



Norges miljø- og  
biovitenskapelige  
universitet

**Masteroppgave 2020 30 stp**  
Fakultet for landskap og samfunn

# **Flex space-industriens påvirkning på kontormarkedet i Stor-Oslo**

Aleksander Ellingsve og Tom Erik Pettersen  
Master i eiendomsutvikling

## **Forord**

Denne oppgaven er skrevet som vår avsluttende prosjektoppgave i mastergradsstudiet eiendomsutvikling, ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU). Oppgaven tilsvarer 30 studiepoeng og omhandler temaet “fleksible kontorløsninger / flexible workspace” - et tema vi begge anså som svært interessant, særlig med tanke på konseptets eksponentielle vekst globalt. Oppgaven er skrevet i perioden januar - juni 2020, men noe av det forberedende arbeidet ble gjort i høstsemesteret 2019. Det to-årige studieprogrammet i Master i Eiendomsutvikling har bydd på mange store og små utfordringer, og har i aller høyeste grad vært lærerikt og spennende.

Vi ønsker å rette en stor takk til vår veileder, Knut Boge, for konstruktiv kritikk, god tilgjengelighet og gode råd under arbeidet med prosjektoppgaven. Samtidig ønsker vi å takke vår studieveileder, Konstantin Anchin, som ved flere anledninger har hjulpet oss raskt og effektivt med diverse utfordringer underveis. Avslutningsvis takker vi alle som har deltatt på intervjuer, som til tross for en krevende periode preget av covid-19-utbruddet har tatt seg tid til dette.

Aleksander Ellingsve og Tom Erik Pettersen  
Norges miljø- og biovitenskapelige universitet  
Ås, juni 2020

## Sammendrag

Denne masteroppgaven har hatt som formål å undersøke hvordan flexible workspace-konseptene kan påvirke kontorleiemarkedet og utviklingsindustrien i Stor-Oslo, og søkes besvart gjennom 5 konkrete forskningsspørsmål.

Problemstillingen er satt på bakgrunn av den eksplosive veksten flex space-konseptene har hatt i mange av verdens kontormarkeder, og antydninger om at bransjen står ovenfor disruptive endringer. Flex-space konsepter er de potensielle kandidatene til å utfordre det tradisjonelle kontormarkedet, ved å tilby fullutstyrte, fleksible og behovstilpassede kontorløsninger for brukerne.

Oppgaven bygger i hovedsak på en gjennomgang av tidligere forskning, markedsrapporter og primærdata innhentet ved intervjuer av personer med direkte tilknytning til flex space-industrien. På denne måten gir oppgaven innsikt i hvordan flex space-konseptene skiller seg ut fra den tradisjonelle måten kontormarkedet er drevet på, og hvilke betydninger introduksjonen av konseptene vil ha for markedet på kort og lang sikt. Vi har analysert konsekvenser av veksten for ledigheten i markedet, effekten av nye leiemodeller i en verdsettelsessammenheng og hvilke betydninger dette kan ha for eiendomsutviklingsprosjekter. Avslutningsvis analyserer vi de langsiktige markedseffektene som følge av at flere aktører har ambisjoner om å etablere seg i mindre byer og tettsteder.

Funnene fra analysen avdekker hvilke effekter et lokalt marked kan oppleve ved en overetablering av flex space-konsepter, og potensielle ringvirkninger som følge av dårlig informasjonstilgang på reell ledighet i markedet. Videre avdekker resultatene hvilke effekter nye leiemodeller mellom gårdeiere og flex space-aktører kan ha for verdivurdering av kontoreiendom. I tillegg til dette har vi funnet andre elementer ved konseptene som kan ha en reell påvirkning på nærliggende eiendoms verdi, og samtidig hvordan gårdeiere aktivt anvender konseptene til fordel for sine «tradisjonelle» leietakere. På lang sikt, parallelt med konseptets vekst, antyder vi konsekvensene for Stor-Oslos kontormarked som følge av at den fremtidige etableringen tillegges områder i retning av periferien.

# Innholdsfortegnelse

Forord.....	i
Sammendrag.....	ii
1. Innledning .....	1
1.1. Bakgrunn for oppgaven .....	1
1.2. Coworking-konseptets bakgrunn.....	1
1.2.1. Hva er coworking? .....	3
1.2.2. Annen forskning.....	5
1.2.3. Historisk utvikling.....	6
1.3. Flexible workspace (flex space) .....	9
1.3.1. Serviced offices og hybrid space.....	10
1.3.2. Utbredelse og vekst.....	11
1.3.3. Drivere for vekst .....	12
1.4. Kontormarkedet i Stor-Oslo .....	13
1.4.1. Leiemarkedet.....	14
1.4.2. Transaksjonsmarkedet.....	14
1.4.3. Utviklingsindustrien.....	15
1.5. Problemstilling .....	15
2. Teori.....	16
2.1. The Real Estate system.....	16
2.1.1. Makroøkonomiens påvirkning på eiendomsmarkedet .....	16
2.1.2. Leiemarkedet.....	17
2.1.3. Eiermarkedet .....	17
2.1.4. Utviklingsindustrien.....	17
2.2. Verdivurdering av næringseiendom .....	18
2.2.1. Nåverdimodellen .....	18
2.2.2. Multiplikatormodellen.....	19
2.3. Monosentrisk bymodell.....	21

2.4.	Polysentrisk bymodell .....	23
2.5.	Forskningsspørsmål .....	24
3.	Metode .....	26
3.1.	Litteraturgjennomgang .....	26
3.2.	Analyseformål og forskningsdesign .....	27
3.3.	Kvalitativ forskningsmetode .....	27
3.4.	Gjennomføring av datainnsamlingen .....	28
3.4.1.	Definering og rekruttering av utvalg.....	28
3.4.2.	Utarbeidelse av intervjuguider .....	28
3.4.3.	Etikk .....	29
3.4.4.	Utfordringer ved gjennomføringen .....	29
3.4.5.	Kvalitet.....	30
4.	Analyse .....	31
4.1.	Påvirkningen på ledigheten i markedet .....	31
4.2.	Leiemodeller.....	32
4.3.	Effekten på eiendommens verdi .....	34
4.3.1.	Verdiakselerator for nærliggende eiendom.....	36
4.3.2.	Andre positive effekter.....	38
4.3.3.	Betydningen for et utviklingsprosjekt.....	38
4.4.	Lokalisering – fra sentrum til periferien.....	39
4.4.1.	Anti pendler-effekt .....	40
4.5.	Andre funn.....	42
5.	Konklusjon.....	44
5.1.	Svar på problemstilling .....	44
5.2.	Refleksjoner.....	45
5.3.	Forslag til videre studier .....	45
6.	Referanseliste.....	47
7.	Vedlegg.....	53

# **1. Innledning**

## **1.1. Bakgrunn for oppgaven**

Delingsøkonomi gjennomsyrrer mange aspekter av livet vårt og har blant annet ført til at privatpersoner enkelt kan leie ut sine eiendeler som for det meste står ledig. Denne tilnærmingen til å dele ressurser og eiendeler ved å tilgjengeliggjøre boliger, transport, arbeidskraft og finans, utfordrer den konvensjonelle bruken. Kontorplasser har heller ikke vært immun mot denne samfunnsendringen. Konseptet «coworking», sammen med andre såkalte «flex space»-konsepter (utdypes i kap. 1.4), har på mange måter blitt delingsøkonomiens kandidater til å utfordre det tradisjonelle kontoret (Chuah, side 4).

Teknologiutviklingen er en av de viktigste forutsetningene for suksess blant de fleste plattformer innen delingsøkonomien. Selskaper som AirBnB, Lyft og Uber skaper gjennom sine plattformer såkalte tosidige markeder, der det tilrettelegges for kjøp og salg uten at selskapene selv eier det som omsettes. Slike selskaper tilbyr ofte gratis applikasjoner og/eller nettstedet for brukerne, slik at selger/utleier enkelt finner kjøper/leier. Uten smart-telefoner eller internett ville disse konseptene vært vanskelig å gjennomføre siden handelen da ville skjedd på tradisjonelt vist (Krokan, 2015). Coworking og andre flex space-konsepter er ikke direkte sammenliknbart med disse, ettersom de leier seg retten til å bruke et areal, men de har allikevel mange likhetstrekk.

Coworking er et begrep det er vanskelig å beskrive med få ord. Selve ordet, sammensatt av «co», fra «co-operation», og «working», har ingen god norsk direkteoversettelse, men betyr simpelthen «å jobbe sammen». Dette er også på mange måter essensen i konseptet - mennesker som jobber sammen. I seg selv er dette lite banebrytende, men satt sammen med de andre elementene som deling, felleskap (community) og fleksibilitet, har det bredt seg over hele verden og benyttes av millioner av mennesker. I det påfølgende kapittelet gjennomgår vi bakgrunnen for konseptet, hva det innebærer og hvordan det har utviklet seg historisk. Deretter ser vi konseptet i perspektiv med flex space-industrien, før vi deretter går inn på detaljer om kontormarkedet.

## **1.2. Coworking-konseptets bakgrunn**

Mye av bakgrunnen for konseptets opphav ligger i endringen i hva vi jobber med, og hvordan vi jobber. I år 1900 jobbet 47% av Norges sysselsatte innen primærnæringen, 23% i sekundærnæringen og 30% i tertiærnæringen. Sistnevnte økte til 41% i 1950 og var

i 2018 på 78%, mens sekundærnæringen på samme tidspunkt utgjorde 19%. Sammenlagt utgjorde de i 2018 omtrent hele Norges arbeidsstyrke (SSB, 2020). Selv om langt ifra alle innen sekundær- og tertiærnæringen har behov for kontorarealer, er det utvilsomt at det største behovet eksisterer i disse gruppene. Den teknologiske utviklingen er blant de største årsakene for denne endringen, og på samme måte som jordbruket ble revolusjonert av maskindrevne verktøy og redskaper, ble «kontoret» revolusjonert av utviklingen innen telekommunikasjon og digitalisering generelt.

Den enorme teknologiske utviklingen de siste 40-50 årene har effektivisert og endret kontoret (og verden generelt) drastisk. I løpet av denne perioden har mennesker gått fra å bruke skrivemaskiner til datamaskiner, erstattet brev med fax, og senere e-post. Telefonen muliggjorde rask og enkel talekommunikasjon, og digitaliseringen medførte at store arkiver kunne erstattes med små harddisker. I dag har vi smarttelefoner som i realiteten er datamaskiner med internett og talefunksjon, men som allikevel får plass i en bukselomme. Dette gjør at man eksempelvis kan holde videosamtaler og sende e-post på farten, noe som bidrar til en mer effektiv arbeidshverdag. Internett har vært - og er fortsatt - en av nøkkeldriverne for denne utviklingen, og har gjort at verden globaliseres raskere.

En studie gjort av Centre for Economics and Business Research (Cebr) i Storbritannia, hevder at utviklingen innenfor informasjon –og kommunikasjonsteknologi (IKT) har medført at produktiviteten til en kontorarbeider per time har økt med 480% fra 1972 til 2012 (Cebr, 2013, s. 2). Til sammenlikning hadde den gjennomsnittlige arbeidsproduktiviteten generelt økt med bare 84%. Forskjellen vitner om at IKT har hatt en enorm innvirkning på arbeidsproduktivitetsveksten i de kontorbaserte sektorene. I overført betydning gir dette en bedrift lavere kostnader og/eller høyere inntekter. Dette frigir kapasitet og/eller kapital som kan brukes til å hente nye kunder, eller yte mer og bedre service, som på sikt resulterer i at virksomheten vokser. Videre spådde Cebr en vekst fra 2012 til 2020 på ytterligere 22%. Hvorvidt dette har vist seg å være korrekt eller ikke er vanskelig å si, men den kontinuerlige utviklingen i mobilnett og bærbar IKT-verktøy har i alle fall skapt muligheter for vekst. Nyere teknologi som 4G mobilnett lar kontoransatte holde kontakten og produktiviteten oppe uansett hvor de er (så lenge det er dekning), noe som trolig driver veksten i arbeidsproduktivitet videre.

Deloitte (2016) gjorde en studie i Sveits hvor de undersøkte trender i sammensetningen av den sveitsiske arbeidsstyrken, og hvilken effekt det ville ha på fremtidens arbeidsplass. På grunn av den økende betydningen av servicesektoren, kunnskapsintensive karrierer og digital teknologi, kan et økende antall mennesker jobbe på mobil basis, uavhengig av

beliggenhet. Studien trekker frem at 25% av personer i yrkesaktiv alder i Sveits utførte midlertidig, tilleggsarbeid eller prosjektbasert arbeid, og at ytterligere 25% ville gjøre det samme i løpet av de neste 12 månedene. Studien viste også at 28% av sveitsiske statsborgere i yrkesaktiv alder allerede jobbet hjemmefra i minst en halv dag i uken, og at en tredjedel av de resterende ønsket å gjøre det i fremtiden. Studien konkluderer med at desto mer mobile og uavhengige mennesker blir, desto mindre viktig er det å ha en fast arbeidsplass.

I en nyere undersøkelse gjennomført av International Workplace Group (IWG, 2019) ble mer enn 15 000 forretningsfolk fra 80 nasjoner spurt om de viktigste driverne for fleksibelt arbeid, og hvordan dette brukes av internasjonale virksomheter. I undersøkelsen bekreftet 85% at produktiviteten har økt som et resultat av økt fleksibilitet, og over halvparten av respondentene jobbet mer enn 2,5 dager utenfor hovedkontoret per uke. I tillegg svarte mer enn 4 av 5 at de ved valg av to relativt like arbeidsgivere ville takket nei til den som ikke tilbydde fleksibilitet.

Kontoret har historisk vært det fysiske stedet man dro til for å løse sine arbeidsoppgaver ettersom det var der man fikk tilgang til det nødvendige utstyret (Kojo og Nenonnen, 2017). Denne oppfattelsen viskes i større grad ut blant kontoransatte da det omtrent ikke finnes en geografisk begrensning på hvor man kan utføre sitt arbeid lenger, så lenge man har tilgang til internett. Teknologi og digitalisering gjør at et individs evne til å levere sin kompetanse er helt endret. Miljø og fysiske omgivelser har en påvirkning på individets evne til å produsere, men hva som er positive og negative faktorer vil alltid variere fra person til person. Noen trives best med å jobbe på kontoret, mens andre trives best med å jobbe fra hjemmet, en kafe eller på hytta. For å sette det på spissen: dersom en ansatt er dobbelt så effektiv i sitt arbeid fra en solseng på Bahamas kontra på kontoret, og det ikke foreligger noen begrensninger til hvorfor den ansatte skulle jobbe derfra – hvorfor skulle han ikke da kunne gjøre det? Så lenge leveransen imøtekommer (eller er bedre enn) arbeidsgivers krav, burde det i teorien ikke spille noen rolle hvordan leveransen er gjort, eller hvor den er utført. Globaliseringen av verdensøkonomien som årsak av, og i samspill med, den ustrakte bruken av internett, har medført nye måter å jobbe på. Disse utfordrer den tradisjonelle definisjonen av hvor og hvordan vi jobber, likedan som hvem vi jobber for og hvordan vi honoreres (Salovaara, 2015).

### **1.2.1. Hva er coworking?**

Det finnes mange ulike beskrivelser av hva coworking er og hva det innebærer. Ikke minst er det mange ulike praksiser for både hvordan å drive og utforme et coworking-senter.



Allesandro Gandini er en av mange som har studert konseptet og hevder i en forskningsartikkel (2015) at begrepet er snarere blitt et «trend-ord» på grunn av spredningen i praksisen, fremfor å representere et konkret konsept.

Clay Spinuzzi (2012) gjennomførte studier av 12 coworking-sentre, der et av forskningsspørsmålene var nettopp å finne ut hva coworking er for noe. Spinuzzi har en forenklet beskrivelse av konseptet: «et sted hvor man får jobben gjort». Spesifikt er det kunnskaps- eller servicearbeid som i utgangspunktet har sitt opphav utenfor coworking-arealet. Selv om mange brukere av coworking-sentre jobber sammen, har de allikevel forskjellige, og noen ganger motstridende målsetninger for sitt arbeid. Målsetningene er knyttet til, og trukket av, nettverket av aktiviteter som hver enkelt bruker engasjerer seg i (ibid, s. 11). Gjennom studien intervjuet han både aktører som drev senterne og flere av brukerne, der funnene hans tilsier en stor spredning i definisjoner av konseptet. Han oppsummerer definisjonene som «måter å underbygge konkrete [drifts/forretnings-] modeller på». Brukerne la særlig vekt på at coworking var «the unoffice model» der kombinasjonen av sosial interaksjon og arbeidsplass var sterkt integrert. Han påpeker allikevel at definisjonene mellom brukerne var langt ifra samstemte. Alle deltakerne (aktør eller bruker) av et coworking-senter hadde tilsynelatende ulike persepsjoner og forståelser av «objektet» coworking, og dette kan være noe av forklaringen til den spredningen man opplever i konsepter og måter å drive de på. I praksis vil en aktør som driver et coworking-senter designe, møblere og drifte det basert på aktørens forståelse av konseptet og den målgruppen de ønsker å tiltrekke seg. Coworking-sentrene skiller seg derfor ut i definisjoner, atmosfære, fasiliteter, beliggenhet og klientell - noe de også gjør i et stort utvalg av tekster, inkludert forskningsartikler, annonser, nettstedet og sosiale medier.

Gandini (2015) beskriver coworking som et konsept der flere uavhengige personer eller organisasjoner deler arbeidsplasser i et åpent landskap. Brukerne har spesialiseringer innen ulike deler av kunnskapsindustrien og består hovedsakelig av freelancere. Lokalene de jobber i er praktisk utformede kontorfasiliteter der brukerne leier et skrivebord og en internett-forbindelse for å utføre sitt arbeid. I lokalene utfører de sine jobber side om side med andre profesjonelle aktører innenfor samme sektor, og skaper unike muligheter for nettverksbygging og synergieffekter seg imellom.

I tillegg til tidligere forsknings beskrivelser og definisjoner finner vi også noen korte og enkle definisjoner:

Coworking er «bruk av et kontor eller annet arbeidsmiljø av personer som er selvstendig næringsdrivende eller jobber for forskjellige arbeidsgivere, vanligvis for å dele utstyr, ideer og kunnskap.»<sup>1</sup>

«Coworking er en ordning der flere arbeidere fra forskjellige selskaper deler et kontor, noe som tillater kostnadsbesparelser og bekvemmeligheter gjennom bruk av felles infrastruktur, for eksempel utstyr, verktøy, og resepsjonist- og andre tjenester.»<sup>2</sup>

Disse to definisjonene er på mange måter like og kan ansees som konkretiserte versjoner av Spinuzzi og Gandini sine definisjoner. Vi tar valgt å ta disse med for å belyse hvor krevende det kan være å definere konseptet med få ord. Til forskernes forsvar har både Gandini og Spinuzzi publisert sitt materiale forholdsvis tidlig i æraen for coworking, sett i lys av veksten den har hatt på verdensbasis siden 2015 (Deskmag, 2018). Det som er sikkert er at alle beskrivelsene og definisjonene tydeliggjør at «deling», i sin videste forstand, er det viktigste elementet i konseptet; deling av arealer, verktøy, fasiliteter og servicefunksjoner, noe som gir kostnadsbesparelser, og ikke minst deling av kunnskap. Graden av kunnskapsdeling og sosial interaksjon mellom brukerne danner grunnlaget for felleskapet (eller community) i et coworking-senter, noe som er mye av bærekraften i konseptet. Fleksibilitet er også et essensielt element. Fleksible og forutsigbare leiekontrakter muliggjør at selvstendig næringsdrivende og mindre selskaper i større grad har anledning til å leie kontorarealer. Deling, felleskap og fleksibilitet er de tre elementene vi ønsker å trekke frem som det essensielle ved konseptet, og som tilsynelatende gjør det så attraktivt for en betydelig andel av arbeidsstyrken verden over.

### **1.2.2. Annen forskning**

De tidligste studiene så i utgangspunktet på hvordan coworking-sentre har erstattet kafeer og biblioteker som en «tredjeplass» av mange gründere (Brown 2017, Moriset 2014; Spinuzzi 2012). På dette stadiet i utviklingen av coworking som konsept, hadde studiene hovedsakelig til hensikt å forklare hvorfor uavhengige kreative personer valgte å konsentrere seg om den nye trenden og romtypologien. Noe av forskningen har blant annet hatt til hensikt å bevise at ansikt til ansikt-interaksjon og sosial nærhet fremdeles har betydning, selv for digitalbaserte virksomheter (Bathelt og Turi, 2011). Videre er det forsket på hvilken måte coworking-sentre fungerer som et slags «mellomledd» mellom kreative individer og innovative firmaer (Capdevila, 2015), mens andre har studert

---

<sup>1</sup> Google Dictionary

<sup>2</sup> Wikipedia

hvordan sentrene gradvis har begynt å bli assosiert med prosesser for innovasjonsskapning (Schmidt, Brinks og Brinkhoff, 2015).

Forholdet mellom arbeidsplasser og innovasjon har blitt undersøkt av Cheah and Ho (2019), og de konstaterer at den fysiske utformingen av arealene i coworking-sentre ikke bare har en positiv effekt på brukernes kreativitet, men også bidrar til å skape ideer av høyere kvalitet. Merkel (2015) skriver at coworking-sentrene dukket opp som en ny type samarbeidsorientert arbeidsplass i kjølvannet av finanskrisen i 2007 og 2008, og forklarer hvordan disse kan betraktes som en ny form for sosial byinfrastruktur. Senere har hun forsket på hvordan coworking-sentre oppsto som en praksis for selvhjelp og selvorganisering, ut ifra mangelen på støttende strukturer for uavhengige arbeidere (ibid, 2019).

Mariotti, Pacchi & Di Vita (2017) har undersøkt lokaliseringsmønstre og virkningene coworking-sentrene gir i en urban kontekst, med fokus på Milan. Undersøkelsen viste at lokaliseringsmønstrene ligner på tjenesteytende næringer i urbane områder, da de har en tendens til å lokalisere seg i såkalte "kreative klynger". De konkluderer med at det mest sannsynligvis er på grunn av deres livlige atmosfære og urbane identitet. Fiorentino (2019) har analysert de forskjellige typologiene til coworking-sentre i Roma. Hun beskriver mellomledd-rollen som en lokal utvikling i både prosessen med økonomisk renovering og urban fornyelse. Avslutningsvis identifiserer Fiorentino tre hovedtypologier av coworking-sentre i Roma og oppgavene de innehar; «the social incubator», «the startup incubator» og «the real estate incubator». Hun kommenterer for øvrig at det er skrevet lite om coworking i planlitteraturen, samtidig som det generelt er utført et begrenset antall studier fra et eiendomsfaglig perspektiv.

### **1.2.3. Historisk utvikling**

Diskusjonen om opphavet til fenomenet og konseptet fokuserer ofte på Silicon Valley-programmerer, Brad Neuberg, men ifølge Deskmag (2018) sin tidslinje «the history of coworking», starter historien flere år før han åpnet sitt første sted i 2005. Et av de første stedene som knyttes til konseptet er C-base i Berlin, et såkalt «hackerspace», som åpnet i 1995. Stedet beskrives som en lokasjon med fokus på felleskap, og tilbydde en møte- og arbeidsplass for hackere. Stedet promoterte seg selv med gratis internettilgang (hvilket var forholdsvis unikt på denne tiden), og kan regnes for å være den modellen coworking bygget videre på.

