

Håvard Andreas Midtsjø

## Nyboligkjøperes prefererte boligkvaliteter

Hva påvirker nyboligkjøperes kjøpsbeslutninger og hvordan benyttes denne kunnskapen i eiendomsutvikling i dag

Masteroppgave i Eiendomsutvikling og forvaltning

Veileder: Gunnar Leikvam

Juni 2022



Håvard Andreas Midtsjø

## **Nyboligkjøperes prefererte boligkvaliteter**

Hva påvirker nyboligkjøperes kjøpsbeslutninger og hvordan benyttes denne kunnskapen i eiendomsutvikling i dag

Masteroppgave i Eiendomsutvikling og forvaltning  
Veileder: Gunnar Leikvam  
Juni 2022

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Fakultet for arkitektur og design  
Institutt for arkitektur og planlegging



Kunnskap for en bedre verden



# Sammendrag

Denne masteroppgavens formål har vært å belyse hvordan man fra et eiendomsutviklingsperspektiv kan påvirke nyboligkjøperes kjøpsbeslutninger. I arbeidet med dette er det forsket på nyboligkjøperes prefererte boligkvaliteter, hvilke påvirkningsmuligheter kjøper har og hvordan kunnskapen om kjøpernes preferanser blir benyttet i dag. Det teoretiske rammeverket for oppgaven har vært boligkvaliteter, beslutningsteori og teori om tilbud og etterspørsel.

Problemstillingen i masteroppgaven har vært «**Hva påvirker nyboligkjøperes beslutninger om kjøp og hvordan blir denne kunnskapen benyttet i eiendomsutvikling i dag?**»

Problemstillingen har blitt besvart gjennom følgende tre forskningsspørsmål:

- Hva er boligkjøpernes prefererte boligkvaliteter?
- Hvilke muligheter har boligkjøperne til å påvirke utformingen av leiligheter før ferdigstillelse?
- Hvordan benytter bransjen kunnskap om kundenes prefererte boligkvaliteter i dag?

For å besvare forskningsspørsmålene er det benyttet en kombinasjon av kvalitativ og kvantitativ metode. Det er først gjort litteratursøk på temaet prefererte boligkvaliteter. Videre er det gjennomført intervjuer og en spørreundersøkelse med ti prosjektmeglere fra forskjellige deler av landet. For å undersøke kjøpernes påvirkningsmuligheter er det gjort analyse av tolv forskjellige salgsoppgaver tilhørende prosjekter med ulik beliggenhet i Norge.

Resultatene fra undersøkelsen er drøftet opp mot det teoretiske rammeverket i oppgaven.

Forskningen i denne masteroppgaven viser at man kan påvirke kjøpsbeslutninger gjennom å skape høy nytteverdi for interessentene.

Gjennom forskning har jeg kommet frem til at kjøpernes prefererte boligkvaliteter er planløsning, balkong, solforhold og garasjeplass. Studiet viser også at kjøperne har påvirkningsmuligheter ved å delta i tilvalgsprosesser. For å delta i tilvalgsprosessen er kjøperne avhengig av å komme tidlig inn i prosjektet før tilvalgsfristens utløp. Øvrige endringer som ikke omfattes av tilvalgsprosessen er begrenset gjennom lovverk og forskrifter. Resultatene fra forskningen på hvordan bransjen benytter kunnskapen om prefererte boligkvaliteter i dag viser at selv om bransjen antagelig sitter på denne informasjonen, så blir ikke dette utnyttet og kommunisert ut til kjøperne spesielt godt i prosjektene jeg undersøkte.

# Abstract

The purpose of this master's thesis has been to shed light on how one can influence new home buyers' purchasing decisions from a real estate development perspective. I've done research on what the preferred housing qualities for new home buyers are, the buyers influence opportunities and how the real estate development industry uses this knowledge to attract customers and achieve profitability. The theoretical framework for the thesis has been housing qualities, decision theory and theory of supply and demand.

The problem of this master's thesis has been **"What influences new home buyers' decisions about purchases and how is this information used in real estate development today?"**

The problem has been answered through the following three research questions:

- What are the home buyers' preferred housing qualities?
- What opportunities do home buyers have to influence the design of apartments before completion?
- How does the industry use knowledge about customers' preferred housing qualities today?

A combination of qualitative and quantitative methods has been used to answer the research questions. I've been searching through literature on the topic "preferred housing qualities." I've also done interviews and a survey with ten construction realtors from different parts of the country. I've made an analysis of twelve different real estate ads/documents regarding construction projects, who all have different locations in Norway. The research shows that one can influence purchasing decisions by creating high utility value for the customers. The results from the survey are discussed against the theoretical framework of the thesis. Through analysing the results and combining it with the theory, I have come to the conclusion that the new home buyers' preferred housing qualities are floor plan, balcony, sun conditions and garage space. The study also shows that buyers have opportunities to influence by participating in optional processes. In order to participate in the selection process, buyers are dependent on entering the project early before the selection deadline expires. Other changes that are not covered by the selection process are limited through legislation and regulations. The results from the research on how the industry uses the knowledge about preferred housing qualities today show that even though the industry probably has this information, this is not utilized and communicated to the buyers particularly well in the projects I investigated

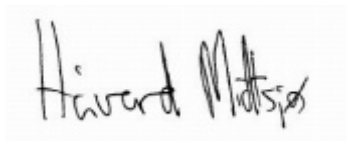
# Forord

Denne masteroppgavens formål har vært å belyse hvordan man fra et eiendomsutviklingsperspektiv kan påvirke nyboligkjøperes kjøpsbeslutninger. Ferdigstillingen av masteroppgaven markerer slutten på et treårig deltidsstudie i eiendomsutvikling og forvaltning ved NTNU Trondheim.

Med min bakgrunn som eiendomsmegler har det vært interessant å forske på nyboligkjøperes prefererte boligkvaliteter. I bransjen for boligutvikling er det særdeles viktig å bygge boliger folk vil ha. Å bygge boliger der man ikke treffer behovene til kjøper er lite bærekraftig og kan medføre at prosjekter enten ikke blir bygd i det hele tatt eller at boliger blir stående tomme.

Takk til samboer og familie for støtte gjennom tre krevende år med studier. Det har ofte vært vanskelig å balansere jobb og skole, men studiet og arbeidet med masteroppgaven har gitt meg mye ny kunnskap som jeg ikke ville vært foruten. Vil også takke til alle prosjektmeglerne som ville stille opp på intervju og undersøkelse. Avslutningsvis vil jeg også takke veileder, Gunnar Leikvam, som har hjulpet meg fra start til mål.

Fredrikstad, 21.06.2022



# Innhold

Sammendrag .....	i
Abstract.....	ii
Forord .....	iii
Innhold .....	iv
Figurer .....	vi
Tabeller.....	vi
1 Innledning .....	1
1.1 Bakgrunn for oppgaven .....	1
1.2 Problemstilling .....	1
1.3 Avgrensning av problemstilling .....	2
1.4 Oppgavestruktur .....	2
1.5 Terminologi.....	3
2 Teori .....	4
2.1 Beslutningsteori .....	4
2.2 Tilbud og etterspørsel .....	6
2.3 Prefererte boligkvaliteter hos nyboligkjøpere.....	8
2.3.1 Boligpreferanser: Antagelser mot virkelighet, Taaje & Løken (2016) .....	8
2.3.2 Eiendomsaktørers kunnskap om markedets boligpreferanser, Mørck & Nødtvedt (2019) .....	11
2.3.3 Sammenligning .....	14
3 Metode.....	15
3.1 Kvalitativ og kvantitativ metode.....	15
3.2 Valg av forskningsdesign .....	15
3.2.1 Litteraturstudie .....	15
3.2.2 Dybdeintervju med spørreskjema.....	17
3.2.2.1 Valg av intervjuobjekter .....	17
3.2.2.2 Utvalg av meglere .....	18
3.2.2.3 Fremgangsmåte intervju .....	18
3.2.3 Analyse av prospekter.....	20
3.2.3.1 Valg av prosjekter .....	20
3.2.3.2 Fremgangsmåte.....	21
3.3 Vurdering av data.....	22
3.3.1 Validitet.....	22
3.3.2 Reliabilitet .....	24
4 Delstudie 1.....	26
4.1.1 Fredrikstad/Sarpsborg.....	26



4.1.2	Trondheim .....	31
4.1.3	Bergen.....	35
4.1.4	Stavanger/Sandnes .....	39
4.1.5	Bodø/Tromsø .....	42
4.2	Oppsummering .....	46
4.3	Delstudie 2: Boligkjøperes mulighet til å påvirke boligkvaliteter .....	48
4.3.1	Bystranda blå, Kristiansand: .....	48
4.3.2	Apeltunvegen 2a, Bergen .....	48
4.3.3	Gotaasalléen, Jessheim .....	49
4.3.4	Consulens brygge, Stavanger: .....	49
4.3.5	Dronningens gate, Sandefjord .....	50
4.3.6	Konsept B, Bodø:.....	50
4.3.7	Byhaven Jadegården, Fredrikstad:.....	50
4.3.8	Nansenløkka, Fornebu:.....	51
4.3.9	Ulven T borettslag, Oslo: .....	52
4.3.10	Basseløkka, Trondheim: .....	52
4.3.11	Parken, Fjellhamar:.....	53
4.3.12	Solghøgda III, Lillehammer .....	53
4.4	Oppsummering .....	54
5	Drøfting.....	56
5.1	Delstudie 1: Hva er boligkjøpernes prefererte boligkvaliteter? .....	56
5.2	Delstudie 2: Boligkjøperes mulighet til å påvirke boligkvaliteter .....	63
6	Konklusjon .....	71
6.1	Konklusjon av problemstilling og forskningsspørsmål.....	71
6.2	Egenrefleksjon.....	73
7	Referanser .....	74
8	Vedlegg.....	77
8.1	Vedlegg 1: Intervjuguide og spørreundersøkelse .....	77

## Figurer

Figur 1 Tilbud og etterspørsel, Finanssans, Rammen (2018).....	7
Figur 2 Resultat fra Taaje & Løkens spørreundersøkelse, Taaje & Løken (2016) .....	11
Figur 3 Resultat fra Mørck & Nødtvedt spørreundersøkelse, Mørck & Nødtvedt (2019) .....	13
Figur 4 Førstegangskjøperen, Fredrikstad/Sarpsborg, egenprodusert .....	28
Figur 5 Barnefamilien, Fredrikstad/Sarpsborg, egenprodusert .....	29
Figur 6 Etablerte Fredrikstad/Sarpsborg, egenprodusert .....	30
Figur 7 Førstegangskjøperen, Trondheim, egenprodusert .....	32
Figur 8 Barnefamilien, Trondheim, egenprodusert .....	33
Figur 9 Etablerte, Trondheim, egenprodusert .....	34
Figur 10 Førstegangskjøperen, Bergen, egenprodusert .....	36
Figur 11 Barnefamilien, Bergen, egenprodusert .....	37
Figur 12 Etablerte, Bergen, egenprodusert .....	38
Figur 13 Førstegangskjøperen, Stavanger/Sandnes, egenprodusert .....	40
Figur 14 Barnefamilien, Stavanger/Sandnes, egenprodusert .....	41
Figur 15 Etablerte, Stavanger/Sandnes, egenprodusert .....	42
Figur 16 Førstegangskjøperen, Bodø/Tromsø, egenprodusert.....	43
Figur 17 Barnefamilien, Tromsø/Bodø, egenprodusert .....	44
Figur 18 Etablerte, Bodø/Tromsø, egenprodusert .....	45
Figur 19 Totaloversikt prefererte boligkvaliteter, egenprodusert .....	47
Figur 20 Tilbud og etterspørsel, Finanssans, Rammen (2018) .....	57
Figur 21 Totaloversikt prefererte boligkvaliteter fra spørreundersøkelse med prosjektmejlere, egenprodusert .	60
Figur 22 Totaloversikt alle boligsøkere, Taaje & Løken (2016) .....	62
Figur 23 Totaloversikt boligsøkere, Mørck & Nødtvedt (2019) .....	62
Figur 24 Illustrasjon fra prospekt Bystranda blå, Sørmejlere (2022) .....	67
Figur 25 Planløsning leilighet 7021, Nansenløkka, OBOS (2022).....	68

## Tabeller

Tabell 1 Oversikt over søkeord, egenprodusert .....	16
Tabell 2 Oversikt over intervjuer, egenprodusert .....	20
Tabell 3 Oversikt over prospekter som er analysert, egenprodusert .....	21
Tabell 4 Totaloversikt prefererte boligkvaliteter, egenprodusert.....	46

# 1 Innledning

## 1.1 Bakgrunn for oppgaven

Bakgrunnen for valg av tema og utarbeidelsen av denne rapporten er min interesse for boligutvikling og masterstudiet i eiendomsutvikling og forvaltning ved NTNU Trondheim. De siste tre årene har jeg kombinert fulltidsjobb som eiendomsmegler med studiet i eiendomsutvikling og forvaltning. Eiendomsutvikling er i stor grad økonomiorientert. Det handler om å oppnå lønnsomhet. Et vellykket prosjekt blir ofte vurdert etter økonomi ved ferdigstillelse og overlevering til kjøperne. Formålet med denne oppgaven er å belyse hvilke elementer som påvirker boligkjøperne i vurderingene før kjøp, hva bransjen gjør for å trekke til seg kjøperne og hvordan kunnskapen om dette benyttes til å oppnå lønnsomhet.

Fra et markedsperspektiv er det ønskelig at man bygger boliger som kommer samfunnet til gode. Ingen er tjent med at bygg står tomme. I en tid hvor bærekraft står høyt på dagsordenen er det viktig at man ikke sløser med ressurser, men bygger det kjøperne etterspør.

## 1.2 Problemstilling

Det er utarbeidet følgende problemstilling for oppgaven:

**«Hva påvirker nyboligkjøperes beslutninger om kjøp og hvordan blir denne kunnskapen benyttet i eiendomsutvikling i dag?»**

Forskningsspørsmål:

- Hva er boligkjøpernes prefererte boligkvaliteter?
  - o Forskningsspørsmålet skal gi svar på hvilke kvaliteter som er viktige når boligsøkere skal ta en avgjørelse om kjøp eller ikke kjøp. Å bygge boliger som er attraktive for flest mulig kjøpere er viktig for å skille seg ut i et marked preget av stor konkurranse.

- Hvilke muligheter har boligkjøperne til å påvirke utformingen av leiligheter før ferdigstillelse?
  - o Forskningsspørsmålet vil gi svar på hvilke muligheter og begrensninger boligkjøperne har til å gjøre forandringer på boligen før kjøp og hvordan tilvalgsprosessen fungerer i praksis.
- Hvordan benytter bransjen kunnskap om kundenes prefererte boligkvaliteter i dag?
  - o Hensikten med forskningsspørsmålet er å avdekke hvordan bransjen benytter kunnskapen om kjøpernes preferanser og hva de gjør for å skille seg ut i markedet for å trekke til seg kjøperne.

Det er gjort forskning på temaet boligkjøpernes prefererte boligkvaliteter også i tidligere masteroppgaver. Disse undersøkelsene er gjort vedrørende prosjekter i Oslo og et av formålene med masteroppgaven er å se om resultatene fra disse undersøkelsene stemmer overens med kjøpernes preferanser på nasjonalt nivå.

### 1.3 Avgrensning av problemstilling

Resultatene fra forskningen i denne rapporten skal kun benyttes som veiledning i andre prosjekter. Formålet med rapporten er å belyse hvordan boligutviklere kan påvirke kjøpsbeslutninger gjennom å fokusere på det kjøperne anser som de mest attraktive boligkvalitetene og hvordan kunnskap om kjøperes preferanser blir utnyttet av bransjen i dag. Rapporten tar for seg boligkjøpernes prefererte boligkvaliteter, beslutningsteori, tilbud og etterspørselsteori. Rapporten bygger videre på to tidligere masteroppgaver fra 2016 og 2019. I dette forskningsprosjektet er det i hovedsak gjort undersøkelser relatert til utvikling av leiligheter i boligblokker. Resultatene fra oppgaven har ikke hensyntatt andre eiendomstyper som rekkehus, eneboliger og fritidsboliger.

### 1.4 Oppgavestruktur

Kapittel 1 inneholder informasjon om metodevalget for oppgaven.

Kapittel 2 inneholder teorien som er brukt til å svare på oppgavens problemstilling og forskningsspørsmål.

Kapittel 3 tar for seg metode og forskningsdesign og beskriver utførelsen av forskningen. I tillegg inneholder kapittelet en vurdering av oppgavens reliabilitet og validitet.

Kapittel 4 inneholder resultatene fra delstudie 1 og delstudie 2. Delstudie 1 inneholder resultater fra spørreundersøkelse og dybdeintervju med prosjektmeglere. Delstudie 2 inneholder resultatene etter analyse av salgsdokumenter fra tolv ulike prospekter.

Kapittel 5 er drøftingskapittelet og inneholder drøfting av teori og funn fra delstudiene presentert i kapittel 4.

Kapittel 6 inneholder konklusjonen på problemstillingen og forskningsspørsmålene.

## 1.5 Terminologi

**Boligkvalitet:**

Begrepet boligkvalitet skal forstås som en egenskap/kvalitet som tilfører boliger noe.

Eksempler på en slik kvalitet er balkong, garasje, heis etc.

**Boligutvikling:**

Utvikling av nye boliger.

**Eiendomsutvikling:**

En prosess der man utvikler eiendom fra planleggingsstadiet til ferdigstillelse. Kan være for eksempel oppføring av boliger eller næringsbygg med mer. Denne oppgaven omhandler kun boligutvikling.

**Nyboligkjøpere:**

Personer som kjøper boliger som enten er under oppføring eller er oppført nylig.

**Prosjektmegler:**

En eiendomsmegler som primært jobber med salg av boliger under oppføring.

**Salgsoppgave/Salgsprospekt:**

Blir brukt litt om hverandre, men betyr det samme. Dette er et salgsdokument som inneholder all lovpålagt og nødvendig informasjon vedrørende en bolig som ligger ute for salg.

## 2 Teori

Dette kapittelet inneholder teori som er benyttet for å svare på oppgavens problemstilling og forskningsspørsmål. Teorien vil bli benyttet i drøftingen av resultatene fra delstudie 1 og 2, som videre har resultert i masteroppgavens konklusjon.

For å bedre forstå hvordan en kjøpsbeslutning blir tatt og hvordan man sett fra et eiendomsutviklingsperspektiv kan påvirke kjøpernes valg, er det redegjort for beslutningsteori. Videre i kapittelet følger teori om tilbud- og etterspørsel som forklarer hvordan markedet fungerer. Avslutningsvis blir det gått gjennom eksisterende forskning på temaet prefererte boligkvaliteter.

### 2.1 Beslutningsteori

For å bedre forstå hvordan boligkjøperne gjør kjøpsbeslutninger er det hensiktsmessig å gå gjennom beslutningsteori. Teorien vil bidra til å skape forståelse for hvordan man som utbygger kan påvirke kjøpsbeslutninger.

Å beslutte noe er å ta et valg av forskjellige alternativer. Når man skal beslutte noe står man ofte overfor et valg som vil gi forskjellige konsekvenser. Ofte har man et problem som man ønsker å løse. Som regel har en boligkjøper flere valgalternativer når vedkommende skal ut på boligjakt. For eksempel kan man se for seg at man har to pågående boligprosjekter under oppføring i samme by og område. Leilighetene som er under vurdering er relativt like og prisen er det samme, men det er noen forhold som for eksempel størrelse på balkonger og solforhold, som er forskjellige. Det er da interessant å se hvilke forhold som påvirker kjøpernes beslutning.

Klassisk beslutningsteori er en normativ teori for beslutninger. Det vil si at det er modellen som bør tas i bruk under ideelle betingelser (Kaufmann & Kaufmann, 2014). Grunntanken i denne teorien er å ta valget som gir beslutningstakeren størst nytteverdi (Kaufmann & Kaufmann, 2014). I eksempelet over kan balkong og solforhold være kvaliteter som kjøperen rangerer høyt. Leiligheten som har de beste solforholdene og den beste

balkongen, vil da kanskje gi høyere nytteverdi for boligkjøperen enn hva den andre leiligheten gjør. Dersom et utfall er usikkert, bør man ta usikkerheten med i beregningene. Det blir da en vurdering på hvor attraktivt målet er, hvor stor sannsynlighet det er for måloppnåelse og risikoen som er involvert i de forskjellige valgalternativene (Kaufmann & Kaufmann, 2014). I beslutningsteori multipliserer man hvert utfalls nytteverdi med dets sannsynlighet og summerer alternativene og velger det med høyest nytteverdi (Kaufmann & Kaufmann, 2014). Nytte kan ha ulik verdi avhengig av personen som vurderer det. Kaufmann & Kaufmann (2014) lister opp seks trinn for å kunne velge det beste handlingsalternativet:

1. Liste opp alle beslutningsalternativer vi har å velge mellom
2. Utrede alle konsekvenser som følger hvert alternativ
3. Vurdere sannsynligheten for hver konsekvens som forekommer (Hvis hver handling ble utført)
4. Etablere den relative betydningen (nytten) av hver konsekvens
5. Multiplisere de ulike nytteverdiene med korresponderende sannsynligheter
6. Legge sammen summene av disse for å finne det mest attraktive handlingsalternativet.

Ved å følge oppskriften over hevder Kaufmann & Kaufmann at man vil nå frem til den optimale beslutningen.

Deskriptiv beslutningsteori handler om hvordan beslutninger faktisk blir tatt i den normale hverdagen. Når man tar beslutninger i hverdagen, har man sjelden tid til å samle inn og vurdere all nødvendig informasjon for å fatte den optimale beslutningen. Vanligvis må man nøye seg med kun deler av den nødvendige informasjonen. En utfordring er at man ofte har en tidsfrist å forholde seg til og at man må skille ut relevant og irrelevant informasjon.

Begrensning på tid gjør det vanskelig å innhente all relevant informasjon som er nødvendig for å ta den mest gunstige beslutningen (Kaufmann & Kaufmann, 2014). Herbert A. Simon og James March, som er amerikanske beslutningsforskere, har utviklet en alternativ psykologisk modell som de mener gir et mer realistisk bilde av hvordan mennesker tar beslutninger og arbeids- og hverdagslivet (Kaufmann & Kaufmann, 2014). Modellen baserer seg på det forskerne kaller begrenset rasjonalitet og satisfiering. Begrenset

rasjonalitet dreier seg om hvordan mennesker lager subjektive og forenklete forståelser av problemene. Ved å gjøre dette vil beslutningstakeren fokusere på det han/hun mener er kritisk informasjon og velge bort den informasjonen man mener ikke er viktig (Kaufmann & Kaufmann, 2014). Dette i seg selv kan være formålstjenlig, men det er også en risiko for at man i for stor grad forenkler problemet og at kritisk informasjon blir utelatt fra beslutningsprosessen. Ordet satisfiering er en oversettelse av ordet suffice, som er en kombinasjon av de engelske ordene satisfy og suffice. Satisfiering handler om hvordan beslutningstakeren kommer frem til en tilfredsstillende og tilstrekkelig beslutning i forhold til ambisjonene og kriteriene man har valgt å vurdere alternativene etter, selv om dette kanskje ikke er det optimale valget om man hadde hentet inn og vurdert all kritisk informasjon (Kaufmann & Kaufmann, 2014). I følge satisfieringskriteriet vil man velge det første alternativet som tilfredsstillende de kriteriene man har satt (Kaufmann & Kaufmann, 2014).

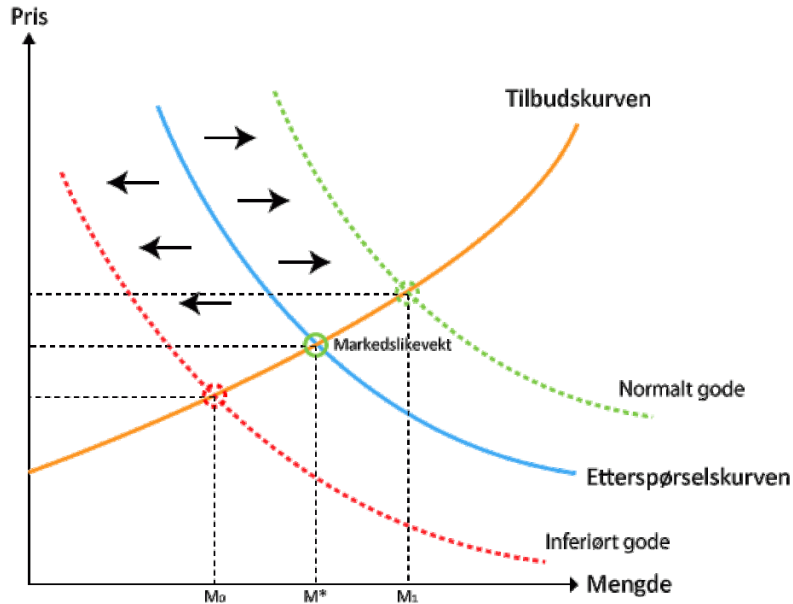
Beskrivelsene av de forskjellige beslutningsteoriene over gir et bilde av at man sjelden har tid og all nødvendig informasjon til å benytte den normative metoden for beslutninger, og at det som regel er den deskriptive metoden som blir brukt i det daglige. Dette er nyttig kunnskap å ha når man forsker på hva som ligger bak boligkjøpernes vurderinger før det endelige kjøpet.

## 2.2 Tilbud og etterspørsel

For å bedre forstå hvordan boligmarkedet fungerer, kan man ta utgangspunkt i tilbuds- og etterspørselsteori. Teorien vil bidra til å forstå sammenhengen mellom pris, etterspørsel og tilbud.

Formålet med eiendomsutvikling er å oppnå lønnsomhet. Det finnes mange eksempler på prosjekter der utbyggerne ikke har solgt nok til å kunne sette i gang med byggingen og ferdigstille prosjektet. Det kan være flere grunner til at et prosjekt ikke lykkes, men en årsak kan være at prosjektet ikke dekker kjøpernes behov. Å utvikle boliger ingen vil ha er ikke lønnsomt. For å kunne oppnå lønnsomhet i boligutvikling, er det viktig å utvikle prosjekter som dekker de behovene kjøperne etterspør. Forholdet mellom tilbud og etterspørsel kan forklares med en tilbud- og etterspørselskurve (Rammen, 2018).





