



Norges miljø- og
biovitenskapelige
universitet

Masteroppgave 2022 30 stp
Fakultet for landskap og samfunn

Nyboligkjøpere på Ensjø: Markedsanalyser mot virkelighet

Buyers of new dwellings on Ensjø: Market analyses compared to reality

Kristina Hagene
Eiendomsutvikling

Forord

Masteroppgaven er en avsluttende oppgave på en toårig mastergrad i eiendomsutvikling ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet. Oppgaven markerer slutten på to innholdsrike år og utgjør 30 studiepoeng.

Tema for masteroppgaven baserer seg på min interesse for markedsanalyser, opparbeidet gjennom en bachelor i eiendomsmegling, jus og økonomi, tre år som medhjelper i DNB Eiendom og en master i eiendomsutvikling. Det har vært interessant å undersøke et tema som ligger i krysningspunktet mellom kommersiell utvikling og prosjektbasert utvikling.

Jeg vil rette en spesiell takk til min veileder, Sølve Bærug, for lærerike seminarer, interessante samtaler og meget god faglig veiledning. Videre ønsker jeg å takke alle som har bidratt til undersøkelsen og deltatt i intervjuer. Dere har vært med på å styrke oppgaven, gjennom å dele erfaringer og praksis rundt tematikken.

Oslo, 13. mai 2022

Kristina Hagene

Sammendrag

Denne masteroppgaven tar for seg hva som fungerer godt og hva som har forbedringspotensial i markedsanalyser. For å kunne besvare denne tematikken har jeg sett nærmere på én markedsanalyse for boligmarkedet, og undersøkt om denne samsvarer eller avviker med de som har kjøpt bolig i det samme markedsområdet som markedsanalysen.

Valg av problemstilling knytter seg til praksisen om at eiendomsutviklere nedprioriterer bruken av markedsanalyser. Dette fordi de bruker egne erfaringer i beslutningsprosessen, og fordi behovet for markedsanalyser minsker når etterspørselen etter boliger overstiger markedet. Bruk av markedsanalyser kan redusere risikoen i boligprosjekter, og bidra til å gi informasjon i beslutningstakingen og planleggingen. Jeg ønsker med bakgrunn i dette å se nærmere på om det er samsvar mellom resultatene fra etterspørselssiden i en gitt boligmarkedsanalyse, og førstegangssalgene i ferdigstilte prosjekter i Tiedemannsbyen på Ensjø, i Oslo.

I forbindelse med planleggingen av Ensjø som nytt boligområde i Oslo ble det gjennomført en omfattende boligmarkedsanalyse av Prognosesenteret på vegne av Eiendoms- og byfornyelsesetaten i 2004. Boligmarkedsanalysen er sammenlignet med faktiske kjøpertall hentet fra Eiendomsverdi, innen målgruppene alder, geografi, boligtypologi og antall soverom. For å underbygge samsvar og avvik, samt detektere mønstre og årsaker til disse, er det gjennomført intervjuer. Intervjuene er rettet mot personer med god kjennskap til boligutviklingen på Ensjø og markedsanalyser i boligprosjekter.

For å svare på problemstillingen er det valgt en kombinert metodetilnærming, ved bruk av dokumentstudier, litteraturstudier og dybdeintervjuer.

Studien avdekker noen forbedringspotensial i markedsanalyser; en tydeligere struktur og et felles rammeverk kan bidra til å gi mer kunnskap og klarere føringer for innholdet i analysen. Funnene i studien viser at nytteverdien av markedsanalyser kan økes, spesielt utover bruken blant eiendomsutviklere.

Samsvarene er best for målgruppene alder og antall soverom, mens det er store avvik i enkelte av grupperingene i målgruppene geografi og boligtypologi. Oppsummert er det relativt godt samsvar mellom boligmarkedsanalysen og de faktiske kjøpertallene i Tiedemannsbyen. Likevel er det avdekket avvik og forbedringspotensial som kunne økt nytteverdien i bruk av markedsanalyser i kommersiell eiendomsutvikling.

Abstract

This master's thesis examines what works well and what has potential for improvement in market analyses. To be able to answer this topic, I have looked more closely at one specific market analysis for the housing market and examined whether this corresponds or differs with those who have bought a home in the same market area as the market analysis.

The choice of thesis statement is linked to the practice of real estate developers downgrading the use of market analyses. This is because, among other things, they use their own experiences in the decision-making process, and the need for market analyses is reduced when the demand for housing exceeds the market. Use of market analyses can reduce the risk in housing projects and help to provide information in decision-making and planning. Based on this, I want to look more closely at whether there is a correspondence between the results from the demand side in a given housing market analysis, and the first sales in completed projects in Tiedemannsbyen on Ensjø, in Oslo.

In conjunction of the planning of Ensjø as a residential area in Oslo, a comprehensive housing market analysis was carried out by Prognosesenteret on behalf of Eiendoms- og byfornyelsesetaten in 2004. The housing analysis is compared with buyer numbers obtained from Eiendomsverdi, within the target group age, geography, housing typology and number of bedrooms. To substantiate compliance and deviations, interviews have also been conducted. The interviews are aimed at people with good knowledge of housing development on Ensjø and market analysis in housing projects.

To answer the thesis statement, a combined methodological approach has been chosen, using document studies, literature studies and in-depth interviews.

The study reveals some potential for improvement in market analyses. A clearer structure and a common framework can help to provide more knowledge and better guidelines for the content of the analyses. The findings of the study show that the usefulness of market analyses can be increased, especially beyond the use among real estate developers.

The compliance is best for target group age and number of bedrooms, while there are large deviations in some of the subgroupings in the target group geography and housing typology. Summarized, there is a relatively good compliance between the housing market analysis and the actual buyer numbers in Tiedemannsbyen. Nevertheless, deviations and potential for improvement have been identified that could increase the utility value in the use of market analyses in commercial real estate development.

Innholdsfortegnelse

1. Innledning.....	1
1.1 Bakgrunn	1
1.2 Problemstilling.....	3
1.3 Valg av område og målgrupper	4
1.4 Avgrensninger	4
1.5 Oppgavens struktur.....	4
2. Metode.....	5
2.1 Valg av metode.....	5
2.2 Gjennomføring.....	8
2.3 Kunnskapsstatus	9
3. Teoretisk rammeverk for eiendomsutvikling og markedsanalyser	10
3.1 Eiendomsutvikling.....	10
3.1.1 Hva er eiendomsutvikling?	10
3.1.2 Risikoer i eiendomsutvikling	11
3.1.3 Faser i eiendomsutviklingen	12
3.1.4 Teorier til bruk i eiendomsutvikling	13
3.2 Markedsanalyser	14
3.2.1 Hva er markedsanalyser?	14
3.2.2 Hvorfor benytte seg av markedsanalyser?	15
3.2.3 Nytteverdi av markedsanalyser	16
3.2.4 Demografiske trender som påvirker boligmarkedet	17
3.2.5 Innhold i markedsanalysen.....	18
3.2.6 Rammeverk for markedsanalyser	21
4. Empiri.....	23
4.1 Strategisk utvalg og kriterier ved valg av studieområder	23
4.1.1 Områdebeskrivelse Ensjø.....	23
4.1.2 Områdebeskrivelse Tiedemannsbyen	24
4.1.3 Prosjektet Tiedemannsbyen, Ensjø	26
4.2 Utvalg	31
4.2.1 Boligmarkedsanalyse «OSLO».....	31
4.2.2 Kjøpertall fra Eiendomsverdi.....	32
4.3 Presentasjon av data.....	32
4.3.1 Alder	35
4.3.2 Geografi	41

4.3.3 Boligtypologi	49
4.3.4 Antall soverom.....	53
4.4 Intervjuer	59
5. Analyse.....	63
5.1 Analyse av samsvar og avvik	63
5.1.1 Alder	63
5.1.2 Geografi	66
5.1.3 Boligtypologi	68
5.1.4 Antall soverom.....	70
5.2 Rammeverk og innhold i markedsanalysen.....	72
5.2.1 Rammeverk for markedsanalyser	72
5.2.2 Innhold i markedsanalysen.....	74
5.3 Nytteverdi av markedsanalyser	75
6. Konklusjon og refleksjoner	77
6.1 Kvalitet på empiri	77
6.2 Hvor godt er samsvaret?.....	79
6.3 Mønstre og årsak	80
6.4 Refleksjoner og forslag til videre undersøkelser	81
Litteraturliste	84
Vedlegg 1: Intervjuguide.....	89
Vedlegg 2: Samtykkeskjema.....	90

Figurliste

Figur 1. Ulike risikoer i et eiendomsutviklingsprosjekt. Egen fremstilling etter Ness & Øyasæter, 2021, s. 53.	12
Figur 2. 4Q-modellen (Geltner et al., 2014, s. 30).	14
Figur 3. Nyttverdi ved bruk av markedsanalyser. (Brett & Schmitz, 2009, s. 9).	16
Figur 4. Rammeverk for kortsiktig strukturell markedsanalyse av eiendomsmarkedet. (Geltner et. al., 2014, s. 112).	22
Figur 5. Ensjøbyen sin beliggenhet i Oslo kommune. (Oslo kommune, u.å.).	24
Figur 6. Tiedemannsbyen sin beliggenhet på Ensjø. Egen fremstilling. (Oslo kommune, u.å.).	25
Figur 7. Oversikt over feltene i Tiedemannsbyen. Egen fremstilling. (Tiedemannsbyen, u.å.).	26
Figur 8. Felt A med illustrasjoner og kart. Egen fremstilling. (TAG arkitekter AS, u.å. og Oslo kommune, u.å.).	27
Figur 9. Felt C med illustrasjoner og kart. Egen fremstilling. (TAG arkitekter AS, u.å. og Oslo kommune, u.å.).	28
Figur 10. Felt D med illustrasjoner og kart. Egen fremstilling. (TAG arkitekter AS, u.å. og Oslo kommune, u.å.).	29
Figur 11. Felt E med illustrasjoner og kart. Egen fremstilling. (Arcasa arkitekter AS, u.å. og Oslo kommune, u.å.).	30
Figur 12. Felt F med illustrasjoner og kart. Egen fremstilling. (Ingeniørene Seim & Hultgreen, 2016 og Oslo kommune, u.å.).	30
Figur 13. Rammeverk for kortsiktig strukturell markedsanalyse av eiendomsmarkedet med markering. Egen fremstilling. (Geltner et. al., 2014, s. 112).	34
Figur 14. Grafen viser vurdering av Ensjø som aktuelt område å flytte til. (Prognosesenteret, 2004, s. 72).	35
Figur 15. Oversikt over alderssammensetning i undersøkelsen og Oslo. (Prognosesenteret, 2004, s. 4).	35
Figur 16. Andelen som vurderer Ensjø-området som aktuelt fordelt på alder. (Prognosesenteret, 2004, s. 72).	36
Figur 17. Alderssammensetning i boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling. (Prognosesenteret, 2004, s. 72).	37
Figur 18. Alderssammensetning fra Eiendomsverdi. Egen fremstilling. (Eiendomsverdi, 2022).	38

Figur 19. Utvikling av alder per felt fra Eiendomsverdi. Egen fremstilling. (Eiendomsverdi, 2022).....	39
Figur 20. Sammenligning av alder. Egen fremstilling.	40
Figur 21. Geografiske utvalgsområder i boligmarkedsanalysen (Prognosesenteret, 2004, s. 3).	41
Figur 22. Bydeler i områdeinndelingen (Prognosesenteret, 2004, s. 4).	41
Figur 23. Andelen som vurderer Ensjø-området som aktuelt fordelt på geografi. (Prognosesenteret, 2004, s. 72).	42
Figur 24. Geografisk tilhørighet i boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling. (Prognosesenteret, 2004, s. 72).	43
Figur 25. Geografisk tilhørighet fra Eiendomsverdi. Egen fremstilling. (Eiendomsverdi, 2022).....	45
Figur 26. Oversikt over geografisk tilhørighet basert på fylker. Egen fremstilling. (Eiendomsverdi, 2022).	46
Figur 27. Utvikling av geografisk tilhørighet per felt. Egen fremstilling. (Eiendomsverdi, 2022).....	47
Figur 28. Sammenligning av geografi. Egen fremstilling.....	48
Figur 29. Andelen som vurderer Ensjø-området som aktuelt fordelt på boligtypologi neste. (Prognosesenteret, 2004, s. 72).	49
Figur 30. Boligtypologi neste i boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling. (Prognosesenteret, 2004, s. 72).	50
Figur 31. Boligtype i dag og preferanser for neste blant alle respondenter. (Prognosesenteret, 2004, s. 6).	50
Figur 32. Boligtypologi for alle felter sammenlagt. Egen fremstilling.	51
Figur 33. Utvikling av boligtypologi per felt. Egen fremstilling.	52
Figur 34. Sammenligning av boligtypologi. Egen fremstilling.....	53
Figur 35. Antall soverom respondentene ønsker i neste bolig. (Prognosesenteret, 2004, s. 61).	54
Figur 36. Antall soverom neste i boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling. (Prognosesenteret, 2004, s. 6).	54
Figur 37. Antall soverom fordelt på alle felter sammenlagt. Egen fremstilling.....	56
Figur 38. Utvikling av antall soverom per felt. Egen fremstilling.	57
Figur 39. Sammenligning av antall soverom. Egen fremstilling.....	58

Figur 40. Utvikling og sammenligning av alder felt for felt med boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling.	65
Figur 41. Utvikling og sammenligning av geografi felt for felt med boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling.	67
Figur 42. Utvikling og sammenligning av boligtypologi felt for felt med boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling.	70
Figur 43. Utvikling og sammenligning av antall soverom felt for felt med boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling.	72
Figur 44. Rammeverk for strukturell markedsanalyse med utgangspunkt i boligmarkedsanalysen. Egenprodusert. (Geltner et. al., 2014, s. 112).	73
Figur 45. Nytteverdi ved bruk av denne studiens boligmarkedsanalyse. Egenprodusert. (Brett & Schmitz, 2009, s. 9).	76

Tabelliste

Tabell 1. Oversikt over prosjekter i studien. Egen fremstilling.	26
Tabell 2. Aldersfordeling i boligmarkedsanalyse fordelt på husstander. Egen fremstilling. ...	36
Tabell 3. Ny aldersfordeling i boligmarkedsanalyse fordelt på husstander. Egen fremstilling.	37
Tabell 4. Feltvis alderssammensetning fra Eiendomsverdi. Egen fremstilling. (Eiendomsverdi, 2022).	39
Tabell 5. Aldersgrupperingen studien baserer seg på. Egen fremstilling.	40
Tabell 6. Oversikt over bydel, delbydel og grunnkrets som inngår i "Nærområdet". Egen fremstilling. (Oslo kommune, u.å.).	44
Tabell 7. Feltvis geografisk tilhørighet fra Eiendomsverdi. Egen fremstilling. (Eiendomsverdi, 2022).	46
Tabell 8. Feltvis boligtypologi. Egen fremstilling.	52
Tabell 9. Feltvis fordeling av antall soverom. Egen fremstilling.	56
Tabell 10. Innhold i boligmarkedsanalyser sammenlignet med studiens boligmarkedsanalyse. Egenprodusert. (Brett & Schmitz 2009, s. 67).	75

1. Innledning

1.1 Bakgrunn

Markedsanalyser og markedsundersøkelser er to velkjente begrep innen flere bransjer, og brukes også innen eiendom og kommersiell eiendomsutvikling. I denne studien har det vært ønske om å se nærmere på og identifisere hva som fungerer godt og hva som har forbedringspotensial i markedsanalyser. For å kunne besvare denne tematikken har jeg sett nærmere på én markedsanalyse for boligmarkedet, og undersøkt om denne samsvarer eller avviker med de som har kjøpt bolig i det samme markedsområdet som markedsanalysen.

Den svært aktuelle tematikken rundt boligforsyningen og behovet for flere boliger i Norge, virker ikke å ta slutt med det første. Spesielt i området Oslo og omegn ser man fortsatt et høyt utbyggingspress, der økt befolkningstetthet og ønske om sentralisering bidrar til og gjør det nødvendig å bygge flere boliger gjennom transformasjon og utvikling.

For å «treffe» dette boligbehovet må man skaffe innsikt og informasjon om markedet og området man skal utvikle. Selv om det er behov for flere boliger, er en viktig del av tidligfasen i eiendomsutvikling å prøve å detektere hva slags type boliger det er behov for og hvem som har disse behovene. Det er både eiendomsutviklerens, kjøperens og samfunnets interesse å «treffe» disse behovene best mulig. Det er kommersielle eiendomsutviklere som sørger for det aller meste av boligforsyningen. Dette fordi «verdien for utvikler» ikke hadde vært avgjørende dersom det offentlige eller ikke-kommersielle aktører stod for mye av boligforsyningen. Viktigheten av å planlegge et attraktivt prosjekt parallelt med en planprosess må ikke undervurderes, da en reguleringsplan må være forankret i et tilstrekkelig lønnsomt prosjekt for at det skal ha en verdi for utvikler (Ness & Øyasæter, 2021, s. 48). Det er her markedsanalyser kommer inn som en medvirkende og oftest positiv faktor i beslutningstakingen og planleggingen av et boligprosjekt.

Det finnes i dag en rekke verktøy for å tilegne seg kunnskap om boligmarkedet. For eksempel SSB, Eiendomsverdi og markedsrapporter med framskrivninger, trender og prognoser for ulike markeder, områder og segmenter. Markedsanalyser er en sammenfattet oppsummering av all informasjon man kan tilegne seg om nettopp et utviklingsområde, og det finnes flere eksterne markedsanalyseforetak som tilbyr slike rapporter.

Det er dog kjent at eiendomsutviklere i noen tilfeller nedprioriterer bruken av markedsanalyser, fordi de tar med seg kunnskap og egne erfaringer fra tidligere prosjekter

(Leikvam & Olsson, 2014, s. 35) i beslutningsprosessen. Denne påstanden fremmes også av Reed & Sims (2014, s. 222), som mener at en mulig grunn til at nytteverdien av markedsanalyser blir undervurdert i eiendomsutviklingsprosessen har sammenheng med eiendomsutviklerens erfaring. De hevder at denne undervurderingen kan komme av at mange eiendomsutviklere har utviklet sin rolle hovedsakelig fra bransjeerfaring, og ikke fra noen formell utdanning. En annen mulig grunn er i de tilfellene etterspørselen overstiger markedet (Reed & Sims, 2014, s. 222). Da vil effekten av å ikke gjennomføre gode nok markedsundersøkelser skjules av høye priser og man vil få solgt prosjektet uansett.

Videre kan ikke eiendomsutviklere utelukkende stole på sine innsikter eller tidligere erfaringer for å bestemme hva de skal bygge eller for å forsikre potensielle långivere om at et fremtidig prosjekt vil bli vellykket. Markedsanalyser brukes til å underbygge eiendomsutviklerens innsikt og erfaring, samtidig som man minimerer en rekke risikofaktorer i prosjektet (Brett & Schmitz, 2009, s. 7). Markedsanalyser vil være mer kritiske i et nedadgående marked (Reed & Sims, 2014, s. 222), nettopp for å kunne treffe potensielle kjøpere mer nøyaktig enn i et oppadgående marked, hvor prosjekterte boliger «selges av seg selv».

Studien ser derfor på virkeligheten ved bruk av markedsanalyser i boligmarkedet, sammenholdt med de som faktisk kjøpte bolig første gang. Dette for å undersøke bruken av markedsanalyser og med et ønske om å finne ut av hva som fungerer og hva som har forbedringspotensial i markedsanalyser. Flere av momentene i dette kapittelet er også svært aktuelt i Oslos boligmarked.

For å finne egnet område har jeg sett nærmere på følgende kriterier:

- Høyt prioritert av kommunen med fokus på fortetting
- Høy utnyttelsesgrad
- Boligmål
- Markedsanalyse er benyttet i arbeidet med utvikling

Ensjø er et område som svarer godt til kriteriene jeg har lagt til grunn for studien, og det er gjennomført en omfattende boligmarkedsanalyse som har lagt grunnlaget for utviklingen og utarbeidelsen av planer og føringer. I forbindelse med planleggingen av Ensjø som nytt boligområde i Oslo ble det gjennomført en omfattende boligmarkedsanalyse av Prognosesenteret på vegne av Eiendoms- og byfornyelsesetaten i 2004.

Prosjektet Tiedemannsbyen nærmer seg i dag slutten og er valgt som undersøkelsesobjekt basert på nettopp prosjektets størrelse og at hovedandelen av prosjektet er fullført. Videre er prosjektet valgt med bakgrunn i at det foreligger en felles reguleringsplan for alle de enkeltstående prosjektene i Tiedemannsbyen. Prosjektet som helhet består av flere ulike eiendomsutviklere, og er utviklet gjennom mange år. Dette sikrer representativitet for Ensjø som utbyggingsområde. Til sist er Tiedemannsbyen valgt som område fordi boligprosjektene er nært sammenfallende, noe som sikrer en mer pålitelig sammenligning av samsvar og avvik i målgruppene.

1.2 Problemstilling

Hensikten med studien er å forsøke å identifisere hva som fungerer godt, og hva som har forbedringspotensial i markedsanalysene.

Problemstillingen studien skal forsøke å besvare er følgende:

- Samsvarer resultatene fra etterspørselssiden i boligmarkedsanalysen gjort i 2004, med førstegangssalgene i ferdigstilte prosjekter i Tiedemannsbyen på Ensjø?
 - For hvilke av målgruppene er det størst avvik mellom boligmarkedsanalysen og kjøpertallene?
 - Der det er samsvar eller avvik mellom kjøpertall og boligmarkedsanalysen, hva kan være årsaken til dette?

Formålet med denne problemstillingen er å kunne si noe om en generell markedsanalyse for området Ensjø foretatt før utvikling, la grunnlag for det som ble utviklet av boliger i prosjektområdet Tiedemannsbyen. Dette skal gjøres ved å gi en fremstilling av virkeligheten ved bruk av markedsanalyser i boligmarkedet på Ensjø, sammenholdt med de som faktisk kjøpte bolig i Tiedemannsbyen første gang.

For å besvare problemstillingen er det blitt gjort en systematisk undersøkelse av én boligmarkedsanalyse utarbeidet i forbindelse med planleggingen av Ensjø som nytt boligområde. Disse tallene er sammenlignet med faktiske kjøpertall hentet fra Eiendomsverdi for ferdigstilte prosjekter i Tiedemannsbyen på Ensjø.

Samsvar og avvik undersøkes for følgende målgrupper og gjelder for etterspørselssiden:

- Aldersgruppe

- Geografi
- Boligtypologi
- Antall soverom

1.3 Valg av område og målgrupper

Ensjø som område i denne studien er valgt ut fra bakgrunnen i ønske om å undersøke tematikken rundt markedsanalyser. Boligmarkedsanalysen på Ensjø ble benyttet i arbeidet med reguleringen av Ensjø som nytt utviklingsområde og det har foregått en hurtig fortetting og transformasjon av området, noe som gjør det interessant ut fra oppgavens tematikk og kriteriene for undersøkelsesområdet.

Målgruppene, herunder aldersgruppe, geografi, boligtypologi og antall soverom, er ansett som konkrete og svært målbare faktorer. Ved å se nærmere på utvalgte målgrupper vil man kunne få mer konkrete svar på svakheter og styrker ved å gjennomføre markedsanalyser, samtidig som man blir oppmerksom på mulige årsaker til samsvar og avvik.

1.4 Avgrensninger

Målgrupper i denne rapporten refererer til de definerte datagrupperingene som vurderes og sammenlignes. Det strategiske utvalget, herunder målgruppene, utdypes i kapittel 4 om empiri.

Det er benyttet én utvalgt boligmarkedsanalyse, der den delen som gjelder for Ensjø er trukket frem som relevant for studien. Markedsanalysen tar til dels for seg Oslo by, men dette datagrunnlaget er ikke benyttet i oppgaven av hensyn til å kunne besvare problemstillingen mer konkret.

Problemstillingen avgrenses til å kun gjelde de deler av prosjektområdet «Tiedemannsbyen» som er ferdigstilte da arbeidet med studien satte i gang høsten 2021. Dette av hensyn til å sikre riktig tallgrunnlag og at hele prosjektet er solgt.

Studien tar ikke for seg analysetekniske forhold. Det betyr at det ikke er foretatt noen vurdering bak kvaliteten på hvordan innhenting av data har foregått i boligmarkedsanalysen og i Eiendomsverdi.

1.5 Oppgavens struktur

Oppgaven består av i alt seks kapitler. Som del av kapittel 1 innledes oppgaven med bakgrunn, problemstilling, valg av område/målgrupper og avgrensning. I kapittel 2 presenteres valg av metode og kunnskapsstatus for å besvare oppgavens problemstilling.

Videre i kapittel 3 legges det teoretiske rammeverket frem, om eiendomsutvikling generelt, men med hovedfokus på studiens tematikk markedsanalyser. Dette vil tilføre relevant kunnskap til temaet og gi en mer helhetlig oversikt av drøftelser som kommer senere i oppgaven.

I kapittel 4 presenteres oppgavens empiri, med utvalg, data og intervjuer. Dette er kjernen av studien, og følges videre opp i kapittel 5 med analyse av funnene gjort i kapittel 4. Kapittel 5 vil sette datainnsamlingen opp mot utvalgt teori, og drøfte verdien av markedsanalyser.

Til sist oppsummeres og konkluderes studien i kapittel 6 med fokus på hvordan teorien samsvarer med praksis, i form av mønstre og mulige årsaker. Det vil deretter rettes ulike synsvinkler på refleksjoner rundt oppgaven, herunder svakheter og usikkerhetsmomenter. Til slutt rundes studien av med et forslag til videre forskning knyttet til tematikken rundt markedsanalyser.

2. Metode

2.1 Valg av metode

Valg av metode skal først og fremst si noe om hvordan man går frem for å finne svar på problemstillingen (Dalland, 2020, s. 243). Oppgavens problemstilling er et samfunnsvitenskapelig forskningsspørsmål.

Forskningsdesignet i studien vil basere seg mest på deduktiv forskning, men også noe induktiv forskning. Den deduktive forskningen kjennetegnes ved at man undersøker om en antagelse som er utledet fra en eksisterende teori, stemmer overens med virkeligheten. Den induktive forskningen kjennetegnes ved at utgangspunktet er observasjon av empiriske fenomener, og at man studerer virkeligheten for å danne seg et mest mulig korrekt bilde av den (Nyeng, 2012, s. 59). Det deduktive forskningsdesignet beveger seg fra teori til empiri, mens det induktive forskningsdesignet beveger seg fra empiri til teori.

Utgangspunktet for studien er en blandet metode mellom kvalitativ og kvantitativ tilnæringsmetode i samfunnsvitenskapen. I kvalitativ metode er man gjerne rent induktiv, mens man i kvantitativ metode er rent deduktiv (Nyeng, 2012, s. 59). Studien består av flere deler, herunder dokumentstudier, litteraturstudier og dybdeintervjuer. På grunn av den varierte metoden for datainnsamling er det hensiktsmessig å jobbe ut fra både en kvalitativ og en kvantitativ tilnæringsmetode. De ulike innsamlingsmetodene bidrar med helt forskjellige data, og det vil dermed også kreve ulik tilnærming i analysen. Dette er hovedgrunnet for

valg av blandet metode. Den kvantitative tilnærmingen i form av dokumentstudier, skal suppleres med en kvalitativ tilnærming i form av dybdeintervjuer. Dette er gjort for å underbygge og kontrollere reliabiliteten og validiteten i resultatene.

Den kvalitative metoden benyttes i dybdeintervjuene og litteraturstudiene, med innsamling og analyse som sikrer rikholdige skriftlige og muntlige kilder som gir tolkninger i form av ord (Nyeng, 2012, s. 71). En slik tilnærming i intervjuene tar sikte på å fange opp mening og opplevelse fra intervjupersonene, og lar seg ikke tallfeste eller måle (Dalland, 2020, s. 54). Dette er også hensiktsmessig for å få personlige erfaringer og kunnskap på temaet i studien.

Den kvantitative metoden benyttes i dokumentstudiene, med innsamling og analyse som lar seg tallfeste og måle (Nyeng, 2012, s. 79). Metoden innebærer arbeid med data i form av tall som kan analyseres statistisk. Valg av denne metoden i dokumentstudiene passer godt til problemstillingen og de undersøkelsene som skal gjennomføres. Metoden er hensiktsmessig i denne delen av studien for å kunne si noe om samsvar og avvik som målbare enheter.

Dokumentstudier

Hele problemstillingen har bakgrunn i dokumentstudier, der man bruker et sett med data og sammenligner med et annet sett med data. Dataene som brukes i granskningen er hentet fra markedsundersøkelsen som ble gjennomført av Prognosesenteret i regi av Oslo kommune i 2004 før utvikling av Ensjø som boligområde. Undersøkelsen har tittelen «Boligmarkedsanalyse OSLO» (Prognosesenteret, 2004, s. 1), og det er benyttet kvantitativ tilnærming. Prognosesenteret beskriver seg selv som «...et frittstående markedsanalyseforetak som har spesialisert sine tjenester til å omhandle markedsproblematikk knyttet til de europeiske bygge-, anleggs- og eiendomsmarkedene.» (Prognosesenteret, u.å.).

Videre er Eiendomsverdi AS brukt for innsamling av data til grunnlag for sammenligning med boligmarkedsanalysen. Disse dataene er anonymisert og omhandler etterspørselssiden. Eiendomsverdi AS følger og registrerer aktiviteten i det norske boligmarkedet daglig, og deres databaser omfatter alle landets eiendommer og gir sanntidsbilder av prisene (Eiendomsverdi, u.å.). Databasen har begrenset tilgang blant publikum, og data er hentet gjennom studenttilgang via NMBU.

Både Prognosesenteret og Eiendomsverdi bruker troverdige innsamlingsmetoder, der metode og hvor dataene er hentet fra, er transparent. Dette, i tillegg til deres posisjon i det norske

markedet, gjør at tilliten til dataene selskapene leverer er høy, og man har mulighet for å kontrollere den innsamlede dataen.

Dokumentstudier er gjennomført før intervjuene for å svare best mulig på problemstillingen og hensikten med intervjuene som underbyggende metode.

Litteraturstudier

Som del av den kvalitative metoden er det benyttet litteraturstudier for å finne og kartlegge eksisterende forskning på temaet. Dette er både et forberedende tiltak og en aktivitet som må foregå underveis i prosessen med studien. Det er hovedsakelig benyttet fagbøker innenfor tematikken eiendomsutvikling og markedsanalyser.

Det legges opp til stor grad av kildekritikk og pålitelighet i litteraturstudier, herunder en vurdering av relevans, gyldighet, holdbarhet, forfatter, tidspunkt og formålet med innholdet (Dalland, 2020, s. 153). Videre har det blitt vurdert relevans opp mot temaet og problemstillingen.

Søkeverktøy som Google, Oria, Academia, Google Scholar og Researchgate benyttes for å finne artikler, tidligere studier og andre kilder til informasjon om emnet.

Det er benyttet masteroppgaver ved NMBU via Brage med relevans til oppgaven som inspirasjon, og litteratur fra tidligere forelesninger der de har inneholdt tematikk knyttet til denne studien.

Dybdeintervjuer

Dybdeintervjuene skal gjennomføres i fast intervjuform rundt analysen av samsvar og avvik mellom boligmarkedsanalysen og kjøpertall fra Eiendomsverdi. Bakgrunnen for gjennomføringen er å underbygge de funn som blir gjort i dokumentstudiene, samt for å kvalitetssikre funnene.

Intervjuene blir gjennomført som semistrukturerte dybdeintervjuer, for å garantere høy treffsikkerhet og den kvalitative metodetilnærmingen. Videre vil denne typen intervju være fordelaktig ut fra problemstillingen, og den individuelle vurderingen bak bruken av markedsanalyser og årsaken til eventuelle mønstre. Det skal utarbeides intervjuguide for å sikre et likt utgangspunkt for intervjupersonene og som hjelpemiddel for tematikken som skal diskuteres.

Det skal gjennomføres dybdeintervju med to personer relatert til boligutvikling på Ensjø. Hver av de to skal ha ulik erfaring og ulik stilling, men begge skal på en eller annen måte være tilknyttet Ensjø som utviklingsområde. Det er ønskelig at intervjupersonene har hatt avgjørende roller i ulike selskaper knyttet til markedsarbeid og prosesser i salgsfasen av boligprosjekter.

Det gis i forkant av intervjuene informasjon om studien, samtykkeerklæring og informasjon om anonymitet og taushetsplikt (Dalland, 2020, s. 82). Intervjuguide utarbeides i tråd med funnene som blir gjort, og legges opp etter Dalland (2020, s. 83) sin guide. Intervjuene skal gjennomføres en-til-en for å sikre kvalitet på svar (Dalland, 2020, s. 87) og mer detaljerte beskrivelser. Det skal benyttes lydopptaker, etter samtykke fra intervjupersonene. Dette for å sikre brukbare data, og for å fange opp nyanser som språk og stemmeleie (Dalland, 2020, s. 91). Videre vil intervjuguiden bli sendt ut i forkant av intervjuet, og intervjupersonene skal få tilsendt intervjureferat i etterkant av gjennomføringen for godkjenning.

Undersøkelsen er meldt inn til Norsk senter for forskningsdata (NSD). Dette for å ivareta reglene om personvern og kravet til behandling av personopplysninger.

2.2 Gjennomføring

I denne delen av studien legges det frem hvordan gjennomføringen har pågått. Arbeidet startet opp med faget MAST303 *Planlegging av masteroppgaven ved Eiendom og Eiendomsutvikling* som pågikk gjennom vår- og høstsemesteret 2021. Faget har lagt grunnlaget for det videre arbeidet med studien våren 2022.