Bernard De Koven regnes for å være den første som brukte begrepet «coworking» (fremfor «co-working»), da han i 1999 brukte begrepet for å identifisere en bestemt

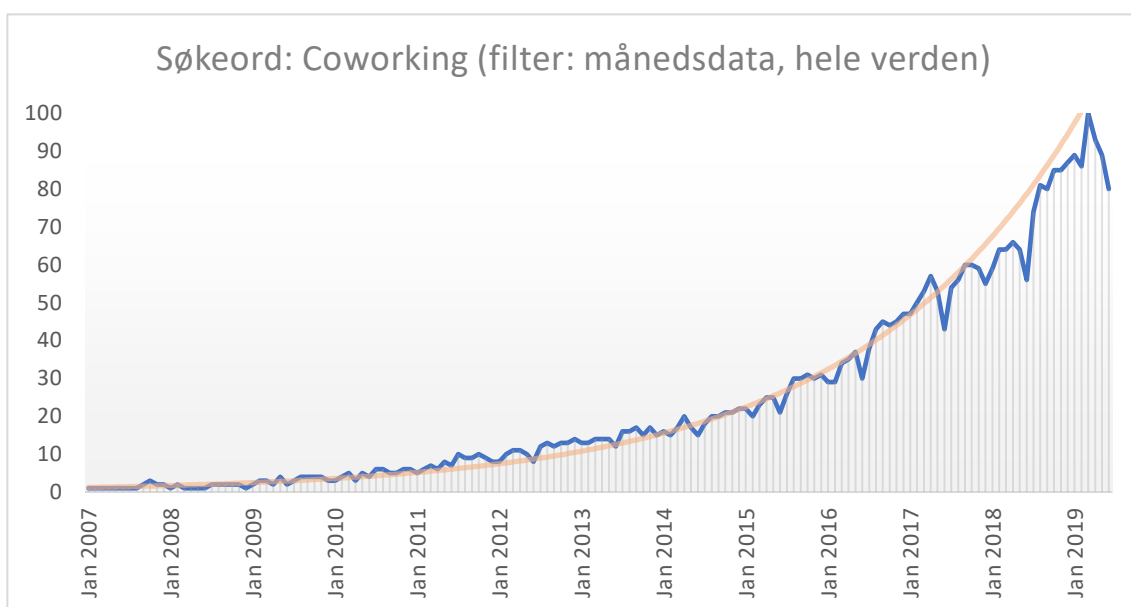
arbeidsmetode som la til rette for «working together as equals» (Deskmag, 2018; De Koven, 2013). Han mente at mennesker og forretningsverden (den gang) var for isolert og hierarkisk organisert til at folk kunne samarbeide uten å ha en konkurrerende tilnærming til arbeidet. Hans metode skulle istedenfor støtte uavhengige individers selvstendige arbeid i et fellesskap, uten konkurranseinstinkt. På denne måten skulle man dele kunnskap og erfaringer eller søke hjelp fra andre deltakere uten å bekymre seg for konkurransen.

Like før årtusenskiftet åpnet et sted kalt 116 West Houston (senere omdøpt Nutopia) i New York City. Dette var en arbeidsklubb for kreative yrker, og i et intervju (Kistner, 2004) gjort med grunnleggeren John McGann, forteller han at det er «fellesskapet som skaper verdi (...) folk er her for å arbeide. Hvis du er rundt 20 andre personer som arbeider, skapes det en energi som inspirerer deg (...) Hvis du setter opp vegger er det ikke noe poeng. Hvorfor er folk i samme rom da?», spør han. Samme år åpnet 42 West 24 (i dag kalt Antelope), også i New York City. Dette var drevet av et programvareselskap som leide ut pulter til enkeltpersoner eller grupper, med korte oppsigelsesfrister. Deskmag (2018) hevder dette stedet på mange måter ble en av blåkopiene til «flex space»-industrien på grunn av det fraværende fokuset på fellesskap. De forteller videre at i kjølvannet av dot com-boblen, da mange mistet jobben i tech-sektoren, vokste dette stedet i antall brukere, som rettet seg mot nettopp disse arbeidstakerne.

I 2002 åpnet stedet «Schraubenfabrik» i Wien. De hevder på sin egen nettside at de fra åpningen drev det vi i dag kaller et coworking-senter, men betegnelsen fantes ikke den gang og ble derfor åpnet som et «entrepreneurs center». Stedet er operert under paraplyorganisasjonen Konnex Communities, som er regnet for å være det første lokale nettverket for coworking-sentre (Deskmag, 2018).

Det første offisielle stedet som bruker betegnelsen coworking, ble startet av Brad Neuberg i 2005 i San Fransisco. Arealene var en del av et hus kalt Spiral Muse som fokuserte på velvære. Neuberg hadde som mål å kombinere strukturen og fellesskapet i en kontorjobb med frilansarbeidets frihet og uavhengighet (Jones, Sundsted, og Bacigalupo, 2009; Bostman og Rogers, 2010; Parrino, 2013, referert i Kojo og Nenonen, 2017). Stedet ble drevet som et nullprofitt-konsept og var tilgjengelig kun to dager i uken, for maksimalt 5 personer. På den originale hjemmesiden (se ref.: codinginparadise) opplyses det at man fikk en kontorpult med tilgang til internett, grøntarealer, kjøkken og andre velværefasiliteter inkludert i leien, men viktigst av alt: hjelp til å sette mål for arbeidet, og hjelp til å nå de satte målene.

Siden 2005 har det vært en kontinuerlig vekst og utvikling av konseptet. Ved utgangen av 2008 var det anslått at det eksisterte 160 coworking-sentre over hele verden, og bare to år senere var det om lag 600. Mer enn halvparten av disse var lokalisert i USA. Allerede i 2012 var antallet på over 2000, og i starten av 2013 var det rapportert at mer enn 100 000 personer jobbet i coworking-sentre (Deskmag, 2018). Fra 2015 til 2018 vokste antall sentre med over 3000 i gjennomsnitt hvert eneste år, mens antall brukere vokste fra drøyt en halv million til 1,65 millioner mennesker i samme periode (ibid, 2019). Tallene forteller om en eksplosiv vekst og kan til dels reflekteres i allmenhetens interesse og nysgjerrighet for konseptet, som vist ved figur 1. Grafen viser søkeinteressen over tid relativ til toppunktet i grafen, der 100 er det mest populære tidspunktet. Fra starten av 2007 til utgangen av 2019 har bruken av søkeordet vært eksponentiell.



Figur 1: Søkeord: Coworking (Kilde: Google Trends)

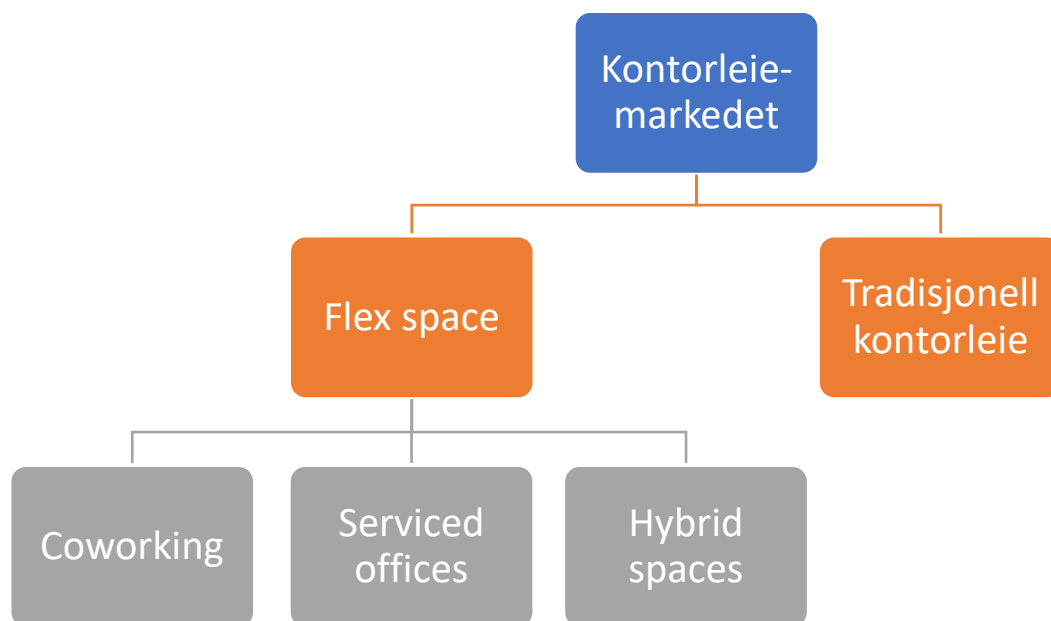
Deskmag bruker utelukkende begrepet coworking i sine rapporter, og det sås tvil rundt kriteriene for hva som faller innunder deres definisjon. Mange markedsfører seg med «coworking-arealer» selv om de egentlig «bare» driver et serviced office. Samtidig er det flere aktører som i utgangspunktet driver serviced offices, men som allikevel har en liten andel coworking-arealer i sine sentre. Hvorvidt alle arealene eller bare coworking-arealene er en del av statistikken til Deskmag, kommer ikke klart frem.

Generelt skiller det lite mellom konseptene i rapporter og studier, hvilket kan sees i sammenheng med at coworking i seg selv er lite definert. Parallelt med økt popularitet, har spredningen i modeller og design økt, noe som har resultert i at begrepet i stor grad

brukes om de fleste konsepter som skiller seg fra tradisjonell leie av kontorer (Kojo og Nenonen, 2017).

### 1.3. Flexible workspace (flex space)

I en forretningsammenheng er det avgjørende å ha sammenliknbare elementer for å kunne gjøre gode analyser. Coworking som definisjon er upresist og bransjeaktørene forholder seg derfor (ofte) nøkternt til bruken av begrepet. «Flexible offices», «flexible workspace» og «shared workspace» er begreper som går igjen i mange markedsrapporter. Aktørene bruker ikke nødvendigvis samme begrep, men presiserer i sine analyser og markedsrapporter hvilke(t) de bruker og hva de(t) innebærer (Cushman & Wakefield, 2019; The Instant Group, 2018; DNB Næringsmegling, 2019). Til tross for ulike navn brukes de i hovedsak som samlebetegnelser for alle leieavtaler som faller utenfor det tradisjonelle kontorleiemarkedet (The Instant Group, 2018). Vi velger å bruke begrepet «flex space» (forkortelse av «flexible workspace») videre i oppgaven, og organiserer leiemarkedet for kontor som vist ved figur 2.



Figur 2: Organisering av konseptene i kontorleiemarkedet

Helt overordnet er kontorleiemarkedet et marked for leie av eksklusive bruksrettigheter til bestemte arealer for en gitt periode, og består av utleiere og leietakere. Tradisjonelt inngås de juridiske forpliktelsene direkte mellom en gårdeier (utleier) og leietaker, der leietaker også er brukeren av arealene. Leieavtalene er som regel til faste, markedsstyrte priser og har en fast varighet for å gi både brukeren (leietakeren) og gårdeier forutsigbarhet. Denne forutsigbarheten er avgjørende for gårdeiers investeringer, enten i forbindelse med anskaffelser eller tilpasninger for leietaker, likedan som for brukerens

virksomhet som skal drives fra arealene. Avhengig av størrelsene på arealene som leies ut, samt omfanget av tilpasninger som gjøres for brukeren, har leieavtalene normalt en varighet mellom 3 og 10 år.

Den største og mest definitive forskjellen mellom flex space-konsepter og tradisjonell kontorleie er hvem som er brukeren. Flex space-aktørene er både leietakere og utleiery, men aldri bruker og sjelden gårdeier. Leieforholdet mellom gårdeier og flex space-aktøren kan være gjort på tradisjonelt vis, men en av forutsetningene for inngåelsen er at det samme arealet skal leies ut igjen til en eller flere brukere. Dette er den største fellesnevneren for alle flex space-konsepter.

### **1.3.1. Serviced offices og hybrid space**

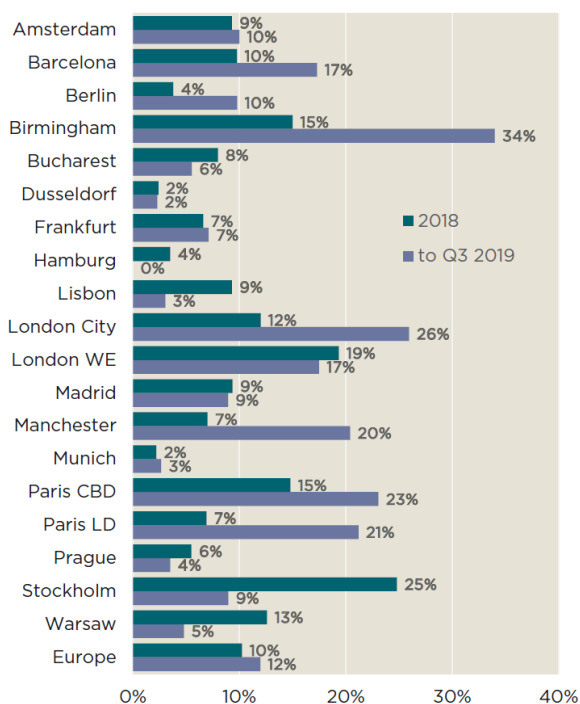
Serviced offices er ikke nytt relativt til coworking, og kan anses for å være det mest modne konseptet innenfor flex space-industrien. Idéen blusset opp på 1960-tallet til hvordan å effektivisere bruken av kontorarealer (Ellenfors & Waller, 2018), og likner på kontorhotell-konseptet (Gandini, 2013). I løpet av 1990-tallet vokste konseptet i Storbritannia som følge av nedgangstider, noe som fremprovoserte et skifte i leiemarkedet der behovet for kortere leiekontrakter ble større (McAllister, 2001). I korte trekk omhandler det utleie av kontorer i et full-service bygg, der utvalget varierer med bygg og aktør. Leietaker belastes ofte per person (eller pult) og tidsperspektivet på kontraktene er gjerne måneder istedenfor år. Som et minimum inkluderer leien typisk tilgang til fellesarealer (i tillegg til det eksklusive) med printer- og kopimaskin samt et mini-kjøkken, mens den personlige servicen ytes på bestilling. Servicetilbudene er typisk møblering av kontorene, mat, telekommunikasjon, møteromstilgang og resepsjonstjenester (Kojo og Nenonnen, 2017), men praktisk talt er det brukers behov og betalingsvillighet som setter en begrensning for tilbudet.

På mange måter kan man si at serviced offices som konsept, likner på coworking. Den største, og i noen tilfeller eneste, forskjellen mellom de er fokuset på felleskap, noe som til tider kan være vanskelig å nyansere. Dette kan blant annet være en forklaring til den utstrakte bruken av begrepet blant aktørene og brukerne. Der fellesskapet er et sentralt element i coworking, vektlegges det i utgangspunktet ikke i et serviced office og gjør bl.a. at spekteret av leietakere er bredere. Det er derfor heller ikke avgjørende om brukerne jobber i samme eller overlappende sektor og skaper et større mulighetsrom for organiseringen av det fysiske i bygget. Samtidig setter konseptet i teorien ingen begrensninger for brukernes størrelse, og et serviced office kan derfor like gjerne huse én eller flere større brukere som mange små, eller ulike kombinasjoner av disse.

Likheten mellom konseptene gjør at de også er mulig å kombinere – ikke nødvendigvis på samme overflate, men i alle fall samme bygg – og kalles «hybrid space» eller «managed office» (The Instant Group, 2018; JLL, 2019b; Cushman & Wakefield, 2019). Fra et forretningsperspektiv er dette en kombinasjon som kan brukes for å tiltrekke seg en enda bredere brukergruppe. Organiseringen av arealene avhenger av byggets planløsning, og størrelsene på hvert enkelt areal vil variere ut ifra den enkelte aktørs satsingsområde og vurdering av etterspørsel.

### 1.3.2. Utbredelse og vekst

Veksten for flex space-markedet generelt er lettere å tallfeste ettersom den omfatter alle leieavtaler som ikke faller inn under tradisjonell kontorleie. USA står for omtrent 40% av verdens flex-space arealer, mens resten er jevnt fordelt mellom Europa og Asia (inkludert stillehavsregionen). Ved utløpet av 2018 utgjorde segmentet sammenlagt i overkant av 1% av verdens kontormarked med drøyt 11 millioner kvadratmeter (Cushman & Wakefield, 2019). I USA har dette markedet hatt en årlig gjennomsnittsvekst på mellom 24% fra 2010 til 2017 (JLL, u.å.; CBRE, 2019), målt i areal, og anses som den største driveren for vekst det amerikanske kontormarkedet.



Figur 3: "Flexible office take-up as a % of total"  
Kilde: (Savills Research, 2019, s. 6)

I Europa har flex space-markedet også opplevd en kraftig vekst. Fra 2009 til 2013 har det vært en vekst i antall flex space-aktører på 127%, og antall sentre 98% (Colliers, 2019). De siste 5 årene har førstnevnte vokst med ytterligere 138% og antall sentre har nesten tredoblet seg. Ved utgangen av 3. kvartal 2019 stod flex space-konseptene for ca. 12% av alle inngåtte kontorleieavtaler i de største europeiske storbyene, mot 10% i 2018 (Savills Research, 2019). Storbritannia er det utvilsomt det største europeiske flex space-markedet med i overkant av 6 000 sentre medio 2019, der nærmere 30 % av disse ligger i London, og tilsvarer om lag 5 % av byens kontorvolum (The Instant Group, 2019b; Colliers, 2019). Prognosene

tilsier at veksten vil fortsette i et økende tempo og passere 10 000 sentre allerede mot utgangen av 2023 (The Instant Group, 2019b). Søylediagrammet på forrige side (figur 3),



utarbeidet av Savills Research (2019), viser andelen kontorarealer som er absorbert av flex space-konseptene i flere europeiske storbyer, målt i prosent av det totale volumet.

MESH i Oslo, etablert i 2012, regnes for å være et av de første coworking-senterne i Norge, og fenomenets historie starter sånn sett noen år senere her. De siste årene har man derimot sett en markant vekst i flex space-arealer, med Oslo som det desidert største markedet. Dog finnes det flex space-sentre i stort sett alle de største byene, og flere mindre byer og forsteder, særlig på Østlandet.

Mot slutten av 2019 var det registrert i underkant av 140 000 kvadratmeter fleksible kontorlokaler i Stor-Oslo, fordelt på mer enn 30 forskjellige aktører med ulike konsepter (Malling & Co, 2019). DNB Næringsmegling (2019) rapporterer i en undersøkelse at de 10 største flex space-aktørene stod for ca. 20% av alle inngåtte kontorleieavtaler i Oslo sentrum i 2018. I tillegg stod de, ifølge Akershus Eiendom (referert i artikkel på Næringseiendom.no, 2019), for ca. 30% av leieavtalene i Oslo CBD. De estimerer at flex space-konseptene utgjorde ca. 1,5% av det totale kontolvolumet i Stor-Oslo, men nærmere 3% i sentrum. På lik linje med prognosene for andre kontormarkeder i Europa, forventer også DNB at flex space-segmentet vil fortsette vokse i Norge. Allerede i 2023 er det forventet at volumet vil øke med 50 % i Stor-Oslo, mens det totalt i Norge vil tredoble seg. Et interessant funn fra DNB sin undersøkelse var at noen aktører de siste årene har inngått omsetningsbaserte leieavtaler.

Ved utgangen av 2019 satt det om lag 7 000 medlemmer i fleksible kontorer i Norge. Med en dekningsgrad på 63% i 2019, hadde flex space-aktørene ledig kapasitet til ytterligere 4 000 personer. Med videre etableringer av flex space-sentre forventes det at kapasiteten dobles i løpet av 2020, noe som igjen vil føre til at store deler av sysselsettingsveksten i tiden fremover dirkete eller indirekte kanaliseres inn i dette segmentet (Union, 2019).

### **1.3.3. Drivere for vekst**

Det er flere faktorer som driver etterspørselen etter flex space-arealer. En av de viktigste driverne ansees å være generell økonomisk usikkerhet (Savills, 2019; The Instant Group 2019), noe som gjør fleksibilitet mere attraktivt. Teknologitvillingen er som nevnt utrolig rask, og det blir stadig vanskeligere å forutse hvordan verdensbildet ser ut på kort sikt i en generell forstand. Denne uforutsigbarheten påvirker naturligvis også den enkelte virksomhet og det blir stadig vanskeligere å forutse selskapets økonomiske posisjon bare noen få år frem i tid. Ved å binde seg til flere års lange leieavtale risikerer man for eksempel å vokse ut av lokalene ved et lavt estimert fremtidig behov, eller å pådra seg for store irreversible kostnader som følge av et for drøyt estimat.

Den andre store driveren er at brukergruppen i seg selv vokser. Særlig er det andelen av befolkningen som jobber frilans, og mindre selskaper som for eksempel start-ups som påvirker denne i positiv retning. Disse utgjør en stor del av målgruppen for flex space-aktørene og henger i stor grad sammen med det som ble nevnt i forrige avsnitt. I tillegg ser man at andelen større selskaper som leier arealer av flex space-aktørene øker, og at denne vil veksten trolig vil fortsette. De større selskapene ansees for å være en av de viktigste driverne for fremtidig vekst (Knight Frank, 2018).

En annen årsak til at stadig flere større selskaper velger å ta i bruk fleksible kontorleieavtaler, kan være endringen i IFRS reglementet. The International Accounting Standard Boards (IASB) utviklet i 2016 en ny leiestandard, IFRS 16, som trådte i kraft 1. januar 2019 (IFRS Foundation, 2017). Formålet med den nye standarden er å forbedre finansiell rapportering for leieavtaler generelt, og sikre at det nesten blir umulig for leietakere å ikke balanseføre disse. Kort fortalt medfører endringen at langsiktige leieforpliktelser skal føres som gjeld i leietakers balanse, og leien som betales føres som avskrivninger og renter etter gitte regler. Den nye standarden gjør at det i større grad er enklere å se på sammenlignbarheten mellom forskjellige selskaper, samtidig som flere vil oppleve en endring i nøkkeltall som gjeldsgrad og resultat. Konsekvensen for mange vil derfor være at lånebetingelser, kredittrating og lånekostnader endres, samtidig som hvordan selskapet oppfattes utad (PWC, 2016).

Det er imidlertid gitt unntak for hva som er nødvendig å medregne som eiendeler og forpliktelser i balansen; eiendeler med lav verdi, som for eksempel en datamaskin, og kortsiktige leieavtaler definert til leieperioder kortere enn 12 måneder (EY, 2018; PWC, 2016). Som følge av IFRS 16 har det blitt diskutert om den vil være pådriveren for mange selskaper til å gå vekk ifra langsiktige leieavtaler for å unngå store gjeldsposter i balansen (Cushman & Wakefield, 2019). Unntaket i standarden - at leietaker ikke trenger å balanseføre leieavtaler kortere enn 12 måneder - har skapt forventninger om en høyere etterspørsel etter fleksible kontorleieavtaler.

#### **1.4. Kontormarkedet i Stor-Oslo**

For å sette tallene fra utbredelsen av flex space i Norge i perspektiv, gis en kortfattet presentasjon av nøkkeltall for Stor-Oslos kontormarked. Ettersom makroøkonomien er en viktig forklaringsvariabel for etterspørsel etter eiendom generelt (Geltner et al., 2014), gis det innledningsvis en kort oppsummering av den historiske utviklingen for de viktigste parameterne.

DNB Markets (2020) rapporterer at de makroøkonomiske faktorene for Norge generelt, har vært forholdsvis positive de siste 5 årene. Etter nedgangstiden som følge av oljeprisfallet i 2015, har norsk økonomi stabilisert seg. Arbeidsledigheten har normalisert seg på ca. 4% de siste 3 årene, BNP-veksten opprettholdt et gjennomsnitt på ca. 2% samt et forholdsvis lavt, men positivt nivå på styringsrenten. Til sammenlikning har styringsrenten vært negativ iblant annet i Eurosonen. De to siste årene har også vært preget av den samme utviklingen, til tross for en verden preget av politisk uro som Brexit-situasjonen og handelskrigen mellom USA og Kina.

