enn om aktørene er spredt ut i forskjellige gater.

«Du må klynge aktørene sammen, og bygge kvartal for kvartal, det har jeg veldig troen på. Nå er det blitt sånn i Hamar at skal man på byen på en lørdag så trenger man nesten ikke bestemme hvor man skal på forhånd, man bare møtes nede ved Victoriakvartalet, hvor vi har utviklet restaurant, på restaurant, på restaurant, også velger man etterpå. For der er alt konsentrert» – Vold Eiendommer

I begge casebyene har eiendomsutviklerne konsentrert like funksjoner nær hverandre. Restauranter og spisesteder er i begge byene lokalisert nær andre restauranter og spisesteder. I Fredrikstad har gågaten blitt videreført som handelsområde med butikker, samtidig som spisestedene har blitt lokalisert i sidegater og -kvartaler. Strategien er ikke tilfeldig, ved å konsentrere like, men supplerende funksjoner nær hverandre mener utviklerne at man skaper en attraksjon for publikum. Det etableres et stort tilbud innenfor et begrenset område som tiltrekker mange mennesker. Da oppsøker man ikke sentrum bare for å spise på restaurant eller handle i butikkene, man trekkes dit også for opplevelsen av folk.

«En aktør kan ikke ligge for alene. Man må samle flere aktører og klynge de sammen slik at man får mer å velge mellom. Det skaper et marked for flere mennesker»

- Vold Eiendommer

Utviklerne er samstemte om at en høy tetthet og konsentrasjon av funksjoner også er viktig for den enkelte aktøren, ikke kun for sentrumsaktiviteten. Klesbutikkene kan dra like mye nytte av å være tett lokalisert med hverandre, som at de er tett lokalisert med for eksempel skobutikker. Det gir kundene et bredt utvalg av både klær og sko, samtidig som aktørene kan supplere hverandre, slik at sentrum når ut til bredden i markedet, og blir et naturlig alternativ når det skal gjøres innkjøp. Et bredt og tett konsentrert tilbud er viktig både for de enkelte aktørene, men bidrar også til sentrums attraktivitet og skaper en opplevelse av å oppsøke sentrum, skal vi forstå utviklerne rett.

## Nabosamarbeid

Eiendomsutviklerne i de to casebyene ser en stor verdi i å samarbeide med naboeiendommene for å lykkes med en helhetlig utvikling av tilbudet. I Hamar var det ikke tilfeldig at Matkvartalet ble etablert i den eiendommen det ble. Naboene var allerede en anerkjent fiskebutikk på den ene siden, og et bakeri på den andre, som begge trakk publikum. Derfor så utvikleren det som fordelaktig å etablere sitt eget konsept med kjøtt- og osteforretning, i tillegg til Street Food imellom de to, for å komplementere det eksisterende tilbudet, og bygge videre på det som allerede var vellykket. Det ble ikke etablert konkurrerende virksomhet, men virksomheter som kunne supplere tilbudet, og tiltrekke et større marked.

«Det er noe med å spille hverandre gode som naboer også, jeg er veldig åpen for det, så i den grad jeg kan koble andre på så gjør jeg det.» - Vold Eiendommer

Det er også en erkjennelse blant informantene at de ikke har mulighet til å kjøpe opp hver enkelt eiendom i sentrum for en helhetlig utvikling og programmering av tilbudet. Derfor har samarbeid med naboen blitt en viktig strategi. Da eiendomsutvikleren i Fredrikstad innså at naboene ikke nødvendigvis var interessert i å selge sine eiendommer, valgte de heller å samarbeide med dem, og bistå med å etablere nye leietakere med konsepter som bidro bedre til sentrumsaktiviteten og til den totale tilbudsmiksen. Som en hjelp til selvhjelp jobbet de derfor aktivt med naboene sine for å etablere konsepter som støttet opp om deres egne konsepter, men også til helheten.

Nabosamarbeidet henger sammen med forståelsen og viktigheten av et helhetlig og konsentrert tilbud. Verken i Fredrikstad eller Hamar har utviklerne gått inn for å utkonkurrere et fungerende konsept hos naboen. Målsettingen har heller vært å utvikle et tilbud som kan spille naboen enda bedre, med den helhetlige målsetting om å gjøre sentrum attraktivt. Eiendomsutviklerne i Fredrikstad og Hamar har likevel begge erkjent at naboene ikke alltid tar like aktivt ansvar for bylivet gjennom programmeringen av førsteetasjene sine, men at de i flere tilfeller prioriterer langsiktige leieinntekter fra aktører som krever minst mulig planlegging og oppfølging, som for eksempel kontorvirksomhet. I Fredrikstad skjønnte utvikleren at dersom han tar på seg denne jobben for naboen, og aktivt jobber gode konsepter inn til naboens førsteetasje, kan naboens økonomiske interesser tilfredsstillers, uten å gi han merarbeid i prosessen, samtidig som sentrumstilbudet styrkes. I Hamar oppleves den samme utfordringen med flere naboer i sentrum. Også her har utvikleren begynt å se på løsninger for å etablere bedre konsepter hos naboen for å styrke sentrumsaktiviteten, også han med erkjennelsen av at de neppe kommer til en felles løsning dersom naboen stilles i en dårligere økonomisk situasjon.

## Kommunens ansvar

Kommunen er også en viktig aktør i dette samarbeidet. Eiendomsutviklerne trekker frem at de kan gjør store investeringer med sine eiendommer, både med tanke på å etablere gode konsepter, og opparbeidelse av fasader som innbyr til opphold og aktivitet, men de vektlegger at kommunen også er nødt til å ta sin del av investeringen. Opplevelsen av byrommene er langt på vei et resultat av byggene som omslutter dem, men også av at kommunen som grunneier vedlikeholder, og tar sin del av investeringen for at sentrumsgatene og torgene skal være innbydende.

Informantene er alle opptatt av å skape gode, intime og hyggelige møteplasser for å skape liv i sentrum. Som utvikler bidrar de til dette gjennom innhold og konseptutvikling i eiendommene, og gjennom grep med fasader og uttrykket ut mot gaten. De mener videre at kommunen må ta sin del av investeringen for å bidra mer til bylivet, og ta investeringer for å ruste opp kommunale gater og torg og gjøre disse til attraktive møteplasser som publikum ønsker å oppsøke og oppholde seg i.



Det har i denne studien ikke blitt lagt vekt på arealplaner, og hvordan disse i en tidlig fase i eiendomsutviklingen avgjør arealbruken og mange forhold ved hva man har lov til å utvikle på en tomt. Det trekkes likevel frem at kommuner i sin planlegging gjennomgående er for opptatt av store åpne plasser, med dagslys inn som en viktig prioritering.

«Etter vår oppfatning så mener kommunen alltid at det skal være mest mulig plass rundt ting, og at gatene skal være så brede som mulig, at torgene skal være så store som mulig fordi det gir veldig fine solforhold og alt det der, men problemet med det er at du mister intimiteten fullstendig hvis ting blir for stort da. Det gjelder når gater er for brede eller når torg er for store og alt det der. Det er ingen som går og setter seg midt på et stort torg uansett.» - Cityplan

Forståelsen av at det er de små rommene, de trange gatene og ikke de store åpne flatene med sol som innbyr til opphold synes flere av informantene er en utfordring å få gjennom hos kommunen. Cityplan har vært svært nøye på å utvikle de intime rommene, og fått en forståelse hos kommunen på at de store åpne plassene ikke legger forholdene like godt til rette for byliv. Nygaardsplassen var før et helt åpent torg, rett ved gågata, men det var helt dødt der.

«Det var masse sol der før det ble bygd, men det var ikke et menneske å se.» - Cityplan

Informantene er samstemte om at kommunen må investere i sine arealer, men også tillate at utviklere fortetter, slik at de intime kvalitetene kan skapes. Kommunen har dermed også et ansvar i planleggingen av arealbruken, og behandlingen av byggetillatelse, i tillegg til å investere i egne arealer.

## Rolleforståelse

Som eiendomsutviklere har studiens informanter en rolleforståelse for hvordan de gjennom sine prosjekter påvirker utviklingen av byen. I intervjuene kommer det tydelig fram at det lokale engasjementet til begge aktørene gjennomsyrrer deres virkelighetsforståelse. Det store fokuset på at bygget skal gi noe til byen, stedsidentitet, lokal forankring, stedstilpasset utvikling og lokale markedsforhold er gjennomgående. Det er enighet blant informantene om at kommunen har en

viktig rolle ved å planlegge for, og tillate at den rette utviklingen skjer, men eiendom blir ikke utviklet uten eiere som tar grep. Både Cityplan og Vold Eiendommer har tatt en tydelig rolle i utviklingen av sine byer gjennom eiendomsutvikling. De vektlegger det langsiktige perspektivet, og en markeds- og kundeorientert utvikling som viktig. Begge har et mål om økt byliv, og en forståelse for at byliv er et resultat av eiendommenes uttrykk og innhold, og at dette er faktorer de som eier og utvikler eiendom i størst grad kan påvirke.

«Et eksempel er en vanlig størrelse på et kvartal som er godt utnyttet, så kan det for eksempel være 100 leiligheter i det kvartalet. Da er det sånn rundt 150-200 beboere i det bygget da, fra 2. til 8. etasje. Hvis det ligger midt i et sentrumsområde, for eksempel det krysset her nede hvor det passerer ca. 3 millioner mennesker i året, også bor det 200 personer der, så er det sånn at bortsett fra å få opp bygget, og få økonomi inn i prosjektet, så bygger du jo egentlig, samfunnsmessig ikke for dem. De er jo utrolig få mennesker, og du kan si, i forhold til hvor mange som beveger seg på gateplan, så er det jo en utrolig liten prosent, ja egentlig promille som er inne i det bygget noen gang, som ser det bygget fra 2. etasje og opp innvendig. Alt på det bygget, og det står i 100 år eller mer, så det er jo vanvittig viktig da hvordan det planlegges på gateplan, og hvordan det kommer i stand og hva det gjør for noe nytte for byen din. Hvis du har tenkt at byen skal bli bedre da.» - Cityplan

«Sentrum er jo på en måte sjelen til en by» - Vold Eiendommer

Både Cityplan og Vold Eiendommer har et lokalt engasjement for byene de utvikler og en klar forståelse av hva sentrum skal være. Dette gjenspeiler seg i motivasjonen for å skape attraktive eiendommer, fylt med et innhold som gir noe tilbake til byen. For Cityplan begynte utviklingen som en kjærlighet til Fredrikstad. Daglig leder er oppvokst i byen, og flyttet hjem etter mange år i Trondheim og Oslo. Motivasjonen begynte med at man ønsket seg ting som ikke fantes i byen på den tiden. Siden har motivasjonen vokst fordi de synes det er gøy å holde på med og skape noe som både de selv og innbyggerne i Fredrikstad liker. Daglig leder i Vold Eiendommer har bakgrunn fra restaurantbransjen, og kom inn i eiendomsbransjen som et resultat av at han og

brødrene arvet en bygård i sentrum. Siden har de kjøpt flere bygårder og skapt liv i sentrum gjennom å etablere populære utesteder og restaurantkonsepter.