Vår 2021

- Valg av tema for masteroppgaven

Høst 2021

- Forslag til problemstilling – prosjektplan
- Litteraturstudier
- Dokumentstudier, innhenting av markedsanalyse
- Utvelgelse av informanter

Vår 2022

- Litteraturstudier
- Dokumentstudier, innhenting av kjøpertall

- Analyse av resultater
- Utarbeide intervjuguide
- Avtale intervjuer og informasjonsdeling
- Gjennomføre intervjuer
- Analyse, konklusjon og refleksjoner

2.3 Kunnskapsstatus

I denne studien benyttes det teorier om markedsanalyser og eiendomsutvikling hentet fra Geltner et. al. (2014), Brett & Schmitz (2009) og Reed & Sims (2014). Av norsk litteratur innen samme tematikk er det benyttet litteratur fra Leikvam & Olsson (2014) og Ness & Øyasæter (2021). Til metode og oppgaveskriving er det benyttet litteratur fra Dalland (2020) og Nyeng (2012).

Av masteroppgaver med relevans til denne studien og tidligere forskning om temaet er det fire tidligere masteroppgaver ved NMBU som har vært nyttige i arbeidet:

- Markedsanalyser i eiendomsutviklingsfasene – eksempler fra Moss og Hamar (Larsen & Ommestad, 2020).
- Nyboligkjøpere utenfor storbyene: Antagelser mot virkelighet (Nielsen, 2018).
- Markedsanalyser ved kommersiell eiendomsutvikling (Ellingsberg, 2017).
- Markedsundersøkelser for nyboligmarkedet (Embretsen, 2016).

Alle fire masteroppgavene omhandler hovedsakelig hvordan eiendomsutviklere bruker markedsanalyser i planlegging av prosjekter for å møte behovene i markedet.

Embretsen (2016) har flest likheter med denne studien, og tar for seg samsvar mellom etterspørselssiden av en boligprosjektanalyse og førstegangssalg i Barcode. Den store forskjellen er hvilke kategorier (målgrupper) det undersøkes samsvar for, og at Embretsen ser på utviklingen gjennom byggetrinnene. Den ene kategorien som undersøkes går på investorandel, noe denne studien ikke ser nærmere på. Dette av hensyn til hva den aktuelle boligmarkedsanalysen for Ensjø inneholder, der investorandel og utleie ikke er hensyntatt.

Embretsen konkluderer med at god struktur og godt innhold i en markedsundersøkelse vil gi bedre utgangspunkt for å oppnå godt samsvar, og dermed høyere nytteverdi (Embretsen, 2016, s. 82). Alle fire masteroppgavene konkluderer med at bruken av markedsanalyser varierer enormt, og at valg ofte tas med grunnlag i lokalkunnskap og egne erfaringer.

Embretsen påpeker videre at det er svakheter i markedsundersøkelsen som er utslagsgivende

for grad av samsvar, og at en markedsanalyse bør oppdateres jevnlig som et «levende» dokument.

I likhet med denne studien handlet Embretsen sin oppgave om styrker og svakheter ved én utvalgt markedsanalyse. De andre masteroppgavene handler i større grad om bruken av markedsanalyser generelt, og i hvilke faser de brukes mest i eiendomsutviklingsprosessen. Hensikten med denne rapporten er å evaluere tidligere markedsanalyser, og bidra til å identifisere hva som fungerer godt, og hva som har forbedringspotensial i markedsanalyser.

Det er forsøkt å finne tilsvarende studier fra andre nordiske land som til en viss grad kan sammenlignes med Norges boligmarked. I dette litteratursøket er det benyttet søk i bibliotek og arkiv til høyskoler og universiteter i Sverige og Danmark. Av danske studier har litteratursøket foregått hos Copenhagen Business School sin «Research Portal», Danmarks Tekniske Universitet sin «Research Database» og Aalborg Universitet sin «Project Library». Av svenske studier har litteratursøket bestått av søk i Malmö Universitetet og KTH Royal Institute of Technology in Stockholm sine «DiVA-portaler». Det har i forbindelse med denne studien ikke lyktes å finne tilsvarende undersøkelser i andre nordiske land.

3. Teoretisk rammeverk for eiendomsutvikling og markedsanalyser

3.1 Eiendomsutvikling

3.1.1 Hva er eiendomsutvikling?

Eiendomsutvikling defineres som «å transformere et stykke areal fra én tilstand til en annen, slik at arealet gis en verdiøkning i seg selv, eller i form av økt løpende avkastning» (Leikvam & Olsson, 2014, s. 16).

Videre er det viktig å forstå at ordet «eiendom» vil ha ulik betydning og definisjon basert på hvem du spør og hvilken profesjon vedkommende har (Geltner et al., 2014, preface). En arkitekt, advokat eller en investor vil alle ha ulike fokusområder når det kommer til eiendom, og deres definisjon, erfaring og prosesser vil variere ut fra dette. Selv om man kan definere både eiendom og eiendomsutvikling rent teoretisk, vil det være viktig å tenke på at prosesser i eiendomsutvikling og hvor tungt man vektlegger ulike faser og innholdet i disse, altså vil variere ut fra profesjon og yrke.

Eiendomsutvikling i denne sammenheng er en kommersielt drevet prosess, der man enten søker å oppnå avkastning eller verdistigning (Leikvam & Olsson, 2014, s. 16). Det er kompetansen og kapasiteten som legges ned i prosjektet som vil gi avkastning eller

verdistigning, og ikke nødvendigvis selve arealet eller bygget i seg selv (Leikvam & Olsson, 2014, s. 17).

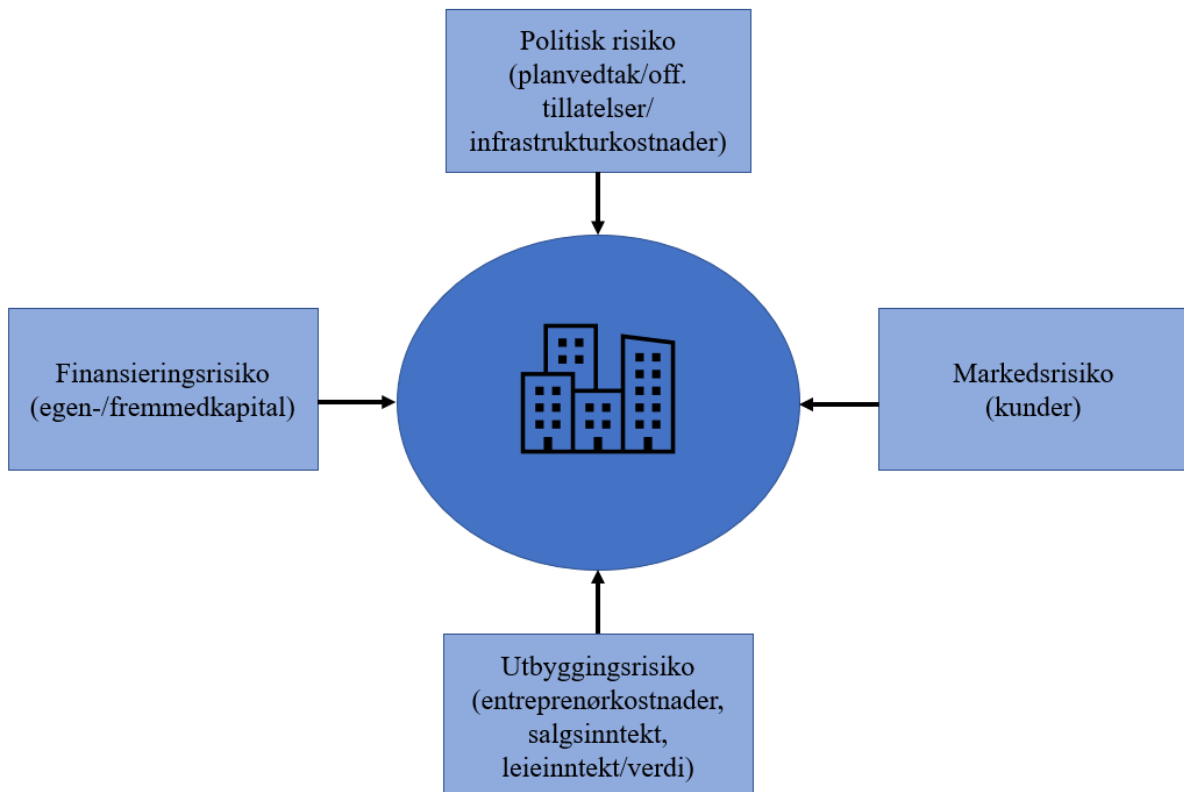
Det er mange aktører i eiendomsutvikling, og hvem og hvor mange aktører som blir involvert, vil avhenge av prosjektets art og størrelse. Et bredere og mer relevant begrep i denne studien er interessenter. Disse defineres som «individer eller organisasjoner som er aktivt involvert i prosjektet eller som blir berørt av prosjektet, positivt eller negativt, under gjennomføring av prosjektet eller av prosjektets resultat» (Leikvam & Olsson, 2014, s. 19). Hvert prosjekt er unikt, og det å sette seg inn hvem som er aktører og interessenter må gjøres hver gang, i hvert individuelle prosjekt.

3.1.2 Risikoer i eiendomsutvikling

Ettersom eiendomsutvikling krever kunnskap om en rekke ulike temaer, vil det i andre enden av skalaen ligge mange risikoer og fallgruver som kan medføre store økonomiske tap, dersom man ikke adresserer disse risikoene (Ness & Øyasæter, 2021, s. 11). I tillegg til å optimalisere arealbruk og gevinstpotensialer, handler eiendomsutvikling om å redusere kostnadsdrivende risikoer som politisk risiko, markedsrisiko, entrepriserisiko, finansrisiko med mer (Ness & Øyasæter, 2021, s. 12).

Ut fra hvilke faser man befinner seg i, vil noen deler av prosessen og enkeltfaser kunne ha større muligheter, og til gjengjeld større risikoer enn andre (Leikvam & Olsson, 2014, s. 25). Der mulighetene er størst for å påvirke risiko, og dermed gevinst og tap, er i tidligfasene av prosjektet (Leikvam & Olsson, 2014, s. 25). Det vil derfor som eiendomsutvikler være naturlig å fokusere mest på tidligfasen, ettersom det er her grunnlaget for gevinst legges (Leikvam & Olsson, 2014, s. 25).

Aktuelle risikoer må kartlegges og vurderes som grunnlag når man utarbeider en strategi for risikohåndtering i prosjektet, og når man planlegger prosjektets mål og rammer (Ness & Øyasæter, 2021, s. 52). Figur 1 viser ulike risikoer i et eiendomsutviklingsprosjekt.



Figur 1. Ulike risikoer i et eiendomsutviklingsprosjekt. Egen fremstilling etter Ness & Øyasæter, 2021, s. 53.

3.1.3 Faser i eiendomsutviklingen

Eiendomsutviklingsprosessen blir fremstilt på flere måter blant ulike litteratur. Noen modeller fremstår mer «lineære», andre er mer faseinndelt og noen fremstiller prosessen som «sirkulær» (Ness & Øyasæter, 2021, s. 12). Både Ness & Øyasæter (2021, s. 13) og Leikvam & Olsson (2014, s. 26) opererer med avklaringsfase/tidligfase, planleggings-/reguleringsfase og gjennomførings-/utbyggingsfase. Forskjellen mellom de to, er at Leikvam & Olsson trekker frem tre hovedfaser, der underveisprosesser pågår gjennom hele prosjektet (2014, s. 27). Ness & Øyasæter opererer med gjennomføring som fase 3, og en egen fase 4 med drifts- og vedlikeholdsfasen (2021, s. 13).

Knyttet til studiens tematikk og som nevnt i delkapittelet om risikoer i eiendomsutvikling, vil fokuset være primært i fase 1 – tidligfase. Her trekker Leikvam & Olsson (2014, s. 26) frem følgende hovedtrekk:

- Idé/mål
- Tomtesøk, akkvisisjon
- Markedsanalyser

- Mulighetsstudier, konsept

Ness & Øyasæter (2021, s. 37) trekker frem følgende hovedtrekk i tidligfasen:

- Analyse av muligheter og valg av konsept
- Avklaring av eiendomsgrenser og bruksrettigheter
- Kartlegge behov for infrastruktur
- Strukturering av prosjektet på utbyggersiden
- Organisering av eiendom
- Prosjektsamarbeid mellom utbygger og kommune

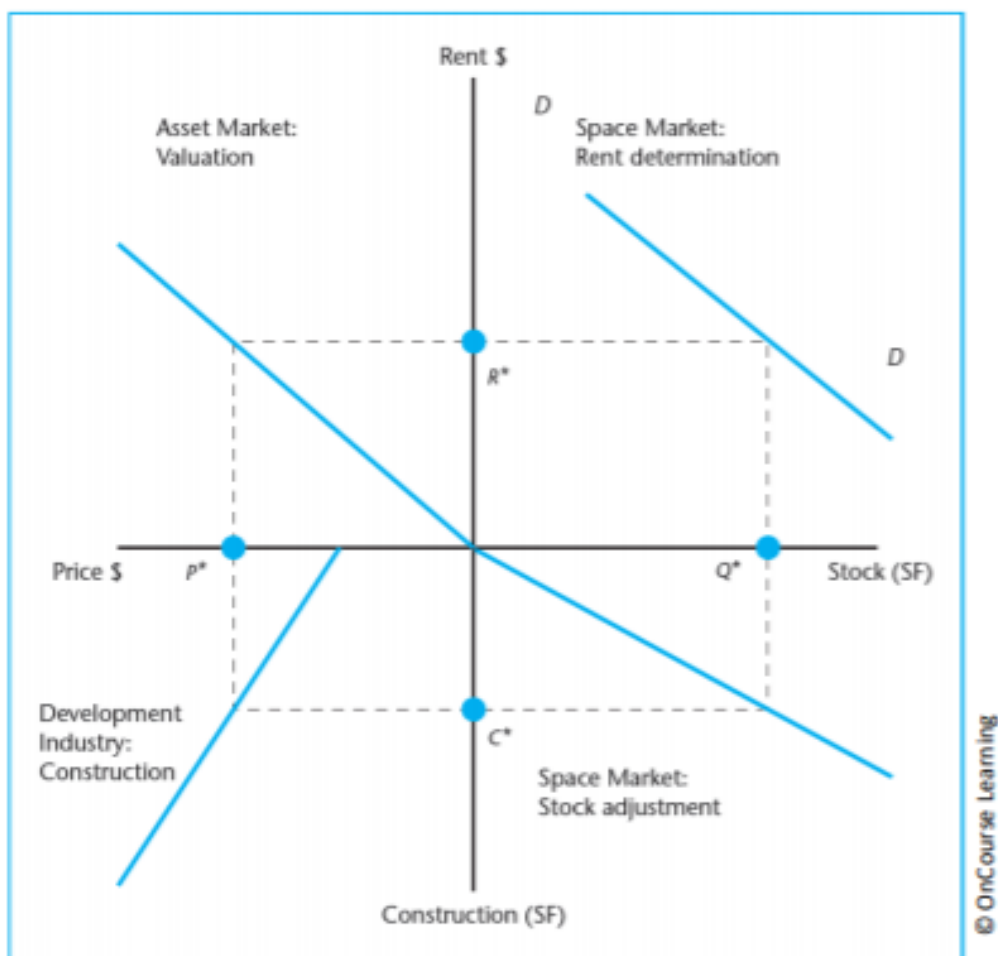
Hos Leikvam & Olsson (2014, s. 35) blir markedsanalyser trukket frem som en egen del av tidligfasen. Hos Ness & Øyasæter (2021, s. 48) ligger markedsanalyser under «Analyse av muligheter og valg av konsept», der markedsanalysen og interessentanalysen er trukket frem sammen.

3.1.4 Teorier til bruk i eiendomsutvikling

Eiendom må sees på som et system, der eiendomsmarkedet består av leiemarkedet (Space Market), eiemarkedet (Asset Market) og eiendomsutviklingsmarkedet (Development Industry), (Geltner et al., 2014, s. 27). Systemet påvirkes av en rekke faktorer og drivere, både indirekte og direkte. «The Real Estate System» vil aldri være i balanse, og det vil alltid oppleves som det er for lite eller for mye av faktorene og driverne.

Ved å se eiendomsmarkedet som et slikt system vil man kunne forutse hva som skjer ved en endring i en eller flere av faktorene, både på kort og lang sikt.

«The DiPasquale-Wheaton Four-Quadrant Diagram», forkortet 4Q-modellen er eiendomssystemet fremstilt i en grafisk modell (Geltner et al., 2014, s. 29). Modellen brukes til å forstå «hva-skjer-hvis», og for å grafisk demonstrere hva som skjer når det er endringer i faktorene og driverne i eiendomssystemet. 4Q-modellen er et enkelt verktøy for å analysere eiendomssystemet og visuelt si noe om fremtidsutsiktene i eiendomsmarkedet (Geltner et al., 2014, s. 37). Figur 2 viser 4Q-modellen.



Figur 2. 4Q-modellen (Geltner et al., 2014, s. 30).

3.2 Markedsanalyser

3.2.1 Hva er markedsanalyser?

Markedsanalyser ligger under samlebegrepet markedsarbeid, som er å anse som «arbeidet som utføres med tanke på kartlegging av et marked, vurderinger knyttet til det definerte markedet, samt det arbeidet som gjøres for å komme i kontakt med den potensielle kunden» (Leikvam & Olsson, 2014, s. 35). Markedsanalyser i seg selv defineres på flere måter, og begrepet blir omtalt også som markedsundersøkelser. I denne studien er det snakk om markedsanalyser for eiendomsmarkedet.

Geltner et. al. (2014, s. 102) skiller mellom to typer markedsanalyser. På den ene siden er det snakk om markedsanalyser som gjennomføres for å kunne gjøre spesifikke beslutninger på mikronivå. På den andre siden er snakk om mer overordnede og generelle karakteriseringer av ulike eiendomsmarkeder. Hensikten med den siste typen markedsanalyser, og således den

typen markedsanalyser denne studien omhandler, er å kunne si noe om tilbud og etterspørsel etter eiendom (Geltner et. al., 2014, s. 102).

En av definisjonene sier at markedsanalyser for eiendomsmarkedet er en «studie og identifisering av tilbud og etterspørsel» (Brett & Schmitz, 2009, s. 4). Etterspørselssiden består av sluttbrukerne, i form av kjøpere og leietakere av fast eiendom. Eksempelvis boligkjøpere, leietakere av bolig, forhandlere, bedrifter som søker kontor- eller lagerplass og besøkende som trenger hotellovernatting. Etterspørselen beregnes ut fra en forståelse av befolknings- og husholdningsdemografien, drevet av blant annet sysselsetting, stedspreferanser og livsstil (Brett & Schmitz, 2009, s. 51).

Tilbudssiden består av konkurrentene, både eksisterende eiendommer og utviklingseiendommer i forskjellige stadier i eiendomsutviklingen (Brett & Schmitz, 2009, s. 4). Tilbudet beregnes ut fra en kartlegging av eksisterende og planlagte prosjekter når det gjelder byggestiler, utnyttelse, leilighetsfordeling, fasiliteter, priser og tiltenkt bruk (Brett & Schmitz, 2009, s. 51). Når man opererer i eiemarkedet vil man også måtte ta høyde for boliglånsvilkår og lånetilgjengelighet for å avgjøre om forbrukerne vil kunne kjøpe det markedet tilbyr.

3.2.2 Hvorfor benytte seg av markedsanalyser?

Markedsanalyser kan være nødvendig når man skal identifisere muligheter for boligutvikling, eller for å gi input til områdeplanlegging, utførelse av bygninger og leiligheter, eller ved økonomisk analyse (Brett & Schmitz, 2009, s. 51). Markedsanalyser skal gi utviklere, långivere, investorer og offentlige instanser det nødvendige beslutningsgrunnlaget i en eiendomsutviklingsprosess (Brett & Schmitz, 2009, s. 51). Videre trekker Brett & Schmitz (2009, s. 5) frem følgende argumenter for hvorfor man skal benytte seg av markedsanalyser:

- Gir grunnlag til forprosjektering
- Gir grunnlag til prosjektets økonomiske gjennomførbarhet
- Viser potensialet og attraktiviteten for et nytt produkt, område eller marked
- Kan gi grunnlag for investorer, banker og offentlige tilskudd
- Gjør produktet bedre og mer salgbart
- Vise offentlige planmyndigheter prosjektets samfunnsnytte
- Underbygger kommunens boligpolitikk og områdeutvikling

Markedsanalysen skal løfte blikket og har til hensikt å vurdere kunden mot et produkt, beliggende på et gitt sted (Leikvam & Olsson, 2014, s. 124).

Hele målet med markedsanalyser og markedsundersøkelser er å bruke dem som et redskap i beslutningsprosessen for å vurdere riktig formål og salgspriser i et område, og samtidig minske risiko i prosjektet (Ness & Øyasæter, 2021, s. 48).

3.2.3 Nyttieverdi av markedsanalyser

Det er flere som kan ha nytte av at markedsundersøkelser blir gjennomført. Brett og Schmitz (2009, s. 9) har fremstilt en skjematisk oversikt, som viser ulike «aktører/brukere» og deres «mål/formål» med slike markedsstudier, vist i figur 3.

Purpose or Objective	Developer	Equity Investor/Partner	Buyer	Seller	Lender	Redevelopment Agency	Housing Finance or Economic Development Authority	Tenant/Owner	Realtor/Broker
Market overview for use in brochure and publications	X			X		X	X		X
Input for corporate location, relocation, or expansion decisions								X	
Devise or revise real estate investment strategies	X	X							
Product planning, design, pricing, phasing	X								
Obtain zoning or other government approvals	X					X			
Input or assumptions for cash flow analysis	X	X	X						
Loan application support	X		X						
As part of a sales offering package				X		X			X
Acquisition due diligence			X					X	
Lender due diligence					X	X	X		
Ongoing asset management		X						X	

Figur 3. Nyttieverdi ved bruk av markedsanalyser. (Brett & Schmitz, 2009, s. 9).

Aktørene vil ha ulike mål eller formål med å gjennomføre en markedsanalyse. Skjemaet kan gi et godt utgangspunkt for hvem som kan være en potensiell aktør eller bruker av markedsanalyser, samtidig som man ser at ut fra hva slags aktør man er, så vil det også resultere i ulike formål med analysen.

Kryssene markerer hvilken aktør som har hvilket formål med en markedsanalyse, og som skjemaet viser varierer dette stort både mellom formål og aktør. Hvem som har nytteverdi av en markedsanalyse og hva slags nytte markedsanalysen gir, vil dermed måtte sees på i hvert individuelle tilfelle.

3.2.4 Demografiske trender som påvirker boligmarkedet

Hva en markedsanalyse skal inneholde har nær sammenheng med faktorer som påvirker boligmarkedet. Her trekker Brett & Schmitz (2009, s. 63) frem demografiske trender som påvirker boligmarkedet i USA. Disse trendene lar seg overføre til det nordiske boligmarkedet, da det overordnet består av å identifisere trender som påvirker etterspørselen etter bolig. Nedenfor følger et utvalg av de faktorer som anses som overførbare til Norge og dagens trender:

Alder – det ligger an til et overtall av pensjonister som følge av store fødselskull i etterkrigsårene og økt levealder. Dette vil kreve boliger som møter livstilpreferansene og behovene til aktive eldre voksne (Brett & Schmitz, 2009, s. 64).

Mindre husholdninger – husholdningsstørrelsene synker som følge av forsinket ekteskap, familier får færre barn og det er flere enslige (Brett & Schmitz, 2009, s. 64).

Færre barneorienterte husholdninger – man ser at den nye generasjonen med foreldre prioriterer enkel tilgang til arbeid, restauranter, underholdning og vedlikehold, høyere enn gode skoler, mange soverom og hage (Brett & Schmitz, 2009, s. 65).

Effekt av innvandring og etnisk mangfold – mennesker med utenlandsk opprinnelse og innvandrere står for en økende andel av husholdningsveksten. Økningen henger sammen med forskjellene knyttet til husholdningsstørrelse og antall barn (Brett & Schmitz, 2009, s. 65).

Prismessig overkommelig (oversatt fra «Affordability Gap») – man bruker en for høy del av inntekten på bolig (både ved leie og eie), og man er mer avhengig av to årsinntekter i husholdningen (Brett & Schmitz, 2009, s. 66). Overført til det norske markedet vil den økende gjeldsgraden (Finanstilsynet, 2021) blant boliglån være en demografisk trend som påvirker etterspørselen.

Effekten av pendlermønstre – avstand og tid mellom arbeidsplass og hjemmet øker. I denne trenden ligger det en rekke påvirkende faktorer som bruk av fremkomstmiddel til jobb (bil, kollektivt, sykkel, bildeling), mulighet for hjemmekontor og ønske om å bo nærmere jobb (Brett & Schmitz, 2009, s. 67).

3.2.5 Innhold i markedsanalysen

Når man forbereder en markedsanalyse vil altså demografiske faktorer være viktig å undersøke, ettersom dette er trender som påvirker boligmarkedet, enten direkte eller indirekte. En viktig del av prosessen og arbeidet med markedsanalysen, er å finne ut hva markedsanalysen skal dekke. Her lister Brett & Schmitz opp en rekke punkter de mener bør være med i forberedelsene til en boligmarkedsanalyse. Deler av disse punktene er dekket gjennom problemstillingen og de utvalgte målgrupper som studien skal undersøke.

Det er viktig å understreke at forberedelsene vil være situasjonsavhengig ut fra hva slags type prosjekt det er snakk om og størrelse. Alt i alt skal markedsanalysen føre til en forbedring i prosjektets muligheter for suksess (Brett & Schmitz, 2009, s. 67), og dermed «Highest, and best use» (Geltner et. al., 2014, s. 733).

Når man forbereder en boligmarkedsanalyse bør derfor arbeidet bestå av:

Identifisere markedsområdet

Å identifisere markedsområdet er det første steget i enhver stedsspesifikk boligmarkedsanalyse (Reed & Sims, 2014, s. 230). Et prosjekts primære markedsområde er normalt definert som området som 60-80 % av potensielle kjøpere eller leietakere kan komme fra. Det er imidlertid mange unntak fra denne definisjonen, og det vil avhenge av type prosjekt, størrelse, segment, attraktivitet, beliggenhet og konkurranse (Brett & Schmitz, 2009, s. 67). I mange tilfeller er markedsområdene for tilbud og etterspørsel identiske (Brett & Schmitz, 2009, s. 68). Når man identifiserer og avgrenser markedsområdet, er det noen faktorer man bør vurdere:

Identifisere populære og store arbeidsplasser – på denne måten kan man gjøre antagelser om akseptabel pendlingstid, pendlermønstre som vil påvirke reisekostnaden i tid og penger, og tilgjengelighet av kollektivtransport til arbeidsplass. Her kan man også vurdere å definere et delmarkedsområde i tilknytning til det tenkte markedsområdet (Brett & Schmitz, 2009, s. 68).

Sosioøkonomisk status og samfunnskarakter – områdets inntekt, alder, husholdningstype og andre demografiske egenskaper vil påvirke valg av bolig og beliggenhet (Brett & Schmitz, 2009, s. 68).

Politiske faktorer – områder kan ha ulik utbyggings- og fortetningspolitikk innad i en kommune. Det kan også ligge ulike veiledninger og føringer rundt utbyggingsavtaler, satsning på miljø og skoler/barnehager. Slik politikk er gjerne enda mer sprikende mellom kommuner (Brett & Schmitz, 2009, s. 68).

Datatilgjengelighet – av praktiske årsaker vil markedsområder ofte bli definert etter hvordan data og statistikk allerede foreligger og er definert tidligere. Det har dog blitt enklere å få tak i mer detaljert data fra egendefinerte områder, men det kan ofte være tidkrevende og unøyaktig å avgrense et markedsområde på denne måten (Brett & Schmitz, 2009, s. 68).

Analysere markedsområdets etterspørsel

I arbeidet med å analysere markedspotensialet for et prosjekt vil en rekke demografiske faktorer være viktig. I denne delen av analysen vil man se på demografiske trender og anslag som skal legges til grunn, herunder:

Arbeid – driver normalt befolkningsveksten. Dersom sysselsettingen er økende, vil nye arbeidere flytte til markedsområdet, samtidig som eksisterende husholdninger blir værende og har nytte av dette (Brett & Schmitz, 2009, s. 69).

Befolkning og husholdning – befolkningen kjøper eller leier bolig, og er således en av de viktigste faktorene å undersøke i en markedsanalyse. Her vil det være nødvendig å se mer detaljert på husholdningsstørrelsen, husholdningstype, alder og utdanning (Brett & Schmitz, 2009, s. 69).

Inntekt – inntekten i husholdningen vil si noe om hvilken pris man kan sette for å møte etterspørselen i et prosjekt. Her vil det være nødvendig å se på inntekt mer overordnet, i tillegg til i markedsområdet (Brett & Schmitz, 2009, s. 70). Det kan også være nødvendig å se nærmere på formue, betalingsvillighet og belåningsgrad (Brett & Schmitz, 2009, s. 70).

Markedssegmentering – i arbeidet med å forstå den fremtidige kunden, tilbudet og etterspørselen i et markedsområde er det en rekke faktorer man kan se nærmere på i en markedsanalyse. Ved å segmentere forbrukerne kan man finne estimer og prognoser på hva som blir å anse som attraktivt. Ved å se nærmere på faktorer som livsstil,

husholdningstrender, jobbtrender, fasiliteter, sosioøkonomiske faktorer med flere, kan man gjøre prosjektet mer salgbart (Brett & Schmitz, 2009, s. 70).

Analysere markedsområdets tilbud

Eksisterende og fremtidig boligmasse utgjør tilbudssiden av markedsanalysen. Her må man først undersøke den eksisterende boligmassen i markedsområdet, før man ser på nybyggaktiviteten i både det lokale markedsområdet og i det større området.

Omløpshastigheten vil også være en viktig faktor, for å kunne si noe om hvor fort de prosjekterte boligene selges (Brett & Schmitz, 2009, s. 72). Å analysere markedsområdets tilbud består i hovedsak av to oppgaver:

Studere eksisterende konkurranse – bør inneholde informasjon om leilighets- og boligmix, størrelser på enheter, fasiliteter, priser, alder og omløpshastighet. Analysen bør justere priser etter alder, størrelser, fasiliteter og beliggenhet, siden ingen eiendommer er like. Videre må analysen si noe om antall konkurrerende prosjekter (Brett & Schmitz, 2009, s. 73).

Identifisere fremtidig konkurranse – prosjekter som er under utvikling eller planlegging må inngå i markedsanalysen. Her bør informasjon som prosjektnavn, utvikler, byggherre, beliggenhet, antall enheter, type enheter, estimer for prisklasser og forventede tidspunkter (eksempelvis lansering og ferdigstillelse) legges frem. Det vil også være viktig å se nærmere på tillatelser, regulering og dispensasjon fra reguleringsmyndighetene (Brett & Schmitz, 2009, s. 77).

Beregne «capture rate»¹, gjennomtrengningsrate og absorpsjonsrate

I denne delen av analysen skal man vurdere markedspotensialet til prosjektet. Ved å se på den potensielle etterspørselen ut fra en rekke faktorer, kan man finne ulike rater for å møte etterspørselen på best mulig måte (Brett & Schmitz, 2009, s. 77).

Capture rate – beregnes ved å ta antall enheter i prosjektet delt på totalt kvalifisert etterspørsel (Brett & Schmitz, 2009, s. 78). Den kvalifiserte etterspørselen baserer seg på alder, inntekt og psykografiske kjennetegn, eller en kombinasjon av disse faktorene. Her må man se på det lokale markedsområdet, så vel som ekstern etterspørsel utenfor markedsområdet, som følge av

¹ Ikke funnet en god norsk terminologi, så det engelske ordet benyttes. «Capture rate» refererer til salgsraten til et utviklingsprosjekt for eiendom, sammenlignet med salgsraten til andre utviklingsprosjekter i markedsområdet (Brett & Schmitz, 2009, s. 77).

for eksempel flytting i forbindelse med jobb eller en effektiv reklamekampanje for prosjektet (Brett & Schmitz, 2009, s. 77).