#### **1.4.1. Leiemarkedet**

Det norske leiemarkedet har vært vitne til store endringer de siste årene. Fra 2015 har kontorledigheten i Stor-Oslo gått ned fra 8,5% til 5,2% ved utgangen av 2019, ifølge Malling & Co (2019). Eiendomsspar melder derimot om en kontorledighet i Stor-Oslo på 4,4%, men skyldes trolig ulik geografisk avgrensing på datautvalget. Kontorledigheten er fremdeles på det laveste i sentrum av Oslo på knapt 4%, mens Oslo øst og -vest har henholdsvis 6% og 7%. Videre er prognosene at ledigheten vil øke gradvis i 2020, som etter hvert som flere prosjekter nærmer seg ferdigstillelse (Malling og Co, 2019). JLL (2019a) rapporterer at ved utgangen av 2019 var det totale volumet av signerte kontorleieavtaler i Oslo på omtrent 550 000 kvadratmeter, fordelt på 627 leiekontrakter.

Parallelt med nedgangen i ledighet har kontorleiepriser i sentrale områder økt, og «prime» leiepriser per kvadratmeter i CBD steg fra 4 500 ved utgangen av 2018, til 4 900 i 2019. Leienivåer opp mot 6 000 er imidlertid registrert på enkelte arealer i utvalgte bygg med topp beliggenhet. Fremover forventes leienivåene å øke med 5 - 15% årlig i CBD på grunn av lav netto forsyning av nye kontorlokaler. De perifere områdene har ikke sett den samme økningen i leienivåer, og spesielt de østlige delene av Oslo opplever et høyere prispress på grunn av sterk konkurranse fra nye prosjekter (JLL, 2019a).

#### **1.4.2. Transaksjonsmarkedet**

Transaksjonsmarkedet for næringseiendom i Oslo og Akershus har de siste årene hatt et historisk gjennomsnittlig transaksjonsvolum fra 2015 til 2018 på 54 milliarder norske kroner (mrd. NOK). Ved utgangen av 2019 var det totale transaksjonsvolumet i dette geografiske området på under 40 mrd. NOK. Det var nedgang i omsetning blant alle segmentene, men kontorsegmentet opplevde den største nedgangen med en omsetning på 17 mrd. NOK, mot 26 mrd. i snitt de fire foregående årene (DNB næringsmegling, 2020).

Prime yield i Oslo sentrum var mot utgangen av 2019 på 3,60%, mens «normal» yield i sentrum lå omtrent 4,20 % (Malling & Co, 2019; DNB Næringsmegling, 2020). På bakgrunn av et stort etterspørselsoverskudd, forventningen om en flate renteutvikling og et fortsatt sterkt leiemarked, er det forventet at yield-utviklingen vil holde seg på dette nivået.

### **1.4.3. Utviklingsindustrien**

Data fra Eiendomsspar (2020) sin studie viser at den årlige gjennomsnittlige tilførelsen av kontorarealer i Stor-Oslo har vært ca. 130 0000 kvadratmeter i de siste 4 årene. I 2019 ble det ferdigstilt om lag 150 000 kvadratmeter, og det forventes at denne vil være omtrent samme nivå i 2020. Dog antydes det en økning i antall påbegynte prosjekter med ferdigstillelse i påfølgende år, og det ligger derfor an til at antallet i 2021 vil være nærmere 200 000.

## **1.5. Problemstilling**

Flex space-industrien virker å ha fått ett sterkt fotfeste i verdens kontormarked. Konseptene fyller et vakuum i markedet ved å tilby fleksible kontorleieavtaler til blant annet brukergrupper som ellers ville jobbet hjemmefra, en kafé, et bibliotek eller lignende. De siste få årene har vi derimot også sett at større virksomheter også finner flex space-konseptene attraktive.

Av den gjennomgåtte litteraturen er det ikke skrevet, forsket eller utredet hvordan dette har påvirket, eller kan påvirke kontormarkedet, og det finnes i utgangspunktet lite forskning om konseptene fra et eiendomsfaglig perspektiv.

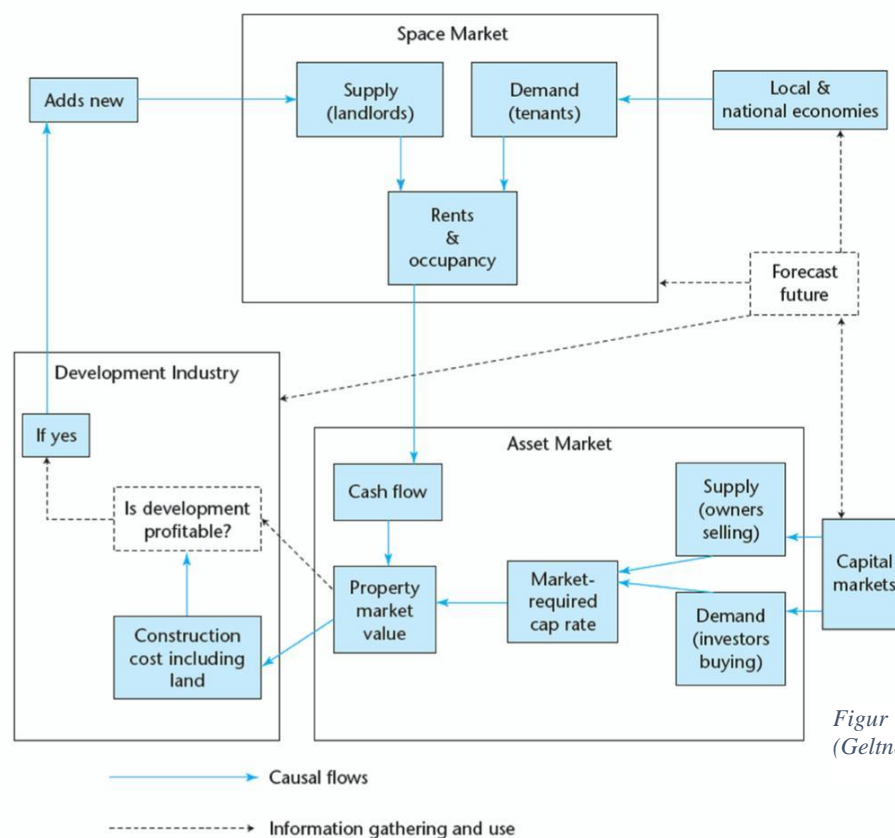
Leietakeren er livsgrunnlaget for næringseiendomsbransjen, og eiendomsutviklere forsøker kontinuerlig å balansere forholdet mellom tilbud og etterspørsel i leiemarkedet. Flex space-aktørene er en «ny» gruppe leietakere som baserer sin forretningsmodell på utleie av de samme arealene de selv leier inn. Dette, sett i lys av den eksplosive veksten, baner vei for et skifte i leiestrukturene i kontorleiemarkedet. I denne oppgaven ønsker vi derfor å gå dypere inn i flex space-industrien fra et eiendomsfaglig perspektiv, og undersøke hvordan dette har påvirket kontormarkedet og følgelig eiendomsutviklingsindustrien. Vi vil ta for oss Stor-Oslo regionen som vårt geografiske område da den største andelen av flex space-arealer og aktører i Norge holder til her. Dette av hensyn til informasjonstilgang og fordi vi begge har en personlig tilhørighet til denne regionen. Vi har derfor valgt oss en overordnet problemstilling:

«Hvordan har flex space-industrien påvirket kontormarkedet i Stor-Oslo?»

## 2. Teori

### 2.1. The Real Estate system

Geltner et. al (2014, s. 26-29) sin modell «The Real Estate System» (figur 4) illustrerer markedet for næringseiendom som et system bestående av 3 undermarkeder; space market (leiemarkedet), asset market (eier-/transaksjonsmarkedet) og development industry (utviklingsindustrien). Det eksisterer en gjensidig avhengighet mellom undermarkedene, og en endring i ett av markedene vil påvirke de to øvrige. I tillegg til undermarkedenes mekanismer illustrerer modellen også hvordan øvrige kapitalmarkeder påvirker henholdsvis transaksjonsmarkedet og leiemarkedet likedan som lokal og nasjonal økonomi. Spådommer om fremtiden har også en påvirkning på hvert enkelt marked.



Figur 4: The real estate system (Geltner et. al, 2014, s. 27)

#### 2.1.1. Makroøkonomiens påvirkning på eiendomsmarkedet

All økonomisk aktivitet krever uten unntak fast eiendom til å utøve aktiviteten på, i en eller annen form. Frem til den digitale æraen kan man si at dette har vært svært synlig, men etter internettets fremvekst har dette blitt mindre åpenbart. Digitalt tilvirkede produkter og tjenester kan være gode eksempler som tilsynelatende ikke krever eiendom. Allikevel vil produktene i dette tilfelle ha behov for servere, som vil kreve et areal. Utviklingen i lokal og nasjonal økonomi en av de største indikatorene for etterspørselen

etter næringseiendom, slik modellen illustrerer. Endringer i markedet for næringseiendom henger derfor ofte sammen med endringer i makroøkonomien.

### **2.1.2. Leiemarkedet**

Leiemarkedet er å forstå som forholdet mellom tilbud og etterspørsel etter eiendom for leie. I dette markedet er det interaksjonen mellom partene utleier og leietaker som danner et nivå for leibeløp og graden av utleide arealer i markedet. Gjennom en leiekontrakt gis en leietaker eksklusiv bruksrett til et bestemt areal for en bestemt periode, mot et bestemt vederlag til utleieren som skaper en kontantstrøm. Det er viktig å påpeke at utleier ikke nødvendigvis også er gårdeieren, men kan være en leietaker og kalles i så fall «fremleier». Etterspørselen i dette markedet styres primært av makroøkonomiske faktorer, som beskrevet tidligere, og tilbudet styres av tilgjengelige arealer innen det aktuelle arealformålet (Geltner et al., 2014, s. 26).

### **2.1.3. Eiermarkedet**

Eiermarkedet er å forstå som markedet for kjøp og salg av hjemmel/eierskap til eiendom med den tilhørende kontantstrømmen. For en investor vil eiendom være en av mange investeringsmuligheter, på lik linje med andre eiendeler i kapitalmarkedet som aksjer og obligasjoner. Der aksjer (potensielt) skaper utbytte, og obligasjoner renter, skaper en eiendom avkastning gjennom leieinntekter. Markedsverdien for næringseiendom er som regel derfor et produkt av eiendommens fremtidige kontantstrøm og kjøperens krav til avkastning for den samme kontantstrømmen. I den grad en eiendoms kontantstrøm gir en høyere avkastning enn en annen finansiell eiendel i kapitalmarkedet, vil det være et insentiv for en investor til å plassere penger i denne eiendommen. (Geltner et al., 2014, s. 26-27)

### **2.1.4. Utviklingsindustrien**

Utviklingsindustrien er den delen av systemet som skaper balanse mellom tilbud og etterspørsel i leiemarkedet. For å øke eller redusere tilbudet innen en gitt næring må det enten bygges nytt eller eksisterende eiendom må konverteres fra det eksisterende arealformålet til det aktuelle formålet. For at utvikling skal skje må det være lønnsomt å utvikle en eiendom fra et formål til et annet, tatt risiko og fortjeneste i betraktning. Ofte er det tidkrevende å øke tilbudet på næringseiendom ettersom det tar tid å bygge et bygg, og eventuelt omregulere eiendom. Her er det viktig å påpeke at regulering av eiendom er bestemt av lokale myndigheter, basert på nasjonale føringer, og er derfor til dels politisk styrt. I et lengre tidsperspektiv skaper disse «begrensningene» derfor regelmessige

svingninger i markedet der leiekontrakter kan forhindre muligheten for konvertering, i tillegg til den tiden det tar å konvertere (Geltner et al., 2014, s. 27-28).

## **2.2. Verdivurdering av næringseiendom**

Verdivurdering generelt er på ingen måte eksakt vitenskap, men det er avgjørende å ha en anelse om hva markedsprisen for en næringseiendom kan være i en finansierings- eller investeringssammenheng (Brueggemann og Fisher, 2011). Markedsprisen i et frikonkurransemarked er et resultat av at selger og kjøper møtes og en transaksjon skjer. Prisen dannes reelt sett ved at selgers prisforlangende for en mengde varer, tilsvarer kjøpers betalingsvillighet for den samme mengden (Grønn, 2011). Kjøp og salg av eiendom bygger på de samme prinsippene, men i motsetning til konsumvarer, genererer (hovedsakelig) næringseiendom en kontantstrøm som påvirker vurderingene som legges til grunn for både selgers prisforlangende og kjøper betalingsvillighet.

Ifølge Brueggemann og Fisher (2011) eksisterer det to tilnæringer for å vurdere markedsprisen for inntektsgivende eiendom, der disse gjerne kombineres for å skape et best mulig grunnlag, men avhenger av tilgangen på informasjon. Den første tilnærmingen baseres på solgte, sammenliknbare objekter. For å kunne gjøre en god vurdering er det viktig at objektene i høyeste grad er sammenliknbare, men det vil alltid forekomme mindre justeringer som følge av at all eiendom er unik. Justeringene foretas i forhold til variasjonen i objektene kvalitet, estetikk, alder, fasiliteter, størrelse, lokasjon og leiepriser.

Den andre tilnærmingen er basert på inntektsstrømmen en eiendom gir, og det finnes flere modeller og fremgangsmåter som kan anvendes for å estimere verdien for en næringseiendom. Vi ønsker å redegjøre for de to mest brukte modellene for verdsettelse av næringseiendom: nåverdimodellen og multiplikatormodellen (Ibid, 2011; Bratsberg og Olaisen, 2011).

### **2.2.1. Nåverdimodellen**

Nåverdimodellen er i korte trekk en modell som beregner nåverdien av flere kontantstrømmer for en gitt tidsperiode. Netto leieinntekt (nettoleie) tilsvarer en driftsoverskuddet til en eiendom i det respektive året. Hvert års kontantstrømmer neddiskonteres med et valgt avkastningskrav der summen av disse gir nåverdien. Tidsserien er i teorien valgfritt, men bør med fordel gjenspeiles i varigheten på de(n) sikre inntektsstrømmen(e) til eiendommen. Ved ulik levetid på inntektsstrømmene kan for eksempel et vektet gjennomsnitt av levetiden anvendes.

Ifølge Brueggemann og Fisher (2011) kan nåverdien av flere kontantstrømmer utledes som vist under

$$NV = \frac{KS_1}{(1+r)^1} + \frac{KS_2}{(1+r)^2} + \frac{KS_3}{(1+r)^3} \dots \frac{KS_n}{(1+r)^n}$$

$NV = \text{Nåverdi}$

$KS = \text{Kontantstrøm}$

$n = \text{periode}$

$r = \text{avkastningskrav}$

I et annet viktig element i modellen er restverdien på objektet man kjøper ved periodens slutt, typisk realisert ved salg av eiendommen. Bygninger har som regel en svært lang levetid, avhengig av kvaliteten på konstruksjonen og graden av vedlikehold, og det er derfor ikke uvanlig at et bygg skifter eier flere ganger. Restverdien regnes som inntekt i kontantstrømmen fra den avsluttende perioden, og er i dette tilfellet beregnet ved bruk av multiplikatormodellen (presenteres i 4.2.2.). I tabell 1 under vises et enkelt eksempel på en nåverdiberegning for en 15 års kontantstrøm med 8% avkastningskrav. Leien KPI-reguleres med 2% hvert år gjennom perioden og kostnadene er forutsatt uendret.

Periode	0	1	2	3	4	5	...	15
Nettoleie	-	10 000	10 200	10 404	10 612	10 824		13 195
Restverdi								219 913
Diskontert KS		9 259	8 745	8 259	7 800	7 367		73 485
<b>Nåverdi</b>	<b>165 280</b>							

Tabell 1: Kontantstrøm og nåverdi

Nåverdien representerer verdien av objektet ved å eie det i 15 år og kan regnes for å være byggets verdi i en investeringssammenheng, med de gitte forutsetningene. Enkelt sagt vil alle kjøpesummer lavere enn nåverdien gi en lønnsom investering i dette scenarioet.

Den største fordelene ved bruk av denne modellen er at den gir mulighet til å vurdere og detaljere enkeltelementene for hver kontantstrøm. Jo mer presis informasjon man har om inntekts- og kostnadselementene for hvert år, desto mer korrekt kontantstrøm og følgelig estimert verdi. I realiteten blir dette allikevel til en viss synsing, ettersom ingen kan forutse alle fremtidige hendelser. Desto lenger ut i perioden man gjør antakelser, desto mindre sikre blir vurderingene (Brueggemann og Fisher, 2011).

### 2.2.2. Multiplikatormodellen

Multiplikatormodellen, også kalt yield-modellen, er i korte trekk en forenklet variant av nåverdmodellen. Modellen tar også utgangspunkt i nettoleien, men kun for ett enkelt år, og forutsetter derfor at det også er representativt for alle påfølgende år (Brueggemann og



Fisher, 2011). Multiplikatoren er kvotienten mellom salgpris og netto kontantstrøm, og ved bruk av modellen for å finne salgpris utledes formelen som

$$Verdi = Nettoleie \times multiplikator$$

Ifølge Brueggemann og Fisher (2011) er multiplikatoren et resultat av avkastningskravet ( $k$ ) fratrukket forventet årlig vekst i netto kontantstrøm ( $g$ ) og utledes som

$$Multiplikator = \frac{1}{(k - g)}$$

Vi viderefører tallene fra eksempelet over og fastsetter at  $k = 8\%$  og  $g = 2\%$ . Med utgangspunkt i første års kontantstrøm vil eiendommens verdi være

$$Verdi = 10\,000 \times \frac{1}{(0,08 - 0,02)}$$

$$Verdi = 10\,000 \times 16,67$$

$$Verdi = 166\,700$$

Ved bruk av nåverdimodellen resulterte verdien i 165 280, altså 1 420 lavere enn ved multiplikatormodellen.

#### 2.2.2.1. Forholdet mellom multiplikator og yield

I eiendomsbransjen er begrepet «yield» svært mye brukt i forbindelse med verdsettelse. Forholdet mellom multiplikatormodellen og yield utledes som

$$Verdi = \frac{Nettoleie}{Yield} \quad \text{der} \quad Yield = \frac{1}{Multiplikator}$$

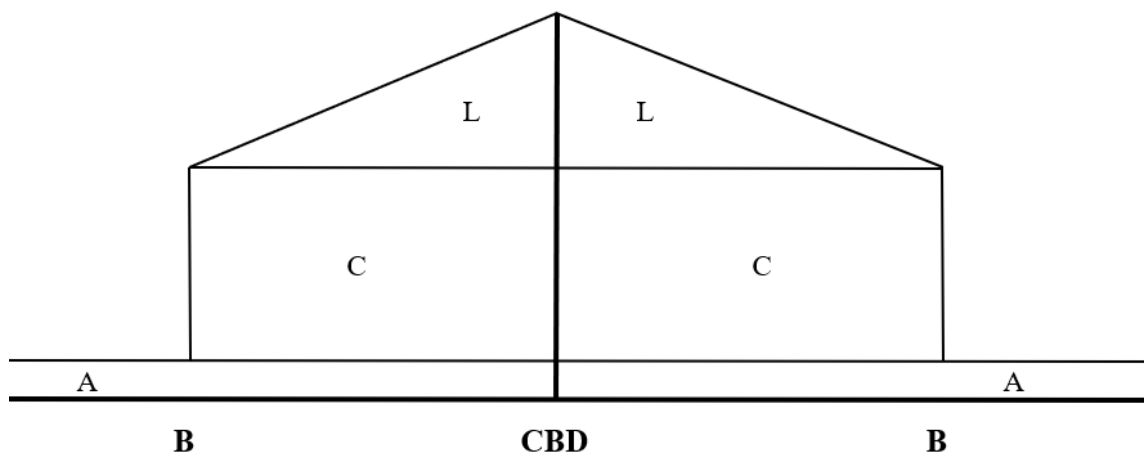
Yielden vil derfor alltid synke som en konsekvens av at multiplikatoren øker, hvilket er en effekt av at avkastningskrav reduseres. Denne effekten er illustreres i tabell 2 (neste side) med nettoleien fra eksemplet presentert tidligere. Avkastningskravet gjenspeiler blant annet kravet til tilbakebetaling som følge av at en aktør tar risiko. Eiendom som er forbundet med lav risiko vil derfor alltid ha en lavere yield enn eiendom med høy risiko. I korte trekk knyttes det lav risiko til eiendom med god beliggenhet og standard, med høye leieinntekter fra solide leietakere. I eiendomsbransjen sier man ofte at de «beste» eiendommene er de som oppnår det man kaller for «prime rent» og «prime yield».

Nettleie	k	g	Multiplikator	Yield	Verdi
10 000	8,00 %	2,00 %	16,67	6,00 %	166 667
10 000	7,75 %	2,00 %	17,39	5,75 %	173 913
10 000	7,50 %	2,00 %	18,18	5,50 %	181 818
10 000	7,25 %	2,00 %	19,05	5,25 %	190 476
10 000	7,00 %	2,00 %	20,00	5,00 %	200 000
10 000	6,75 %	2,00 %	21,05	4,75 %	210 526
10 000	6,50 %	2,00 %	22,22	4,50 %	222 222
10 000	6,25 %	2,00 %	23,53	4,25 %	235 294
10 000	6,00 %	2,00 %	25,00	4,00 %	250 000
10 000	5,75 %	2,00 %	26,67	3,75 %	266 667
10 000	5,50 %	2,00 %	28,57	3,50 %	285 714
10 000	5,25 %	2,00 %	30,77	3,25 %	307 692

Tabell 2: Sammenhengen mellom multiplikator og yield

### 2.3. Monosentrisk bymodell

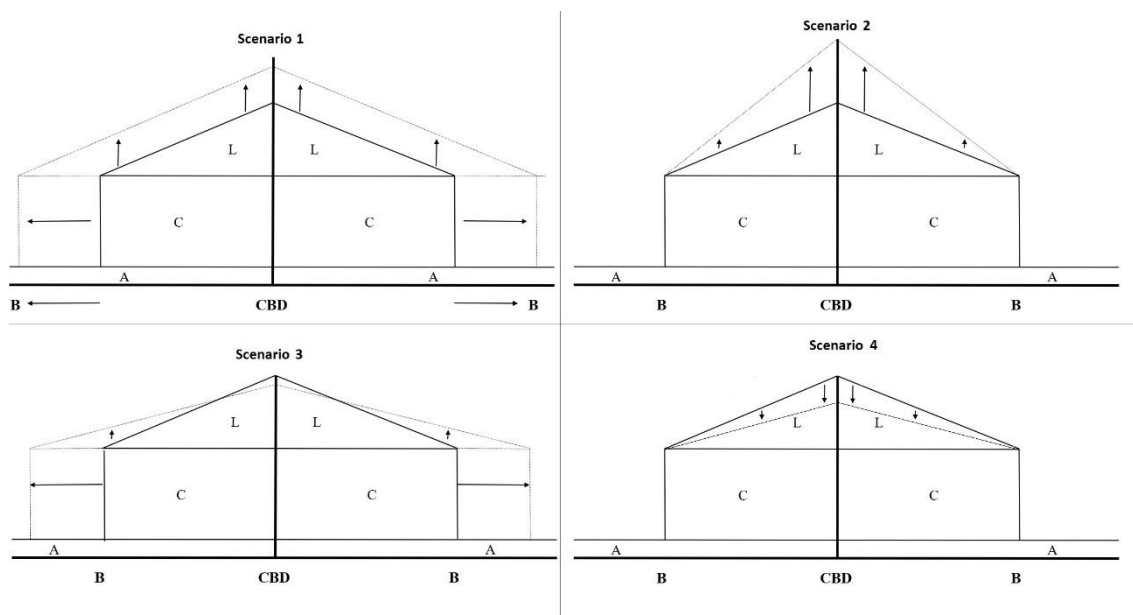
Den monosentriske bymodellen er en modell som forklarer prisen for eiendom i en by, og hvordan blant annet endringer i populasjonen og transportkostnader påvirker denne (Alonso, 1964; Mills, 1967; Muth, 1969). Modellen tar utgangspunkt i en by med et definert sentrum hvor majoriteten av byens arbeidsplasser befinner seg, og kalles Central Business District (CBD). Arbeiderne i byen reiser til dette sentrumet for å jobbe, noe som medfører en kostnad til transport i form av reisetid og eventuelt utgifter. Teorien tar utgangspunkt i at boligene i byen er spredt rundt CBD og danner en perfekt sirkel, som figur 5 viser et tverrsnitt av. Teorien hensyntar ikke terreng, noe som gjør at transportkostnaden blir lineær. På denne måten synker kostandene for en eiendom (L) med avstanden fra sentrum, som en kompensasjon for økte reisekostnader, målt per



Figur 5: Illustrasjon av kostander for eiendom basert på monosentrisk bymodell (rekonstruksjon fra Geltner et al. (2014), s. 69).

person per kvadratmeter. Det forutsettes også at kostnader for konstruksjon (C) er den samme uansett hvor du bygger, tomtene er identiske og at eiendom har en fast grunnverdi som landbruksareal (A).