Engasjementet for bylivet er et viktig trekk ved utviklerne, som skiller seg fra hvordan de opplever at enkelte eiere av naboeiendommer opererer. Sammenlignet med utenbys eiere, ser de en større verdi, og har en større motivasjon for å utvikle noe positivt for byen, der det synes at mange eksterne eiere setter kontantstrøm til minst mulig risiko og investering foran bylivet. Informantene er for eksempel tydelige på at kontorvirksomhet i førsteetasje ikke bidrar positivt til bylivet, derfor har de heller ikke intensjon eller samvittighet til å etablere det. Som lokal utvikler har de i mange tilfeller en helt annen rolleforståelse enn de eksterne eierne, fordi de må forholde seg til hvordan eiendommene henvender seg til gatene og publikum i byen hver dag. Samtidig som det er enighet om at strategiene de jobber etter kan fungere i alle byer med forutsetning av at man har nok publikum å tiltrekke, er de samstemte om at det er ekstra motiverende å utvikle noe bra i byene de selv er fra.

## 6. Diskusjon

I det følgende kapitlet diskuteres studiens tre forskningsspørsmål opp mot de presenterte funnene og oppgavens teorigrunnlag. Diskusjonen struktureres først etter de tre forskningsspørsmålene, før den sammenfattes i en oppsummering som sammen legger grunnlaget for å svare på oppgavens problemstilling *Hvordan skape liv i døde bysentrum gjennom eiendomsutvikling?*

### 6.1 Forskningsspørsmål 1

*Hvordan kan eiendomsutviklere gjennom konseptutvikling og identitetsskapende lokaler skape liv i døde bysentrum? Hvordan skape liv gjennom innholdet i byggene?*

Det viktigste premisset for byliv er menneskelig aktivitet og opphold i sentrum over en viss tidsperiode, altså mer enn bare transport til og fra et sted. Gehl (1971) og Jacobs (1961) peker begge på høy tetthet av boliger og arbeidsplasser i sentrum som et viktig kriterium for byliv, men det er ikke nok alene. For å skape byliv er man nødt til å invitere publikum til gatene og innby til opphold, både av de som bor i sentrum, men også innbyggerne i distriktene må trekkes til sentrum for å oppleve tilbudet og livet det har å by på. De peker videre på en høy tetthet av blandede funksjoner i eiendommene som et andre kriterium for byliv.

For å tiltrekke seg publikum til aktivitet og varig opphold i sentrum, har vi funnet at eiendomsutviklere som lykkes med å skape byliv er spesielt opptatt av førsteetasjens innhold. Det er enighet blant alle informantene om at bylivet skapes fra førsteetasjene, og at de må fylles med konsepter som trekker publikum, innbyr til opphold og som byr på en opplevelse. De har lykkes med å skape byliv blant annet ved å være selektive på hvilke funksjoner de lokaliserer i første etasje. Etasjen er forbeholdt utadrettet næringsvirksomhet, og fylles ikke med verken kontor eller bolig, spesielt ikke i de prioriterte sentrumsgatene. Førsteetasjens innhold er viktig fordi det skaper en identitet til resten av eiendommen, og til byrommet for øvrig. For å skape liv i byen må publikum oppleve førsteetasjene som offentlige og åpne lokaler, hvor de trekkes inn av tilbudet som er der. Innholdet i førsteetasjene er avgjørende for om mennesker kun beveger seg gjennom gaten og forbi eiendommene, eller om de oppsøker gaten for å oppholde seg og oppleve innholdet. Innholdet i førsteetasjene er dermed et viktig aspekt i å offentliggjøre byrommet, og tiltrekke publikum. Kontorlokaler og boliger henvender seg kun til en begrenset gruppe

mennesker, og kan på den måten virke privatiserende, også for gaten. Publikum mister viktige møteplasser, og oppfordres ikke til opphold i byrommet dersom det ikke finnes funksjoner å oppsøke. Utadrettede næringsfunksjoner kan derimot by på møteplasser, de offentliggjør lokalene slik at publikum trekkes inn for å oppleve et tilbud, og de kan tiltrekke seg menneskelig aktivitet i større grad enn private funksjoner. Dette er funn som langt på vei kan sees i sammenheng med funnene Shirinzadeh (2016) gjorde i sin studie av kjøpesentre i sentrum. Han fant at kjøpesentre som åpnet fasadene og inngangspartiene til aktørene ut mot gaten bidro mer til aktivitet i sentrumsgatene, fordi publikum hadde et insentiv til å bevege og oppholde seg der, nemlig å se, oppsøke og oppleve kjøpesentertilbudet også fra gaten. For å skape liv i døde bysentrum gjennom eiendomsutvikling er derfor førsteetasjens innhold et svært viktig verktøy. Gaten må tilby en blanding av utadrettede funksjoner som er åpne for publikum, ikke innadvendte funksjoner som kontor og bolig som kun henvender seg til en begrenset mengde mennesker.

Skal man klare å skape liv i døde bysentrum gjennom eiendomsutvikling er kvaliteten på eiendommenes innhold også essensielt, det viser seg i både Fredrikstad og Hamar. Med et langsiktig perspektiv fyller utviklerne eiendommene sine med varige konsepter, og gjennomfører store investeringer for å skape en x-faktor, og en identitet til bygget og byen. Denne tankegangen vitner om en inngående forståelse av hva som er *highest and best use* for hver enkelt eiendom, og et mål om å generere nytte til både naboer og sluttbrukere, tilpasset eiendommens lokalisering og kontekst. Børrud og Røsnes (2016) definerer eiendomsutvikling som ethvert prosjekt som har til hensikt å endre arealbruken til en eiendom. Det kan følgelig både være oppføring av nye bygg, eller endring av eksisterende. Etablering av varige konsepter er et godt eksempel på endret arealbruk som tilfører en verdi til bygget, byen og utvikleren.

Det er enighet blant informantene til studien at konseptutvikling er kostbart, men nødvendig, dersom man skal klare å utvikle gode nok konsepter som skaper oppmerksomhet. Skal utviklingen kunne fortsette er man nødt til å tjene penger, derfor har man ikke råd til å utvikle noe halvveis, og må treffe med konsepter det er etterspørsel etter i markedet. Eiendomsutvikling for å skape liv i sentrum er derfor noe mer enn kun oppføring eller endret arealbruk av bygg, det er også konseptutvikling. Eiendomsutvikleren fra Fredrikstad oppsummerte det på følgende

måte: *Byutvikling er konseptutvikling, og konseptutvikling kan redde byen din.* Dette perspektivet på eiendomsutvikling vitner om en målsetting for prosjektene som strekker seg utover kun lønnsomhet. Det er ingen tvil om at informantene er avhengige av lønnsomme prosjekter, de utvikler dyre konsepter i byer hvor betalingsvilligheten for eiendommenes øvrige etasjer (kapitalarealene), i form av kontorer eller boliger, ikke er like høy som i de største byene. Likevel legger de ned store ressurser for å også skape byliv på gateplan gjennom konseptutvikling. De innrømmer at det er en svært ressurskrevende prosess, men når målsettingen er å skape byliv er det den jobben som må til. Resultatet har i begge tilfeller vært konsepter som øker aktiviteten i byen, samtidig som det har gitt lønnsomme leietakere i eiendommene.

For mange utviklere ser det ut til at byliv ikke er en like prioritert målsetting. Når det da ikke utvikles attraktive konsepter for handel og tjenesteyting, er det klart at publikum ikke tiltrekkes, og at førsteetasjene blir ulønnsomme. Samtidig kan kontor eller bolig i førsteetasje i mange tilfeller være en enkel og lønnsom utvei når utvikler uansett ikke har som mål å skape liv i sentrum. Eiendomsutvikling for å skape liv i døde bysentrum krever at det legges ned store ressurser i konseptutviklingen, og at utviklerne har en forståelse for at dette ikke skapes kun ved å etablere en blanding av funksjoner, men varige konsepter som trekker publikum som en magnet til sentrum.

Bolig og kontor er viktige funksjoner å lokalisere i sentrum, men for sentrumsaktiviteten er det verken gruppen som bor eller jobber som utgjør den største delen av aktiviteten. Det viser seg i både Fredrikstad og Hamar at disse kun utgjør en liten del av publikum, og at man er avhengig av å også tiltrekke seg mennesker som bor og jobber utenfor byen inn til sentrum. Da holder det ikke å fylle bygulvet med halvveis konsepter for å dekke et primærbehov, det må utvikles noe som skaper oppmerksomhet, igjen; konseptene må tiltrekke seg publikum som en magnet.

Handlingsprogrammet for økt byliv presenterer blant annet *byøkonomi* som en faktor for å skape byliv (Bylivsundersøkelsen, 2014). Byøkonomi handler overordnet om hvor næringsaktører lokaliserer seg, og hvor kunder er interessert i å reise for å få dekket sine behov, og mer detaljert hvordan næringsliv, med butikker og restauranter, skaper et levende sentrum der mennesker

kommer for å oppleve noe. Studiens funn viser at eiendomsutviklerne som lykkes med byliv vektlegger dette kriteriet sterkt gjennom konseptutvikling i sine prosjekter. Næringsaktører og utadrettede funksjoner er viktig, men en utadrettet funksjon er i seg selv ikke løsningen alene. Funksjonen må bestå av et så godt konsept at det tiltrekker seg publikum, fordi de ønsker å oppleve og identifisere seg med det, og de andre menneskene som oppsøker det. Det må utvikles et bedre tilbud enn hva man finner på eksterne kjøpesentre, eller et hvilket som helst annet sted. Derfor utvikler ikke informantene hvilke som helst konsepter, de nisjer konseptene sine for å skape et tilbud man ikke får oppleve med mindre man oppsøker det i sentrum. Den teoretiske tilnærmingen til Jacobs (1961), om at en blanding av funksjoner (mixed-use) er ett av fire viktige kriterier for økt byliv har derfor sine begrensninger. Den tar ikke for seg kvalitetsaspektet på funksjonene, og den har ikke en kommersiell tilnærming. Selv om også informantene er enige i at blandingen av funksjoner er viktig, er funksjonene ingenting dersom de ikke byr på et konsept publikum er villige til å betale for. Det tiltrekkes ikke nok publikum dersom det samme tilbudet kan finnes et hvilket som helst annet sted. Forståelsen av at funksjonene, altså innholdet i eiendommene, må by på en opplevelse og trekke publikum til sentrum, er gjennomgående hos de to caseaktørene. For å lykkes med dette legges det ned mye innsats for å analysere etterspørselen i markedet, og utvikle innenfor en ledig nisje man har tro på at kan dekke et behov det er betalingsvillighet for i markedet.