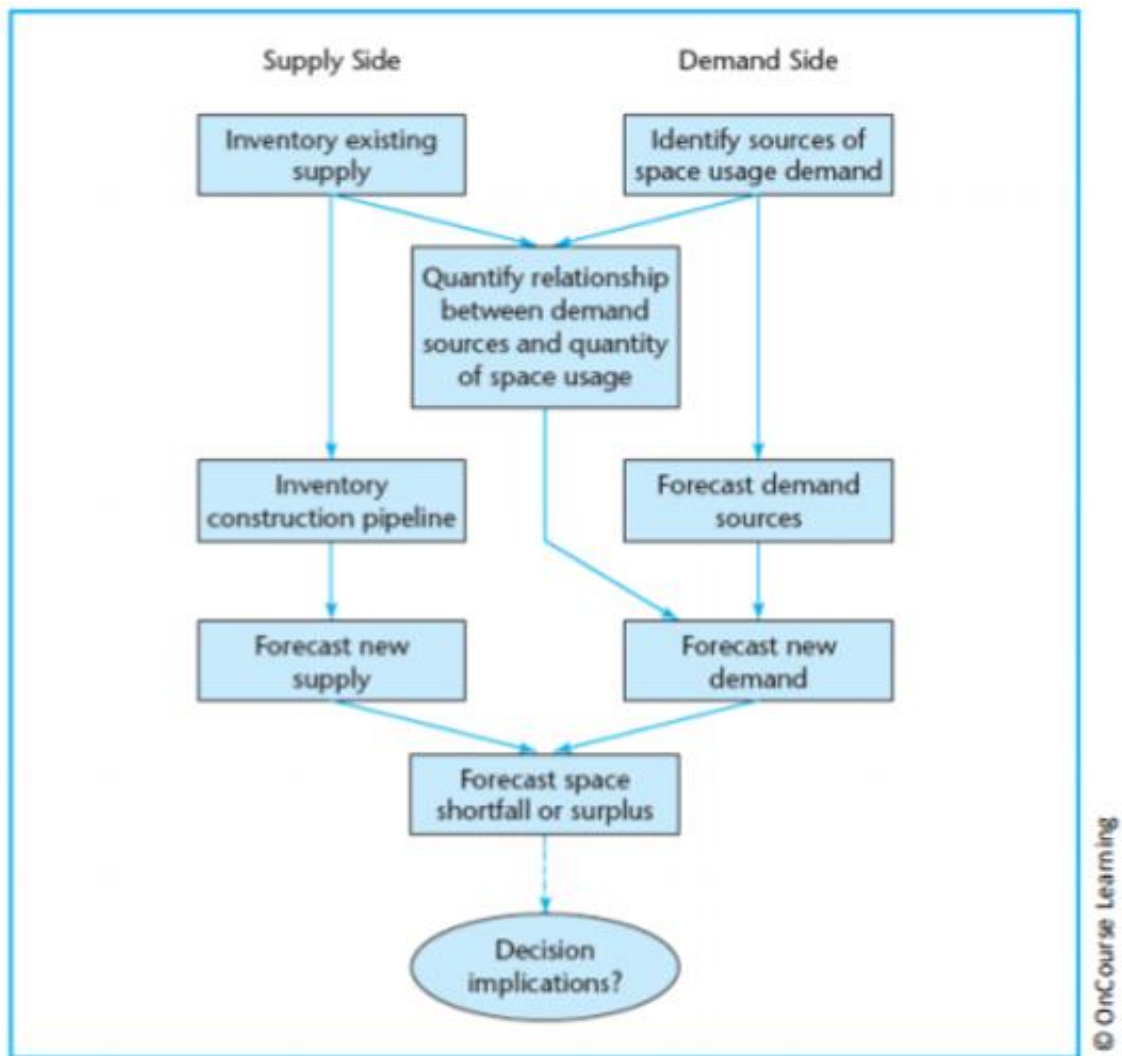
Gjennomtrengningsrate (oversatt til norsk fra «penetration rate») – uttrykkes som totalt antall eksisterende enheter i markedsområdet som betjener det alders- og inntektskvalifiserte markedet, delt på det totale antall husholdninger i målgruppen. Satsen indikerer i hvilken grad det totale tilbudet av boliger som betjener en bestemt alders- og inntektsgruppe står i fare for «overbygging», altså at det bygges for mye (Brett & Schmitz, 2009, s. 78).

Absorpsjonsrate (oversatt til norsk fra «absorption rate») – er en rate som sier noe om hastigheten på salg, her forstått som omløpshastigheten på prosjekterte enheter. For å finne den mest sammenlignbare absorpsjonsraten bør man se på sammenlignbare og konkurrerende prosjekter som for tiden selges, og estimere raten basert på dette. Her kan det også være nødvendig å se på prosjekter utenfor markedsområdet, dersom det ikke finnes (nok) konkurrenter i markedsområdet (Brett & Schmitz, 2009, s. 78).

3.2.6 Rammeverk for markedsanalyser

En strukturell tilnærming til markedsanalyser kan gi ytterligere informasjon, der eiendomsmarkedets to sider, etterspørselssiden og tilbudssiden, brytes ned og sammenlignes mer omfattende. Slik sikrer man at begge sider av markedet behandles overordnet, og man gir også et felles rammeverk for å forutse eiendomsmarkedet på kort til middels sikt (Geltner et. al., 2014, s. 112).

Rammeverket dekker både boligeiendom og næringseiendom, i tillegg til eiemarkedet og leiemarkedet som forklart i punkt 3.1.4. Rammeverket er illustrert i figur 4.



Figur 4. Rammeverk for kortsiktig strukturell markedsanalyse av eiendomsmarkedet. (Geltner et. al., 2014, s. 112).

Rammeverket består av åtte separate oppgaver, med tre oppgaver for henholdsvis tilbuds- og etterspørselssiden, samt to oppgaver som integrerer de to sidene. Under følger de oppgaver hentet fra rammeverket som passer inn i denne studien med utgangspunkt i eiemarkedet for boligeiendom.

Tilbudssiden består av å finne og studere eksisterende bygninger for en bestemt boligtype og se hva som planlegges og er under utvikling.

- Vurdering av tilbudssiden
- Eksisterende tilbud
- Forventet tilbud på kort sikt
- Forventet tilbud på lang sikt

Etterspørselssiden består av å finne og studere den eksisterende etterspørselen etter valgt boligtype, og å identifisere underliggende drivere som kan påvirke etterspørselen.

- Vurdering av etterspørselssiden
- Eksisterende etterspørsel
- Forventet etterspørsel på kort sikt
- Forventet etterspørsel på lang sikt

Til sist vil man vurdere forholdet mellom tilbud og etterspørsel, ved å samle de to sidene. Basert på dette vil man kunne utarbeide prognoser, som igjen vil påvirke implikasjoner og beslutninger for prosjektet.

4. Empiri

4.1 Strategisk utvalg og kriterier ved valg av studieområder

Utvalget består av boligmarkedsanalysen og kjøpertall hentet fra Eiendomsverdi. Dette er hovedgrunnlaget for å prøve å besvare problemstillingen.

Dataene vil bli presentert for målgruppene alder, geografi, boligtypologi og antall soverom. Deretter presenteres intervjuobjekter og en oppsummering av dybdeintervjuene, hvor utvalget er basert på kunnskap til Ensjø som boligutviklingsområde.

4.1.1 Områdebeskrivelse Ensjø

Ensjø er et utviklingsområde i Oslo kommune og grenser til Lille Tøyen, Valle Hovin, Etterstad og Kampen. Ensjøbyen har størst andel areal i bydel Gamle Oslo, men deler av Ensjø ligger også i bydel Grünerløkka. Transformasjonen på Ensjø begynte med at bystyret i 2000 vedtok at Ensjø skulle transformeres til et moderne bolig- og næringsområde, fra tidligere bil- og lagerbasert virksomhet. Selve transformasjonen startet i 2004, og innen ferdigstilling i 2030 skal Ensjø være et knutepunkt med inntil 7000 nye boliger (Oslo kommune, u.å.). Målet var å gjøre Ensjø om fra bilby til boligby.

I 2002 kom planleggingsprogrammet for Ensjø som dannet grunnlag for transformasjonen av Ensjø. Programmet la grunnlaget for å gjøre Ensjø til en del av «indre by» og synliggjorde hovedgrep for bystruktur, arealbruk og områdets potensial (Oslo kommune, 2002, s. 4). Det ble her lagt opp til at Ensjø skulle bli et knutepunkt med t-banen som kjerneområde i den nye Ensjøbyen (Oslo kommune, 2002, s. 10).

I 2007 ble det av bystyret vedtatt en veiledende prinsipplan for de offentlige rommene på Ensjø, som la føringer om blant annet blågrønne strukturer, gangsystemer og gatenett (Oslo kommune, 2006, s. 7).

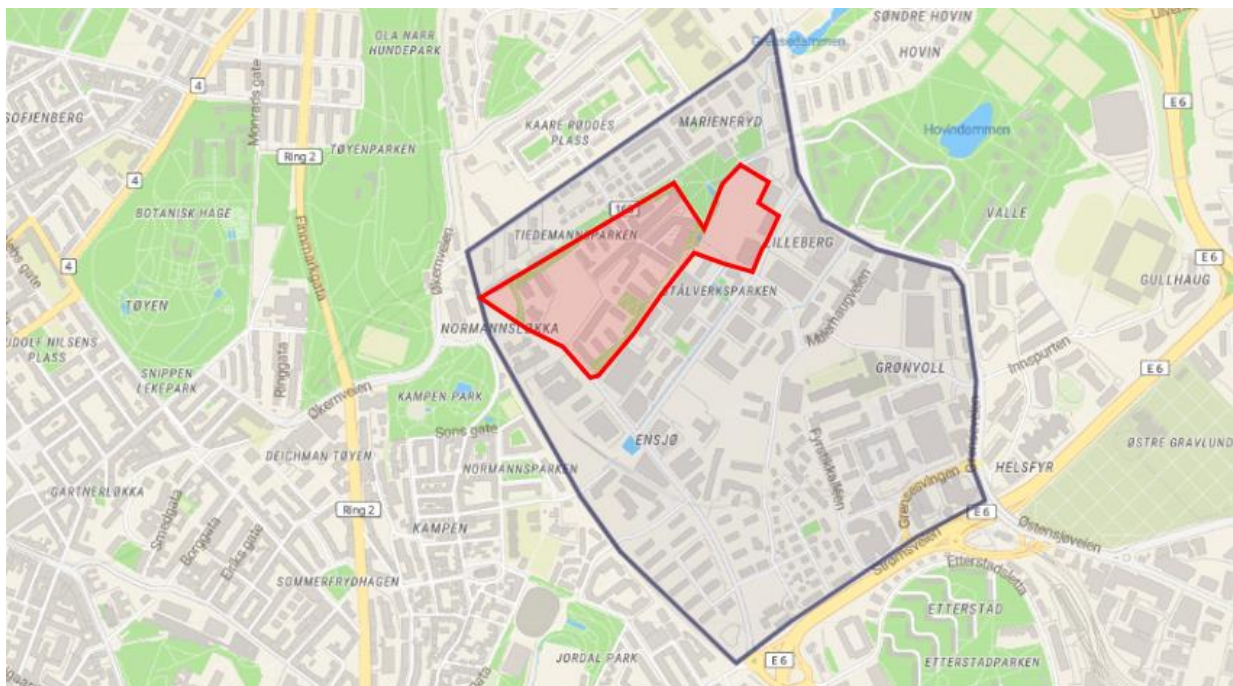
Bystyret vedtok i 2008 en felles reguleringsplan S-4420 for «Tiedemannsfabrikken, Ensjøveien 12 C med flere», som fulgte opp føringene fra planprogrammet og Veiledende prinsipplan for det offentlige rom (heretter kalt VPOR) Ensjø (Oslo kommune, 2008). Ensjø ble i 2018 innlemmet som del av Oslo kommunes største byutviklingsområde, Hovinbyen (Oslo kommune, 2018, s. 47). Figur 5 viser Ensjøs beliggenhet.



Figur 5. Ensjøbyen sin beliggenhet i Oslo kommune. (Oslo kommune, u.å.).

4.1.2 Områdebekrivelse Tiedemannsbyen

Tiedemannsbyen er et boligutviklingsprosjekt på Ensjø. Navnet kommer av den gamle tobakksfabrikken til Tiedemanns som lå på Ensjø. J. L. Tiedemanns Tobakksfabrik har røtter tilbake til 1730-årene, og var i drift frem til 2008 (Selvaag Bolig, 2017, s. 8). Figur 6 illustrerer Tiedemannsbyens beliggenhet i Ensjøbyen.



Figur 6. Tiedemannsbyen sin beliggenhet på Ensjø. Egen fremstilling. (Oslo kommune, u.å.).

Prosjektområdet ligger i bydel Gamle Oslo, delbydel Ensjø og grunnkrets Ensjø nord (Oslo kommune, u.å.).

Tiedemannsbyen grenser til Tiedemannsparken i nordøst, den viktige tur- og sykkelveien D2 i nord, det prioriterte parkdraget «Vestre parkdrag» langs sørsiden og Petersborgparken inni selve prosjektet (Oslo kommune, 2006, s. 27). Det er 700 meter til Hasle T-banestasjon og 500 meter til Ensjø T-banestasjon.

Prosjektet består av felt A til J, og utgjør totalt ti felter. Det er Ferd Eiendom, Skanska, Selvaag og OBOS som er utbyggere i prosjektet, hvorav Ferd utgjør den største utbyggeren. Hele prosjektet utgjør om lag 1721 leiligheter og rekkehus.

Følgende prosjekter er ikke ferdigstilt per vår 2022:

- Felt B – OBOS – Lumanders Hage
- Felt G og H – Selvaag/Ferd Eiendom – Tiedemannsparken
- Felt I og J – Ferd Eiendom – Humlehagen

Hele Tiedemannsbyen som prosjekt skal etter planen være ferdig innen 2. kvartal 2024. Figur 7 viser de ulike feltene i Tiedemannsbyen.



Figur 7. Oversikt over feltene i Tiedemansbyen. Egen fremstilling. (Tiedemansbyen, u.å.).

4.1.3 Prosjektet Tiedemansbyen, Ensjø

I denne studien er det gjort et utvalg av prosjekter i Tiedemansbyen som primærkilder, basert på krav om at prosjektet skal være ferdigstilt. I tabell 1 presenteres hvilke felter som inngår i studien med kortfattet informasjon om prosjektet. Videre følger informasjon om hvert enkelt felt.

Tabell 1. Oversikt over prosjekter i studien. Egen fremstilling.

Felt i Tiedemansbyen	Navn på prosjekt	Salgsstart	Ferdigstilt	Utbygger	Antall leiligheter
Felt A	Utsiktskvartalet	2015	2018	Skanska/Ferd	251
Felt C	Petersborgkvartalet	2013	2016	Skanska/Ferd	210
Felt D	Hagekvartalet	2010	2013	Skanska/Ferd	199
Felt E	Tiedemannsfabrikken del II	2017	2019	Selvaag/Ferd	222
Felt F	Tiedemannsfabrikken del I	2016	2018	Selvaag/Ferd	158
SUM					1040

Tiedemannsbyen felt A, Utsiktskvartalet

Prosjektet bestod av i alt 251 leiligheter, parkeringskjeller, et mindre næringslokale og en barnehage, fordelt på fem bygninger (TAG arkitekter, 2015). Utbygger var Skanska og Ferd Eiendom, der partene eide 50 prosent hver (Brun, 2016). Arkitekt var TAG arkitekter. Prosjektet hadde ferdigstilling i 2018 og har sin beliggenhet inntil Ensjøveien, Petersborgparken og «Vestre parkdrag».



Figur 8. Felt A med illustrasjoner og kart. Egen fremstilling. (TAG arkitekter AS, u.å. og Oslo kommune, u.å.).

Tiedemannsbyen felt C, Petersborgkvartalet

Prosjektet bestod av i alt 210 leiligheter, parkeringskjeller og tre mindre næringslokaler, fordelt på tre bygninger (TAG arkitekter, 2013). Utbygger var Skanska og Ferd Eiendom, der partene eide 50 prosent hver (Skanska, 2016). Arkitekt var TAG arkitekter. Prosjektet hadde ferdigstilling i 2016 og har sin beliggenhet inntil Petersborgparken og «Vestre Parkdrag».



Figur 9. Felt C med illustrasjoner og kart. Egen fremstilling. (TAG arkitekter AS, u.å. og Oslo kommune, u.å.).

Tiedemannsbyen felt D, Hagekvartalet

Prosjektet bestod av i alt 199 boliger fordelt på leiligheter og rekkehus, parkeringskjeller og tre mindre næringslokaler. Prosjektet er fordelt på seks bygninger, hvorav tre boligblokker og tre rekker med rekkehus, totalt 174 leiligheter og 25 rekkehus (TAG arkitekter, 2010).

Utbygger var Skanska og Ferd Eiendom, der partene eide 50 prosent hver (Brun, 2016).

Arkitekt var TAG arkitekter. Prosjektet hadde ferdigstillelse i 2013 og har sin beliggenhet inntil tur- og sykkelvei D2.



Figur 10. Felt D med illustrasjoner og kart. Egen fremstilling. (TAG arkitekter AS, u.å. og Oslo kommune, u.å.).

Tiedemannsbyen felt E, Tiedemannsfabrikken del II

Prosjektet bestod av i alt 222 leiligheter og parkeringskjeller, fordelt på to boligbygninger (Oslo kommune, 2017, s. 1). Utbygger var Selvaag Bolig og Ferd Eiendom, der partene eide 50 prosent hver (Arcasa arkitekter, 2016). Arkitekt var Arcasa arkitekter. Prosjektet hadde ferdigstillelse i 2019 og har sin beliggenhet inntil Tiedemannsparken og «Vestre Parkdrag».



Figur 11. Felt E med illustrasjoner og kart. Egen fremstilling. (Arcasa arkitekter AS, u.å. og Oslo kommune, u.å.).

Tiedemannsbyen felt F, Tiedemannsfabrikken del I

Prosjektet bestod av i alt 158 leiligheter og parkeringskjeller, fordelt på tre boligbygninger. Utbygger var Selvaag Bolig og Ferd Eiendom, der partene eide 50 prosent hver (Arcasa arkitekter, 2015). Arkitekt var Arcasa arkitekter. Prosjektet hadde ferdigstillelse i 2018 og har sin beliggenhet inntil Tiedemannsparken og tur- og sykkelvei D2.



Figur 12. Felt F med illustrasjoner og kart. Egen fremstilling. (Ingeniørene Seim & Hultgreen, 2016 og Oslo kommune, u.å.).

4.2 Utvalg

Det er boligmarkedsanalysen fra Prognosesenteret og kjøpertall hentet fra Eiendomsverdi som utgjør grunnlaget for studien og problemstillingen. Ved å sammenligne de to, med bakgrunn i ulike målgrupper, vil man kunne se mønstre ut fra samsvar og avvik, som kan si noe om verdien av en markedsanalyse.

Dataene hentet fra boligmarkedsanalysen og kjøpertallene fra Eiendomsverdi blir presentert i utvalgte målgrupper, herunder alder, geografi, boligtypologi og antall soverom. Til sist i kapittelet presenteres intervjuer i form av gjennomføring og resultater.

4.2.1 Boligmarkedsanalyse «OSLO»

I forbindelse med planleggingen av Ensjø som nytt boligområde i Oslo ønsket grunneierne på Ensjø, i samarbeid med Oslo kommune og Husbanken, å kartlegge vesentlige utviklingstrekk i boligmarkedet i Oslo generelt, og på Ensjø spesielt (Prognosesenteret, 2004, s. 3).

I Oslo kommune, ved plan- og bygningsetaten ble det i forslag til planleggingsprogram for Ensjø lagt opp til at det i den videre prosessen med planleggingen av Ensjø, måtte gjennomføres en boliganalyse (Oslo kommune, 2002, s. 49). Analysens formål var å synliggjøre behov for omfang og spesielle typer boliger, samtidig som den skulle legges til grunn i regulerings- og utbyggingsavtaler (Oslo kommune, 2002, s. 49).

Som del av oppfølgingen av bystyrevedtaket i planleggingsprogrammet for Ensjø, ble det i august 2004 gjennomført en boligmarkedsanalyse av Prognosesenteret. Analysen ble gjennomført på vegne av Eiendoms- og byfornyelsesetaten, og er finansiert av grunneierforeningen (Oslo kommune, 2006, s. 15).

Målsettingen med analysen er dels å gi utviklerne på Ensjø operative føringer for den videre boligutviklingen på Ensjø, og dels å kartlegge utviklingstrekk i boligmarkedet i Oslo som kan være av interesse for Oslo kommune og Husbanken (Prognosesenteret, 2004, s. 3).

Boligmarkedsanalysen består av en tredelt rapport på 124 sider. Den tredelte metodiske tilnærmingen består av:

- Første del av analysen er gjennomført som en deskriptiv kartlegging av relevante problemstillinger av betydning for boligmarkedet i Oslo (Prognosesenteret, 2004, s. 3).
- Analysens andre del er gjennomført som en telefonisk undersøkelse rettet mot et utvalg på 600 husstander bosatt i Oslo.

- Analysens tredje del gir en oversikt over det potensielle boligtilbudet i Oslo, og en grundigere studie av de største planlagte boligprosjektene i Oslo (Prognosecenteret, 2004, s. 4).

I oppgaven brukes det primært data fra analysens del 1 og 2, der del 2 vil ha størst relevans til de målgruppene problemstillingen forsøker å besvare.

Markedsområdet i boligmarkedsanalysen er Ensjø, avgrenset av Gjøvikbanen og E6 i sør, og Hovinveien og Grenseveien i nord.

4.2.2 Kjøpertall fra Eiendomsverdi

I studiens oppstart var det planlagt å benytte seg av kjøperlister fra prosjektmeglere eller utbyggere som primærkilde i Tiedemannsbyen. Etter gjentatte samtaler med de respektive utbyggerne og prosjektmeglerne, ble det besluttet å innhente kjøpertall fra Eiendomsverdi. Dette skyldes dels tilbakeholdenhet fra utbyggere og dels usikkerheten blant disse når det kommer til personvern og deling av informasjon.

Eiendomsverdi har informasjon om alder på førstegangskjøperne i hvert prosjekt og geografisk tilhørighet i form av hvor vedkommende flyttet fra. Boligprosjektenes hjemmesider har gitt informasjon om hvilken boligtypologi hvert prosjekt består av og antall soverom i hver enhet.

Tallene fra Eiendomsverdi og prosjektenes hjemmesider er sortert og gruppert i Excel. Sorteringen har også bestått av å fordele tallene i hver utvalgte målgruppe og utviklingen gjennom hvert prosjekt i Tiedemannsbyen, fra første ferdigstilte prosjekt i Hagekvartalet til siste ferdigstilte prosjekt i Tiedemannsfabrikken del II.

Beregningene som er gjort er basert på data fra Eiendomsverdi og prosjektenes hjemmesider, sammenlignet med utvalgte data fra boligmarkedsanalysen.

Tallene presenteres kronologisk ut fra feltets bokstavbenevning, herunder Felt A til F. Der det er gjort beregninger i mønstre ut fra prosjektets ferdigstilling vil tallene presenteres kronologisk ut fra når prosjektet er ferdigstilt. Dette for å kunne følge utviklingen fra første prosjekt stod ferdig, til siste prosjekt.

4.3 Presentasjon av data

I denne studien brukes det primært data fra boligmarkedsanalysen for de som anser Ensjø som aktuelt område å flytte til, herunder svært aktuelt og aktuelt. Disse dataene presenteres opp

mot kjøpertallene fra Eiendomsverdi. Målgruppene det presenteres tall for er alder, geografi, boligtypologi og antall soverom.

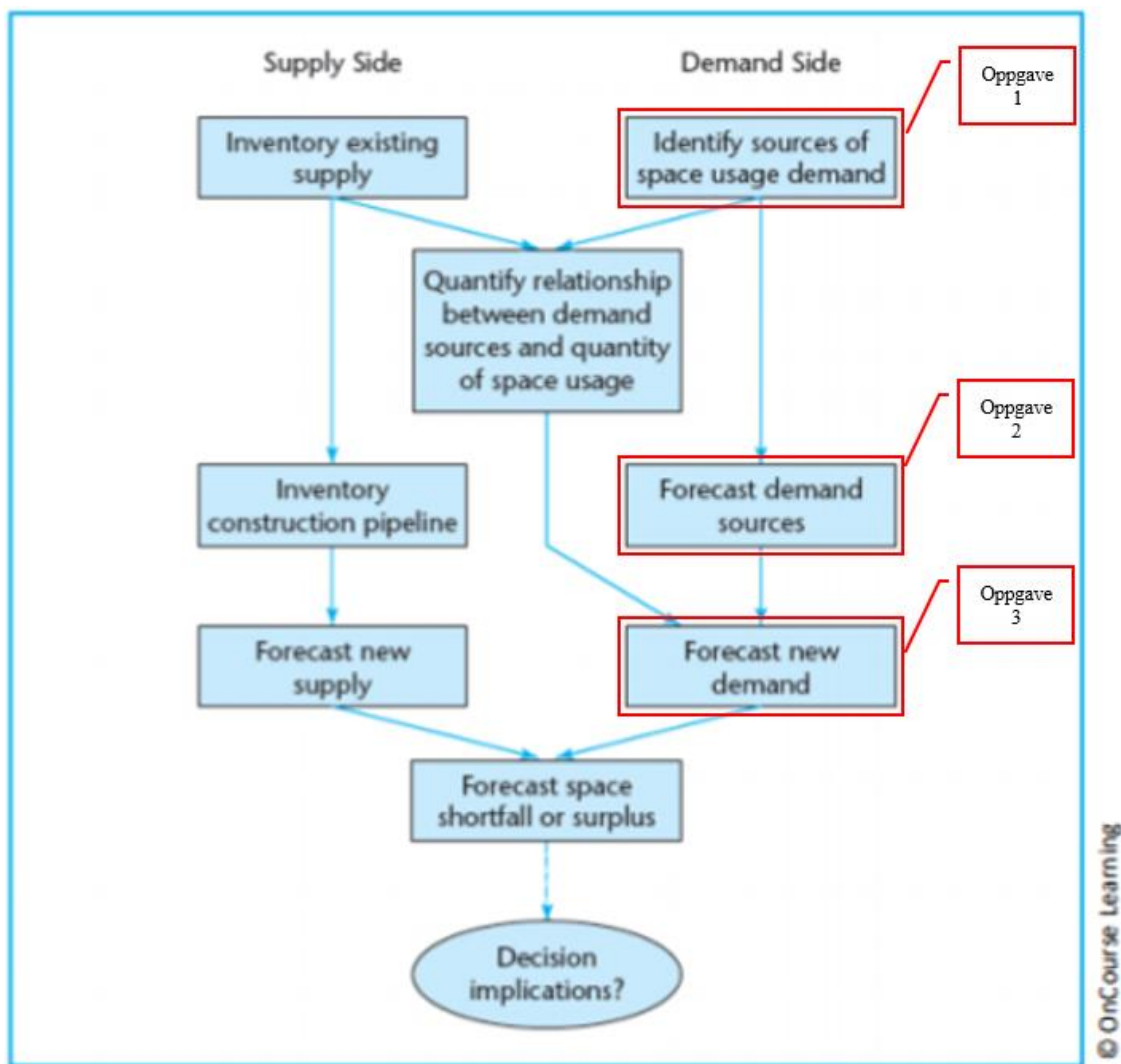
Samsvar regnes når boligmarkedsanalysen har forventet andel som er lavere eller høyere enn 5 % poeng i forhold til dataene fra kjøpertallene til Eiendomsverdi. Alt utover dette regnes som avvik.

I boligmarkedsanalysen presenteres målgruppene ut fra deres nåværende eller ønskede tilstand, på det tidspunkt da undersøkelsen ble gjennomført. For alder og geografi presenteres tallene i form av respondentenes daværende alder og geografiske tilhørighet. For boligtypologi og antall soverom presenteres tallene i form av hva respondenten ønsket i fremtiden.

Tallene i boligmarkedsanalysen som brukes i studien for målgruppene alder, geografi og boligtypologi er hentet fra de som vurderer Ensjø som aktuelt eller svært aktuelt å flytte til. Tallene som brukes i studien for antall soverom er hentet fra alle respondentene i boligmarkedsanalysen.

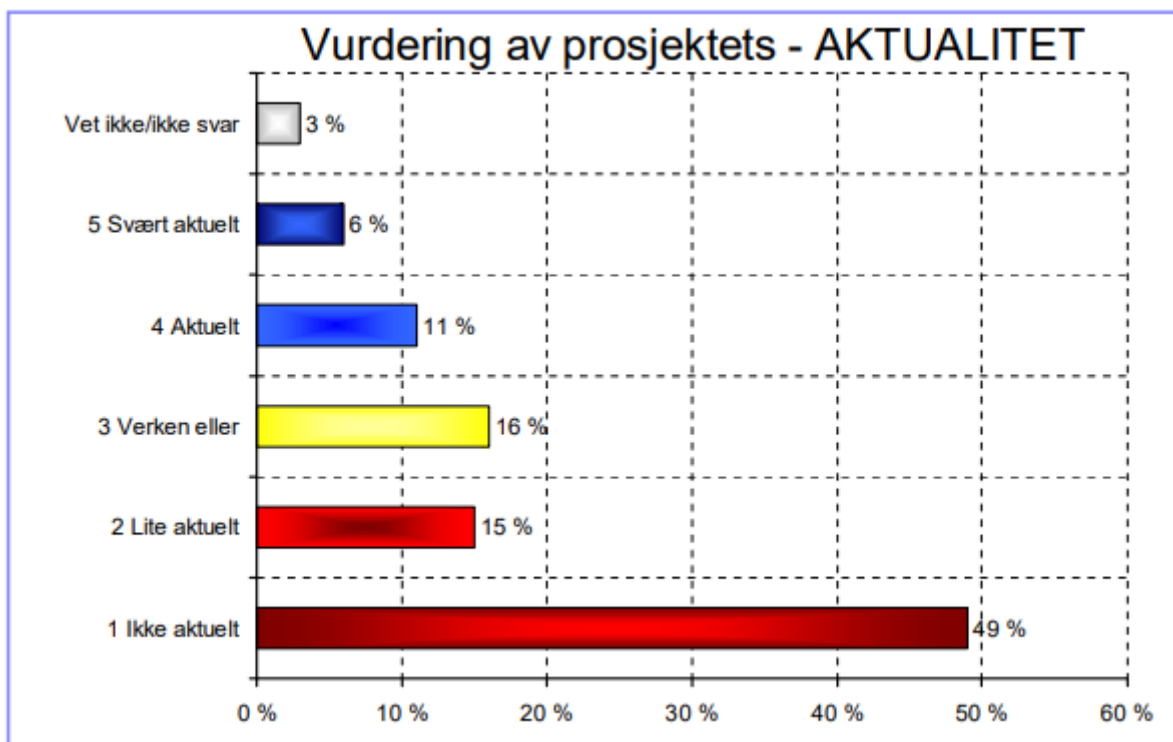
For kjøpertallene i Eiendomsverdi presenteres tallene som de faktiske tall man endte opp med for hver av målgruppene.

I denne studien er det oppgave 1, 2 og 3 for etterspørselssiden i Geltner et. al. (2014, s. 112) rammeverk for markedsanalyser som vurderes. Det undersøkes for samsvar og avvik under disse tre oppgavene, med informasjon fra boligmarkedsanalysen og kjøpertallene fra Eiendomsverdi. Figur 13 viser rammeverket.



Figur 13. Rammeverk for kortsiktig strukturell markedsanalyse av eiendomsmarkedet med markering. Egen fremstilling. (Geltner et. al., 2014, s. 112).

På tidspunktet for undersøkelsen var det 521 886 personer fordelt på 277 661 husstander i Oslo (Prognosesenteret, 2004, s. 5). Basert på 600 telefonintervjuer kom det frem at 17 % av respondentene vurderer Ensjø som aktuelt (11 %) eller svært aktuelt (6 %) å flytte til (Prognosesenteret, 2004, s. 72). 17 % av totalt antall husstander i Oslo i 2004 blir 47 202 husstander som anså Ensjø som aktuelt boområde. Figur 14 viser diagrammet for Ensjø sin aktualitet hentet fra boligmarkedsanalysen.



Figur 14. Grafen viser vurdering av Ensjø som aktuelt område å flytte til. (Prognosesenteret, 2004, s. 72).

4.3.1 Alder

Aldersfordeling boligmarkedsanalyse

Alder er fordelt med hensyn til å skille ulike grupperinger i boligmarkedet. Alder vil kunne være styrende for hvilken familiesituasjon man er i, økonomisk situasjon og hvilke valg man gjør i boligmarkedet (Prognosesenteret, 2004, s. 4). Grupperingen er gjort for å sikre størst mulig grad av sammenlignbarhet mellom aldersgruppene i undersøkelsen, og den reelle alderssammensetningen i befolkningen i Oslo. Oversikten under viser fordelingen av de definerte aldersgruppene blant respondentene i telefonundersøkelsen og den prosentvise fordelingen i samme aldersgruppe blant befolkningen i Oslo:

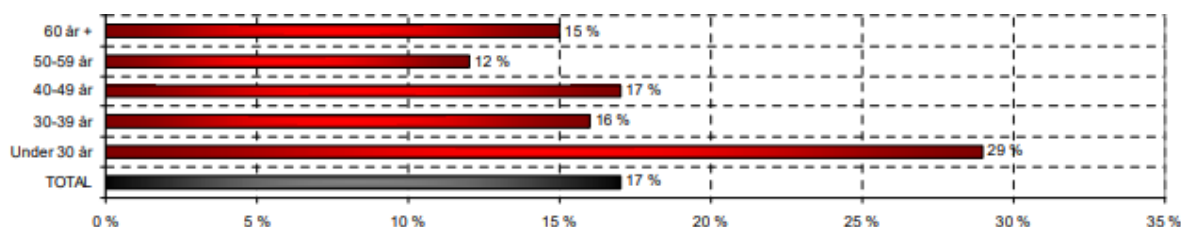
	<u>Undersøkelsen</u>	<u>Oslo</u>
25 - 29 år:	11%	16%
30 - 39 år:	26%	24%
40 - 49 år	19%	19%
50 - 59 år	19%	17%
60 år +	24%	24%

Figur 15. Oversikt over alderssammensetning i undersøkelsen og Oslo. (Prognosesenteret, 2004, s. 4).

Det er flest i aldersgruppen «Under 30 år» som anser Ensjø som aktuelt område å flytte til. Hele 29 %, eller 13 689 husstander i denne aldersgruppen anser Ensjø som aktuelt. Dette er markant høyere enn for de resterende aldersgrupperingene, og langt over gjennomsnittet av de som anser Ensjø som aktuelt boområde på 17 %.

Andelen som vurderer Ensjø som aktuelt område å flytte til er relativt jevn mellom aldersgruppene «60 år +», «40-49 år» og «30-39 år», med henholdsvis 15 %, 17 % og 16 % hver. Her det henholdsvis 7 080, 8 024 og 7 552 potensielle husstander som anser Ensjø som aktuelt.

Aldersgruppen «50-59 år» har den laveste oppslutningen blant de som anser Ensjø som aktuelt område å flytte til. Med 12 %, eller 5 664 potensielle husstander, ligger denne andelen langt lavere enn aldersgruppen «Under 30 år».



Figur 16. Andelen som vurderer området Ensjø som aktuelt fordelt på alder.