Figur 1 Tilbud og etterspørsel, Finanssans, Rammen (2018)

Som man ser av grafen ovenfor har man en tilbudskurve og en etterspørselskurve. Tilbudskurven er stigende fordi jo høyere etterspørsel det er etter et produkt, jo mer ønsker man å produsere. Etterspørselskurven er synkende fordi jo mer man selger av et produkt, jo lavere etterspørsel blir det (Rammen, K, Finanssans 2018). Der tilbudskurven og etterspørselskurven treffer hverandre sier man at man finner markedslikevekt. I et marked med fri konkurranse er det ved dette krysningepunktet prisen havner (Holden S. 2021). Den generelle regelen er at jo lavere pris på et produkt, jo større etterspørsel blir det. Med lav pris må man produsere mer for å dekke etterspørselen (Rammen, K, Finanssans, 2018). Jo høyere pris man setter på et produkt, jo vanskeligere blir det å selge det, og etterspørselen går ned. Produkter der økt pris fører til mer salg av et annet produkt kalles alternative produkter. Etterspørselskurven vil da skifte mot høyre (Holden, S, 2021). Produkter der prisøkning fører til lavere etterspørsel etter andre produkter kalles komplementære produkter. Her vil etterspørselskurven skiftes mot venstre. (Holden S, 2021). Etterspørselastisiteten sier noe om hvor mye etterspørselen endres ved endring av pris (Holden, S. 2021). Elastisk etterspørsel betyr at en liten prisendring fører til stor endring i etterspørselskurven, og uelastisk etterspørsel betyr stor endring i pris, men liten endring i etterspørselskurven.

En endring i smak som innebærer at en vare vurderes høyere enn tidligere, og at nyttevurderingen av alle andre varer forblir uforandret, vil føre til at etterspørselen etter varen øker og etterspørselen etter andre varer blir redusert (Munthe, P. 1979).

Dersom det skjer et skift i økonomien og folk får bedre råd, vil dette føre til økt etterspørsel etter visse produkter. Da vil man også kunne ta bedre betalt for produktene. Dette kalles et normalt gode og det vil skje et skift i kurven mot høyere. For produkter med lavere pris og dårligere kvalitet vil det kunne oppstå en annen effekt. Da folk får økt kjøpekraft vil de heller kjøpe høyere priset og bedre produkter. Dette kalles et inferiørt gode. Etterspørselen etter slike produkter vil da gå ned og man vil tjene mindre på produktene (Rammen, 2018).

En økning i kostnader, for eksempel materialkostnader eller lønn, vil vanligvis medføre færre salg og et lavere tilbud, så lenge prisen forblir uendret. Tilbudskurven vil da skifte mot venstre (Holden, S. 2021).

Hvis etterspørsel er større enn tilbud vil det føre til at de som ikke får kjøpt produktet er med på å heve prisen. Høyere pris fører til at tilbudet øker og etterspørselen går ned. Markedsmekanismen sørger for at det blir likevekt i markedet (Holden, S. 2021).

Dersom tilbud er større enn etterspørselen vil tilbyderne som ikke få solgt produktene sine sette ned prisen for å få solgt. Da vil etterspørselen øke, og det blir likevekt i markedet (Holden S. 2021).

## 2.3 Prefererte boligkvaliteter hos nyboligkjøpere

Litteratursøket viser at det det er forsket på prefererte boligkvaliteter i tidligere masteroppgaver. Masteroppgavene er gjennomgått og nedenfor følger en oppsummering av hva de tidligere studentene har oppdaget i sine undersøkelser. Funnene som er presentert i deres masteroppgaver er utgangspunktet for min videre forskning på nyboligkjøperes prefererte boligkvaliteter.

### 2.3.1 Boligpreferanser: Antagelser mot virkelighet, Taaje & Løken (2016)

I Taaje & Løkens masteroppgave (2016) er det samlet inn data ved hjelp av spørreundersøkelser for å se hvilke boligkvaliteter som er viktigst for boligkjøperne i

området Kværnerbyen og Løren i Oslo. De har tatt for seg både boligkjøpere i bruktboligmarkedet og nyboligmarkedet. Siden denne rapporten kun omhandler boligkvaliteter relatert til nyboligmarkedet, er det disse resultatene som vil bli kommentert her. Før Taaje og Løken gjennomførte undersøkelsene ble det gjort et grundig forarbeid for å velge ut boligkvalitetene som skulle være en del av spørreundersøkelsene. De opplyser at det er tatt hensyn til både offentlige føringer gjennom normer og standarder etc. og hva som samsvarte med tilbudet i prosjektene i studieområdet. Noen kvaliteter som er utelatt fra studiene som her er verdt å nevne er blant annet: vannbåren varme i gulv, solskjerming og ildsted.

Av resultatene fra undersøkelser kommer det frem at boligkvalitetene som viser seg å være mest populære for de som skal kjøpe nybolig, listet opp i riktig rekkefølge, er balkong, solforhold, planløsning, garasjeplass, ekstra bod/lagringsplass og godt utstyrte fellesområder, herunder grøntareal, lekeplass, takterrasse med mer. Andre kvaliteter som ble undersøkt, men som viste seg å ikke være like viktige, er blant annet lavenergi boliger, bred variasjon av tilvalgsmuligheter, kjøkken i eget rom, fasade og til slutt ekstraordinære tilbud tilknyttet bolig (barnehage, treningsrom etc.).

I Taaje og Løkens masteroppgave (2019) er resultatene segmentert i følgende grupper:

- Førstegangskjøperen
  - o Gruppen «Førstegangskjøperen» er definert som personer i alderen 19-29 år som skal inn på boligmarkedet alene for første gang.
- Barnefamilien
  - o Barnefamilien er definert som par med ett barn eller flere. Alder på de som tilhører dette segmentet er mellom 30-39 år. Denne gruppen har størst kjøpekraft.
- Etablerere
  - o Gruppen er definert som «par med barn». Aldersgruppen er primært 19 – 29 år, men inneholder også svar fra noen i alderen 30-39 år. Gruppen stiller økonomisk sterkere enn «Førstegangskjøperen». Taaje og Løken sier at gruppen inneholder svar fra personer som skal klatre på «boligstigen».

Undersøkelsen til Taaje og Løken inneholder også data fra bruktboligkjøpere, men dataene som er innhentet viser at det ikke er store forskjeller mellom de som er på bruktboligjakt og de som er på nyboligjakt. Dataene vurderes derfor å være relevante.

Taaje og Løken skriver at da de gikk i gang med undersøkelsen, oppdaget de et fjerde segment, som var boligspekulanter. De valgte å ikke ta disse med i undersøkelsen.

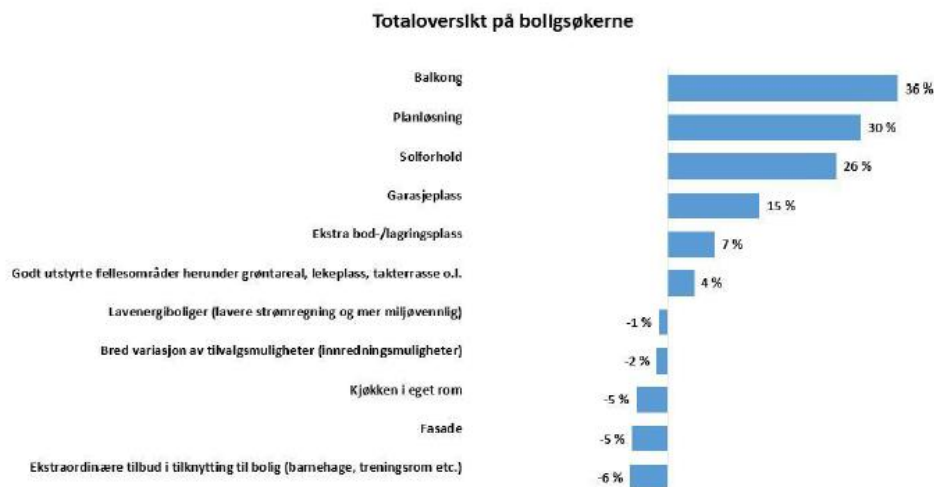
Resultatene fra gruppen «Førstegangskjøperen» viser at den viktigste kvaliteten i denne gruppen er planløsning etterfulgt av balkong og solforhold. Kvaliteter som scorer lavt er godt utstyrte fellesområder, tilvalgsmuligheter, kjøkken i eget rom og ekstraordinære tilbud tilknyttet boligen.

Gruppen «Barnefamilien» rangerer balkong som den mest populære kvaliteten i denne gruppen. De øvrige kvalitetene som scorer høyt er solforhold og godt utstyrte fellesområder, herunder grøntareal, lekeplass, takterrasse med mer. De andre kvalitetene i undersøkelsen scorer noe lavere. Kvalitetene som scorer lavest i denne gruppen er tilvalgsmuligheter, fasade og kjøkken i eget rom.

Resultatene fra gruppen «Etablerere» viser at balkong er den mest populære kvaliteten etterfulgt av planløsning, solforhold og garasje plass. De samme kvalitetene som scorer lavt i gruppen førstegangskjøperen scorer også lavt hos de som er i gruppen «Etablerere».

Grafikken nedenfor er hentet fra Taaje og Løkens masteroppgave og viser resultatene fra deres undersøkelse på totalnivå.

#### Resultatene fra alle boligsøkerne



Figur 2 Resultat fra Taaje & Løkens spørreundersøkelse, Taaje & Løken (2016)

### 2.3.2 Eiendomsaktørers kunnskap om markedets boligpreferanser, Mørck & Nødtvedt (2019)

En annen masteroppgave som blant annet omhandler temaet prefererte boligkvaliteter hos boligkjøpere er «Eiendomsaktørers kunnskap om markedets boligpreferanser», skrevet av Julie Back Mørck og Cecilie Nødtvedt (2019). I denne oppgaven er det gjort undersøkelser på studiestedene Bjørvika i Oslo, Torshov i Oslo og Lillestrøm i Akershus. Kvalitetene som undersøkes i oppgaven er planløsning, spennende arkitektur, ekstraordinære tilbud tilknyttet boligen, ekstra lagringsplass, solforhold, lavenergibolig, kvalitet på fellesarealer, balkong, tilvalgsmuligheter og garasjeplass. Kvaliteter som er valgt bort i undersøkelsen er heis, peis, god lydisolasjon, ekstra takhøyde, gulvvarme i alle rom, tilbud om ekstra bod/lagringsplass og utsikt.

Også i denne masteroppgaven er det forsket på temaet gjennom å gjennomføre en spørreundersøkelse. Mørck og Nødtvedt har samlet inn 203 svar fra forskjellige boligsøkere. Dette vurderes til å gi et godt representativt grunnlag. Undersøkelsene er gjort

på diverse visninger i Oslo og Lillestrøm området. Dataene ble samlet inn i perioden februar – mars 2019.

Resultatene fra Mørck og Nødtvedts undersøkelser viser at det er planløsning som scorer høyest av boligkvalitetene. Videre kommer balkong, solforhold og garasjeplass.

Kvalitetene med lavest score er lavenergiboliger og spennende arkitektur. Kvaliteten som kommer lavest ut er ekstraordinære tilbud. Ekstraordinære tilbud inneholder møterom, selskapslokale, bildeling og renholdstjenester med mer. (Mørck & Nødtvedt, 2019).

Eksempler på dette er møterom, fellesrom, selskapsrom, bildeling, renholds- og håndverkertjenester. Da Mørck og Nødtvedt i sin masteroppgave primært ønsket å undersøke preferansene til boligkjøpere som selv skal bo i boligen, har de laget et spørsmål om flytteårsak i sin spørreundersøkelse. Dette tilleggspunktet gjorde det mulig å skille ut svarene fra investorene. Da det viste seg at kun ni av de som svarte på undersøkelsen var på boligjakt i hensikt investering valgte de å ekskludere svarene deres fra undersøkelsen.

Mørck og Nødtvedt (2019) har segmentert informantene i følgende grupper:

- Førstegangskjøperen
  - o Førstegangskjøperen skal inn på boligmarkedet for første gang og er i alderen 19-29 år. Denne kjøpergruppen kjøper alene.
- Barnefamilien
  - o Barnefamilien er definert som husholdninger bestående av par med barn. Aldersgruppen strekker seg fra 30 – 49 år.
- Etablerte
  - o Etablerte består av par uten barn eller barn som ikke lenger bor hjemme. De har høyt inntektsnivå og har alder mellom 40 og 66 år.

Førstegangskjøperen har svart at planløsning er det viktigste kvaliteten etterfulgt av balkong og solforhold. Ekstraordinære tilbud og spennende arkitektur er kvalitetene som scorer lavest i denne gruppen.

Resultatene fra gruppen «Barnefamilien» viser at det er planløsning som scorer høyest, etterfulgt av balkong og solforhold. Garasjeplass scorer også høyt i denne gruppen.

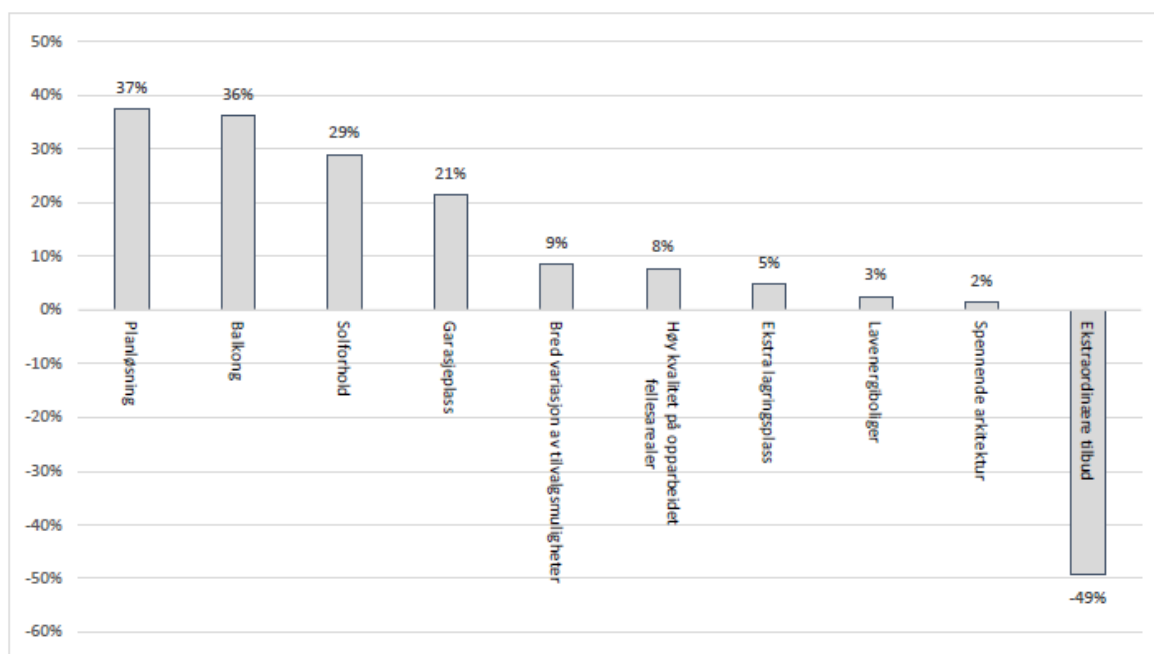
Ekstraordinære tilbud, bred variasjon av tilvalgsmuligheter og lavenergibolig er kvalitetene som scorer lavest.

Resultatene fra «Etablerte» viser at solforhold, planløsning og balkong er rangert nesten like høyt, og er suverent kvalitetene som skiller seg ut mest positivt fra de andre.

Garasje plass er også en kvalitet som scorer godt, mens kvalitetene som scorer lavest er ekstraordinære tilbud, ekstra lagringsplass og bredt utvalg av tilvalgsmuligheter.

Grafikken nedenfor er hentet fra Mørck og Nødtvedts masteroppgave og viser resultatene fra deres undersøkelse på totalnivå.

**Boligsøkernes resultater på totalnivå**



**Figur 3 Resultat fra Mørck & Nødtvedt spørreundersøkelse, Mørck & Nødtvedt (2019)**

### 2.3.3 Sammenligning

I sammenligningen av de to tidligere masteroppgavene er det viktig å understreke at spørreundersøkelsene ikke er identiske. Undersøkelsene er gjort på forskjellig tid og forskjellige lokasjoner/prosjekter. De har brukt samme navn på segmentene, men segmentene har ulike definisjoner. Likevel ser man at det er de samme fire boligkvalitetene som scorer høyest i begge masteroppgavene. Den eneste forskjellen på de høyest rangerte boligkvalitetene er at «balkong» scorer høyest i Taae & Løkens undersøkelse, og «planløsning» scorer høyest i Mørck & Nødtvedts undersøkelse. Planløsning, balkong og solforhold er de klart mest populære boligkvalitetene etterfulgt av garasje plass. Ekstraordinære tilbud, fasade/spennende arkitektur scorer lavt i begge undersøkelser. At resultatene fra de to masteroppgavene samsvarer, er interessant for den videre forskningen på hva nyboligkjøperes prefererte boligkvaliteter er på landsbasis.



## 3 Metode

Dette kapitlet vil inneholde informasjon om den metodiske tilnærmingen til oppgaven og valg av metode. Metodekapitlet skal forklare hva som er gjort i studien, hvordan den er utført og kjente styrker og svakheter ved tilnærmingen (Nilsson, 2014). Oppgaven baserer seg på samfunnsvitenskapelige teorier.

Metodekapitlet starter med en beskrivelse av hva som skiller kvalitativ og kvantitativ metode, før jeg videre går inn på forskningsdesign og fremgangsmåte for de forskjellige undersøkelsene som er gjort.

### 3.1 Kvalitativ og kvantitativ metode

Metode kan skilles mellom kvalitativ metode og kvantitativ metode. Kvalitativ metode blir ofte brukt for å undersøke hendelser og erfaringer. Kvalitative metoder tar utgangspunkt i tekstform og kvantitativ metode tar utgangspunkt i tall (Nilsson, 2014). Begge metodene har styrker og svakheter, så å kombinere metodene kan ofte gi utfyllende og berikende informasjon (Johannessen, 2015). Bruker man to forskjellige metoder i samme prosjekt kalles det metodetriangulering (Sander, K, 2021).

I denne oppgaven er det behandlet data i både tekst- og tallform. De kvalitative dataene er samlet inn via dybdeintervjuer og analyse av prospekter. De kvantitative dataene er samlet inn via resultatene fra spørreundersøkelser fra to tidligere masteroppgaver og undersøkelsen jeg selv har gjennomført med prosjektmeglere.

### 3.2 Valg av forskningsdesign

Dette kapitlet inneholder en gjennomgang av forskningsdesignet som er valgt for å løse oppgavens problemstilling.

#### 3.2.1 Litteraturstudie

Et litteraturstudies formål er å avdekke eksisterende kunnskap/forskning som allerede finnes på et gitt område og hvilke metoder som tidligere har vært brukt (Johannessen,

2016). Å se på relevant litteratur vil bidra til å finne frem til teorier, begreper og idéer som videre kan benyttes i rapporten. All teori som blir funnet og brukt i oppgaven skal være relevant og referansebruk er viktig. Teorien skal kunne benyttes til å tolke resultatene fra senere undersøkelsene i rapporten (Halvorsen, 2008).

Litteratur og teori som er benyttet i rapporten er funnet gjennom søk i Oria og Google. Det er også søkt gjennom pensumlitteraturen for å finne relevant teori. I samtaler med veileder ble jeg informert om to tidligere masteroppgaver der det er forsket på nyboligkjøperes prefererte boligkvaliteter. Min forskning bygger til en viss grad videre på det som kommer frem i disse masteroppgavene. Når man skal benytte forskning gjort av andre bør man alltid gjøre en vurdering av kvaliteten på kilden (Jacobsen, 2018). I boken *Hvordan gjennomføre undersøkelser* (2015) viser Jacobsen til en artikkel skrevet av Jane Mandalios i 2013, og nevner følgende punkter å vurdere en kilde etter:

- Opphav (Enkeltperson eller organisasjon? Troverdighet?)
- Hensikt (Hvorfor er artikkelen/nettsiden opprettet?)
- Domenesuffiks (Kommersiell/undervisningsinstitusjon/offentlige myndigheter/frivillige organisasjoner?)
- Kvalitet på nettsiden (Amatørmessig eller profesjonell utforming)

Det er disse punktene som er benyttet i vurderingen av kilder i denne rapporten.

Følgende søkeord er benyttet i søk etter teori på internett:

**Tabell 1** Oversikt over søkeord, egenprodusert

Tema	Søkeord	Søkefunksjon
Prefererte boligkvaliteter	Boligkvaliteter	Oria
	Prefererte boligkvaliteter	Google
Beslutningsteori	Beslutninger	Google
	Beslutningsteori	
Tilbud og etterspørsel	Tilbud	Google
	Etterspørsel	
	Tilbud og etterspørsel	
	Tilbud og etterspørselsteori	

### 3.2.2 Dybdeintervju med spørreskjema

Hensikten med å gjennomføre dybdeintervjuer er å innhente miljøbeskrivelser av boligmarkedene forskjellige steder i Norge. Dybdeintervjuer er en åpen metode hvor man legger færrest mulig føringer for intervjuobjektene (Jacobsen, 2015). Det er gjort funn i litteraturstudiet knyttet til boligkjøpernes prefererte boligkvaliteter. Målet var at informantene skulle gi så ærlige miljøbeskrivelser som mulig, uten påvirkning av hverandre, og derfor var det hensiktsmessig å gjennomføre en til en-intervjuer.

Dybdeintervjuet vil være et verktøy for å teste ut funnene på andre geografiske lokasjoner (Jacobsen, 2015). I forkant av intervjuene ble informantene bedt om å fylle ut et spørreskjema.

I de to tidligere masteroppgavene denne masteroppgaven bygger videre på, er det brukt spørreskjema for å samle inn kvalitative data. For at svarene i min undersøkelse skal være sammenlignbare med de tidligere undersøkelsene, har jeg benyttet samme spørreskjema som Mørck & Nødtvedt brukte i sine undersøkelser i 2019. Spørreskjema er et godt verktøy for å samle inn kvalitative data. Kvalitative metode egner seg best når vi er interessert i å avklare nærmere hva som ligger i et begrep eller et fenomen (Jacobsen, 2018). I spørreskjemaet har prosjektmevlene rangert forhåndsvalgte boligkvaliteter fra 1 til 10. Intervjuguide og spørreskjema som er benyttet følger rapporten som vedlegg 1.

#### 3.2.2.1 Valg av intervjuobjekter

For å samle inn situasjonsbeskrivelser av prosjektmevlernes arbeidsområder er det intervjuet ti meglere fra forskjellige steder i landet. Ofte bør man sette en øvre ramme på antall intervjuobjekter, da datainnsamlingsmetoden kan ta lang tid, og fordi dataene som blir samlet inn ofte er rike på detaljer og opplysninger (Jacobsen, 2018). Tanken bak å intervjuet ti forskjellige meglere var å intervjuet to meglere fra fem forskjellige byer i Norge. De fem byene har forskjellige geografiske beliggenhet, slik at resultatene dekker større deler av landet. Årsaken til at det ikke er gjennomført flere intervjuer enn ti er begrensninger på tid.

### 3.2.2.2 Utvalg av meglere

I prosessen med valg av intervjuobjekter ble det først valgt ut byer jeg ønsket å få situasjonsbeskrivelser fra. Byene ble valgt ut etter beliggenhet og størrelse. Byene jeg ønsket beskrivelser fra var i utgangspunktet følgende:

- Bergen
- Bodø
- Fredrikstad/Sarpsborg
- Stavanger/Sandnes
- Trondheim

Da forskningen jeg gjør i oppgaven omhandler nyboligkjøperes preferanser, var det ønskelig at intervjuobjektene enten jobbet som prosjektmegler eller at de hadde erfaring med prosjektmegling. Ved søk etter intervjuobjekter benyttet jeg i første omgang eget nettverk. Jeg har selv flere års erfaring med eiendomsmegling i Fredrikstad og Sarpsborg og hadde kjennskap til to meglere med prosjekterfaring fra før. Videre benyttet jeg nettverket mitt fra andre steder i landet. Jeg kontaktet tre medstudenter i tillegg til veileder for å høre om de kjente til noen som kanskje ønsket å stille opp. Dette resulterte i kontakt med fem prosjektmedglere med prosjekterfaring i henholdsvis Bergen, Stavanger/Sandnes. Jeg benyttet også nettverket hos min daværende arbeidsgiver og kontaktet to kollegaer som arbeidet i Trondheim og Bergen. I dette tilfelle var det kun kollegaen fra Bergen som ønsket å stille opp. De resterende intervjuobjektene ble funnet gjennom google-søk. Jeg søkte da opp prosjektmedglere i byene jeg manglet. Opprinnelig ønsket jeg å intervju to prosjektmedglere fra Bodø, men det var kun én som sa seg villig til å stille opp. Dette resulterte i at jeg valgte å kontakte meglere i Tromsø i stedet. I utvelgelsen har jeg ikke lagt vekt på erfaring og antall år i bransjen. Jeg har likevel samlet inn info om antall år i bransjen fra hver enkelt megler for å evt. bruke dette i drøftingen av svarene.

### 3.2.2.3 Fremgangsmåte intervju

Da det var ønskelig at alle intervjuene skulle gjøres likt, er alle intervjuer gjort over telefon. Innsamling av data ble gjort via notater og tabeller. I forkant av intervjuene ble det sendt ut intervjuguide og spørreskjema på e-post. Intervjuguiden følger som vedlegg 1 i denne rapporten. Intervjuobjektene ble i forkant av samtalen bedt om å fylle ut og returnere

spørreundersøkelsene til meg før intervjuene ble avholdt. Årsaken til dette var at jeg ønsket å samle inn resultatene på forhånd for å få oversikt over eventuelle avvik mellom deres svar og resultatene fra undersøkelsene i de to tidligere masteroppgavene. Prosjektmeaglerne ble bedt om å rangere forhåndsgitte boligkvaliteter fra 1-10. Ingen av meaglerne ble forelagt resultatene fra de to tidligere masteroppgavene i forkant av intervjuet. Jeg ønsket situasjonsbeskrivelser og svar som ikke var påvirket av resultatene fra tidligere undersøkelser. Spørreskjemaet som ble sendt ut er omtrent identisk med spørreskjemaet som ble utarbeidet av Mørck og Nødtvedt i deres masteroppgave fra 2019. Jeg har også brukt samme definisjon for hvert segment. De tre segmentene er definert på følgende måte:

- Førstegangskjøperen
  - o Førstegangskjøperen skal inn på boligmarkedet for første gang og er i alderen 19-29 år. Denne kjøpergruppen kjøper alene.
- Barnefamilien
  - o Barnefamilien er definert som husholdninger bestående av par med barn. Aldersgruppen strekker seg fra 30 – 49 år.
- Etablerte
  - o Etablerte består av par uten barn eller barn som ikke lenger bor hjemme. De har høyt inntektsnivå og har alder mellom 40 og 66 år.

Hver meagler har fylt ut tre skjemaer. Grunnen til at jeg har brukt det samme skjemaene, er at jeg undersøker de samme kvalitetene, og jeg ønsket å gjøre det lettest mulig å sammenligne resultatene. Bakgrunnen for at jeg brukte spørreskjema i Mørck & Nødtvedt (2019), og ikke spørreskjema fra Taaje og Løken (2016), er at førstnevnte masteroppgave er nyere.