Eiendomsutviklerne i både Fredrikstad og Hamar har et langsiktig perspektiv på eiendomsutviklingen sin, og på byutviklingen for øvrig. For dem er det viktig å utvikle varige konsepter med kvaliteter som øker tilbudet i sentrum, og supplere og forbedre det eksisterende. Kjennetegnet ved begge er det langsiktige perspektivet og motivasjonen for å utvikle lokalt i byen de selv er oppvokst og bosatt. Man kan ikke fylle en eiendom med en aktør på en 10 års kontrakt og tenke at jobben som eiendomsutvikler er ferdig. Det må konstant oppfølging til for å justere konseptet etter hvert som markedet endrer seg. Oppfølgingen avhenger i stor grad av aktøren, fordi enkelte aktører kan ha driftskompetansen selv. Det finnes flere tilfeller av konsepter i casebyene hvor driver er god på sin nisje, men ikke på drift av næringsvirksomhet og konseptutvikling. Da er aktøren avhengig av tett oppfølging for å optimalisere og tilpasse konseptet underveis. Aktivt eierskap er i mange tilfeller avgjørende for eiendomsutvikling som skal skape liv i døde bysentrum, både med tanke på konseptutviklingen, men også med tanke på

at aktøren må være en økonomisk lønnsom leietager i eiendommen i mange år frem i tid. Eiendomsutvikling kan ikke skje dersom det ikke er lønnsomt, investorene er avhengig av å tjene penger for å kunne investere. Carmona (2021) kjennetegner lokale utviklere med et langsiktig perspektiv, slik som Cityplan og Vold Eiendommer, med å ha sterkere interesser for eiendommens langsiktige påvirkning på byen gjennom form og innhold enn de ikke-lokale. De er også styrt etter lønnsomhet, men de lykkes med dette nettopp ved å være lokale, langsiktige og aktive eiere. De har en annen vurdering av risikobildet, markedssituasjonen og et perspektiv på eiendomsutviklingen helt ned til tilbud og etterspørsel på forbrukernivå. Ved å være aktive i sitt eierskap kan de justere og tilpasse konseptene med et engasjement og en motivasjon som strekker seg langt ut over kun det økonomiske, men også til sentrumsaktivitet og byliv gjennom å utvikle kvalitetskonsepter som treffer et behov og skaper oppmerksomhet i markedet. Gjennom eiendommens innhold lykkes eiendomsutviklerne med å trekke publikum til sentrum ved å etablere konsepter og identitetsskapende lokaler kunden kun kan oppleve i sentrum, samtidig som disse er så gode at kunden ønsker å oppsøke det.

## **6.2 Forskningsspørsmål 2**

*Hvordan kan eiendomsutviklere gjennom fysiske grep med fasader og gatestruktur skape liv i døde bysentrum? Hvordan skape liv gjennom utforming?*

Et sentralt aspekt ved bylivet er å oppleve andre mennesker. Den fysiske utformingen av byen og enkeltprosjekter kan enten legge til rette for menneskelig aktivitet eller hindre dette. Folk blir trukket frem som kjernen i byen og arkitektur blir beskrevet som rammen for alt som byen består av, inklusive de ulike bylivskriteriene. Arkitekturen er det fysiske som huser de ulike funksjonene vi trenger, og som skaper rammene rundt byrom og gater. Intervjuene våre viser at eiendomsutviklerne som har et ønske om et levende sentrum har et bevisst forhold til arkitekturen og den fysiske utformingen av prosjektene, og hvordan den skal legge til rette for nettopp økt byliv. Det er i flere tilfeller en klar sammenheng mellom både byliv og fysiske grep, og fysiske grep og konseptet.

Fasaden og førsteetasjen er hvordan bygningen henvender seg til gaten. Fasaden til et bygg kan designes slik at bygningen åpner seg ut mot gaten. Dette kan gjøres gjennom bruk av vinduer og



døråpninger, som signaliserer at det er mennesker på innsiden, og i noen tilfeller kan man også se hva som foregår. Bruk av disse elementene fører til en aktiv fasade, og jo mer bruk av vinduer og dører, jo mer aktiv er fasaden. Aktive fasader ut mot gaten og byrom bidrar til nysgjerrighet, interaksjon og aktivitet. Mangel på bruk av vinduer og dører, kan føre til en avvisende fasade.

Fasaden har to hensikter; på den ene siden skal den beskytte innsiden og det private mot offentlighetens innsyn, og på den andre siden skal den beskytte offentligheten mot privatisering av uterommet. Den skal altså både legge til rette for aktivitet og beskytte privatlivet. Hvordan fasaden er utformet har dermed mye å si for hvordan gatelivet blir. En eiendomsutvikler som kun er opptatt av hvordan fasaden beskytter arealbrukerne på innsiden, vil ikke gi noe tilbake til byen gjennom aktivitet og nysgjerrighet. Vinduer er viktige elementer for å legge til rette for denne overgangen mellom offentlig og privat. Jacobs skriver om «eyes on the street» som en viktig faktor for byliv, gjennom at steder blir tryggere når mennesker ser ut mot byrommene. At mennesker følger med på det som skjer reduserer risikoen for kriminalitet. Når mennesker kan se ut av bygningene, føler menneskene på gaten seg tryggere. Trygghet er et av tre kjernepunkter for vellykkede byrom ifølge Gehls 12 kvalitetskriterier (2013).

Kørte (2013) trekker frem walkability som en av fem kriterier for bykvalitet. Walkability, eller gangbarhet, vil si hvor enkelt og attraktivt det er å gå rundt i byen. I tillegg til Jacobs kriterium om permeabilitet, er fasaden sin grad av åpenhet en viktig bidragsyter til walkability. Aktive fasader kan også til en viss grad oppnås gjennom utsmykninger og ornamentikk, selv om arkitektur og bygg aldri vil være like attraktivt som å oppleve andre mennesker (Gehl 1971). Tomme fasader er det motsatte av aktive fasader, og kjennetegnes ved at de er ensformig utført, uten vinduer, dører eller utsmykninger. De er kun opparbeidet med et ensidig fokus på å beskytte det som er på innsiden. Tomme fasader er ødeleggende for bylivet, og har en negativ effekt på fotgjengerne. Colin Ellard, en psykolog som forsker på hvordan mennesker blir påvirket av de fysiske omgivelsene som omgir oss, fant at mennesker føler seg mindre glade, går raskere, stopper opp sjeldnere og involverer seg mindre med sine omgivelser, dersom gatene er utformet med tomme fasader (Ellard 2015). Gehl observerte også at mennesker gikk raskere forbi tomme fasader, sammenlignet med åpne, aktive fasader.

Funnene viser at eiendomsutviklerne er svært bevisst på hvordan eiendommene deres oppleves fra gaten. De er opptatt av at byggene ikke bare skal utformes på bakgrunn av behovene til de som skal kjøpe eller leie arealene, men bygget skal gi noe tilbake til byen og til de som går forbi. De er innforstått med at byggene forhåpentligvis skal stå der i mer enn 100 år, og være med og prege bybildet. Utvikleren i Fredrikstad setter det i perspektiv ved å si at et typisk leilighetsbygg oppleves fra innsiden av kanskje 100-200 mennesker, mens det går 3 millioner mennesker forbi bygget i løpet av et år. Utviklerne er derfor også opptatt av å åpne opp førsteetasjene slik at de er innbydende og gir noe tilbake til de forbipasserende, og ikke bare de som oppholder seg i bygget. Ved valg av innhold gjøres dette ved å etablere konsepter med noe som publikum kan benytte seg av. Når det gjelder arkitektur og de fysiske grepene gjelder det her å skape et liv i fasaden gjennom utforming. Eiendomsutviklerne bruker fasadene aktivt for å skape liv i sentrum gjennom vinduer, variasjon og detaljer i utsmykningen eller bruk av markiser. De strekker seg også ofte lenger enn både kulturminneforvaltningen og arkitekter de samarbeider med, og setter tydelige krav til kvalitet og detaljer i utformingen.

Som Gehl påpeker er menneskenes aktivitet nøkkelen til bylivet, og også varigheten av aktiviteten er viktig. Hvis mennesker beveger seg saktere, går saktere og stopper opp oftere, vil de være i området og synsfeltet til andre mennesker lenger. Aktive fasader bidrar til at mennesker gjør nettopp dette, og er derfor et viktig kriterium for byliv. For eiendomsutviklere er det derfor svært viktig å tenke på fasaden i utformingen av nye prosjekter. De må være fotgjengervennlig, og tilby både kvaliteter for de på innsiden og utsiden av bygget. Dette kan gjøres ved å ha hyppig bruk av vinduer hvis det er noe på innsiden av interesse, eller utsmykninger og brudd i fasaden. Ved å gjøre dette, spesielt i førsteetasjene og de nederste to-tre etasjene som er i synsfeltet til fotgjengerne, vil det kunne ha store konsekvenser for hvordan sentrum blir brukt. Ikke bare vil det være større sannsynlighet for at mennesker ønsker å gå forbi bygget, og gjøre de nødvendige aktivitetene, men menneskene får også mulighet til å stoppe opp, se andre mennesker og starte valgfrie aktiviteter. Som Gehl har lært oss er gode vilkår viktig for at de nødvendige aktivitetene kan vare lenger, og helt essensielt for at de valgfrie aktiviteter skal oppstå. Som en følge av en god fasade vil menneskene faktisk ha lyst til å oppholde seg i området og derfor bruke det i større grad.

Som Handlingsprogrammet for økt byliv i Oslo slår fast, er arkitektur et bylivskriterium fordi det er en viktig kulturbærer i et samfunn. Det sier noe om historien til stedet, og eldre bygg skaper også en tidsdybde i byen, som gjør at mennesker kjenner seg igjen i området og opplever velbehag. Gjennom å ta vare på eldre bygg, og spesielt historisk viktige bygg, sikrer man en viktig tidslinje i byen som viser fortid og fremtid side om side. Det skaper variasjon i arkitektonisk uttrykk og mangfold, som begge er viktige kriterier for byliv. I Hamar kjøpte utvikleren et gammelt ærverdig bygg med lange tradisjoner, og pusset det opp til fordums prakt. Han tok vare på identiteten til bygget og spiller på dette i utviklingen av eiendommen og konseptene på innsiden.

Utvikleren i Fredrikstad har et klart syn på hvilken påvirkning arkitekturen har på prosjektene hans. I prosjektet på Nygaardsplassen er det en blanding av et moderne uttrykk med klare referanser til en tradisjonell arkitektur. Det er klassiske detaljer som sprosser og karmen i vinduene, varme og naturlige materialer som tegl, messing og treverk, og en menneskelig skala på byggene og uterommene. Eiendomsutvikleren i Fredrikstad sin kjærlighet for det tradisjonelle arkitektoniske uttrykket, og overbevisning om at klassiske detaljer er viktig for å skape den hyggelige og trivelige stemningen som er ønsket, er ikke bare subjektiv eller en magesfølelse, men den lar seg underbygge. I 2020 publiserte to forskere ved NMBU en studie der de forsket på effekten av tradisjonell og moderne arkitektur i bygg og byrom (Mouratidis et al., 2020). De gjennomførte dette ved at deltagerne skulle sammenligne fire gater og fire byrom, der halvparten var preget av tradisjonell arkitektur og den andre halvparten var preget av moderne trender og idealer innen byutvikling og arkitektur. Begge de arkitektoniske stilene har flere interne variasjoner, men i studien baserte de kategoriene sine på noen utvalgte hovedforskjeller; symmetri og asymmetri, ornamentikk og mangel på ornamentikk, og forskjellen i materialbruk. Den tradisjonelle arkitekturen kjennetegnes ved symmetri, ornamentikk, naturlige materialer og ikke sjelden med koblinger til lokalhistorie. Moderne arkitektur kjennetegnes derimot av minimalisme, mangel på ornamentikk, asymmetri, og ofte av materialer som betong, glass og stål. Hensikten med studien var å finne ut hvordan deltagerne opplevde de ulike gatene og stedene, og hvor de likte seg best. Funnene fra studien viste at tradisjonell arkitektur, med sine karakteristikk som nevnt ovenfor, blir opplevd som mer positive enn en moderne arkitektonisk stil. Gjennomgående viste det seg at deltagerne foretrakk gatene som var preget av tradisjonell

arkitektur. Når det gjaldt byrommene var det ikke like enkelt å slå fast at arkitektonisk uttrykk var det utslagsgivende, da plassene varierte i størrelse, vegetasjon, beliggenhet og sitteplasser.