(Prognosesenteret, 2004, s. 72).

Under følger aldersfordelingen av de som vurderer Ensjø som aktuelt område å flytte til per husstand og i prosent. 11 % av respondentene har ikke ønsket å oppgi alder i forbindelse med telefonundersøkelsen.

Tabell 2. Aldersfordeling i boligmarkedsanalyse fordelt på husstander. Egen fremstilling.

	Totalt	Under 30 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60 år +
Antall husstander	277661					
Antall husstander som vurderer Ensjø som aktuelt	47202	13689	7552	8024	5664	7080
Andelen som vurderer Ensjø som aktuelt	17 %	29 %	16 %	17 %	12 %	15 %

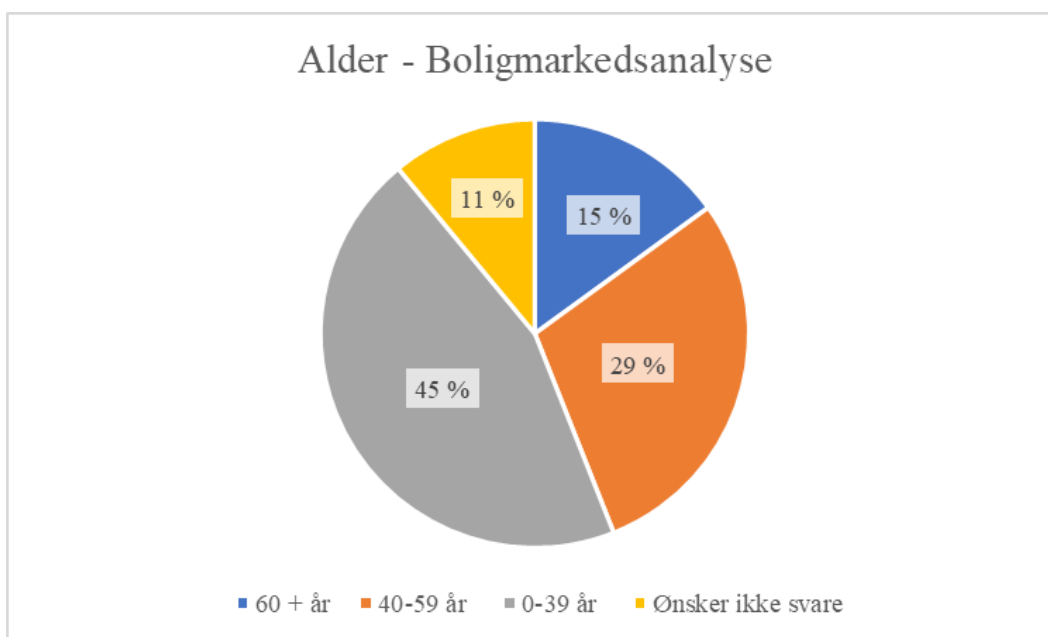
For å kunne sammenligne samsvar og avvik med kjøpertallene fra Eiendomsverdi er aldersgrupperingene slått sammen. Sammenslåingen innebærer at aldersgrupperingene består av tre kategorier, på lik linje som alder blir presentert i Eiendomsverdi. Grupperingene er gjort med utgangspunkt i å komme nærmest grupperingene i Eiendomsverdi. Dette har dog

medført en svakhet til oppgaven, da grupperingene ikke er identiske. Grupperingene ser nå slik ut:

Tabell 3. Ny aldersfordeling i boligmarkedsanalyse fordelt på husstander. Egen fremstilling.

Andelen som vurderer Ensjø som aktuelt	Under 30 år	30-39 år	40-49 år	50-59 år	60 år +
Gammel gruppering	29 %	16 %	17 %	12 %	15 %
Ny gruppering	0-39 år		40-59 år		60 + år
	45 %		29 %		15 %

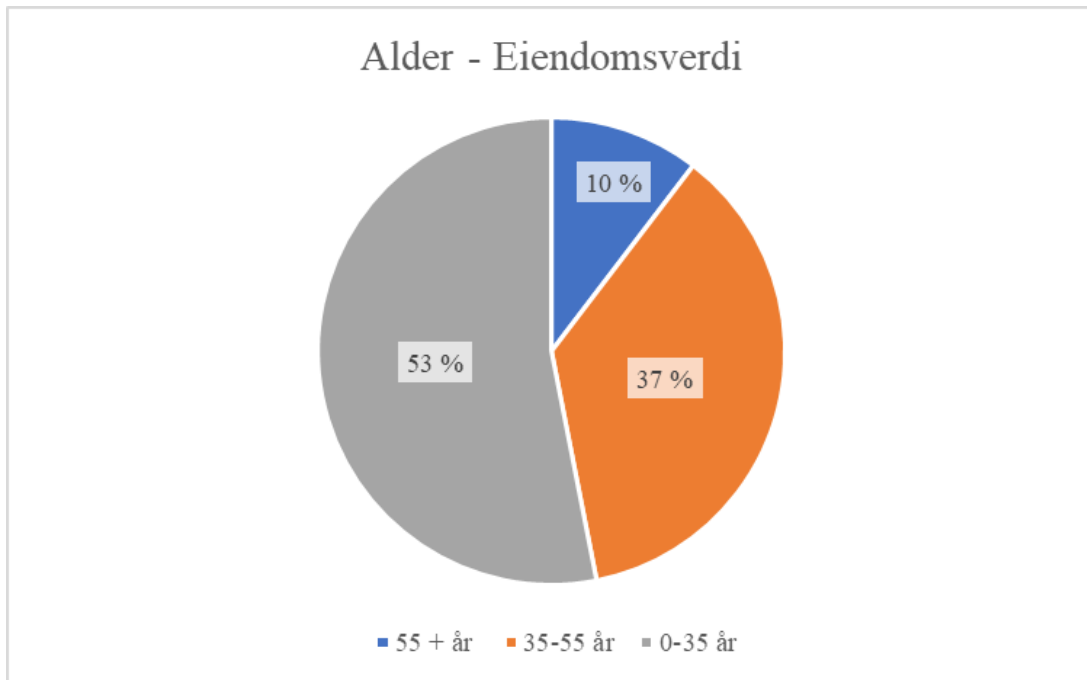
Under følger alderssammensetningen i diagram med ny aldersgruppering. Som man kan se er det den yngste aldersgruppen som er høyest representert i å anse Ensjø som aktuelt område å flytte til. Nesten halvparten av respondentene som anser Ensjø som aktuelt, tilhører aldersgruppen 0-39 år. Det går frem av boligmarkedsanalysen at respondentene i undersøkelsen er minimum 25 år (Prognosesenteret, 2004, s. 4). Ser man på fordelingen av respondentene i undersøkelsen er fordelingen mellom aldersgrupperingene jevn og samsvarer godt med alderssammensetningen i Oslo totalt, dermed kan man også her anta at denne fordelingen stemmer godt med realiteten.



Figur 17. Alderssammensetning i boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling. (Prognosesenteret, 2004, s. 72).

Aldersfordeling kjøpertall i Eiendomsverdi

I Eiendomsverdi finner man aldersgrupperinger på 0-35 år, 35-55 år og 55 år +. Alderen er hentet fra førstegangssalgene i de utvalgte prosjektene i Tiedemannsbyen. Ser man alderssammensetningen for hele Tiedemannsbyen samlet i diagram blir resultatet slik:



Figur 18. Alderssammensetning fra Eiendomsverdi. Egen fremstilling. (Eiendomsverdi, 2022).

Det er altså hele 53 % i aldersgruppen 0-35 år. Færrest er det blant de i aldersgruppen 55 år +, der det er 10 % av beboerne som tilhører denne aldersgruppen ved førstegangssalget. I midten finner man aldersgruppen 35-55 år, med 37 % av beboerne. Alderssammensetningen er satt sammen av utvalget av prosjekter i Tiedemannsbyen som er med i denne studien.

Fremgangsmåte for innhenting av alder i Eiendomsverdi, fremgår under feltvis alderssammensetning nedenfor. Disse tallene er så satt sammen i Excel, for å kunne presentere dataene samlet, og for å gjøre dem mer sammenlignbare med boligmarkedsanalysen.

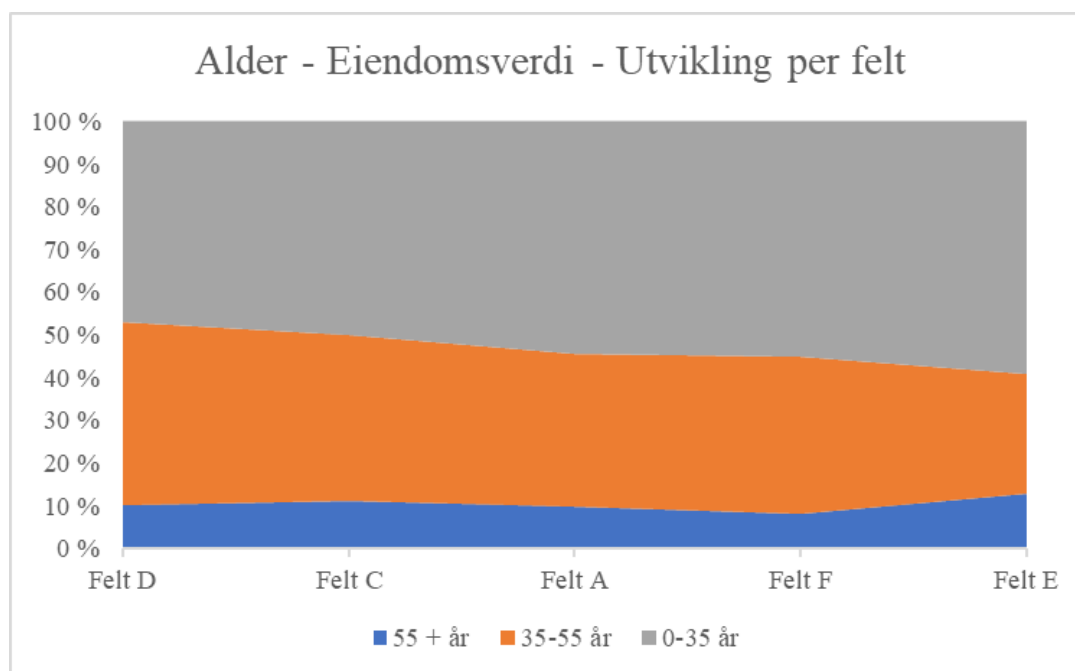
I tabellen under ser man aldersfordelingen mellom hvert av feltene i Tiedemannsbyen. Det er en generelt stabil aldersfordeling mellom feltene, men med noe variasjoner som man vil kunne forvente i et prosjekt av denne størrelsen og med flere utbyggere. Felt D ble ferdigstilt i 2013 og felt E ble ferdigstilt i 2019.

Tabell 4. Feltvis alderssammensetning fra Eiendomsverdi². Egen fremstilling. (Eiendomsverdi, 2022).

Alder		55 + år	35-55 år	0-35 år
Sortert	Felt D	10 %	43 %	47 %
	Felt C	11 %	39 %	50 %
	Felt A	10 %	36 %	55 %
	Felt F	8 %	37 %	55 %
	Felt E	13 %	28 %	59 %

Felt E skiller seg ut som mest populært blant den eldre aldersgruppen, og er samtidig også mest populært blant den yngste aldersgruppen. Felt F, som har samme utbygger som Felt E, har lavest andel av den eldste aldersgruppen, noe som er interessant ettersom disse prosjektene i stor grad ligner hverandre både i pris, utseende og utforming. Blant mellomgruppen 35-55 år ser man at det er relativt stabilt, men hvor Felt D var mest populært og felt E var minst populært. For den yngste aldersgruppen, 0-35 år, ser man en stigende trend og økt interesse, fra en andel på 47 % i første prosjekt, til 59 % i siste prosjekt.

Nedenfor ser man utvikling av feltene ut fra alder satt sammen i et diagram. Slik kan man tydeligere se om det dannes mønstre ut fra når prosjektet var ferdigstilt i hver respektive felt.



Figur 19. Utvikling av alder per felt fra Eiendomsverdi. Egen fremstilling. (Eiendomsverdi, 2022).

² evKart → Finner feltet i kartet → Tegner rundt feltet (egendefinert området) → Legger inn filter for når prosjektet var ferdigstilt → Statistikk → Demografi → Alder førstegangskjøp.

For den eldste aldersgruppen er utviklingen stabil. For den yngste aldersgruppen ser man at utviklingen er positiv. Det blir altså en større andel av den yngste aldersgruppen etter hvert som feltene har blitt ferdigstilt. For mellomgruppen er det relativt stabilt, men hvor gruppen har minket noe i de siste ferdigstilte feltene.

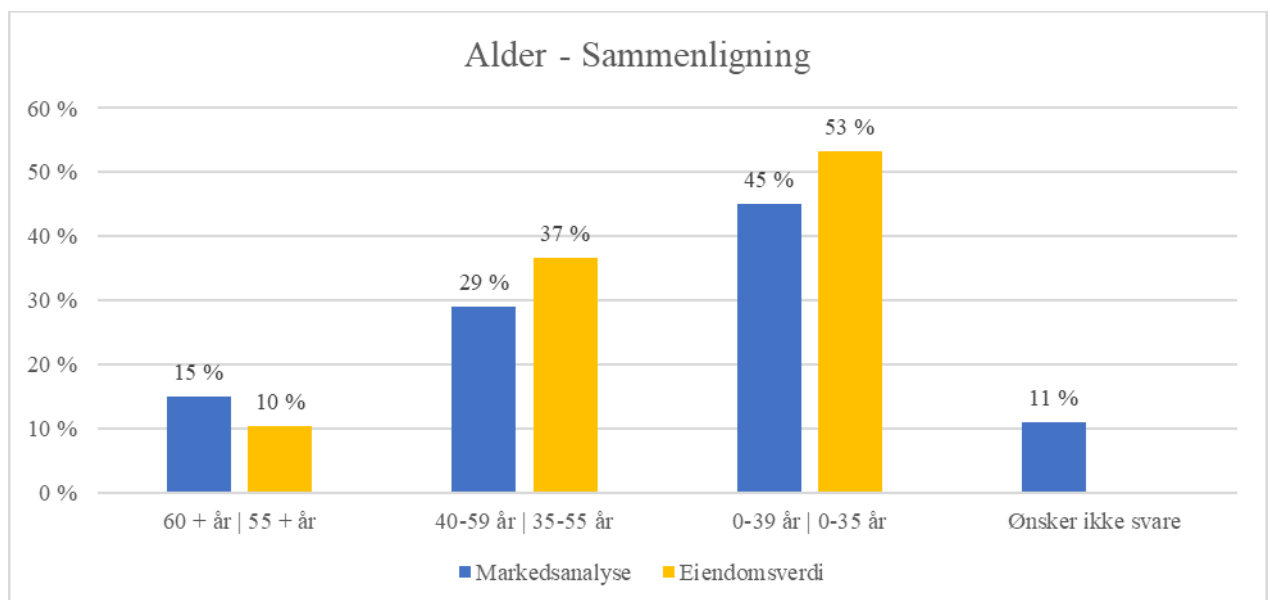
Aldersfordeling sammenligning

Ettersom aldersgrupperingene i Eiendomsverdi ikke er identiske med boligmarkedsanalysen, vil aldersfordelingen bli noe unøyaktig. Det skiller rundt fem år mellom alle aldersgrupperingene, og dette har medført at sammenligningen ikke er så detaljert. Under følger fordelingen av alder mellom boligmarkedsanalysen og kjøpertall i Eiendomsverdi:

Tabell 5. Aldersgrupperingen studien baserer seg på. Egen fremstilling.

	Alder		
Boligmarkedsanalyse	0-39 år	40-59 år	60 år +
Kjøpertall Eiendomsverdi	0-35 år	35-55 år	55 år +

Diagrammet viser en sammenligning mellom alderssammensetningen i boligmarkedsanalysen og kjøpertallene fra Eiendomsverdi.



Figur 20. Sammenligning av alder. Egen fremstilling.

Boligmarkedsanalysen treffer best på den eldste målgruppen, der samsvaret er på 5 %. For de to andre aldersgrupperingene ser man at det er likt avvik, på 8 %. Det interessante er hvordan samsvaret for den eldste aldersgrupperingen er motsatt fra de to andre. Blant aldersgruppen

55+ år og 60+ år har boligmarkedsanalysen overvurdert aldersgruppen. Blant aldersgruppen 40-59 år og 35-55 år, samt 0-39 år og 0-35 år ser man at boligmarkedsanalysen har undervurdert aldersgruppene.

4.3.2 Geografi

Geografisk tilhørighet boligmarkedsanalyse

For å sikre et differensiert og representativt bilde av boligmarkedet i Oslo, har man i boligmarkedsanalysen delt Oslo inn i antatt homogene områder. Områdeinndelingen er gjort dels for å belyse forskjellene i øst/vest/sør/nord-dimensjonen i Oslo, og dels for å belyse forskjellene i sentrum/randsone-dimensjonen (Prognosesenteret, 2004, s. 3). I boligmarkedsanalysen er de geografiske utvalgsområdene følgende:

<u>Nærområdet (til Ensjø):</u>	<u>Oslo Vest:</u>
Nærområde Randsone	Oslo Sentrum Vest
Nærområde Sentrum	Randsone Oslo Vest
<u>Oslo Øst:</u>	<u>Oslo Nord:</u>
Oslo Sentrum Øst	Randsone Oslo Nord
Randsone Oslo Sør Øst	Randsone Oslo Nord Øst

Figur 21. Geografiske utvalgsområder i boligmarkedsanalysen (Prognosesenteret, 2004, s. 3).

Det er har vært nødvendig å finne ut hvilke bydeler som inngår i områdeinndelingens hovedkategorier, i arbeidet med å kunne sammenligne boligmarkedsanalysen og kjøpertall fra Eiendomsverdi. Nedenfor ser man hvilke bydeler og roder som inngår i områdeinndelingen:

- Randsone Oslo Vest (Vestre Aker, Ullern, Bygdøy)
- Oslo Sentrum Vest (Frogner, St.Hanshaugen, Sentrum)
- Randsone Oslo Nord (Nordre Aker)
- Randsone Oslo Nord Øst (Bjerke, Grorud, Stovner, Alna)
- Oslo Sentrum Øst (Sagene, Grünerløkka, Gamle Oslo)
- Randsone Oslo Sør Øst (Nordstrand, Østensjø, Søndre Nordstr.)
- Nærområdet til Ensjø (utv.roder i Gml. Oslo, Alna & Grünerløkka)

Figur 22. Bydeler i områdeinndelingen (Prognosesenteret, 2004, s. 4).

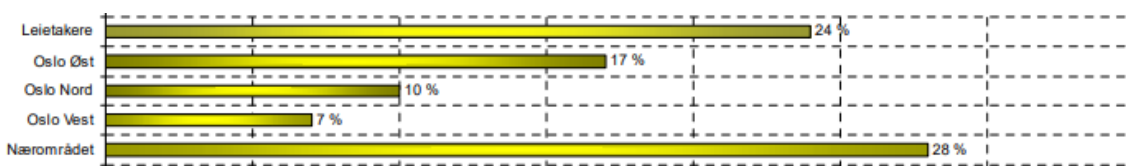
I denne studien er det ikke relevant å se på inndelingen innenfor øst/vest/sør/nord-dimensjonen, herunder sentrum/randsone-dimensjonen. For å kunne sammenligne boligmarkedsanalysen med kjøpertall i Eiendomsverdi har det vært nødvendig å lage en ny områdeinndeling bestående av Oslo øst (og sørøst), Oslo nord, Oslo vest og nærområdet. Den

nye inndelingen baserer seg på områdeinndelingen i boligmarkedsanalysen, men hvor sentrum/randsone-dimensjonen er slått sammen. Den nye områdeinndelingen ser slik ut:

- Oslo øst: Bydel Sagene, Grünerløkka, Gamle Oslo, Nordstrand, Østensjø, Søndre Nordstrand.
- Oslo nord: Bydel Nordre Aker, Bjerke, Grorud, Stovner og Alna.
- Oslo vest: Bydel Frogner, St. Hanshaugen, sentrum, Vestre Aker, Ullern, Bygdøy.
- Nærområdet: Utvalgte roder i bydelene Gamle Oslo, Alna og Grünerløkka.

Leietakerne i boligmarkedsanalysen er prekvalifisert som leietakere av nåværende bolig, og er således ikke kvotert basert på geografi. Gruppen måtte prekvalifiseres for å sikre at den ikke er underrepresentert. Denne studien tar ikke for seg leietakere, men den er i enkelte figurer inntatt for å vise andelen de utgjør.

Av de som vurderer Ensjø som et aktuelt område å flytte til ser man at den største andelen kommer fra nærområdet med 28 %. På det tidspunktet undersøkelsen ble gjennomført var det 15 000 husstander i nærområdet, og med en oppslutning på 28 % som vurderer Ensjø som aktuelt boområde, tilsvarer dette i overkant av 4000 potensielle husstander.



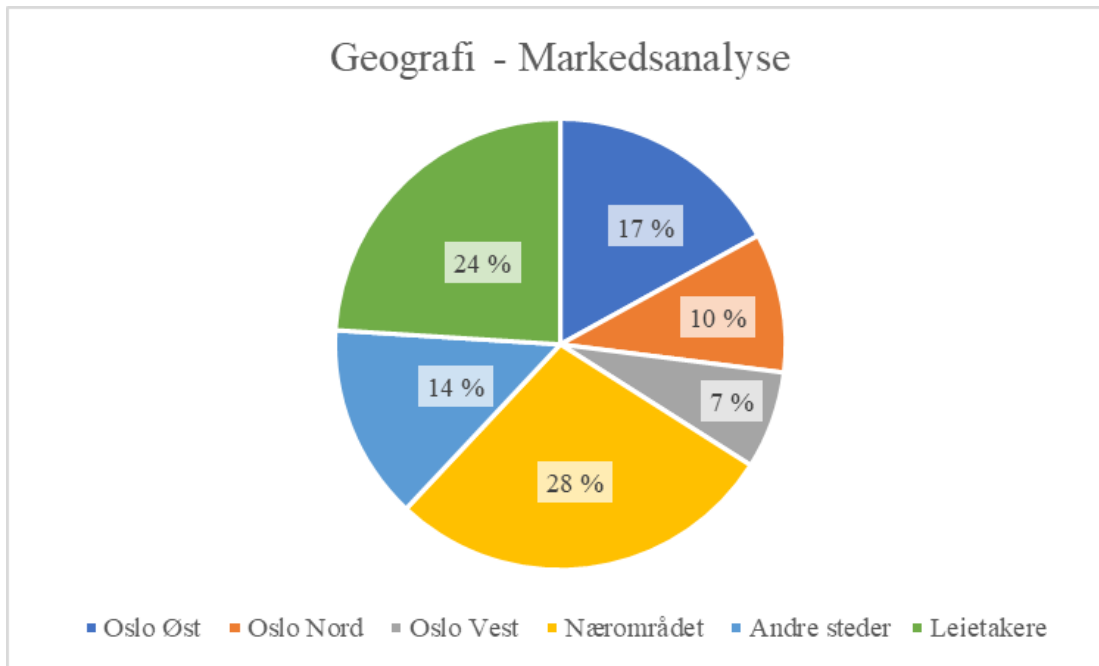
Figur 23. Andelen som vurderer området Ensjø som aktuelt fordelt på geografi.

(Prognosesenteret, 2004, s. 72).

Videre ser man at en stor andel av befolkningen i Oslo øst anser Ensjø som aktuelt område å flytte til, med 17 %. Potensialet for utbyggingen på Ensjø blant befolkningen i nærområdet og på østkanten av Oslo, dekker nærmest halvparten av alle som anså Ensjø som aktuelt. Dette kan også handle om «områdetrofasthet», der mennesker på østkanten blir på østkanten, og mennesker på vestkanten blir på vestkanten.

Ser man fordelingen i diagram blir skillene mindre tydelige. Boligmarkedsanalysen viser en jevn fordeling mellom bydelene i Oslo, der leietakere utgjør en stor del av potensielle tilflyttere til Ensjø med 24 %. Utover dette er det verdt å merke seg at benevnningen «Andre steder» refererer til respondenter som enten ikke har villet oppgi sin geografiske tilhørighet, eller at denne tilfaller utenfor Oslo. Blant befolkning med geografisk tilhørighet andre steder enn Oslo er det 14 % som anser Ensjø som aktuelt boområde.

Boligmarkedsanalysen viser at 7 % av beboerne på Oslo vest anser Ensjø som aktuelt område å flytte til. Dette er relativt høyt, sett ut fra den geografiske trofastheten som ligger blant beboere på vestkanten. Fra Oslo nord ser man at 10 % vurderer Ensjø som aktuelt. Bydelene som tilhører Oslo nord er således svært nært Ensjø i luftlinje, og dermed har beboere i denne delen av byen økt kjennskap til Ensjø som sted, sammenlignet med befolkningen i Oslo vest.



Figur 24. Geografisk tilhørighet i boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling. (Prognosesenteret, 2004, s. 72).

Totalt sett er potensialet for Ensjø størst blant beboere i nærområdet og i Oslo øst. Her ligger det et potensial for rekruttering av boligkjøpere langt høyere enn de andre geografiske områdene i Oslo. Det er ikke gitt at man kan rekruttere så mange kjøpere fra nærområdet og Oslo øst, men resultatene viser et stort potensial for rekruttering til Ensjø som aktuelt boområde (Prognosesenteret, 2004, s. 72).

Geografisk tilhørighet kjøpertall i Eiendomsverdi

I områdeinndelingen for kjøpertall i Eiendomsverdi er det benyttet samme inndeling som vist ovenfor i boligmarkedsanalysen. For nærområdet bestod inndelingen av nærområde sentrum, sør for Ensjø, og nærområde randsone, nord for Ensjø. Disse er i studien slått sammen og bestod i boligmarkedsanalysen av utvalgte roder i bydelene Gamle Oslo, Alna og Grünerløkka. Rodene er ikke definert i undersøkelsen, og det har vært nødvendig å definere

disse klart, for å sikre graden av samsvar i sammenligning mellom boligmarkedsanalysen og kjøpertall i Eiendomsverdi.

Tallene som er brukt i boligmarkedsanalysen er hentet fra inngangen av 2004, og nærområdet totalt bestod av om lag 27 000 personer og 15 000 husstander (Prognosesenteret, 2004, s. 5). I arbeidet med å finne hvilke roder som skal inngå i nærområdet, er det benyttet delbydelinndeling og grunnkretsinnndeling. Ved å se på delbydelinndelingen og grunnkretsinnndelingen fra 2004, og antall personer og husstander i disse, er nærområdet i denne studien definert til å gjelde følgende delbydeler med alle grunnkretser inkludert:

- Bydel Grünerløkka med delbydel Hasle
- Bydel Gamle Oslo med delbydelene Ensjø, Vålerenga, Kampen og Etterstad
- Bydel Alna med delbydel Teisen

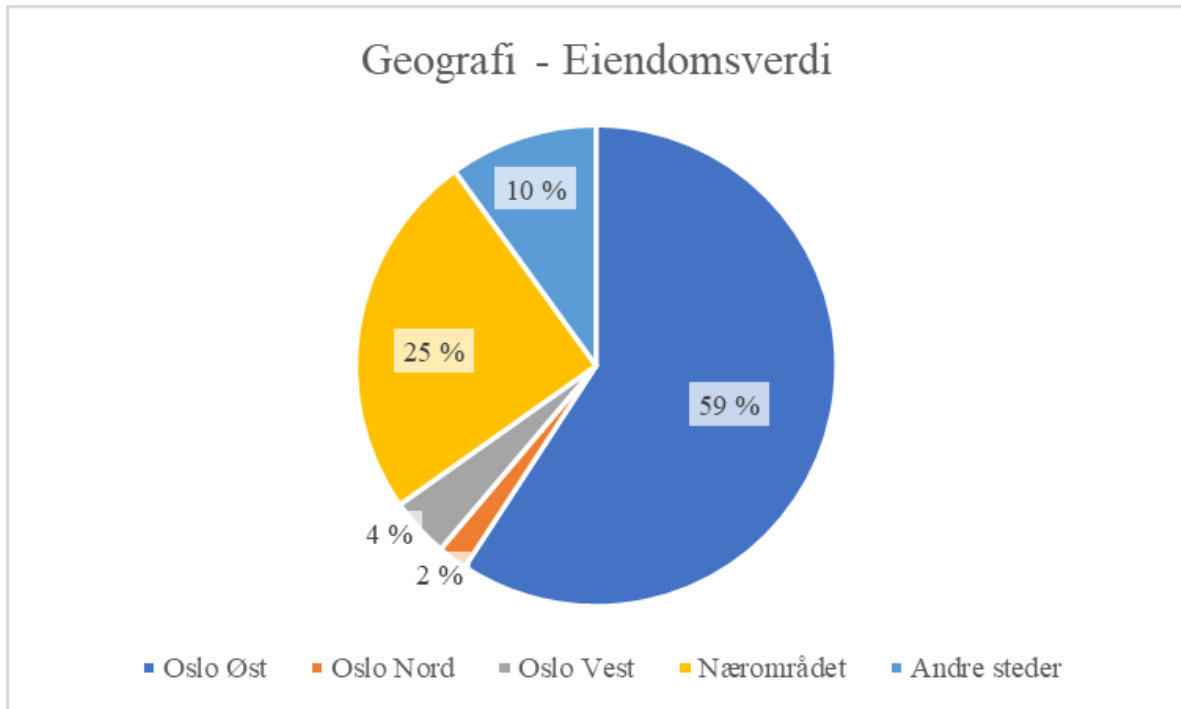
De delbydelene som inngår i områdeinndelingen «Nærområdet», er tatt ut av beregningen for den respektive bydelen de tilhører. Full oversikt over bydel, delbydel og grunnkrets som inngår i nærområdet blir dermed slik:

Tabell 6. Oversikt over bydel, delbydel og grunnkrets som inngår i "Nærområdet". Egen fremstilling. (Oslo kommune, u.å.).

Bydel	Delbydel	Grunnkretser
Grünerløkka	Hasle	Søndre Hovin
		Lille Tøyen nord
		Lille Tøyen vest
		Lille Tøyen øst
Gamle Oslo	Ensjø	Ensjø øst
		Ensjø vest
		Ensjø nord
		Ensjø sør
	Vålerenga	Valle
		Vålerenga rode 1
		Vålerenga rode 2
		Vålerenga rode 3
		Vålerenga rode 4
		Vålerenga rode 5
	Kampen	Vålerenga rode 6
		Kampen rode 3
		Kampen rode 7
		Kampen rode 8
	Etterstad	Kampen rode 9
		Kampen rode 10
		Etterstad
Alna	Teisen	Helsfyr
		Brynseng
		Bryn
		Teisen
		Søndre Fjellhus
		Nordre Fjellhus

I diagrammet ser man fordelingen av geografisk tilhørighet blant alle beboerne i Tiedemannsbyen. Her ser man at hele 59 % av beboerne kom fra Oslo øst. Videre ser man at 25 % av beboerne kom fra områdeinndelingen «nærområdet» til Ensjø.

Kun 2 % av beboerne kom fra Oslo vest og 4 % fra Oslo nord. Dette er svært lavt sammenlignet med de andre områdene.

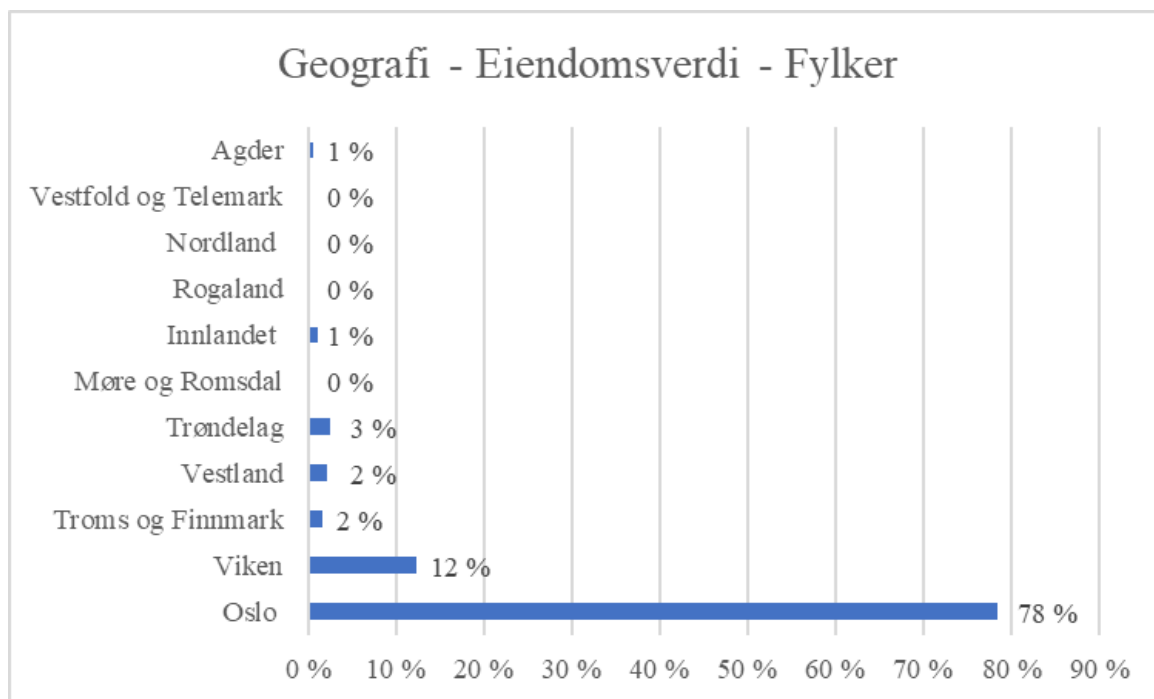


Figur 25. Geografisk tilhørighet fra Eiendomsverdi. Egen fremstilling. (Eiendomsverdi, 2022).