Ved inngangen til intervjuet er alle prosjektmeaglerne spurt om antall års erfaring i bransjen. Spørsmålene som ble stilt innledningsvis dreide seg om hva de selv tenker om det er geografiske forskjeller relatert til nyboligkjøperes preferanser. Videre ble det stilt spørsmål om intervjuobjektene tror prefererte boligkvaliteter er noe som endrer seg over tid. Det siste spørsmålet meaglerne ble bedt om å svare på var relatert til bærekraft og hvilke erfaringer de har knyttet til dette i sammenheng med nyboligsalg. Etter diskusjon rundt spørsmålene i intervjuet, presenterte jeg resultatene fra de to tidligere masteroppgavene og

gikk gjennom likheter og avvik jeg avdekket da jeg fikk skjemaene tilsendt i forkant av samtalene. Hensikten med å diskutere avvikene var å skape en diskusjon og innhente meglernes meninger om hva eller hvorfor det var forskjell på rangeringer av boligkvalitetene i byene. Alle intervjuene hadde en varighet på ca. 30 minutter.

Tabellen nedenfor viser datoer for når intervjuene ble gjennomført.:

**Tabell 2 Oversikt over intervjuer, egenprodusert**

Informanter	Dato for gjennomføring av intervjuer
Fredrikstad/Sarpsborg 1	02.03.22
Trondheim 1	08.03.22
Fredrikstad/Sarpsborg 2	09.03.22
Bergen 1	15.03.22
Stavanger/Sandnes 1	21.03.22
Stavanger/Sandnes 2	23.03.22
Bergen 2	24.03.22
Bodø/Tromsø 1	24.03.22
Trondheim 2	05.04.22
Bodø/Tromsø 2	11.04.22

### 3.2.3 Analyse av prospekter

Årsaken til at jeg valgte å analysere prospekter var å undersøke kjøpers påvirkningsmuligheter i boligprosjekter. Jeg ville undersøke om, eller i hvilken grad, kunnskapen om kjøpernes preferanser ble benyttet i markedsføring for å tiltrekke seg kjøpere. Prospekter er salgsdokumenter som skal inneholde all nødvendig og lovpålagt informasjon som skal formidles til kjøperne (Mjønerud, 2021). Det er derfor jeg valgte å søke etter informasjon i prospekter og ikke salgsannonser.

#### 3.2.3.1 Valg av prosjekter

Under utvelgelsen av prosjekter bestemte jeg først hvor mange prosjekter jeg ønsket å analysere. Jeg valgte tolv prosjekter. Årsaken til at jeg har valgt akkurat tolv prosjekter er litt tilfeldig, men det har også bakgrunn i begrensninger på tid og at jeg ønsket å finne

prosjekter beliggende forskjellige steder i Norge. Etter min vurdering gir analyse av tolv forskjellige prosjekter et godt grunnlag for å svare på forskningsspørsmålene.

For å finne prosjektene som skal analyseres gjorde jeg søk på Finn.no. Søkekriterier jeg la inn ved utvelgelsen var kun at det skulle være boligblokker. Dette har sammenheng med at den øvrige forskningen som er gjort kun er begrenset til å samle data vedrørende blokkbebyggelse. Prosjektene er i utgangspunktet tilfeldig valgt ut gjennom søk på Finn.no, men alle har forskjellig geografisk beliggenhet. Søket etter prosjekter ble gjort i perioden januar – februar 2022. Nedenfor følger en tabell med prosjektene som er tatt med i undersøkelsen:

**Tabell 3 Oversikt over prospekter som er analysert, egenprodusert**

Prosjektnavn	Utvikler	Sted
Bystranda blå	Bystranda Blå AS	Kristiansand
Dronningens gate	Inter Eiendom Sandefjord AS	Sandefjord
Konsept B	Kvartal 25 Bodø AS	Bodø
Byhaven Jadegården	Værste AS	Fredrikstad
Nansenløkka	OBOS	Fornebu, Oslo
Ulven T	OBOS	Ulven, Oslo
Basseløkka	Fredensborg bolig AS	Trondheim
Parken	Olavsgaard Eiendom AS	Fjellhamar
Gotaasalléen	Step Eiendom AS i regi av Stor Oslo	Jessheim
Consulens brygge	Skanska bygg og BASE bolig	Stavanger
Apeltunvegen 2A	BONO Bolig	Bergen
Solhøgda III	NORDR	Lillehammer

### 3.2.3.2 Fremgangsmåte

Alle prosjektene er analysert ved bruk av samme fremgangsmåte. Jeg har fått tilgang til prospektene ved å laste ned PDF-filer av prospekter fra Finn.no eller prosjektets hjemmesider. Det første jeg gjorde etter å ha lastet ned alle prospektene var å gjøre søk i PDF-filene etter «Tilvalg». Dette er informasjon som ligger i alle prospektene.

Informasjonen og teksten fra prospektene som tok for seg tilvalg ble så kopiert inn i et eget notat i Word. For å ha oversikt over hvilken informasjon som tilhører hvilket prosjekt, fikk alle prospektene egne overskrifter i dokumentet. Etter all informasjon om tilvalg var innhentet, sammenlignet jeg notatene og søkte etter likhetstrekk.

Videre i analysen har jeg undersøkt hvordan ulike boligkvaliteter blir presentert i prospektene. For å samle inn denne informasjonen leste jeg gjennom hvert prospekt på nytt og gjorde notater knyttet til tekst og bildeillustrasjoner. For å finne svar på forskningsspørsmål 3, ble det i analysen lagt vekt på hvordan de høyest rangerte kvalitetene fra spørreundersøkelsen i delstudie 1 ble presentert i dokumentene. Resultatene fra undersøkelsen er presentert i kapittel 4.

### 3.3 Vurdering av data

Dette kapittelet tar for seg kvaliteten på forskningen. Metoden for innsamling av data vil påvirke dataenes gyldighet og pålitelighet fordi metoden kan påvirke resultatene på en spesiell måte. Dette kalles undersøkelseseffekt (Jacobsen, 2018). Uansett hva slags empiri det dreier seg om bør den tilfredsstillende følge følgende to krav (Jacobsen, 2018):

- Validitet: Empirien må være gyldig og relevant
- Reliabilitet: Empirien må være pålitelig og troverdig

#### 3.3.1 Validitet

Validitet dreier seg om empirien som samles inn gir svar på spørsmålene som blir stilt (Jacobsen, 2018). Man opererer med to forskjellige typer gyldighet og relevans i vitenskapelig metode. Disse to kalles intern gyldighet og ekstern gyldighet (Jacobsen, 2018). Intern gyldighet handler om dataene man har samlet inn gir dekning for konklusjonen man trekker (Jacobsen, 2018). Ekstern gyldighet og relevans handler om resultater fra et avgrenset område også er gyldige i andre sammenhenger (Jacobsen, 2018). Kvalitativ metode har sin styrke i interngyldigheten, men svakhet i den eksterne gyldigheten. Kvantitativ metode er motsatt (Jacobsen, 2018). De to metodene må betraktes som utfyllende og berikende (Morgan, 2007).



I oppgaven er det brukt både kvalitativ og kvantitativ metode gjennom å kombinere dybdeintervju og spørreundersøkelse. Jeg har lagt spesielt vekt på at meglere som intervjues er prosjektmeglere, og ikke kun eiendomsmeglere. Prosjektmeglere har daglig kontakt med nyboligkjøpere og bør ha gode forutsetninger for å kunne svare på spørsmål om prefererte boligkvaliteter. En ting som kan ha påvirkning på resultatene er at flere av prosjektmeglerne har ulikt antall år med erfaring. Mens den minst erfarne har jobbet som prosjektmegler i to år, har den mest erfarne jobbet i over 20 år med prosjektmegling. Det er vanskelig å gjøre en undersøkelse der alle meglere har like lang erfaring og etter min vurdering skal ikke antall års erfaring ha stor betydning på resultatet, da det jeg er ute etter er hvordan situasjonen er i dag. For at intervjuene skulle bli gjort likt, ble alle meglere forelagt de samme spørsmålene og spørreskjemaene. For å minske sannsynligheten for misforståelser, ble det sendt ut en intervjuguide på forhånd med instruksjoner til utfylling av spørreskjema. Det er en risiko for feil i dataene som er innhentet via spørreundersøkelsen. Meglerne har fylt ut spørreskjemaene i forkant av intervjuet uten innblanding fra studenten. Det er uvisst hvor nøye og hvor lang tid informantene brukte på utfyllingen av spørreskjemaet. Det ble i forkant av tre intervjuer oppdaget at meglere hadde rangert boligkvalitetene med feil skala. I to av intervjuene ble det også oppdaget at meglere hadde gitt samme rangering til flere boligkvaliteter. Disse feilene kan tyde på at flere av meglere ikke leste intervjuguiden godt nok. Da feilene ble oppdaget ble meglere bedt om å avgi nye svar. Det at undersøkelsen er gjort over et såpass stort geografisk område er positivt for studiets eksterne gyldighet, men det er gjort for få intervjuer/spørreundersøkelser til å hevde med 100% sikkerhet at resultatene gjelder for hele Norge.

Dataene som er brukt i delstudie 2, som gjelder analyse av prospekter, er kvalitative. Alle data er basert på innholdet i salgsprospektene. Det er lav risiko for feil da informasjonen er hentet fra hovedkilden. Det kan være en liten risiko for at jeg har lest feil i prospektene eller blandet sammen noe informasjon, men dette er lite trolig. Det at resultatene var stort sett like i alle prosjektene gir også god grunn til å tro at dette studiet har god validitet. Dette øker sannsynligheten for at man kan hevde at svaret kan generaliseres.

### 3.3.2 Reliabilitet

Pålitelighet og troverdighet handler om i hvilken grad man kan stole på undersøkelsen (Jacobsen, 2018).

Kildekritikk har vært en viktig del i arbeidet med litteraturstudiet. For å vurdere kildene er det hensiktsmessig å se på opphav/forfatter, hensikt, domenesuffiks og kvalitet (Jacobsen, 2018). Dette var spesielt viktig da jeg søkte etter teori på Google. I tillegg til søk etter teori på internett, søkte jeg også etter teori i pensumlitteraturen. Teorien om boligkjøpernes prefererte boligkvaliteter ble hentet fra tidligere masteroppgaver fra henholdsvis 2016 og 2019. Man må gå ut ifra at tidligere masteroppgaver er sikre kilder å innhente informasjon fra.

En stor del av forskningen har vært å teste ut svarene fra de to tidligere undersøkelsene andre steder i landet gjennom intervjuer og spørreundersøkelse med prosjektmeglere. Hvis to eller flere uavhengige kilder beskriver en situasjon på omtrent samme måte øker sannsynligheten for at svaret er korrekt (Jacobsen, 2018). Da jeg gikk i gang med forskningsprosjektet var utgangspunktet å intervjuer to meglere fra hver av byene jeg hadde valgt ut på forhånd. Det viste seg å være vanskelig og svært tidkrevende å finne intervjuobjekt nummer to i Bodø, noe som gjorde at jeg til slutt landet på å intervjuer en prosjektmegler fra Tromsø, som jo også ligger langt nord i Norge. Det beste for studiets reliabilitet hadde vært om jeg fikk tak i en megler 2 i en av byene.

Da jeg sammenlignet svarene til meglerne som arbeidet i samme byer, var det stort sett samsvar i besvarelsene, men det viste seg også å være en del avvik. Da analysen av resultatene fra spørreundersøkelsene ble gjennomgått i etterkant av intervjuene, var det heller ingen mulighet for å spørre meglerne om hva de trodde årsaken var til avvikene. Resultatet fra min undersøkelse viste likevel å stemme godt overens med resultatene fra begge de to tidligere masteroppgavene, noe som er positivt for studiets reliabilitet. Ideelt sett burde jeg kanskje innhentet flere svar på spørreundersøkelser fra prosjektmeglerne.

Dersom undersøkelsen jeg har gjennomført blir gjentatt i samme byer eller andre byer, tror jeg sannsynligheten er stor for at de samme boligkvalitetene ville vært rangert høyest. Med bakgrunn i gjennomgangen ovenfor, lander jeg derfor på at studiet er reliabelt.

Når det gjelder delstudie 2, er dataene som er brukt hentet direkte fra hovedkilden, som er salgsoppgaver. Informasjon i disse tekstene skal være gjennomgått og godkjent av både eiendomsutviklerne og eiendomsmegleren. Informasjonen som er hentet ut er derfor vurdert til reliabel.

## 4 Delstudie 1

I masteroppgavene kommentert ovenfor viser spørreundersøkelsene som er gjennomført, at prosjektmeglerne som svarte på spørreundersøkelsen, viser god forståelse og har kunnskap om hva som var viktige kvaliteter for boligkjøperne. Prosjektmeglere er en profesjonell part og har daglig dialog med kjøperne. For å prøve svarene fra undersøkelsene fra tidligere masteroppgaver, har jeg intervjuet prosjektmeglere fra andre byer i landet. Undersøkelsen og intervjuene skal hjelpe meg å danne et grunnlag for å finne de mest populære boligkvalitetene på landsbasis. For å oppnå best mulig sammenligningsgrunnlag har jeg brukt samme spørreskjema som Mørk & Nødtvedt brukte i sin masteroppgave fra 2019. Alle meglerne har fått de samme spørsmålene i intervjuet. Ingen av meglerne er forelagt resultatene fra de tidligere masteroppgavene på forhånd.

Jeg har intervjuet ti prosjektmeglere/eiendomsmeglere med prosjekterfaring fra større byer forskjellige steder i landet. Prosjektmeglerne jeg har intervjuet har arbeidsområde i Bodø, Bergen, Fredrikstad, Sarpsborg, Sandnes, Stavanger, Tromsø og Trondheim. Opprinnelig hadde jeg tenkt å begrense undersøkelsen til fem byer, men det viste seg å være vanskeligere å finne prosjektmeglere som ønsket å delta enn først antatt. Grunnen til at jeg har valgt å intervju meglere fra disse byene, er at alle byene er av en viss størrelse, og den forskjellige geografiske beliggenheten bør gi et godt grunnlag for å finne svaret på om nyboligkjøpere i resten av landet har de samme preferansene som kjøperne i Oslo.

### 4.1.1 Fredrikstad/Sarpsborg

#### **Intervju:**

På spørsmålet om hva de ser for seg er forskjell på svarene de har gitt og resultatene fra undersøkelsen i Oslo, svarer begge at man ser de største forskjellene på garasje plass, solforhold og balkong. Når det gjelder garasje plass svarer begge at kollektivtrafikktilbudet i Oslo er såpass bra at de fleste kan klare seg uten egen bil. Da kollektivtrafikktilbudet i Fredrikstad og Sarpsborg ikke er like velutviklet er flere avhengige av bil. En av meglerne legger til at man i dag ser tendenser til at flere begynner å akseptere at det er færre

parkeringsplasser i prosjekter. I prosjekter der de har bildeling fungerer dette som bil nummer to for flere husholdninger. Bildeling er tatt godt imot.

Meglerne tror det er flere som aksepterer å ikke ha balkong eller dårlige solforhold i Oslo enn ellers i landet. De sier at dette antagelig er på bakgrunn av høyere boligpriser og tetthet i byen.

En av meglerne tror også at viktigheten av planløsning scorer høyere i Oslo enn det gjør andre steder. Da kvadratmeterprisene er en del høyere i Oslo enn de er i andre byer, mener en av meglerne at planløsning er viktigere for de som skal bosette seg i Oslo enn det er for de som bosetter seg andre steder.

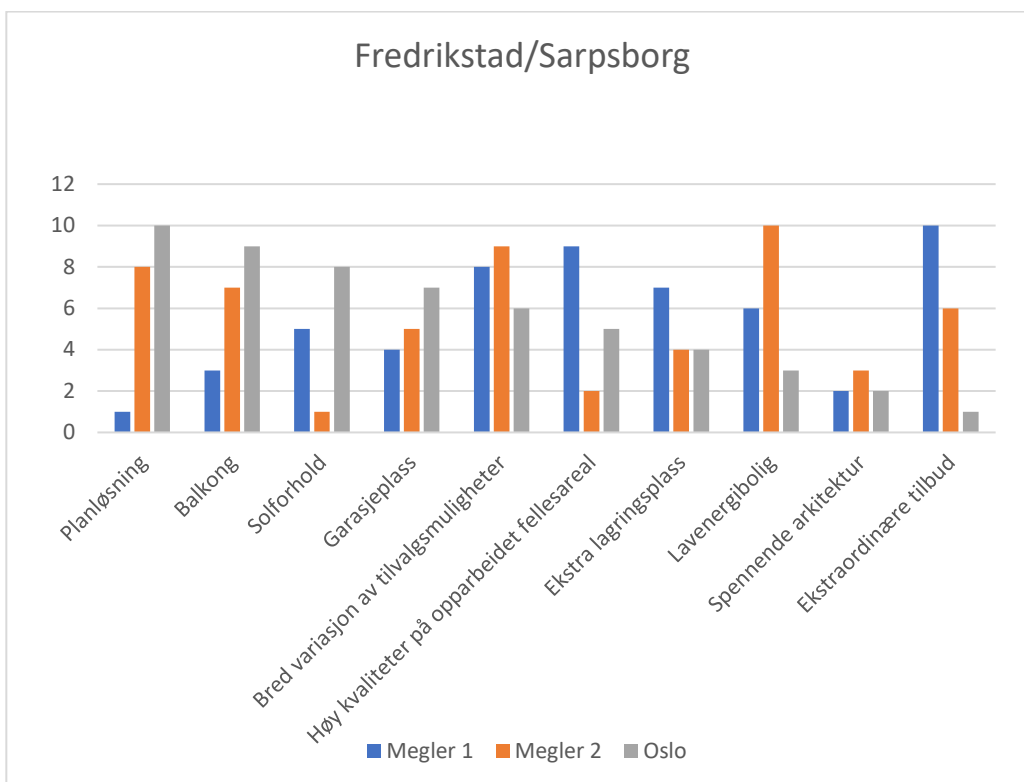
På spørsmålet om det har skjedd en endring i viktigheten av bærekraft de siste årene svarer meglerne forskjellig. Den ene megleren svarer at kjøperne ser på bærekraft som en positiv ting, men at det ikke foreligger økt betalingsvilje. Den andre megleren merker stor forskjell på viktigheten av bærekraft de siste fem årene, og trekker særlig frem bildeling som et moment som har blitt tatt godt imot i flere av de nye prosjektene. Grunnen til at meglerne svarer forskjellig kan for eksempel være at de selger nyboliger i forskjellig prissegmenter.

En annen sak som skiller seg ut, er viktigheten av parkering. Flere av meglerne har satt parkering som den viktigste boligkvaliteten. Meglerne mener dette har med kollektivtrafikk å gjøre. Oslo har et rikt kollektivtrafikktilbud med t-bane, buss og trikk. Det samme gode tilbudet har man ikke i andre byer. Derfor er flere av husstandene mer avhengig av å ha bil.

Begge meglerne mener at prefererte boligkvaliteter er forhold som endrer seg over tid. Meglerne sier at trender som oppstår i Oslo ofte også kommer ut i distriktene før eller senere.

Når det gjelder svarene på spørsmålet om man ser tendenser til at bærekraft er i ferd med å bli viktigere for nyboligkjøpere mener intervjuobjektene at kjøperne setter pris på det om prosjektene tilbyr bærekraftige kvaliteter, men de er ikke villig til å betale mer for dem.

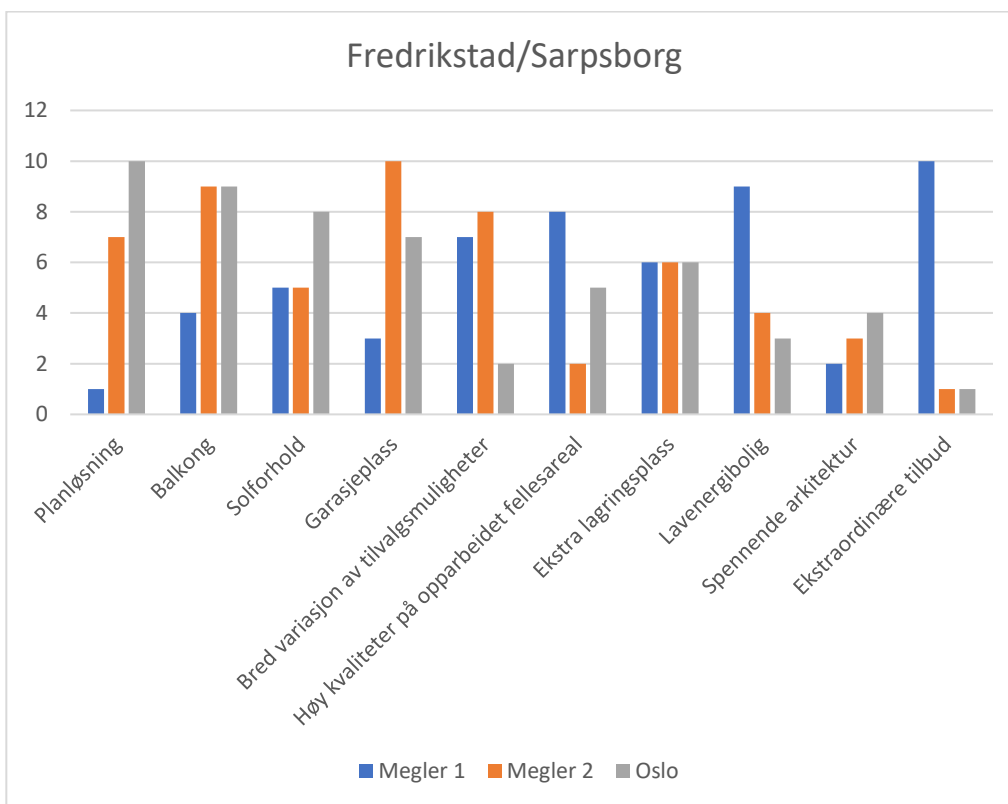
## Førstegangskjøperen:



Figur 4 Førstegangskjøperen, Fredrikstad/Sarpsborg, egenprodusert

Som man ser av grafen ovenfor er megler 1 og 2 svært uenige om hva som er de viktigste boligkvalitetene. Den største forskjellen er viktigheten av planløsning der megler 1 har gitt lavest mulig rangering, mens megler 2 har gitt 8. Megler 1 og megler 2 er relativt enige om at spennende arkitektur er en lite viktig boligkvalitet. De er også ganske enige om viktigheten av garasje plass og bred variasjon av tilvalgsmuligheter. Kvaliteter begge har rangert relativt høyt er garasje. Dersom man ser på kurven for undersøkelsen gjort i Oslo, gjør de forskjellige svarene fra meglerne det litt utfordrende og trekke noen konklusjoner. Kvalitetene garasje plass, bred variasjon av tilvalgsmuligheter og lagringsplass er de som er mest like, mens topp og bunn skiller seg ut. Megler 2 sine svar samsvarer i større grad med svarene fra undersøkelsen i Oslo. Spesielt på planløsning og balkong og spennende arkitektur.

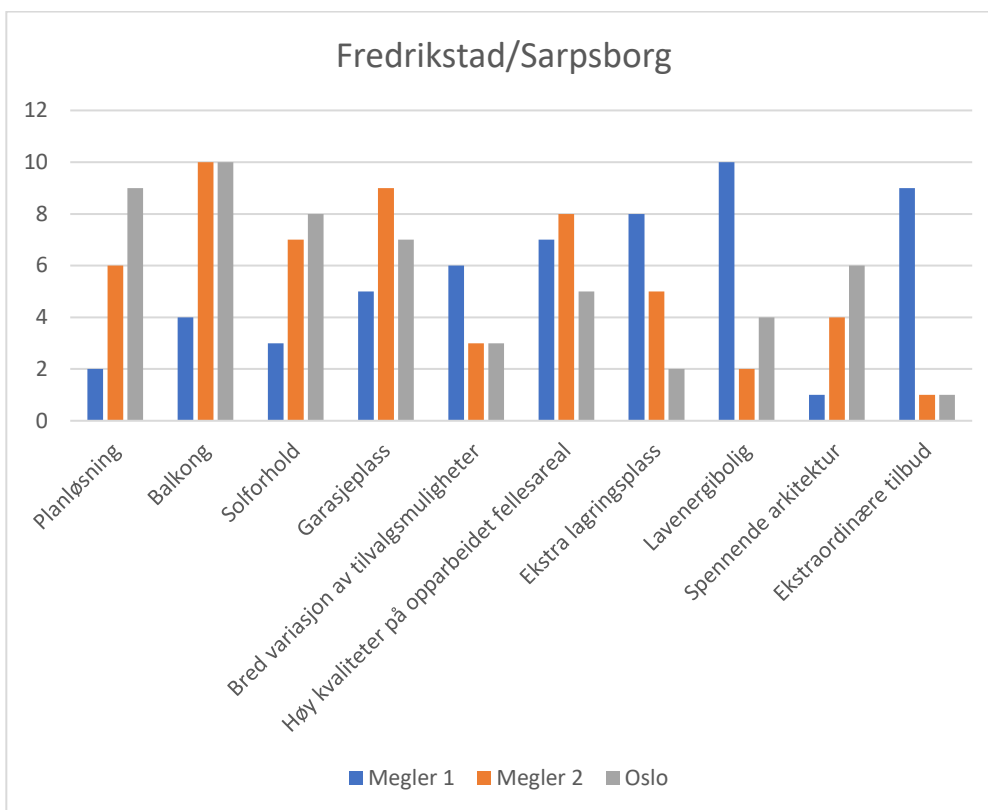
## Barnefamilien



Figur 5 Barnefamilien, Fredrikstad/Sarpsborg, egenprodusert

Også her er det en del uenighet mellom megler 1 og megler 2. Den største forskjellen her er rangeringen av ekstraordinære tilbud. Megler 1 har gitt ekstraordinære tilbud høyeste karakter mens megler 2 har gitt lavest score. Det er også stor forskjell på rangeringene av planløsning, balkong, garasje plass og lavenergi bolig. Meglerne er helt enige i rangeringen av solforhold og ekstra lagringsplass samt relativt enige om rangeringen av spennende arkitektur. Om man sammenligner svarene med undersøkelsen gjort i Oslo så er ekstra lagringsplass rangert likt. Ellers er det på grunn av ulike svar forskjeller på hvilke kvaliteter som meglerne rangerer likt med resultatene fra Oslo. Megler 2 sine svar samsvarer i større grad med undersøkelsen i Oslo. Kvalitetene vedkommende har rangert relativt likt er balkong, ekstraordinære tilbud, ekstra lagringsplass, lavenergi bolig og spennende arkitektur.

## Etablerte:



**Figur 6 Etablerte Fredrikstad/Sarpsborg, egenprodusert**

Meglerne har avgitt ganske ulike svar. Det er ingen kvaliteter som er rangert likt. De største forskjellene er rangeringen av ekstraordinære tilbud og lavenergi bolig. Kvalitetene som er gitt middels rangeringer har noen likhetstrekk, men det er stor uenighet om topp og bunnrangering. Kvaliteten megler 1 og megler 2 er mest enige om er rangeringen av høy kvalitet på fellesarealer, ellers er det en del ulikheter. De ulike svarene gjør det også vanskelig å sammenligne med resultatene i Oslo. Garasje plass og høy kvalitet på fellesområder er rangert relativt likt. Megler 2 sine svar samsvarer i noe grad med resultatene fra undersøkelsen i Oslo. Kvalitetene som megler 2 har rangert likt med svarene fra undersøkelsen i Oslo er balkong og bred variasjon av tilvalgsmuligheter og ekstraordinære tilbud. Ellers er også solforhold, garasje plass og spennende arkitektur rangert relativt likt.