I arbeidet med Nygaardsplassen var utvikleren spesielt opptatt av mange av de samme kvalitetene som kjennetegner den tradisjonelle arkitekturen. Her møtte de motstand fra arkitektene som ønsket et mer moderne uttrykk. Etter at utvikleren stod på sitt i prosjektutviklingen, og i tillegg endret detaljer underveis og i etterkant, oppnådde de det ønskede uttrykket, gjennom det de kaller «vennlig arkitektur». Av intervjuet fremkommer det at utvikleren tidlig i prosessen gjorde det klart for arkitektene at dette bygget ikke skulle være et monument over dem, men at det viktige er at det skal fungere for innbyggerne i Fredrikstad. Nygaardsplassen er i dag et sted innbyggerne er stolte av, og de strømmer til uteserveringen og de trange gatene som er skapt. Nygaardsplassen har også blitt godt mottatt av fagfolk og arkitekturen har vunnet flere priser. I tillegg til at de vant Cityprisen 2020 for å ha «levert noe utover det vanlige», vant de også DOGA-merket for god design, blant annet fordi de utfordret det moderne tankesettet i dagens byutvikling og arkitektur gjennom materialvalg og måten de har tilpasset seg omgivelsene, heller enn å markere seg. Som juryen fremhever omfavner prosjektet «tradisjonell arkitektur som en verdi i seg selv og skaper med dette et sted folk gjenkjenner og har lyst til å være». Prosjektet vant også Arnstein Arneberg-prisen som er en regional pris for “prosjekter med fremragende arkitektur” (Nilsen, 2020). Gjennom bruk av teglstein som fasadematerialet spiller Nygaardsplassen på de andre byggene på plassen og skaper et helhetlig inntrykk. Juryen beskriver det slik: «Et gapende hull i byveven som har blitt fylt av noe tilpasset og lavmælt i stedet for slik man vanligvis ser: arkitektur løsrevet fra byen for best å kunne selge kvadratmeter til de av oss som synes arkitektur må tilpasses det enhver tids rådende formspråk». I tillegg er store deler av den historiske bebyggelsen i Fredrikstad oppført med tegl, og produksjon av teglstein har vært en viktig del av byens industri. Juryen trekker dette frem i begrunnelsen, der de mener de to byggene på Nygaardsplassen har en “elegant” referanse til denne delen av Fredrikstads historie (ibid.).

Verdien av små og intime byrom for å skape trivsel og velvære er en gjenganger i både teori og empiri. Gehl trekker frem byrom av menneskelig skala, der menneskene i andre enden skal kunne oppleves som mennesker, og ikke uklare skikkelser fordi de er så langt unna. To av

prosjektene til casene, Nygaardsplassen i Fredrikstad og Matkvartalet i Hamar, består begge av opparbeidede gårdsrom. Her ser vi en gjennomgående høy oppnåelse av de 12 byromskriteriene til Gehl. Nygaardsplassen, som i tiår ble kalt «den døde plass», er nå blitt et populært byrom for innbyggerne i Fredrikstad. Cityplan bygget en smal passasje som leder publikum inn i gårdsrommet og skaper en hyggelig og beskyttet atmosfære. Byrommet er helt skjermet for trafikk, og føles trygt både på dagtid og nattetid, grunnet de mange spisestedene og kontorene på dagtid, og belysning og aktivitet på kveldstid, både i restaurantene og leilighetene i de øvrige etasjene. Det kan hevdes at det er konseptene som først og fremst trekker folk dit, men opparbeidelsen av bygg og belysning gjør at stedet også har blitt et hyggelig sted å besøke i seg selv.

DOGA trekker frem i sin beskrivelse av Nygaardsplassen at innbyggerne har tatt det varmt imot og de trange gatene syder av liv om sommeren, og at det lune lyset skaper en fin atmosfære også om vinteren. Utformingen gjør at den trange passasjen beskytter mot vær og vind. I tillegg til uteserveringen, er det ikke-kommersielle sitteplasser man kan slå seg ned på. Det er gode muligheter for å snakke sammen, og benkene og sitteplassene er henvendt mot hverandre og ut mot byrommet, slik at man kan oppleve menneskene som er der. Dette er også tilfellet i Matkvartaler, der det er fullt av sitteplasser og du er omringet av street food-stasjoner. Dette prosjektet er derimot preget av kommersielle sitteplasser og liten grad av offentlighet, og er dermed ikke å anse som et offentlig byrom slik som Nygaardsplassen. Poenget er derimot at de har lyktes i å skape rom som mennesker ønsker å oppholde seg i, takket være utformingen av intime og trygge møteplasser.

Arkitekten i Oslo House trekker også frem at intime byrom er hans kjepphest, og at han heller ønsker flere små, enn få og store plasser. I intervjuet trekker han frem pocket parken Paley park. Paley park er på listen over de 24 beste parkene i verden, rangert av Project for Public Places (PPS, 2004). Selv om New York og Fredrikstad og Hamar, og Oslo for den saks skyld, har sine åpenbare forskjeller, er det likevel interessant å se at byrommene, parkene og plassene ikke trenger å være så store for å være vellykket. Selv i New York, der man tenker at alt må være stort og flott, fungerer de små plassene vel så godt eller bedre enn de store. Da er det naturlig å anta at noe tilsvarende vil gjelde for norske byer med færre innbyggere. I sin beskrivelse av hvorfor

parken fungerer, trekker PPS frem at den er lett tilgjengelig rett fra gaten, slik at man blir nysgjerrig på å se og gå inn. Parken tilbyr god mat til en rimelig penge, og har sitteplasser der man kan flytte på stoler og bord. På denne måten kan menneskene ta mer kontroll over hvordan de ønsker å sitte. I tillegg utgjør den ene veggen en foss, som er et ganske spektakulært syn og som gir folk en grunn til å komme inn og se. Lyden fra fossen gjør sånn at lyden fra gaten ikke blir like påtrengende, og skaper et inntrykk av stillhet og ro, selv om fossen i realiteten er ganske bråkete. Beplantningen sikrer også skygge fra solen om sommeren, men slipper noen lysglimt gjennom grenene. Da PPS intervjuet mennesker i parken, trakk intervjuobjektene frem at de liker parken fordi de får følelsen av å være alene i en travel by, og en følelse av ro og stillhet. Parken gir følelsen av ro og stillhet, selv om den i virkeligheten er en veldig populær og mye brukt park. De flyttbare stolene gir brukerne muligheten til å bestemme selv hvor de ønsker å sitte, og støyen fra fossen og menneskene som snakker overdøyer gatelivet utenfor. Dette stemmer godt med Whytes kommentar om at det ikke er fare for at små parker blir overfylt, man regulerer dette naturlig selv og man ønsker å oppholde seg der andre mennesker er.

Et aspekt som verken PPS eller intervjuobjektene trekker frem, men som trolig er med på å skape følelsen av at man trekker seg tilbake fra gatelivet og over i noe annet, er den lille opphøyningen i terrenget, slik at man går opp et par trinn for å komme inn i parken. På denne måten får man følelsen av å komme til et nytt sted, selv om det i virkeligheten bare er noen meter inn fra gaten. På samme måte har Cityplan gjort noe liknende i utformingen av Nygaardsplassen, gjennom å etablere smuget som leder folk inn til plassen. Smuget er bare seks meter bredt, to meter trangere enn brannkrav og andre gater i sentrum. Dette vekker en følelse av nysgjerrighet når man går forbi – man får lyst til å titte inn og se. Når det på varme sommerdager er sitteplasser langs begge veggene, blir det i praksis ikke mer enn to meter man kan bevege seg gjennom på. Vi kan si at de små byrommene gjør det attraktivt å sitte der og se på menneskene som er der. Det føles intimt og trygt, og man kommer tett på både forbipasserende og andre restaurantgjester. Så er spørsmålet om faktorene som gjør en park eller et annet byrom suksessfullt i en by, kan overføres til en annen. Eksempelvis New York og Fredrikstad/Hamar. De fleste kriteriene for gode byrom er universale, som trygghet, komfort, ulike aktiviteter og sitteplasser. Skala er derimot et kriterium som avhenger av sentrums kompakthet og befolkningstetthet. Dette er derfor spesielt viktig for mindre byer, fordi det er vanskeligere for små byer å skape liv enn store

byer. Store byer har en høyere andel mennesker som oppholder seg i sentrum. Som Jacobs (1961) slår fast, er en høy tetthet av mennesker essensielt for en mangfoldig og levende by. Derfor vil det være spesielt viktig for mindre og mellomstore byer å ha en tilpasset og mindre skala på uterommene sine, slik at det ikke krever uforholdsmessig mange mennesker for å gi et inntrykk av liv. I små og mellomstore byer, og selv i store byer som New York, fungerer parker som Paley park, Nygaardsplassen, små piazzaer og nabolagstorg nettopp fordi de er små og intime.

Funnene viser at det kan synes å være en avstand mellom hvilke krav myndighet stiller og hvordan utvikler mener at et byrom skal utformes for hvordan mennesker helst vil oppholde seg. Gehl (1971) fremhever viktigheten av trygge byrom med menneskelig skala, der du skal kunne se og gjenkjenne personene i andre enden av byrommet som mennesker, og ikke siloer eller skygger. De skal ikke være fremmede skikkelser. En slik skala er det han omtaler som en menneskelig skala. Informantene snakker om ønsket om å lage små piazzaer, som i stor grad følger Gehls prinsipper for vellykkede byrom. De opplever derimot at kommunene og reguleringsmyndighet er de som oftest ønsker seg større avstander på byrommene. Dette gjelder også nasjonale lover og forskrifter om krav til eksempelvis brannsikkerhet, uteoppholdsareal per boenhet og dagslys, for å nevne noe. En utvikler påpeker at alle disse normene og forskriftene isolert sett er gode tiltak som er ment godt, men at de går mot sin hensikt når de blir lagt oppå hverandre. Summen av alle krav, lover og forskrifter, gjør at det blir vanskelig å bygge tett nok. Arkitekten i Oslo House sier at alt de gjør i indre by krever dispensasjoner fordi det ikke er mulig å bygge med de samme kravene i sentrum som de gjør i ytre bydeler. I tillegg til at det er tidkrevende, er dispensasjoner fordyrende prosesser, både når det kommer til reguleringstid, men også risikoen det innebærer for hva man får gjennomslag for. Utvikleren selv kaller det ekstremsport, og at det er forbeholdt noen få aktører som har evne og lyst til å holde på med det. Risikoen det innebærer å være avhengig av den type dispensasjoner kan føre til at utviklere heller konsentrerer seg om tomter med enklere reguleringer eller utvikler med allerede velprøvede løsninger. Som Carmona peker på i sitt rammeverk om lokale vs. ikke-lokale utviklere vil en ikke-lokal utvikler søke stabilitet og unngå risiko ved å basere seg på tidligere suksessfaktorer. Disse utviklerne vil dermed søke å reproducere en suksessoppskrift, og bygge det som har fungert før et nytt sted, uten å tilpasse det til stedet. For å lykkes med utvikling i sentrum krever

det som vi har sett en stor grad av tilpasning, da det ofte er mindre tomter, mer regulering, og et allerede etablert bygningsmiljø å ta hensyn til.