Fra områdeinndelingen «Andre steder» var det 10 % som flyttet til Tiedemannsbyen. Beboerne som tilhører denne geografiske inndelingen, kom fra andre steder enn Oslo.

I Eiendomsverdi³ (2022) får man oversikt over hvor beboerne kom fra, ut fra fylkesinndeling. Som tabellen viser, kommer 78 % av beboerne fra Oslo, mens størst andel av befolkningen utover dette, kommer fra Viken. Diagrammet er ment å illustrere hvor størst andel av tilflyttere til Ensjø kom fra i områdeinndelingen «Andre steder».

³ evKart → Finner feltet i kartet → Tegner rundt feltet (egendefinert område) → Legger inn filter for når prosjektet var ferdigstilt → Statistikk → Demografi → Kjøperne kommer fra → Andre steder



Figur 26. Oversikt over geografisk tilhørighet basert på fylker. Egen fremstilling. (Eiendomsverdi, 2022).

Går man ned i hvert prosjekt i Tiedemannsbyen får man følgende geografisk tilhørighet blant de som flyttet til Ensjø første gang:

Tabell 7. Feltvis geografisk tilhørighet fra Eiendomsverdi⁴. Egen fremstilling. (Eiendomsverdi, 2022).

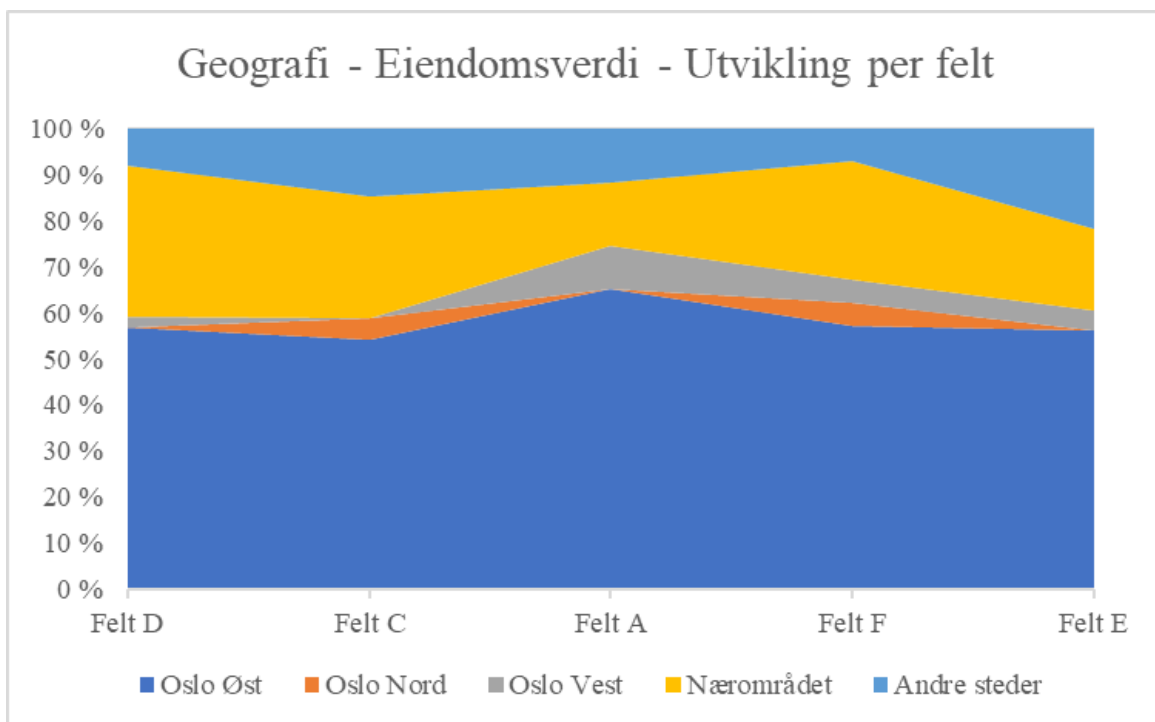
Geografi		Oslo Øst	Oslo Nord	Oslo Vest	Nærområdet	Andre steder
Sortert	Felt D	71 %	0 %	3 %	41 %	10 %
	Felt C	58 %	5 %	0 %	28 %	16 %
	Felt A	56 %	0 %	8 %	12 %	10 %
	Felt F	57 %	5 %	5 %	26 %	7 %
	Felt E	54 %	0 %	4 %	17 %	21 %

Blant de som kom fra Oslo øst ser man en synkende trend, der det første prosjektet i Tiedemannsbyen, Felt D, hadde en meget høy prosentandel fra dette området. Fra første til siste prosjekt er nedgangen på hele 17 %. Det er tegn til at kjennskap til Ensjø som boligområde var størst blant beboere på Oslo øst, når det første prosjektet i Tiedemannsbyen stod ferdig.

⁴ evKart → Finner feltet i kartet → Tegner rundt feltet (egendefinert område) → Legger inn filter for når prosjektet var ferdigstilt → Statistikk → Demografi → Kjøperne kommer fra → Oslo.

Videre ser man at det for Oslo nord og Oslo vest er en mer tilfeldig og variert fordeling blant beboere som kom fra disse delene av Oslo. Dog skiller beboere fra Oslo vest seg, som noe mer positive til Ensjø som boområde, med en høyere tilflyttingsprosent enn det er for beboere fra Oslo nord. Fra nærområdet ser man at det ved første ferdigstilte prosjekt var en meget høy andel av beboere fra denne områdeinndelingen, med hele 41 %. Følger man feltene etter ferdigstillelse, ser man at denne geografiske tilhørigheten varierer og spriker noe tilfeldig ut fra hvilket felt det er snakk om. Felt A skiller seg for denne kategorien dårligst ut, med kun 12 % av beboerne som kom fra nærområdet. Felt A var det såkalte Utsiktskvartalet, og i utregningene gjort i Excel basert på tall fra Eiendomsverdi fremkommer leietakerandelen i dette feltet på hele 41 %.

Under ser man et diagram som viser utviklingen i den geografiske tilhørigheten basert på hvilket felt man flyttet til:



Figur 27. Utvikling av geografisk tilhørighet per felt. Egen fremstilling. (Eiendomsverdi, 2022).

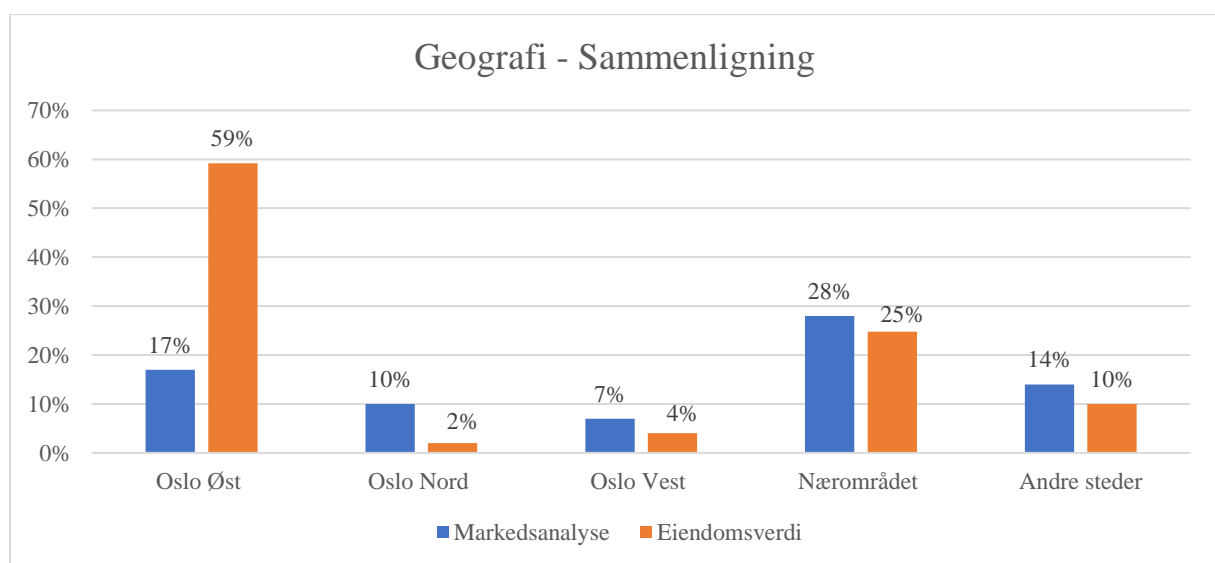
Av mønstre som dannes i diagrammet er det to markante skift som fremkommer. For Felt A (Utsiktskvartalet) ser man den høyeste andelen av beboere som kom fra Oslo vest, og den laveste andelen av beboere som kom fra nærområdet. Her var også graden av utleie mye høyere enn for de resterende feltene. Det andre mønsteret som skiller seg fra resten av utviklingen foregår i Felt F (Tiedemannsfabrikken del II), der man ser den jevneste

fordelingen blant bydelene. Dette feltet er det eneste feltet i Tiedemannsbyen som fikk beboere fra alle områdeinndelingene.

Geografisk tilhørighet sammenligning

I sammenligningen er det benyttet data fra boligmarkedsanalysen og data hentet fra hvert felt i Tiedemannsbyen fra Eiendomsverdi blant førstegangskjøperne. Dataene fra Eiendomsverdi er så satt sammen i Excel, slik at man får totaloversikt over Tiedemannsbyen som helhet.

Setter man sammen dataene fra boligmarkedsanalysen og tallene hentet fra Tiedemannsbyen fra Eiendomsverdi får man denne tabellen:



Figur 28. Sammenligning av geografi. Egen fremstilling.

Det er best samsvar for områdeinndelingen «Nærområdet» og «Andre steder». Her ser man at samsvaret er henholdsvis 3 % og 4 %. Boligmarkedsanalysen har overvurdert noe når det kommer til aktualiteten blant de som ønsker å flytte til Ensjø fra nærområdet og andre steder.

For Oslo nord er det et avvik på 8 %, der markedsanalysen har overvurdert denne andelen noe. Kun 2 % av beboerne i Tiedemannsbyen kom fra bydeler i Oslo nord, noe som er overraskende grunnet nærheten i luftlinje. Mer overraskende er samsvaret for Oslo vest, der det kun skiller 3 %. Det er spesielt felt A som trekker opp gjennomsnittet.

Der hvor det er størst avvik, er for beboerne som kom fra Oslo øst. Boligmarkedsanalysen har i svært stor grad undervurdert beboere fra denne delen av byen, og avviket er på hele 42 %. Det er spesielt i de første feltene i Tiedemannsbyen med tidligst ferdigstillelse som gjør

avviket størst, men generelt sett ser man at det for denne delen av Oslo er høy grad av tilflytting til Ensjø.

4.3.3 Boligtypologi

Boligtypologi boligmarkedsanalyse

Blant dem som vurderer Ensjø som aktuelt område å flytte til, ser man at 26 % ønsker leilighet, 26 % ønsker småhus/rekkehus og 12 % ønsker bolig. Resterende 36 % har ikke ønsket å oppgi ønsket boligtypologi for neste bolig eller var leietakere på undersøkelsestidspunktet.

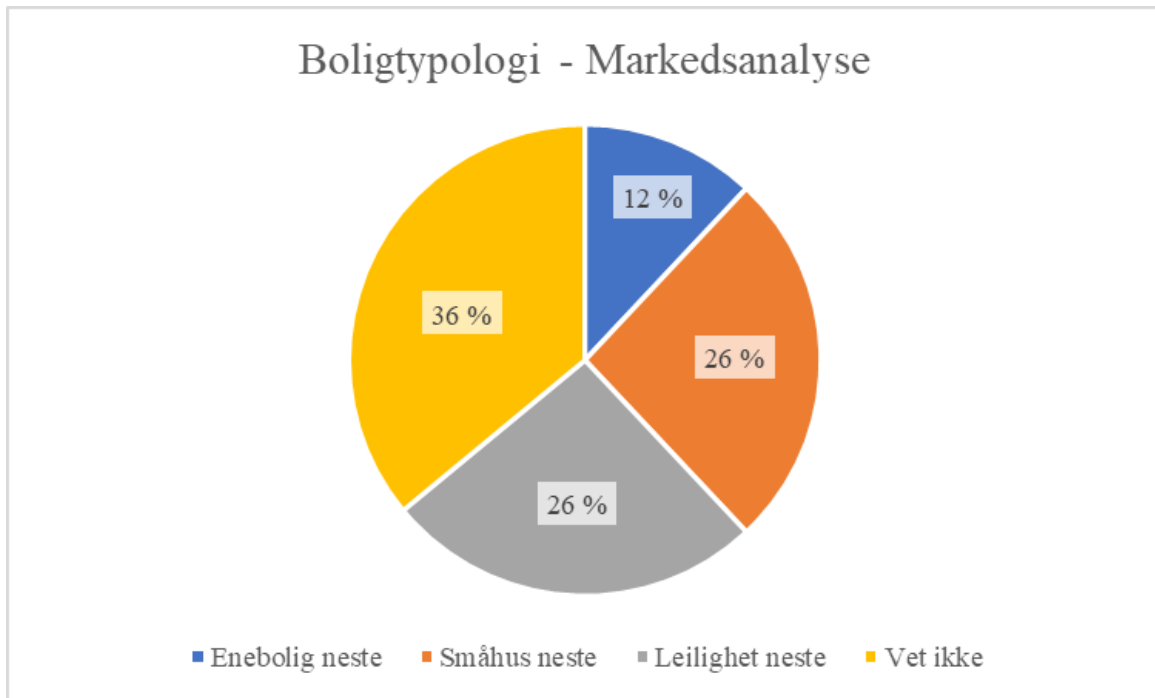


Figur 29. Andelen som vurderer området Ensjø som aktuelt fordelt på boligtypologi neste. (Prognosesenteret, 2004, s. 72).

Av de som vurderer Ensjø som et område som er svært aktuelt å flytte til, vil 7 av 10 ha leilighet neste gang. 25 % ønsker småhus/rekkehus og 5 % ønsker enebolig. Blant de som ønsker leilighet som neste bolig, ser man at det for respondentene som anser Ensjø som svært aktuelt boområde, ligger langt over de som anser Ensjø som aktuelt. Fra 26 % blant de som faller inn under aktuelt, til 70 % blant de som faller inn under svært aktuelt.

Det er en 50/50 fordeling mellom de som ønsker leilighet som neste boligtypologi og rekkehus/småhus som neste boligtypologi, her med 26 % hver. Dette er høyt for rekkehus/småhus, da Ensjø hele veien er planlagt som et utviklingsområde og knutepunkt. Dog kan den høye graden av ønske om rekkehus/småhus neste, også komme av at undersøkelsen ble gjennomført parallelt med planleggingen av Ensjø som boligområde. Dette kan ha medført at respondentene således ikke hadde forutsetninger for å vite at Ensjø var inntatt som knutepunkt med høy grad av fortetting.

Hvilken boligtypologi respondentene ønsker ved neste kjøp av bolig, satt sammen med de som vurderer Ensjø som aktuelt boområde gir dermed følgende diagram:



Figur 30. Boligtypologi neste i boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling. (Prognosesenteret, 2004, s. 72).

For å sørge for at svaret blant respondentene som anser Ensjø som aktuelt område å flytte til, med bakgrunn i boligtypologi, er det nødvendig å se på alle respondentene i undersøkelsen. Under vises resultatene av boligtypen respondentene har i dag og hva som er ønskelig i neste bolig. Resultatene vises for alle respondenter, og ikke bare de som anser Ensjø som aktuelt område å flytte til.

	Nåværende bolig	Neste bolig
Boligtyper:		
Leilighet	66 %	51 %
Rekkehus/andre småhus	19 %	19 %
Enebolig/kjedet enebolig	16 %	24 %
Ikke svar/vil ikke svare	0 %	6 %
SUM PROSENT	101 %	100 %

Figur 31. Boligtype i dag og preferanser for neste blant alle respondenter. (Prognosesenteret, 2004, s. 6).

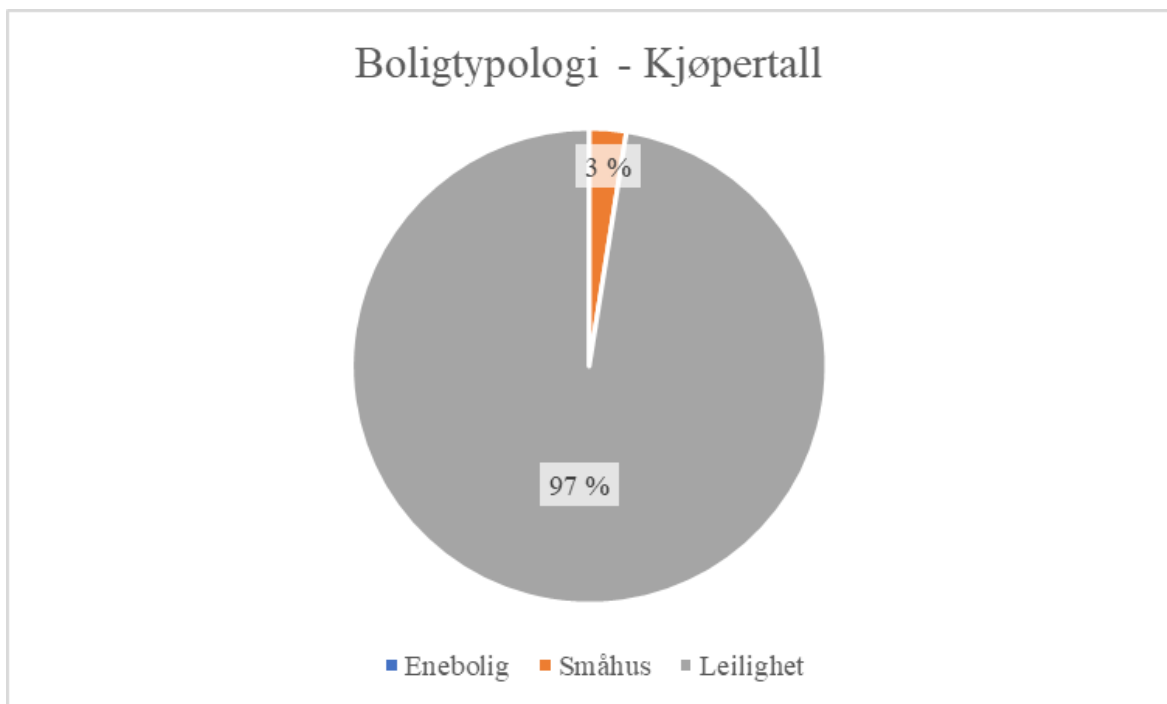
Sammenlignet med de som anser Ensjø som aktuelt boområde, ser man at en høyere andel ønsker at neste bolig skal være leilighet, med 51 % mot 26 % på Ensjø. Dette kan ha sammenheng med nærområdene til Ensjø som før utviklingen av Hovinbyen bestod av en stor andel enebolig og rekkehus. Avviket mellom alle respondenter og de som vurderer Ensjø som aktuelt er også markant blant eneboliger. Her ønsker 24 % av alle respondenter at neste bolig

skal være enebolig, mens det for de som vurderer Ensjø som aktuelt kun er 12 % som anser dette som ønskelig. Den høye andelen blant alle respondenter, kan ha sammenheng med utflytting av byen på grunn av ønske om større bolig, mer tilgjengelige uteområder og økning i husstandsstørrelse.

Boligtypologi kjøpertall

I arbeidet med å finne hvilken boligtypologi som ble bygget i prosjektene i Tiedemannsbyen er det innhentet salgsoppgaver fra alle prosjektene.

Som diagrammet viser kom det frem at 97 % av alle boliger i prosjektene i Tiedemannsbyen er av boligtypologien leilighet. 3 % av boligene var rekkehus/småhus. Diagrammet viser Tiedemannsbyen som helhet, der feltene er satt sammen til et felles diagram:



Figur 32. Boligtypologi for alle felter sammenlagt. Egen fremstilling.

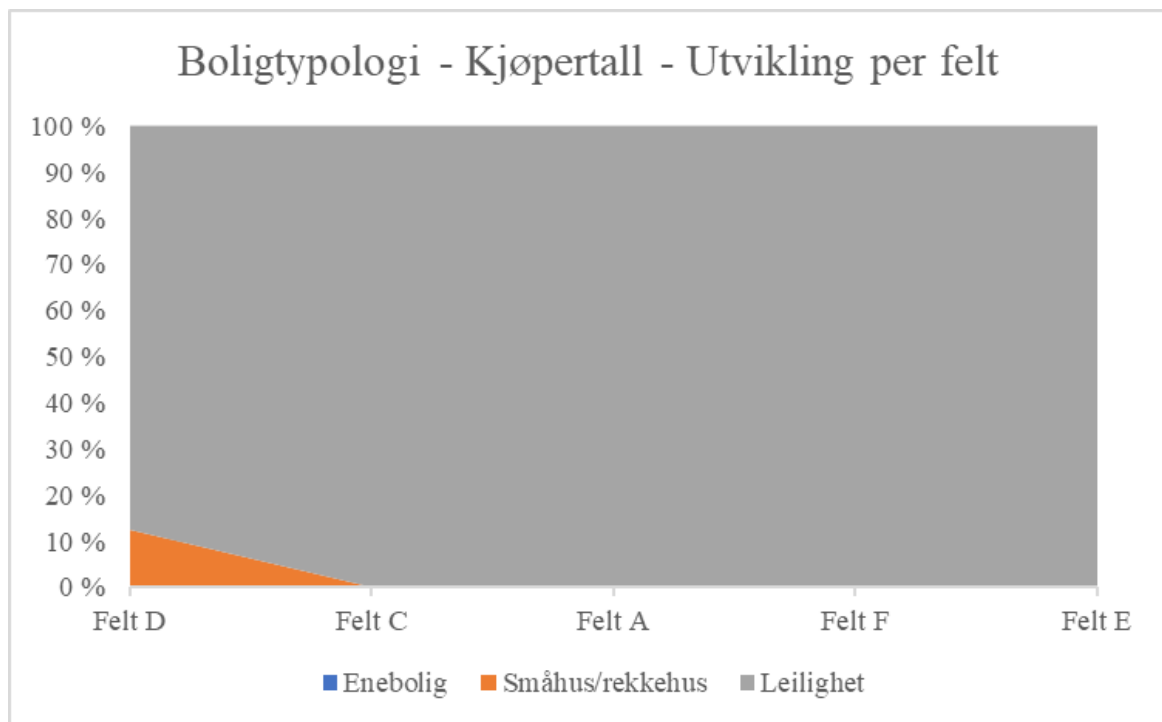
Ser man prosjektene hver for seg får man oversikt over hvilke felter som inneholder en annen boligtypologi enn leilighet. Det første ferdigstilte prosjektet i Tiedemannsbyen, felt D, Hagekvartalet er det eneste feltet som inneholder noe annet enn leiligheter som boligtypologi.

I felt D er det 13 % rekkehus og 87 % leiligheter. I dette prosjektet er det 25 rekkehus og 174 leiligheter. Utover dette inneholder resterende felter kun leiligheter. Under ser man feltvis fordeling av boligtypologi:

Tabell 8. Feltvis boligtypologi. Egen fremstilling.

Boligtypologi		Enebolig	Småhus/rekkehus	Leilighet
Sortert	Felt D	0 %	13 %	87 %
	Felt C	0 %	0 %	100 %
	Felt A	0 %	0 %	100 %
	Felt F	0 %	0 %	100 %
	Felt E	0 %	0 % <td 100 %	

Ved å se på utviklingen per felt satt sammen i diagram, får man et tydeligere bilde av fordelingen av boligtypologi i Tiedemannsbyen. Fra det første feltet ble utviklet, til det siste feltet var ferdigstilt har graden av variasjon i boligtypologi vært nærmest lik null.

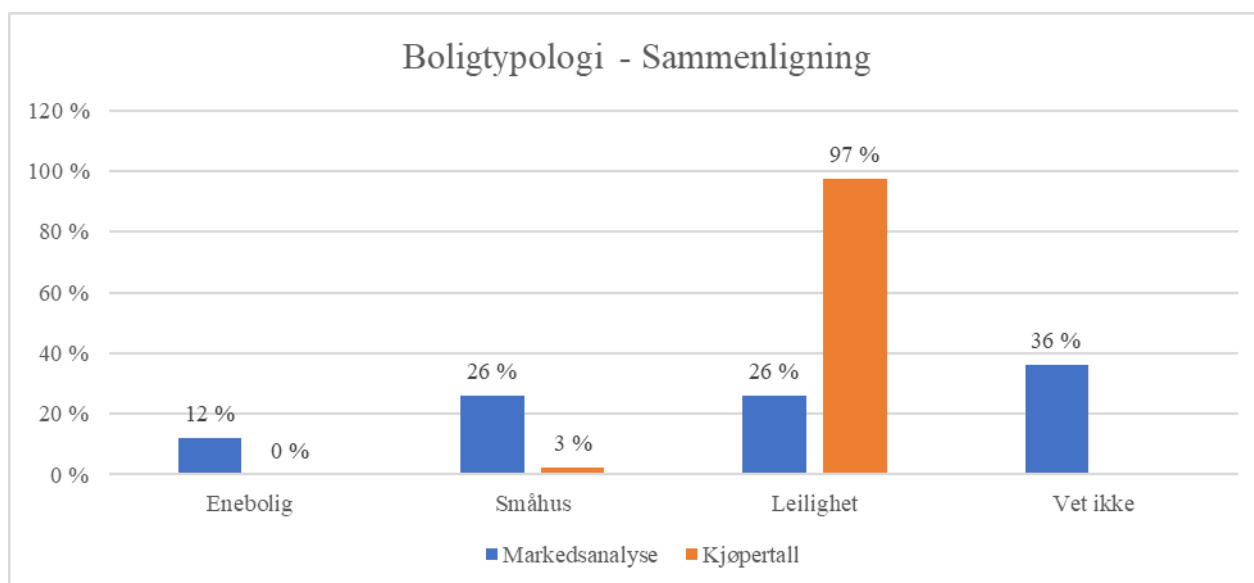


Figur 33. Utvikling av boligtypologi per felt. Egen fremstilling.

Det er flere faktorer som kan være grunnen til denne skjevfordelingen. Mest naturlig er det å se på fortetningsstrategien i Oslo kommune for Ensjø. Her vil også utbyggers forventninger til profitt, og det at forbrukere faktisk skal ha råd til boligen være viktige faktorer. Dette vil diskuteres ytterligere i analysedelen av studien.

Boligtypologi sammenligning

Ser man ønsket boligtypologi for neste bolig hentet fra boligmarkedsanalysen og sammenligner denne med den faktiske boligtypologien i prosjektene i Tiedemannsbyen, får man følgende diagram:



Figur 34. Sammenligning av boligtypologi. Egen fremstilling.

Generelt sett kan man si at det er avvik for alle boligtypologiene. Størst er avviket for leilighet, der avviket er på hele 71 %. Fra 26 % av de som anser Ensjø som aktuelt område å flytte til, som ønsker leilighet som neste bolig, til 97 % av boligene i Tiedemannsbyen som er leiligheter.

Avviket for boligtypologien småhus/rekkehus er også stor, med 23 % avvik. Av de som ønsker seg enebolig som neste bolig er avviket 12 %. Dette fordi det ikke har blitt bygd eneboliger i Tiedemannsbyen. En slik utbygging ville også vært i strid med boligstrategien på Ensjø og knutepunktutviklingen.

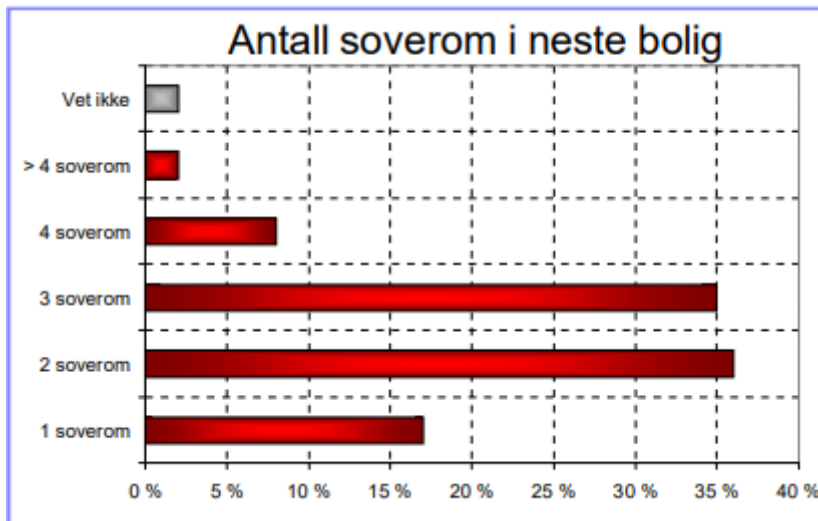
En viktig faktor som må legges til grunn her er at det man ønsker seg, er ikke nødvendigvis det samme som det man har råd til. At 26 % ønsker seg et rekkehus/småhus som neste boligtypologi, er ikke nødvendigvis sammenfallende med hva man har råd til som neste boligtypologi.

4.3.4 Antall soverom

Antall soverom boligmarkedsanalyse

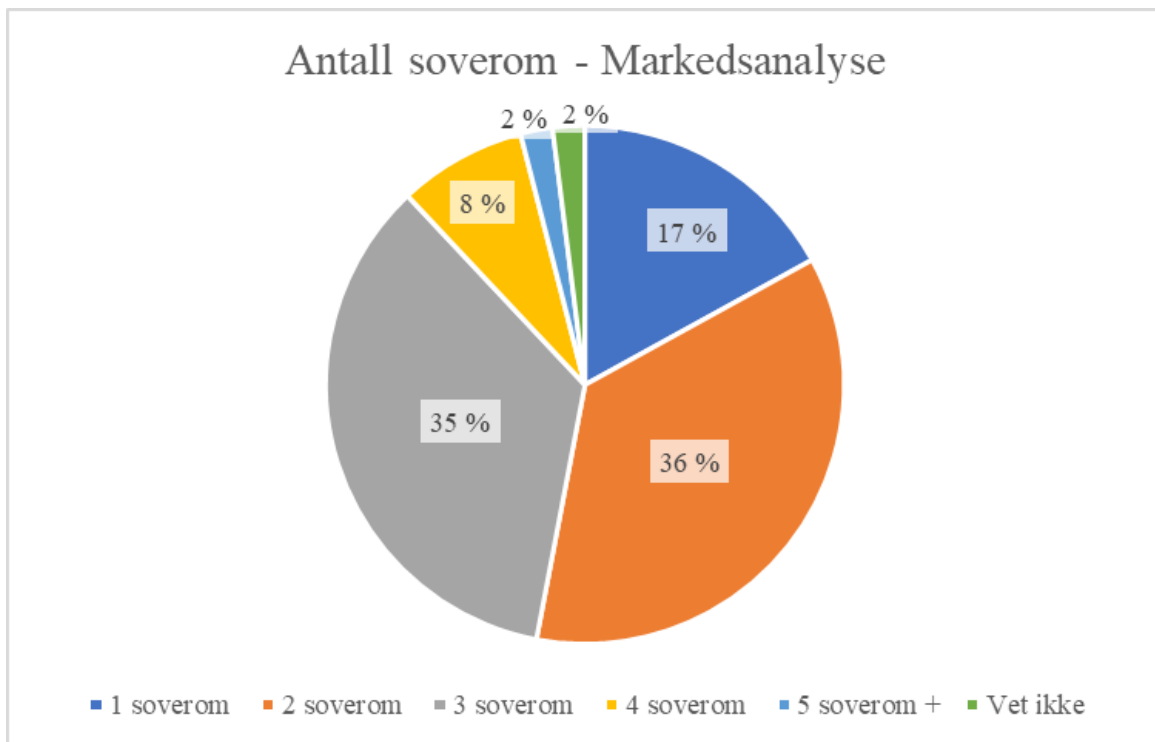
Dataene som brukes i studien for antall soverom er hentet fra alle respondentene i undersøkelsen, og er ikke begrenset til å gjelde de som anser Ensjø som aktuelt område. Det er i boligmarkedsanalysen og i denne studien snakk om antall soverom, og ikke antall rom. Det vil si at når det eksempelvis står 2 soverom, vil det i praksis være snakk om en 3-roms.

I boligmarkedsanalysen har man undersøkt hvor mange soverom respondenten ønsker i neste bolig. Grafen under viser at mer enn 7 av 10 i undersøkelsen vil ha 2 eller 3 soverom i neste bolig. I snitt vil man ha 2,4 soverom i neste bolig (Prognosesenteret, 2004, s. 61).



Figur 35. Antall soverom respondentene ønsker i neste bolig. (Prognosesenteret, 2004, s. 61).

Setter man disse tallene sammen i kakediagram får man følgende fordeling mellom antall soverom som er ønskelig i neste bolig:



Figur 36. Antall soverom neste i boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling. (Prognosesenteret, 2004, s. 6).

Av diagrammet går det frem at 17 % ønsker 1 soverom i neste bolig, 36 % ønsker 2 soverom, 35 % ønsker 3 soverom, 8 % ønsker 4 soverom og 2 % ønsker 5 eller flere soverom i neste bolig. I undersøkelsen svarer 2 % av de ikke vet eller ønsker å oppgi hva de ønsker av antall soverom i neste bolig.

Som boligmarkedsanalysen viser er det flest som ønsker 2 soverom i neste bolig, altså en 3-roms leilighet. Tallet for antallet som ønsker seg 3 soverom er høyt ut fra hvilken størrelse en slik bolig «krever». Dette kan også ha sammenheng med det høye antallet som ønsker rekkehus/småhus og eneboliger.