#### 4.1.2 Trondheim

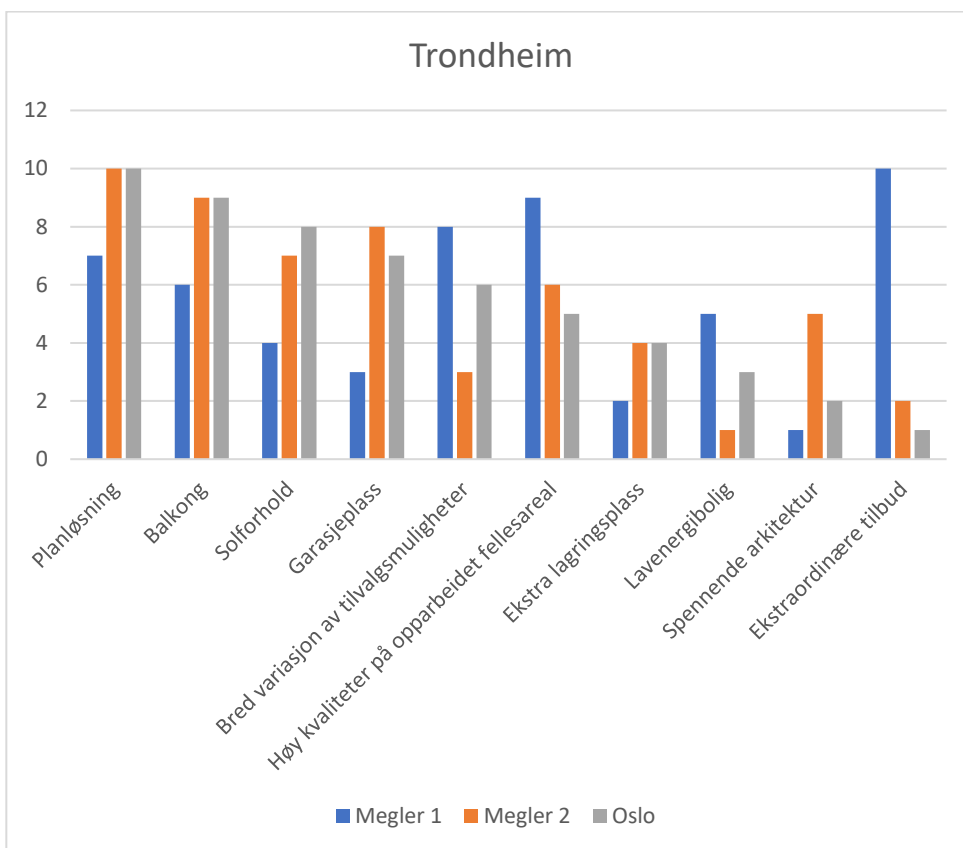
En av meglerne tror at gruppene «Førstegangskjøperen» og «Etablerte» er like i både Oslo-området og Trondheim. «Førstegangskjøperen» er en meget prisbevisst gruppe ifølge meglerne. De ønsker å få valuta for pengene de legger inn i leiligheten. Begge meglerne hevder at barnefamilier i Trondheim sjelden kjøper leilighet i blokker under oppføring, men heller kjøper rekkehus eller enebolig.

Også her svarer intervjuobjektene at de tror viktigheten av parkering er viktigere i Trondheim, men en av meglerne mener kjøperne i Trondheim begynner å akseptere at det ikke alltid følger parkering med leilighetene. Hun trekker frem metrobuss som grunnen til at flere klarer seg uten bil i dagliglivet.

På spørsmålet om viktigheten av bærekraft svarer en av meglerne at det fra selgersiden er blitt et stort engasjement for bærekraftige valg i prosjektene. Begge meglerne hevder at det ikke foreligger betalingsvillighet for å kjøpe mer miljøvennlige prosjekter.

Megler 2 i Trondheim tror at viktigheten av bærekraft er større i Oslo enn Trondheim. Han tror også det er mindre behov for garasje i Oslo. De siste to årene har han merket at behovet for parkering går nedover, og tror at spennende arkitektur er viktigere i Trondheim, men tror også at dette er viktig i Oslo. Han tror derimot det økonomiske gjør at dette blir prioritert lavere i Oslo. Vedrørende bærekraft sier han at det er lite spørsmål om temaet. Han opplever at det ikke er betalingsvillighet for dette.

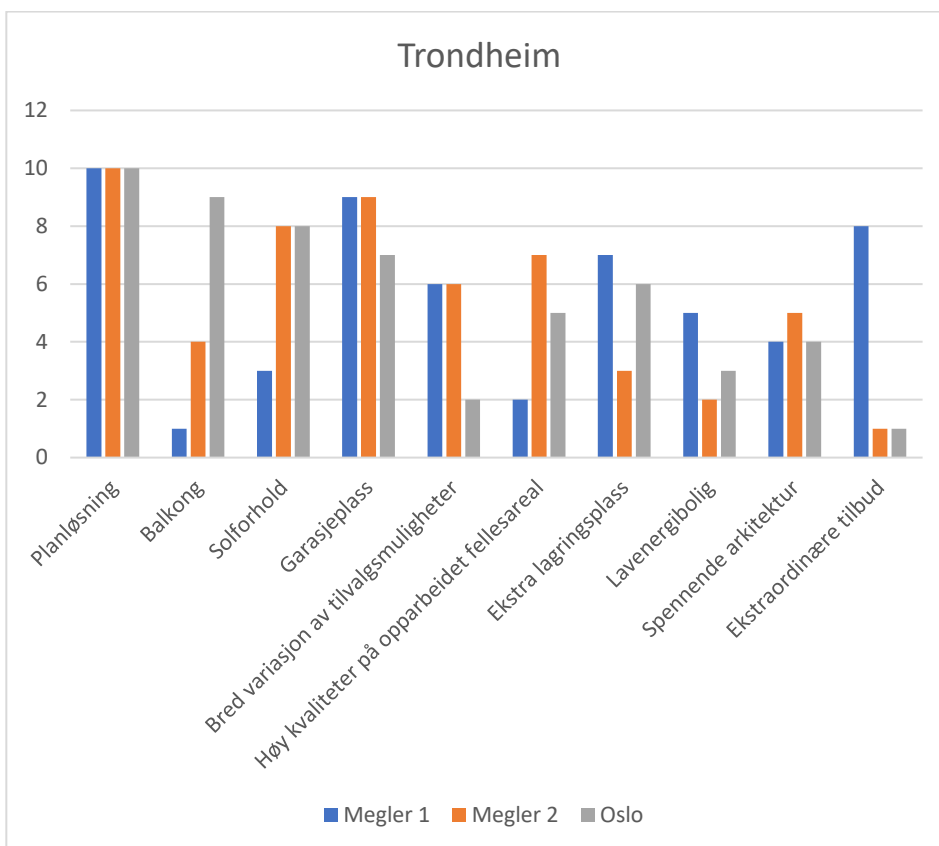
## Førstegangskjøperen:



Figur 7 Førstegangskjøperen, Trondheim, egenprodusert

Det er en del forskjeller på svarene fra megler 1 og megler 2. Meglerne har ikke rangert noen kvaliteter likt. Det er ingen svar med mindre avvik enn 2. Svarene fra megler 2 samsvarer i stor grad med undersøkelsen gjort i Oslo. De eneste kvalitetene i megler 2 sitt spørreskjema som ikke samsvarer med undersøkelsen i Oslo, er spennende arkitektur og bred variasjon av tilvalgsmuligheter. Megler 2 har rangert planløsning, balkong, solforhold og garasje plass som de fire viktigste kvalitetene. Dette samsvarer med undersøkelsen i Oslo. Megler 2 har også gitt lav rangering til ekstraordinære tilbud og lavenergibolig, noe som også samsvarer med undersøkelsen i Oslo. De to kvalitetene har riktignok en annen rekkefølge i Oslo.

## Barnefamilien:



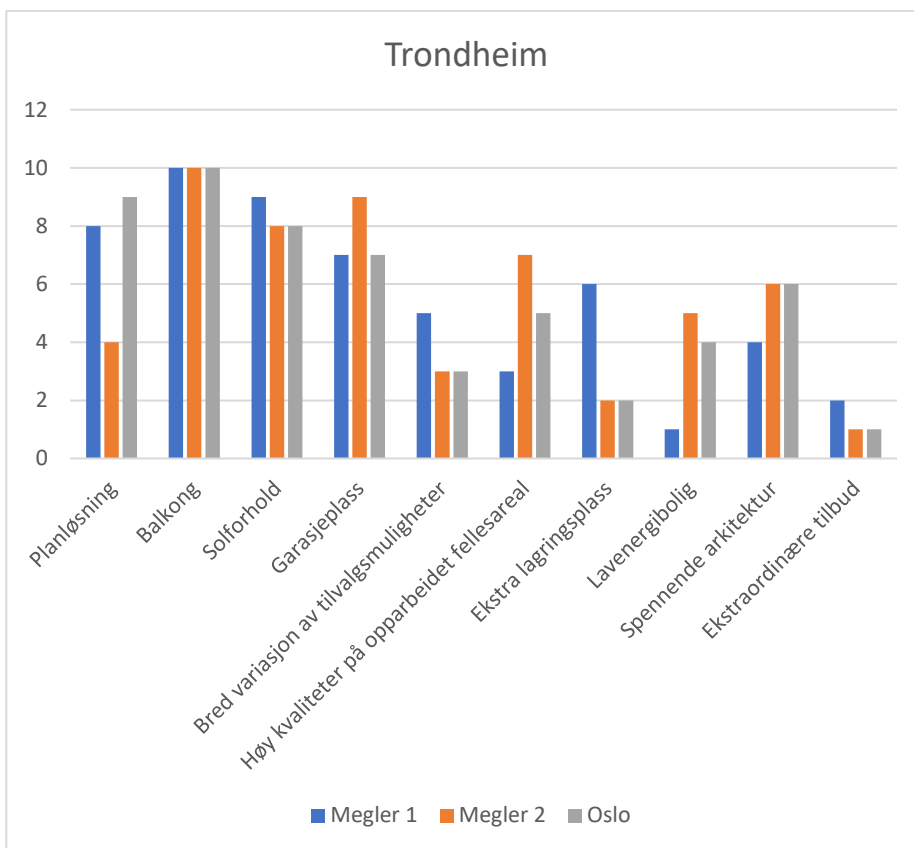
Figur 8 Barnefamilien, Trondheim, egenprodusert

Både megler 1 og megler 2 har rangert planløsning som den mest populære boligkvaliteten. Planløsning er også rangert høyest for dette segmentet i Oslo. Videre har meglerne rangert garasje plass og bred variasjon av tilvalg likt. Tilvalg virker å være en del mer populært i Trondheim enn det er i Oslo. Meglerne har rangert kvaliteten fire plasser høyere enn i Oslo. På spørsmål om hvorfor dette, svarer meglerne at de tror forskjellen ligger i kvadratmeterprisene, og at barnefamilier i Trondheim kanskje får de samme boligene en god del billigere. Dette frigjør kapital til å gjøre tilvalg.

Avviket som skiller seg mest ut mellom svarene fra meglerne i Trondheim og svarene fra undersøkelsen i Oslo er rangering av balkong. Siden begge meglerne har gitt balkong en lav karakter, kan dette tyde på at balkong er en kvalitet som ikke er like viktig i Trondheim som det er i Oslo. På spørsmål om hva de tenker er årsaken til denne forskjellen, svarer en av meglerne at hun tenkte på rekkehus og eneboliger da hun svarte for dette segmentet.

Ifølge henne er det ytterst sjelden at en barnefamilie kjøper leilighet. Hun tenkte derfor på hage, som ikke er en kvalitet som er med i undersøkelsen, er viktig i dette segmentet. En annen større forskjell er at megler 1 har rangert ekstraordinært tilbud på en 8, mens den andre megleren har rangert samme kvalitet med 1 (samme som i Oslo). Lavenergibolig virker å være ca. like lite viktig for kjøperne i Trondheim som i Oslo.

### Etablerte:



**Figur 9 Etablerte, Trondheim, egenprodusert**

I dette segmentet har både megler 1 og megler 2 rangert balkong, solforhold og garasjeplass høyt. Dette er 3 av de 4 høyest rangerte kvalitetene for dette segmentet i Oslo. Megler 1 har i tillegg rangert planløsning høyt i dette segmentet og har de fire samme populære boligkvalitetene som scorer høyest i Oslo, men i en annen rekkefølge. Meglere har rangert balkong likt, og ellers er det små forskjeller på rangering av kvalitetene ekstraordinære tilbud, solforhold og spennende arkitektur. Megler 1 rangerer ekstra

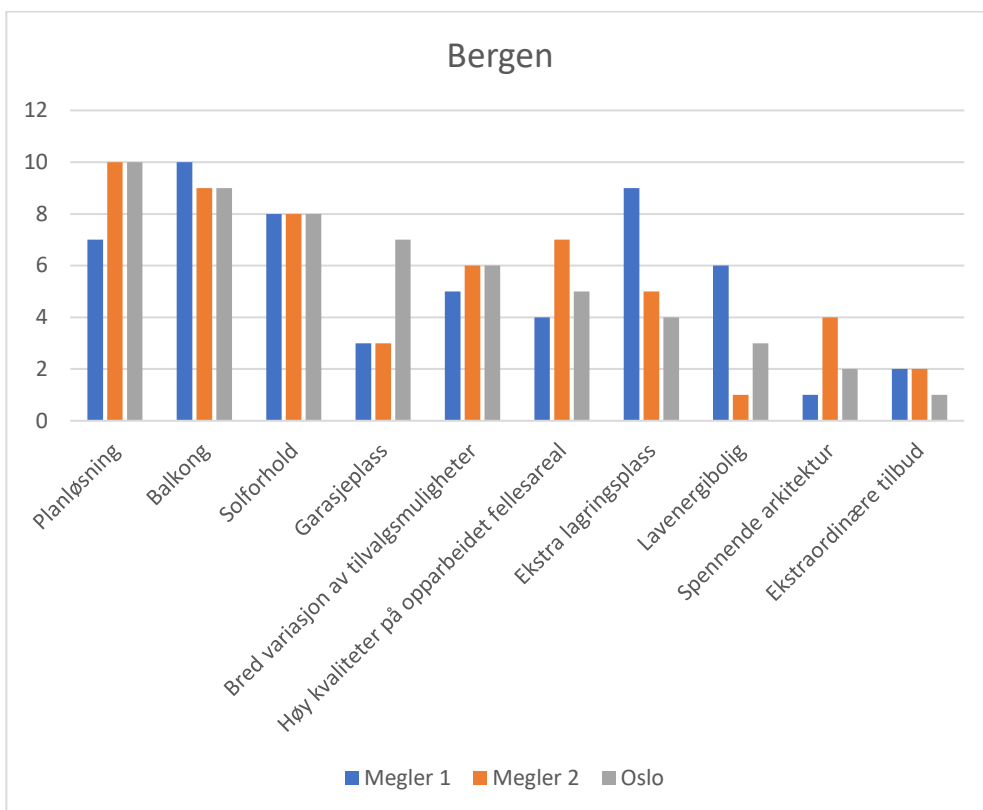
lagringsplass en del høyere enn både megler 1 og i Oslo. Begge meglerne sier at dette segmentet er krevende å rangere da «alt er viktig» for dette segmentet.

#### 4.1.3 Bergen

I intervju med første megler fra Bergen, blir parkering trukket frem som et forhold de tror scorer høyere i Bergen enn Oslo. De trekker frem kollektivtrafikktilbudet som en faktor som påvirker viktigheten av det å ha bil. Ifølge meglerne er det godt kollektivtrafikktilbud i sentrum, men hvis man skal til utkanten av byen blir det færre muligheter. Hun sier også at flere kjøpere faller fra dersom de ikke kan kjøpe parkering-/garasjeplass. En av meglerne tror også at solforhold er en kvalitet som er viktigere i Bergen enn i Oslo. Hun nevner at siden det er lite sol i byen, er kjøperne opptatt av å ha tilgang på den, når sola først er der. Hun tror også at folk i Oslo er mer opptatt av bærekraft. Hun mener at kjøperne synes det er en positiv sak, men at det ikke foreligger betalingsvillighet for det. Ifølge megler er det varierende hvor opptatt utbyggerne er av bærekraft. Megler sier at flere og flere førstegangskjøpere og yngre kjøper nybygg. Tidligere var det mer vanlig at eldre kjøpte nybygg. Hun sier også at det er uvanlig at barnefamilier kjøper blokkleilighet. Det er mer vanlig at de kjøper rekkehus og enebolig. Kommunen ønsker at flere barnefamilier skal flytte i blokkleiligheter.

Megler 2 tror ikke det er så store forskjeller mellom det han har svart og undersøkelsen som ble gjort i Oslo i 2019. Han nevner at kanskje bærekraft scorer høyere hos førstegangskjøperne i Oslo. Han tror også at solforhold, balkong og garasje er mindre viktig i Oslo enn det er i Bergen. Han trekker frem at parkering er blitt en knapphetsfaktor og sier at det er vanskelig å selge leiligheter der det ikke følger med parkering. Det er også mangelvare på ekstra parkeringsplasser. Ifølge megler er bærekraft lite viktig og det foreligger ikke betalingsvillighet. Han tror lagringsplass er mer viktig i Oslo, da man får mer areal for pengene i Bergen.

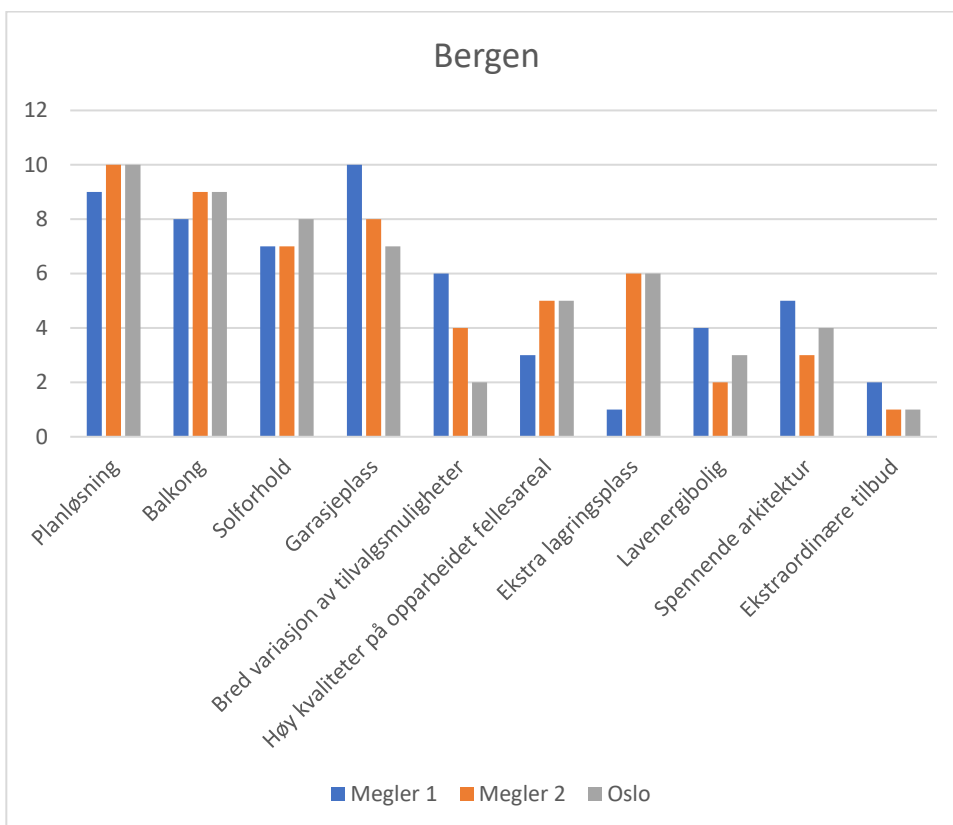
## Førstegangskjøperen:



**Figur 10 Førstegangskjøperen, Bergen, egenprodusert**

I dette segmentet har meglernes rangert balkong, solforhold og planløsning høyest. Dette er de samme tre kvalitetene som scorer høyest i Oslo. Megler 1 har rangert planløsning noe lavere enn megler 2, men gir kvaliteten fortsatt en høy rangering med 7. Meglerne har gitt samme rangering til solforhold, garasje plass og ekstraordinære tilbud. Videre er det små forskjeller på deres rangeringer av balkong og bred variasjon av tilvalgsmuligheter. Kvalitetene meglernes rangerer lavest er noe forskjellig. Megler 1 har rangert spennende arkitektur, ekstraordinære tilbud og garasje plass nederst, mens megler 2 har rangert lavenergibolig, ekstraordinære tilbud og garasje plass nederst. Meglerne har veldig delte meninger om lavenergiboliger, men begge mener at det ikke foreligger betalingsvilje for dette.

## Barnefamilien:

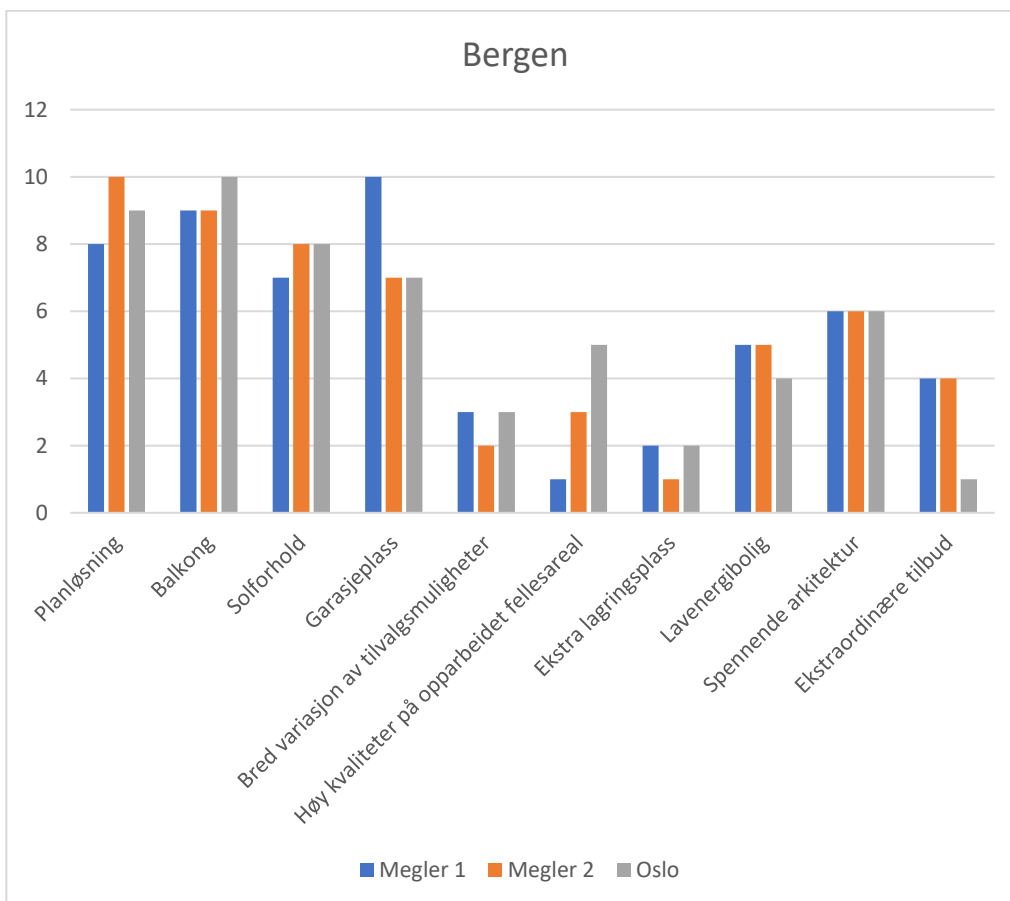


Figur 11 Barnefamilien, Bergen, egenprodusert

I dette segmentet har både megler 1 og 2 rangert planløsning, balkong, solforhold og garasje som de viktigste kvalitetene. Det er de samme fire kvalitetene som scorer høyest i undersøkelsen i Oslo. Med unntak av solforhold har ingen av meglerne rangert noen kvaliteter likt, men det er små forskjeller på de andre. Kvaliteten meglerne har rangert med størst avvik er ekstra lagringsplass. Megler 1 har rangert denne kvaliteten lavest med 1, mens megler 2 har gitt rangeringen 6. Kvalitetene som begge meglerne gir lave rangeringer er ekstraordinære tilbud og lavenergibolig. Disse scorer også lavt i Oslo. Dersom man sammenligner svarene til meglerne i Bergen med resultatene fra undersøkelsen i Oslo er det ingen større avvik som stikker seg ut. Hvis man skal kommentere et avvik så er det megler 1s rangering av bred variasjon av tilvalg. Megler 1 gir denne kvaliteten en rangering på 6, mens i Oslo gir nyboligkjøpere denne kvaliteten 2. Da megler 1 ble spurt om hva vedkommende trodde årsaken til hvorfor tilvalg var mindre viktig i Oslo mente

vedkommende at det var økonomi som var hovedårsaken. Megler 1 mener at med høyere boligpriser i Oslo har kjøperne dårligere råd til tilvalg.