Populasjonen og dens inntekter, transportkostnadene og byens størrelse er de viktigste forklaringsvariablene for hvordan prisene endrer seg. Endringene i en av de ulike variablene medfører forskjellige konsekvenser og illustreres best ved 4 ulike scenarioer, presentert ved figur 6 under.



Figur 6: Monosentrisk bymodell: Scenario 1-4 (rekonstruksjoner av Geltner et al. (2014), s. 70-74)

Scenario 1 forklarer konsekvensen av økt populasjon, dersom man holder transportkostnader og befolkningstetthet konstant. I dette tilfellet utvider byen seg, og forstørres i prinsippet modellen. Dette medfører høyere priser i CBD og den tidligere periferien, og er blant annet én av forklaringene til at man prinsipielt kan si at større byer vil generelt ha høyere gjennomsnittlige eiendomspriser enn mindre byer.

Scenario 2 illustrerer også effekten av en økt populasjon, men i dette tilfellet er *arealet* konstant og medfører en økning i befolkningstettheten. Transportkostnadene per person per kilometer er uendret, men antallet personer er økt og medfører derfor også en økning i kostnader for eiendom som følge av en høyere konkurranse.

Scenario 3 viser konsekvensen av reduserte transportkostnader, der de sparte kostnadene for innbyggerne går med til å kjøpe mer, eller «oppgradere», eiendom. Arealet øker som en konsekvens av at det nå er mer attraktivt å bo lenger ut i periferien, sett i lys av reduserte transportkostnader, sammenliknet med tidligere. I dette scenarioet faller også befolkningstettheten nær CBD som følge av en lavere konkurranse - en rak motsetning til

scenario 2. Konsekvensen av dette er at man vil oppleve en realnedgang i eiendomsprisene i dette området. Reduksjonen i transportkostnader har derfor en indirekte påvirkning på eiendomsprisene i sentrale områder.

Scenario 4 viser den alternative effekten av reduserte transportkostnader. I dette scenarioet blir ikke de sparte transportkostnadene allokert til eiendom, og medfører derfor heller ingen utvidelse av periferien. Istedenfor vil verdien til eiendommer nær CBD reduseres, relativt sett, som følge av reduksjonen i transportkostnadene.

Forbedring av infrastrukturen er vel det mest åpenbare, og kanskje mest effektive eksempelet på tiltak som fører til redusert transportkostnad. Digitale verktøy og telekommunikasjon vil derimot også ha en påvirkning på dette. For eksempel trenger man ikke nødvendigvis å dra til byen for å handle, men i stedet bestille varer via internett. For en kontorarbeider kan dette bety at man kan delta på et møte uten å være fysisk til stede.

Modellen er fortrinnsvis utviklet for å forklare prising av boligeiendom i byer, men kan i teorien også anvendes for alle andre former for eiendom. En hvilken som helst eiendom vil alltid ha definert hva som er sitt «sentrum» og modellen kan derfor brukes til å forstå plassering og prising av kommersiell eiendom så vel som bolig (Geltner et al., 2014). En logistikeiendom vil kanskje definere sitt sentrum som en godsterminal eller flyplass for å minimere kostnader til varetransport. For en utvikler som skal bygge studentboliger vil antakeligvis universitetet være sentrum. Kjøpesentre ligger ofte strategisk plassert slik at den gjennomsnittlige reisekostnaden for de potensielle kundene er lavest mulig. Kontorer ligger ofte på knutepunkter eller i nærheten av kollektivforbindelser, slik at arbeidstakerne kan komme enkelt til og fra jobb. Derfor finner vi ofte en stor andel kontorarbeidsplasser i CBD og i sentrum av byer.

#### **2.4. Polysentrisk bymodell**

Den monosentriske bymodellen tar som nevnt utgangspunkt i at alle arbeidsplassene finnes i CBD, hvilket ikke er praktisk overførbart i mange tilfeller (Geltner et al, 2014). Dette fordi flere større byer og byområder i mange tilfeller har en stor andel arbeidsplasser utenfor sentrumskjernen, gjerne lokalisert i klynger (kalt «employment subcenters» i litteraturen). På denne måten dannes det et eller flere sentre og byområdet får på denne måten en *polysentrisk* struktur. I en slik struktur blir byområdet generelt mer desentralisert og det tradisjonelle CBD vil stå for en mindre andel av arbeidsplassene relativ til totalen. Kollektivtransport kan designes for å betjene klyngene best mulig og på denne måten styrke deres attraktivitet blant arbeidstakerne. Antallet arbeidsplasser i

den enkelte klynge vil på denne måten påvirke graden av kollektivtransport, og følgelig byens politikk. I mindre klynger vil det være tilstrekkelig med for eksempel buss, mens det for større klynger kan være behov for tog for å balansere transportkostnadene for pendlerne (McMillen, 2001).

Geltner et al. (2014) hevder at en generell effekt av polysentrisme er at priskurven for eiendom vil flate ut. Når det utvikles flere klynger med en større blanding av funksjoner, jevnt fordelt utover et byområde, vil innbyggernes reiseavstander reduseres generelt sett. Dette vil redusere transportkostnadene per kvadratmeter uten å gå på bekostning av befolkningstetthet eller transportkostnadene per kilometer. Dermed kan et byområde vokse i både antall mennesker og areal uten at det vil få store konsekvenser for transportkostnadene, som det ellers ville gjort i den monosentriske bymodellen.

## **2.5. Forskningsspørsmål**

Den overordnede problemstillingen “hvordan har flex space-industrien påvirket kontormarkedet i Stor-Oslo?” er svært åpen, og kan lede til mange konklusjoner. For å kunne konkretisere vår konklusjon, ønsker vi å besvare flere forskningsspørsmål som baserer seg på teorigrunnet presentert i dette kapittelet.

På bakgrunn av modellen som forklarer eiendomsmarkedet som system (Geltner et al., 2014), og flex space-industriens vekstambisjoner, ønsker vi å gå dypere inn i hvilke effekter kontormarkedet kan forvente å oppleve som følge av veksten. Hovedfokuset rettes til leiemarkedet, men utviklingsindustrien som en balanserende markeds mekanisme vil kommenteres i denne sammenhengen. Vi har i den forbindelse utarbeidet følgende forskningsspørsmål:

- På hvilken måte kan flex space-industrien påvirke ledigheten i markedet?

I forbindelse med at det er nevnt bruk av omsetningsbaserte leiemodeller mellom gårdeiere og flex space-aktører, ønsker vi å undersøke hva disse modellene innebærer og hvilke konsekvenser det kan medføre for en eiendoms verdi, sett i lys av verdsettelsesteorien. Selv om flex space-konsepter er å anse som kontorer, er driftsmodellen og brukergruppene forskjellige fra tradisjonelle kontorer. Vi ønsker derfor å undersøke hvilken effekt dette kan ha for nærliggende eiendom. Svarene på følgende forskningsspørsmål vil også bli drøftet i sammenheng med utviklingsindustrien:

- Hvordan fungerer mekanismene i de omsetningsbaserte leiemodellene?
- Hvilken betydning kan leiemodellene ha for en eiendoms verdi?

- Hvilken betydning kan et flex space-konsept ha for verdien av nærliggende eiendom?

I henhold til den monosentriske bymodellen er det naturlig at flex space-konseptene i større grad legges til *der folk bor*, og kan etter teorien forsterke den polysentriske bystrukturen. Flex space-aktørene antyder at de i større grad vil ekspandere utenfor Oslo, og vi ønsker derfor å se på de langsiktige konsekvensene som følge av dette. Vi har i den forbindelse satt oss følgende forskningsspørsmål:

- Hvordan kan kontormarkedet i Stor-Oslo bli påvirket av at flex space-aktørene etablerer seg nærmere periferien?

### **3. Metode**

I dette kapittelet vil vi innledningsvis presentere hvordan vi systematisk har søkt og funnet frem den anvendte litteraturen, før vi gjennomgår den metodiske fremgangsmåten for innhenting av data til analysen.

#### **3.1. Litteraturgjennomgang**

Innledningsvis startet vi studien med en bred gjennomgang av litteratur om coworking, flex space-industrien generelt og kontormarkedet i Stor-Oslo. Hovedformålet med gjennomgangen har vært å opparbeide oss en god forståelse av temaet samtidig som vi har forsøkt å finne litteratur som er relatert til vår problemstilling. Vi har søkt i flere databaser, både nasjonale og internasjonale.

Innledningsvis i litteratursøket anvendte vi primært «coworking» som søkeord, men ved en gjennomgang av litteraturen så vi at dette var lite definert og et vidt brukt begrep. Senere har vi derfor anvendt «flexible workspace» i mye større grad for å finne litteratur som er direkte relatert til vår problemstilling. Vi har benyttet oss av en rekke litterære kilder, primært forskningsbaserte artikler, masteroppgaver og bransjerapporter. Disse har primært vært funnet gjennom nettbaserte søkemotorer og forskningsdatabaser som Brage, Oria, Google Scholar og CoworkingLibrary. Det er varierende muligheter for å sette kriterier i disse databasene, men i den grad det har vært mulig har vi satt kriterier om; publikasjonstidspunkt etter 2010, engelsk-, norsk eller svenskspråklig og åpen/gratis tilgang. Vi har ikke ekskludert forskning som ikke har vært publisert i vitenskapelige tidsskrifter, men vektlagt disse mindre. Samtidig tillater den sistnevnte databasen å inkludere/ekskludere resultater etter disiplin, noe vi i stor grad har hatt nytte av for ekskluderer definitivt irrelevant informasjon. I tillegg til de overnevnte søkemotorene og databasene har vi også brukt nettsteder og artikler fra bransjerelaterte tidsskrifter, som for eksempel Estate Media, i sammenhenger med beskrivelser av Stor-Oslos kontormarked.

Søkene er gjort med forskjellige enkelte søkeord, samt flere ulike kombinasjoner av søkerord for å innsnevre resultatene så mye som mulig, og sikre høyest mulig relevans. (Everett og Furseth, 2012). I vedlegg 1 presenteres en oversikt over resultatene fra de forskjellige søkene for de respektive databasene. Resultatene omhandlet i grove trekk masteroppgaver, forskningsartikler og andre publikasjoner som tar for seg coworking eller flex space i sammenheng med temaer som; business, strategi, helse -og miljø, delingsøkonomi, brukerpreferanser, viktigheten av lokasjon, effekten av designvalg, hvorfor noen velger å benytte seg av disse coworking-sentrene og andre sosioøkonomiske

-og kulturelle forhold. Vi kunne relativt raskt konstatere at det var skrevet nærsagt ingenting om flex space-industriens påvirkning på kontormarkedet eller eiendomsutviklingsindustrien, og generelt lite sett fra et eiendomsfaglig perspektiv (sett bort ifra arkitektur).

### **3.2. Analyseformål og forskningsdesign**

Formålet med analysen har vært å identifisere og gi innsikt i ulike elementer ved flex space-industrien som skiller seg fra den tradisjonelle måten kontormarkedet er drevet på, med den hensikt å avdekke hvordan disse kan ha påvirket kontormarkedet i Stor-Oslo.

På bakgrunn av problemstillingen og forskningsspørsmålenes karakter har vi valgt en kombinasjon av eksplorativt og deskriptivt forskningsdesign. Etter et bredt litteratursøk (presentert innledningsvis i kapittelet) fant vi lite informasjon som kunne gi svar på forskningsspørsmålene, og at det ville være behov for en eksplorerende tilnærming for å besvare disse. Samtidig tar flere av forskningsspørsmålene utgangspunkt i eksisterende teori og litteratur, og en deskriptiv tilnærming vil derfor, etter vårt syn, være nødvendig for å besvare den overordnede problemstillingen. På bakgrunn av dette mener vi at denne kombinasjonen vil være mest hensiktsmessige å anvende for dette studiet (Johannesen, Tufte & Christoffersen 2006; Gripsrud, Olsson & Silkoset, 2010).

### **3.3. Kvalitativ forskningsmetode**

Basert på problemstillingen, forskningsspørsmålene og studiens formål, fant vi en kvalitativ forskningsmetode å være den mest hensiktsmessige fremgangsmåten for datainnhenting. Dette fordi vi søker en dybdeforståelse av flex space-industrien i en konkret kontekst (Thagaard, 2008; Johannesen, Tufte & Christoffersen 2006). En kvantitativ forskningsmetode ville også vært krevende med den geografiske avgrensingen i problemstillingen, ettersom antallet bransjeaktører med relasjoner til konseptene i Stor-Oslo er forholdsvis begrenset.

Informasjonen har blitt innhentet gjennom dybdeintervjuer med ulike aktører i eiendomsbransjen, der svarene fra relevante spørsmål og utdypning av enkelte funn presenteres direkte i analysekapittelet. For å skape en best mulig forståelse ønsket vi utelukkende å intervjuer personer som hadde en konkret tilknytning til flex space-industrien gjennom drift av, eller utleie til flex space-konsepter. Utover dette har vi besøkt og observert flere lokasjoner med flex space-konsepter i Stor-Oslo, simpelthen for å få en bedre forståelse av temaet vi skriver om. Observasjonene har ikke vært relevante for å besvare problemstillingen, og kommer derfor heller ikke frem i analysen.



### **3.4. Gjennomføring av datainnsamlingen**

Som en del av gjennomføringen søkte vi innledningsvis Norsk senter for forskningsdata (NSD) om tillatelse til å gjennomføre datainnhenting. Søknaden innebar en beskrivelse av prosjektet, en redegjørelse for hvilke data som skulle innhentes og hvordan disse skulle behandles, særlig med tanke på personvern. Intervjuguiden ble utarbeidet som et ledd i denne søknadsprosessen, og samtidig de tre definerte utvalgene vi ønsket å rekruttere. Alle de nevnte dokumentene følger som vedlegg til oppgaven (vedlegg 2-5) Godkjennelse, og samtidig tillatelse til å gjennomføre intervjuene innenfor de gitte rammene, ble gitt 23.03.2020, 42 dager etter søknaden ble sendt inn.

#### **3.4.1. Definerings og rekruttering av utvalg**

Etttersom kontormarkedet består av leietakere (flex space-aktører i vårt tilfelle), utleiery og eiendomsutviklere var det naturlig å intervjuere personer fra alle disse gruppene. Vi ekskluderte brukerne på bakgrunn av deres manglende påvirkning på, og trolig lave innsikt i de elementene som kan ha en påvirkning på markedet. Vi definerte derfor 3 utvalg: flex space-aktører (konseptdrivere), utleiery og eiendomsutviklere, med spesifikke kriterier til hver enkelt.

For selve rekrutteringen av intervjuobjektene lagde vi en liste med navn på aktuelle personer vi ønsket å intervjuere. Disse ble stort sett identifisert gjennom befarings på aktuelle sentre, seminarer, nyhetsartikler eller søk på relevante selskapers hjemmesider. Samtidig stilte vi alle intervjuobjektene spørsmål om andre potensielle kandidater som kunne være aktuelle for intervju og fikk stort sett positiv respons. Vi henvendte oss til intervjuobjektene direkte gjennom e-post eller telefon. Vi henvendte oss til totalt 12 mulige intervjuobjekter hvorav 4 var konseptdrivere, 6 var gårdeiere og 3 utviklere. Det ene intervjuobjektet representerte både konseptdriver og gårdeier. Av disse ble 8 henvendelser besvart, men kun 5 gjennomført: 2 konseptdrivere og 3 gårdeiere.

De aller fleste av intervjuobjektene vi henvendte oss til har ledende stillinger i selskapene de representerer, og alle utenom ett av objektene har mellom 5 og 10 års erfaring fra kontorbransjen. Dette var ikke satte kriterier, men heller ønsker fra vår side med tanke på å styrke svarenes troverdighet (Drageset & Ellingen, 2011).

#### **3.4.2. Utarbeidelse av intervjuguiden**

For å få mest mulig relevant data lagde vi intervjuguiden tilpasset utvalgene. Dette ble gjort på bakgrunn av antakelser om at de potensielle informantene i hvert utvalg besitter ulike kompetanse og grad av kunnskap og forståelse om temaet. Intervjuguidene ble derfor

delt inn i 2 deler; en generell del, uavhengig av utvalget, og en spesifikk del for det konkrete utvalget. Vi anså det som viktig at spørsmålene ble formulert på en slik måte at intervjuobjektet hadde mulighet til å utbrodere sine svar, slik at de i høyest mulig grad kunne skape relevans for studien. Hensikten med guiden var at den først og fremst skulle fungere som en veileder for intervjuet, med mål om å skape en god interaksjon mellom forskerne (oss) og intervjuobjektet (Kvale & Brinkmann, 2009). Denne har derfor ikke vært fulgt slavisk gjennom intervjuene.

### **3.4.3. Etikk**

Ovenfor intervjuobjektene har vi forsøkt å etterfølge noen viktige etiske retningslinjer innenfor kvalitativ forskning (Drageset & Ellingen, 2011). Noen av retningslinjene vi har hatt høyt fokus på er informert samtykke, konfidensialitet og konsekvenser av at informantene deltar. Selv om vi ikke skulle behandle personsensitive opplysninger, var det viktig at intervjuobjektene hadde mulig til å uttale seg fritt. I forkant av hvert intervju ble det sendt ut et informasjonsskriv med en samtykkeerklæring som måtte aksepteres, men åpnet allikevel opp for at deltakerne fikk anledning til å stanse intervjuet når som helst. Alle har samtidig hatt rett og mulighet til å kreve sletting/sensurering av informasjon, uttalelser og andre opplysninger som har blitt delt underveis og i etterkant av intervjuene. Svarene er anonymisert og er ikke mulig å koble til den aktuelle informanten.

Det ble gjort opptak av intervjuene gjennom applikasjonen «Nettskjema-diktafon», utviklet av Universitet i Oslo, som på forhånd ble godkjent av NSD som en del av vår datahåndteringsplan. Opptakene er gjort via mobiltelefon, men lagret på eksterne servere som kun er tilgjengelig for utvalgte brukere. De eneste med tilgang til opptakene utenom oss selv er veileder, og på denne måten er personvernet ivaretatt.

### **3.4.4. utfordringer ved gjennomføringen**

Den største utfordringen som har hatt en påvirkning på gjennomføringen er situasjonen med covid-19-viruset som har pågått i Norge siden mars. Responsen på forespørsler om deltakelse til intervjuene har vært preget av dette, og medført at frafallet ble større enn antatt. I tillegg til dette måtte alle intervjuene avholdes gjennom digitale plattformer som “Microsoft Teams” og “Skype”. I seg selv har ikke dette vært en utfordring, men har i noen tilfeller medført konsekvenser for interaksjonen som følge av tekniske utfordringer. På en annen side opplevde vi også at enkelte intervjuobjekter hadde mer tid tilgjengelig for intervjuer på grunn av reduserte arbeidsmengder.

Påliteligheten til applikasjonen «Nettskjema-diktafon» har også vært nokså dårlig. Vi har i de aller fleste tilfellene opplevd tekniske utfordringer ved at enten opptak ikke har blitt lagret, eller applikasjonen «streiker» underveis. Derfor har vi i de siste intervjuene belaget oss på å notere svar underveis.

### **3.4.5. Kvalitet**

Antall gjennomførte intervjuer ble svært mye lavere enn hva vi hadde en forventning om, og samtidig hadde behov for. Den største mangelen er at vi ikke har fått intervjuet noen eiendomsutviklere, og går utover kvaliteten på den måten at man ikke lenger kan sammenlikne data fra alle de tre utvalgene, og svekker utvilsomt studiens gyldighet (Drageset & Ellingen, 2011). Samtidig fikk vi bekreftet gjennom intervjuene at enkelte momenter vi søkte svar på var vanskelig å konstatere på grunn av manglende statistisk grunnlag. Kort oppsummert vil vi med dette hevde at den generelle gyldigheten til studiet er forholdsvis lav.

Til tross for dette mener vi at påliteligheten (relabiliteten) jevnt over er god, på bakgrunn av intervjuobjektene sine posisjoner i de de virksomhetene de representerer og tilknytningen de har til et eller flere flex space-konsepter. Vi har reflektert noe over at intervjuer generelt kan bli påvirket av partiskhet, men spørsmålene er stilt slik at det vil være mindre aktuelt å besvare disse med den hensikt å fremheve seg selv eller virksomheten de representerer. Samtidig kan konsekvensene av å dele intervjuguiden i forkant av intervjuene medføre at informanten finner svar på disse i andre omgivelser enn ved intervjuet. I kun ett av tilfellene ble dette gjort, og man kan til en viss grad ane at dette har skjedd. Vi fikk dog inntrykk av at det gikk mest utover interaksjonen, ettersom vedkommende da hadde sett for seg en slavisk gjennomgang av spørsmålene. Det var en forholdsvis lav spredning i svarene på de generelle spørsmålene, noe som tyder på en god konsistens, dog en noe større spredning i de spesifikke spørsmålene (Drageset & Ellingen, 2011).

Det er vanskelig å konstatere om flere av studiens resultater er generaliserbare. I utgangspunktet analyserer vi deler av en bransje som tradisjonelt opererer med forskjellige standarder, noe som tilsier at funn av nye standarder kan potensielt være generaliserbart. Dog er utvalget i studien og den generelle representasjonen i det geografiske området såpass lavt at selv om flere av resultatene samsvarer, kan man ikke utelukke at man ville funnet andre svar om man hadde intervjuet andre personer eller et større utvalg. Vi vil på bakgrunn av dette hevde at studien til en viss grad er generaliserbar, særlig med tanke på leieavtaler.

## 4. Analyse

### 4.1. Påvirkningen på ledigheten i markedet

Et interessant moment ved konseptet er hvordan det kan påvirke ledigheten i et lokalt marked. Når det tegnes en avtale mellom en gårdeier og en flex space-aktør er eiendommen per definisjon utleid og henger til dels sammen med at kontantstrømmen til gårdeier er aktiv fra det tidspunktet. Det er derimot lite sikkert at eiendommen tas i bruk av brukerne umiddelbart, og det medregnes noe tid før en aktør klarer å fylle bygget opp til et forventet nivå. Ifølge to av intervjuobjektene, som representerer store internasjonale flex space-aktører, tar det i gjennomsnitt 2 år å nå målsetningen om 90 % utleiegrad på et nyåpnet senter. Med slike konsepter vil det derfor eksistere en ledighet i arealene over en lengre periode, i motsetning til tradisjonelle kontorleier hvor hele det leide arealet tas i bruk mer eller mindre umiddelbart. Denne ledigheten er det forventet at aktøren har medregnet i sine kalkyler, men markedet for øvrig har ikke nødvendigvis hensyntatt dette.