### **6.3 Forskningsspørsmål 3**

*Hvordan kan man gjennom samarbeid, en konsentrert lokalisering, og økning av funksjonstilbudet skape liv i døde bysentrum?*

I presentasjonen av funnene fra denne studien har det gjennomgående blitt påpekt at funksjonstilbudet i sentrum må tiltrekke seg publikum, og at det må være variert. I den presenterte teorien fremstiller Hagen med flere (2017) en modell som viser hvordan økt funksjonstilbud virker som en selvforsterkende effekt for å tiltrekke seg folk til sentrum. Når tilbudet i sentrum øker, henvender det seg til et bredere publikum, som igjen fører til at flere oppsøker sentrum. Jacobs (1961) presenterer videre funksjonsblanding som ett av fire kriterier for byliv. Disse forenklete teoriene bekreftes av utviklerne som peker på gode enkeltetableringer i sentrum som svært positivt for sentrumsaktiviteten, men det er summen av flere gode konsepter som skaper bylivet. Samtidig begrenser teorien seg til at det er tilbudsøkning, uansett tilbud, som skal til for å skape byliv. Dette kan følgelig være både økt tilbud av butikker, restauranter, boliger og arbeidsplasser. Viktigheten av at tilbudsøkningen ikke er en hvilken som helst funksjon, men varige konsepter som byr på en opplevelse, og som trekker publikum blir i teorien neglisjert. For å skape liv i døde bysentrum må funksjonstilbudet i sentrum økes, men tilbudsøkning alene er ikke nok til å skape liv. Det har gjennom studien vist seg at eiendomsutviklerne som har lyktes med å skape liv i sentrum har et svært markedsorientert perspektiv på tilbudsøkningen. Det utvikles ikke tilbud for enhver pris, men det utvikles tilbud som kan fylle hull i markedet. Kvaliteten på helhetstilbudet er derfor svært viktig for å skape liv i sentrum. Klarer man å utvikle et totaltilbud som er så bra at man ikke kan finne det andre steder som konkurrerer i det samme markedet, har man lagt et godt grunnlag for å øke aktiviteten i sentrum. For å skape liv i sentrum er det derfor viktig å øke tilbudet av de gode funksjonene, enten ved å etablere nye, eller forbedre de som allerede er der.

Økt tilbud i sentrum handler langt på vei om å gjøre tilbudet attraktivt for en bredde av forskjellige kundegrupper. Derfor er det viktig å etablere en variasjon av forskjellige spisesteder,



butikker og kaféer. Her samsvarer funnene våre med bylivskriteriet Jacobs (1961) presenterer, som vi tidligere har trukket frem, nemlig viktigheten av funksjonsblanding i sentrum for å skape aktivitet gjennom hele døgnet. Hansen et al. (2015) peker videre på den kompakte byen, og hvordan man ved å lokalisere alle hverdagslige gjøremål, slik som bolig, arbeidsplasser og handels- og tjenestefunksjoner, innenfor femten minutter gange, kan vitalisere sentrum.

Variasjonen av funksjoner har vist seg å være veldig viktig, spesielt med tanke på å gjøre sentrum til en attraktiv plass for en større gruppe publikum, men også fordi det er begrenset hvor mange aktører som kan operere innenfor samme nisje. Ved å blande funksjoner og variasjoner av funksjonene, har utviklerne studert i denne oppgaven vist at de klarer å øke det totale funksjonstilbudet, uten at aktørene konkurrerer ut hverandre. En funksjon i sentrum som ikke tiltrekker publikum bidrar ikke til å skape byliv. Bidrar den ikke til byliv har den nok også vanskelig for å være økonomisk lønnsom, i og med at funksjoner i førsteetasje skal være publikumsrettet. Derfor kan det ikke utvikles nye tilbud dersom markedsgrunnlaget ikke er stort nok. Både Cityplan og Vold Eiendommer har her gitt god innsikt i hvordan de jobber med å øke tilbudet gjennom å tette tilbudshull. Det er ikke tilbudsøkning for tilbudsøkningens skyld, det er tilbudsøkning for å treffe nye nisjer i markedet, og for å øke det totale kundegrunnlaget til sentrum som bidrar til økt aktivitet i bysentrum, med fokus på at alle konsepter skal bidra til å øke aktiviteten hos hverandre. Avhengig av hvor stor byen er, og hvor stort kundegrunnlag sentrum kan tiltrekke seg vil det variere hvor mange og store aktører det er plass til. De største norske byene vil naturligvis ha stort nok kundegrunnlag til flere konsepter innen samme nisje i sentrum, men de mindre byene må i større grad vurdere markedsgrunnlaget. Som vi har sett i både Fredrikstad og Hamar har den totale restaurantomsetningen økt betraktelig samtidig som tilbudet har økt. Resultatet kommer av en tilbudsøkning og -forbedring av mange gode konsepter. Dette viser hvordan tilbudsøkning innenfor nye nisjer øker det totale markedet, og tiltrekker seg flere kundegrupper for aktivitet og handel i sentrum.

At sentrumsaktiviteten kan økes gjennom et økt tilbud av gode konsepter og en variasjon av funksjoner viser seg både i teorien og i praksis. Videre viser teorien om sentripetale krefter, hentet fra Geltner et al (2013), at også aktørene kan ha stor nytte av å lokalisere seg i et sentrum hvor det er tett konsentrasjon av supplerende og konkurrerende aktører. Som Geltner viser til er

agglomerasjonseffekter og de positive eksternalitene av beliggenhet teorier som viser at også aktørene selv kan tjene på å lokalisere seg tett på hverandre. En god enkeltetablering er bra, og tiltrekker seg en viss mengde publikum, men dersom man får flere gode etableringer i sentrum kan de forskjellige aktørene dra nytte av hverandres felles og forskjellige kompetanse, og at de hver for seg tiltrekker en gruppe kunder som ikke nødvendigvis ville oppsøkt sentrum dersom kun én av aktørene var lokalisert der. De forskjellige aktørene kan derfor, ifølge teorien om sentripetale krefter, tjene på å lokalisere seg i et sentrum hvor både komplementerende og konkurrerende virksomheter er lokalisert, fordi det oppstår positive effekter av å samlokalisere. Sentrum som destinasjon blir sterkere fordi tilbudet har økt og kan nå ut til et større marked. Én enkelt aktør når ikke ut til hele markedet, men kan vær tjent med at flere aktører hver for seg, og sammen, dekker et større behov, tiltrekker seg et bredere marked og spiller hverandre gode.

Effektene av de sentripetale kreftene kommer tydelig frem i utviklingen av Fredrikstad spesielt, hvor utvikler viser til hvordan den totale restaurantomsetningen har økt etter at de begynte å utvikle flere gode restaurantkonsepter i byen. Det ble etablert en vellykket restaurant som raskt inntok posisjonen som byens største, basert på omsetning. Resultatet av nyetableringen skulle likevel vise seg å ha positive konsekvenser for det som tidligere var byens største restaurant. Samtidig som nyetableringen satt omsetningsrekord i byen, fortsatte den tidligere restauranten å øke sin omsetting, til tross for at det var etablert en konkurrent. Dette viser hvordan man gjennom tilbudsøkning kan øke det totale kundegrunnlaget, og spille hverandre bedre. Etablering av supplerende tilbud kan videre dra nytte av at kundene tiltrekkes av en eller flere aktører som dekker behovet deres. Den positive eksternalitetseffekten til naboen er at når kunden først er i sentrum, kan det melde seg flere behov. Kafeen i Fredrikstad sentrum drar for eksempel nytte av å være lokalisert nær klesbutikkene, når kunden som skulle handle en genser også får lyst på kaffe i et hyggelig og pulserende bymiljø.

For å lykkes med den helhetlige utviklingen av funksjonstilbudet i sentrum er man avhengig av at førsteetasjene fylles med de rette aktørene. En stor utfordring med aktiviteten i sentrum er nettopp at eiendommene eies av flere forskjellige gårdeiere med varierende interesse av å samarbeide om og utvikle konsepter som bidrar til sentrumsaktivitet (Tennøy, 2014). Helhetlig utvikling er avhengig av at også naboene jobber mot et felles mål om å øke tilbudet av aktører

som styrker attraktiviteten til sentrum. Derfor blir samarbeid, og det å spille naboen god viktig i denne prosessen. Det kan gjøres gjennom ikke å etablere et tilbud som konkurrerer ut aktøren til naboen, men heller etablerer et supplerende tilbud. Det kan også være å ta ansvar for den helhetlige utviklingen ved å bistå naboene, og få gode leietakere og konsepter inn i deres eiendommer. Både Cityplan og Vold Eiendommer har opplevd at naboene ikke nødvendigvis ønsker å selge, og er fornøyd med aktørene de leier ut til, selv om disse ikke bidrar til bylivet. Når naboene ikke alltid har vært like samarbeidsvillige har de likevel vært tro til ikke å gå i direkte konkurranse med dem, men utvikle innenfor en ledig nisje i markedet. Som vi har sett er det selv i små byer plass til mange aktører, bare man nisjer de riktig.

Det kan virke begrensende på sentrumsutviklingen når en eiendomsutvikler med ambisjoner og målsetting om økt aktivitet hindres av gårdeierstrukturen i byen. Cityplan har i flere tilfeller hvor de ikke har fått kjøpt sine naboieendommer, heller valgt å bistå naboene med å etablere sterkere aktører, til gunst for både sentrum, gårdeieren og seg selv. Samtidig søker de å utvikle innenfor ledige hull i markedet, og ikke utkonkurrere naboens eksisterende tilbud, dersom dette allerede er en aktør som bidrar positivt. Vi har sett at sentrumsaktiviteten øker når eiendommene fylles med funksjoner som trekker publikum. Når man ikke selv har mulighet til å eie alle eiendommene i sentrum blir man helt avhengig av å samarbeide med naboen for å få til den ønskede utviklingen.

For å forstå case-aktørene bedre vil vi se de opp mot rammeverket for aktørenes motivasjon som ble presentert tidligere. Carmona (2021) peker på at motivasjonen til aktørene er sentral for hvordan sluttresultatet blir, og deler motivasjonen inn i fem ulike kriterier; tidshorisont, finansiell strategi, estetiske kvaliteter, prosjektkvalitet og stedskvalitet. Som det fremgår av intervjuene med informantene kan begge sies å ha en lang tidshorisont. Cityplan snakker om byggene skal stå i over 100 år, og at fasaden også er viktig fordi det er de som skal fylle bygget med innhold. Vold Eiendommer har også et lengre perspektiv enn kun prosjektering, bygg og salg, da de står igjen som langsiktig eier og ofte også har eierinteressene i sine egne leietagere. Tidshorisonten til de to utviklerne kan dermed sies å være lenger enn det Carmona hevder at den typiske grunneier og utvikler har.