## Etablerte



Figur 12 Etablerte, Bergen, egenprodusert

I denne gruppen har meglerne rangert planløsning, balkong, solforhold og garasje plass høyest. De samme fire kvalitetene scorer høyest i Oslo. Det er ingen store avvik i svarene mellom meglerne og de virker å være ganske enige i rangeringene. Meglerne har gitt lik rangering til kvalitetene balkong, lavenergibolig, spennende arkitektur og ekstraordinære tilbud. Det største avviket finner man under kvaliteten garasje hvor megler 1 svarer 10 og megler 2 svarer 7. Kvalitetene som meglerne rangerer lavest er ekstra lagringsplass, bred variasjon av tilvalgsmuligheter og høy kvalitet på opparbeidet fellesareal. De samme kvalitetene scorer lavt i Oslo med unntak av høy kvalitet på opparbeidet fellesareal. I Oslo



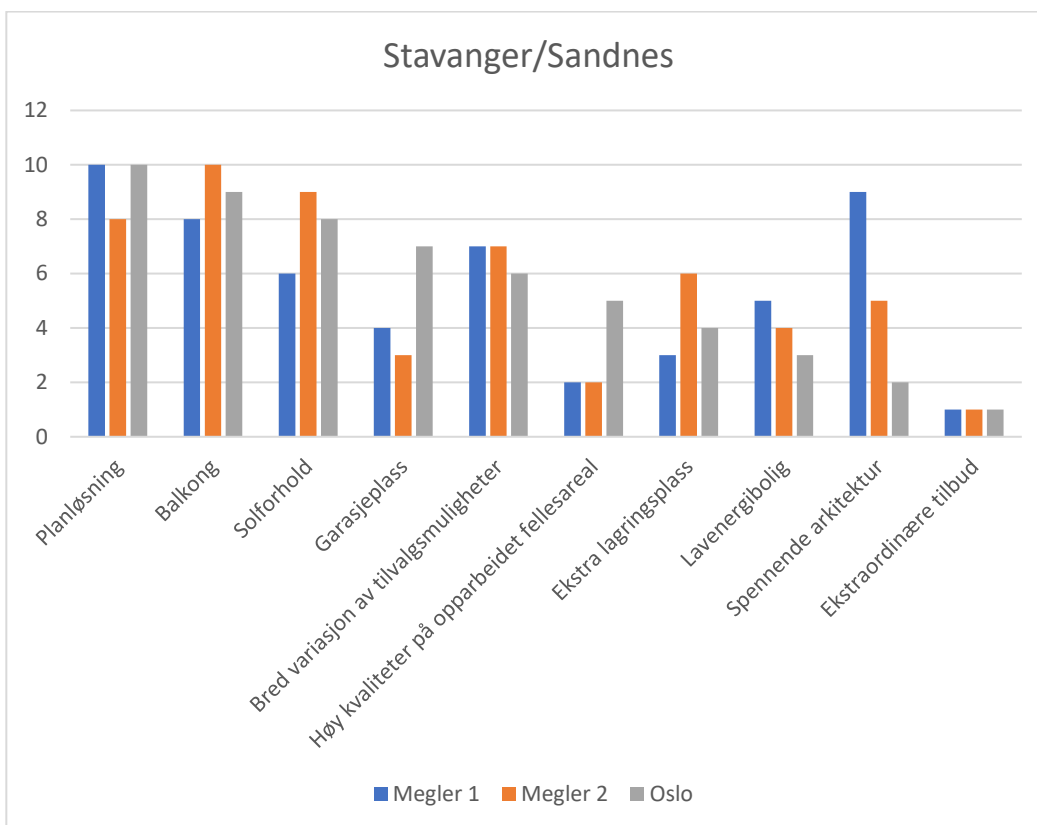
er det ekstraordinære tilbud som scorer lavest av alle kvalitetene. Den kvaliteten har begge meglerne i Bergen rangert på 4.

#### 4.1.4 Stavanger/Sandnes

Megler nummer 1 arbeider i Sandnes. Informanten hevder at det er uvanlig at barnefamilier kjøper leiligheter, og tror også lavenergi/bærekraft er mer populært i Oslo. Å selge prosjekt der man ikke får parkering, er ifølge henne håpløst, og gjør det umulig å selge. Hun sier det er mer akseptabelt å kjøpe bolig uten parkering i Stavanger. Den yngre kjøpergruppen godtar leiligheter uten parkering i noen grad. Hun nevner at hun tror sol og balkong scorer høyere i Sandnes. Grunnen til dette er ifølge henne, prisforskjellene på Oslo og Stavanger/Sandnes. Megleren rangerer god arkitektur høyt i alle grupper og sier at kjøperne er kravstore og har mye å velge i. Hun tror dette også er viktig i Oslo. Hun sier at leilighetene i prosjektene med god arkitektur går først. Hun tror også at den yngre gruppen er mer opptatt av bærekraft enn de eldre og mer etablerte. Hun hevder at hun ser tendenser til at kjøperne begynner å bli mer opptatt av det, men at det foreløpig ikke er betalingsvillighet for det. Hun får lite spørsmål fra kjøperne om bærekraft og lavenergi. Hun sier at det er vanskelig å rangere kvaliteter i gruppen «Barnefamilien». Hun sier at hun har hatt rekkehus i tankene da hun fylte ut svarene. Ifølge henne kjøper ikke barnefamilier blokkleiligheter. Hun nevner også at det er vanskelig å rangere i gruppen «Etablerte». Hun trekker frem at disse kjøperne er de mest kravstore og at de er opptatt av «alt».

Megler 2 jobber i Stavanger. På spørsmålet om hva hun tror er annerledes i Oslo og Stavanger svarer hun blant annet at garasje er mer viktig i Stavanger. Folk bor tettere i Oslo, og hun tror at det er mer vanlig at barnefamilier bosetter seg i leiligheter der enn i Stavanger. Ifølge henne er lavenergi og bærekraft ikke interessant for kjøperne i Stavanger. Hun sier at flere utbyggere er opptatt av bærekraftige løsninger, men at kjøperne ikke ønsker å betale for det ennå. Kommunen gir 50% dekning for parkeringsplasser i prosjekter i Stavanger sentrum. Ifølge megler er dette lite populært hos kjøperne.

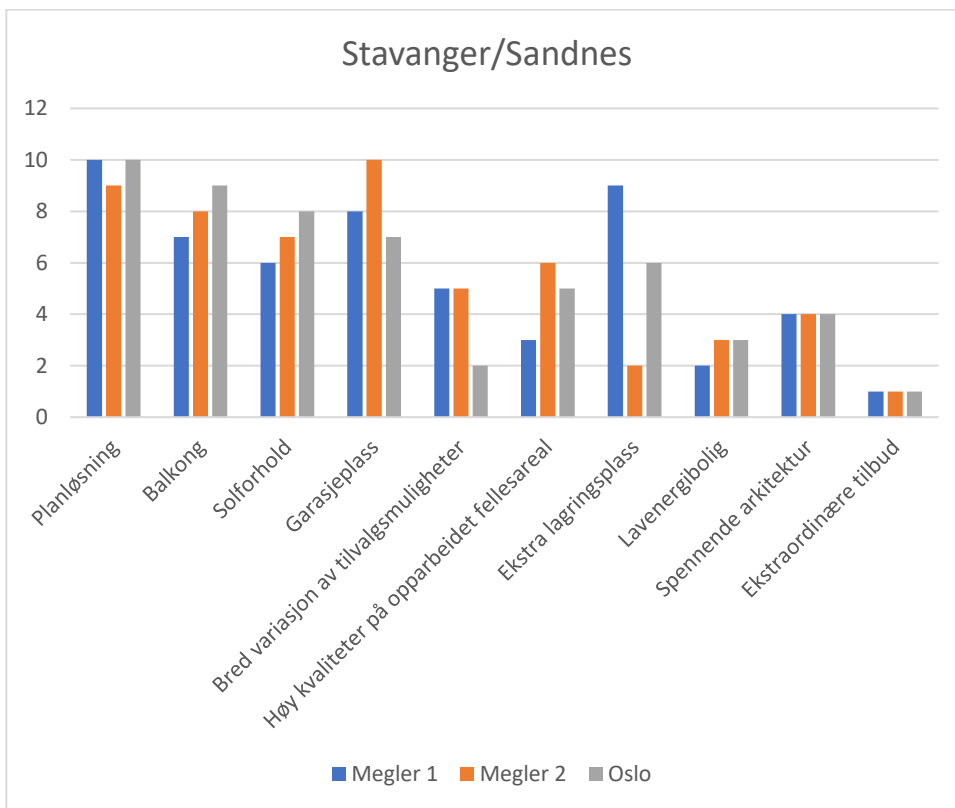
## Førstegangskjøperen:



Figur 13 Førstegangskjøperen, Stavanger/Sandnes, egenprodusert

Som man ser av grafen ovenfor rangerer igjen meglerne kvalitetene planløsning, balkong og solforhold høyt. De samme kvalitetene scorer også høyt i Oslo, men ikke i samme rekkefølge. Kvaliteter som meglerne rangerer lavest er garasje plass, høy kvalitet på fellesareal, ekstraordinære tilbud. Meglerne har vært relativt samstemte i rangeringene sine med unntak av spennende arkitektur. Megler 1 rangerer spennende arkitektur langt høyere enn hva megler 2 gjør. Årsaken til dette kan være at megler 1 arbeider i Sandnes, mens megler 2 arbeider i Stavanger. Ifølge megler 1 har kjøperne mange prosjekter å velge mellom i Sandnes-regionen, og hun opplever at det alltid er lettere å selge prosjekter med spennende arkitektur. Spennende arkitektur er også kvaliteten som skiller seg mest ut fra resultatene i Oslo. Begge meglerne er overrasket over at garasje plass er rangert høyere i Oslo enn det er i Stavangerregionen.

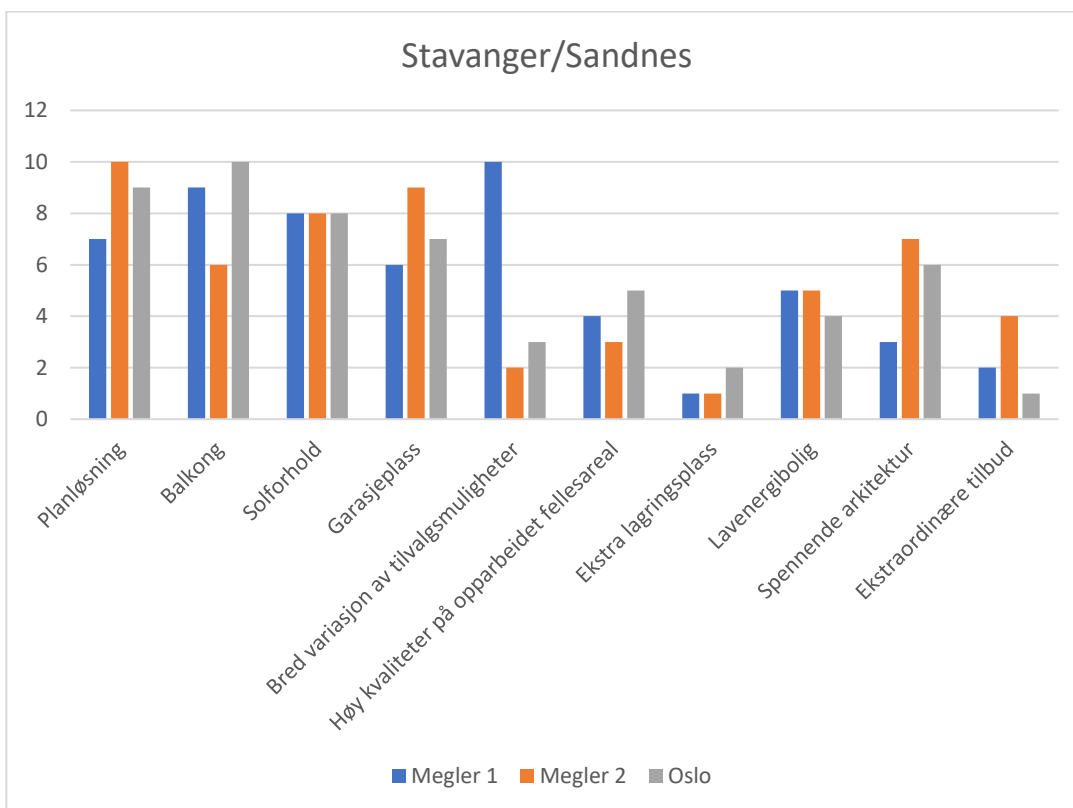
## Barnefamilien



Figur 14 Barnefamilien, Stavanger/Sandnes, egenprodusert

Også i dette segmentet er meglerne ganske samstemte i rangeringene som er avgitt. Det er kun under kvaliteten ekstra lagringsplass at det er et større avvik mellom svarene til meglerne. De fire kvalitetene som er rangert høyest av begge meglerne er planløsning, balkong, solforhold og garasje plass. Kvalitetene som er rangert lavest er ekstraordinære tilbud, lavenergibolig og spennende arkitektur. De samme kvalitetene scorer høyt og lavt i undersøkelsen i Oslo.

## Etablerte:



Figur 15 Etablerte, Stavanger/Sandnes, egenprodusert

Også i segmentet «Etablerte» ser man at megler 1 og megler 2 sine svar samsvarer til en viss grad. Svarene med størst avvik finner man på kvalitetene bred variasjon av tilvalg og spennende arkitektur. Megler 1 har gitt bred variasjon av tilvalg 10, mens megler 2 har gitt en rangering på 2. Ellers er svarene til meglerne ganske like. Kvalitetene som scorer høyest er planløsning, solforhold, garasje plass og balkong. Kvalitetene som scorer lavest i dette segmentet er ekstra lagringsplass, høy kvalitet på fellesområder og ekstraordinære tilbud. Kvalitetene som scorer lavest i Oslo er ekstraordinære tilbud, ekstra lagringsplass og bred variasjon av tilvalgsmuligheter.

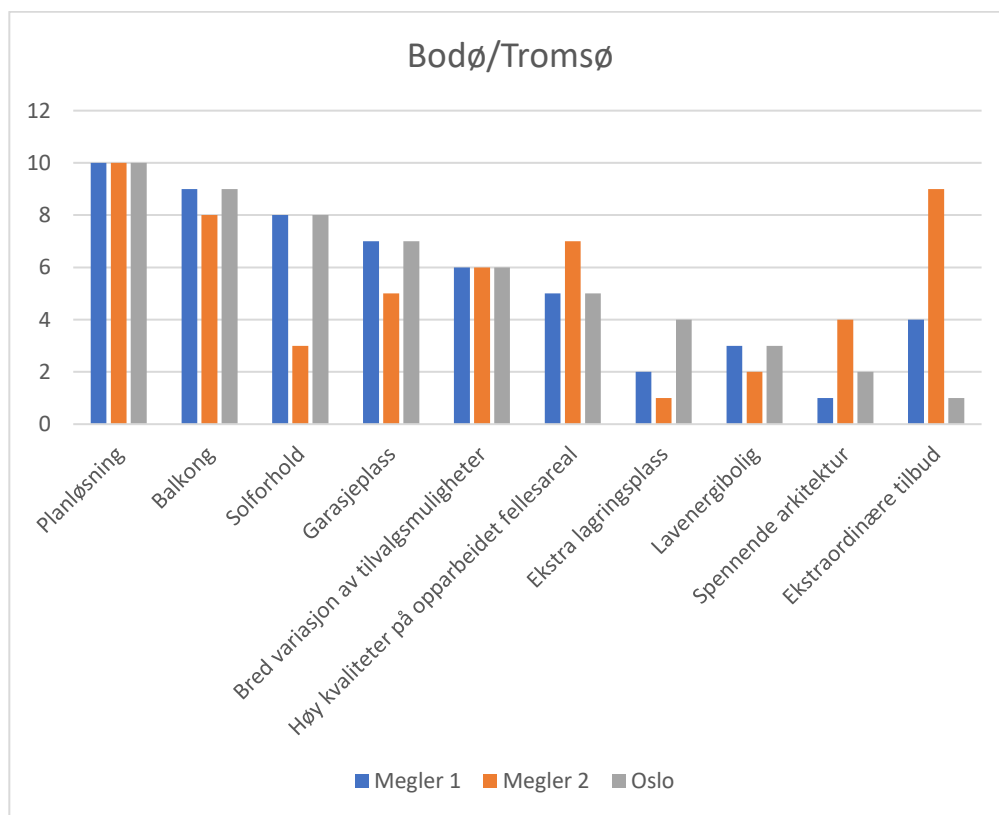
### 4.1.5 Bodø/Tromsø

Megler 1 tror ikke det er veldig store forskjeller mellom det han har svart og det resultatene fra Oslo viser. Han trekker frem parkering/garasje som et moment som sannsynligvis er viktigere i Bodø. Han sier at mens han har jobbet har det vært liten endring i hva kjøperne har vært opptatt av. Han sier også at de siste ti årene har det vært en del antagelser om at

kjøperne var opptatt av fellesarealer og fellesrom, felles takterrasser med mer. Meglers oppfatning er at dette ikke er noe kjøperne bryr seg om og at bærekraft ikke er noe tema hverken hos kjøperne eller utbyggerne. Han får sjelden spørsmål om bærekraft på prosjektene som selges da kjøperne ikke har betalingsvillighet. Han sier også at barnefamiliene ikke kjøper blokkleiligheter, men heller kjøper rekkehus eller enebolig. Han tror også det er vanligere at den etablerte kjøpegruppen flytter fra leilighet til ny leilighet, og at behovet for lagringsplass derfor er mindre i Oslo. I Bodø kommer de samme kjøperne ofte fra større eneboliger.

I intervju med prosjektmegler i Tromsø etterlyser han spesielt beliggenhet som en kvalitet som burde vært tatt med. Videre sier han at han har hatt en miks av blokkleiligheter, rekkehus og eneboliger under oppføring i tankene når han har svart på spørsmålene. Ifølge han er det svært sjelden at barnefamilier kjøper blokkleiligheter og at det er mer vanlig at gruppen «Førstegangskjøpere» og «Etablerte» kjøper blokkbebyggelse.

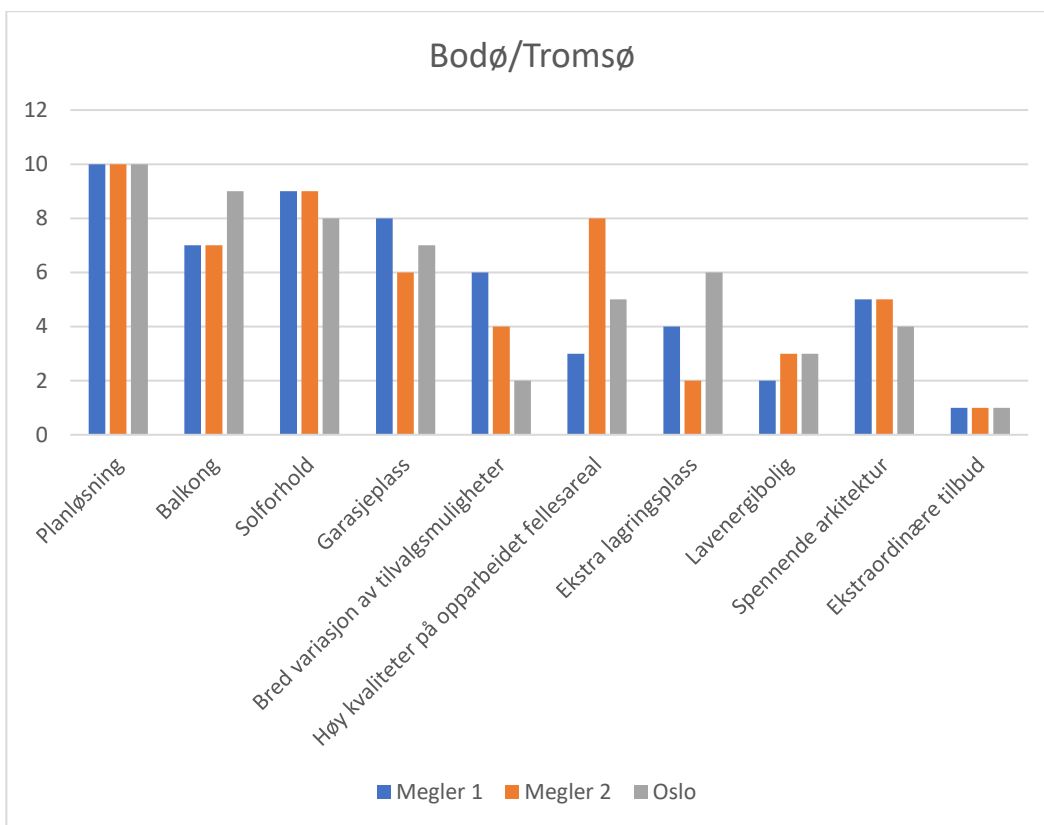
### Førstegangskjøperen:



Figur 16 Førstegangskjøperen, Bodø/Tromsø, egenprodusert

I dette segmentet er megler 1 og megler 2 samstemte i rangeringene av planløsning og balkong. Begge rangerer disse kvalitetene høyest. Megler 1 rangerer også solforhold høyt, men megler 2 er ikke like enig. Meglerne har gitt litt ulike rangeringer, men er enige i at ekstra lagringsplass og lavenergibolig scorer lavest. Spennende arkitektur er også rangert ganske lavt. Meglerne er også veldig uenige i rangeringen av ekstraordinære tilbud. Hvis man sammenligner med resultatene fra undersøkelsen i Oslo er meglerne enige i at planløsning og balkong er viktigst. Lavenergibolig og ekstra lagringsplass scorer også lavt i Oslo, men ikke like lavt som i Bodø/Tromsø. Bred variasjon av tilvalgsmuligheter er rangert 6 av begge meglerne og Oslo.

## Barnefamilien

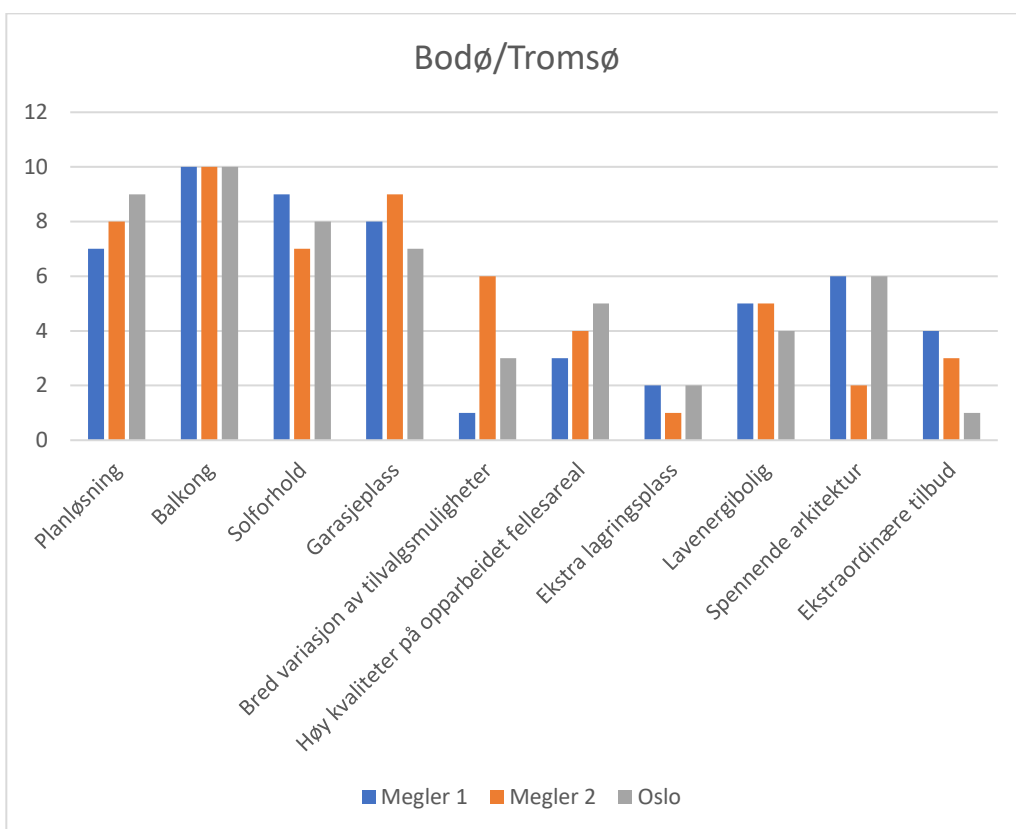


Figur 17 Barnefamilien, Tromsø/Bodø, egenprodusert

Meglerne er også her ganske samstemte i hva de mener er de to mest populære kvalitetene. I dette segmentet er det planløsning og solforhold som scorer høyest. Begge har også

rangert balkong og garasje plass relativt høyt. Kvalitetene som scorer lavest, er ekstraordinære tilbud og lavenergibolig. Ekstra lagringsplass har også fått en ganske lav score av begge to. Det er noen avvik i rangeringene på kvalitetene som scorer middels, men ikke veldig store. Det er størst uenighet om rangering av høy kvalitet på opparbeidet fellesareal.

### Etablerte:



**Figur 18 Etablerte, Bodø/Tromsø, egenprodusert**

I det siste segmentet ser vi at meglerne har rangert de samme fire kvalitetene høyst. Disse er balkong, garasje plass, solforhold og planløsning. Meglerne er ganske uenige i rangeringene av bred variasjon av tilvalgsmuligheter og spennende arkitektur, ellers er de relativt samstemte i rangeringene. Kvalitetene som er rangert lavest er ekstra lagringsplass og ekstraordinære tilbud. Sammenligner man med tallene fra Oslo er det de samme fire

kvalitetene som scorer høyest i Oslo, og kvalitetene som scorer lavt i Bodø/Tromsø scorer også ganske lavt i Oslo.

## 4.2 Oppsummering

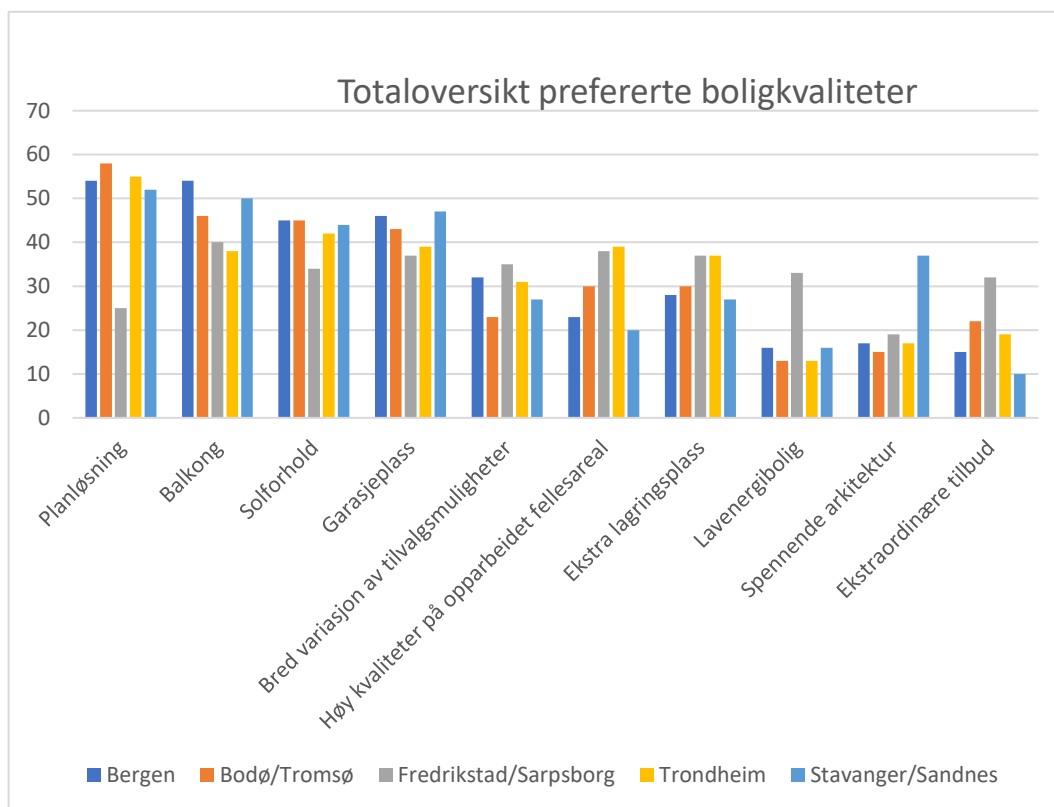
Mange av meglerne har avgitt svar i undersøkelsen som ikke følger trenden i Oslo. Det kan være flere grunner til dette. En grunn kan være at boligkjøpernes preferanser har endret seg siden Mørck & Nødtvedt (2019) gjennomførte sin undersøkelse. En annen årsak kan være at nyboligkjøperes preferanser for boligkvaliteter er variable andre steder i Norge. Dersom man ser på undersøkelsen totalt sett ser man likevel likheter i svarene vedrørende Oslo.