I et scenario der flex space-konsepter innenfor en relativt kort tidsperiode absorberer en høy prosentandel av kontorarealene i et lokalt marked vil det kunne skapes et kunstig lavt ledighetsnivå. Flere av senterne vil ha en lav utleiegrad i en lengre periode, kanskje lenger enn 2 år, som følge av den økte konkurransen om brukerne. Hvis summen av arealene i senterne har en ledighet på 70% vil det fortsatt rapporteres som fullt utleid i en markedssammenheng, og den samlede ledigheten i kontormarkedet har derfor gått ned. Det er naturlig at markedet vil tilpasse seg disse effektene, avhengig av tilgangen på informasjon om reell ledighet. I dette tilfellet vil det, ifølge teorien, medføre en prisvekst i det samme markedet på kort sikt, forutsatt uendret tilbud. Utviklingsindustrien kan på sikt forsøke å balansere dette ved å tilføre mer kontorareal til markedet.

Dersom dette scenarioet inntreffer, vil levedyktigheten til flex space-aktørene bli en viktig styringsfaktor for ledigheten i markedet. Med høy konkurranse er det lite sikkert at alle senterne vil overleve på sikt, og den reelle ledigheten kommer først til syne etter hvert som noen sentre fylles opp, og andre legges ned. Hvis tilbudet fortsatt er uendret, kan prisene i markedet stagnere eller oppleve en realnedgang som følge av den økte ledigheten. I tilfellet der tilbudet i samme periode er økt av utviklingsindustrien vil man oppleve et enda høyere ledighetsnivå. Dette skaper en enda større ubalanse i markedet, noe som kan resultere i en nominell nedgang i leieprisene.

Videre illustrerer scenarioet de potensielle effektene av en rask og eksplosiv vekst av volatile leietakere i et lokalt marked. I realiteten er det forventet at flex space-aktørene

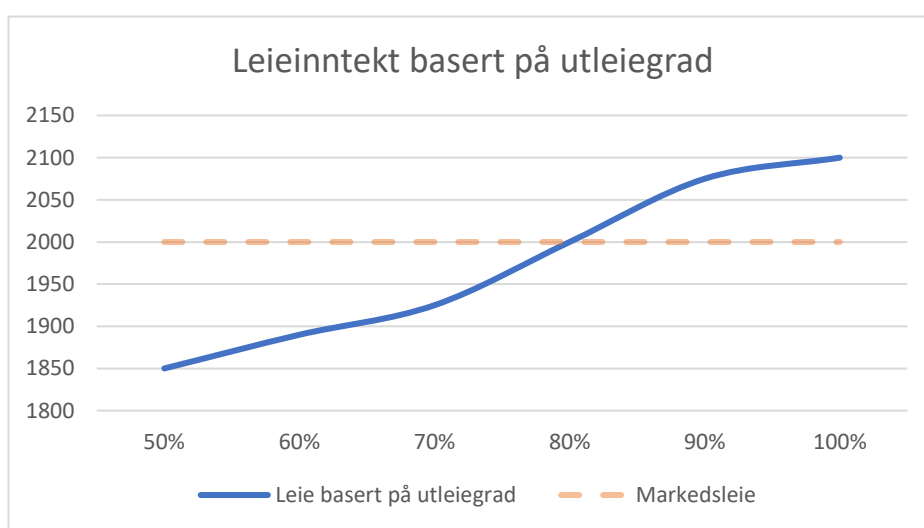
foretar grundige analyser av brukerens etterspørsel slik at dette vil balansere seg på sikt. Dog har veksten for flex space vært svært høy i enkelte markeder uten at man kan antyde en ende på denne veksten. Disse markedene vil være særskilt eksponert for denne effekten som følge av fleksibiliteten til aktørenes kontantstrømmer – spesielt i økonomiske nedgangstider.

Alle bortsett fra ett av intervjuobjektene anså en slik overetablering som den største trusselen for segmentet. Den ene sa seg ikke uenig, men hadde ingen formening om problemstillingen. Det er viktig å påpeke at alle intervjuene ble gjennomført samtidig som det norske samfunnet, og store deler av verden ellers, var nedstengt på grunn av covid-19-viruset. De intervjuede flex space-aktørene bekreftet en betydelig nedgang i utleiegrad og følgelig omsetning mellom desember 2019 og inngangen til april 2020, som følge av dette. Selv om det på verdensbasis har vært en noe avtakende vekst sett opp imot tidligere år, trodde de fleste også på at veksten ville bremse ytterligere.

## **4.2. Leiemodeller**

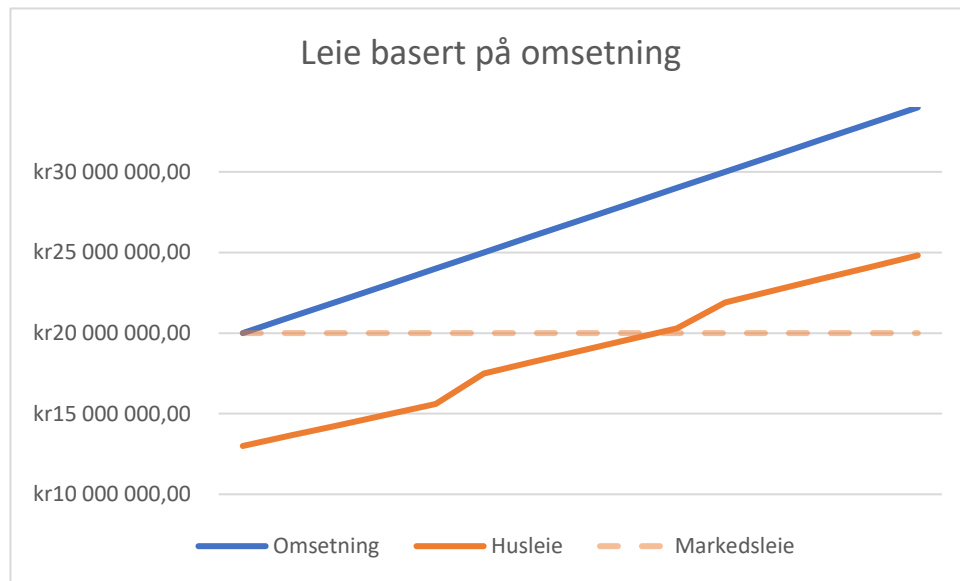
Gjennom intervjuene kommer det frem at flere av de store flex space-aktørene i Oslo i stor grad har anvendt tradisjonelle leieavtaler for å anskaffe arealer, men at denne trenden har snudd de siste 2-3 årene. Mye av årsaken til dette hevdes å være en kombinasjon av at utleiere ønsker en sikker kontantstrøm, likedan som at flex space-operatørene ønsker insentivet om profitt ved at omsetningen (per senter) overgår innleiekostnaden av bygget. Hele businessmodellen til flex space-aktørene er bygget på at man kan leie ut det samme arealet som man leier inn, til en høyere pris, der prisen er en kombinasjon av inntektene fra utleie og servicen som ytes. For eksempel, hvis en flex space-aktør leier inn 10 000 kvm for en årlig pris på kr. 2 000 per kvadratmeter, er nullpunktomsetningen lik den kostnaden, sett bort ifra administrasjons- og finanskostnader. Ergo er insentivet til flex space-aktøren å oppnå en samlet inntekt for utleie og service åpenbart over 2 000 per kvadratmeter. Utleieren oppnår derimot ingen høyere utleieinntekt dersom flex space-aktøren skulle oppnå kr. 3 000 per kvadratmeter. Dette har tilsynelatende flere gårdeiere blitt oppmerksomme på, og det viser seg å være en stadig økende trend å anvende såkalte «samarbeidsavtaler» for å dele både risiko og profitt. Intervjuobjektene har imidlertid ikke kunnet dele detaljer om disse avtalene, men grovt skissert mekanismene i to forskjellige leiemodeller hvor essensen i stor grad er lik; omsetningsbasert husleie og husleie basert på utleiegrad. Vi har derfor laget to modeller (figur 7 og 8) med fiktive tall for å kunne illustrere poengene.

Husleien som flex space-operatøren betaler er basert på flex space-aktørens utleiegrad av lokalene, med en minimumsleie i bunn. Figur 7 illustrerer en modell for en slik omsetningsbasert leieavtale. Markedsprisen for det samme arealet er definert til kr. 2 000 per kvadratmeter. Leien vil gjelde uavhengig av hvor mye areal som faktisk er utleid i en tradisjonell avtale, mens i den omsetningsbaserte leiemodellen beregnes leien ut ifra graden av utleie. I dette eksempelet er leien ved 80% utleiegrad tilsvarende markedsprisen, og i tilfellet der flex space-aktøren oppnår en utleiegrad lik 90% blir prisen 2 075 kr. per kvadratmeter. Differansen gir i dette tilfellet en økt leieinntekt for gårdeier, sammenliknet med markedsprisen, men risikerer også i motsatt tilfelle å få en redusert leieinntekt.



Figur 7: Leieinntekt basert på utleiegrad vs. markedsleie

Modellen der leie baseres på flex space-aktørens omsetning på den aktuelle lokasjonen, er i prinsippet lik, men hensyntar også inntekter fra servicefunksjoner. Husleien beregnes som «prosent av omsetning» og kan variere mellom ulike intervallnivåer av omsetningen. Figur 8 viderefører eksempelet der et bygg på 10 000 kvadratmeter har en markedspris på kr. 2 000, som gir en leie på kr. 20 000 000 ved en tradisjonell leiekontrakt. Andelen av omsetningen som tilfaller gårdeier øker (i dette tilfellet) med intervallnivåer på omsetningen, som i dette eksempelet er satt til hver femte million. Prosentandelen i dette eksempelet er henholdsvis 65, 70 og 73.



Figur 8: Leie basert på omsetning vs. markedsleie

Slike leieavtaler er ikke nytt for mange andre deler av næringseiendomsbransjen, som for eksempel detaljhandel, kioskvirksomhet og hoteller, men så vidt oss bekjent er flex space-segmentet den første til å implementere dette i kontormarkedet.

### 4.3. Effekten på eiendommens verdi

Det utradisjonelle med de ovennevnte leiemodellene er at husleien er variabel, og faktorene som påvirker den i høyeste grad private. I Geltner et. al (2013) sin modell, er leiemarkedet basert på et forholdsvis gjennomskiktig marked der leieprisene er faste (foruten om reguleringer) og stort sett forutsigbare. I samarbeidsavtaler, som presentert i foregående kapittel, blir kontantstrømmenes størrelser tildeles uforutsigbare da de i høyeste grad hviler på leietakers prestasjoner. På en annen side gir dette også utleier et insentiv for å bidra til at leietaker lykkes, utover håpet om at en kontrakt ønskes forlenget.

Kontoreiendom, som de fleste andre næringseiendommer, omsettes i stor grad på bakgrunn av kontantstrømmen eiendommen gir, eller kan gi. I tilfeller der kontantstrømmen er variabel og styres av leietakers prestasjoner, blir sannsynligheten for prestasjonene og tidspunktet for fullt utnyttet potensiale, avgjørende faktorer i spørsmålet om eiendommens verdi. Ifølge to av intervjuobjektene, som representerer internasjonale flex space-aktører, tar det i gjennomsnitt 2 år å nå målsetningen om 90% utleiegrad på et nyåpnet senter. Sett i lys av dette kan man konstatere at multiplikatormodellen (yield-modellen) er en mindre hensiktsmessig modell å bruke for eiendom som er fullt utleid på en slik leieavtale. Usikkerheten tilknyttet kontantstrømmen er for stor til å kunne definere hva nettoleien i et normalår vil være, særlig for en lengre periode. Selv om man over en

flere års periode kan vise til en svært tilfredsstillende kontantstrøm, vil den beregnede verdien til dels være misvisende på grunn av manglende garantier for at nivået holder seg uendret. Sannsynligheten for at leienivået endrer seg er vedvarende så lenge fleksibiliteten i brukernes leieavtaler opprettholdes. Det er derfor rimelig å anta at en eiendom med en slik avtale alltid vil ha en høyere yield kontra ved en tradisjonell leieavtale, sett fra et teoretisk perspektiv. Også i tilfeller der nettoleie estimeres høyere enn markedsleie, vil den økte yielden i så fall utjevne denne.

For å synliggjøre poenget illustrerer vi forskjellene ved hjelp av et forholdsvis enkelt eksempel presentert i tabell 3. Vi tar utgangspunkt i det samme eksempelet som er brukt tidligere i oppgaven for simpelthen skyld: et bygg på 10 000 kvadratmeter utleid i 10 år til en flex space-aktør. Vi forutsetter at markedsprisen for bygget er kr. 2 000 per kvadratmeter, med en årlig leieprisvekst på 2% ved tradisjonell leieavtale. Eierkostnadene forutsettes å utgjøre 10% av markedsprisen samt at det ikke inntreffer større kostnader til f.eks. skader e.l. i noen perioder. Sluttverdien er beregnet ved bruk av multiplikatormodellen ved siste års nettoleie. Denne gjelder også for den variable kontantstrømmen da det er denne som er påregnelig å få dersom du leier ut til markedspris.

Tall i MNOK

År		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sum	
<b>Tradisjonell leieavtale</b>	Leieinntekt	20,00	20,40	20,81	21,22	21,65	22,08	22,52	22,97	23,43	23,90		218,99	
	Eierkostnader	- 2,00	- 2,04	- 2,08	- 2,12	- 2,16	- 2,21	- 2,25	- 2,30	- 2,34	- 2,39		- 21,90	
	Nettoleie	18,00	18,36	18,73	19,10	19,48	19,87	20,27	20,68	21,09	21,51		197,09	
	Restverdi											477,99		
	Netto Kontantstrøm	18,00	18,36	18,73	19,10	19,48	19,87	20,27	20,68	21,09	21,51		675,08	
	Diskontert netto KS	<b>16,90</b>	<b>16,19</b>	<b>15,50</b>	<b>14,85</b>	<b>14,22</b>	<b>13,62</b>	<b>13,04</b>	<b>12,49</b>	<b>11,97</b>	<b>11,46</b>	<b>10,95</b>		
	<b>Nåverdi</b>	<b>394,88</b>												
<b>Variabel kontantstrøm</b>	Leieinntekt	15,00	17,00	21,00	22,00	23,00	24,00	25,00	24,00	25,00	25,00		221,00	
	Eierkostnader	- 2,00	- 2,04	- 2,08	- 2,12	- 2,16	- 2,21	- 2,25	- 2,30	- 2,34	- 2,39		- 21,90	
	Nettoleie	13,00	14,96	18,92	19,88	20,84	21,79	22,75	21,70	22,66	22,61		199,10	
	Restverdi											477,99		
	Netto Kontantstrøm	13,00	14,96	18,92	19,88	20,84	21,79	22,75	21,70	22,66	22,61		677,09	
	Diskontert netto KS	<b>12,21</b>	<b>13,19</b>	<b>15,66</b>	<b>15,45</b>	<b>15,21</b>	<b>14,93</b>	<b>14,64</b>	<b>13,11</b>	<b>12,85</b>	<b>12,58</b>	<b>12,31</b>		
	<b>Nåverdi</b>	<b>393,94</b>												
<b>Yield-modellen</b>	Nettoleie tradisjonell KS	18,00	18,36	18,73	19,10	19,48	19,87	20,27	20,68	21,09	21,51			
	Markedsverdi (yield = 4,50 %)	<b>400,00</b>	<b>408,00</b>	<b>416,16</b>	<b>424,48</b>	<b>432,97</b>	<b>441,63</b>	<b>450,46</b>	<b>459,47</b>	<b>468,66</b>	<b>478,04</b>			
	Nettoleie variabel KS	13,00	14,96	17,92	19,88	20,84	21,79	22,75	21,70	22,66	22,61			
	Markedsverdi (yield = 4,50 %)	<b>288,89</b>	<b>332,44</b>	<b>398,20</b>	<b>441,72</b>	<b>463,00</b>	<b>484,26</b>	<b>505,50</b>	<b>482,28</b>	<b>503,48</b>	<b>502,44</b>			
	Markedsverdi (yield = 4,75 %)	273,68	314,95	377,25	418,48	438,63	458,78	478,90	456,90	476,98	476,00			
	Markedsverdi (yield = 5,00 %)	260,00	299,20	358,38	397,55	416,70	435,84	454,95	434,05	453,13	452,20			
<b>Differanse samme yield</b>	<b>111,11</b>	<b>75,56</b>	<b>17,96</b>	<b>- 17,24</b>	<b>- 30,03</b>	<b>- 42,63</b>	<b>- 55,04</b>	<b>- 22,81</b>	<b>- 34,82</b>	<b>- 24,40</b>				

Tabell 3: Tradisjonell vs. Variabel kontantstrøm i sammenheng med verdivurdering

I eksemplet (tabell 3) er den variable kontantstrømmen basert på en svært optimistisk forventning om utleiegraden til flex space-aktøren. En utleiegrad på 80% anses oppnådd i løpet av år 3 og ligger mellom 90-100% for den resterende perioden. Den samlede



variable nettleien er høyere enn for den tradisjonelle, men oppnår allikevel en noe lavere nåverdi til tross for en høyere gjennomsnittlig leieinntekt. Dette er en konsekvens av at en lavere nettleie i de tidligste årene er lavere enn den tradisjonelle. I en periode på 10 år er det generelt mye usikkerhet og det finnes lite garanti for at den variable kontantstrømmen holder seg på dette nivået. Alle scenarioer med en lavere utleiegrad enn denne vil resultere i en ytterligere lavere nåverdi.

Beregningene ved bruk av yield-modellen illustrerer differansen mellom de to ulike scenarioene, og ikke minst konsekvensene for verdien som følge av at yielden øker. Ved bruk av samme yield ser vi at differansene er betydelige i alle perioder. Vi finner det ikke usannsynlig at yielden vil øke som følge av den forholdsvis usikre kontantstrømmen, og ser at beregningene ved en økning på henholdsvis 0,25% og 0,5% gir svært store utslag. Det er her igjen viktig å påpeke at det er krevende å beregne en normaleie for den variable kontantstrømmen. Allikevel, i det mest optimistiske scenarioet for den variable kontantstrømmen, vil ikke sluttverdien i dette eksemplet tilsvare sluttverdien for den «sikre» kontantstrømmen før yielden økes med 0,25%. Hvis yielden skulle øke til dette nivået og kontantstrømmen vise seg å bli lavere, vil man da også få en samlet lavere verdi for bebyggelsen.

I intervjuet med en av gårdeierne som leier ut på en slik samarbeidsavtale, kommer denne teoretiske problemstillingen opp. Vedkommende trekker frem at vurderingen av aktørens prestasjonsevne - i form av utleiegrad og omsetning over tid - på andre lokasjoner var et av de viktigste elementene ved beregningen av kontantstrømmen for den aktuelle eiendommen. Han påpeker at det enda ikke finnes transaksjoner, så vidt han bekjent, som kan bidra til å belyse teorien om høyere yield, men finner det allikevel ikke usannsynlig at det kan skje, sett i lys av den tilknyttede usikkerheten. Selskapets vedkommende representerer har en langsiktig eierstrategi som ikke innebærer salg av eiendom, og de har derfor ikke foretatt noen konkrete vurderinger av nettopp dette. Avslutningsvis kommenterer han at «tilstedeværelsen av konseptene i Norge er for fersk» til å kunne si noe på nåværende tidspunkt, men påpeker at det «vil vise seg med tiden».

#### **4.3.1. Verdiakselerator for nærliggende eiendom**

Selv om det å leie ut til et helt bygg til et flex space-konsept kan redusere eiendommens verdi isolert sett, antydes det allikevel andre effekter av konseptet som kan påvirke denne i motsatt retning – ikke kun for virksomhet på samme eiendom, men også for nærliggende eiendom. Flere av flex space-aktørene har ulike modeller for utleie av arealene til sine brukere. Mange av disse tilbyr en medlemskapsvariant hvor man betaler for tilgang til

deler av et eller flere sentre uten å leie en fast pult eller plass. Denne modellen hviler på antakelser om at alle brukerne aldri vil være på lokasjonen på samme tidspunkt. I et kontor hvor alle ansatte har hver sin pult vil kontoret kunne romme et maksimalt antall personer, uavhengig om de er der på samme tidspunkt. Gjennom medlemskapsmodellen kan et flex space-senter ha flere besøkende personer over en periode enn et tradisjonelt kontor. Samtidig er ikke tilgangen tidsbegrenset og brukergruppen består i større grad av mennesker som er selvstendig næringsdrivende, og har en svært mye mer fleksibel arbeidshverdag. Kombinasjonen av disse gjør at eiendommen er i bruk over en lengre tidsperiode per døgn, enn ved et kontor der de ansatte stort sett jobber fra «åtte til fire». Avhengig av lokasjonen på senteret og hvilke virksomheter som befinner seg rundt, kan dette skape positive effekter for nærliggende eiendom.

Fra et handelsperspektiv skaper flere forbipasserende mennesker et grunnlag for økt omsetning. I denne sammenhengen vil et flex space-senter med høyt belegg i nærheten av handelsvirksomhet og bevertning kunne bidra positivt i større grad enn et tradisjonelt kontor. Intervjuobjektene fra flex space-gruppen trekker dette frem som et viktig element i forhandlinger med gårdeier som eier handel og bevertning i samme bygg, eller i direkte nærhet. De hevder at omsetningen på disse statistisk sett vil øke og er definitivt noe som bidrar til å styrke deres attraktivitet som leietaker. En av gårdeierne bekrefter deres standpunkt, selv om han påpeker at det foreløpig gjenstår å se hvorvidt omsetningen fra handelslokaler og bevertning faktisk har økt. I deres tilfelle har flex space-aktøren de leier ut til nylig åpnet, og på det tidspunktet intervjuet fant sted var det derfor ikke grunnlag til å kunne si om denne effekten var reell. Vedkommende viste derimot til kunnskap de hadde innhentet ved vurdering av den aktuelle aktøren på andre lokasjoner, hvor de også mener at det var tilfellet.

Et annet eksempel som ble tatt opp var at enkelte flex space-aktører ikke nødvendigvis holder alle sine fasiliteter eksklusive for medlemmer. Dette kan for eksempel være kafé, restaurant/bar eller kantine, treningsfasiliteter eller velværetjenester. Ved å selge tjenester og enkeltilganger til eksterne øker de ikke bare sin egen omsetning, men også servicetilbudet i det samme området og følgelig attraktiviteten. Ved å ha utadrettet virksomhet skaper man et tilbud for forbipasserende og andre som oppholder seg i området, som for eksempel ansatte holder til i nærliggende kontorer. Dette kan bidra til å styrke områdets identitet og kan påvirke eiendomsprisene på lengre sikt.

### **4.3.2. Andre positive effekter**

Intervjuobjektene fra både gårdeiere og flex space-aktørene trakk også frem andre elementer som hadde en positiv effekt, men i større grad er vanskelig å tallfeste. Et eksempel var en gårdeier som leide ut arealer til en flex space-aktør, men hadde også flere tradisjonelle leietakere i andre bygg i nærheten. Gjennom leieavtalen med flex space-aktøren hadde gårdeieren mulighet til å tilby arealer til de andre leietakere til rabatterte priser. Dette gjorde det enklere for gårdeieren å tilfredsstille de tradisjonelle leietakernes behov for tilleggsarealer. Enkelte av leietakerne hadde gjerne behov for nettopp dette som følge av mye prosjektbasert arbeid. I stedet for å selv bruke tid og ressurser på å søke og anskaffe arealer, kunne de ordne dette via en enkel henvendelse til gårdeieren. Med mindre man selv driver med fleksible leieavtaler vil dette behovet som regel være vanskelig å tilfredsstille for en gårdeier. Alle parter «tjener» på denne løsningen, men gårdeieren får i dette tilfellet den største gevinsten ved å både øke sin egen omsetning gjennom flex space-aktøren, og samtidig tilfredsstille den tradisjonelle leietakerens behov.