Generelt sett kan man si at preferansene for antall soverom i neste bolig ligger relativt høyt. Tallene i boligmarkedsanalysen fanger kun opp de som bor i Oslo, og ikke de som flytter til Oslo, og således i større grad har ønske om eller godtar å flytte til mindre leiligheter (Prognosesenteret, 2004, s. 61).

Antall soverom kjøpertall

Tallene for antall soverom i hvert prosjekt i Tiedemannsparken er hentet fra saksinnsyn i Oslo kommune, primært fra vedlegg i søknad om rammetillatelse. For rekkehusene i felt D, Hagekvartalet, var antall soverom ikke oppgitt i søknad om rammetillatelse. For utregning av antall soverom blant rekkehusene, er det benyttet plantegninger for hver etasje, og sammenlignet disse med eierbrøken i hvert rekkehus.

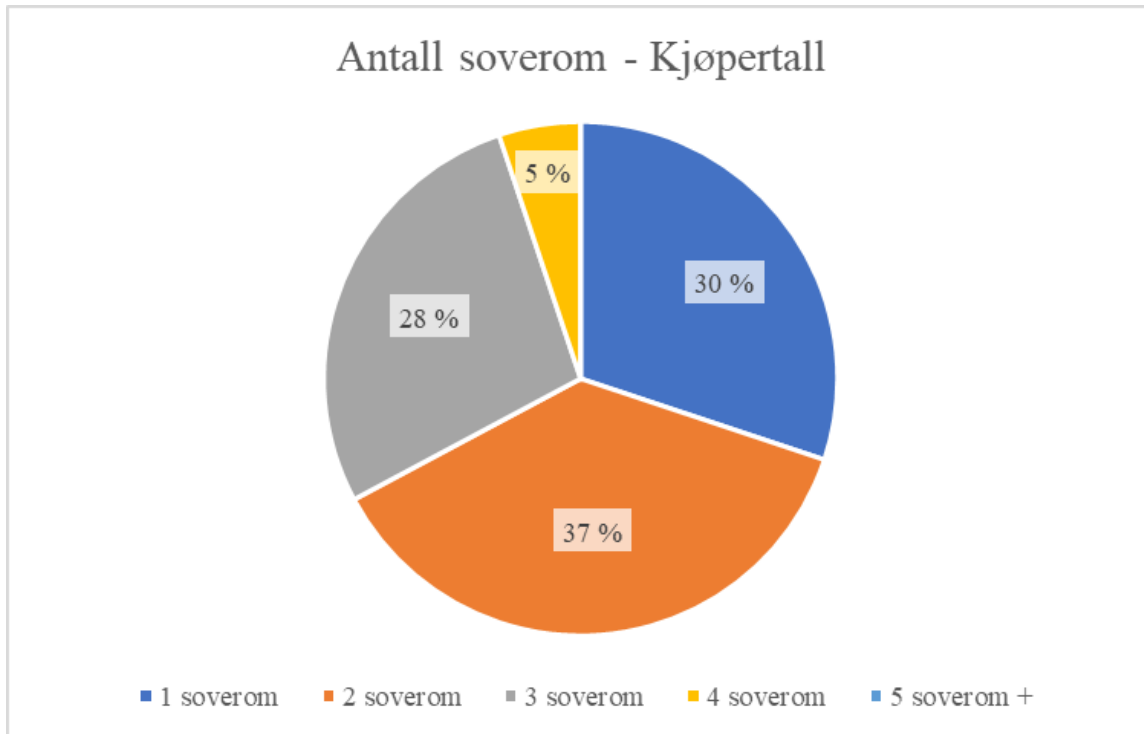
For alle prosjektene i Tiedemannsbyen får man følgende fordeling:

- 30 % boliger med 1 soverom – 2-roms leiligheter
- 37 % boliger med 2 soverom – 3-roms leiligheter
- 28 % boliger med 3 soverom – 4-roms leiligheter
- 5 % boliger med 4 soverom – 5-roms leiligheter

Av de 25 rekkehusene i felt D, Hagekvartalet har 19 av disse 3 soverom, og seks av disse 4 soverom. Det er ikke hensyntatt hvor mange av leilighetene som inneholder hybeldel/utleiedel.

Diagrammet viser en jevn fordeling mellom 1 soverom, 2 soverom og 3 soverom, hvorav 2-roms leilighetene og denne andelen kan ha delvis sammenheng med vedtaket om leilighetsfordelingen i indre by som ble vedtatt 25. september 2013. Både felt D, Hagekvartalet og felt C, Petersborgkvartalet falt utenfor denne leilighetsnormen.

Det var ingen boliger med 5 soverom +. Under vises fordelingen av antall soverom i boligene for hele Tiedemannsbyen sammenlagt.



Figur 37. Antall soverom fordelt på alle felter sammenlagt. Egen fremstilling.

Ved å se feltene hver for seg med hensyn til antall soverom kan det dannes ulike mønstre, og man kan se andre sammenhenger enn om man ser prosjektet Tiedemannsbyen som helhet. I tabellen under ser man Tiedemannsbyen felt for felt, og man får da følgende fordeling mellom antall soverom:

Tabell 9. Feltvis fordeling av antall soverom. Egen fremstilling.

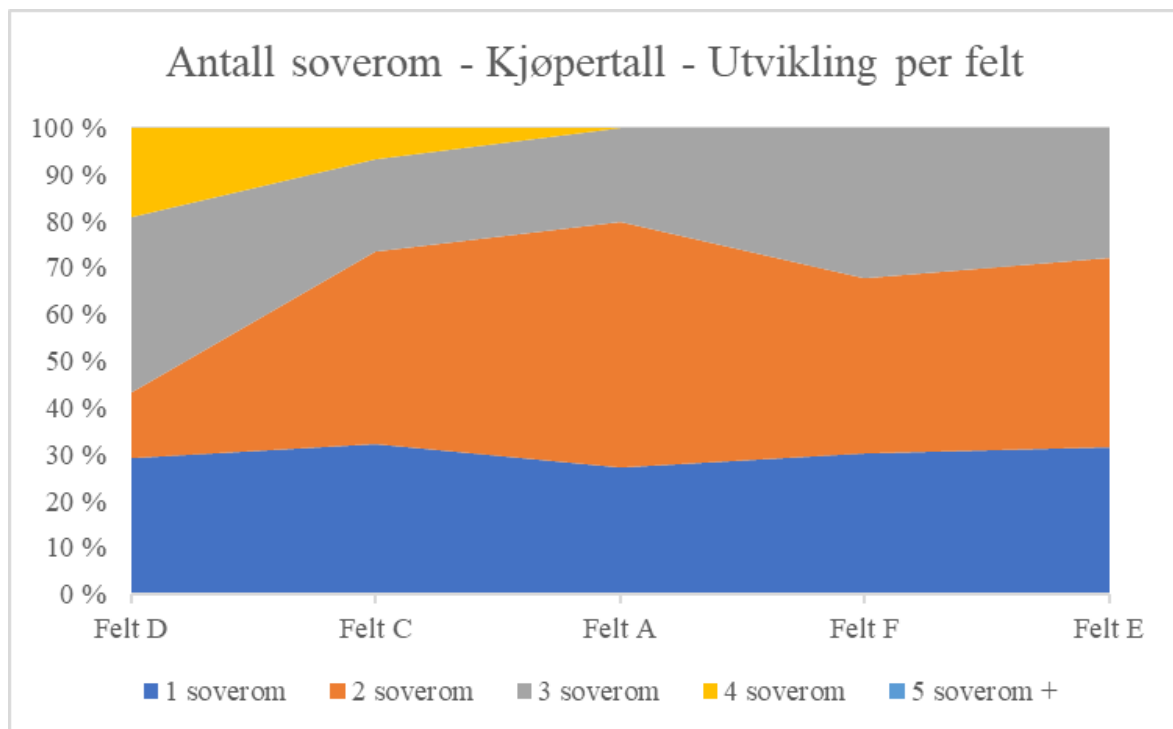
Antall soverom		1 soverom	2 soverom	3 soverom	4 soverom	5 soverom +
Sortert	Felt D	29 %	14 %	38 %	19 %	0 %
	Felt C	32 %	41 %	20 %	7 %	0 %
	Felt A	27 %	53 %	20 %	0 %	0 %
	Felt F	30 %	37 %	32 %	0 %	0 %
	Felt E	32 %	41 %	28 %	0 %	0 %

Som tabellen viser skiller felt D og C seg fra resterende felter ved å være de eneste prosjektene som har 4 soverom i enhetene sine. Her har felt D, Hagekvartalet, den største andelen, i stor grad knyttet til rekkehusene som var en del av prosjektet. Felt D skiller seg også ut fra resten, ved å være prosjektet med den desidert laveste graden av leiligheter med 2

soverom. Kun 14 % av boligene var 3-roms. Denne sammenhengen kan også knyttes til leilighetsfordelingsnormen, som ikke var gjeldende under prosjekteringen av dette feltet.

Felt A, Utsiktskvartalet skiller seg ut i form av å tilby færrest leiligheter med 1 soverom og flest leiligheter med 2 soverom. Felt A var som det gikk frem av kapittelet om geografisk tilhørighet også det feltet med høyest utleiegrad.

Nedenfor ser man feltene satt sammen i diagram for å detektere mønstre i utviklingen av antall soverom i prosjektene:



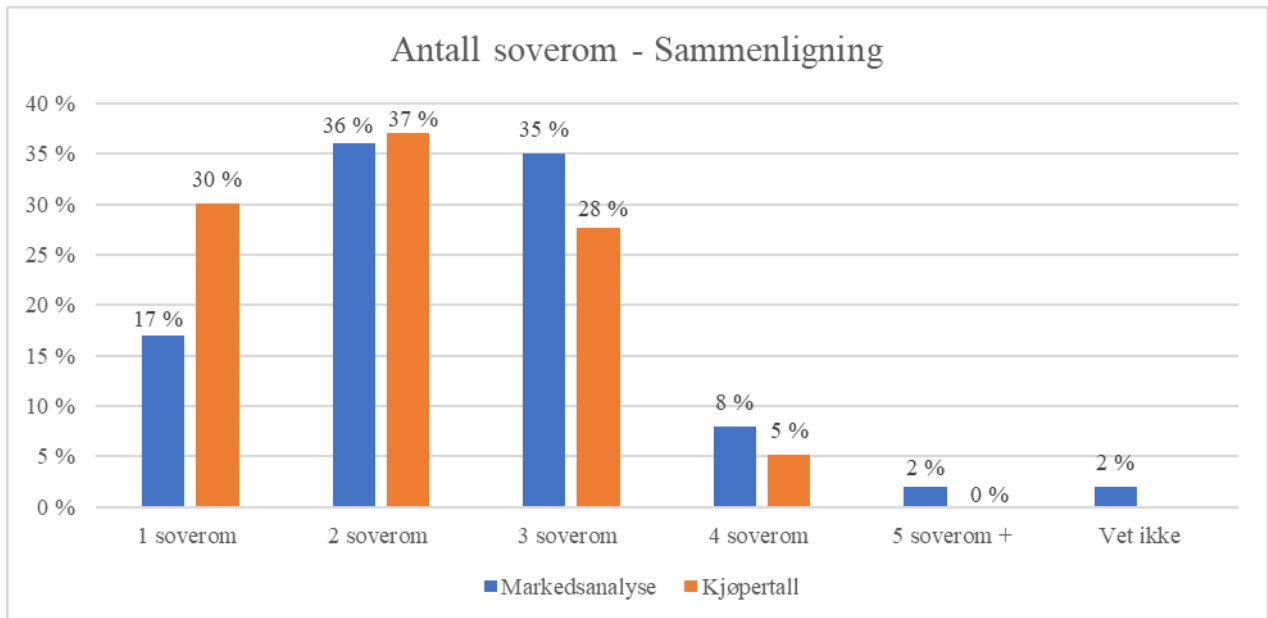
Figur 38. Utvikling av antall soverom per felt. Egen fremstilling.

Diagrammet tydeliggjør det som allerede er nevnt over. Det er ingen boliger med 5 soverom, og feltene som inneholder 4 soverom var de to første feltene som ble bygd ut i Tiedemannsbyen.

Man ser at boliger med 1 soverom holder seg meget stabilt, sammenlignet med de andre størrelsene. Boliger med 2 soverom svinger mye. Det begynner med 14 % av denne typen i første ferdigstilte felt, før det går vesentlig opp i feltet som ble ferdigstilt midtveis med 53 %, før det går ned igjen til 37 %, og stabiliserer seg på slutten.

Antall soverom sammenligning

Setter man sammen ønskede preferanser for antall soverom i neste bolig hentet fra boligmarkedsanalysen, med tallene fra hva som faktisk ble bygd i Tiedemannsbyen får man følgende diagram:



Figur 39. Sammenligning av antall soverom. Egen fremstilling.

For boliger med 1 soverom er det et tydelig avvik på 13 %. Dette kan ha sammenheng med leilighetsfordelingsnormen i Oslo kommune. Her ser man at boligmarkedsanalysen i stor grad har undervurdert antall 2-roms leiligheter. Det skal også legges til at for en utbygger ligger kvadratmeterprisen for mindre leiligheter vesentlig høyere enn for større leiligheter, noe som er med på å generere bedre profitt.

For boliger med 2 soverom er samsvaret svært godt og det skiller kun 1 % mellom boligmarkedsanalysen og hva som faktisk ble bygget. Her har Tiedemannsbyen møtt den fremtidige etterspørselen slik boligmarkedsanalysen fremsatte.

Det er 7 % avvik for boliger med 3 soverom. Her har markedsanalysen overvurdert antallet 4-roms. For boligene med 4 soverom er det et samsvar på 3 %. Boligmarkedsanalysen har også overvurdert boliger med 5 soverom eller flere.

Også under antall soverom vil det i likhet med ønsket boligtypologi kunne være forskjeller i hva man har lyst på, og hva man har råd til.

4.4 Intervjuer

Bakgrunn

For å styrke problemstillingen og analysen er det gjennomført dybdeintervjuer med to intervjupersoner. Intervjupersonene er representert ved et eiendomsutviklingsselskap og et foretak som driver med prosjektmegling, og benevnes heretter for «Informant A» og «Informant B».

Den ene intervjupersonen har direkte kjennskap til Tiedemannsbyen som prosjekt, den andre intervjupersonen har god kjennskap til Ensjø mer overordnet.

Anonymitet

De to intervjupersonene som deltar i dybdeintervjuene, skal behandles anonymt. Det er vurdert til å ikke svekke oppgavens, og metodens validitet og reliabilitet. Dette fordi intervjuene brukes som kvalitetssikring, og ikke som grunnlag for undersøkelsen. Videre er intervjuene lagt opp på en slik måte at respondentene kan ytre sin personlige erfaring, dermed vil anonymitet også sikre at informasjonen ikke kan spores tilbake til hvert enkeltindivid. Dette vil også sikre at selskapet som den respektive informanten representeres ved, ikke berøres av studiet.

Rekruttering av intervjupersoner

I januar 2022 ble det sendt ut forespørsel til to intervjupersoner om spørsmål om å delta i studien. Her fikk intervjupersonene kort informasjon om masteroppgaven og hva det innebar å delta i intervju. 4. mars 2022 ble det sendt ut intervjuguide og samtykkeskjema med utfyllende informasjon om problemstilling, formål og rettigheter. Intervjuene, herunder tidspunkt og sted ble avtalt i samme e-post.

Utførelse av intervjuer

Det er to intervjupersoner i studien, og intervjuene ble gjennomført fredag 11. mars 2022 med informant A og torsdag 17. mars 2022 med informant B. Intervjuene tok henholdsvis ca. 45 minutter og 25 minutter. Intervjuet med informant A ble gjennomført fysisk på kontoret til informanten. Intervjuet med informant B ble gjennomført på Teams. Intervjuet som foregikk over Teams innebar noe mindre dialog, som også gjenspeiles i tidsbruken på intervjuet.

Intervjuene ble gjennomført med lydopptaker for å sikre tilstrekkelig og korrekt informasjonsinnhenting. Undersøkelsen er godkjent av Norsk senter for forskningsdata (NSD)

og begge intervjupersonene har samtykket i henhold til samtykkeskjemaet. Opptakene ble slettet samme dag, i tråd med samtykkeerklæring. Intervjureferat ble sendt og godkjent av intervjupersonene den påfallende dagen etter intervjuet.

Intervjuguide

Intervjuene ble gjennomført som semistrukturerte dybdeintervjuer. Gjennomføringen innebar at det ble utarbeidet og sendt ut en intervjuguide på forhånd. Dette sikret et likt utgangspunkt for intervjupersonene, og ga føringer for tematikken som skulle tas opp. Intervjuene ble gjennomført som samtaler, der det å skape kunnskap gjennom intervjuprosessen var målet (Dalland, 2020, s. 83). På denne måten fikk man også en mer individuell vurdering bak bruk av markedsanalyser og årsaken til eventuelle mønstre.

Resultater informant A

Informant A har lang erfaring med bruk av markedsanalyser i samarbeid med analytikere. Vedkommende har jobbet mye med å bryte ned tallene fra profesjonelle markedsanalyser, for å gjøre de mer forståelige for utviklingselskapet, lage egne analyser basert på disse og tilpasse vurderingene opp mot prosjektene deres.

Informanten mener at en boligmarkedsanalyse samsvarer på best mulig måte ved å innhente flere analyser knyttet til området, og ved å basere seg på mer enn én markedsanalyse. Ettersom Ensjø er et område utviklet over flere år, foreligger det allerede mye data fra området og tidligere prosjekter, som kan legge grunnlag for fremtidige prosjekter i samme område.

Grunnen til at det kan være dårlig samsvar mente informanten handlet om to ting, herunder prisen på produktet og feil produkt for målgruppen. Her mente informanten at det var viktig å understreke at hvem som er målgruppen også kan endres i løpet av en utviklingsprosess, grunnet tidsbruken. Videre vil reguleringsplaner kunne legge for strenge føringer på prosjektene, slik at det begrenser produktets rekkevidde til den potensielle målgruppen. Noen områder har også store interne forskjeller og bruk av flere lokale eiendomsmeglere kan gi bredere innsikt i prising og målgrupper.

På spørsmålet om boligmarkedsanalyser er nødvendig, svarer vedkommende et rungende ja. Her legger informanten trykk på at slike analyser er helt essensielt. Videre sa informanten at selv om arkitekten får prosjektet til å gå opp på tegnebrettet, er det eiendomsmegleren som vil kunne si noe om salgbarheten av prosjektet. Det er derfor svært viktig å få inn

eiendomsmeglere med lokalkunnskap tidlig i prosjektet, og gjennom alle prosjektets faser for å sikre at prosjektet treffer den riktige målgruppen. Bruken av markedsanalyser vil også variere ut fra områdets attraktivitet og hvor mye kunnskap en utvikler har om et område og dets målgrupper.

Informanten tolket videre resultatene fra studien, i form av samsvar og avvik i målgruppene alder, geografi, boligtypologi og antall soverom.

For alder stemte tallene sånn sett med hva informanten hadde av erfaring fra området. Her mente også intervjupersonen at dette var knyttet til den høye internflyttingen på Ensjø, og at aldersgrupperingen sånn sett er spredt på grunn av dette.

Årsaken til avvikene for målgruppen geografi mente vedkommende kom av utviklingen i området. I begynnelsen av utviklingen var Ensjø en stor byggeplass, mens det i dag begynner å bli ferdigstilt. Interessen for prosjekter på Ensjø har økt markant fra begynnelsen av utviklingen og til i dag. Videre har kjennskapen til Ensjø som område hatt mye å si for hvem som i de tidlige stadiene valgte å flytte dit. Det er mer attraktivt å flytte til Ensjø i dag, fordi man har hørt om det og har kjennskap til det. En annen årsak kan også være knyttet til bydelslojalitet. Bor man på Oslo øst, ønsker man å fortsette å bo på østkanten. Slik er det med alle bydeler, og det gjenspeiles også i tallene fra studien.

Med tanke på boligtypologi mente informanten at det store avviket handlet om tre ting. For det første er det en ting hva man vil ha, og en annen hva man har råd til. For det andre handler det om de politiske føringene som gjelder på Ensjø. Oslo kommune sin knutepunktstrategi legger opp til høy utnyttelsesgrad og det å bygge i høyden. For det tredje gir leiligheter bedre økonomi til prosjektet og samtidig mulighet for potensielle kunder å kjøpe med bakgrunn i pris. Rekkehus eller eneboliger blir for dyrt for kunden og dermed vanskeligere å selge.

Informanten mente det gode samsvaret for målgruppen antall soverom, kom primært av leilighetsnormen i indre by.

Resultater informant B

Informant B har lang erfaring med bestilling og gjennomgang av boligmarkedsanalyser. Vedkommende benytter seg av markedsanalyser hver gang det settes i gang med nye prosjekter eller når man utforsker nye områder.

Intervjupersonen mener at en boligmarkedsanalyse på generelt grunnlag samsvarer på best måte om man har god kjennskap til området. Her legger vedkommende til at alle

markedsanalyser må tilpasses hvert prosjekt og hvert område, i tillegg til at man har et bevisst forhold til det området man analyserer. Det handler om å finne sammenlignbare prosjekter i sammenlignbare områder, og analysere disse opp mot det planlagte prosjektet. Å gjøre et grundig analysearbeid med korrekt datagrunnlag bidrar til å minimere risikoen for avvik, og på den måten minimere risiko knyttet til prosjektets lønnsomhet.

Grunnen til at det i noen tilfeller kan være store avvik mellom en boligmarkedsanalyse og faktiske kjøpertall mener informantene kommer av slurv med datagrunnlaget og for lite grundig arbeid med analyser. Dette kan være knyttet til både området, tidligere prosjekter i området, målgrupper og datagrupperinger innad i disse kategoriene. Her nevnes det også at avvik kan komme av at man rett og slett ikke kan forutse fremtiden, eller nye forhold som dukker opp senere i prosjektprosessen. Det er mye som kan skje i løpet av en lang reguleringsprosess, og markedsanalyser klarer ikke alltid fange opp slike endringer eller skift i markedet.

På spørsmål om nødvendigheten av markedsanalyser i boligprosjekter svarer vedkommende at det er helt nødvendig. Dette er spesielt viktig ved etablering av nye områder og for å sette rammebetingelsene der man skal etablere seg. Vedkommende presiserte at det ikke nødvendigvis alltid er snakk om en boligmarkedsanalyse, men en analysejobb rundt markedet ved bruk av ulike verktøyer.

Informant B tolket videre resultatene fra studien, i form av samsvar og avvik i målgruppene alder, geografi, boligtypologi og antall soverom.

For alder mente vedkommende at samsvaret kom av godt datagrunnlag når det kommer til å hente inn denne datagrupperingen.

For den geografiske tilhørigheten mente informantene at det var overraskende hvordan boligmarkedsanalysen hadde undervurdert gruppen fra Oslo øst. At mange flere kom fra denne bydelen, enn boligmarkedsanalysen vurderte, var ut fra informantens kunnskap om området ikke overraskende. Dette var også i stor grad knyttet til områdetilhørighet og bydelslojalitet. De som bor på østkanten, kjøper seg opp i størrelse også på østkanten. Av de som kom fra Oslo vest, mente informantene at dette kom av pris, og at man således fikk mer bolig for pengene i denne delen av byen. At det likevel var et avvik mellom denne gruppen, mente vedkommende kom av den store forskjellen mellom prisene man planla med på Ensjø, og hva man faktisk endte opp med. At kvadratmeterprisen sånn sett ble en del høyere enn man

først så for seg, og at dette førte til at færre enn antatt flyttet med hensyn til å få mer bolig for pengene.

Informanten mente at avviket i målgruppen boligtypologi, kom primært av lønnsomheten for utbygger. Ser man på tomtekostnaden i dette området, ville det ikke vært økonomisk forsvarlig å bygge noe annet enn leiligheter.

I tolkningen av antall soverom la informanten vekt på at det for de delene med avvik, kom som resultat av økonomi. En ting er hva man ønsker seg i neste bolig, men en annen ting er hva man har råd til. En større bolig vil også være dyrere totalt sett, og kan således være vanskeligere å få solgt. Små boliger med færre soverom er lettere å få solgt, fordi flere har råd til dem. Det vil også gi bedre inntjening for utbygger på grunn av økt kvadratmeterpris.

5. Analyse

5.1 Analyse av samsvar og avvik

5.1.1 Alder

Generelt sett kan man si at ingen av aldersgrupperingene treffer helt. For den eldste aldersgruppen er det et samsvar på 5 %, mens det for mellomgruppen og den yngste gruppen er et avvik på 8 % for begge grupperingene.

Det er to svakheter knyttet til denne målgruppen. For det første inneholder ikke analysen og kjøpertall samme aldersgrupperinger, noe som gjør det vanskelig å sammenligne eksakt. For det andre inneholder boligmarkedsanalysen en andel på 11 % som ikke har svart hvilken aldersgruppering de tilhører.

I aldersgruppen «60 år +» og «55 år +» har boligmarkedsanalysen og respondentene i denne, overvurdert Ensjø som aktuelt område å flytte til, sammenlignet med de som faktisk flyttet dit. Her viser tallene at det var 5 % færre som flyttet til Ensjø.

I aldersgruppen «40-59 år» og «35-55 år» har respondentene i boligmarkedsanalysen undervurdert Ensjø som aktuelt område å flytte til. Her viste kjøpertallene i Eiendomsverdi at 8 % flere enn det boligmarkedsanalysen tilsa, valgte å flytte til Ensjø.

I aldersgruppen «0-39 år» og «0-35 år» ble også Ensjø som fremtidig boområde undervurdert av respondentene i boligmarkedsanalysen. I likhet med mellomgruppen var det 8 % flere enn det som gikk frem av boligmarkedsanalysen som flyttet til Ensjø.

At over 50 % av de som flyttet til Tiedemannsbyen første gang var under 35 år viser at området er attraktivt blant unge og førstegangsetablerere.

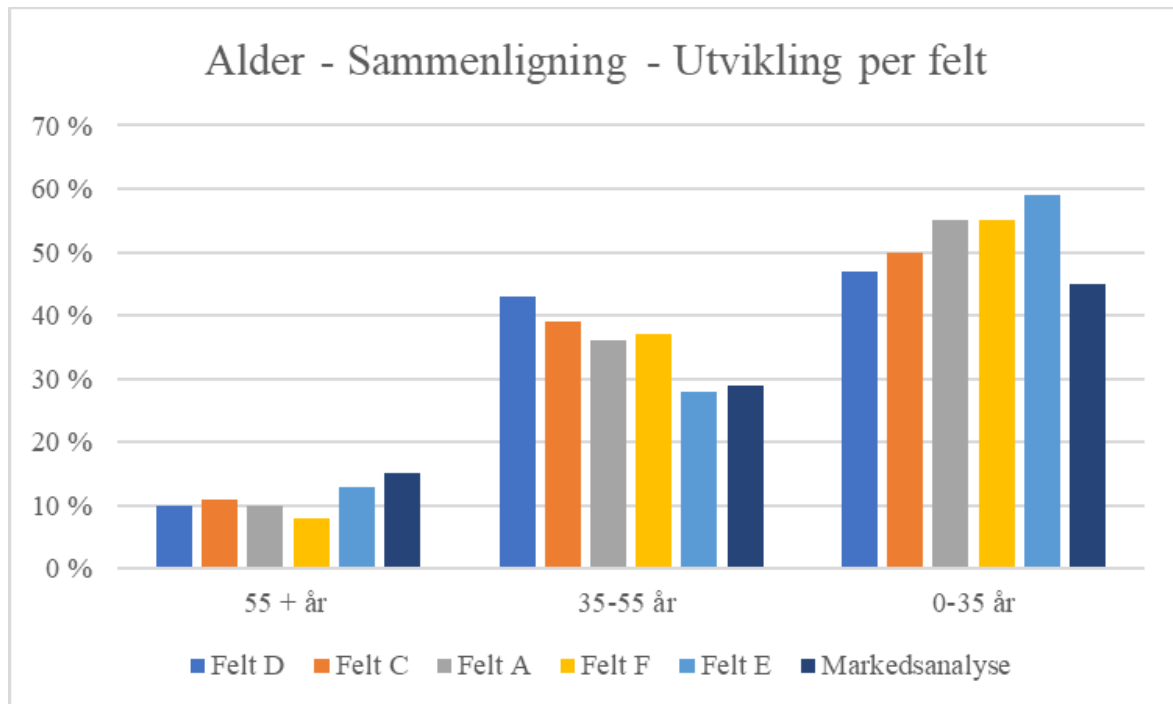
Her kan man peke på to demografiske trender som kan ha påvirket denne aldersgruppen til å velge Ensjø som boområde. For det første har Ensjø og Tiedemannsbyen vært mer prismessig overkommelig enn andre områder i bydelen (Brett & Schmitz, 2009, s. 66). På Ensjø har prisen per kvadratmeter i snitt holdt seg 2000-3000 kroner lavere enn for resten av bydel Gamle Oslo (Bydelsfakta Oslo kommune, u.å.). I 2004 lå kvadratmeterprisen i bydel Gamle Oslo på ca. 26 000 per kvm. I 2010, da første prosjekt i Tiedemannsbyen ble lagt ut for salg, var prisen på ca. 37 000 per kvm. Da hadde prisene hatt nedgang på grunn av Finanskrisen i 2008, men var på vei opp igjen. Prisene har med unntak av denne nedgangen kun steget. Da siste prosjekt på Ensjø stod ferdig i 2019 lå prisen på ca. 73 000 per kvm, mens det for resten av bydel Gamle Oslo lå på ca. 76 000 per kvm. Den andre demografiske trenden som kan ha påvirket denne aldersgruppen er nærheten til t-bane, og således kortere avstand mellom arbeidsplassen og hjemmet i form av tid og avstand (Brett & Schmitz, 2009, s. 67). Mange av de store arbeidsplassene i hovedstaden holder til i Oslo sentrum, og avstanden fra Ensjø til sentrum er kort både i gange (35 minutter), sykkel (10 minutter) og med t-banen (6 minutter).

At mellomgruppen blant aldersgrupperingene også viste seg å bosette seg i Tiedemannsbyen med en høyere andel enn det boligmarkedsanalysen tilsa, har nær sammenheng med trendene som har påvirket den yngste aldersgrupperingen. Denne gruppen består av en større husholdning enn den yngste aldersgruppen, og derav også høyere samlet inntekt i husholdningen (Brett & Schmitz, 2009, s. 70). Man har dermed fått mye for pengene sett på kvadratmeterprisen på Ensjø, sammenlignet med resten av bydel Gamle Oslo. Ensjø har siden 2015 i snitt flere husholdninger med barn, enn resten av Gamle Oslo (Bydelsfakta Oslo kommune, u.å.). Dette antyder at husholdninger med barn finner Ensjø attraktivt, og at mange i denne aldersgruppen har barn.

Den eldste aldersgruppen skiller seg markant fra de to andre aldersgrupperingene, som den eneste hvor boligmarkedsanalysen og respondentene har overvurdert attraktiviteten til Ensjø. Her viste kjøpertallene 5 % mindre andel som flyttet til Ensjø, sammenlignet med markedsanalysen. Kun 10 % av befolkningen som kjøpte i Tiedemannsbyen første gang var 55 år eller eldre. Her kan for eksempel skepsis til området være en av årsakene til den lave andelen. Eldre er ofte mer knyttet til områder og ønsker i mindre grad å bo i nye, urbane utviklingsområder der det skal bygges over mange år.

I målgruppen alder pekte intervjupersonene på at denne målgruppen ofte inneholder mye datagrunnlag og bør således gi godt samsvar. Avvik kommer som regel av for lite datagrunnlag eller kjennskap til området, eller som i Ensjø sitt tilfelle, at det er et nytt boligområde. Da vil ikke nødvendigvis en markedsanalyse klare å fange opp hvem som er den riktige målgruppen.

Under vises sammenligning for målgruppen alder og utvikling per felt.



Figur 40. Utvikling og sammenligning av alder felt for felt med boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling.

Blant den yngste aldersgruppen og mellomgruppen ser man i sammenligning – utvikling per felt at etterspørselen varierer mer markant enn for den eldste aldersgrupperingen som holder seg mer stabil.

Man ser at det for mellomgruppen og den yngste gruppen er snakk om et skift. Den yngste aldersgrupperingen øker jevnt fra felt D til felt E, mens mellomgruppen synker jevnt i samme tidsperiode. Her ser man at det for den yngste aldersgrupperingen er best samsvar i første felt, og størst avvik blant boligmarkedsanalysen og kjøpertallene i siste ferdigstilte felt. For mellomgruppen er det motsatt. Fra størst avvik i første felt, til best samsvar i siste felt mellom boligmarkedsanalysen og kjøpertallene.

Felt E, Tiedemannsfabrikken del II utpeker seg som det mest populære feltet blant den yngste aldersgruppen og blant den eldste aldersgruppen. Samtidig er dette feltet minst populært blant alle feltene for mellomgruppen. Feltet er det siste som ble ferdigstilt i Tiedemannsbyen i denne studien. Blant mellomgruppen er det felt D, Hagekvartalet som er det mest populære, mens det for den yngste aldersgruppen var minst populært. Dette feltet kjennetegnes som det første ferdigstilte feltet i Tiedemannsbyen og som det eneste feltet med rekkehus som del av boligtypologien sin. Blant den eldste aldersgruppen skiller felt F, Tiedemannsfabrikken del I seg som det minst populære.

5.1.2 Geografi

I målgruppen geografi kan man generelt sett si at det er store variasjoner i samsvar og avvik innad i målgruppen.

I Oslo øst er avviket på hele 42 %, der boligmarkedsanalysen og dets respondenter som anså Ensjø som aktuelt område å flytte til var 17 %. Det viste seg i kjøpertallene fra Eiendomsverdi at 59 % kom fra denne delen av byen. Boligmarkedsanalysen tilsier at man kan drive høy rekruttering fra nærområdet, men undervurderer beboere fra Oslo øst i svært stor grad.