Ved å summere alle rangeringene gitt av meglerne, har jeg funnet frem til hvilke boligkvaliteter som har scoret høyest i undersøkelsen gjennomført av meg. Nedenfor følger tabell og graf.

**Tabell 4 Totaloversikt prefererte boligkvaliteter, egenprodusert**

	Plantøsning	Balkong	Sofforhold	Garasjeplass	Bred variasjon av tilvalgs-muligheter	Høy kvalitet på opparbeidede fellesarealer	Ekstra lagringsplass	Lavenergi-bolig	Spennende arkitektur	Ekstra-ordinære tilbud
Bergen	54	54	45	46	32	23	28	16	17	15
Bodø/Tromsø	58	46	45	43	23	30	30	13	15	22
Fredrikstad/Sarpsborg	25	40	34	37	35	38	37	33	19	32
Trondheim	55	38	42	39	31	39	37	13	17	19
Stavanger/Sandnes	52	50	44	47	27	20	27	16	37	10
	<b>244</b>	<b>228</b>	<b>210</b>	<b>212</b>	<b>148</b>	<b>150</b>	<b>159</b>	<b>91</b>	<b>105</b>	<b>98</b>





**Figur 19 Totaloversikt prefererte boligkvaliteter, egenprodusert**

Som det følger av graf og tabell ovenfor, er det planløsning som har fått aller høyest score i alle byer og segmenter. Videre følger balkong, etterfulgt av garasje plass og solforhold med nesten lik score. Kvalitetene som scorer lavest i min spørreundersøkelse er lavenergibolig, ekstraordinære tilbud og spennende arkitektur.

### 4.3 Delstudie 2: Boligkjøperes mulighet til å påvirke boligkvaliteter

Forrige undersøkelser har gitt svaret på hvilke boligkvaliteter som er viktig for nyboligkjøpere. Løsninger som størrelse på balkong og solforhold er kvaliteter som er fastlåste, men i mange boligprosjekter har kjøperne også mulighet til å påvirke utforming av leilighetene. Kvaliteter kjøperne ofte får være med å velge er farger på vegger, kjøkkeninnredning, størrelse på fliser osv. For å undersøke hvordan kjøpere kan påvirke boligkvalitetene ved kjøp av nybolig, har jeg studert prospekter fra flere boligprosjekter forskjellige steder i landet. I prospektene har jeg lett etter hvilke påvirkningsmuligheter som tilbys kjøperne. Alle prospektene er lastet ned fra Finn.no. I neste delkapittel vil hvert prosjekt ble presentert. Avslutningsvis vil jeg redegjøre for kjøpers påvirkningsmuligheter i en oppsummering.

#### 4.3.1 Bystranda blå, Kristiansand:

Bystranda Blå presenterer følgende påvirkningsmuligheter for den som kjøper bolig i prospektet: Innenfor gitte frister har kjøper enkelte tilvalgsmuligheter. Endringsmuligheter er solskjerm, delvis innglassing av balkong, gasspeis i leiligheter over 100 m<sup>2</sup> og lading for elbil. Det presiseres også at endringer kun kan kreves for en verdi av 15% av kjøpesummen. Endringer ønsket av kjøper må tas opp med representant fra byggherren for deretter å bli enige om gjennomførbarhet og pris. Byggherren tillater ikke selger å gjøre egenarbeid eller å hente inn egne håndverkere innen overtagelse av boligen. Hver leilighet blir levert med sportsbod på 5 m<sup>2</sup> som er inklusiv kjøpesum. Det kan kjøpes parkeringsplass i felles parkeringskjeller. Det er avsatt 300 m<sup>2</sup> i fellesareal. Fellesarealet vil inneholde resepsjon, selskapslokale, kjøkken, anretning, bibliotek, trimrom og to gjestehybler.

#### 4.3.2 Apeltunvegen 2a, Bergen

Det følger av prospektet at det er utarbeidet en tilvalgsmeny der mulighetene for tilvalg er listet opp. Det står også at prosjektet er basert på serieproduksjon og at man ikke kan regne med at tilvalg, som ikke er omtalt i tilvalgsmenyen, vil bli godkjent. Selger setter frist for tilvalg. Det vil si at dersom man ønsker å få utført tilvalgene, må tilvalgene varsles før denne fristen utløper. Kjøper kan ikke kreve endringer som overstiger 15% av salgssummen og endringene kan ikke være endringer som kan føre til ulempe for selger.

Ulemper kan være for eksempel forsinkelser, arbeid som berører rammetillatelsen med mer. Parkeringsplass må kjøpes separat. Alle leilighetene får med sportsbod på minimum 2,5 m<sup>2</sup>. Arkitekten velger utseendet på fellesarealene.

#### 4.3.3 Gotaasalléen, Jessheim

I dette prosjektet kan kjøper velge mellom to fargekonsepter: Mørkt og lyst. Konseptene er utarbeidet av en interiørarkitekt. Konseptene gjelder ikke kun farge på vegger, men også farger på gulvfliser, kjøkkeninnredning, innerdører osv. Kjøper kan velge fargekonseptene kostnadsfritt. Dersom kjøper heller ønsker hvite nøytrale farger på veggene, kan også dette leveres kostnadsfritt. Etter oppstart av prosjektet vil utbygger kalle inn til et eget tilvalgsmøte der man går gjennom muligheten for individuelle tilpasninger osv. Prosjektet utføres med delvis serieproduksjon som gir begrensninger for hvilke tilvalg som er mulig på forskjellige tidspunkt. I tillegg til fargekonseptene som beskrevet ovenfor kan kjøper gjøre en rekke andre tilvalg, for eksempel bestilling av garderobeskap og plassering av elektriske punkter. Kjøper kan ikke kreve endringer som overstiger 15% av kjøpesum eller endringer som vil medføre ulempe eller forsinkelse for selger. Utseendet på fellesarealet bestemmes av arkitekten. Prosjektet har felles takterrasse. Parkeringsplass må kjøpes separat. Det er mulighet for å kjøpe elbil-lader som tilvalg.

#### 4.3.4 Consulens brygge, Stavanger:

Prosjektet blir gjennomført som serieproduksjon. Dette setter begrensninger for hvilke endringer som er mulig og når det er mulig. Selger utarbeider tilvalgsliste som vil bli formidlet til kjøperne før innredningsarbeidet i leilighetene starter. Det vil da bli satt frister for å gjøre tilvalg. Tilvalg bestilles gjennom en digital portal. Kjøper har tilvalgsmulighet på blant annet type parkett, garderobe, innvendig dører, fliser våtrom, farger på vegg, kjøkkenmodeller fra prosjektets kjøkkenleverandør, smarthusteknologi med mer. Man kan avtale eget tilvalgsmøte med kjøkkenleverandøren. Tilvalg medfører pristillegg. Kjøper kan også avtale endringer som ikke er tatt med i tilvalgslisten mot tillegg i pris. Kjøper kan ikke kreve endringer som utgjør mer enn 15% av kjøpesummen. Endringene kan heller ikke være i strid med BREEAM very good og gjeldende forskriftskrav. Parkeringsplasser kan kjøpes ved siden av. Tilrettelegging for elbil-lading er inkludert i kjøpesummen for parkeringsplass, men ladepunkt må bestilles som tilvalg. Det blir sykkelparkering både

innendørs og utendørs. Det medfølger sportsbod for hver leilighet. Det blir totalt 4 felleslokaler i prosjektet. Prosjektet tilbyr bildelingsløsning.

#### 4.3.5 Dronningens gate, Sandefjord

I dette prosjektet vil det være mulighet for å gjøre tilvalg som for eksempel type parkett, fargevalg, skapfronter og lignende i en begrenset periode. Selger tilbyr møter med interiørkonsulenter for blant annet å velge utseendet på kjøkkeninnredningen. Man kan ikke gjøre endringer med kostnader som overstiger 15% av kontraktsverdi. Det medfølger innvendig bod i leiligheten og én sportsbod. Prosjektet har 22 parkeringsplasser som blir fordelt på leilighetene. Det er ikke nok parkeringsplasser til at det følger med alle leilighetene. Utseendet på fellesarealene bestemmes av arkitekten. Fellesarealene blir opparbeidet med belysninger, sittegrupper og planter.

#### 4.3.6 Konsept B, Bodø:

Prosjektet har tilvalgsprosess og det blir satt frist for endringer. Endringer som kan bestilles er for eksempel tilvalg på kjøkken. Prosjektet gjennomføres med leilighetsmoduler. Dette setter en del begrensninger for hvilke tilvalgsmuligheter kjøper kan forvente å få gjennomført. Alle balkonger blir levert med innglassing. Utseendet på fellesområdene blir bestemt av arkitekt. Prosjektet har totalt 25 parkeringsplasser, men bare 11 av disse er forbeholdt leilighetene. Parkeringsplass må kjøpes ved siden av etter førstemann til mølla-prinsippet. Noen leiligheter har fortrinnsrett på kjøp av parkeringsplass. De som ønsker det, kan bestille elbil-lader som tilvalg. Det følger med én sportsbod til hver leilighet. I tillegg blir det etablert fellesrom for rullestoler, barnevogner og sykkel.

#### 4.3.7 Byhaven Jadegården, Fredrikstad:

I dette prosjektet er det laget 3 tilvalgskonsepter. Disse har fått navnene Sjø, Natur og Bris. Natur kan velges uten ekstra kostnader, mens Bris koster ekstra. Konseptene skiller seg fra hverandre når det gjelder fargevalg på vegger, fliser på bad, samt kjøkken- og baderomsinnredning. Det kan bestilles innglassing av balkong på noen av leilighetene. Et

annet tilvalg som tilbys er utvendig solskjerming/screens. Garderobeskap er ikke standard, men kjøper kan bestille dette som tilvalg fra en leverandør valgt av utbygger. Prosjektet blir levert med integrerte hvitevarer og her er merket valgt av leverandør. Det kan også leveres med tilvalg Smart-hus så lenge kjøper er tidsnok ute. Prosjektet tilbyr følgende tilvalg: Kjøkkeninnredning, baderomsinnredning, garderobe, blandebatteri, innerdører, parkett og andre farger på innvendige vegger. I dette prosjektet tilbys bildelingsordning. Prosjektet vil også få fem elsykler som skal kunne deles mellom beboerne. Når det gjelder parkering så har alle som kjøper treroms leilighet eller større, mulighet til å kjøpe parkeringsplass i garasjekjeller. Det vil være mulighet for å bestille ladestasjon for elbil. I prospektet står det at dersom det er overskuddsplasser etter prosjektet er ferdigstilt, kan flere garasjeplasser bli lagt ut for salg. Det følger én sportsbod i kjeller med alle leiligheter. Prospektet opplyser om at tilvalgene må bli bestilt før gitte tidsfrister. Tilvalgene vil være utstilt på visningssenteret til prosjektet. Det står i prospektet at selger og arkitekter vil velge en stil på fellesarealet som harmoniserer med prosjektet. Dersom kjøper ønsker endringer som ikke dekkes av tilvalgslisten må endringene godkjennes av byggherre. Endringer som er i strid med TEK17 eller som medfører endringer på fasaden blir ikke tillatt. Tekniske installasjoner må også beholde sin plass. Oppstart av en slik prosess vil også koste penger for kjøper. Det er lagt en maksgrense for tilvalg på 15% av kjøpesummen.

#### 4.3.8 Nansenløkka, Fornebu:

Adgangen til å gjøre tilvalg er tidsbegrenset. Det står også at da prosjektet er basert på serieproduksjon, kan man ikke påregne og få godkjent tilvalg som ikke står på listen over tilvalg. Rett til tilvalg er begrenset til 15% av kjøpesummen. Interiørarkitekter fra Metropolis har satt sammen tre interiørkonsepter basert på standard og tilvalgsproduktene. Konseptene fungerer som inspirasjon og veiledning. Konseptene heter Ren vår (Standardkonsept), Bris og Gylden høst. Kjøperne kan også velge farger på leiligheten uavhengig av konsept, men fargene man kan velge mellom er klassisk hvit, tidløs eller varmgrå. Det leveres kjøkkeninnredning fra HTH, startpakke på smarthus, enstavs eikeparkett, innerdører, regndusj, mm. Det vil også være mulig å gjøre tilvalg på farge og størrelse på gulvflis, farge på kjøkkenfronter (innenfor et sortiment), gulvlist i tilvalgsperioden. Kjøper kan bestille flis mellom over og underskap på kjøkken som tilvalg.

Garderobeskap leveres ikke, men kan bestilles som tilvalg. Det er forberedt for at man kan montere elektriske zip-screens i ettertid. Enkelte vinduer på syd- og vestfasade leveres med solskjerming iht. myndighetskrav. Der hvor myndighetskrav ikke krever solavskjerming, vil dette tilbys som tilvalg. Det blir ikke levert solavskjerming på balkong- og terrassedører. Det medfølger sportsbod. Det vil tilbys bildelingsordning for beboerne. Det medfølger ikke parkeringsplass til beboerne, men dette kan kjøpes ved siden av. Det er mulighet for å bestille ladestasjon for elbil som tilvalg. Flere av leilighetene har mer enn en balkong. Flere leiligheter har både to og tre balkonger. I prospektet er det opplyst at det vil bli etablert et fellesthus på 200 m<sup>2</sup> ved fellestagen til prosjektet.

#### 4.3.9 Ulven T borettslag, Oslo:

Tilvalgsprosessen foregår digitalt gjennom et nettbasert kundebehandlingssystem «kundeportal» som hver kjøper får et brukernavn og passord til. Det vil være begrensninger for hvilke tilvalg og endringer som tillates og innenfor hvilke tidsrom disse arbeidene må bestilles, avhengig av hvor langt i byggeprosessen prosjektet har kommet. Adgangen til tilvalg er begrenset til 15% av kjøpesummen. Utbygger vil i god tid før innredningsarbeidene starter, utarbeide en tilvalgsmeny hvor priser og frister for beslutning vil fremkomme. Det blir ikke egen parkeringskjeller i blokken, men beboere kan kjøpe parkeringsplass i garasjekjeller i naboprojektet Ulvenparken. Det blir etablert innvendig og utvendig sykkelparkering. Alle kjøperne vil bli invitert til å delta på tilvalgsmøte hvor nærmere informasjon om muligheter for tilvalg vil gis. Hvitevarer følger ikke med, men kan bestilles som tilvalg. Vegger på bad leveres med keramiske fliser. Det er muligheter i tidlig fase for kjøp av tilvalg til andre fliser, men da badrommene er prefabrikkerte badromskabiner må slike tilvalg skje tidlig i prosjektet. Det er mulig å kjøpe tilvalg med fliser mellom over og underskap på kjøkken. Garderobeskap leveres ikke, men kan kjøpes som tilvalg. Innbyggingsskap for komfyr leveres ikke som standard, men kan kjøpes som tilvalg. Prosjektet leveres med felles takterrasse for beboerne.

#### 4.3.10 Basseløkka, Trondheim:

Kjøpere kan sette sitt personlige preg på leiligheten gjennom tilvalg i henhold til prosjektets tilvalgsliste. Tilvalg er planlagt å gjennomføres ved hjelp av digital tilvalgsportal. Kjøpere kan også bestille endringer som for eksempel flytting av vegger

eller dører. Slike ønsker må tas opp med arkitekt og tekniske konsulenter for godkjenning. Kjøper dekker kostnadene for vurderingen uavhengig om endringene gjennomføres eller ikke. Prosjektet er basert på utbygging gjennomføres med delvis serieproduksjon i form av tekniske løsninger og valg av materialer. Dette gir begrensninger for hvilke tillegg og endringer kjøper kan forvente. Fredensborg bolig har utarbeidet tre interiørkonsepter som tilvalg. Tanken bak hvert enkelt interiørkonsept er at det skal gi en rød tråd gjennom hele boligen. De tre konseptene heter Balanse (Standard), Dybde og Natur. De tre konseptene blir illustrert med bilder i prosjektet. Det blir felles takterrasse i en av oppgangene. Parkeringsplass følger ikke med boligen, men kan kjøpes ved siden av til fastpris. Mulighet for å bestille elbil-lading.

#### 4.3.11 Parken, Fjellhamar:

Prosjektet er forutsatt gjennomført som serieproduksjon, med systematisering av tekniske løsninger og valg av materialer. Tilvalgsmulighetene avhenger av hvor langt i byggeprosessen man har kommet på kjøpstidspunktet. Kjøper har mulighet for å gjøre enkelte individuelle tilpasninger i egen bolig. Selger og entreprenør vil i god tid før innredningsarbeidene starter utarbeide en tilvalgsliste hvor priser og frister for beslutninger vil fremkomme. Selger utarbeider en tilvalgsmeny som angir muligheter for endringer og tilleggsarbeider. Priser kan inneholde påslag til selger for merarbeid knyttet til administrering av tilvalg og endringer fra underleverandører. Kjøper har ikke rett til å kreve endringer og tilleggsarbeider som ikke står i sammenheng med ytelser som er avtalt, og som i omfang eller karakter skiller seg vesentlig fra den avtale ytelsen, og/eller er til hinder for rasjonell gjennomføring av byggearbeidene. Det vil bli mulig med kostnadsfrie tilvalg på kjøkkenfronter. Parkeringsplass følger ikke med leiligheten, men for noen leiligheter følger retten til å kunne kjøpe plass. Ladestasjon for elbil kan bestilles som tilvalg. Det medfølger én sportsbod pr. leilighet. Prosjektet inneholder både trimrom og vaskehall for bil og sykkel. Kjøper vil bli invitert av entreprenør AS Realbygg til eget tilvalgsmøte.

#### 4.3.12 Solghøgda III, Lillehammer

Utbygger utarbeidet egen tilvalgsmeny og kjøper må bestemme tilvalg innen en gitt tidsfrist. Tilvalg som omfattes av denne listen er blant annet parkett, farger, hvitevarer,

kjøkkeninnredning, fliser, garderober, elektriske punkter, utvendig solskjerming med mer. Tilvalgene medfører økte kostnader for kjøper. Endringer utover denne listen må søkes om og kan ikke overskride 15% av kjøpesum. Saksbehandlingen vil koste penger uavhengig av om endringen blir godkjent eller ikke. Det følger med én parkeringsplass pr. leilighet. Prisen er inkludert i kjøpesummen for leiligheten. Det er mulighet for elbil-lading som tilvalg. Det følger også med sportsbod. Utformingen av fellesarealene velges av arkitektene. Noen av leilighetene er tegnet inn med to balkonger.

#### 4.4 Oppsummering

Funnene jeg har gjort i prospektene viser at kjøperne har mulighet til å påvirke og gjøre endringer i leilighetene så lenge man kommer tidlig inn i prosjektet. Selgerne utarbeider tilvalgslistene der kjøperne for eksempel kan velge kjøkkeninnredning, farge på overflater, type parkett, størrelse og farger på flise, elektriske punkter, lader for elbil med mer. For å kunne ta del i denne prosessen må kjøper komme tidlig inn i prosjektene og melde inn tilvalgene innen tidsfristene som er satt. Å gjøre tilvalg medfører ofte økning i prisen på boligen, men det er også en del tilvalg som er kostnadsfrie. Flere profesjonelle utbyggere har digitalisert tilvalgsprosessen for å forenkle prosessen. Ofte er de ulike tilvalgene utstilt på visningshusene i prosjektene. De største utbyggerne har dedikerte ansatte som kun arbeider med tilvalgsprosessen. På flere av prosjektene har selger utarbeidet ferdig utarbeidet «tilvalgspakker». Her har interiørarkitekter satt sammen ferdige pakker med ulike kombinasjoner av farger og tilvalg som kjøperne kan velge blant. Denne løsningen kunne man blant annet finne på prosjektet Jadehave i Fredrikstad.

Når det gjelder endringer som ikke er omfattet av tilvalgslistene er dette regulert i bustadsoppføringslova. Jeg viser her til bustadsoppføringslova (1997, §9): «Forbrukeren kan krevje endringar i arbeidet og påleggje entreprenøren å utføre tilleggsarbeid som står i samanheng med den ytinga som er avtalt, og som ikkje i omfang eller karakter skil seg vesentleg frå denne ytinga.

Forbrukeren kan likevel ikkje krevje endringar eller tilleggsarbeid dersom dette ville føre til ulemper for entreprenøren som ikkje står i høve til forbrukerens interesse i å krevje endringa eller tilleggsarbeidet.



Det kan avtalast på førehand at forbrukaren ikkje kan krevje endringar eller tilleggsarbeid som vil endre vederlaget med 15 prosent eller meir.»

Den siste paragrafen i loven er tatt med i alle prospektene. Dette setter begrensninger for kjøper og hvilke endringer som kan gjennomføres. Eksempler på endringer som vil være vanskelig å gjennomføre er flytting av vinduer, å fjerne bærende konstruksjoner, flytte på ventilasjon med mer. Erfaringsmessig vet jeg at utbyggere kan tillate fjerning av vegger uten bæring så lenge planløsningene tillater det. For eksempel kan man fjerne lettvegg mellom stue og soverom dersom man ikke har behov for det ekstra soverommet. Slike endringer må søkes om og godkjennes av utbygger. Selve søknadsprosessen koster penger uavhengig av om endringen blir godkjent eller ikke.

Kjøper har ikke mulighet til å gjøre endringer på fellesarealer før ferdigstilling. Utseendet på fellesarealene blir bestemt av prosjektenes arkitekter.

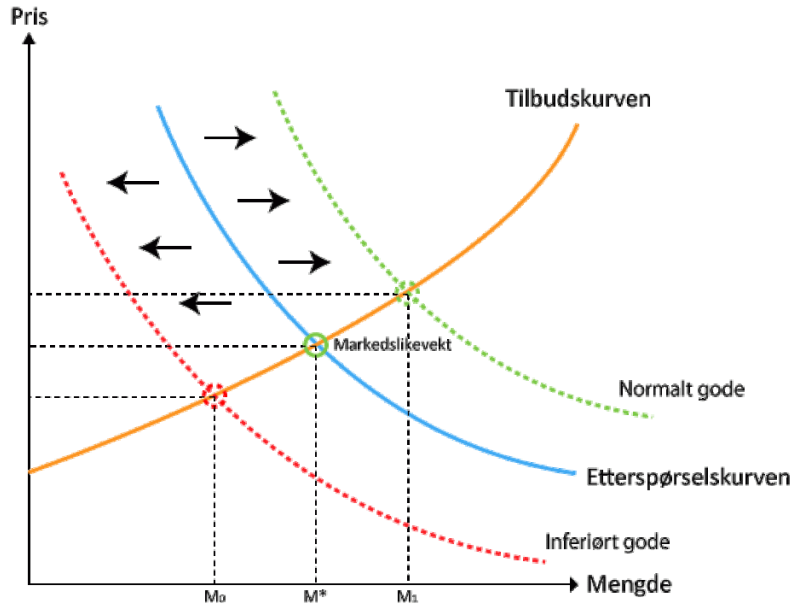
## 5 Drøfting

### 5.1 Delstudie 1: Hva er boligkjøpernes prefererte boligkvaliteter?

I denne delen av oppgaven har jeg forsket på hvilke kvaliteter kjøperne opplever som mest attraktive. Årsaken til at dette er en viktig del av forskningsprosjektet er konkurransesituasjon i eiendomsmarkedet. Det foregår mye boligutvikling rundt omkring i landet og det er konkurranse om kjøperne. Hvordan kan man som utbygger påvirke kjøpernes kjøpsbeslutninger uten at det går på bekostning av lønnsomheten? Før man ser på hva som er boligkjøpernes prefererte boligkvaliteter er det hensiktsmessig å se på hvorfor kundenes preferanser er en viktig del av kjøpsprosessen.

Den klassiske beslutningsteorien sier at i en ideell verden, hvor beslutningstageren innehar all nødvendig kritisk informasjon, vil han ta den beslutningen som gir høyest nytteverdi (Kaufmann & Kaufmann, 2014). Vanligvis har man verken all nødvendig kritisk informasjon eller tid til å innhente all kritisk informasjon før man må fatte en beslutning. Derfor gir den deskriptive beslutningsteorien en bedre beskrivelse av hvordan beslutninger faktisk blir tatt i det daglige (Kaufmann & Kaufmann, 2014). Teorien viser at man pga. mangel av tid til å innhente all nødvendig kritisk informasjon for å identifisere det mest gunstige valgalternativet, velger det første og beste alternativet som er tilfredsstillende i forhold til ambisjoner og kriterier man selv velger å vurdere alternativene etter (Kaufmann & Kaufmann, 2014). Dette kalles satisfiering-prinsippet. Dette vil kunne medføre at man ikke ender opp med å ta det best mulige valget, men valget vil likevel være godt nok, og beslutningstageren vil være fornøyd med valget.

Boligutvikling skjer ikke dersom eiendomsutviklerne ikke tjener penger på prosjektene, og vanligvis starter man ikke byggeprosessen før det er solgt en viss prosentandel av boligene/leilighetene. Boligprosjekter uten tilfredsstillende salgstall blir som regel trukket fra markedet etter en periode. Utviklerne ønsker størst mulig gevinst på salg av hver leilighet for å sitte igjen med høyest mulig avkastning. For å forstå forholdet mellom tilbud, etterspørsel og pris kan vi ta utgangspunkt i etterspørselsteorien.