Begge aktørene er kommersielle aktører som er avhengig av å tjene penger og ha en lønnsom drift som alle andre. En fordel som gjør at de kan drive på måten de gjør, er at aktørene eier seg selv. De har dermed full kontroll over både krav til lønnsomhet og risikovilje. De legger ned betydelige investeringer i etableringen av nye konsepter og oppussing av gamle bygg, men hele tiden med en klar strategi for hvordan det skal tjenes inn igjen. Men eierskapet fører også til at de ikke har noen mulighet til å subsidiere konsepter, så de har hele tiden et krav om at det de gjør må være økonomisk bærekraftig. Noen ganger går det også bedre enn forventet. Vold Eiendommer trekker frem at han av to grunner ikke kan leie ut førsteetasjen til et meglerforetak eller lignende; den første er at det ikke bidrar til bylivet. Den andre er at han får inn det dobbelte eller tre ganger så mye i leieinntekter av å lage gode konsepter med prosentleie, enn å passivt leie ut til kontor.

Estetikken til bygningene er vesentlige for begge utviklerne. Carmona hevder at utviklere bryr seg om arkitektur og fasade i den grad det påvirker det økonomiske utbyttet eiendommen gir. Utviklerne argumenterer med at det er lettere å holde et konsept gående bak en fin fasade, og at de pusser opp for å gi et godt inntrykk. Dette kan stemme med Carmonas beskrivelse. Cityplan tar det derimot ett skritt videre og snakker om fasaden som en del av gaten, og at de bygger først og fremst for byen, deretter arealbrukerne. Utviklerne har et klart større engasjement for arkitekturen og hvordan bygget oppleves enn ren økonomisk gevinst. Selv om de ofte er sine egne leietagere, kan de anklages for å bry seg om fasaden for leietagernes skyld og hvordan bygget representerer dem. Det er selvsagt også en faktor, men det fremkommer likevel en klar forståelse av at bygget er en del av bybildet, og at det er et hensyn å ta i seg selv. Dette bringer oss over til prosjekt- og steds kvalitet. Utviklere bryr seg om prosjektkvaliteten i den grad det påvirker økonomien positivt. Når det koster mer enn det smaker å heve kvaliteten ytterligere, vil de ikke gjøre det, skal vi forstå Carmona rett. Vold Eiendommer forteller om oppussingen av det gamle rådhuset, der de tok det tilbake til slik det så ut på 1920-tallet, og spesiallagde eikevinduer som var dobbelt så dyrt og krever ekstra vedlikehold, og “det er egentlig helt upraktisk, men det er noe med den helhetlige følelsen”. Gjennom hvordan Cityplan snakker om konseptarbeidet og arkitekturen kommer det tydelig frem at motivasjonen for eiendomsutvikling først og fremst er å lage byen bedre, og at de legger stor vekt på stedet og byen som helhet, hvordan det nye skal tilpasse seg det eksisterende og skape en bedre helhet. I intervjuet kritiserer Cityplan den

tradisjonelle entreprenørtilnærmingen, hvor man blir påtvunget utadrettet virksomhet i førsteetasje i regulering, og så leier man ut alle kontorene eller selger leilighetene i de øvrige etasjene og setter en "Til leie"-lapp i vinduet i førsteetasje.

"Det bygget står i 100 år eller mer, så det er jo vanvittig viktig da hvordan det planlegges på gateplan, og hvordan det kommer i stand og hva det gjør for noe nytte for byen din. Hvis du har tenkt at byen skal bli bedre da. Hvis du kun planlegger for økonomien på det prosjektet så kan jo den lappen i vinduet på førsteetasjen være rett strategi. For det krever mye ressurser å planlegge fra gaten og opp sånn som vi gjør."

- Cityplan

Det gjennomgående bildet Carmona tegner opp er at produksjonssiden og utviklerne ikke er motivert med mindre det gir mer penger i kassa, men at aktørene som skal forholde seg til resultatet i mer eller mindre grad, er gjennomgående opptatt av å sikre estetiske-, prosjekt- og stedskvaliteter. Det kan dermed sies å være vesentlig forskjell i motivasjonen hos de to gruppene ved et utviklingsprosjekt. En suksessfaktor for utviklerne vi har snakket med er nettopp at de er en del av begge gruppene, og dermed deler begge gruppenes motivasjoner og ambisjoner for prosjektene. De opererer som aktør på produksjonssiden med tilhørende makt, men også som forbruker. Først og fremst er de ofte sine egne leietagere, så de er i stor grad forbrukere av sitt eget produkt. For det andre, og kanskje enda viktigere er de en del av lokalsamfunnet. Både eieren av Cityplan og Vold Eiendommer kommer fra og bor på stedene de opererer i. Dette gir dem en helt annen motivasjon for å bry seg om byen sin. For dem er det ikke et alternativ å jobbe kortsiktig eller kun bygge for økonomien i prosjektet. Den patriotiske kapitalen gjør at de utvikler eiendommene for byen sin, og slik skaper større verdier enn kun det finansielle. Som Vold Eiendommer sier; «jeg har ikke samvittighet til å putte et meglerforetak i førsteetasje, fordi det ødelegger bylivet». Han peker i likhet med Cityplan på at et av de store problemene i sentrum er at store investeringsforetak kjøper opp eiendommer, og er mer opptatt av en jevn og sikker leieinntekt, enn hva leietagerens funksjon gir tilbake til byen. Begge caseutviklerne har en rolleforståelse som strekker seg ut over utvikling av eiendom for salg eller utleie. De utvikler eiendom til sluttbrukeren, til kundene som skal besøke sentrum og kjøpe produktene til aktørene som fyller eiendommene. De har en lokal forankring, et langsiktig perspektiv og forståelse av

markedet de opererer i som gjør det mulig for dem å utvikle eiendommer som til sammen utgjør helhetlige konsepter og et totaltilbud som gjør sentrum til en attraksjon for publikum, og en attraktiv etableringsarena for sterke aktører.

## 6.4 Oppsummering

Teori og tidligere forskning gir god innsikt i hvilke rammer ved sentrum og bystrukturen som legger til rette for byliv. Den mangler likevel kunnskap rundt hva som gjør at publikum trekkes mot sentrum for konsum av varer og tjenester i hard konkurranse med både eksterne handelssentre og netthandel. Empirien viser hvor markedsorientert eiendomsutviklingen må være for å skape byliv, det må etableres konsepter publikum tiltrekkes av.

Byliv avhenger slik Gehl (1971) peker på av at mennesker beveger og oppholder seg i sentrum over tid. Byrom hvor mennesker oppholder seg vil naturlig tiltrekke seg flere mennesker fordi mennesker i seg selv er en attraksjon som tiltrekker flere folk (van Klingeren, 1969). Hva som skaper aktiviteten som tiltrekker seg flere mennesker kommer derimot ikke like tydelig frem i teorien. Her viser funnene at det er tilbudet av gode handels- og tjenestekonsepter, i tillegg til gode byrom som må tiltrekke seg publikum for at aktiviteten skal øke. Jacobs (1961) og Hagen (2017) peker på tilbudet av funksjoner, og miksen og variasjonen av dem som viktig for å tiltrekke seg publikum til flere tider av døgnet, men empirien viser at dette i seg selv ikke er nok for å skape aktivitet i sentrum. Det er en viktig forutsetning at publikum får dekket flere behov i sentrum, i tillegg til at det må bo og jobbe en viss konsentrasjon av mennesker i eller ved sentrum, men markedsforholdene utelates i teorien. Netthandel og eksterne handelssentre kan i stor grad oppfylle behovet publikum har for handel, og være attraktive gjennom sin tilgjengelighet. Sentrum viser seg ofte å være minst tilgjengelig, derfor må tilbudet skille seg fra det som finnes andre steder. Funksjonstilbudet må være så attraktivt, og konseptene i sentrum må være så gode at publikum velger sentrum fremfor andre handelssteder. Empirien viser dermed at teorien mangler en forståelse av at sentrum før var eneste mulige handelsdestinasjon. I dagens konkurranse med andre destinasjoner må sentrum vinne markedet ved å tilby en mer attraktiv opplevelse enn det kjøpesentre og netthandel kan. Videre viser empirien at aktivitet i sentrum avhenger av mer enn at funksjonstilbudet dekker et primærbehov for handel og tjenester hos forbrukeren. For at publikum skal oppholde seg i sentrum må funksjonene gjennom sin

attraktivitet innby til opphold. Da kreves det konsepter som skaper en identitet for byen og for publikum til og stolt assosiere seg med. De vellykkede utviklerne skylder ikke på publikum for at sentrum er inaktivt, de vet at publikum til syvende og sist er en kunde som i valget mellom mange attraktive tilbud må ønske å benytte sentrum dersom det skal skapes byliv.

At kvaliteten på byrommene er viktig for sentrumsaktiviteten og for menneskene som skal oppholde seg i byen kommer frem både i teorien og av empirien. Jacobs (1961) og Shirinzadeh (2016) peker på korte fasader med variasjon, mange innganger og gjennomganger tilrettelagt for gåendes fremkommelighet som viktige faktorer for aktivitet i gatene. Gehl (1971) lister opp tolv kvalitetskriterier for byrom som kan sammenfattes til kriterier om trygghet, komfort og nytelse. Funnene viser hvordan eiendomsutviklerne vektlegger disse kriteriene og gjør prioriteringer slik at byrommene som oppstår gir gode kvaliteter til publikum gjennom arkitektur og utforming. Empirien viser videre en sterk bevissthet rundt viktigheten av at byrom som skal være offentlig tilgjengelige også må være offentlig utformet, de kan ikke privatiseres i noen grad. Oppstår det en usikkerhet rundt offentligheten til et byrom kan det hindre den menneskelige aktiviteten.

Utvikling av eiendom er en investering som skal gi avkastning, fylles med funksjoner, inngå i en større helhet, og som fører med seg fysiske og strukturelle endringer. Det er gjennomføring av prosjekter som henvender seg til og påvirker mennesker og bybildet hver dag, i lang tid fremover. Carmona (2021) skiller mellom lokale og ikke-lokale utviklere når det kommer til motivasjonen tilknyttet de ulike aspektene ved eiendomsutvikling. Empirien viser at kjennetegnene ved lokale utviklere gjør seg gjeldende hos de studerte eiendomsutviklerne. Selv med krav om høy avkastning har de gjerne en annen motivasjon og ansvarsfølelse rundt helhetlig byutvikling, i tillegg til kompetanse om markedet og lokale behov. I Fredrikstad og Hamar står de lokale utviklerne i motsetning til eksterne investorer som ikke ser oppsiden av å utvikle langsiktig for bykvaliteten, men etablerer mindre arbeidskrevende og risikofylte aktører i bybildet for sikker kontantstrøm. Det betyr ikke at det kun er lokale utviklere som klarer å vitalisere bysentrum gjennom eiendomsutvikling, men empirien viser at kvalitetene som kjennetegner lokale utviklere er viktige i eiendomsutvikling for å vitalisere sentrum. Det handler om å håndtere risiko, og uten kunnskap oppleves risikoen større. Derfor er det etter vårt skjønn utviklerne som kjennetegnes med de samme kvalitetene (2021) henviser til hos lokale utviklere,

som har lyktes fremfor de eksterne, og som evner å realisere et større spekter av verdier i sin utvikling. Dersom byliv er et like definert mål som avkastning, og man tilegner seg den lokale markedskunnskapen om tilbud, etterspørsel og behov, i tillegg til å prioritere eiendommenes henvendelse til byrommene, viser både teori og empiri at det kan utvikles langsiktige kvaliteter som skaper liv i sentrum, som også gir avkastning på investert kapital av både lokale og eksterne utviklere.