### **4.3.3. Betydningen for et utviklingsprosjekt**

I et eiendomsutviklingsprosjekt er salgsinntekten(e) og tidspunktet de(n) inntreffer ofte avgjørende for lønnsomheten, som i grunn er det som finansierer prosjektet. Dersom man finansiere et nytt kontorbygg basert på en slik leiemodell som beskrevet tidligere, knyttes det større usikkerhet til salgsinntektens størrelse og tidspunktet den inntreffer, enn ved en tradisjonell avtale. Hvis det eksempelvis tar opptil to år å maksimere leiepotensialet til eiendommen, må kostnadene ved å eie bygget i perioden også hensyntas i lønnsomhetsberegningen. Ved ekstern finansiering er det ikke sikkert at dette engang lar seg gjøre på grunn av forpliktelsene utbygger tar på seg ovenfor kreditor. I motsatt tilfelle, der man selger mer eller mindre umiddelbart, vil trolig salgssummen være i det lavere sjiktet som følge av risikoen for at leiepotensialet ikke maksimeres fullt ut. Uansett tilfelle kan det antydes en høyere risiko tilknyttet salgsinntektene i et utviklingsprosjekt med en slik leieavtale kontra en tradisjonell, om man vurderer salgsinntektene isolert sett. På denne måten vil slike leiemodeller være vanskelig å forsvare for et større kontorprosjekt.

Derimot har vi funnet noen eksempler på prosjekter under produksjon eller nylig ferdigstilt, der flex space utgjør en del av næringsarealene. For eksempel avsettes det arealer for et flex space-konsept i Via-prosjektet i Oslo (Byggherre: Aspelin-Ramm og Storebrand), som per våren 2020 er under produksjon. Kammerherreløkka i Porsgrunn (Byggherre: Bane NOR Eiendom og R8 Property), et forholdsvis nylig ferdigstilt

prosjekt, som blant annet huser flex space-aktøren Evolve. Begge disse prosjektene er drevet av kapitalsterke aktører, men vi har dessverre ikke lykket med å få innsikt i de bakenforliggende vurderingene som ledet til inkluderingen av flex space-arealer. Eiendomsutviklere i sentrumsnære områder er til dels avhengige av at prosjektet i grove trekk skaper liv ved å tilrettelegge for aktivitet på bygulvet, samtidig som at det skal være et positivt bidrag til nærmiljøet. Våre antakelser er derfor at disse ikke-finansielle effektene verdsettes i større grad av eiendomsutviklerne, ettersom de i en helhetlig sammenheng kan skape både økonomiske og samfunnsmessige verdier.

#### **4.4. Lokalisering – fra sentrum til periferien**

Transportkostnader for å komme seg til og fra jobb er et viktig element for en arbeidstakers vurdering ved valg av arbeidsgiver. Dersom man må bruke 1 time hver dag til kontoret er dette mindre attraktivt enn hvis man kan bruke 5 minutter, isolert sett. Desto høyere transportkostnad, desto større kompensasjon vil en arbeidstaker forvente i form av lønn, arbeidsoppgaver og/eller annen godtgjørelse. For en arbeidsgiver er derfor valget av plasseringen på kontoret en viktig faktor for å tiltrekke seg de ønskede arbeidstakerne. Kontorbaserte arbeidsplasser er i stor grad lagt til sentrale områder og knutepunkt i byer eller tettsteder, slik at transportkostnaden for den enkelte er lavest mulig i henhold til den monosentriske bymodellen.

De fleste flex space-konseptene i Oslo ligger i dag ved knutepunkter og sentrale områder, i likhet med de tradisjonelle kontorene. I forstedene til Oslo er konseptene lavt representert relativt sett, og to av intervjuobjektene fra flex space-aktørene hevder dette har å gjøre med at konseptet er relativt ferskt i Norge. Den ene representerer en aktør som i hovedsak satser på et coworking-konsept, mens den andre et serviced office-konsept med tilskudd av coworking på enkelte sentre. De trekker begge fram kriteriet om sentral beliggenhet i sin markedspenetreringsstrategi, og legger til at dette er på bakgrunn av at deres største, tidlige kundegruppe befinner seg stort sett i disse områdene i dag. For coworking-aktøren presiseres det at deres strategi er at senterne skal ligge på «de mest attraktive lokasjonene i de største byene». Videre har de ingen konkrete planer om å ekspandere til mindre tettsteder og byer. Dette sees i sammenheng med den profilen de ønsker å ha som selskap, men vedkommende tror allikevel på at en stadig større markedsandel vil finne seg i nettopp disse områdene i fremtiden.

Et annet intervjuobjekt forklarer deres nåværende tilstedeværelse i sentrumskjernen som en innledende penetreringsfase, der strategien i første omgang er å gjøre brukerne kjent med konseptet. Markedet og «nordmenns generelle arbeidsmoral» hevdes å ikke være

modent for umiddelbar ekspansjon ut av sentrumsområdene. På sikt er planen å ekspandere nærmere «der folk bor» ved å etablere sentre i flere mindre byer og tettsteder. Vedkommende har stor tro på at brukergruppen vil vokse mye med tiden, særlig med tanke på den stadig økende miljøbevisstheten og den yngre generasjons evne til å forstå og bruke ny teknologi i hverdagen, likedan som i arbeid. På denne måten vil fremtidens kontorarbeidere sette høyere krav til en fleksibel og effektiv arbeidshverdag, der daglig nedlagt reisetid vil være i større fokus enn det er i dag. På bakgrunn av dette, hevdet to av intervjuobjektene at «hovedkontoret» vil få en annen betydning i fremtiden. De mente at begrepet vil redefineres på sikt ved at man ikke lenger vil anvend det til «produksjonsarealer», men i større grad til representasjon og arbeid som faktisk krever fysisk tilstedeværelse. Videre utdyper én at vedkommende «skulle hatt et veldig spennende jobbtillbud hvis jeg skulle giddet å bruke 1 time av hverdagen min på å komme meg til og fra jobb. All tid man bruker på pendling hver dag er tid man mister til å kunne gjøre noe annet».

I intervjuet trekker den samme personen frem et eksempel på en konsulentbedrift som leverer oppdrag i hele Norge, som for noen år siden opplevde utfordringer med rekruttering i forhold til økende mengde oppdrag. Selskapet hadde frem til det tidspunktet, i tråd med mange andre bedrifter, valgt en sentraliseringsstrategi for kontorarealer og hadde derfor få, men store kontorer i de største norske byene. Hovedårsaken til rekrutteringsutfordringene ble forklart ved at arbeidskraften de søkte ville oppleve for lang reisevei til og fra kontorene, og kort fortalt løste de dette ved å åpne flere mindre kontorer i nærheten av der deres ønskede arbeidstakere var bosatt. Ved å ta i bruk digitale kommunikasjonsverktøy og andre IT-verktøy, kunne de ansatte fortsatt levere sitt arbeid like godt fra de mindre kontorene.

#### **4.4.1. Anti pendler-effekt**

Som vi har sett fra andre land vokser flex space-konseptene også utenfor sentrumskjernene. Flere rapporter forteller om en økende trend der selskaper leier inn arealer i serviced offices av nettopp denne årsaken. Et av intervjuobjektene som representerer en serviced office-aktør, nevner i intervjuet at de har en langsiktig målsetning om å åpne over 100 sentre i norske byer og tettsteder, der maksimalt 20 av disse vil ligge i Oslo. På sikt kan vi derfor forvente at konseptene vil ekspandere ut fra sentrumskjernene i større grad fremover.

Den langsiktige effekten av dette kan antydes ved hjelp av den monosentriske bymodellen. Vi tar utgangspunkt i et eksempel med en arbeidsgiver som har et større

kontor i Oslo, hvor majoriteten av de ansatte pendler fra Asker, Bærum, Lillestrøm og Ski. De bruker effektivt mellom 20 og 40 minutter hver vei hver per dag, og mange er ikke innom kontoret mer enn 3-4 dager i uken i gjennomsnitt. Dette på grunn av arbeid som lar seg gjøre like godt utenfor kontoret. Arbeidsgiveren kan spare de ansatte for 40 til 80 minutter i daglig reisetid ved å tilby behovsbaserte arbeidsplasser i for eksempel et serviced office på de aktuelle lokasjonene. Samtidig gir det mulighet til å redusere kapasiteten og følgelig kostnaden for arealene i Oslo. For den enkelte kan kontoret i Oslo brukes til spesifikke oppgaver som krever fysisk tilstedeværelse, eksempelvis strategiske møter og representasjon, mens det daglige arbeidet gjøres på de lokale kontorene.

Hvorvidt dette er lønnsomt målt i husleie avhenger naturligvis av ny husleie, men det er ikke urimelig å anta at den på kort sikt vil være lavere på disse stedene. De ansattes reisetid reduseres derimot utvilsomt, og skaper grunnlag for en mer fleksibel og effektiv arbeidshverdag. Dette gir igjen den enkelte ansatte et høyere overskudd av tid per døgn. I en større sammenheng vil også belastningen på miljøet reduseres, og lokalsamfunnene kan dra positiv nytte av at arbeidstakerne ikke lenger reiser ut på daglig basis. I ytterste konsekvens vil kanskje også noen som bor i sentrum velge å flytte ut på grunn av lavere boligpriser, da transportkostnaden er uendret som følge av at det daglige «kontoret» også har flyttet nærmere periferien.

Dersom dette skulle skje i en større skala vil Stor-Oslo som byområde vil den polysentriske bystrukturen forsterkes, der forsteder med kontorklynger vil oppleve en vekst. På sikt kan det også dannes flere mindre klynger på steder hvor dette ikke eksisterer i dag. Den mest åpenbare konsekvensen av dette er at kontormarkedet i Oslo sentrum vil oppleve at prisveksten flater ut, som følge av en nedgang i etterspørselen etter kontorareal. Etterspørselsnedgangen kan gjenspeiles i redusert arealbruk, men også i en redusert transportkostnad som følge av at sted for produksjon får en mye lavere betydning gjennom bruk av teknologi. Dersom man i henhold til teorien anser Oslo indre by som CBD, og de nevnte forstedene som perifere områder, vil man trolig kunne se en antydning til scenario 3 etter den monosentriske bymodellen. Om man har mulighet til å bo i periferien, levere den samme kvaliteten på jobb, men få «bedre» eiendom for samme sum, vil mange trolig finne dette attraktivt. Dersom flex space-segmentet vokser seg stort utenfor storbyene, kan en hevde at det vil medføre en form for «anti pendler-effekt» ved at den polysentriske bystrukturen forsterkes. Stor-Oslo vil i så fall oppleve at eiendomsprisene generelt vil flate ut, der sentrumsområdene potensielt vil oppleve en realnedgang. Derimot vil områdene rundt klyngene og nærmere periferien oppleve en

prisvekst, og prisforskjellene mellom sentrum og periferi vil utjevnes på sikt. Graden av effekten vil selvsagt avhenge av omfang og hastighet på veksten av flex space-sentre, likedan som hvor den vil finne sted.

#### **4.5. Andre funn**

På bakgrunn av at businessideen til flex space-konsepter i utgangspunktet er å tjene penger på utleie av arealer de selv leier inn, blir det naturlig å stille seg spørsmålet om hvorfor ikke flere gårdeiere driver med dette selv, men heller leier ut til aktører som driver konseptene som skissert tidligere. Gjennom intervjuene får vi flere synspunkter på dette, men er ikke analysert med utgangspunkt i teori. Allikevel kan dette gi en dypere innsikt i forskjellen mellom det å drive et flex space-konsept kontra det å leie ut et kontorbygg på tradisjonelt vis. Intervjuobjektene som representerte gårdeiere og konseptdriverne trekker frem flere momenter som gjør at flex space-segmentet som businessmodell skiller seg ut fra den tradisjonelle måten å drive kontorutleie.

Det første momentet er forskjellen i omfanget av den daglige forvaltningen. I tradisjonell utleie kan man ofte forholde seg til én kontrakt med ett kontaktpunkt for et større kontorbygg. For det samme bygget med et flex space-konsept kan man derimot måtte forholde seg til eksempelvis 50-100 kontrakter. Det økte omfanget medfører løpende håndtering av leiehenndelser, inn- og utflyttinger, oppfølging av leietakerne, og serviceytelser. I følge et av intervjuobjektene krever drift av flex space-sentre en helt annen organisasjon og kultur, og ikke minst flere ressurser for å forvalte akkurat den samme arealmengden som ved tradisjonell utleie. Det påpekes behovet for korte beslutningslinjer for å kunne omstille seg raskt, fordi flex space-markedet generelt er mer dynamisk.

Det andre momentet er markedsføring og profilering av flex space-aktørenes «unike» konsepter. Med den stadige økende konkurransen mellom flex space-aktørene blir dette desto viktigere. De intervjuede flex space-aktørene forteller at det nedlegges store ressurser i å lage en solid og «god» profil, likedan som for implementering av interiørstrategier ved utforming av senterne. Selv om arkitektoniske kvaliteter og estetikk er verdsatt av alle, legges det mye vekt på dette i flex space-industrien. For enkelte aktører skal profilen være gjenkjennbar uansett lokasjonen og interiøret er derfor stort sett standardisert, slik at konseptet enklere kan implementeres på nye lokasjoner. Med utgangspunkt i at de fleste bygninger er unike, har enkelte av aktørene egne designere som sørger for at arealene får den kvaliteten som kreves. I tradisjonelle avtaler er dette som regel leietakers eget ansvar, hvor man ofte kjøper disse tjenestene eksternt eller

håndterer det på egen hånd. En gårdeier har noen ganger rammeavtaler med aktører som kan levere slike tjenester, men sjeldent egne ansatte.

Selve markedsføringen for flex space-arealer minner i større grad om markedsføring av produkter enn kontorarealer. Samtidig er markedsføringen aktiv til enhver tid ettersom arealene sjeldent er fullt utleid – i alle fall ikke på alle senterne. For tradisjonelle avtaler med for eksempel 5 års levetid, er det åpenbart et mindre behov for høyfrekvent markedsføring. De intervjuede gårdeierne innrømmer at dette stort sett skjer gjennom næringsmeglere.

En av informantene fra gårdeiersiden trakk frem flex space-aktørens tilpasningsdyktighet i forhold til arealutnyttelse som en unik egenskap. Gjennom omfattende analyser av brukergenerert data, hadde de en evne til å se blant annet bevegelsesmønstre og detaljert bruk av de enkelte fasilitetene. Dataene samles stort sett gjennom flex space-aktørens egne mobilapplikasjoner, men i noen tilfeller også gjennom bruk av sensorteknologi. På denne måten hadde aktørene en god innsikt i hvordan brukerne brukte bygget, og skaper muligheter for en mer presis tilpassing av tilbud og løsninger.

Årsaken til at mange gårdeiere ikke driver flex space-konsepter selv er nok av disse årsakene; man har ikke organisasjonen eller kunnskapen som kreves. Intervjuobjektene beskriver det som «to forskjellige bransjer», og mange gårdeiere finner seg derfor bedre tjent med å inngå et samarbeid enn å prøve å ta all gevinsten selv. Noen velger derimot å innhente seg den kunnskapen ved å ansette mennesker med riktig kompetanse, eller gjennom oppkjøp av flex space-selskaper, som for eksempel Vasakronan og Casteullum har gjort i Sverige. Thon-gruppen med konseptet «Thon Flex» og Braathen eiendoms «Flyt» er eksempler gårdeiere i Oslo-området som selv driver flex space-konsepter.



## **5. Konklusjon**

### **5.1. Svar på problemstilling**

Funnene fra analysen gir svar på de detaljerte forskningsspørsmålene som oppsummert kan gi svar på den overordnede problemstillingen. Helt overordnet kan vi konkludere med at kontormarkedet har på flere blitt påvirket av flex space-industrien, men i mindre grad enn antatt. Dette er på grunn av den relativt lave utbredelsen i Stor-Oslo, og vi kan derfor forvente at påvirkningen vil bli større i fremtiden.

Innledningsvis konstaterer vi at veksten i flex space-konseptene har påvirket ledigheten i kontorleiemarkedet til en viss grad, men antakeligvis vil effekten være større i tiden fremover, i takt med veksten av delsegmentet. Aktørene søker stadig etter nye arealer, men mulighetene er begrenset av at markedet allerede er preget av en svært lav ledighet. I den grad ledige lokaler tilgjengelige, sett i lys av aktørenes ekspansjonsstrategier, vil trolig mange av disse absorberes og bidra til at ledigheten holdes på et lavt nivå. Prisutviklingen i Oslo sentrum vil, som en konsekvens av dette, antakeligvis være økende på kort sikt. Økt konkurranse om leietakerne blant utleierye vil også kreve at flere tradisjonelle utleierye må omstille seg for å være konkurransedyktige.

Eiendomsutviklerne har tilsynelatende fått større tro på flex space-konseptene ettersom flere nye og pågående prosjekter inkluderer disse. Vi tror dette er på bakgrunn av de positive effektene som konseptene bringer, heller enn de rent økonomiske. Selv om etterspørselen etter flex space-arealer i markedet stadig er økende, kan det antydes at kontoreiendom med en omsetningsbasert leieavtale vil oppnå en lavere verdi i markedet, isolert sett. Dette er derimot avhengig av parameterne i den enkelte avtale. Sett i lys av den teoretisk ubegrensede skalerbarheten i flex space-konseptenes omsetning, kan man potensielt oppnå en langt høyere markedsverdi. Dette er gårdeierne største incentiv til å inngå slike samarbeidsleieavtaler, og levedyktigheten til aktørene i tiden fremover – særlig i økonomiske nedgangstider - vil også være viktig for å overbevise bransjen om at forretningsmodellen er bærekraftig på lang sikt.

Sett i lys av mono- og polysentrisk bymodeller er det sannsynlig at kontormarkedet i Stor-Oslo vil oppleve at leieprisene flater ut, så fremt ekspansjonsstrategiene i mindre byer og tettsteder realiseres. Områdene der denne veksten kanaliseres vil oppleve en større prisvekst, og samtidig bli styrket økonomisk ved at færre daglig reiser ut på en daglig basis, noe som vil gi en positiv effekt på lokaløkonomi og samtidig skape miljøgevinster.

## **5.2. Refleksjoner**

Da vi startet arbeidet med oppgaven slet vi innledningsvis med å finne en kobling mellom tema og «eiendomsutvikling», som er vårt studiefelt. I utgangspunktet anså vi flex space-konseptene kun som en «ny» gruppe leietakere, som i og for seg er sant. Dog har vi gjennom arbeidet med oppgaven lært at konseptet har et potensiale til å skape disruptive endringer for en bransje som i en historisk sammenheng har vært nærsagt upåvirket av teknologiens utvikling.

Den viktigste refleksjonen vi har gjort oss underveis, særlig mot slutten av arbeidet med oppgaven, er at problemstillingen vi har satt oss virker noe prematur. Selv om veksten er eksplosiv og flex space-konseptene stadig utgjør en større del av verdens kontorvolum, er konseptet i realiteten fortsatt ganske lite. Det er en banebrytende måte å tenke «kontor» og «arbeidshverdag» på, men de markedsmessige effektene vi hadde håpet å finne ved studiens start er mindre synlige. I etterpåklokskapens lys ville vi nok derfor også valgt en annen problemstilling om vi skulle skrevet en ny masteroppgave med samme tema. Dersom veksten av industrien vil fortsette å markant øke med årene fremover, vil oppgaven også få en høyere relevans for videre forskning.

En av oppgavens styrker er intervjuobjektene som representerte flex space-aktørene. Flere av disse representerer høyt profilerte internasjonale selskaper og gav oss en unik innsikt i enkeltelementer som ikke hadde vært mulig å finne gjennom litteraturen. Flere av svarene er brukt for videre analyse som andre deler av kontoreiendomsbransjen kan dra nytte av.

Opgavens desidert største svakhet er at vi ikke fikk gjennomført intervjuer med eiendomsutviklere. Dette medførte at vi ikke fikk tilgang på nødvendig informasjon fra et utviklingsperspektiv, og analysene i tilknytning til dette er derfor gjort på et rent teoretisk grunnlag. Informasjon fra gårdeiere og leietakere vil i stor grad være av samme karakter i en forvaltningssammenheng. Fra et utviklingsperspektiv vil informasjonen trolig variere i mye større grad på grunn av andre vurderinger som legges til grunn for beslutninger.

## **5.3. Forslag til videre studier**

Vår studie tar utgangspunkt i den delen av markedet som flex space-industrien er en del av; kontormarkedet. Sett i lys av «anti-pendler-effekten» kan man antyde at konseptene kan ha en påvirkning på boligmarkedet også. Et forslag til videre studier om coworking (eller andre flex space-konsepter) i en eiendomsutviklingssammenheng, kan derfor være

å se nærmere på hvordan konseptet kan påvirke boligmarkedet, og/eller boligutviklingsprosjekter.

## 6. Referanseliste

Alonso, W. (1964). *Location and Land Use. Toward a General Theory of Land Rent*. Cambridge: Harvard University Press.

Bratsberg, A. og Olaisen, L. (2011) *Verdsettelse av næringseiendom*. Masteroppgave. Bergen: Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet.

Brown, J. (2017). Curating the ‘Third Place’? Coworking and the mediation of creativity. *Geoforum* 82, s. 112-126.

Brueggemann, W. B. & Fisher, J. D. (2011) *Real estate finance and investments*, 14. Utg. New York, USA: McGraw-Hill/Irwin.

Capdevila, I. (2015). Co-working spaces and the localised dynamics of innovation in Barcelona. *International Journal of Innovation Management*, 19:03, p.1540004.

CBRE (2019) Let’s talk about flex. Tilgjengelig fra: <<https://www.cbre.com/-/media/images/agile/lets-talk-about-flex/us-flex-2019.pdf?la=en>>. [Lastet ned 15.01.2020]

Centre for Economics and Business research (2013) *O2 Individual Productivity Index How ICT technology drives the UK office economy*. London, England: Centre for Economics and Business Research. Tilgjengelig fra: <[https://www.cebr.com/wp-content/uploads/2013/10/O2-Individual-Productivity-Index-report\\_final.pdf](https://www.cebr.com/wp-content/uploads/2013/10/O2-Individual-Productivity-Index-report_final.pdf)> [Lastet ned 26.03.2020]

Cheah, S & Ho, Y. (2014) Coworking and sustainable business model innovation in young firms. *Sustainability* 2019, 11, 2959; doi:10.3390/su11102959

Chuah, V. (2016) *Beyond the Core: The Role of Co-working Spaces in Local Economic Development*. Masteroppgave. s.l.: Graduate School of Architecture

Codinginparadise. Hjemmeside: <<http://codinginparadise.org/coworking/>> [Besøkt 03.05.2020]

Colliers (2019) *The flexible workspace outlook report 2019*. Tilgjengelig fra: <<https://www.colliers.com/-/media/files/emea/emea/18039-flexible-workspace.pdf?la=en-GB>>. [Lastet ned 25.03.2020]

Cushman & Wakefield (2019) *European Coworking Hotspot Index*. Tilgjengelig fra: <<https://www.cushmanwakefield.com/en/united-kingdom/insights/european-coworking-hotspot-index>>. [Lastet ned 02.05.2020].