Figur 20 Tilbud og etterspørsel, Finanssans, Rammen (2018)

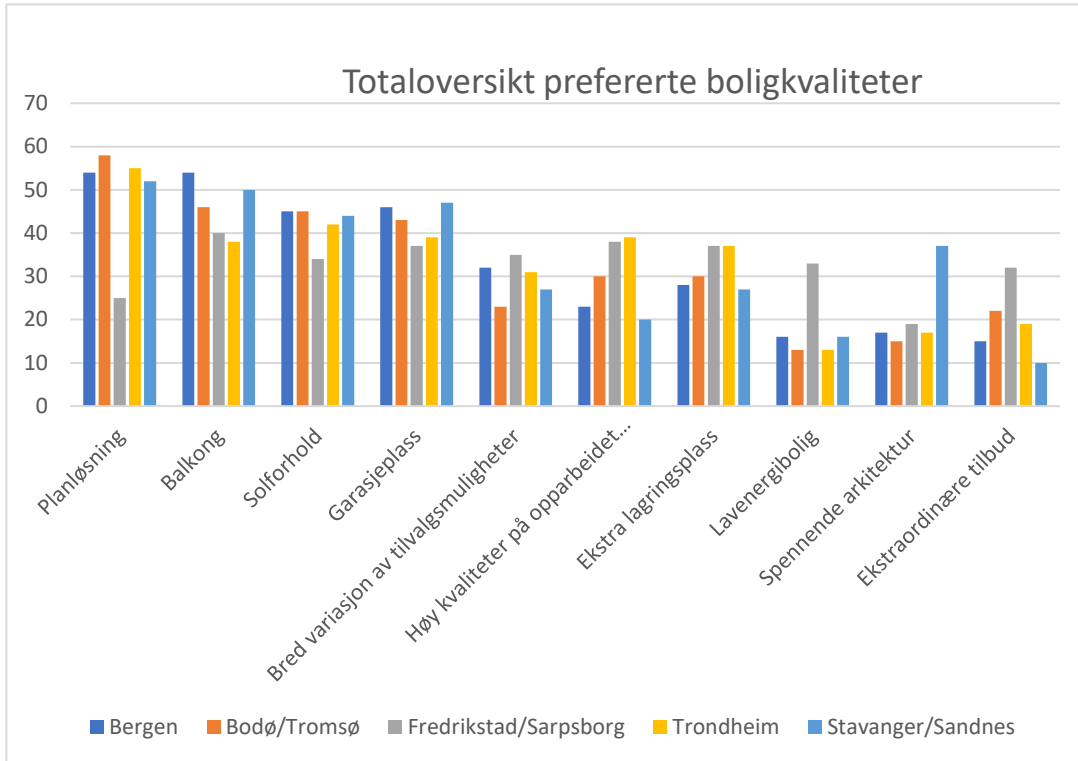
I figuren ovenfor ser man forholdet mellom etterspørsel og tilbud. Figuren viser at i et fritt marked er salgsprisen, eller markedslikevekten, der tilbud- og etterspørselskurven krysser hverandre. Man sier da at man har likevekt i markedet (Holden, S. 2021). Etterspørsel etter et produkt av avhenger blant annet av inntekt og pris på produktet (Holden, S. 2021). Tilbudskurven vil være stigende fordi desto høyere etterspørsel det er etter et produkt, jo mer vil man ønske å produsere (Holden, S, 2021). Ved høyere etterspørsel enn tilbudet vil de som ikke får kjøpt produktet by opp prisen (Holden, S. 2021). To produkter er alternative dersom økt pris på den ene varen fører til flere salg av det andre produktet (Holden, s. 2021). Hvordan kan utbygger skape høyere etterspørsel uten å senke prisen? I boken Markedsøkonomi, skriver Preben Munthe (1979) at en endring i smak som innebærer at en vare vurderes høyere enn tidligere, og at nyttevurderingen av alle andre varer forblir uendret, vil føre til at etterspørselen for varen øker. Av dette, sammen med beslutningsteorien gjennomgått i paragrafen ovenfor, forstår vi at utbygger ved å produsere boliger som gir høy nytteverdi for interessentene kan tiltrekke seg kjøpere uten å senke prisen. Om man skaper høy nok nytteverdi til at etterspørselen øker vil man sannsynligvis også få bedre betalt for boligen. Videre forstår man at dersom konkurrentene skaper høyere nytteverdi i sine prosjekter vil man potensielt være nødt til å ta dårligere betalt enn konkurrenten for å få solgt. Det å bygge boliger av høyere kvalitet kan bety høyere

kostnader, men høyere byggekostnader er ikke ensbetydende med at kjøperne opplever at prosjektet er bedre enn alternativene. En økning i kostnadene betyr vanligvis at tilbyderne vil selge færre produkter enn tidligere så lenge prisen er den samme (Holden, S. 2021). Dersom man øker kostnadene i et prosjekt er det naturlig at man også vil ønske å kreve en høyere pris for at det ikke skal gå ut over lønnsomheten. Høyere pris betyr at etterspørselen går ned (Holden, S. 2021). Hvis man øker prisen, men ikke tilfører høyere nytteverdi for kjøperne, kan det risikere i lavere etterspørsel og at man får dårligere betalt for boligene. Av dette forstår vi at det er kritisk at utbygger prioriterer de riktige godene. For å finne ut hvilke goder/kvaliteter som er viktigst for nyboligkjøpere, har jeg forsket på prefererte boligkvaliteter.

Litteratursøket resulterte i funn av to tidligere masteroppgaver der det var gjort tilsvarende spørreundersøkelse på nyboligkjøperes prefererte boligkvaliteter. Disse masteroppgavene gir midlertidig kun svar på hva som er kjøpernes preferanser i spesielt definerte områder/prosjekter og sier ingenting om de generelle preferansene på landsbasis. Forfatterne av masteroppgavene er Taaje og Løken og Mørck og Nødtvedt. Masteroppgavene er produsert i henholdsvis 2016 og 2019. I dybdeintervjuet med prosjektmeglerne mente flertallet at prefererte boligpreferanser var noe som endret seg over tid. Dette kan bety at det er en sjanse for at resultatene i de to tidligere masteroppgavene er utdaterte. De to tidligere spørreundersøkelsene ble utført med noen års mellomrom og på forskjellige lokasjoner i Oslo omegn. De brukte samme navn på segmentene, men hadde ulike definisjoner på hvilke husstander som tilhørte hvilket segment. Etter å ha analysert resultatene fra begge masteroppgavene viste det seg likevel at de samme boligkvalitetene scoret høyest i begge undersøkelser. Dette gjorde det mulig for meg å ta utgangspunkt i disse resultatene i forbindelse med min egen forskning. Forfatterne i de tidligere masteroppgavene kom i direkte kontakt med kjøperne ved å stille opp på fellesvisninger i visningshuset på prosjekter. Taaje og Løken (2016) samlet inn 70 ulike besvarelser på spørreundersøkelsen mens Mørck & Nødtvedt fikk inn 203 besvarelser. Da begge undersøkelsene hadde et større antall respondenter, er det grunn til å tro at resultatene som er presentert i masteroppgavene er pålitelige. Ideelt sett burde jeg også sendt spørreundersøkelse til boligkjøpere, men da min undersøkelse er gjort flere forskjellige steder i landet ville prosjektet blitt alt for omfattende for én person. I de to

tidligere masteroppgavene fylte også meglere og eiendomsutviklere ut det samme spørreskjemaet som boligsøkerne. Når man da sammenlignet svarene fra de profesjonelle aktørene og boligsøkerne viste det seg at de profesjonelle aktørene hadde god kjennskap til nyboligkjøperes prefererte boligkvaliteter. Derfor var min vurdering at det er tilstrekkelig å henvende seg mot profesjonelle aktører i eiendomsbransjen. Bak vurderingen om å intervju prosjektmeglere er tanken at disse har daglig kontakt med kjøperne jeg ønsker å analysere. Det kan derfor tenkes at prosjektmeglerne har bedre forutsetninger for å kunne svare på boligkjøpernes preferanser enn hva eiendomsutviklere har. Jeg kjenner til at mange eiendomsutviklere gjør egne målinger og undersøkelser rettet mot kjøperne. Ved å gjennomføre spørreundersøkelser og intervjuer med eiendomsutviklere i tillegg, hadde jeg fått en ekstra kvalitetssikring, men tiden strakk ikke til. I tillegg opplevde jeg det vanskelig og mer tidkrevende enn først antatt og finne prosjektmeglere som ønsket å stille opp.

Alle prosjektmeglerne fylte ut spørreskjema i forkant av intervjuet etter instruksjoner på e-post. Intervjuguiden jeg utarbeidet og sendte ut i forkant av spørreundersøkelsen og intervjuet, skulle bidra til at respondentene fikk all nødvendig informasjon før utfylling av skjemaene. Jeg har ingen garantier for hvor nøye prosjektmeglerne var da de gjorde rangeringene, og jeg vet heller ikke hvor lang tid hver megler brukte på å sette seg inn i spørreskjemaet. For å minske sannsynligheten for villedende data valgte jeg å henvende meg til to meglere fra hver by jeg undersøkte. Der meglernes rangeringer samsvarer er det grunn til å tro at svarene er troverdige. Det var flere prosjektmeglere som hadde ulike oppfatninger og svarte forskjellig selv om de arbeidet i de samme byene. Jeg valgte å summere rangeringene fra alle meglere slik at sluttresultatet i spørreundersøkelsen ikke ble påvirket av avvik i like stor grad. Da spørreundersøkelsene var ferdig ble rangeringene fra prosjektmeglerne summert i én tabell og én graf.



**Figur 21 Totaloversikt prefererte boligkvaliteter fra spørreundersøkelse med prosjektmeglere, egenprodusert**

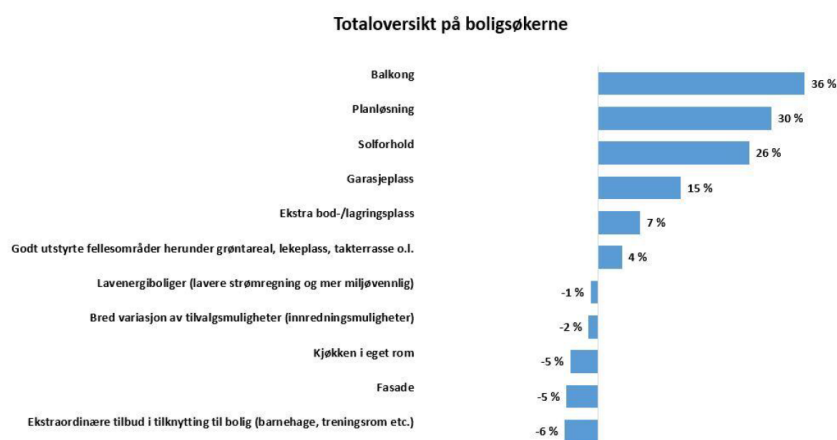
Figuren over viser resultatet av spørreundersøkelsen jeg har gjennomført med prosjektmeglere forskjellig steder i landet. Som man ser av figuren er det planløsning, balkong, solforhold og garasje plass som står frem som de mest populære kvalitetene i undersøkelsen. Med unntak av regionen Fredrikstad/Sarpsborg er de andre meglerne relativt samstemte i disse rangeringene. Hvis man ser nærmere på rangeringen av planløsning i Fredrikstad/Sarpsborg, ser man at den ene megleren har gitt planløsning 8 og den andre megleren har gitt planløsning 1. Den ene megleren er dermed enig med majoriteten i at planløsning er en viktig kvalitet. En årsak til at den andre megleren opplever at planløsning er mindre viktig kan være at interessentene ikke har kommentert planløsning i de prosjektene vedkommende har solgt. Dette kan for eksempel være fordi prosjektene har gode planløsninger. En annen årsak kan være at regionen er liten og mangel på konkurrerende prosjekter har gjort at kjøperne kommer, uansett hva slags planløsning prosjektene har. Det at meglerne har såpass forskjellig syn på kvalitet fremstår likevel noe overraskende.

Ser man nærmere på grafen fra min spørreundersøkelse med prosjektmeglere, er det noen avvik som skiller seg ut. For eksempel ser man at spennende arkitektur virker å være viktigere i Stavanger/Sandnes enn det er i de andre regionene. Breiavannet Park i Stavanger og Tre Taarn i Rundeskogen Sandnes, er to prosjekter som ble vist frem på arkitekturbiennale i Venezia i 2016 (Stavanger aftenblad, 2016). «Tree Taarn» var også nominert til Statens byggeskikkpris i 2014. Prosjektene var tegnet av arkitektene i Helen & Hard. Stavanger kommune er også i ferd med å få en ny arkitekturstrategi (Thon T. Arkitektnytt (2022)). Dette kan tyde på at arkitektur er et satsningsområde i regionen.

En annen rangering som skiller seg ut, er lavenergiboliger i Fredrikstad/Sarpsborg. Lavenergiboliger er rangert høyere her enn i de andre regionene. I Fredrikstads kommunedelplan for klima 2019-2030 kommer det frem at kommunen ønsker å legge føringer for mer klimavennlige og bærekraftige prosjekter gjennom arealplanlegging og regulering. I kommunedelplanen står det blant annet at kommunen ønsker å stimulere boligeiere til å redusere energiforbruket og velge mer fremtidsrettede energiløsninger og klimavennlige materialer. Det kan tenkes at kommunens søkelys på bærekraft og klimavennlige løsninger også påvirker beboerne i regionen til å være mer opptatt av bærekraft. Det at kommunen setter strengere krav til utbyggerne gjør også at boligene som blir bygd i regionen er mer klimavennlige.

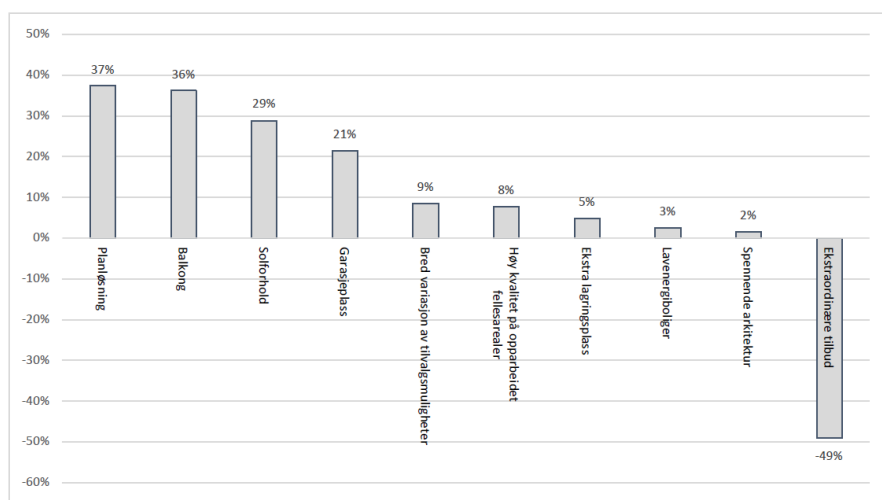
Da jeg gikk gjennom svarene fra prosjektmeglerne, oppdaget jeg noen større avvik i rangeringene til informantene fra samme by. For eksempel var det store forskjeller i prosjektmeglerne i Fredrikstad og Sarpsborg sine besvarelser, noe som overrasket meg da dette er to relativt like byer. En mulig årsak til dette kan være at det har vært noen misforståelser i hva som ligger inn under de forskjellige kvalitetene, selv om dette står spesifisert i intervjuguiden. Flere av meglerne sa også at det var vanskelig å rangere «Barnefamilien» da denne gruppen ikke kjøper nyoppførte leilighet i blokk i deres distrikt. Det som kom frem i intervjuene var at årsaken kunne ha med økonomi å gjøre. Lavere boligpriser i deres distrikter, sammenlignet med Oslo, gjorde det mulig for denne gruppen å kjøpe rekkehus eller enebolig i stedet for leilighet. I intervjuene kom det også frem at meglerne syntes det var vanskelig å rangere gruppen «Etablerte», da de mente at dette segmentet var kravstore og «alt» var like viktig. Det å gjennomføre intervjuer etter at

meglerne hadde fylt ut spørreundersøkelsen ga meg en ekstra kvalitetssikring, da jeg kunne gå gjennom svarene med prosjektmeglerne etterpå. Dette ga meg muligheten til å avdekke misforståelser eller feil. Ved å gjennomføre flere enn ti intervjuer er det godt mulig at jeg hadde fått et annet resultat, men det er ganske tydelig at det var planløsning, balkong, solforhold og garasje som meglerne oppfatter som de mest attraktive kvalitetene. Det er også en mulighet for at jeg ville fått et annet resultat dersom jeg hadde intervjuet mellom 50 og 100 boligkjøpere fra hver by jeg gjorde undersøkelser i.



**Figur 22 Totaloversikt alle boligsøkere, Taaje & Løken (2016)**

**Boligsøkernes resultater på totalnivå**



**Figur 23 Totaloversikt boligsøkere, Mørck & Nødtvedt (2019)**



I de to figurene ovenfor ser man resultatene fra de to tidligere masteroppgavene. Når vi sammenligner resultatene fra min undersøkelse og resultatene fra de to tidligere masteroppgavene er det store likhetstrekk i rangeringene i de tre ulike studiene. Selv om ingen av de tre studiene er identiske er det de samme kvalitetene som blir rangert høyest. I tillegg er det også store likheter i kvalitetene som scorer lavest, selv om studiene ikke er helt identiske. Ekstraordinære tilbud blir rangert lavest i alle 3 undersøkelser sammen med fasade/spennende arkitektur. Lavenergibolig scorer også lavt i alle tre undersøkelser. Likhetstrekkene gir belegg for å hevde at studiene fra de to tidligere masteroppgavene er nasjonalt allmenngyldige.

## 5.2 Delstudie 2: Boligkjøperes mulighet til å påvirke boligkvaliteter

Formålet med denne undersøkelsen er å kartlegge kjøpernes påvirkningsmuligheter i boligprosjekter og å undersøke hvordan utbyggerne benytter kunnskapen om boligkjøpernes preferanser i prospektene. Viktigheten av boligkjøpernes prefererte boligkvaliteter er grundig drøftet i forrige kapittel og vil derfor ikke bli gjennomgått her.

Med stor sannsynligvis får de aller fleste kjøperne kunnskap om prosjektene først gjennom salgsannonser og prospekt. Det var også derfor jeg valgte å analysere prospekter i dette delstudiet. Ved å velge ut tolv forskjellige prosjekter og analysere salgsdokumentene burde det gi gode forutsetninger for å danne seg en mening om hva som blir kommunisert ut til kjøperne. For å danne meg et mest mulig bredt bilde har jeg valgt prosjekter med forskjellige geografiske lokasjoner. På den måten ønsket jeg å danne meg et generelt bilde av hvordan utbyggerne kommuniserer med kjøperne for å oppnå salg. I ettertid av undersøkelsen ser jeg at jeg kunne tilført delstudiet mer ved å gjennomføre intervjuer med eiendomsutviklere, men på grunn av tidsfrister lot ikke dette seg gjøre. Undersøkelsene jeg har gjort har likevel resultert i funn som har gjort at jeg har kommet frem til et svar på forskningsspørsmålene.

Etter gjennomgangen av tolv prospekter kom jeg frem til at selger vanligvis utarbeider tilvalgslister der kjøperne får listet opp mulige endringer. Utbyggerne setter vanligvis en frist på tilvalg som kjøperne må forholde seg til. Å bestille endringer etter denne fristens

utløp er vanligvis ikke mulig. Som regel var mulige endringer på tilvalgslisten kjøkken- og baderomsinnredning, farge på overflater, type parkett, dusjarmatur, solskjerming/screens, størrelse og farger på fliser, elektriske punkter, lader for elbil med mer. Der noen tilvalg var gratis, var det også en del tilvalg som medførte ekstra kostnader. Tilvalgsprosessen var ofte effektivisert gjennom digitaliserte tilvalgsprosesser. For eksempel hadde flere utbyggere laget nettsider der ønskede tilvalg kunne bestilles. Flere prosjekter hadde også dedikerte medarbeidere som kun arbeidet med tilvalg. Dette tyder på at utviklerne tar kjøpernes påvirkningsmuligheter svært seriøst. Ved å la kjøper få gjøre diverse tilvalg, kan det bidra til å skape høyere nytteverdi ved at kjøper får det akkurat slik han ønsker. I følge Kaufmann & Kaufmann (2014) vil kjøperne gjøre kjøpsbeslutninger basert på hvilket alternativ som de opplever gir dem høyest nytteverdi. Det kan tenkes at det ville vært billigere for utbygger å ta alle farge- og interiørvalgene selv og ikke la kjøperne gjøre endringer. På den måten ville de spart kostnader tilknytter tilvalgsportaler og lønnskostnader til de som arbeider med tilvalg. Jeg tror likevel basert på teorien om nytteverdi i Kaufmann og Kaufmann (2014) at å fjerne kjøpers påvirkningsmuligheter ville ført til at mange ville gått til konkurrerende prosjekter.

På noen av prosjektene som ble analysert hadde selger utarbeidet ferdige «tilvalgspakker». Her hadde profesjonelle interiørarkitekter på forhånd satt sammen ferdige pakker med ulike kombinasjoner av farger og tilvalg som kjøperne kunne velge. En slik løsning var for eksempel å finne på prosjektet Jadehaven i Fredrikstad.

Når det kommer til å gjøre endringer som ikke omfattes av tilvalgslistene, som er utarbeidet av utbyggerne, blir det satt en del begrensninger av utbygger og myndighetene. Bustadsoppføringslova §9 regulerer forbrukernes rett til å kreve endrings- og tilleggsarbeider. I nesten alle prospektene jeg har analysert blir det referert til bustadsoppføringslova §9(3), som sier at forbruker og entreprenør kan avtale at kjøper ikke kan kreve endringer som medfører større kostnader enn 15% av salgssummen. Kravene etter Plan og bygningsloven (2008) og Byggteknisk forskrift (2017) setter også begrensninger for hvilke endringer utbygger lovlig kan utføre. Dette er krav som for eksempel lysforhold, støy, brannsikkerhet, inneklima med mer.

Den profesjonelle tilnærmingen utbyggerne har til kjøpers påvirkningsmuligheter kan tyde på at utbyggerne opplever at tilvalgsprosesser er viktig for å trekke til seg kjøpere. Selv om dette sannsynligvis medfører en del kostnader og merarbeid for utbygger. Resultatene fra spørreundersøkelsen som ble utført i delstudie 1, viste at bred variasjon av tilvalgsmuligheter var rangert «midt på treet» av prosjektmeglerne. Det kan derfor tolkes slik at utbyggerne ser på påvirkningsmuligheter som et virkemiddel for å trekke til seg kjøpere.

Resultatene fra det første delstudiet viste at det prosjektmeglerne opplevde som den viktigste kvaliteten var planløsning. Det å legge til rette for påvirkning på planløsninger kan være utfordrende da man må ta hensyn til arkitektur, sjakter, rør og elektro. Muligheten for endringer i planløsning kommer ikke frem i salgsdokumentasjonen jeg har analysert, men erfaringsmessig vet jeg at utbyggere ofte legger til rette for å fjerne lettvegger dersom for eksempel en mulig boligkøper heller ønsker større stue enn et ekstra soverom. For noen boligkøpere kan størrelsen på for eksempel stue, være avgjørende for om man velger å kjøpe eller ikke. Som megler av bruktboliger, møter jeg ofte kunder på visning som spør om muligheten for å enten fjerne eller sette opp nye vegger for å lage ekstra soverom eller større stue. Basert på resultatene fra delstudie 1 vil jeg anta at muligheten for å gjøre endringer på planløsninger vil være salgsfremmende informasjon for mange kunder. Ved å inkludere for eksempel alternative planløsninger i prospektet kan det bidra til å trekke til seg kunder som ikke er fornøyd med den opprinnelige planløsningen. På den annen side kan det også bety merarbeid og forsinkelser for utbygger dersom mange kunder bestiller endringer.

Mange husstander er vant til, og avhengig av, to biler i hverdagen. Flere meglere nevnte at dette var en utfordring i prosjekter og at det ofte ikke var nok plasser til alle som ville ha. En av prosjektmeglerne fra Fredrikstad nevnte i intervjuet at bildeling ble brukt som et slags substitutt for ekstra parkering, og at kjøperne benyttet dette som en løsning av fraværet av en bil nr. 2. Bildeling blir tilbud på prosjektet Byhaven Jadegården i

Fredrikstad. Ellers kan det nevnes at alle prosjektene hadde sykkelparkering, og et av prosjektene hadde til og med sykkelverksted.

I drøftingen av forskningsspørsmål 3 kan vi ta utgangspunkt i delstudie 1 og 2. I boken Markedsøkonomi skriver Preben Munthe (1979) at en endring i smak som innebærer at en vare vurderes høyere enn tidligere og at nyttevurderingen av alle andre varer forblir uendret, vil føre til at etterspørselen for varen øker. Ved høyere etterspørsel etter en vare kan man også kreve høyere pris (Holden, S. 2021). Overført til boligmarkedet kan vi tolke det slik at dersom utbygger klarer å skape høyere etterspørsel for de boligene man bygger så kan man også kreve høyere priser i prosjektene. Kaufmann & Kaufmann (2014) beskriver at den vanligste beslutningsformen var en deskriptiv beslutningsprosess. Kjøperne vil da velge alternativet som gir høyest nytteverdi basert på de ambisjonene og parameterne de velger seg på forhånd. I min undersøkelse kommer det frem at planløsning, balkong, solforhold og garasje er de mest attraktive boligkvalitetene. Det burde derfor gi et konkurransefortrinn for utviklerne å fremheve kvaliteten på disse områdene. I vurderingen av i hvilken grad utbyggerne tar i bruk denne kunnskapen, vil jeg se på i hvilken grad de prefererte boligkvalitetene blir fremstilt i prospektene.

Opplevelsen av hva som er en god planløsning er subjektiv. For eksempel vil noen ønske mer veggplass enn andre. Noen foretrekker kjøkken og stue separat, mens andre ønsker åpen løsning. Det er derfor utfordrende å vurdere i hvilken grad utviklerne vektlegger «gode» planløsninger i sine prosjekter. Foruten plantegninger av leilighetene er det lite markedsføring av planløsninger i prospektene. I gjennomgangen av delstudie 2 registrerte jeg at man ikke legger frem mulighetene for å gjøre endringer på planløsningen i prospektene. Det kan tenkes at denne muligheten ikke er der i prosjektene jeg har undersøkt, men fra min kunnskap om salg av prosjekter opplever jeg at utbyggere ofte tillater små endringer som for eksempel å fjerne vegger, eller et soverom for å lande salg. Det kan være flere grunner til at muligheten for dette ikke blir presentert i prospektene. Det kan tenkes at utbygger ikke ønsker å legge frem muligheten for endringer i frykt for at for mange ønsker å endre planløsning som videre kan føre til forsinkelser, høyere byggekostnader og lavere økonomisk gevinst. Andre grunner kan være at man er begrenset i stor grad av arkitektur, sjakter, rør osv. og at dette gjør det ugunstig å gjennomføre

endringer på planløsningen. Siden min studie viser at planløsning er rangert som den aller viktigste boligkvaliteten tror jeg at det å fremheve muligheten for å gjøre endringer på planløsning i prospektene potensielt kan være salgsfremmende og trekke til seg noen ekstra interessenter. Det kan tenkes at ikke alle interessenter forstår at man kan fjerne vegger kun basert på en plantegning, og at disse interessentene faller av på grunn av dette. Ved at utbygger er føre var og planlegger planløsninger der man enkelt kan fjerne eller legge til soverom, kan det tenkes at man kan trekke til seg flere kjøpere. Man kan for eksempel legge frem alternative planløsninger i prospektet. På den måten kan man også legge føringer for hvilke endringer som tillates. Ved å skape høyere nytteverdi for kjøper kan man øke etterspørselen som også betyr at man kan ta bedre betalt (Preben Munthe, 1979). Foruten å sette høyere pris på boligene kan man også for eksempel fakturere kjøper for endringene slik som er vanlig i dag. Det er slike tegn som kan tyde på at utbyggerne ikke er klar over viktigheten av planløsning.

