

KONKURRENSVERKET:

Det bör vara anbudsgivning på kommunal mark

Konkurrensverket vill ta bort en rad hinder som man anser hämmar konkurrensen. Bland annat bör anbudsförande vara den vanligaste formen för anvisning av kommunal mark. Det skriver myndigheten i en rapport som överlämnades till regeringen på måndagen den 16 december.

Konkurrensverket har, på regeringens uppdrag, granskat vissa marknader för att kartlägga brister i konkurrensen och föreslå åtgärder till förbättringar. Byggsektorn hör till de branscher som har granskats särskilt. För att främja konkurrensen i byggbranschen och snabba upp byggandet av nya bostäder föreslår Konkurrensverket att anbudsförfarande bör vara den vanligaste formen för anvisning av kommunal mark.

– Det är konsumenterna som drabbas när konkurrensen inte fungerar ordentligt. Därför är det viktigt att undanröja konkurrenshinder och släppa fram företag med skaparkraft och friska idéer, säger Konkurrensverkets generaldirektör Dan Sjöblom i ett pressmeddelande.

Ett område som lyfts fram i rapporten är att privata aktörer kan uppleva att de konkurrerar med offentliga aktörer på olika villkor. Blotta misstanken om att offentliga subventionerar egna verksamheter som drivs i konkurrens med privata företag påverka privata aktörers strategier och investeringsbeslut negativt. Konkurrensverket föreslår därför att det ställs krav på offentliga aktörer att särredovisa den verksamhet som är konkurrenssatt.

NOMI MELIN LUNDGREN
nomi@byggindustrin.com

I KORTHET



Regeringen vill ändra i Plan- och bygglagen för att få fler ungdomslägenheter.

Fler studentlyor med ändrad PBL

Regeringen har lämnat en proposition till riksdagen om att göra det lättare att bygga små lägenheter för studenter och unga. Bland annat föreslås ändringar i Plan- och bygglagen så att det blir möjligt att göra avsteg från kraven på tillgänglighet och användbarhet vid bostäder mindre än 35 kvadratmeter på en vind.

Andra ändringar som föreslås är att tidsgränsen för tidsbegränsade bygglov förlängs till 15 år och att det vid flyttning av vissa byggnader ska vara möjligt att göra undantag från kravet på tekniskt samråd. Lagändringarna föreslås träda i kraft den 1 juli 2014.

Bergvärme gav stor besparing

Energimyndigheten har testat bergvärmepumpar hos husägare under ett år.

Resultatet visar att i snitt är besparingen 62 procent jämfört med el eller olja i de hushåll vi undersökt, säger Martijn Jansen, projektledare på Energimyndighetens Testlab.

Värmepumpsystemen testades hos tjugo hushåll i Västra Götaland. Alla villorna var byggda mellan 1940-talet och 1970-talet. Testet visade att det är stora skillnader mellan olika värmepumpssystem. Det mest energisnåla ger en besparing på 70 procent medan det som sparar minst bara sparar 48 procent. Undersökningen visar dessutom att förbrukningen av varmvatten är ungefär densamma hela året, oberoende av årstid.

47 000 detaljplan

Det finns närmare 50 000 färdiga detaljplaner för bostäder i Stockholms län, enligt en ny rapport från länsstyrelsen. Ändå byggs det inte. Främsta skälet är att bostadsbyggarna senarelagt projekt av marknadsskäl.

Länsstyrelsen i Stockholms nya rapport "Kommunernas planeringsmässiga förutsättningar att bygga bostäder" som publicerades den 12 december, ger stöd åt strategi- och marknadsföretaget Kundskaparnas resonemang i Byggindustrin 41/2013. Kundskaparna hävdade bland annat att bostadsutvecklarna inte har rätt produkt. De måste lära känna sina målgrupper bättre och utveckla produkter för målgruppen unga vuxna om samhället ska kunna komma tillrätta med den bostadsbrist som råder. De argumenterade samtidigt för att kommunerna måste ta en mer aktiv roll i bostadsbyggandet exempelvis genom att styra markanvisningarna i A- och B-lägen.