## 7. Konklusjon

Med eiendomsutvikling som virkemiddel kan man påvirke eiendommers fysiske og strukturelle uttrykk og utforming, og fylle og forvalte eiendommene med innhold. Oppgavens tre forskningsspørsmål undersøker og skiller mellom hva eiendommer som utgjør vellykkede sentrum inneholder, hvordan de er fysisk utformet, og hvordan eiendommene i sentrum utgjør en komplementerende helhet. Undersøkelsen av oppgavens forskningsspørsmål har ledet til syv funn som sammen besvarer problemstillingen; *Hvordan skape liv i døde bysentrum gjennom eiendomsutvikling?* Overordnet er viktigheten av at førsteetasjens innhold er publikumsrettet, og inviterer mennesker inn i eiendommene, i tillegg til dimensjoneringen av intime nok byrom viktige funn. Videre har studien fem sterke funn som skiller seg fra, eller utvider den etablerte teorien; viktigheten av aktøren som fyller eiendommen, totaltilbudet og helheten i sentrum, aktivt eierskap og forvaltning av eiendommenes innhold, fasadens henvendelse til gaten og eiendomsutviklerens rolleforståelse.

For å vitalisere sentrum må sentrumseiendommenes førsteetasjer fylles med publikumsrettede handels- og tjenestefunksjoner. Det er førsteetasjene som henvender seg til gaten, de må derfor henvende seg til publikum, ikke kun det fåtallet som bor, eller jobber i eiendommene. Det handler om å offentliggjøre eiendommenes førsteetasjer slik at også gaten oppleves offentlig. Viktigheten av aktørene som fyller førsteetasjene kan knapt overdrives. En publikumsrettet funksjon i seg selv trekker ikke folk - for å vitalisere byen må bygulvet fylles med sterke konsepter og aktører som er så attraktive at de trekker publikum. Vitalisering av sentrum handler ikke om at publikum må bli flinkere til å bruke byen sin, det handler om å utvikle konsepter som er så sterke at sentrum blir så attraktivt at publikum faktisk oppsøker det.



Sentrum består av flere eiendommer som sammen må skape et attraktivt totaltilbud av konsepter som når ut til bredden i marked for å gjøre sentrum attraktivt for flere. Vitalisering av sentrum er en markedsorientert innholdsfilling. Eiendomsutviklerne må ha et helhetlig overblikk over tilbudet og etterspørselen til sluttbrukerne i markedet, og ha en strategi for å nisje konseptene og fylle tilbudshull. En enkeltetablering alene treffer ikke et stort nok marked til å fylle gatene med mennesker og skape byliv. Sentrum er avhengig av flere like og ulike utadrettede funksjoner, men funksjonene må nå ut til forskjellige kundegrupper. Det er summen av flere sterke konsepter, nisjet slik at de når ut til bredden i markedet, som tiltrekker seg nok publikum til at aktiviteten i sentrum kan øke. Derfor er det viktig å samarbeide med naboen, og utvide tilbudet med nye konsepter som kan bidra til å øke aktiviteten hos hverandre. Kjentegnet ved gode eiendomsutviklere er forståelsen av trender i markedet, og hvilket innhold enkelteiendommer, men også helheten av sentrumseiendommene, skal ha for å dekke bredden av behov i markedet, og skape en oppmerksomhet som trekker publikum til sentrum.

Den fysiske utformingen av eiendommene kan enten legge til rette for byliv, eller hindre det. Fasader og arkitektonisk uttrykk påvirker menneskers adferd, og for å skape liv i byen må de inviteres til å bruke den. Fasader må utformes slik at de er inviterende og vekker nysgjerrigheten til folk som går forbi. I en gate med vellykkede fasader går mennesker saktere, de er gladere og mer pratsomme. En vellykket fasade gjør at mennesker oppholder seg i området lenger, og er mer mottagelige for å ta innover seg omgivelsene og dermed sosialisere med andre. Ved at eiendomsutvikleren legger inn en ekstra innsats i de nederste to etasjene kan eiendommens fysiske utforming endre måten byen blir brukt på til det positive. Arkitektur som spiller på stedstilhørighet, gjennom eksempelvis materialvalg eller ivaretagelse av eldre bygg i transformasjonsprosjekter, skaper variasjon og identitet, som igjen fører til et mangfoldig og interessant bymiljø. Gode fasader kjennetegnes ved at de utgjør små og konkrete enheter, og har en stor variasjon i funksjoner. Aktive fasader har mange dører og vinduer, og ingen tomme eller stengte vegger som oppleves ekskluderende. Variasjon og særpreg er også viktige kjennetegn for gode fasader. Et siste punkt som går igjen i teori og empiri er bruk av materialer av høy kvalitet og forseggjorte detaljer i utformingen.

Bysentrum trenger steder som virker som destinasjoner og sosiale møteplasser, og gir en identitet til lokalmiljøet. Dette skaper nye forretninger og investeringer, og det tiltrekker seg mennesker. I tillegg til at en destinasjon kan være konseptene i førsteetasjen, et kulturhus eller en sjøside, kan det også være offentlige byrom som parker, torg eller en koselig gate. For at parker, torg og andre byrom skal være attraktive steder er det flere viktige faktorer som har blitt pekt på. Vi ser at det som kjennetegner gode byrom er at de er lette å komme til. De ligger lett tilgjengelig både i nærheten av der mennesker oppholder seg, eksempelvis i en hovedgate, og de er enkle å gå inn i og navigere seg i. Kantsonene, overgangen mellom bygg og byrom, spiller en viktig rolle i tilgjengeligheten og opplevelsen. En gate med flere åpne fasader, med vinduer og dører og utadrettede funksjoner på innsiden, er hyggeligere og mer interessant enn en tom fasade. Mennesker føler seg også tryggere langs slike fasader, fordi det er mennesker på innsiden som følger med på hva som skjer. Dette gjelder også små byrom kontra store åpne plasser. Intimiteten og tryggheten senker tempoet hos brukerne, og fører til mer aktivitet. Gangbarhet er også et tema, og for at sentrum skal være et sted mennesker ønsker å oppholde seg, må det være tilrettelagt for fotgjengere. En gjenganger er også at byrommene må ha attraktive steder å sitte. Sitteplassene må være plassert strategisk slik at det er lagt opp til at man kan snakke med hverandre, men også at man kan sitte og se på det som skjer rundt seg. At sitteplassene kan flyttes på slik at brukerne selv kan bestemme hvordan de vil sitte, er viktig. Slik kan de skjerme seg for vær og vind, eller kan flytte seg etter solen. I tillegg til å være et sted å sitte, må byrommet invitere til flere bruksområder og aktiviteter. Det å ha en grunn til å være der, øker sannsynligheten for at mennesker kommer dit. Enten for å se på fossen i Paley park, den prisbelønte arkitekturen på Nygaardsplassen, eller prøve ut det nye matkonseptet i Matkvartalet. Et variert tilbud fører til at man tiltrekker seg forskjellige folk til forskjellige tider på døgnet, enten i det samme byrommet eller som en del av helheten i et bysentrum.

Eiendomsutvikling som virkemiddel for å vitalisere sentrum fordrer at eiendomsutvikleren tar et aktivt eierskap til eiendommene og innholdet i dem. Konseptene som fyller eiendommene, må til enhver tid treffe et marked i kontinuerlig endring. Vitalisering av sentrum er en markedsorientert prosess, derfor må utviklerne sikre at konseptene justerer tilbudet etter markedets etterspørsel. Det er ingen fasit at eiendomsutviklerne må sitte på kompetanse for å drifte konseptene helt ned til detaljnivå, men det kan være en vellykket strategi dersom aktøren som fyller eiendommen

ikke sitter på kompetansen selv. Funnene viser at vitalisering av sentrum krever eiendomsutviklere som i sitt arbeid tenker lenger enn kun salg eller utleie, og som ikke frasier seg ansvaret for innholdet når eiendommen er overlatt til aktøren. De følger driften tett opp og har en strategi og motivasjon for at innholdet i eiendommen skal tiltrekke publikum.

Utviklerens rolleforståelse og motivasjon spiller en vesentlig rolle. Som følge av at eiendom er et investeringsobjekt, kan eiendommer i sentrum være attraktive objekter for utenbys aktører som ikke bare setter økonomisk gevinst først, men har det som eneste mål. Da kan resultatet bli at eierne søker minst mulig risiko og at leietagerne de får inn gir en sikker kontantstrøm, fremfor å være et konsept som gir noe tilbake til byen. I intervjuene med våre to caseaktører kommer det tydelig frem at den lokale forankringen gjennomsyrrer deres virkelighetsforståelse. I tillegg til å ha økonomiske motivasjoner, har de klare mål om at prosjektene først og fremst skal gi noe tilbake til byen. Dette oppnår de gjennom å være markedsorienterte og risikovillige. Utviklerne tar høy risiko gjennom å prøve nye konsepter og være økonomisk involvert i sine egne leietagere, og dermed være økonomisk eksponert helt ned til sluttbrukeren. For å lykkes med å skape byliv må eiendomsutviklerne tørre å ta risiko for å gi noe nytt til byen. De må se det unike i hver utvikling, både gjennom arkitektur og konsept, for å skape variasjon og mangfold. Bysentrum kan derfor til en viss grad sies å være prisgitt utviklere med ekstra motivasjon og ambisjon for utviklingsprosjektene, men det må også legges til rette for at disse aktørene kan blomstre. Eiendomsutviklerne må profesjonalisere sin rolle som byutviklere, samtidig som byen må profesjonalisere sin rolle som partner til eiendomsutviklerne.

Funnene viser at det er mulig å revitalisere norske bysentrum gjennom eiendomsutvikling. Overordnet gir etablert teori et godt kunnskapsgrunnlag for hva som skal til. Gjennom blandede funksjoner, samlokalisering, og utforming av innbydende, intime og fotgjengervennlige byrom ligger forholdene godt til rette. Carmonas kjennetegn ved lokale og ikke-lokale utviklere gir videre et godt bilde over viktige forutsetninger ved det langsiktige, kvalitetsbevisste perspektivet utvikleren må ha på eiendomsutvikling som en del av byutviklingen. Carmonas påstander om lokale utviklere stemmer overens med våre empiriske funn. Dette styrker hans teori om at lokale eiendomsutviklere har et større spekter av verdier de realiserer. Skillet mellom lokale og ikke-lokale utviklere er avgjørende for å forstå både hva som skjer i mindre byer når de gjennomfører

en vellykket sentrumsutvikling, og de mer detaljerte kjennetegnene ved de små, lokale eiendomsutviklerne som står bak. De klassiske utgivelsene fra Gehl og Jacobs forklarer menneskelig adferd, og er et viktig utgangspunkt, men funnene viser at eiendomsutvikling for å revitalisere bysentrum er en mer markedsorientert prosess enn disse teoriene klarer å uttrykke. Byliv kommer som et resultat av at publikum ønsker å oppsøke byen.