*Bygg A vender mot Otra og parken. 67 varierte leiligheter fra 38 til 147 m<sup>2</sup>. Legg merke til at bygget ligger nærmere Otra enn Tangen Ytterst. Det gir flere av leilighetene fantastisk utsikt mot Oksø. Mange får også balkonger mot morgensola og Otra.*

## Velkommen til Bygg A



**BYSTRANDA BLÅ**  
Kristiansand på sitt beste

35

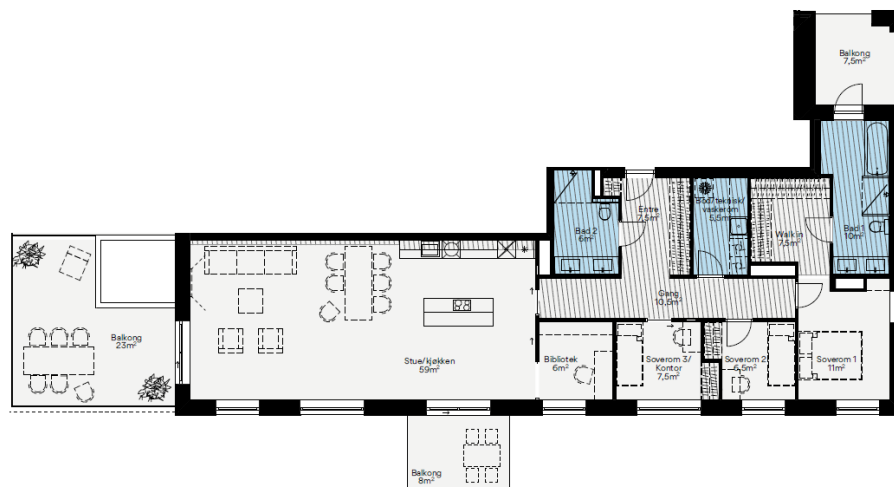
Figur 24 Illustrasjon fra prospekt Bystranda blå, Sørmeqleren (2022)

Når det kommer til boligkvalitetene balkong og solforhold velger jeg å vurdere disse sammen. Det er flere ting som peker på at utviklerne er klar over hvor viktig disse kvalitetene er for kjøperne. Det er for eksempel flotte illustrasjoner av balkonger i alle prospektene som ble gjennomgått i delstudie 2. Beskrivelser av flott utsikt og gode solforhold er fremhevet i flere av prospektene. Det var kun ett av prospektene jeg analyserte der ikke alle leilighetene hadde balkonger. Kombinasjon av markedsføring, og at stort sett alle leilighetene i min studie har balkong, kan tolkes dit hen at utbyggerne er fullt klar over at dette er viktig for kjøperne. Noen av de største leilighetene som ligger til salgs har også to balkonger. Det at utbyggerne selger leiligheter med flere balkonger kan også tolkes som et tegn på at utviklerne kjenner til viktigheten av denne preferansen. Leiligheten på illustrasjonen nedenfor er et eksempel på en leilighet som har tre balkonger. Dette er en av toppleilighetene i Nansenløkka på Fornebu.

#### LEILIGHETSPLAN

### 5-roms, 147 kvm

Leilighet: 7021  
 Bst: 147 kvm  
 P-rom: 132 kvm  
 Balkong: 23 + 8 + 7,5 kvm  
 Etasje: 7



Figur 25 Planløsning leilighet 7021, Nansenløkka, OBOS (2022)

Av de kvalitetene som er rangert høyest i spørreundersøkelsen jeg gjennomførte med meglerne, viser studiet at kvalitetene balkong og solforhold er best kommunisert ut til kjøperne.

Garasje er den siste kvaliteten som er rangert høyt i mine studier. I salgsdokumentene jeg har analysert, opplever jeg at garasjeplass ikke er tydeliggjort eller fremhevet på noen spesiell måte. Alle prospektene inneholder informasjon om parkering, men man må lete seg

frem til informasjonen i stort sett alle prospektene. Det er for eksempel ingen illustrasjoner av hvordan parkeringsanleggene i prosjektene vil se ut. Beslutningsteorien (Kaufmann & Kaufmann 2014) kombinert med teori om tilbud og etterspørsel (Munthe, 1979) indikerer at det kan være positivt for salget å markedsføre garasje og parkeringsmuligheter tydeligere i prospektene. I tillegg er det også, av ulike grunner, ikke nok garasjeplasser til alle i prosjektene. I noen av prosjektene er dette på grunn av plassmangel, i andre prosjekter er det på grunn av begrensninger på antall parkeringsplasser i kommuneplan, som ble nevnt av flere av meglere i dybdeintervjuene i delstudie 2. Begrensningene av antall parkeringsplasser handler om at kommunene ønsker en mer bærekraftig miljøpolitikk og en reduksjon i bilbruk ifølge meglerne. I intervjuene med prosjektmeglerne mente de fleste at det var svært viktig med garasje/parkering i deres byer og at kollektivtrafikktilbudet var en medvirkende årsak til dette. En av meglerne fra Bergen sa at de hadde merket at Bybanen hadde hatt en positiv effekt på pendling, men at innbyggerne fortsatt ikke er innstilt på å klare seg uten bil. I de fleste av prosjektene jeg undersøkte fulgte ikke garasjeplasser leiligheten, men måtte kjøpes ved siden av for et tillegg i kjøpesummen. I noen av prosjektene hadde de største og dyreste leilighetene fortrinnsrett på kjøp av parkeringsplass foran mindre leiligheter. I andre prosjekter var det førstemann til mølla. Solhøgda III på Lillehammer var det eneste prosjektet i min undersøkelse der garasjeplass fulgte leiligheten uten ekstra kostnad. I de andre prosjektene måtte garasjeplass kjøpes separat. I et fåtall av prosjektene hadde ikke de minste leilighetene rett på å kjøpe parkeringsplass i det hele tatt. Å vurdere om dette gir negativ innvirkning på salg av leilighetene er vanskelig, da leilighetene var såpass små. Det kan for eksempel tenkes at kjøpergruppen de sikter seg inn på ikke har bil. I intervjuene i delstudie 1, sa flere av meglerne at det er vanskelig å selge leiligheter uten parkering. En megler fra en av de største byene mente at leiligheter uten parkering var de siste som ble solgt.

I diskusjonen av Forskningsspørsmål 3 viser studiet at utbygger ikke benytter kunnskapen om boligkjøpernes preferanser i like stor grad som de kanskje kunne eller burde gjøre. Foruten balkong og solforhold er det lite fokus på de andre kvalitetene i salgsdokumentene jeg har gått gjennom. Det kan tenkes at utbyggerne har en annen oppfatning av hva som er de viktigste boligkvalitetene enn hva resultatene fra mine studier viser. Dette betyr ikke nødvendigvis at utbyggerne ikke vurderer dette som viktige kvaliteter, men kan bety at de

ikke ser hvordan det å skape større nytteverdi for kunden videre kan føre til økt lønnsomhet. Et annet forhold som kan ha betydning er begrensningene som blir satt av lovverket og myndighetene for hva utbygger har lov til å tilby kundene.



## 6 Konklusjon

I masteroppgaven har jeg undersøkt hva som påvirker nyboligkjøperes beslutninger om kjøp, hvilke påvirkningsmuligheter kjøperne har og hvordan denne kunnskapen blir benyttet/utnyttet i eiendomsutvikling i dag. Oppgavens problemstilling blir besvart gjennom forskningsspørsmålene. Kapittelet avsluttes med egenrefleksjon rundt arbeidet som er gjort.

### 6.1 Konklusjon av problemstilling og forskningsspørsmål

Oppgavens problemstilling er «**Hva påvirker nyboligkjøperes beslutninger om kjøp og hvordan blir denne kunnskapen benyttet i eiendomsutvikling i dag?**»

Den klassiske beslutningsteorien (Kaufmann & Kaufmann, 2014) sier at i en ideell verden, der beslutningstager har all nødvendig informasjon for å fatte den riktige beslutningen, vil velge alternativet som gir høyest nytteverdi. Den deskriptive beslutningsteorien sier at beslutningstageren sjelden har tid til å verken vurdere alle alternativer eller innhente all nødvendig informasjon før man må ta et valg. Derfor velger beslutningstageren ofte det første og beste alternativet som tilfredsstillende under noen forenklete betingelser, eller krav, selv setter (Kaufmann & Kaufmann, 2014). Forskningen i denne masteroppgaven har belyst at man i eiendomsutvikling kan påvirke kjøpsbeslutninger gjennom å skape høy nytteverdi for interessentene.

**Forskningsspørsmål 1: «Hva er boligkjøpernes prefererte boligkvaliteter?»**

Litteratursøket og intervju kombinert med spørreundersøkelse viser at det er planløsning, balkong, solforhold og garasjeplass som er de mest populære boligkvalitetene. Studiet viser også at resultatene fra spørreundersøkelse gjort i Mørck & Nødtvedt (2019) og Taae & Løken (2016) er allmenngyldige på nasjonalt nivå.

## **Forskningsspørsmål 2: «Hvilke muligheter har boligkjøperne til å påvirke utformingen av leiligheter før ferdigstillelse?»**

I delstudie 2 analyserte jeg tolv forskjellige prosjekter og gikk gjennom salgsdokumentasjon som lå tilgjengelig på nett. Studiene viser at kjøperne har muligheten til å bestille endringer gjennom planlagte tilvalgsprosesser. Tilvalgsmulighetene er som oftest gulvtype, maling, kjøkken- og badersinnredning, solskjerming, ladestasjon for elbil, med mer. Dersom kjøperne ønsker å gjøre tilvalg er det en fordel å kjøpe tidlig i byggeprosessen en god stund før ferdigstillelse. Utbyggere setter frister for å bestille tilvalg slik at produksjonen ikke forsinkes. Eksempler på endringer som ikke er en del av tilvalgsprosessen, men som kjøper likevel kan bestille, er blant annet endringer på planløsning ved for eksempel å fjerne lettvegg mellom stue og soverom for å lage større stue. Forbrukers krav til å få gjennomført endringsarbeid er regulert i bustadsoppløsningslova §9. *Endringer og tilleggsarbeid*. Det følger av denne paragrafen at forbrukere kan kreve endringer som pålegger entreprenør tilleggsarbeid så lenge det er i tråd med hva som er avtalt, og endringen ikke skiller seg vesentlig fra avtalen. Det følger av bustadsoppløsningslova §9(2) at forbrukere ikke kan kreve endringer eller tilleggsarbeid om dette medfører større ulempe for entreprenøren sammenlignet med forbrukerens interesse. §9(3) gir utbyggerne mulighet til å på forhånd avtale at endringer og tilleggsarbeid som endrer vederlaget med mer enn 15% ikke kan kreves. I delstudie 2 registrerte jeg at det var referert til denne paragrafen i stort sett alle prospektene.

## **Forskningsspørsmål 3: «Hvordan benytter bransjen kunnskap om kundenes prefererte boligkvaliteter i dag?»**

I et marked med stor konkurranse er det kamp om kjøperne. Beslutningsteori og tilbud- og etterspørselsteori kombinert tilsier at man ved å bygge boliger der det fokuseres på høy kvalitet på de «riktige godene», kan påvirke kundenes kjøpsbeslutninger. Gjennom litteratursøk, spørreundersøkelse og intervju kom jeg frem til at de fire boligkvalitetene som er viktigst for den som kjøper, er planløsning, balkong, solforhold og garasje. Etter gjennomgangen av prospektene i delstudie 2, kom jeg frem til at kjøpers muligheter til å påvirke boligkvaliteten planløsning blir noe underkommunisert, mens balkong og

solforhold kanskje er kvalitetene som blir trukket mest frem i markedsføringen gjennom illustrasjoner. De to andre kvalitetene som var rangert høyest i mine studier ble underkommunisert. Jeg kom derfor frem til konklusjonen om at utbyggerne ikke benytter kunnskapen om kundenes preferanser i like stor grad som de kan gjøre. Mulige årsaker til dette kan være at de ikke ser nytten i det eller at de mener kundene har andre preferanser enn mine studier viser.

## 6.2 Egenrefleksjon

I etterkant av ferdigstillelsen av forskningsarbeidet har jeg gjort meg noen refleksjoner over masteroppgaven og ting jeg kanskje burde gjort annerledes.

Studiene mine resulterer i en konklusjon som sier at man ikke benytter kunnskapen om boligkjøpernes preferanser fullt ut. I ettertid ser jeg at denne konklusjonen kunne vært styrket ved å velge en tredje forskningsmetode, men konklusjon på forskningsspørsmål 3 kunne vært styrket dersom jeg gjorde flere eller en annen undersøkelse. For eksempel tror jeg at dybdeintervju med eiendomsutviklere ville ført til at jeg kunne fått en bedre drøfting av forskningsspørsmål 3. Det å konkludere etter å kun analysere tekst og illustrasjoner i prospekter er kanskje ikke nok. På den annen side har jeg hatt begrenset tid og da jeg oppdaget dette, var det for sent å ta kontakt med utviklere. Det er ikke sikkert jeg hadde blitt ferdig med masteroppgaven dersom jeg valgte å gjøre dette.

I tillegg til dette ville kanskje flere intervjuer og flere svar på spørreundersøkelsen gitt en enda mer reliabel forskning, men det er begrenset hvor mye tid jeg har hatt til rådighet i arbeidet med oppgaven. Da jeg satte i gang med intervjuene tok dette mye lenger tid enn hva jeg hadde sett for meg.

Utover disse tingene er jeg relativt fornøyd med forskningsarbeidet som er gjort. Det har til tider vært vanskelig å balansere jobb og studier, men jeg har lært mye som jeg skal ta med meg videre i karrieren.

## 7 Referanser

BB Eiendom, Spor eiendom & Eiendomsmegler 1 Bodø (2021) Salgsoppgave Konsept B. Tilgjengelig fra: <https://konseptbbodo.no/kommer-snart#dokumenter> (Hentet 29.03.2022)

Bustadsoppføringslova (1997) Lov om avtaler med forbruker om oppføring av ny bustad m.m (LOV-1997-06-13-43) Hentet fra: <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1997-06-13-43>

Byggteknisk forskrift (2017) Forskrift om tekniske krav til byggverk (FOR-2017-06-19-840) Hentet fra: <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2017-06-19-840>

Eie Eiendomsmegling (2022) Salgsoppgave Consulens brygge, Tilgjengelig fra: <https://consulensbrygge.no/prospekt-prisliste/> (Hentet 26.03.2022)

Eiendomsmegler Vest (2021) Salgsoppgave Apeltunvegen 2a, Tilgjengelig fra: [https://emvest.papirfly.no/common/pdfviewer/pdfviewer.aspx?publicid=YvRkKWSgqkuI6B\\_b7QmS4Q](https://emvest.papirfly.no/common/pdfviewer/pdfviewer.aspx?publicid=YvRkKWSgqkuI6B_b7QmS4Q) (Hentet 26.03.2022)

Etterspørsel. (24. april 2019). Wikipedia. Tilgjengelig fra <https://no.wikipedia.org/w/index.php?title=Ettersp%C3%B8rsel&oldid=19395034>. (Hentet 5. juni 2022)

Fredensborg bolig (2021) Salgsoppgave Basseløkka. Tilgjengelig fra: <https://fredensborgbolig.no/basselokka/dokumenter/> (Hentet 06.02.2022)

Fredrikstad kommune (2019), Kommunedelplan for klima. Tilgjengelig fra <https://www.fredrikstad.kommune.no/globalassets/dokumenter/kmb/barekraftig-samfunn/kommunedelplan-for-klima-2019-2030.pdf> (Hentet 18.06.2022)

Furseth I. & Everett E. (2020) Masteroppgaven Hvordan begynne – og fullføre. 3. utgave Oslo: Universitetsforlaget

Holden S. (2021), Samfunnsøkonomi 1 VG2, 4. utg. Oslo: Cappelen Damm

Inter eiendom Sandefjord (2021) Salgsoppgave Dronningens gate. Tilgjengelig fra: <https://www.drg3436.no/dokumenter.html> (Hentet: 31.03.2022)

Jacobsen, D.I. (2018) Hvordan gjennomføre undersøkelser?: Innføring i samfunnsvitenskapelig metode. 4. utg. Oslo: Cappelen Damm akademisk.

Kaufmann, G. og A. (2014) Psykologi og organisasjonsledelse. 4. utg. Bergen, Fagbokforlaget

Leikvam, G., Olsson, N. (2014) Eiendomsutvikling. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS

Mjønerud, I. Eiendomsmegler.no (2021) Hva er et prospekt? Tilgjengelig fra: <https://eiendomsmegler.no/prospekt> (Hentet 11.06.2022)

Munthe, P. (1979). Markedsøkonomi 2 .utg., Oslo: Universitetsforlaget.

Mørck, J. & Nødtvedt, C. (2019) Eiendomsaktørers kunnskap om markedets boligpreferanser. Masteroppgave NMBU, BRAGE Tilgjengelig fra: <https://nmbu.brage.unit.no/nmbu-xmlui/handle/11250/2606530>

NORDR(2021) Salgsoppgave Solhøda 3. Tilgjengelig fra: <https://www.nordr.com/no/boliger-til-salgs/solhogda/til-salgs/dokumenter> (Hentet 26.03.2022)

OBOS (2021) Salgsoppgave Nansenløkka Kvartal 1 Salgstrinn 3. Tilgjengelig fra: <https://nye.obos.no/ny-bolig/boligprosjekter/viken/barum/nansenlokka/#prospekt> (Hentet 23.01.2022)

OBOS (2021) Salgsoppgave Ulven T borettslag Salgstrinn 1. Tilgjengelig fra: <https://nye.obos.no/ny-bolig/boligprosjekter/oslo/bjerke/ulven-t/> (Hentet 23.01.2022)

Olavsgaard eiendom & DNB (2021) Salgsoppgave Parken Fjellhamar Tilgjengelig fra: <https://parkenfjellhamar.no/dokumenter/> (Hentet 31.03.2022)

Plan- og bygningsloven (2008) Lov om planlegging og byggesaksbehandling (LOV-2008-06-27-71) Tilgjengelig fra <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2008-06-27-71>

Rammen, K, Finanssans.no (2018) Tilbud og etterspørsel Tilgjengelig fra:

<https://finanssans.no/tilbud-og-ettersporsel> (Hentet 12.03.2022)

Sander, K. Estudie.no (2020) Beslutningsmodeller, Tilgjengelig fra:

<https://estudie.no/beslutningsmodeller/> fra (12.03.2022)

Stavanger Aftenblad (2014), Stavanger-arkitekter ut i verden. Tilgjengelig fra:

<https://www.aftenbladet.no/forbruker/i/QldA8x/stavanger-arkitekter-ut-i-verden> (Hentet 18.06.2022)

Stor-Oslo Eiendom / Privatmegleren (2021) Salgsoppgave Gootaasalléen salgstrinn 2

Tilgjengelig fra: <https://www.gootaasalleen.no/dokumenter/> (Hentet 26.03.2022)

Sørmegleren, (2021) Salgsoppgave Bystranda Blå, Tilgjengelig fra:

<https://www.bystrandablaa.no/dokumenter> (Hentet 23.01.2022)

Taaje M. & Løken A-C. (2016) Boligpreferanser: antagelser mot virkelighet: kartlegging av profesjonelle eiendomsaktørers kunnskap om markedets boligpreferanser

Masteroppgave NMBU, Brage: Tilgjengelig fra: <https://nmbu.brage.unit.no/nmbu-xmlui/handle/11250/2401399>

Thon, T. (2022) Ny arkitekturstrategi for Stavanger. Tilgjengelig fra:

<https://www.arkitektnytt.no/nyheter/ny-arkitekturstrategi-for-stavanger> (Hentet 18.06.2022)

Værste, Privatmegleren 1 (2021) Salgsoppgave Byhaven Jadegården. Tilgjengelig fra:

<https://vaerste.no/boliger-til-salgs/byhaven/til-salgs/dokumenter/jadegarden> (Hentet 23.01.2022)

## 8 Vedlegg

### 8.1 Vedlegg 1: Intervjuguide og spørreundersøkelse

#### **Måling av boligkvaliteter: Hva tror eiendomsmeglere?**

Dette er et intervju for å samle inn forskningsdata som skal presenteres i min masteroppgave i Eiendomsutvikling og forvaltning ved NTNU. Undersøkelsen har som hensikt å måle ulike boligkvaliteter opp mot hverandre for å se hvilke kvaliteter som er de viktigste ved en nybolig. Et av formålene med min masteroppgave er å forske på hvilke boligkvaliteter som er mest attraktive for nyboligkjøpere. Eksempler på boligkvaliteter kan være balkong, parkering, solforhold, planløsning etc.

Som eiendomsmeglere med prosjekterfaring er du kvalifisert til å svare på denne undersøkelsen. Din deltagelse i spørreundersøkelsen vil ikke brukes til andre formål enn masteroppgaven. Din identitet vil holdes skjult. Jeg vil kun referere til lokasjonen du arbeider når jeg presenterer dataene. Det er kun jeg som vil ha tilgang til dataene. Jeg har varslet om studiet til Personvernombudet for forskning, Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste AS (NSD).

På forhånd har jeg samlet inn resultatene fra to tidligere gjennomførte spørreundersøkelser. De som svarte på undersøkelsene, var et representativt utvalg av personer som var på jakt etter nybolig i Oslo-området. Eiendomsmeglere som jobber på de samme lokasjonene, har også svart på samme spørreundersøkelse. Svarene fra boligsøkerne og eiendomsmeglerne samsvarte i stor grad, noe som viser at eiendomsmeglere har god kunnskap om boligsøkernes boligpreferanser.

Din rolle som intervjuobjekt blir å hjelpe meg med å danne et teoretisk grunnlag for å kunne si noe om at resultatene fra undersøkelsen kun gjelder for Oslo-området, eller om boligsøkere i andre deler av landet også har de samme preferansene. Jeg skal gjennomføre intervju/samtale med totalt ti meglere fordelt på fem lokasjoner rundt om i landet.

### **Fremgangsmåte**

Intervjuet blir gjennomført i samtaleform. Du vil først bli bedt om å vurdere boligkvaliteter på en skala fra 1-10 i et spørreskjema. Du skal bruke din erfaring som eiendomsmegler og rangere hvilke boligkvaliteter som er mest appellerende og minst appellerende for tre forhåndsdefinerte kundegrupper. 1 er minst viktig og 10 er viktigst. Du kan ikke gi samme rangering til flere boligkvaliteter. Det er ønskelig å få til en diskusjon der du også begrunner rangeringene dine.

Etter du har rangert kvaliteter for alle tre kundegrupper vil resultatene fra de to tidligere undersøkelsene avsløres. Det blir da en diskusjon rundt resultatene fra forrige undersøkelse og de svarene du har avgitt. Hvorfor er det samsvar eller hvorfor ikke? Tror du boligpreferanser har endret seg over tid? Tror du det er forskjell på boligkjøperpreferanser i de forskjellige landsdelene? I så fall hvorfor?

Et annet tema jeg ønsker å ta opp er nyboligkjøperes interesse for bærekraftige boligkvaliteter. F.eks bildeling, lavt energiforbruk osv. Er dette noe dagens kjøpere er opptatt av? Har det skjedd/skjer det en endring rundt dette?

Jeg anslår at intervjuet/samtalen vil ta ca. 30-40 minutter å gjennomføre.

Takk for din hjelp

Håvard Midtsjø



Under følger en beskrivelse av de tre segmentene du skal vurdere.

**"FØRSTEGANGSKJØPEREN"** Aldersgruppe: 19-29 år

Gjennomsnittlig brutto husholdningsinntekt på ca. 500 000 kr pr. år. Husholdningen er bestående av aleneboende eller par uten barn.

**"BARNEFAMILIEN"** Aldersgruppe 30 - 49 år

Gjennomsnittlig brutto husholdningsinntekt på kr. 1 000 000 pr. år. Husholdningen er bestående av par med barn.

**"ETABLERTE"** Aldersgruppe 40-66 år.

Gjennomsnittlig brutto husholdningsinntekt på kr. 1 200 000 pr. år. Husholdning er bestående av par uten barn (utflyttede barn).

Du skal her vurdere boligsøkere som går under segmentet "**FØRSTEGANGSKJØPEREN**".

"**FØRSTEGANGSKJØPEREN**" Aldersgruppe: 19-29 år

Gjennomsnittlig brutto husholdningsinntekt på ca. 500 000 kr pr. år. Husholdningen er bestående av aleneboende eller par uten barn.

Hvordan vil du på en skala fra 1-10 rangere boligkvalitetene for segmentet Førstegangskjøperen?

<b>Boligkvaliteter</b>	<b>Rangering (1-10)</b>
Planløsning	
Spennende Arkitektur	
Ekstraordinære tilbud (møterom, selskapslokale, bildeling, renholdstjenester mm.)	
Ekstra lagringsplass i bolig	
Solforhold	
Lavenergibolig (mer miljøvennlig)	
Fint opparbeidet fellesarealer for opphold (grøntareal, felles takterrasse, lekeplass, o.l.)	
Balkong	
Bred variasjon av innredningsmuligheter/ tilvalg	
Garasjeplass	

Du skal her vurdere boligsøkere som går under segmentet **"BARNEFAMILIEN"**.

**"BARNEFAMILIEN"** Aldersgruppe 30 - 49 år

Gjennomsnittlig brutto husholdningsinntekt på kr. 1 000 000 pr. år. Husholdningen er bestående av par med barn.

Hvordan vil du på en skala fra 1 til 10 rangere boligkvalitetene for segmentet

« Barnefamilien»?

<b>Boligkvaliteter</b>	<b>Rangering (1-10)</b>
Planløsning	
Spennende Arkitektur	
Ekstraordinære tilbud (møterom, selskapslokale, bildeling, renholdstjenester mm.)	
Ekstra lagringsplass i bolig	
Solforhold	
Lavenergibolig (mer miljøvennlig)	
Fint opparbeidet fellesarealer for opphold (grøntareal, felles takterrasse, lekeplass, o.l.)	
Balkong	
Bred variasjon av innredningsmuligheter/ tilvalg	
Garasjeplass	

Du skal her vurdere boligsøkere som går under segmentet "**ETABLERTE**".

"**ETABLERTE**" Aldersgruppe 40-66 år.

Gjennomsnittlig brutto husholdningsinntekt på kr. 1 200 000 pr. år. Husholdning er bestående av par uten barn (utflyttede barn).

Hvordan vil du på en skala fra 1 til 10 rangere boligkvalitetene for segmentet Etablerte?

Fyll inn tall i kolonnen til høyre for a rangere **alle** boligkvalitetene.

<b>Boligkvaliteter</b>	<b>Rangering (1-10)</b>
Planløsning	
Spennende Arkitektur	
Ekstraordinære tilbud (møterom, selskapslokale, bildeling, renholdstjenester mm.)	
Ekstra lagringsplass i bolig	
Solforhold	
Lavenergibolig (mer miljøvennlig)	
Fint opparbeidet fellesarealer for opphold (grøntareal, felles takterrasse, lekeplass, o.l.)	
Balkong	
Bred variasjon av innredningsmuligheter/ tilvalg	
Garasjeplass	