Enligt länsstyrelsens rapport finns det 47 000 färdiga detaljplaner för bostäder i länet som inte nyttjats än.

Enligt länsstyrelsen är den vanligaste förklaringen till varför färdiga detaljplaner

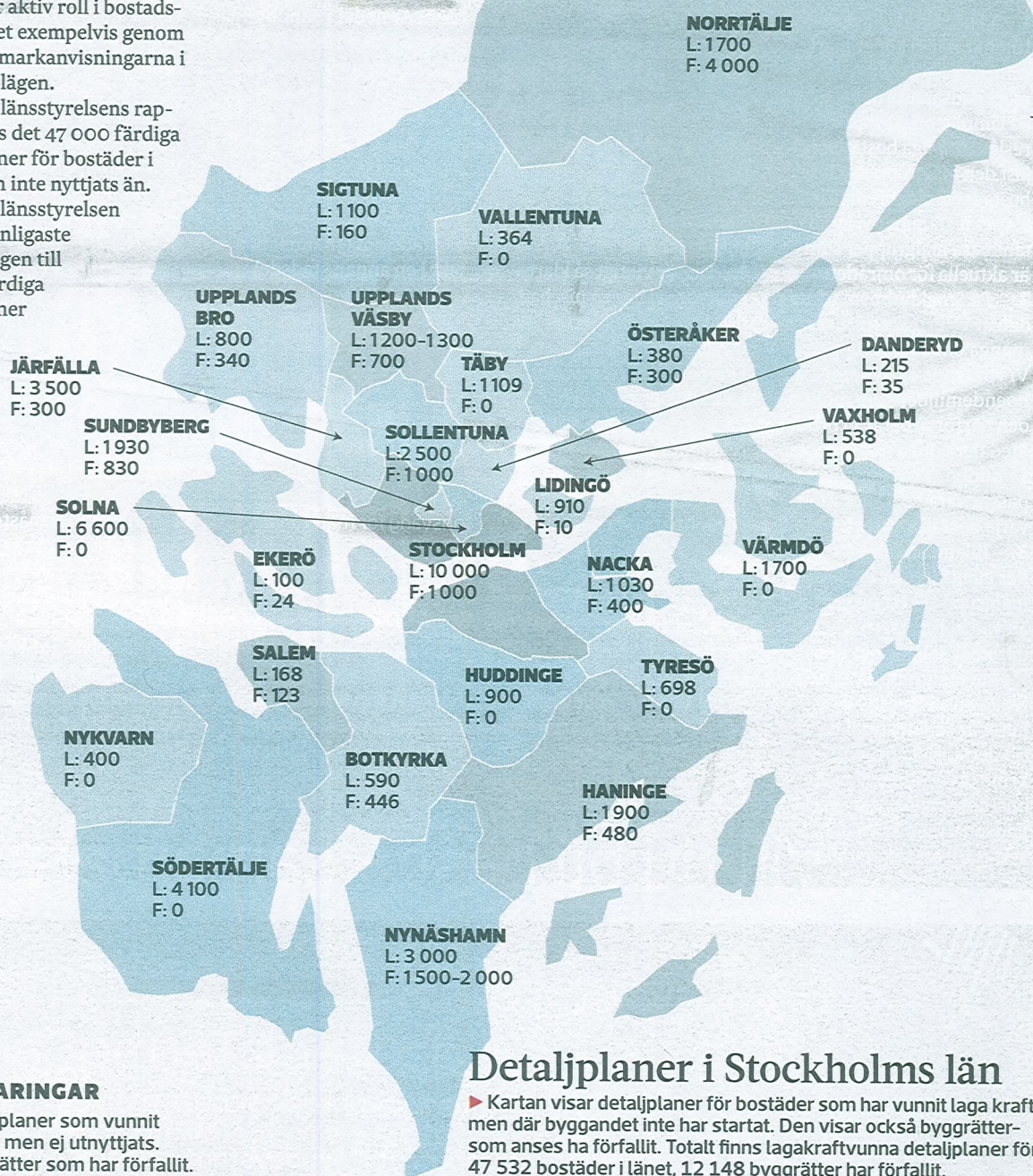
inte bebyggs att byggherrarna väljer att senarelägga projekt av marknadsskäl. Byggstarten tar ofta mycket längre tid än vad kommunerna räknat med i sina prognoser. Några kommuner lyfter även byggherrarnas höga avkastningskrav och att samma avkastningskrav gäller i hela länet.