De Koven, B. (2013) The coworking connection. Tilgjengelig fra:  
<<https://www.deepfun.com/the-coworking-connection/>>. [Lest 02.05.2020]

Deloitte (2016) The workplace of the future. *How digital technology and the sharing economy are changing the Swiss workforce*. Tilgjengelig fra:  
<<https://www2.deloitte.com/ch/en/pages/consumer-business/articles/workplace-of-the-future.html>> [Lastet ned: 25.04.2020]

Deskmag, P:

- (2018) The history of coworking spaces in a timeline.  
<<http://www.deskmag.com/en/the-history-of-coworking-spaces-in-a-timeline>>  
[Besøkt 02.05.2020]
- (2019) 2019 Coworking Forecast. *2019 Global coworking survey*. Tilgjengelig fra:  
<<https://www.dropbox.com/s/jjor71mecwqbxdy/2019%20Complete%20Coworking%20Forecast.pdf?dl=0>>. [Lastet ned 29.11.2019]

DNB Markets (2020) Økonomiske utsikter. Tilgjengelig fra:  
<<https://www.dnb.no/portalfront/nedlast/no/markets/analyser-rapporter/norske/okonomiske-utsikter/HR200123.pdf>>. [Lastet ned 03.03.2020]

DNB Næringsmegling, P:

- (2019) Coworkingundersøkelsen. Tilgjengelig fra: <  
<https://www.dnbnaringsmegling.no/wp-content/uploads/2019/04/dnb-nm-coworkingundersokelse-osloregionen-2019.pdf>>. [Lastet ned 25.03.2020]
- (2020) Jakter avkastning. Tilgjengelig fra:  
<<https://www.dnbnaringsmegling.no/no/jakter-avkastning/>> [Lest 14.03.2020]

Drageset, S. & Ellingsen, S. (2011) Å skape data fra et kvalitativt forskningsintervju. *Sykepleien Forskning 2010* 5:4, s. 332-335

Eiendomshuset Malling & Co (2019) *Market report winter 2019/2020*. Tilgjengelig fra:  
<[https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2523116/Rapporter/Markedsrapport%202%20halvår%202019\\_LR.pdf](https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2523116/Rapporter/Markedsrapport%202%20halvår%202019_LR.pdf)>. [Lastet ned 15.03.2020]

Eiendomsspar (2020) Oslo Studiet 2020. Tilgjengelig fra:  
<[https://www.eiendomsspar.no/wp-content/uploads/2020/02/OsloStudiet\\_2020.pdf](https://www.eiendomsspar.no/wp-content/uploads/2020/02/OsloStudiet_2020.pdf)>.

Ellenfors, E. og Waller, H. (2018) Increased profitability by offering more flexibility? Masteroppgave. Stockholm, Sverige: KTH Royal institute of Technology.

Everett, E. & Furseth, I. (2012) Masteroppgaven - Hvordan begynne og fullføre. 2.utg. Oslo: Universitetsforlaget.

EY (2018) Regnskapsnyheter. Tilgjengelig fra:

<[https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY\\_-\\_Regnskapsnyheter\\_oktober\\_2018/\\$File/EY\\_Regnskapsnyheter\\_okt\\_2018.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY_-_Regnskapsnyheter_oktober_2018/$File/EY_Regnskapsnyheter_okt_2018.pdf)>. [Lastet ned 02.06.2020]

Fiorentino, S. (2019) Different typologies of ‘co-working spaces’ and the contemporary dynamics of local economic development in Rome, *European Planning studies*, 27:9, s. 1768-1790

Gandini, A. P:

- (2013) The Reputation Economy Creative Labour and Freelance Networks. Tilgjengelig fra: <[https://air.unimi.it/retrieve/handle/2434/230963/296906/phd\\_unimi\\_R08942.pdf](https://air.unimi.it/retrieve/handle/2434/230963/296906/phd_unimi_R08942.pdf)>
- (2015) The rise of coworking spaces: A literature review, *Ephemera*, 15:1, 193-205. Tilgjengelig fra: <<http://www.ephemerajournal.org/contribution/rise-coworking-spaces-literature-review>>

Gripsrud, G., Olsson U. H. og Silkoset R. (2010) Metode og datanalyse:

Beslutningsstøtte for bedrifter ved bruk av JMP. 2. Utg. Kristiansand: Høyskoleforlaget.

Grønn, E. (2008) Anvendt mikroøkonomi. 2. utg. Oslo: Cappelen.

IFRS Foundation (2017) Implementation update: IFRS 16 Leases. Tilgjengelig

fra:<<https://cdn.ifrs.org/-/media/project/leases/ifrs/educational-materials/ifrs16-leases-article-jan2017.pdf>>. [Lastet ned 02.06.2020]

IWG (2019) The IWG global workspace survey. Tilgjengelig fra:

<<http://assets.regus.com/pdfs/iwg-workplace-survey/iwg-workplace-survey-2019.pdf>> [Lastet ned: 23.02.2020]

JLL, P:

- (2019a) Nordic Outlook Autumn 2019. Tilgjengelig fra: <<https://www.jllsweden.se/content/dam/jll->

[com/documents/pdf/research/emea/sweden/en/jll-nordic-outlook-autumn-2019.pdf](https://www.jll.com/documents/pdf/research/emea/sweden/en/jll-nordic-outlook-autumn-2019.pdf)>.

- (2019b) Coworking, serviced office or hybrid: how to find the right flex space? Tilgjengelig fra: <<https://www.jll.de/en/trends-and-insights/workplace/find-flex-space-that-fits>>.
- (u.å.) Coworking market growth. Nettside. Tilgjengelig fra <<https://www.us.jll.com/en/coworking-market-growth>>. [Besøkt 12.04.2020].

Johannesen, A., Tufte, P. A., & Veiden, P (2006) Å forstå samfunnsforskning. 1. utg. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag

Kistner, T. (2004) When you can't work from home, part 7. *Network World*.

Tilgjengelig fra: <<https://www.networkworld.com/article/2323257/when-you-can-t-work-from-home--part-7.html>>.

Kojo, I. og Nenonen, S. (2017) Evolution of co-working places: drivers and possibilities, *Intelligent Buildings International*, 9:3, s. 164-175, DOI: 10.1080/17508975.2014.987640.

Krokan, A. (2015) Tosidige markeder og disruptive innovasjoner. Tilgjengelig fra: <<https://www.krokan.com/arne/2015/10/15/tosidige-markeder-og-disruptive-innovasjoner/>>. Lest 23.04.2020.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009) Det kvalitative forskningsintervju. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag

Mariotti, I., Pacchi, C. & Di Vita, S. (2017) Co-working Spaces in Milan: Location Patterns and Urban Effects, *Journal of Urban Technology*, 24:3, s. 47-66.

McAllister, P. (2001) Office With Services or Serviced Offices? Exploring the Valuation Issues. *Journal of Property & Investment Finance*, 19:4, s. 412-426. doi:10.1108/EUM0000000005793

McMillen, D. (2001) Polycentric Urban Structure: The Case of Milwaukee. *Economic Perspectives*. 25, s. 15-27.

Merkel, J. P:

- (2015) Coworking in the city. *Ephemera*. 15:1, s. 121-139.
- (2019) 'Freelance isn't free.' Co-working as a critical urban practice to cope with informality in creative labour markets. *Urban studies*. 56:3, s. 526-547.

- Mills, E. S. (1967). An Aggregative Model of Resource Allocation in a Metropolitan Area. *The American Economic Review*, 57, s. 197-210.
- Moriset, B. (2014). Building new places of the creative economy. The rise of coworking spaces. Tilgjengelig fra: <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00914075>>
- Muth, R. F. (1969). Cities and Housing: The Spatial Pattern of Urban Residential Land Use, Third Series: Studies in Business and Society. Chicago, USA: University of Chicago Press.
- Næringseiendom.no (2019) Stadig mer fleksible lokaler i sentrum. Tilgjengelig fra: <<https://ne.no/2019/07/21/stadig-mer-fleksible-lokaler-i-sentrum/>>. [Lest 13.01.2020]
- PWC (2016) Ny regnskapsstandard for regnskapsføring av leieavtaler. Tilgjengelig fra: <<https://www.pwc.no/no/publikasjoner/ifrs/regnskapsforing-av-leieavtaler.pdf>>. [Lastet ned 13.01.2020]
- Salovaara, P. (2015) What can the coworking movement tell us about the future of workplaces? *Leadership in Spaces and Places*. Kap. 1, s. 27-48. Cheltenham, England: Edward Elgar Publishing. Tilgjengelig fra: <<https://doi.org/10.4337/9781783477920.00008>>.
- Savills Research (2019) *European office outlook*. Tilgjengelig fra: <<https://pdf.euro.savills.co.uk/european/european-commercial-markets/spotlight---european-office-outlook-2020.pdf>>.
- Schmidt, S., Brinks, V. og Brinkhoff, S. (2015) Innovation and creativity labs in Berlin. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 58:4, s. 232-247.
- Schraubenfabrik. Hjemmeside: <<http://www.schraubenfabrik.at/>> [Besøkt 03.05.2020]
- Spinuzzi, C. (2012) Working Alone, Together: Coworking as Emergent Collaborative Activity. *Journal of Business and Technical communication*, 26:4, s. 399-441.
- Statistisk Sentralbyrå (2020) Nasjonalregnskap og konjunkturer. Hentet fra: <<https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/faktaside/norsk-naeringsliv>>. [Lest 01.05.2020]
- Thagaard, T. (2008) Systematikk og innlevelse – En innføring i kvalitativ metode. 3. Utg. Oslo: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.



The Instant Group, P:

- (2018) The Marketplace for Flexible Work. Tilgjengelig fra: <<https://www.instantoffices.com/blog/reports-and-research/marketplace-for-flexible-work-2018/>>. [Lastet ned 26.02.2020].
- (2019a) The Global Flex Market. Tilgjengelig fra: <[https://www.theinstantgroup.com/media/2019/global\\_cities\\_2019\\_final\\_us.pdf](https://www.theinstantgroup.com/media/2019/global_cities_2019_final_us.pdf)>.
- (2019b) UK Market Summary: Flex is leading the way. Tilgjengelig fra: <<https://www.theinstantgroup.com/en-gb/industry-insights/uk-market-summary-2019-flex-is-leading-the-way/>>

## **7. Vedlegg**

Vedlegg 1: Resultater fra litteratursøk

Vedlegg 2: Meldeskjema

Vedlegg 3: Prosjektbeskrivelse

Vedlegg 4: Intervjuguidene

Vedlegg 5: Informasjonsskriv og samtykkeerklæring

### Google Scholar (generelt)

Søk nr.	Søkeord	Antall treff	Komentar
S1	"Coworking"	16 200	480 fra 2005
S2	"Flexible workspace"	1 020	
S3	S1 + "office market"	104	
S4	S1 + "real estate market"	198	
S5	S2 + "office market"	37	
S6	S2 + "real estate market"	38	
S7	"European" + "Office market"	4 340	Less relevant
S8	S7 + S2	25	
S9	S1 + "Europe"	5 490	
S10	S2 + "Europe"	237	

#### Kriterier:

Ekskludert patenter og sitater

<b>Brage (NMBU)</b>		
<b>Søk nr.</b>	<b>Søkeord</b>	<b>Antall treff</b>
S1	"Coworking"	328
S2	"Flexible workspace"	48
S3	S1 + "office market"	74
S4	S1 + "real estate market"	21
S5	S2 + "office market"	24
S6	S2 + "real estate market"	8
S7	"European" + "Office market"	1 041
S8	S7 + S2	15
S9	S1 + "Europe"	
S10	S2 + "Europe"	

**Kriterier:**

Hele arkivet

Publisert 2010-2020

Samfunnsvitenskap

<b>Coworking Library</b>			
<b>Søk nr.</b>	<b>Søkeord</b>	<b>Antall treff</b>	<b>Kommentar</b>
S1	"Coworking"	200	63 engelske med fri tilgang
S2	"Flexible workspace"	6	4 engelsk, 2 med fri tilgang
S3	S1 + "office market"	76	23 engelsk med fri tilgang
S4	S1 + "real estate market"	40	12 med fri tilgang og engelsk
S5	S2 + "office market"	115	30 engelsk med fri tilgang
S6	S2 + "real estate market"	86	26 engelsk med fri tilgang
S7	"European" + "Office market"	81	24 engelse med fri tilgang
S8	S7 + S2	58	19 engelske med fri tilgang
S9	S1 + "Europe"	4	3 engelske med fri tilgang
S10	S2 + "Europe"	56	19 engelske med fri tilgang

# NSD NORSK SENTER FOR FORSKNINGSDATA

## Meldeskjema 662562

### Sist oppdatert

23.03.2020

### Hvilke personopplysninger skal du behandle?

---

- Navn (også ved signatur/samtykke)
- Adresse eller telefonnummer
- E-postadresse, IP-adresse eller annen nettidentifikator
- Lydopptak av personer
- Bakgrunnsopplysninger som vil kunne identifisere en person

### Type opplysninger

---

#### Du har svart ja til at du skal behandle bakgrunnsopplysninger, beskriv hvilke

Intervjuobjektene vil bli spurt om navn, kjønn, alder, (dagens og evt. tidligere) arbeidsgiver og stilling hos nåværende. I tillegg vil vi, i den grad det er aktuelt, gå noe inn på erfaringer med coworking. Utover dette er personopplysninger uinteressant. Andre opplysninger som vi potensielt vil få innsyn i, men ikke anvende til annet enn kommunikasjon, er mobilnummer og e-postadresse

#### Skal du behandle særlige kategorier personopplysninger eller personopplysninger om straffedommer eller lovovertrедelser?

Nei

### Prosjektinformasjon

---

#### Prosjekttittel

Coworking - påvirkning på kontormarkedet og utviklingsindustrien

#### Dersom opplysningene skal behandles til andre formål enn behandlingen for dette prosjektet, beskriv hvilke

Det er ønskelig, dersom respondentene tillater dette gjennom samtykkeerklæringen, at dataene kan anvendes til videre forskning

#### Begrunn behovet for å behandle personopplysningene

Det eneste behovet for å samle inn personopplysningene er for å gi den informasjonen intervjuobjektet deler i intervjuet validitet. Informasjonen som deles kan anvendes uten personopplysningene, men dersom

intervjuobjektet samtykker til at navn og/eller organisasjon kan publiseres i sammenheng med en konkret uttalelse eller liknende, vil det gi uttalelsen tyngde og reliabilitet.

## Ekstern finansiering

### Type prosjekt

Studentprosjekt, masterstudium

### Kontaktinformasjon, student

Aleksander Ellingsve, alel@nmbu.no/aleksander.ellingsve@gmail.com, tlf: 41411152

## Behandlingsansvar

---

### Behandlingsansvarlig institusjon

Norges miljø- og biovitenskapelige universitet / Fakultet for landskap og samfunn / Institutt for eiendom og juss

### Prosjektansvarlig (vitenskapelig ansatt/veileder eller stipendiat)

Knut Boge, knut.boge@nmbu.no, tlf: 67231267

### Skal behandlingsansvaret deles med andre institusjoner (felles behandlingsansvarlige)?

Nei

## Utvalg 1

---

### Beskriv utvalget

Konseptdrivere. Formelt sett det første leddet i leie-hierarkiet som aktivt forvalter konseptet (heleid eller deleid selskap).

### Rekruttering eller trekking av utvalget

Rekruttering av utvalget vil skje gjennom direkte henvendelse. Første henvendelse vil skje per e-post til ikke-kjente-respondenter. De respondentene som blir forespurt gjennom nettverk gjøres muntlig og/eller per e-post. Respondentene identifiseres gjennom et sett kriterier for hva som er/kan være en "konseptdriver", eksempelvis type konsept, størrelse på konsept. Rekruttering kan også skje gjennom anbefalinger fra en/flere respondent(er).

### Alder

18 - 80

### Inngår det voksne (18 år +) i utvalget som ikke kan samtykke selv?

Nei

### Personopplysninger for utvalg 1

- Navn (også ved signatur/samtykke)

- Adresse eller telefonnummer
- E-postadresse, IP-adresse eller annen nettidentifikator
- Lydopptak av personer
- Bakgrunnsopplysninger som vil kunne identifisere en person

## Hvordan samler du inn data fra utvalg 1?

### Personlig intervju

## Grunnlag for å behandle alminnelige kategorier av personopplysninger

Samtykke (art. 6 nr. 1 bokstav a)

### Informasjon for utvalg 1

## Informerer du utvalget om behandlingen av opplysningene?

Ja

### Hvordan?

Skriftlig informasjon (papir eller elektronisk)

## Utvalg 2

---

### Beskriv utvalget

Gårdeiere. Både gårdeiere som allerede har coworking som leietakere i ett eller flere bygg, og de som ikke har det. Eierne må være representert med mer enn 50% av aksjene i den aktuelle eiendommen.

### Rekruttering eller trekking av utvalget

Rekruttering av utvalget vil skje gjennom direkte henvendelse. Første henvendelse vil skje per e-post til ikke-kjente-respondenter. De respondentene som blir forespurt gjennom nettverk gjøres muntlig og/eller per e-post. Respondentene identifiseres gjennom noen få kriterier for hva som er/kan være en "Gårdeier", eksempelvis markedsandeler innen kontorsegmentet i Stor-Oslo (evt. også nasjonalt), markedsstrategi. Rekruttering kan også skje gjennom anbefalinger fra en/flere respondent(er).

### Alder

18 - 96

## Inngår det voksne (18 år +) i utvalget som ikke kan samtykke selv?

Nei

### Personopplysninger for utvalg 2

- Navn (også ved signatur/samtykke)
- Adresse eller telefonnummer
- E-postadresse, IP-adresse eller annen nettidentifikator
- Lydopptak av personer
- Bakgrunnsopplysninger som vil kunne identifisere en person

## Hvordan samler du inn data fra utvalg 2?



## Personlig intervju

### Grunnlag for å behandle alminnelige kategorier av personopplysninger

Samtykke (art. 6 nr. 1 bokstav a)

### Informasjon for utvalg 2

#### Informerer du utvalget om behandlingen av opplysningene?

Ja

#### Hvordan?

Skriftlig informasjon (papir eller elektronisk)

### Utvalg 3

---

#### Beskriv utvalget

Eiendomsutviklere. Selskaper som aktivt akkvirerer eiendom med den hensikt å øke den samme eiendommens verdi gjennom en eller annen form for endring (skifte av leietaker, konvertering bygg, nybygg, renovering etc.)

#### Rekruttering eller trekking av utvalget

Rekruttering av utvalget vil skje gjennom direkte henvendelse. Første henvendelse vil skje per e-post til ikke-kjente-respondenter. De respondentene som blir forespurt gjennom nettverk gjøres muntlig og/eller per e-post. Respondentene identifiseres gjennom noen få kriterier for hva som er/kan være en "Gårdeier", eksempelvis type utvikling (næringseiendom), størrelse på utviklingsportefølje/tomtebank. Rekruttering kan også skje gjennom anbefalinger fra en/flere respondent(er).

#### Alder

18 - 96

#### Inngår det voksne (18 år +) i utvalget som ikke kan samtykke selv?

Nei

#### Personopplysninger for utvalg 3

- Navn (også ved signatur/samtykke)
- Adresse eller telefonnummer
- E-postadresse, IP-adresse eller annen nettidentifikator
- Lydopptak av personer
- Bakgrunnsopplysninger som vil kunne identifisere en person

#### Hvordan samler du inn data fra utvalg 3?

## Personlig intervju

### Grunnlag for å behandle alminnelige kategorier av personopplysninger

Samtykke (art. 6 nr. 1 bokstav a)

## Informasjon for utvalg 3

### Informerer du utvalget om behandlingen av opplysningene?

Ja

### Hvordan?

Skriftlig informasjon (papir eller elektronisk)

## Tredjepersoner

---

### Skal du behandle personopplysninger om tredjepersoner?

Nei

## Dokumentasjon

---

### Hvordan dokumenteres samtykkene?

- Manuelt (papir)

### Hvordan kan samtykket trekkes tilbake?

Samtykke kan trekkes tilbake uten forklaring ved å kontakte en av forskerne eller prosjektansvarlig muntlig, per telefon eller e-post.

### Hvordan kan de registrerte få innsyn, rettet eller slettet opplysninger om seg selv?

For at et intervjuobjekt skal få innsyn, rettet eller slettet opplysninger må vedkommende henvende seg til en av forskerne i prosjektet, eller prosjektansvarlig. Vi foretar en kontroll av personopplysningene ved intervjustart og deler kopi av lydfilen til vedkommende etter avsluttet intervju på forespørsel. Dersom hele eller deler av lydklippet ønskes fjernet eller sensurert kan dette gjøres på forespørsel. I tillegg vil de registrerte få tilsendt forskningsprosjektet før det publiseres for å se om det er noe de ønsker å korrigere eller eventuelt fjerne.

### Totalt antall registrerte i prosjektet

1-99

## Tillatelser

---

### Skal du innhente følgende godkjenninger eller tillatelser for prosjektet?

## Behandling

---

**Hvor behandles opplysningene?**

- Private enheter
- Ekstern tjeneste eller nettverk (databehandler)
- Maskinvare tilhørende behandlingsansvarlig institusjon

**Hvem behandler/har tilgang til opplysningene?**

- Student (studentprosjekt)
- Prosjektansvarlig
- Databehandler

**Hvilken databehandler har tilgang til opplysningene?**

Nettskjema og NMBU. Ved bruk av Nettskjema og APPen "Diktafon" vil data automatisk lagres kryptert på Nettskjemas server og aldri på våre eller behandlingsansvarlige sine private mobile enheter.

**Tilgjengeliggjøres opplysningene utenfor EU/EØS til en tredjestat eller internasjonal organisasjon?**

Nei

**Sikkerhet**

---

**Oppbevares personopplysningene atskilt fra øvrige data (kodenøkkel)?**

Ja

**Hvilke tekniske og fysiske tiltak sikrer personopplysningene?**

- Adgangsbegrensning
- Opplysningene krypteres under forsendelse

**Varighet**

---

**Prosjektperiode**

20.01.2020 - 31.05.2020

**Skal data med personopplysninger oppbevares utover prosjektperioden?**

Ja, data med personopplysninger oppbevares til: 31.05.2025

**Til hvilket formål skal opplysningene oppbevares?**

Forskning

**Hvor oppbevares opplysningene?**

Internt ved behandlingsansvarlig institusjon

**Vil de registrerte kunne identifiseres (direkte eller indirekte) i oppgave/avhandling/øvrige publikasjoner fra prosjektet?**

Ja

**Begrunn**

De registrere kan direkte eller indirekte identifiseres i oppgaven dersom de gir samtykke til dette i i samtykkeerklæringen. Behovet for dette er å gi den informasjonen intervjuobjektet deler i intervjuet validitet. Informasjonen som deles kan anvendes anonymisert, men dersom intervjuobjektet samtykker til at navn og/eller organisasjon kan publiseres i sammenheng med en konkret uttalelse eller liknende, vil det gi uttalelsen tyngde og reliabilitet.

**Tilleggsopplysninger**

---

## Prosjektbeskrivelse – Coworking

Vi er to studenter fra Eiendomsutviklingsstudiet ved NMBU i Ås som ønsker å skrive en masteroppgave om temaet «coworking». Det finnes allerede mange studier av konseptet coworking som de sosiokulturelle og -økonomiske, business, arkitektur, brukerpreferanser etc. Konseptet coworking har vært mye omtalt på grunn av sin eksponentielle vekst, og det er mange ulike meninger om denne måten å tenkte «arbeidsplass» på. Nærsagt alle markedsrapportene for kontorsegmentet de siste årene, likedan som de siste rapportene i 2019, spår en fortsatt vekst i dette delsegmentet. Til tross for mye omtale og markedsdata, i tillegg til antakelser og spådommer, finnes det tilsynelatende svært lite forskning på i hvilken grad coworking har påvirket kontormarkedet – det markedet som delsegmentet hører innunder. Vårt prosjekt har derfor som formål å undersøke på hvilken måte, og i hvilken grad, coworking som konsept har påvirket det norske kontormarkedet og eiendomsutviklingsindustri, sammenliknet med det europeiske.