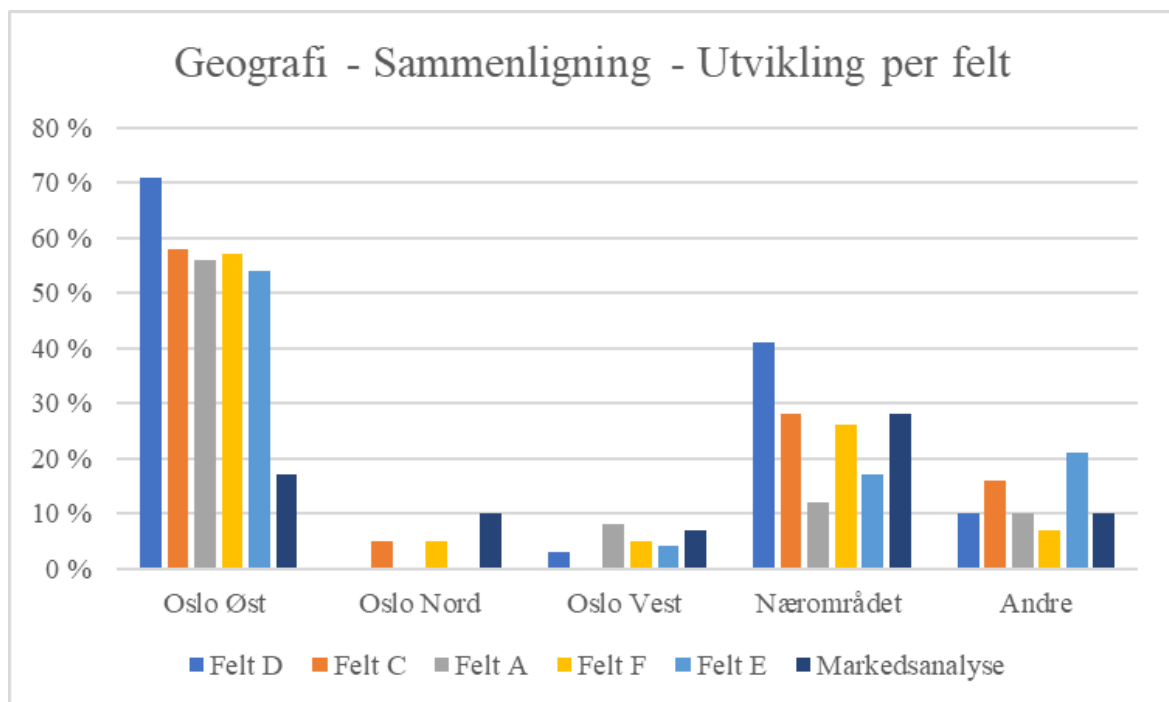
For nærområdet treffer boligmarkedsanalysen godt, med 28 % i analysen mot 25 % i kjøpertallene i Eiendomsverdi. Dette er også presisert i analysen (Prognosesenteret, 2004, s. 72). At analysen likevel har undervurdert potensialet blant beboere på Oslo øst kan forklares med kjennskap til området. De som tilhører delbydelene i Oslo øst vil ha mer kunnskap om Ensjø som fremtidig boligområde, enn for eksempel delbydeler i Oslo vest. Her vil også prisen være en avgjørende faktor for at folk vurderte Ensjø som aktuelt, og at kvadratmeterprisen historisk sett har ligget lavere enn for resten av bydel Gamle Oslo (Brett & Schmitz, 2009, s. 66).

Pris som demografisk trend som har påvirket boligmarkedet blir også tydelig når man ser på beboere som kom fra Oslo vest og Oslo nord. Boligmarkedsanalysen og dets respondenter viste at beboere fra Oslo vest i minst grad anså Ensjø som aktuelt område å flytte til, med 7 %. Beboere fra Oslo nord var noe mer positive, med 10 %. Her viste imidlertid tallene fra Eiendomsverdi at det kom 4 % beboere fra Oslo vest og kun 2 % beboere fra Oslo nord. Priser og effekten av pendlermønstre kan være mulige årsaker til avvik. Prisene i Oslo nord og på Ensjø er relativt like, og beboere fra Oslo nord ser ikke nytteverdien av flytting. For beboere på Oslo vest vil lave priser kunne gi dem større og mer bolig for pengene.

For alle bydelene vil områdekjennskap og lojalitet til egen bydel være faktorer for hvorvidt man valgte å flytte til Ensjø eller ikke. En markedsanalyse vil ikke klare å tallfeste områdeskepsis eller lojalitet til områder, på linje med realiteten. For beboere fra Oslo nord og især Oslo vest vil sosioøkonomisk status og samfunnskarakter spille en avgjørende rolle i hvorvidt disse anser Ensjø som et attraktivt område (Brett & Schmitz, 2009, s. 68). Dette har også nær sammenheng med områdekjennskap, og gjenspeiles ved at Ensjø har blitt mer og mer populært gjennom årene.

Intervjupersonene mente at avviket for denne målgruppen i stor grad handlet om områdekjennskap og bydelslojalitet. Et utviklingsområde som Ensjø vil bli mer attraktivt og kjent etter hvert som det bygges ut. Avvikene er gjerne knyttet til at man mangler områdetilhørighet, og at man ikke kjenner den bydelen som utvikles og hvilke muligheter som kommer der.

Under vises sammenligning for målgruppen geografi og utvikling per felt.



Figur 41. Utvikling og sammenligning av geografi felt for felt med boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling.

Ser man på utviklingen felt for felt, sammenlignet med boligmarkedsanalysen ser man at beboere som kom fra Oslo øst og fra nærområdet var høyest blant det første ferdigstilte feltet i Tiedemannsbyen. Dette styrker teorien om at områdekjennskap og bydelslojalitet har vært

påvirkende faktorer når det kommer til den geografiske tilhørigheten tilflyttere til Ensjø har hatt.

Av de som kom fra Oslo øst har denne andelen hatt kontinuerlig nedgang fra første til siste felt. Andelen er fortsatt høy, med 54 % i siste felt.

Blant andelen som kom fra nærområdet ser man en mye mer variert etterspørsel. Felt A, Utsiktskvartalet, skiller seg ut som det desidert minst populære feltet blant beboere fra nærområdet. Her var det kun 12 % som kom fra nærområdet, sammenlignet med det mest populære feltet, felt D med 41 %.

Beboere på Oslo vest har fått bedre kjennskap til Ensjø og Tiedemannsbyen som område, blant de siste feltene som er ferdigstilt. Felt A skiller seg ut som mest populært. Her var også utleieandelen høyere enn for resten av feltene, noe som kan tyde på at kjøperne fra Oslo vest i stor grad har kjøpt bolig i dette feltet for å leie ut.

Av beboere som kom fra Oslo nord er det kun felt C og felt F som fikk beboere med den geografiske tilhørigheten.

Blant undergrupperingen «andre steder», ser man at felt E, Tiedemannsfabrikken del II, skiller seg ut som meget populært med hele 21 %. En stor andel av disse kom fra Viken fylke. Feltet var minst populært blant beboere fra Oslo øst.

5.1.3 Boligtypologi

I sammenligningen av boligtypologi finner man studiens største avvik. Avviket mellom de som ønsket leilighet som neste boligtype, og hva de endte opp med av boligtypologi i Tiedemannsbyen er på 71 %. 97 % av boligtypologien i Tiedemannsbyen er leiligheter og 3 % er småhus/rekkehus. Det er dog 36 % av respondentene i boligmarkedsanalysen som har svart at de ikke vet, og dette resulterer i en form for målefeil som gjør det vanskeligere å sammenligne realistisk.

Det er spesielt to årsaker som utpeker seg som grunner til dette avviket mellom boligmarkedsanalysen og boligtypologien som ble bygget i Tiedemannsbyen.

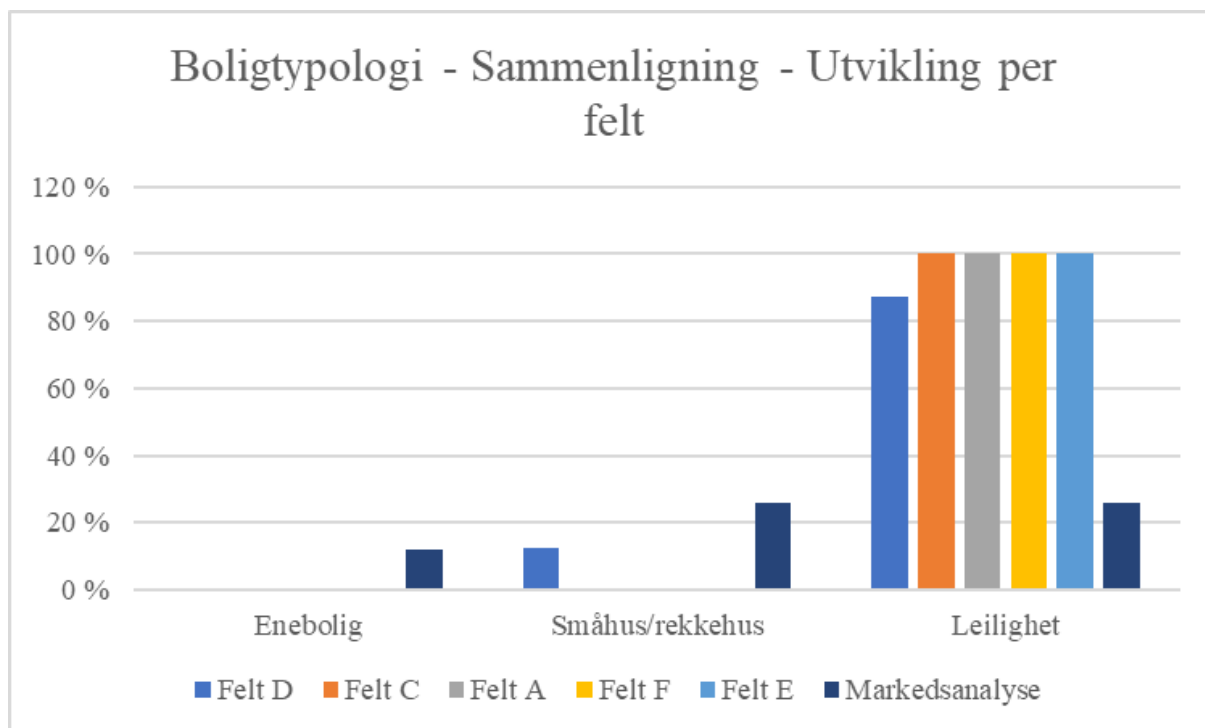
For det første har Oslo kommune lagt opp til en byutviklingsstrategi der Ensjø er del av fortettingen av indre by, med utgangspunkt i en knutepunkt- og banebasert strategi (Oslo kommune, 2015, s. 12). Ensjø er en del av utviklingsområder og transformasjonsområder i indre by, der høy tetthet (Oslo kommune, 2015, s. 26) i form av høy områdeutnyttelse og høy tomteutnyttelse er hovedmålet (Oslo kommune, 2015, s. 37). Forslag til planleggingsprogram

for Ensjø (Oslo kommune, s. 2) fra august 2002 legger opp til en bymessig utvikling av Ensjø etter føringer gitt i vedtak til Oslo kommuneplan 2000 av 8. desember 1999. I planleggingsprogrammet la man frem tre ulike vurderinger av boligpotensial, med nivå 1, 2 og 3 med anslagsvis 3400, 4500 og 7600 nye boliger (Oslo kommune, 2002, s. 10). Videre i VPOR Ensjø fra 2007 ser man at boligpotensialet ligger på rundt 7000 boliger (nivå 3). Dette er også fulgt opp i felles reguleringsplanen for Ensjø S-4420, vedtatt 17. desember 2008. En slik fortettingsstrategi innebærer at leiligheter som boligtypologi er den typen som vil oppfylle strategien på best måte. At avviket mellom boligmarkedsanalysen og det som faktisk ble bygd er så markant, kan dermed skyldes at det da boligmarkedsanalysen ble gjennomført ikke var lagt opp til en så offensiv fortetting av Ensjø. Det er heller ikke gitt at de som anså Ensjø som aktuelt område å flytte til, hadde kunnskap om denne strategien.

Den andre mulige årsaken er knyttet til det økonomiske aspektet. Både at mennesker tenderer mot å ønske seg mer enn man har råd til, men også at prosjektet må være lønnsomt for utbygger. At mennesker ønsker seg mer enn man har råd til, gjenspeiles i behovet for boliglånsforskriften. Finansdepartementet fastsatte boliglånsforskriften 15. juni 2015, nettopp for å bremse den sterke veksten i husholdningenes gjeld og boligprisveksten (Finansdepartementet, 2021). Forskriften setter rammer for bankenes utlånspraksis og sikrer en mer bærekraftig utvikling i husholdningens gjeld. For at et boligutviklingsprosjekt skal være gjennomførbart, må det gi økonomisk avkastning for utbygger (Geltner et. al., 2014, s. 734). Med økte tomtekostnader i sentrale strøk, ser man at en av løsningene er å bygge mer lønnsomt, som også gjenspeiler seg i leilighet som boligtypologi, sammenlignet med enebolig og rekkehus.

For boligtypologi mente informantene at det er store forskjeller i hva man ønsker seg, og hva man har råd til. Det vil også danne seg avvik dersom planmyndighetene legger opp til føringer om utbyggingsvolum etter en markedsanalyse er gjennomført, eller at utvalget i en markedsanalyse ikke er klar over kommunale føringer i området. Videre må et prosjekt være lønnsomt for at en utbygger skal sette i gang med prosjektet, og dermed vil det ikke alltid være sammenfall mellom det som ønskes og det som bygges.

Under vises sammenligning for målgruppen boligtypologi og utvikling per felt.



Figur 42. Utvikling og sammenligning av boligtypologi felt for felt med boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling.

Utviklingen i boligtypologi er derfor svært enkel. Med utelukkende leiligheter som boligtypologi i alle felter med unntak av felt D, blir resultatet som vist over. I boligmarkedsanalysen fremkom det en god spredning mellom ønsket boligtypologi i neste bolig, mens det ble bygget leiligheter og et fåtall av rekkehus i Tiedemannsbyen.

5.1.4 Antall soverom

For målgruppen «Antall soverom» er variasjonen i samsvar og avvik stor ut fra antall soverom i boligmarkedsanalysen og i sammenligningen mellom feltene i Tiedemannsbyen.

Her kan det være flere grunner til avvik mellom boligmarkedsanalysen og det som ble bygget i Tiedemannsbyen. Noen av de mulige årsakene vil være like som i analysen av målgruppen boligtypologi. For eksempel vil hva man ønsker seg og hva man har råd til kunne avvike fra hverandre, noe som kan resultere i et avvik mellom markedsanalysen og det som ble bygget. Denne faktoren er mest overførbar til boligtypologi for de boligene med 4 soverom og 5 soverom +. Her ser man at det er et samsvar på henholdsvis 3 % og 2 %, men hvor samsvaret ikke er godt nok mulig som følge av den økonomisk faktoren nevnt over.

Det største avviket i denne målgruppen er for boliger med 1 soverom. Her undervurderer respondentene i boligmarkedsanalysen behovet for denne typen leiligheter med 13 %. Her kan

man peke på mindre husholdninger (Brett & Schmitz, 2009, s. 64) og færre barneorienterte husholdninger (Brett & Schmitz, 2009, s. 65) som mulige årsaker til at det ble bygget vesentlig flere av denne typen leiligheter. Fra 2004, da boligmarkedsanalysen ble gjennomført, til 2019, da siste felt i Tiedemannsbyen stod ferdig, har disse demografiske trendene påvirket boligmarkedet i større grad. Bare fra 2008 til 2021 har antallet énpersonshusholdninger i delbydelen Ensjø økt fra 1221 til 2301 (Bydelsfakta Oslo kommune, u.å.).

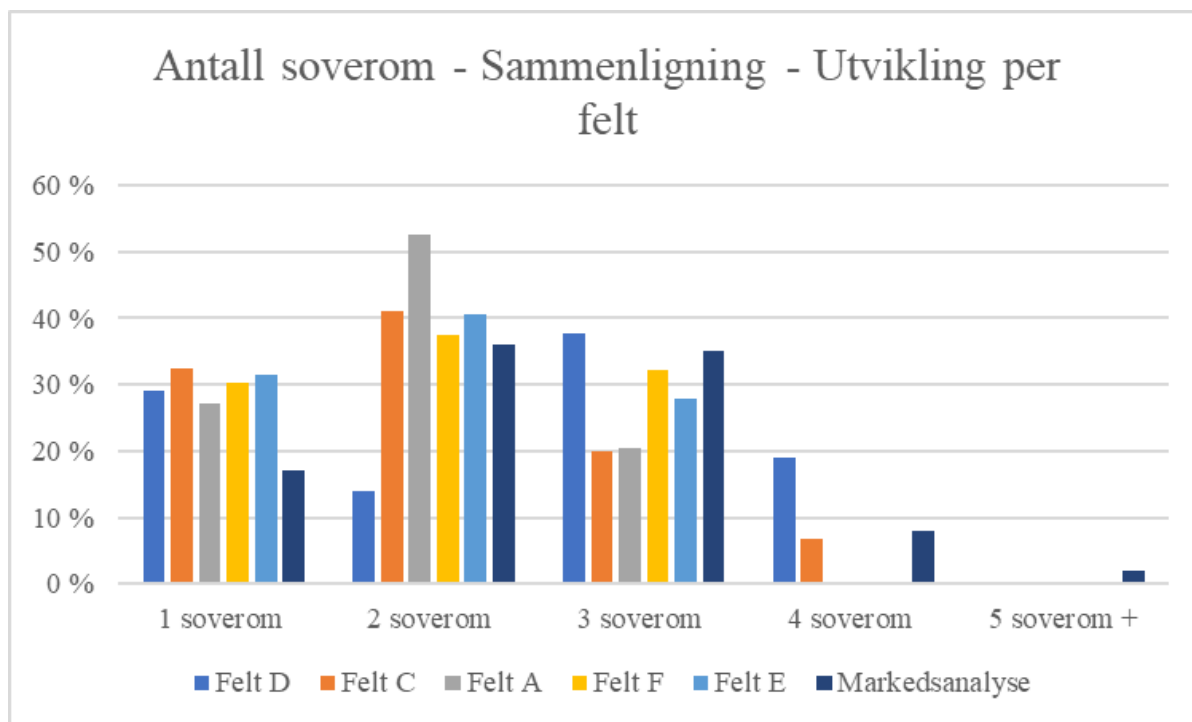
For leiligheter med 2 soverom er samsvaret svært godt, her skiller det kun 1 % mellom boligmarkedsanalysen på 36 % som ønsket dette antallet i neste bolig, og det som faktisk ble bygget på 37 %.

Kommunale krav og føringer kan være faktorer som både påvirker samsvar og avvik mellom boligmarkedsanalysen og det som ble bygget av antall soverom. Hvor store leilighetene maksimalt og minimalt kan være i antall kvadratmeter, vil kunne påvirke hvor mange soverom man har plass til. Felles reguleringsplanen for Ensjø S-4420 ble vedtatt 17. desember 2008. På daværende tidspunkt var det en vedtatt leilighetsfordelingsnorm fra 2007 (Oslo kommune, 2009) for indre by (heriblant Gamle Oslo) med føringer for små, middels og store leiligheter. I 2013 ble denne revidert til å kun legge føringer for små og store leiligheter, i tillegg til unntaksbestemmelser for byutviklingsområder som kunne vurderes separat (Oslo kommune, 2013). Fordelingen av leiligheter vedtatt i reguleringsplan var dermed følgende:

«Det tillates maksimum 30 % 2-roms leiligheter. Minimum 30 % skal være 4-roms eller større. Kravet til leilighetsfordeling skal normalt oppfylles innenfor det enkelte felt. Ettromsleiligheter tillates ikke. For felt A, C og D er kravet til leilighetsfordeling oppfylt når de tre feltene samlet tilfredsstillt kravet. Bygningsmyndighetene skal da godkjenne fordelingen mellom feltene.» (Oslo kommune, 2008).

Ser man på feltene følges reguleringsbestemmelsene helt konkret, og variasjonen i avvik og samsvar mellom boligmarkedsanalysen og det som ble bygget, kan begrunnes med utgangspunkt i leilighetsfordelingsnormen. Felt C, Hagekvartalet, har innfridd kravet til 4-roms leiligheter ved å tilby 38 % av denne typen, i tillegg til 19 % 5-roms leiligheter. Dette har ført til at felt C og felt A har kunnet tilby færre 4-roms leiligheter. Felt A, Utsiktsparken er kjennetegnet ved å ha størst andel utleie, og fordelingen av antall soverom kan være en stor del av forklaringen.

Under vises sammenligning for målgruppen antall soverom og utvikling per felt.



Figur 43. Utvikling og sammenligning av antall soverom felt for felt med boligmarkedsanalysen. Egen fremstilling.

I intervjurunden kom det frem av intervjupersonene at det for antall soverom, på lik linje som med boligtypologi, handler om at det kan være forskjeller i hva man ønsker, og hva man har råd til. Også her vil kommunale føringer legge begrensninger i hva som bygges, for eksempel leilighetsfordelingsnormen i Oslo og reguleringsplaner.

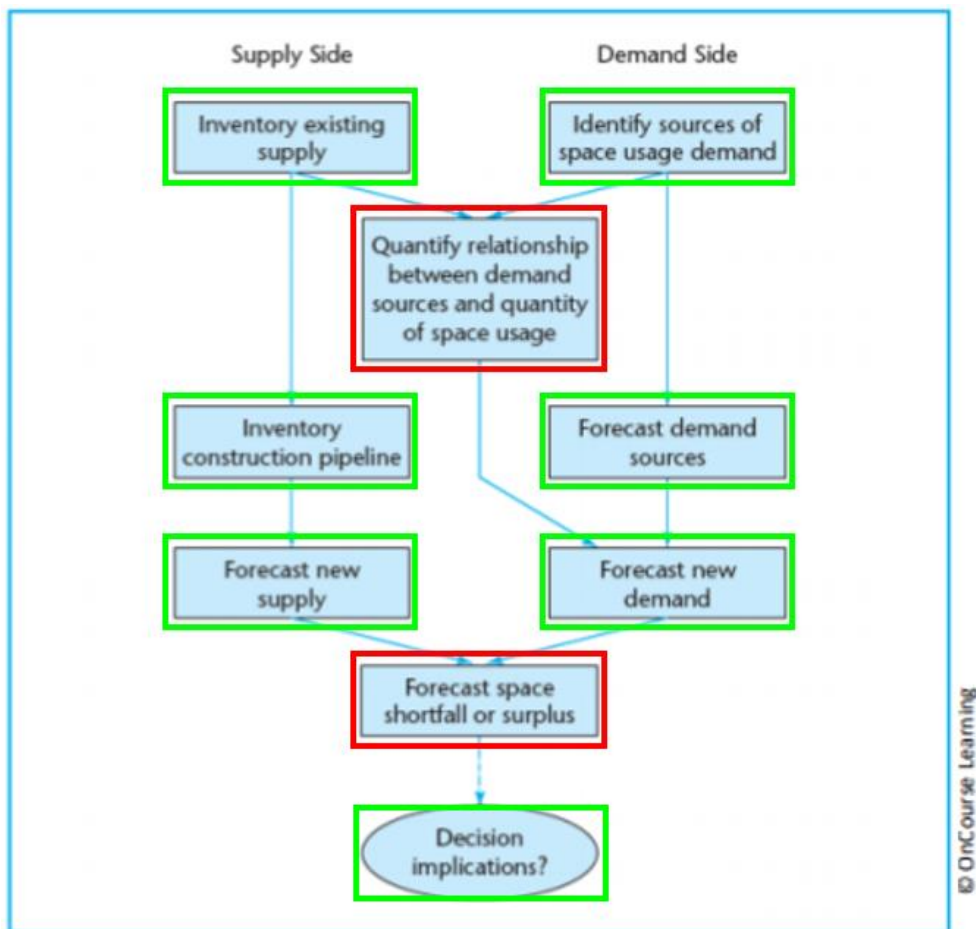
5.2 Rammeverk og innhold i markedsanalysen

5.2.1 Rammeverk for markedsanalyser

Ser man boligmarkedsanalysen for Ensjø i sammenheng med rammeverk for markedsanalyser av Geltner et. al. (2014, s. 112) kan man identifisere mangler eller svakheter i boligmarkedsanalysen. I den strukturelle tilnærmingen ser man på etterspørselssiden og tilbudssiden i eiendomsmarkedet.

Under følger rammeverket satt sammen med boligmarkedsanalysen. I denne figuren illustrerer grønt at boligmarkedsanalysen inneholder informasjon om oppgaven, og rødt at det er manglende eller ingen informasjon om den respektive oppgaven.

Generelt sett inneholder boligmarkedsanalysen mye informasjon om både tilbudssiden og etterspørselssiden. Det er gjort vurderinger av eiendomsmarkedet generelt og stedstilpasset, både eksisterende tilbud og etterspørsel, og fremtidig tilbud og etterspørsel.



Figur 44. Rammeverk for strukturell markedsanalyse med utgangspunkt i boligmarkedsanalysen. Egenprodusert. (Geltner et. al., 2014, s. 112).

Boligmarkedsanalysen består av tre deler, der den første delen inneholder en kartlegging av boligmarkedet i Oslo generelt. Her identifiseres underliggende drivere for etterspørsel, herunder informasjon om befolkning og befolkningsframskrivninger, flytting og flyttemønster, husholdningene, og beregning av boligbehov. Det gis også en oversikt over eksisterende tilbud i Oslo generelt, med informasjon om boligmassen, fullførte boliger og boligomsetninger, og boligpriser.

I boligmarkedsanalysens del 2 knyttes de underliggende driverne til en konkret etterspørsel. Her gis det informasjon om dagens bolig og boligpreferanser i neste boligområde, handlemønster, flytteplaner, preferanser for neste bolig, kjøpspriser, lånefinansiering, bokostnader, prosjektpreferanser til Ensjø, og potensialberegning og kjøpsevne. Denne delen av boligmarkedsanalysen ser på både eksisterende og fremtidig tilbud og etterspørsel, og tar i hovedsak for seg Ensjø som markedsområde.

I boligmarkedsanalysens siste del estimeres utviklingen fremover i tid både med hensyn til tilbud og etterspørsel. Denne delen av analysen inneholder informasjon om boligbyggingen i Oslo, boligtilførselen i Oslo, plangrunnlaget, en oversikt over de største boligprosjektene i Oslo og boligprosjektlistene per område.

Boligmarkedsanalysen inneholder detaljerte anbefalinger for boligutviklingen på Ensjø basert på undersøkelsen. Blant annet sier den noe om hvem som er den viktigste potensielle rekrutteringsgruppen rent geografisk, alder, husstandsstørrelse, ønsket boligtypologi, ekstra ytelser, konkurrerende prosjekter, markedspotensial, kjøpsevne og anbefalte boligpriser.

Boligmarkedsanalysen vurderer i liten grad gapet mellom utviklingen i tilbud og etterspørsel i fremtiden og når undersøkelsen ble gjennomført. Den inneholder informasjon om boligbehov og befolkningsframskriving, men det er ikke gjort en undersøkelse av selve avviket mellom tilbud og etterspørsel i boligmarkedet. Å vurdere markedsbalansen eller markedsgapet i tilbud og etterspørsel vil kunne si noe om hvor mye eiendomsmasse man kan tilføre hvert år. Her kunne for eksempel boligmarkedsanalysen tatt for seg 4Q-modellen som del av analysen for å se sammenhengen mellom hvor mye eiendomsmasse man kan tilføre hvert år, og hvor stor eiendomsmasse man klarer å opprettholde. På denne måten kan man få en indikasjon på om man er på vei inn i en «boom» eller «bust» syklus i eiendomsmarkedet (Geltner et. al. 2014, s. 32). Om man er på vei inn i en syklus med økonomisk vekst og høy aktivitet, eller en syklus med økonomisk nedgang og lav aktivitet.

Utviklingen i tilbud og etterspørsel kunne med fordel vært mer nøyaktig, ved at de ble fremskrevet mer separat.

5.2.2 Innhold i markedsanalysen

Det finnes flere oppstillinger og rammeverk for hva en boligmarkedsanalyse bør inneholde. I denne studien er det tatt utgangspunkt i Brett & Schmitz (2009) sin oppstilling for hva arbeidet og forberedelsene med en boligmarkedsanalyse bør bestå av. Denne oppstillingen passer godt for mer overordnede markedsanalyser, som i dette tilfellet. Oppstillingen bygger videre på en mer generell tilnærming, der man har mulighet til å tilpasse boligmarkedsanalysen ut fra prosjektets størrelse og type.

Under følger en skjematisk oppstilling av punktene hentet fra Brett & Schmitz (2009, s. 67), satt sammen med hva boligmarkedsanalysen «OSLO» inneholder. Rød indikerer at boligmarkedsanalysen inneholder lite eller ingen informasjon om punktet, grønn indikerer at det er innhentet informasjon om punktet.

Tabell 10. Innhold i boligmarkedsanalyser sammenlignet med studiens boligmarkedsanalyse. Egenprodusert. (Brett & Schmitz 2009, s. 67).

Identifisere markedsområdet
Reisetid fra store arbeidssteder
Sosioøkonomisk status og samfunnskarakter
Politiske underavdelinger
Datatilgjengelighet
Analysere markedsområdets etterspørsel
Arbeid
Befolkning og husholdning
Inntekt
Markedssegmentering
Analysere markedsområdets tilbud
Studere eksisterende konkurranse
Identifisere fremtidig konkurranse
Beregne "capture rate" gjennomtrengningsrate og absorpsjonsrate
Beregne "capture rate"
Beregne gjennomtrengningsrate
Beregne absorpsjonsrate

Markedsområdet i boligmarkedsanalysen er definert ut fra å kunne gi et representativt og differensiert bilde av boligmarkedet i Oslo (Prognosesenteret, 2004, s. 3). Undersøkelsen baserer seg på bruk av statistisk underlagsmateriale fra Statistisk sentralbyrå, underlagsdata fra Oslo kommune, en telefonundersøkelse med 600 husstander bosatt i Oslo, og telefonintervjuer og internett for informasjon om prosjekter.

Ettersom studiens boligmarkedsanalyse er mer overordnet for Oslo generelt og Ensjø spesielt, ser man at den inneholder visse mangler i forhold til Brett & Schmitz sin oppstilling.

Analysen tar ikke for seg et enkeltstående og utvalgt prosjekt, og det ville dermed ikke vært hensiktsmessig å beregne de ulike ratene. Dette ville ført til antagelser som ikke hadde vært nyttige når prosjektene på Ensjø ble iverksatt, sett fra tidsperspektivet på hele utviklingen, fra start til slutt.

5.3 Nytteverdi av markedsanalyser

Boligmarkedsanalysen som brukes i denne studien har hatt nytteverdi for mange aktører, både direkte og indirekte. I hovedsak ble boligmarkedsanalysen gjennomført for å danne grunnlag for boligutviklingen på Ensjø. Analysen hadde som formål å bli lagt til grunn for regulerings-

og utbyggingsavtaler. Boligmarkedsanalysens nytteverdi kommer til syne i felles reguleringsplan for Ensjø. Reguleringsplanen har lagt grunnlaget for resultatene som kom frem i sammenligning av boligmarkedsanalysen og kjøpertall, ettersom denne har styrt det som har blitt bygget i Tiedemannsbyen.

Boligmarkedsanalysen i seg selv er ikke innhentet i forbindelse med et utvalgt boligprosjekt eller av en spesifikk boligutvikler. Dette gjør arbeidet med å detektere aktørene som har hatt hvilken type nytteverdi av boligmarkedsanalysen vanskelig. Figuren under viser hvordan Skanska, Ferd og Selvaag som utviklere av Tiedemannsbyen har hatt indirekte nytteverdi av boligmarkedsanalysen. Grønt kryss markerer nytteverdi, rødt kryss markerer at boligmarkedsanalysen ikke har hatt noen nytteverdi.

Purpose or Objective	Developer	Equity Investor/Partner	Buyer	Seller	Lender	Redevelopment Agency	Housing Finance or Economic Development Authority	Tenant/Owner	Realtor/Broker
Market overview for use in brochure and publications	X			X		X	X		X
Input for corporate location, relocation, or expansion decisions								X	
Devise or revise real estate investment strategies	X	X							
Product planning, design, pricing, phasing	X								
Obtain zoning or other government approvals	X					X			
Input or assumptions for cash flow analysis	X	X	X						
Loan application support	X		X						
As part of a sales offering package				X		X			X
Acquisition due diligence			X					X	
Lender due diligence					X	X	X		
Ongoing asset management		X						X	

Figur 45. Nytteverdi ved bruk av denne studiens boligmarkedsanalyse. Egenprodusert. (Brett & Schmitz, 2009, s. 9).

I figuren er det kun tatt utgangspunkt i Skanska, Ferd og Selvaag som aktører som boligutviklere. De grønne rutene markerer begrunnelsen eller selve nytteverdien aktøren har hatt av boligmarkedsanalysen. Reguleringsplanen på Ensjø la felles føringer for området Tiedemannsbyen og har hatt en betydelig innvirkning i beslutningsgrunnlaget til eiendomsutviklerne i området. Både investeringsstrategien som har foregått i Tiedemannsbyen, hvordan hvert felt og hver enhet er utviklet, og mulighet for å gå rett på byggesak, har gjort at nytteverdien av boligmarkedsanalysen kan betegnes som høy for utviklerne.

Boligmarkedsanalysen har ikke hatt stor innvirkning eller nytteverdi når det kommer til utarbeidelse av markedsmateriell, som grunnlag i kontantstrømanalyser eller som støtte blant långiverne. Dette både av hensyn til alder på boligmarkedsanalysen, men også at boligmarkedsanalysen i dette tilfellet, blir for generell til å brukes i den typen begrunnelse.