For å revitalisere sentrum må utviklerne tenke konseptutvikling, og utvikle konsepter som dekker et behov hos publikum som kun kan dekkes i sentrum. Funksjonsblanding i seg selv vitaliserer ikke sentrum, men summen av de sterke konseptene gjør det. Det må utvikles et attraktivt bymiljø, og konsepter ut mot gatene som er så gode at sentrum blir en attraksjon. Kvalitet i alle ledd ved eiendommene, fra fysisk utforming til innhold og et komplementerende totaltilbud gjør sentrum attraktivt. Uten et attraktivt sentrumstilbud vitaliseres ikke byen uansett hvor blandet funksjonsmiks eller høy boligtetthet den har. Gjennom markedsorientert konseptutvikling kan man skape bykvaliteter som både trekker sentrumsbeboerne ut i gatene, og tiltrekker publikum utenfra, som sammen resulterer i menneskelig aktivitet og økt byliv.

«Byutvikling er konseptutvikling, og konseptutvikling kan redde byen din.» - Cityplan

## Litteraturliste

- Ambrose, P. (1986). *Whatever Happened To Planning*. London: Methuen
- Asplan Viak. (2013). *Handel i og utenfor bysentrum*. Hentet fra Regjeringen.no:  
[https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/md/2013/asplanviakrapport\\_kjopesenter.pdf](https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/md/2013/asplanviakrapport_kjopesenter.pdf)
- Aubert, V. (1972). *Det skjulte samfunn*. Oslo: Universitetsforlaget .
- Ball, M. (1986). *The Built Environment and the Urban Question*. Environment & Planning D: Society & Space
- Berg, T. (2008). *Industrialisering og systematisering av boligbyggeproduksjon*. SINTEF Byggforsk.
- Butenschøn, P., Lindheim, T. (1987). *Det nye Oslo: Idéer og prosjekter for bykjernen*. Oslo: Dreyer
- Børrud, E., & Røsnes, A. E. (2016). *Prosjektbasert byutvikling. Mot en kvalitativ, prosjektrettet byutvikling*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Brenden, J. E. (2019, november 20). Byberg og Vold fikk Hamarprisen. *Hamar Dagblad*.
- Carmona, M. (2021). *Public Places Urban Spaces*. Routledge: Taylor & Francis Ltd.
- Cerdà, I., Soria y Puig, A., Serratos, A., & Miller, B. (1999). *The five bases of the general theory of urbanization*. Madrid: Electa
- CC Hamar. (2022). *Butikker CC Hamar*. Hentet fra CC: <https://cc.no/hamar/butikker/>
- DOGA. (u.d.). *Nygaardsplassen*. Hentet fra Design og arkitektur Norge:  
<https://doga.no/aktiviteter/dogas-priser/doga-merket-design-arkitektur/vinnere-av-doga-merket/nygaardsplassen/>
- Dovey, K., Pafka, E. (2016). *The Science of Urban Design?*. *Urban Design International*, 21(1): 1-10
- Eiendomsverdi. (2022). *Eiendomsverdi.no*. Hentet fra Evkart:  
<https://portal.eiendomsverdi.no/ManualValuation/Home#/search/market;lon=10.938112594409713;lat=59.21295390375529;zoom=16>
- Ellard, C. 2015. *Streets with no game*. AEON. <https://aeon.co/essays/why-boring-streets-make-pedestrians-stressed-and-unhappy>

- Garvin, A. (2002). *The American City: What Works, What Doesn't*. 2nd edition. New York: McGraw-Hill.
- Gehl, J. (1971). *Livet mellom husene*. Arkitektens forlag. København.
- Gehl, J., Svarre, B., (2013). *How to study public life*, Island press, s. 106-107
- Gehl Architects. (2014). *Oslo Sentrum – Bylivsundersøkelse*. Gehl Architects.  
[https://issuu.com/gehlarchitects/docs/issue\\_1242\\_oslo\\_bylivsundersokelse/16](https://issuu.com/gehlarchitects/docs/issue_1242_oslo_bylivsundersokelse/16)
- Geltner, D. M., Miller, N. G., Clayton, J., & Eichholtz, P. (2013). *Commercial Real Estate. Analysis and Investment*. Mason: OnCourse Learning.
- Hagen, O. H., Øksenholt, K. V., & Tennøy, A. (2017). *Kunnskap og virkemidler for byutvikling og fortetting*. Hentet fra Transportøkonomisk institutt:  
<https://www.toi.no/getfile.php?mmfileid=46871>
- Hanssen, G. S., Hofstad, H., & Saglie, I.-L. (2015). *Kompakt byutvikling - muligheter og utfordringer*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Harvey, D. (2008). The Right to the City. *New Left Review*, 11(53): 23-40
- Helle, K. (2006). *Norsk byhistorie: Urbanisering gjennom 1300 år*. Oslo: Pax.
- Holsen, T. (2006). Handel og privatisering av det offentlig rom. *Nordisk arkitekturforskning*. Hentet fra <https://docplayer.me/25481907-Handel-og-privatisering-av-det-offentlige-rom.html>
- Jacobs, J. (1958). *Downtown is for people*. New York: Fortune Magazine.
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Random House.
- Jenks, M., Burton, E. og Williams, K. (1996). *The Compact City: A Sustainable Urban Form?* London: Routledge.
- Johannessen, A., Tufte, P. A., & Christoffersen, L. (2021). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Abstrakt forlag AS.
- Kvorning, J., Tournay, B., og Poulsen, L. N. (2009). *Den tette by. Danske eksempler*. København: Center for Byplanlægning, Kunstakademiets Arkitektskole.
- Kørte, K. Ø. (2013). *Bykvalitet – et studie av utbyggingsplaner i «Hovinbyen» i Oslo*. (Masteroppgave, Norges miljø- og biovitenskapelige universitet) NMBU Brage:  
<http://hdl.handle.net/11250/188568>.
- Miljøverndepartementet. (2008, Juni 27). *Fastsetting av forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre*. Hentet fra [Regjeringen.no](http://Regjeringen.no):

- [https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/md/vedlegg/kongelige\\_resolusjoner/kongelig\\_resolusjon\\_rbb\\_kjopesentre.pdf](https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/md/vedlegg/kongelige_resolusjoner/kongelig_resolusjon_rbb_kjopesentre.pdf)
- Mouratidis, K., & Hassan, R. (2020). Contemporary versus traditional styles in architecture and public space: A virtual reality study with 360-degree videos. *Cities*, 97, 102499. Hentet fra <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264275119311655>
- Nilsen, T. (2020, 28. september). Arneberg-pris til Mad. *Arkitektnytt*. Hentet fra <https://www.arkitektnytt.no/nyheter/ostfold-pris-til-mad>
- Oslo kommune. (2014). Oslo sentrum - Bylivsundersøkelse. Hentet fra [https://issuu.com/gehlarchitects/docs/issue\\_1242\\_oslo\\_bylivsundersokelse](https://issuu.com/gehlarchitects/docs/issue_1242_oslo_bylivsundersokelse)
- Oslo kommune. (2017). *Handlingsprogram for økt byliv i Oslo sentrum 2018-2027*. Vedtatt i bystyret 05.09.2018.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative evaluation and research methods: integrating theory and practice*. Los Angeles: Sage.
- Payne, S. (2009). The institutional capacity of the UK speculative housebuilding industry. (Doktorgradsavhandling, Department of Urban Studies, University of Glasgow). <http://theses.gla.ac.uk/853/>
- Peirce, N. (1978, 12. mai). Planning for Public Spaces as if People Mattered. *Project for Public Spaces*. <https://www.pps.org/article/neal-peirce-1978>
- PPS – Project for Public Spaces. (2004, 31. august). *The World's Best and Worst Parks (2004)*. <https://www.pps.org/article/september2004bestworst>
- PPS – Project for Public Spaces. (u.å.a). *About – What We Do*. <https://www.pps.org/about>
- PPS – Project for Public Spaces. (u.å.b). *What is Placemaking?* <https://www.pps.org/article/what-is-placemaking>
- PPS – Project for Public Spaces. (u.å.c). *What Makes a Successful Place?* <https://www.pps.org/article/grplacefeat>
- Saltnes, D. (2018, 23. januar). Byene må konkurrere. *Estate media*. <https://www.estatenyheter.no/aktuelt/byene-ma-konkurrere/231186>
- Saltnes, D.-J. (2020, februar 13). Vant Cityprisen. *Estate media*. <https://www.estatenyheter.no/vant-cityprisen/103536>
- Schmidt, L. (2014). *Kompakt by, bokvalitet og sosial bærekraft*. Oslo: Norsk institutt for by- og regionforskning .

- Shirinzadeh, A. (2016). *Med kjøpesenter i sentrum: En sammenlignende studie av kjøpesenterets evne til å skape et levende sentrum i Asker, Lillestrøm og Ski*. Ås: NMBU.
- Skogheim, R., & Ruud, M. E. (2018, Januar). *Vitalisering av sentrum*. Hentet fra Oslomet.no: <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/bitstream/handle/20.500.12199/5670/2018-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- SSB. (2022). *Kommunefakta*. Hentet fra ssb.no: <https://www.ssb.no/kommunefakta/fredrikstad>
- SSB. (2015). *Variabeldefinisjon Trangboddhet*. Hentet fra: <https://www.ssb.no/a/metadatas/conceptvariable/vardok/3462/nb>
- TPBO. (2019, 7. november). – Jan Gehl on How To Make Cities More Liveable and Sustainable. *Placebrandobserver*. Hentet fra <https://placebrandobserver.com/jan-gehl-interview/>
- Tennøy, A., Midtskog, O., Øksenholt, K. V., & Nore, N. (2014). *Hva kan gjøres for å styrke sentrums attraktivitet som etableringsarena for handel og service?* Hentet fra Transportøkonomisk institutt: <https://www.toi.no/getfile.php?mmfileid=37141>
- Tennøy, A., Tønnesen, A., & Øksenholt, K. V. (2015). *Kunnskapsstatus handel, tilgjengelighet og bymiljø i sentrum*. Hentet fra Transportøkonomisk institutt: <https://www.toi.no/getfile.php?mmfileid=40095>
- Toftdahl, H., Wahlquist, H., & Haavardsholm, O. (2020, Mai). *Omsetningsutvikling i varehandel og tjenesteyting i et utvalg norske byer for perioden 2008-2018*. Hentet fra Vista-analyse: [https://www.vista-analyse.no/site/assets/files/6927/va-rapport\\_2020-15\\_omsetningsutvikling\\_varehandel\\_og\\_tjenesteyting\\_kmd\\_oppdaterert\\_versjon.pdf](https://www.vista-analyse.no/site/assets/files/6927/va-rapport_2020-15_omsetningsutvikling_varehandel_og_tjenesteyting_kmd_oppdaterert_versjon.pdf)
- Van Klingereren, F. (1969). *De Drontener Agora*. *Architectural Design* 7, s. 358-362.
- Vestbye, G. M. (2018, Mai). *Fra sentrumsdød til sentrumsglød. Følgeforskning av pilotprosjektet "Levende lokaler"*. Hentet fra Oslomet.no: <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/bitstream/handle/20.500.12199/5483/2018-6.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Voldeierdommer . (u.d.). *Festiviteten*. Hentet fra Voldeierdommer: <https://www.voldeierdommer.no/>
- Weber, J. (u.å.). Paley Park. Outdoor Project. Hentet fra <https://www.outdoorproject.com/united-states/new-york/paley-park>
- Whyte, W. (1980). *The Social Life of Small Urban Spaces*. Project for Public Places, New York.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications. Design and methods*. Thousand Oaks: Sage.





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

Postboks 5003  
NO-1432 Ås  
Norway