Basert på internasjonal forskning om konseptet coworking og markedsdata for det Europeiske kontormarkedet ønsker vi å danne oss et bilde av hvordan coworking har utviklet seg i de siste 5 årene på det europeiske markedet. For å kunne antyde den faktiske veksten i markedssegmentet skal vi undersøke utviklingen i arealabsorpsjon, leiepriser, lokasjon, aktører, institusjonell påvirkning (eksempelvis lovgivning, særlig regnskapsmessige) mfl. I den grad det er mulig ønsker vi også å avdekke om de større aktørene innen coworking har ulike strategier. Disse dataene vil vi se i sammenheng med resultater fra tidligere forskning for å kunne danne oss et bilde av konseptets utvikling i europeisk målestokk. Resultatene fra Europa vil vi bruke for å sammenlikne med utviklingen med kontormarkedet i Stor-Oslo. Vår første hypotese er at konseptet coworking har hatt en mindre påvirkning på Stor-Oslos kontormarked enn på kontormarkedene i andre europeiske storbyer. Vår andre hypotese er at eiendomsutviklere og gårdeiere i Stor-Oslo er mer skeptiske til konseptet enn ellers i Europa.

Teorigrunnlaget er foreløpig avgrenset til teorier knyttet til eiendomsutviklingsstudiet, supplert med teori om innovasjon, business og strategi.

Vi ønsker å svare på vår problemstilling ved å anvende både primær- og sekundærdata. Sekundærdataene (markedsrapporter, etc.) vil hovedsakelig bli brukt til å gi et overblikk av coworkingkonseptets utvikling i Europa og Stor-Oslo. Primærdata skal samles inn ved hjelp av dybdeintervjuer med relevante aktører i den norske eiendomsbransjen.

Alle intervjuobjektene vil bli informert om selve undersøkelsen, datainnsamlingen og behandlingen av de innsamlede dataene gjennom et informasjonsskriv og en samtykkeerklæring. I informasjonsskrivet vil intervjuobjektene få informasjon om hvor og hvordan dataene vil bli lagret, hvor lenge dataene skal oppbevares etter prosjektslutt etc. Intervjuobjektene vil få flere muligheter, gjennom avkryssingsrubrikker på samtykkeerklæringen, til å sensurere spesifikke personopplysninger eller fullstendig anonymisering av sine data (for utdypning av dette se “informasjonsskriv og samtykkeerklæring”). Studiet omfatter ikke innsamling av sensitive personopplysninger, og datainnsamlingen og –behandlingen vil gjennomføres i henhold til gjeldende bestemmelser for behandling av personopplysninger.

## Utvalg 1: Konseptdrivere

### Beskrivelse:

Formelt sett det første leddet i leie-hierarkiet som aktivt forvalter konseptet (heleid eller deleid selskap).

### Rekruttering:

Rekruttering av utvalget vil skje gjennom direkte henvendelse. Første henvendelse vil skje per e-post til ikke-kjente-respondenter. De respondentene som blir forespurt gjennom nettverk gjøres muntlig og/eller per e-post. Respondentene identifiseres gjennom et sett kriterier for hva som er/kan være en "konseptdriver", eksempelvis type konsept, størrelse på konsept. Rekruttering kan også skje gjennom anbefalinger fra en/flere respondent(er).

Felles for alle utvalgene (ikke nødvendigvis alle spørsmålene):

- 1) Begrepet «coworking» er vidt og bransjens betegnelse er på mange ikke måter ikke unison – hva legger du i begrepet coworking?
- 2) Coworking er omtalt av mange som «fremtidens måte å jobbe på» - hvordan tror du at coworking vil påvirke «kontor/arbeidsplassen» i fremtiden (10-20 års perspektivet)?
- 3) Coworking-konseptet senker i teorien terskelen for at folk flest får tilgang til kontorarealer, og skulle tilsi at en større andel av arbeidsstyrken blir «en del av kontormarkedet» - hvordan tror du dette påvirker/har påvirket kontormarkedet?
- 4) Coworking har hatt en eksponentiell vekst de siste årene. Hvordan tror du at veksten vil se ut i årene fremover? Hvorfor? Hva tror du er nøkkeldriverne/årsakene til historisk vekst, og evt. fremtidig? Eventuelt når vil veksten bli mer avtakende, og hvorfor?
- 5) Coworking er en businesside som i stor grad er drevet av selskaper som ikke er tilknyttet gårdeiere – tror du at gårdeiere vil ta en mer aktiv rolle for å sikre seg «de tapte kronene i utleie» fremover? Hvorfor, evt. hvordan?
- 6) Coworking blir mest brukt av freelancere og mindre bedrifter, ofte fordi det er den «beste» (om ikke eneste) løsningen for å skaffe seg et kontorareal. Hvorfor skulle større selskaper benytte seg av konseptet, mener du? (Telenor-Fornebu/MESH-eksempelet for oppfølging).
- 7) Hvilke fordeler vil større selskaper/konsern dra nytte av ved å plassere deler av sine ansatte i et coworking-miljø?
- 8) Hvor i løypa mener/tror du Stor-Oslo-regionen (evt. bare Oslo) er i forhold til resten av verden/Europa med hensyn til etablering av coworkingfasiliteter?
- 9) (Må sees an i forhold til intervjuobjektet) Tror du endringen i reglene i IFRS som trådte i kraft 01.01.19 – dette med balanseføring av leieavtaler – har vært/kommer til å være en akselerator for bruken av coworking? Utdyp

## Spesifikke spørsmål

- 10) I tradisjonelle kontorleieavtaler har det med årene utviklet seg en «bransjestandard», og en kan si at avtalene jevnt over er sammenliknbare, om ikke like – opplever du det samme for coworking?
- 11) Dersom ikke, i hvilken retning tror du bransjen vil bevege seg i forhold til leieavtaler for coworking? Risk/profit-split, vanlige kontorleieavtaler eller en blanding? Hvorfor?
- 12) Tror du at en risk/profit-split-modell vil være mere bærekraftig på sikt for coworking enn en tradisjonell leieavtale? (Diskusjon, utdypning ønskelig)
- 13) Hvilke kriterier er avgjørende for valg av lokasjon for deres coworkingsentre? Om aktuelt, ranger de gjerne (Minn gjerne om at svaret ikke kan kobles til selskapet/personen).
- 14) Hvilke fasiliteter/«tilleggstjenester» (her kan det være flere eksempler basert på objektet, eksempelvis sammensetning av fagmiljøer, sosiale verdier etc.) ser dere på som «need-to-have» (absolutte minimumsfasiliteter/-tjenester), kontra de som er «nice-to-have» (gir et pluss i en eller annen grad)?
- 15) Vurderes «need to have» og «nice to have» ulikt avhengig av lokasjon?
- 16) Vurderes noen enkelte fasiliteter utover minimumet som særskilte bidragstydere til økt belegg på coworkingssentrene?
- 17) Statistisk sett ligger de fleste coworking-sentrene i sentrumsnære områder i Norge. Tror du det vil i større grad vil bli aktuelt med coworking-sentre i intercity-områder, tettsteder og mindre byer? Utdyp
- 18) Hva skiller dere fra deres konkurrenter? Hvilket konkurransefortrinn har dere? Spesifikke målgrupper?
- 19) Hvilket belegg må dere ha for å få fortjeneste på et konkret coworkingsenter? Varierer det fra senter til senter? Kan man sette et gjennomsnittstall (måneder/år) på hvor lang tid det tar å oppnå dette belegget?
- 20) Har dere selskaper med over 10 ansatte som kunder på coworkingsentrene? Hvor mange? Kan dere antyde en trend her (vekst/normalutvikling/synkende andeler)?
- 21) Er det ofte kapasitetsbegrensning hos dere som er årsak til at bedrifter «vokser seg ut» av deres sentre? Annet?
- 22) Avslutningsspørsmål (etter de spesifikke)**  
Hvordan tror/mener du at konseptet coworking har påvirket kontormarkedet i generell forstand? (gjerne be om delt svar i forhold til Europeisk (eller verden)/Norsk marked). Og hvilken påvirkning tror du det vil ha fremover i tid?



23) Er det noe vi ikke har spurt deg om som vi burde ha spurt om?

24) Er det noen andre som du vil anbefale oss å snakke med?

Takk for at du tok deg tid til å delta i prosjektet.

## Utvalg 2: Gårdeiere

### Beskrivelse:

Gårdeiere. Både gårdeiere som allerede har coworking som leietakere i ett eller flere bygg, og de som ikke har det. Eierne må være representert med mer enn 50% av aksjene i den aktuelle eiendommen.

### Rekruttering:

Rekruttering av utvalget vil skje gjennom direkte henvendelse. Første henvendelse vil skje per e-post til ikke-kjente-respondenter. De respondentene som blir forespurt gjennom nettverk gjøres muntlig og/eller per e-post. Respondentene identifiseres gjennom noen få kriterier for hva som er/kan være en "Gårdeier", eksempelvis markedsandeler innen kontorsegmentet i Stor-Oslo (evt. også nasjonalt), markedsstrategi. Rekruttering kan også skje gjennom anbefalinger fra en/flere respondent(er).

### Felles for alle utvalgene (ikke nødvendigvis alle spørsmålene):

- 1) Begrepet «coworking» er vidt og bransjens betegnelse er på mange ikke måter ikke unison – hva legger du i begrepet coworking?
- 2) Coworking er omtalt av mange som «fremtidens måte å jobbe på» - hvordan tror du at coworking vil påvirke «kontor-/arbeidsplassen» i fremtiden (10-20 års perspektivet)?
- 3) Coworking-konseptet senker i teorien terskelen for at folk flest får tilgang til kontorarealer, og skulle tilsi at en større andel av arbeidsstyrken blir «en del av kontormarkedet» - hvordan tror du dette vil påvirke/har påvirket kontormarkedet?
- 4) Coworking har hatt en eksponentiell vekst de siste årene. Hvordan tror du at veksten vil se ut i årene fremover? Hvorfor? Hva tror du er nøkkeldriverne/årsakene til historisk vekst, og evt. fremtidig? Eventuelt når vil veksten bli mer avtakende, og hvorfor?
- 5) Coworking er en businessside som i stor grad er drevet av selskaper som ikke er tilknyttet gårdeiere – tror du at gårdeiere vil ta en mer aktiv rolle for å sikre seg «de tapte kronene i utleie» fremover? Hvorfor, evt. hvordan?
- 6) Coworking blir mest brukt av freelancere og mindre bedrifter, ofte fordi det er den «beste» (om ikke eneste) løsningen for å skaffe seg et kontorareal. Hvorfor skulle større selskaper benytte seg av konseptet, mener du? (Telenor-fornebu/MESH-eksempelet for oppfølging).
- 7) Hvilke fordeler vil større selskaper/konsern dra nytte av ved å plassere deler av sine ansatte i et coworking-miljø med hensyn til etablering av coworkingfasiliteter?
- 8) Hvor i løypa mener/tror du Stor-Oslo-regionen (evt. bare Oslo) er i forhold til resten av verden/Europa?
- 9) (Må sees an i forhold til intervjuobjektet) Tror du endringen i reglene i IFRS som trådte i kraft 01.01.19 – dette med balanseføring av leieavtaler – har vært/kommer til å være en akselerator for bruken av coworking? Utdyp

## Spesifikke spørsmål

- 10) Hvilke fordeler ser dere ved utleie til coworking-aktører fremfor andre kontor-leietakere?  
Hvilke ulemper?
- 11) Hvordan skiller risikovurderingene ved utleie til coworking-aktører seg fra vurderingene ved utleie til «alminnelige kontor-leietakere»?
- 12) En kan hevde at coworking kan fungere som en akselerator for nærliggende eiendommer (utdyp påstanden hvis nødvendig) – hva er dine tanker om den påstanden?
- 13) I tradisjonelle kontorleieavtaler har det med årene utviklet seg en «bransjestandard», og en kan si at avtalene jevnt over er sammenliknbare, om ikke like – opplever du det samme for coworking?
- 14) Dersom ikke, i hvilken retning tror du bransjen vil bevege seg i forhold til leieavtaler?  
Risk/profit-split, vanlige kontorleieavtaler eller en blanding? Hvorfor?
- 15) Tror du at en risk/profit-split-modell vil være mere bærekraftig på sikt for coworkingarealer enn en tradisjonell leieavtale? (Diskusjon, utdypning ønskelig)
- 16) Er dere delaktig (finansielt eller operasjonelt) i et coworking-selskap?
- 17) Hvis ja; hva var årsaken(e) til at dere besluttet å starte/delta i det?
- 18) Hvis nei; har dere vurdert det? Hvorfor har dere ikke gjort det?
- 19) Legges det ulike vurderinger til grunn ved verdivurdering av et kontorbygg med og uten en coworking-aktører som leietaker? F.eks. ref. spørsmål 11.
- 20) Dersom man skal selge eiendommen – hvor avgjørende er tidspunktet for salg, og hvilket tidspunkt er «riktig»?
- 21) Avslutningsspørsmål (etter de spesifikke)**  
Hvordan tror/mener du at konseptet har påvirket kontormarkedet (i Oslo?) i generell forstand? (gjærne be om delt svar i forhold til Europeisk (eller verden)/Norsk marked). Og hvilken påvirkning tror du det vil ha fremover i tid?
- 22) Er det noe vi ikke har spurt deg om som vi burde ha spurt om?
- 23) Er det noen andre som du vil anbefale oss å snakke med?

Takk for at du tok deg tid til å delta i prosjektet.

## Utvalg 3: Eiendomsutviklere

### Beskrivelse:

Eiendomsutviklere. Selskaper som aktivt akkvirerer eiendom med den hensikt å øke den samme eiendommens verdi gjennom en eller annen form for endring (skifte av leietaker, konvertering bygg, nybygg, renovering etc.). Utvalget tar for seg både de som selger eiendommen etter ferdig utvikling, samt de som forvalter eiendommen etter ferdig utvikling fremfor salg.

### Rekruttering:

Rekruttering av utvalget vil skje gjennom direkte henvendelse. Første henvendelse vil skje per e-post til ikke-kjente-respondenter. De respondentene som blir forespurt gjennom nettverk gjøres muntlig og/eller per e-post. Respondentene identifiseres gjennom noen få kriterier for hva som er/kan være en "Gårdeier", eksempelvis type utvikling (næringseiendom), størrelse på utviklingsportefølje/tomtebank. Rekruttering kan også skje gjennom anbefalinger fra en/flere respondent(er).

Felles for alle utvalgene (ikke nødvendigvis alle spørsmålene):

- 1) Begrepet «coworking» er vidt og bransjens betegnelse er på mange ikke måter ikke unison – hva legger du i begrepet coworking?
- 2) Coworking er omtalt av mange som «fremtidens måte å jobbe på» - hvordan tror du at coworking vil påvirke «kontor/arbeidsplassen» i fremtiden (10-20 års perspektivet)?
- 3) Coworking-konseptet senker i teorien terskelen for at folk flest får tilgang til kontorarealer, og skulle tilsi at en større andel av arbeidsstyrken blir «en del av kontormarkedet» - hvordan tror du dette påvirker/har påvirket kontormarkedet?
- 4) Coworking har hatt en eksponentiell vekst de siste årene. Hvordan tror du at veksten vil se ut i årene fremover? Hvorfor? Hva tror du er nøkkeldriverne/årsakene til historisk vekst, og evt. fremtidig? Eventuelt når vil veksten bli mer avtakende, og hvorfor?
- 5) Coworking er en businesside som i stor grad er drevet av selskaper som ikke er tilknyttet gårdeiere – tror du at gårdeiere vil ta en mer aktiv rolle for å sikre seg «de tapte kronene i utleie» fremover? Hvorfor, evt. hvordan?
- 6) Coworking blir mest brukt av freelancere og mindre bedrifter, ofte fordi det er den «beste» (om ikke eneste) løsningen for å skaffe seg et kontorareal. Hvorfor skulle større selskaper benytte seg av konseptet, mener du? (Telenor-fornebu/MESH-eksempelet for oppfølging).
- 7) Hvilke fordeler vil større selskaper/konsern dra nytte av ved å plassere deler av sine ansatte i et coworking-miljø?
- 8) Hvor i løypa mener/tror du Stor-Oslo-regionen (evt. bare Oslo) er i forhold til resten av verden/Europa?
- 9) (Må sees an i forhold til intervjuobjekt) Tror du endringen i reglene i IFRS som trådte i kraft 01.01.19 – dette med balanseføring av leieavtaler – har vært/kommer til å være en akselerator for bruken av coworking? Utdyp.

### Spesifikke spørsmål:

- 10) Har dere gjennomført/planlegger dere å gjennomføre noen prosjekter hvor dere har tilrettelagt for/leid ut til coworking-aktører? Del gjerne erfaringer – alt fra avtaleinngåelse til gjennomføring. Hvem er det som henvender seg?
- 11) Hva er de avgjørende faktorene i valget av encoworking-aktør fremfor en annen kontorleietaker?
- 12) (HVIS JA PÅ FORRIGE) Kan du fortelle litt om hvilke risikovurderinger som gjøres ved utleie til coworking i utviklingsprosjekter? Risiko for tap av leie, type leieavtaler.
- 13) Hvordan styrer dere denne risikoen?
- 14) Hvilke fordeler ser du ved å ha en coworking-aktør som leietaker i et utviklings-prosjekt/ evt. generelt? Evt. hvilke ulemper?
- 15) Har størrelsen på prosjektet noe å si for vurderingen? Evt. sammensetningen av utbyggingsformål?
- 16) En kan hevde at coworking kan fungere som en akselerator for nærliggende eiendommer (utdyp påstanden hvis nødvendig) – hva er dine tanker om den påstanden?
- 17) Legges det ulike vurderinger til grunn ved verdivurdering av et kontorbygg med og uten en coworking-aktører som leietaker? F.eks. ref. spørsmål 12.
- 18) Dersom man skal selge prosjektet/eiendommen – hvor avgjørende er tidspunktet for salg, og hvilket tidspunkt er «riktig»?

### **Avslutningsspørsmål (etter de spesifikke)**

- 19) Vil du si at coworking som konsept på noen måte har skapt endringer i eiendomsutviklingsindustrien (evt. i anleggs- og bygge bransjen)? Hvilke, hvorfor og/eller hvordan? Utbroder
- 20) Hvordan tror/mener du at konseptet coworking har påvirket kontormarkedet i generell forstand? (gjerne be om delt svar i forhold til Europeisk (eller verden)/Norsk marked). Og hvilken påvirkning tror du det vil ha fremover i tid?
- 21) Er det noe vi ikke har spurt deg om som vi burde ha spurt om?
- 22) Er det noen andre som du vil anbefale oss å snakke med?

Takk for at du tok deg tid til å delta i prosjektet.

## Informasjonsskriv om forskningsprosjekt om coworking

Vi er to masterstudenter ved NMBU som skal skrive vår avsluttende masteroppgave. Vår studie omhandler kontorfellesskap (Coworking) der vi blant annet skal undersøke hvordan dette delsegmentet i kontormarkedet har utviklet seg de siste årene i Europa og i Stor-Oslo-regionen. Formålet med studien er å avdekke om, og i så fall hvordan, kontormarkedet har blitt påvirket av konseptet coworking og i hvilken grad eiendomsutviklingsindustrien har blitt endret som følge av dette.

Vi ønsker å intervjuere utbyggere, utleiere, gårdeiere og andre personer med relevant kunnskap om kontormarkedet og coworking, og vi håper du har anledning til å delta eller videreformidle forespørselen til en egnet kandidat.

Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU) er ansvarlig for forskningsprosjektet og veileder for studien er førsteamanuensis Knut Boge.

### Hva innebærer det for deg å delta?

Hvis du velger å delta i prosjektet, innebærer det at vi vil be om noen opplysninger i et intervju. Det vil være opplysninger om navn og organisasjon, og vi vil stille spørsmål relatert til coworking og kontormarkedet generelt.

Vi vil ta lydopptak og notater fra intervjuet. Lydopptak gjøres gjennom en app på telefonen, kalt "Nettskjema Diktafon". Lydopptaket utføres gjennom UiOs dataverktøy Nettskjema Diktafon som gjør at smarttelefonen kan brukes som digital opptaker i intervjuer uten at data kommer på avveie. Med bruk av appen Nettskjema Diktafon lagres de krypterte lydfilene automatisk på Nettskjemas server, der det er kun mulig å logge inn med studentens FEIDE-profil.

**Det er frivillig å delta i prosjektet.** Hvis du velger å delta, kan du når som helst endre samtykket, eller trekke det tilbake i sin helhet uten forklaring. Alle personopplysninger og andre opplysninger som kan identifisere din organisasjon og/eller arbeidsgiver, vil da bli anonymisert. Det vil ikke medføre noen negative konsekvenser for deg dersom du ikke ønsker å delta, eller velger å trekke deg på et senere tidspunkt.

### Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine personopplysninger

I publikasjonen av prosjektet vil vi ikke publisere personopplysninger om deg, eller andre opplysninger som kan spores tilbake til deg som person eller de(n) organisasjonen(e) du representerer, uten ditt samtykke. Vi vil kun bruke personopplysningene til formålet vi har beskrevet innledningsvis i dette skrivet. Vi behandler personopplysningene i samsvar med personvernregelverket. Personopplysninger vil bare være tilgjengelige for oss og vår veileder ved NMBU, Knut Boge.

Om ønskelig anonymiserer vi navn og personinformasjon slik at det ikke på noen måter kan kobles til deg. Ingen uvedkommende vil få tilgang til personopplysningene. Navn og kontaktopplysningene dine vil erstattes med et tall eller kode som lagres på egen navneliste adskilt fra øvrige data.

## Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Prosjektet er planlagt avsluttet i juni 2020. Det er ønskelig at dataene lagres i en 5 års periode etter prosjektslutt (til juni 2025) slik at det kan brukes til videre forskning.. Dersom du ikke tillater lagring av data for bruk i videre forskning etter at prosjektet er avsluttet vil alle lydopptak og eventuelle dokumenter som inneholder dine personopplysninger bli slettet

## Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- få slettet personopplysninger om deg,
- få utlevert en kopi av dine personopplysninger (dataportabilitet), og
- å sende klage til personvernombudet eller Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

## Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

- Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.
- På oppdrag fra NMBU har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

## Hvor kan jeg finne mere informasjon?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- Kontaktperson mellom NSD og NMBU: Jan Olav Aarflot, på epost [jan.olav.aarflot@NMBU.no](mailto:jan.olav.aarflot@NMBU.no) eller telefon: 67 23 02 50.
- Prosjektansvarlig: Knut Boge, på epost ([knut.boge@NMBU.no](mailto:knut.boge@NMBU.no)) eller telefon: 67 23 12 62.
- NMBUs personvernombud: Hanne Pernille Gulbrandsen, Deloitte Advokatfirma, på epost ([personvernombud@NMBU.no](mailto:personvernombud@NMBU.no)) eller telefon: 402 81 558.
- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS, på epost ([personverntjenester@nsd.no](mailto:personverntjenester@nsd.no)) eller telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen,

Aleksander Ellingsve (*forsker*), Tom Erik Pettersen (*forsker*) og Knut Boge (*prosjektansvarlig*)

## Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet "Coworking", og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til (kryss av for samtykke):

- å delta i intervju
- at det under intervjuet vil bli brukt lydopptaker
- at opplysninger om meg kan publiseres slik at jeg kan gjenkjennes
- at mine personopplysninger herunder opptak av intervjuet lagres i inntil 5 år etter prosjektslutt for bruk til videre forskning

\_\_\_\_\_

*(Signatur prosjektdeltaker)*

\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

*(sted / dato)*





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

Postboks 5003  
NO-1432 Ås  
Norway