Det viktigste er at en boligmarkedsanalyse bidrar til å gi aktørene insentiver og sørge for å bruke det man finner i boligmarkedsanalysen til å spille prosjektet positivt (Leikvam & Olsson, 2014, s. 21). Videre vil mulighetene for å påvirke risikoen, og dermed også potensiell gevinst og tap, være størst i tidligfasen av prosjektet (Leikvam & Olsson, 2014, s. 24). Nyttverdien av markedsanalyser vil derfor være størst i begynnelsen av et prosjekt. Etersom boligmarkedsanalysen dekker et stort markedsområde, vil flere ulike aktører kunne benytte seg av analysen, og således vil nytteverdien øke.

6. Konklusjon og refleksjoner

6.1 Kvalitet på empiri

Empiri er data som fremkommer i vitenskapelige observasjoner eller eksperimenter, og betyr erfaring. Det er ikke selve virkeligheten, men det som utgjør forbindelsen til virkeligheten innenfor forskerens virkelighetsbilde (Nyeng, 2012, s. 25). Undersøkelsen og datainnsamlingen må tilfredsstillende to grunnleggende krav, for å sikre kvaliteten i undersøkelsen.

Reliabilitet – Reliabilitet handler om undersøkelsens troverdighet og pålitelighet (Dalland, 2020, s. 43). Det vil si hvor robust en undersøkelse er og om dataene er til å stole på, altså nøyaktighet og målesikkerhet (Nyeng, 2012, s. 105).

I den kvalitative delen av undersøkelsen, med intervjuer, vil det være vanskeligere å teste reliabiliteten. For å sikre bedre reliabilitet i denne delen av studien, er det utarbeidet

intervjuguide. Intervjupersonene har fått lik informasjon om studien, og lik tid til forberedelser og gjennomlesing. En mulig feilkilde kan være kommunikasjonsprosessen. Det er benyttet lydopptaker og oppmerksomhet i gjennomføring i form av intervjuguide, for å redusere feilkilden (Dalland, 2020, s. 63).

I den kvantitative delen av undersøkelsen, med dokumentstudier, vil reliabiliteten kunne testes mer konkret. Både boligmarkedsanalysen og kjøpertallene vil kunne gi samsvar i resultater mellom uavhengige målinger til samme tid, og samsvar mellom målinger på flere tidspunkt. Altså er intersubjektivitetskravet og kravet om repeterbarhet oppfylt (Nyeng, 2012, s. 107). For målgruppen geografi kan reliabiliteten svekkes ved at grupperingene for hver inndeling blant kjøpertallene er gjort av forsker i denne studien. For å øke reliabiliteten i denne målgruppen, er det detaljert forklart hvordan inndelingen er foretatt.

Målefeil kan påvirke undersøkelsens reliabilitet. Det er i den kvantitative delen av studien med dokumentstudier gjort flere vurderinger bak hvilke målgrupper som skal sammenlignes. Dette for å sikre reliabiliteten, og minske mulige målefeil. Her er dataene fra boligmarkedsanalysen og kjøpertall fra Eiendomsverdi vurdert ut fra konsistens (Nyeng, 2012, s. 107) og at det er «sann score» (Nyeng, 2012, s. 101). En konkret målefeil som vil ha innvirkning på resultatene og reliabiliteten til studien, er kjøpertall innhentet for målgruppen «geografi». Her ligger det en tidsbegrensning på tre år i Eiendomsverdi. Dette er en svakhet for reliabiliteten, og vil svekke målingsstabiliteten (Nyeng, 2012, s. 106) i studien. En annen faktor som kan påvirke målingsstabiliteten er alder på boligmarkedsanalysen. Dette gjør det i praksis vanskeligere å sammenligne tallene, ettersom det skiller nesten 15 år mellom boligmarkedsanalysen og de siste ferdigstilte feltene i Tiedemannsbyen.

Validitet – Validitet handler om dataens relevans og gyldighet (Dalland, 2020, s. 43). Det vil si at man undersøker det fenomenet man ønsker å undersøke, og ikke noe annet (Nyeng, 2012, s. 109). I arbeidet med å sikre validitet i studiens kvantitative del, er dataene og målgruppene selektert med bakgrunn i deres relevans for problemstillingen og litteraturen. Teorier og intervju spørsmål er valgt ut fra at det skal belyse problemstillingen. Gyldigheten og påliteligheten av dataene er sikret gjennom nøye planlegging, godt forarbeid og oppmerksomhet i gjennomføringen (Dalland, 2020, s. 58).

Målgruppene som benyttes for å besvare problemstillingen kan likevel svekke validiteten, fordi det kan være vanskelig å si noe om disse er normale eller passende omstendigheter for en måling (Nyeng, 2012, s. 112).

I studiens kvalitative del, med intervjuer er validitet forsøkt oppnådd med relevante intervjupersoner og spørsmål som belyser problemstillingen (Dalland, 2020, s. 63).

I vurderingen og åpenheten om resultatene, ser man etter gjennomføring av undersøkelsen om metodevalget lønte seg. I lys av studiens problemstilling ville det vært hensiktsmessig med en ren kvantitativ undersøkelse med fokus på flere sammenligninger av målgrupper. Dette ville styrket reliabiliteten og anbefaling til videre forskningsarbeid. Videre ville kjøpertall i form av kjøperlister vært mer nøyaktig og gitt mer entydige svar (Dalland, 2020, s. 58). Bruk av Eiendomsverdi kan føre til målefeil som er vanskelig å gjenskape ved senere anledning. Dette illustreres ved bruk av «filterfunksjon» og målefeilen diskutert over, hva gjelder målgruppen geografi. Det er forsøkt å minimere feilkilder ved å velge data systematisk, og ved å sørge for at dataene er kontrollerbare.

6.2 Hvor godt er samsvaret?

Samsvaret for resultatene mellom etterspørselssiden i boligmarkedsanalysen gjort i 2004 og førstegangssalgene i ferdigstilte prosjekter i Tiedemannsbyen på Ensjø beskrives følgende:

Alder – godt samsvar for aldersgrupperingen 55 år + / 60 år +. For denne aldersgruppen har boligmarkedsanalysens respondenter overvurdert attraktiviteten av Ensjø som fremtidig boligområde. For de to andre aldersgrupperingene, mellomgruppen og de yngste, er det et avvik, dog er dette et lite avvik. For begge grupperingene har boligmarkedsanalysen undervurdert attraktiviteten.

Geografi – godt samsvar for grupperingene nærområdet og Oslo vest. I begge tilfeller har boligmarkedsanalysen overvurdert attraktiviteten. Det er avvik for grupperingen Oslo nord, men avviket er lite.

Boligtypologi – ingen av grupperingene kvalifiserer til betegnelsen samsvar.

Antall soverom – godt samsvar for 2 soverom, 4 soverom og 5 soverom +. Meget godt samsvar for 2 soverom (3-roms leiligheter). Det er avvik for grupperingen 3 soverom, men avviket er lite. Boligmarkedsanalysen har overvurdert denne grupperingen, mot det som ble bygget.

De av målgruppene og grupperingene som har størst avvik mellom boligmarkedsanalysen og kjøpertallene er følgende:

Geografi, grupperingen Oslo øst – har studiens nest største avvik. Boligmarkedsanalysens respondenter undervurderer denne grupperingen vesentlig, og kjøpertallene viste at et mye

større antall enn antatt basert på attraktivitet i boligmarkedsanalysen, flyttet til Tiedemannsbyen.

Boligtypologi – generelt for målgruppen boligtypologi er det avvik i alle tre grupperingene. Studiens største avvik finner man i grupperingen leilighet, der boligmarkedsanalysens respondenter i stor grad undervurderer denne grupperingen. De to andre grupperingene blir overvurdert av respondentene i boligmarkedsanalysen, spesielt for grupperingen småhus/rekkehus.

Antall soverom, grupperingen 1 soverom – har avvik i form av at boligmarkedsanalysen undervurderer typen leiligheter med 1 soverom. Avviket er relativt stort.

6.3 Mønstre og årsak

Mest populært blant de yngste

For målgruppen alder, ser man et tydelig mønster i at prosjektene er mer populære blant den yngre aldersgrupperingen, enn den eldste. Boligmarkedsanalysen viser også en slik fordeling, men i de reelle kjøpertallene ser man en høyere andel blant den yngste grupperingen. Dette kan ha sammenheng med områdets urbanitet (nærhet til banen), priser og størrelser på leiligheter.

Den eldste grupperingen holder seg i kjøpertallene stabilt gjennom alle feltene. Grupperingen er mindre enn tallene som gikk frem av boligmarkedsanalysen. Dette kan ha sammenheng med at eldre er mer kritiske til byggestøy, og at de har større områdeskepsis enn yngre.

Blant mellomgrupperingen har trenden vært nedadgående fra første til siste felt. Dette kan ha sammenheng med familiesituasjon og økt husstandsstørrelse. Det kan også ha sammenheng med at det ble bygget rekkehus og flere store leiligheter blant de første ferdigstilte feltene. Boligmarkedsanalysen og siste ferdigstilte felt har størst samsvar.

Flest tilflyttere fra nærområdet og Oslo øst

Blant målgruppen geografi er mennesker som flyttet fra Oslo øst sterkt undervurdert. En av årsakene til at en så høy andel kom fra Oslo øst kan være områdekjennskap. Man ser at andelen fra Oslo øst er høyest for det første ferdigstilte feltet, og lavest for det siste. Dette forsterker teorien om områdekjennskap og områdeloyalitet. Teorien om dette som mulig årsak, forsterkes videre av folk som kom fra nærområdet. Også denne viser et tydelig mønster i flest tilflyttere fra nærområdet til første felt, og blant de færreste i siste felt. Unntaket fra mønsteret er i felt A.

Felt A skiller seg ut

Felt A skiller seg vesentlig ut fra mønstre for flere av målgruppene. For det første har dette feltet den laveste andelen av tilflyttere fra nærområdet. Feltet er også det med flest 3-roms leiligheter (2 soverom) og lavest andel 2-roms (1 soverom) og 4-roms (3 soverom) leiligheter. Felt A har også høyest andel kjøpere fra Oslo vest.

Det er to mulige årsaker til at felt A fraviker fra resten av feltene. For det første har feltet høyest andel leietakere. Dette kan indikere at feltet var attraktivt for de med god kjøpekraft, som ønsket å kjøpe for å leie ut (for eksempel folk fra Oslo vest). Årsaken forsterkes av den store andelen 3-roms leiligheter, som er attraktive utleieobjekter. For det andre ligger Felt A som det eneste feltet i studien, inntil Ensjøveien. Dette er mindre attraktivt, ettersom Ensjøveien er en av hovedaksene på Ensjø med mye trafikk.

Overvekt av leilighet som boligtypologi

Et tydelig mønster som går igjen for målgruppen boligtypologi er overvekten av leiligheter, fremfor enebolig og rekkehus. Det kan være flere årsaker til dette avviket, men tydeligst er hva en forbruker ønsker seg i neste bolig, og hva man har råd til. Videre vil ikke nødvendigvis respondentene i boligmarkedsanalysen ha oversikt over områdeplaner og kommuneplaner. I dette området foreligger det en klar fortettingsstrategi, og med gjeldende reguleringsplan ser man at man ikke ville fått lov til å bygge noe annet enn leiligheter i dette området.

6.4 Refleksjoner og forslag til videre undersøkelser

Ser man på resultatene opp mot kunnskapsstatus, forsterker funnene i denne studien den generelle problemstillingen om hva som fungerer godt, og hva som har forbedringspotensial i markedsanalyser. Det er konvergens mellom denne studien (Nyeng, 2012, s. 107), og andre tilsvarende studier. Spesielt viktig er studien til Embretsen (2016), som peker på flere av de sammen årsakene og mønstrene, men hvor målgruppene ikke er identiske.

Boligmarkedsanalysens forbedringspotensial og der den fungerer godt

Slik som denne studien er bygd opp skal man forsøke å finne forbedringspotensial i boligmarkedsanalyser ved å undersøke grad av samsvar og avvik mot kjøpertall. At eiendomsutviklere tenderer mot å bruke egen erfaring og kunnskap slik som Reed & Sims (2014, s. 222) og Leikvam & Olsson (2014, s. 35) hevder, forsterkes også av teorien om nytteverdien av markedsanalyser (Brett & Schmitz, 2009, s. 9). Dette svekker bruken av

markedsanalyser, til tross for at det er flere enn eiendomsutviklere som ville hatt nytte av slike analyser i ulike stadier av et prosjekt.

Ettersom boligmarkedsanalysen i denne studien tar for seg et stort markedsområde, fremstår også den endelige rapporten noe ustrukturert. Man kunne med fordel benyttet teorier for å strukturere markedsanalysen, og påse at viktige momenter er inntatt. Her kunne Brett & Schmitz (2009, s. 67) sin oppstilling for hva arbeidet og forberedelsene med en boligmarkedsanalyse bør bestå av, fungert som en veiledende innholdsfortegnelse. En mer robust struktur med et bredere innhold, kunne også lagt bedre grunnlag for å oppnå samsvar, eller tydeligere detektere mønstre som utspiller seg.

Boligmarkedsanalysen tar i mindre grad for seg økonomiske faktorer, herunder burde det vært en større gjennomgang av makroøkonomiske faktorer som kan påvirke boligmarkedet. Dette kan også brukes i argumentasjonen om at en boligmarkedsanalyse bør være et «levende dokument», for å sikre at nytteverdien av analysen er konstant og varer gjennom et hele prosjektets levetid, slik Embretsen (2016, s. 82) konkluderer. Når boligmarkedsanalysen ble satt inn i Geltner et. al. (2014, s. 112) rammeverk for markedsanalyser, så man at boligmarkedsanalysen i liten grad vurderte gapet mellom utvikling i tilbud og etterspørsel. En slik vurdering ville også gjort boligmarkedsanalysen mer attraktiv å oppdatere jevnlig, ettersom markedsbalansen er i bevegelse hele tiden.

Teorier kan være til hjelp i utarbeidelsen og bruken av markedsanalyser. Det som er viktig ved bruk av teorier, vil være å holde et kritisk blikk på bruken, på lik linje som å bruke sin erfaring. Bruk av teorier og erfaring, kan begge være nyttige hjelpemidler og redskaper i beslutningsprosessen, men må benyttes med forsiktighet og kritisk blikk.

Nytteverdien av denne boligmarkedsanalysen, og dermed om bruken av en slik boligmarkedsanalyse la grunnlag for det som ble utviklet av boliger i prosjektområdet Tiedemannsbyen kan dermed oppsummeres slik:

- Boligmarkedsanalysen har hatt stor innvirkning på planleggingen av Ensjø som fremtidig boligområde. Spesielt i utarbeidelsen av kommunale planer og føringer.
- Boligmarkedsanalysen har indirekte påvirket det som ble utviklet av boliger i prosjektområdet Tiedemannsbyen, da felles reguleringsplanen ble utarbeidet med grunnlag i overordnede kommunale planer og føringer.
- Boligmarkedsanalysen har ikke direkte vært til nytte for utbygger eller vært en aktiv del av planleggingen til utbyggere på Ensjø og i Tiedemannsbyen spesielt.

Forslag til videre undersøkelser

For å avdekke hva som fungerer godt og hva som har forbedringspotensial i en markedsanalyse i større grad, med bakgrunn i denne studien, kunne det vært interessant å undersøke følgende tematikk nærmere:

- Hvordan boligmarkedsanalysen er brukt i utarbeidelsen av felles reguleringsplan på Ensjø, VPOR Ensjø og kommuneplanens arealdel. Dette kan enkelt overføres til andre generelle boligmarkedsanalyser som er foretatt i andre områder eller kommuner.
- Se på Ensjø som helhet opp mot førstegangskjøpere for å vurdere grad av samsvar og avvik.
- Undersøke grad av bruk av boligmarkedsanalyser for hvert prosjekt på deler eller hele Ensjø, og se hvilken betydning bruken av disse har hatt på førstegangskjøp.

Litteraturliste

Arcasa arkitekter AS. (u.å.). Tiedemannsfabrikken.

<https://www.arcasa.no/bolig/tiedemannsfabrikken>

Arcasa arkitekter AS. (2015, 18. desember). *Vedrørende: Følg brev til søknad om rammetillatelse Tiedemannsfabrikken.* (Saksnr. 201517893).

<https://innsyn.pbe.oslo.kommune.no/saksinnsyn/showfile.asp?jno=2015173179&fileid=6053132>

Arcasa arkitekter AS. (2016, 1. desember). *Estetisk redegjørelse Bertrand Narvesens vei, felt E, gnr. 128 / bnr. 4.* (Saksnr. 201618520).

<https://innsyn.pbe.oslo.kommune.no/saksinnsyn/showfile.asp?jno=2016160694&fileid=6786243>

Brett, D. L. & Schmitz, A. (2009). *Real Estate Market Analysis: Methods and Case Studies.* (2. utgave). Urban Land Institute.

https://www.academia.edu/34562844/Real_Estate_Market_Analysis_Methodsand_Case_Studies_2nd

Brun, T. A. (2016, 12. mai). Skanska og Ferd bygger 251 nye boliger på Ensjø. *Estate Nyheter.* <https://www.estatenyheter.no/aktuelt/skanska-og-ferd-bygger-251-nye-boliger-pa-ensjo/117608>

Bydelsfakta Oslo kommune. (u.å.). *Boligpriser: Bydel Gamle Oslo. Gjennomsnittlig kvadratmeterpris for blokkeleiligheter i Bydel Gamle Oslo 2004 – 2019.* [Statistikk].

<https://bydelsfakta.oslo.kommune.no/bydel/gamleoslo/boligpriser/>

Bydelsfakta Oslo kommune. (u.å.). *Husholdninger: Bydel Gamle Oslo. Husholdninger etter husholdningstype i Bydel Gamle Oslo 2008 – 2021.* [Statistikk].

<https://bydelsfakta.oslo.kommune.no/bydel/gamleoslo/husholdninger/>

Bydelsfakta Oslo kommune. (u.å.). *Husholdninger: Bydel Gamle Oslo. Husholdninger etter husholdningstype i Bydel Gamle Oslo 2008-2021. Historisk (antall). Ensjø.*

[Statistikk]. <https://bydelsfakta.oslo.kommune.no/bydel/gamleoslo/husholdninger/>

Dalland, O. (2020). *Metode og oppgaveskriving.* (7. utgave). Gyldendal.

Eiendomsverdi. (u.å.). *Forside.* <https://eiendomsverdi.no/>

- Ellingsberg, S. L. (2017). Markedsanalyser ved kommersiell eiendomsutvikling. [Masteroppgave, Norges miljø- og biovitenskapelige universitet]. Brage. <http://hdl.handle.net/11250/2451620>
- Embretsen, Ø. (2016). Markedsundersøkelser for nyboligmarkedet. [Masteroppgave, Norges miljø- og biovitenskapelige universitet]. Brage. <http://hdl.handle.net/11250/2401997>
- Finansdepartementet. (2021, 4. oktober). *Utlånsforskriften*. Regjeringen. <https://www.regjeringen.no/no/tema/okonomi-og-budsjett/finansmarkedene/utlansforskriften/id2791101/>
- Finanstilsynet. (2021, 18. november). *Pressemelding: Boliglånsundersøkelsen 2021*. Dokumentnummer: 12/2021. <https://www.finanstilsynet.no/nyhetsarkiv/pressemeldinger/2021/boliglansundersokelsen-2021/>
- Geltner, D. M., Miller, N. G, Clayton, J. & Eichholtz, P. (2014). *Commercial Real Estate: Analysis and Investments*. (3. utgave). OnCourse Learning.
- Ingeniørene Seim & Hultgreen. (2016, 30. september). *Tiedemannsfabrikken felt F*. S-H. <http://www.s-h.no/tiedemannsfabrikken-felt-f/>
- Larsen, V. N. & Ommestad, R. H. (2020). Markedsanalyser i eiendomsutviklingsfasene – eksempler fra Moss og Hamar. [Masteroppgave, Norges miljø- og biovitenskapelige universitet]. Brage. <https://hdl.handle.net/11250/2681632>
- Leikvam, G. & Olsson, N. (2014). *Eiendomsutvikling*. Fagbokforlaget.
- Ness, S. & Øyasæter, A. S. (2021). *Eiendomsutvikling: Fra planlegging til ferdigstillelse*. (2. utgave). Universitetsforlaget.
- Nielsen, S. T. (2018). Nyboligkjøpere utenfor storbyene: Antagelser mot virkelighet. [Masteroppgave, Norges miljø- og biovitenskapelige universitet]. Brage. <http://hdl.handle.net/11250/2591098>
- Nyeng, F. (2012). *Nøkkelbegreper i forskningsmetode og vitenskapsteori*. Fagbokforlaget.
- Oslo kommune. (u.å.). *Planinnsyn*. <https://od2.pbe.oslo.kommune.no/kart/#599931,6643489,6>
- Oslo kommune. (u.å.). *Geografiske inndelinger*. <https://www.oslo.kommune.no/statistikk/geografiske-inndelinger/#gref>

- Oslo kommune. (u.å.). *Ensjøbyen*. <https://www.oslo.kommune.no/slik-bygger-vi-oslo/ensjobyen/#gref>
- Oslo kommune. (u.å.). *Geografiske inndelinger: Delbydeler*.
<https://www.oslo.kommune.no/getfile.php/13206418-1490272114/Tjenester%20og%20tilbud/Politikk%20og%20administrasjon/Statistikk/Geografiske%20inndelinger/Bydel%20delbydel%20og%20grunnkrets%202017%20til%20nett.pdf>
- Oslo kommune. (2002, 29. august). *Forslag til planleggingsprogram for Ensjø*. Oslo kommune ved plan- og bygningsetaten.
<https://www.oslo.kommune.no/getfile.php/132182-1473866753/Tjenester%20og%20tilbud/Politikk%20og%20administrasjon/Slik%20bygger%20vi%20Oslo/Eiendoms-%20og%20byfornylsesetaten/Ensj%C3%B8byen/Planprogram%20for%20Ensj%C3%B8byen.pdf>
- Oslo kommune. (2006, februar). *Ensjø: Veiledende prinsipplan for det offentlige rom*. (Saknr. 200404446-28) Oslo kommune ved plan- og bygningsetaten, avdeling for byutvikling. <https://od2.pbe.oslo.kommune.no/pages/vedlegg/vpor/ensjo.pdf>
- Oslo kommune. (2008, 17. desember). *Endret reguleringsplan med reg.best. for Ensjøveien 12 C med flere (Tiedemannsfabrikken)*. (S-4420). Oslo kommune ved plan- og bygningsetaten.
<https://innsyn.pbe.oslo.kommune.no/saksinnsyn/showregbest.asp?planid=91298819>
- Oslo kommune. (2009, 1. april). *Protokoll fra bystyrets møte 26.09.2007, sak 315, leilighetsfordeling i regulerings saker – korrigering av protokoll*. (Sak 76). Oslo kommune ved Byutviklingskomiteen.
https://tjenester.oslo.kommune.no/ekstern/einnsyn-fillager/filtjeneste/fil?virkksomhet=976819853&filnavn=byutviklingskomiteen%2F2009_04%2F910395_6_1.pdf
- Oslo kommune. (2013, 2. juli). *Leilighetsfordeling i indre by, evaluering og forslag til ny norm*. (Sak 296). Oslo kommune ved Bystyret.
<https://www.oslo.kommune.no/getfile.php/1314824-1445241352/Tjenester%20og%20tilbud/Plan%2C%20bygg%20og%20eiendom/Bygg>

[esaksveiledere%2C%20normer%20og%20skjemaer/Leilighetsfordeling%20i%20reguleringssplaner%20-%20krav%20i%20indre%20by.PDF](#)

Oslo kommune. (2015, 23. september). *Kommuneplan 2015: Oslo mot 2030. Juridisk arealdel*. (Sak 262). Oslo kommune ved Bystyret.

<https://www.oslo.kommune.no/getfile.php/1374702-1599727170/Tjenester%20og%20tilbud/Politikk%20og%20administrasjon/Politikk/Kommuneplan/Tidligere%20kommuneplandokumenter/Kommuneplan%202015%2C%20del%202%3A%20Juridisk%20arealdel.pdf>

Oslo kommune. (2017, 10. februar). *Rammetillatelse – Felt E*. (Saksnr. 201618520). Oslo kommune ved plan- og bygningsetaten.

<https://innsyn.pbe.oslo.kommune.no/saksinnsyn/showfile.asp?jno=2017019119&fileid=6921078>

Oslo kommune. (2018, 20. juni). *Strategisk plan for Hovinbyen*. (Sak 234). Oslo kommune ved plan- og bygningsetaten.

<https://innsyn.pbe.oslo.kommune.no/saksinnsyn/showfile.asp?jno=2020010672&fileid=9127592>

Prognosesenteret. (u.å.). *Om oss*. <https://prognosesenteret.no/om-oss/>

Prognosesenteret. (2004, 18. oktober). *Boligmarkedsanalyse «OSLO»*. (Rapport 10/2004). Husbanken.

http://biblioteket.husbanken.no/arkiv/dok/Komp/07/Boligmarkedsanalyse_Oslo.pdf

Reed, R. & Sims, S. (2014). *Property Development*. (6. utgave). Taylor and Francis.

Selvaag Bolig. (2017, august). *Tiedemannsfabrikken, del II. Ensjø. Oppgang A-F*.

<https://prospekt.selvaagbolig.no/tiedemannsfabrikken/tiedemannsfabrikken-del-ii-rev-aug-17/?page=8>

Skanska. (2016, 23. august). *Petersborgkvartalet er utsolgt*. <https://www.skanska.no/hvem-vi-er/media/for-presse/pressemeldinger2/173368/Petersborgkvartalet-er-utsolgt>

TAG arkitekter AS. (u.å.). *Tiedemannsbyen – Utsiktskvartalet*.

<https://www.tagarkitekter.no/prosjekter/tiedemannsbyen-utsiktskvartalet/>

TAG arkitekter AS. (u.å.). *Tiedemannsbyen – Petersborgkvartalet*.

<https://www.tagarkitekter.no/prosjekter/tiedemannsbyen-petersborgkvartalet/>

TAG arkitekter AS. (u.å.). *Tiedemannsbyen – Hagekvartalet*.

<https://www.tagarkitekter.no/prosjekter/tiedemannsbyen-hagekvartalet/>

TAG arkitekter AS. (2010, 25. januar). Søknad om rammetillatelse for Tiedemannsbyen Felt D. (Saksnr. 200912577.).

<https://innsyn.pbe.oslo.kommune.no/saksinnsyn/showfile.asp?jno=2010007968&fileid=2505167>

TAG arkitekter AS. (2013, 20. desember). Søknad om rammetillatelse for Tiedemannsbyen Felt C. (Saksnr. 37505778).

<https://innsyn.pbe.oslo.kommune.no/saksinnsyn/showfile.asp?jno=2013140250&fileid=4292114>

TAG arkitekter Oslo. (2015, 2. juli). Søknad om rammetillatelse for Tiedemannsbyen Felt A (Saksnr. 201507039). Oslo kommune saksinnsyn.

<https://innsyn.pbe.oslo.kommune.no/saksinnsyn/showfile.asp?jno=2015093473&fileid=5746198>

Tiedemannsbyen. (u.å.). *Tiedemannsbyen. Naturbant!* <https://www.tiedemannsbyen.no/#fa>

Vedlegg 1: Intervjuguide

Intervjuguide – boligmarkedsanalyser

Innledningsvis

- Hvilken fartstid har du i bransjen?
- Hvilken erfaring med markedsanalyser har du?
- Hvilke arbeidsoppgaver har du?

Markedsanalyse

- Hvordan kan en boligmarkedsanalyse/prosjektanalyse/markedsundersøkelse samsvare best mulig?
- Hvorfor eller hva kan være årsaken til at det noen ganger er dårlig samsvar?
- Er markedsanalyser nødvendig før man utvikler et boligprosjekt?
- Hva kan være, og hva er alternativet i praksis til markedsanalyser?

Samsvar og avvik mellom analyse og kjøpertall

- Hva kan årsakene til avvik mellom en boligmarkedsanalyse og kjøperlister være?
- Hva kan årsakene til samsvar mellom en boligmarkedsanalyse og kjøperlister være?
- Din tolkning på samsvar og avvik i målgruppene, herunder:
 - Aldersgruppe
 - Geografi
 - Boligtypologi
 - Antall soverom
- For de målgruppene der det er store avvik, hva som kan være årsaken til dette?
- For de målgruppene der det er godt samsvar, hva som kan være årsaken til dette?

Vedlegg 2: Samtykkeskjema

Samtykkeskjema

Forespørsel om intervju til masteroppgave – vil du delta i forskningsprosjektet «Nyboligkjøpere på Ensjø: Markedsanalyser mot virkelighet»

Dette er et spørsmål til deg om å delta i en studie som del av en masteroppgave hvor formålet er å forsøke å identifisere hva som fungerer godt, og hva som har forbedringspotensial i markedsanalyser. Din kunnskap vil være bidragsytende innenfor temaet markedsanalyser i eiendomsutvikling. Studien utrettes i forbindelse med masterstudiet i Eiendomsutvikling ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet i Ås. I dette skrivet gir jeg deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltagelse vil innebære for deg.

Formål:

Målet med studien vil være å gi en fremstilling av virkeligheten ved bruk av markedsanalyser i boligmarkedet på Ensjø, sammenholdt med de som faktisk kjøpte bolig i Tiedemannsbyen første gang. Dette skal skje gjennom en systematisk undersøkelse av en spesifikk boligmarkedsanalyse foretatt i forbindelse med planleggingen av Ensjø som nytt boligområde i 2004, og kjøpertall fra ferdigstilte prosjekter i Tiedemannsbyen.

Problemstillingen studien skal forsøke å besvare er følgende:

- Samsvarer resultatene fra etterspørselssiden i boligmarkedsanalysen gjort i 2004, med førstegangssalgene i ferdigstilte prosjekter i Tiedemannsbyen på Ensjø?
 - Treffer kjøpertallene med resultatene fra boligmarkedsanalysen med tanke på målgrupper, herunder aldersgruppe, geografi, boligtypologi og antall soverom?
 - For hvilke av målgruppene er det størst avvik mellom boligmarkedsanalysen og kjøpertallene?
 - Der det er samsvar eller avvik mellom kjøpertall og boligmarkedsanalysen, hva kan være årsaken til dette?

Hvem er ansvarlige for forskningsprosjektet?

Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU) er ansvarlig for prosjektet.

Student: Kristina Hagene

Veileder: Sølve Bærug

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Kriterier for utvalg til bidragsyttere er at aktuelle informanter har god kjennskap til boligmarkedet på Ensjø, bruk av markedsanalyser og kunnskap om det generelle nyboligmarkedet.

Det vil være to respondenter som del av studiet.

Hva innebærer det for deg å delta?

Metoden for informasjonsinnhenting innebærer intervju. Gjennomføringen av et intervju vil være på ca. 20-30 minutter. Respondent vil i forkant av intervjuet få tilsendt samtykkeskjema med tema og problemstilling, samt intervjuguide med spørsmål. Det vil bli tatt lydopptak av intervjuet, og referat vil bli tilsendt respondenten.

Det er ønskelig med din deltagelse i studien grunnet inngående kjennskap til boligmarkedet på Ensjø og det generelle nyboligmarkedet.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

Det er kun student ved masteroppgaven ved NMBU, Kristina Hagene, som vil ha tilgang til dataene. Tiltak for å sikre at ingen uvedkommende får tilgang til personopplysningene gjøres ved at datamaterialet lagres på eget hjemmeområde NMBU OneDrive.

Deler av datamaterialet (selve lydopptaket) vil anonymiseres fortløpende i form av å slettes straks det er transkribert ferdig. Selve lydopptaket vil gjennomføres med telefon med automatisk tastelås etter kort tid, og overføres til eget hjemmeområde NMBU OneDrive ved første anledning etter intervju.

Du vil ikke kunne gjenkjennes i selve publikasjonen av masteroppgaven, og det er kun deler av svarene fra intervjuguiden som vil publiseres. Deltagerne i studien vil anonymiseres i

publikasjonen i form av å kun oppgi hva slags type erfaring deres arbeidsgiver/selskap har blant boligutvikling på Ensjø.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Opplysningene anonymiseres når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er mellom innleveringsfrist 15. mai 2022 og sensurfrist 27. juni (seks uker fra innlevering). Alle personopplysninger og opptak vil da bli slettet.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra NMBU har Personverntjenester vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Dine rettigheter

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

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

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

- NMBU ved student: Kristina Hagene // Masterstudent Eiendomsutvikling ved NMBU // Mobil: 977 22 792 // E-post: kristina.hagene@nmbu.no
- NMBU ved veileder: Sølve Bærug // Dr. scient, F.aman./Associate prof. ved NMBU // Mobil: 917 21 941 // E-post: solve.barug@nmbu.no
- Vårt personvernombud: Hanne Pernille Gulbrandsen // Personvernombud ved NMBU // Mobil: 402 81 558 // E-post: personvernombud@nmbu.no

Hvis du har spørsmål knyttet til Personverntjenester sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- Personverntjenester på epost (personverntjenester@sikt.no) eller på telefon: 53 21 15 00.

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjonen om prosjektet «Nyboligkjøpere på Ensjø: Markedsanalyser mot virkelighet», og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker ved å svare på denne e-posten om samtykkeerklæring til:

// Å delta i intervju //

Jeg samtykker ved å svare på denne e-posten om samtykkeerklæring til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet, ca. 27. juni 2022.

Du kan når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Dette gjøres ved å sende e-post på samme måte som når du samtykket.



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

Postboks 5003
NO-1432 Ås
Norway