En annan faktor som lyfts fram i rapporten är att betalningsviljan hos dem som behöver en bostad är för låg i förhållande till det utbud som finns. Det gör att det på vissa platser inte finns tillräckligt många

köpare för att det planerade byggandet ska komma igång. Att en stor del av det som byggs riktar sig till samma målgrupp hämmar också byggandet. Ett breddat

produktutbud skulle troligen kunna medföra att takten i byggandet ökar, skriver Länsstyrelsen i rapporten.

NOMI MELIN LUNDGREN
nomi@byggindustrin.com



FÖRKLARINGAR

L = Detaljplaner som vunnit laga kraft men ej utnyttjats.
F = Byggrätter som har förfallit.

Detaljplaner i Stockholms län

Kartan visar detaljplaner för bostäder som har vunnit laga kraft, men där byggandet inte har startat. Den visar också byggrätter som anses ha förfallit. Totalt finns lagakraftvunna detaljplaner för 47 532 bostäder i länet, 12 148 byggrätter har förfallit.



LEDANDE INOM EFFEKTIVISERING AV
SAMHÄLLSBYGGANDET

www.prolog.se

PROLOG
EFFEKTIVISERAR BYGGANDET

Brim

Entreprenadförsäkring • Projektförsäkring
Byggsförsäkring • Fullgörandeförsäkring
Insats- och förskottsgarantiförsäkring för bostadsrätter
www.brim.se

Planer – inga nya bostäder

BOSTADSUTVECKLARN: SÅ TÄNKER VI KRING BYGGANDE OCH MÅLGRUPPER

VI HAR FRÅGAT NÅGRA BOSTADSUTVECKLARE HUR DE TÄNKER KRING MÅLGRUPPER NÄR DE UTVECKLAR NYA BOSTADSRÅDEN. AV SVAREN ATT DÖMA ÄR MÅLGRUPPSTÄNKANDET EN VIKTIG DEL VID UTVECKLINGEN AV NYA BOSTADSRÅDEN, MEN VISSA HÄNDER DET ATT MAN TAR FEL OCH FÅR TÄNKA OM.

1. Hur viktig är den tänkta målgruppen när ni skaffar mark/byggrätt för bostäder i ett område?
2. Har ni utvecklat olika produkter för olika målgrupper?
3. Har det hänt att ni inte har fått ett projekt sålt på grund av att den tänkta målgruppen varit fel?
4. Har ni gjort om något projekt på grund av detta?



Anders Svensson, marknadsanalytiker, Skanska Nya Hem

1. – Vi har alltid vår slutkund i åtanke när vi köper mark. Inför varje köp gör vi en marknadsanalys där vi tittar på lämplig målgrupp. Vi föreslår lämpliga bostäder för just den målgruppen. Om bostadsområdet redan är planerat stämmer vi av vilka tänkbara målgrupper som är aktuella för området.
2. – På Stockholmsmarknaden är efterfrågan stor från många olika målgrupper. Vi vill skapa så dynamiska boendemiljöer som möjligt och därför arbetar vi oftast med flera olika målgrupper samtidigt. Vi målgruppsanpassar våra bostäder inom varje bostadsprojekt.
3. – Ibland attraheras fler eller färre ur en viss målgrupp till ett projekt än vad vi förutsett. Det är däremot sällan som den tänkta målgruppen är helt fel. Eventuella säljsvårigheter är sällan kopplat till detta. Hela processen kring utvecklingen av ett bostadsprojekt, där marknadsanalysen är en del, syftar till att säkerställa att

vi erbjuder attraktiva bostäder för målgruppen.
4. – Vi följer förstås vår försäljning noga och ibland har vi anpassat bostäder under projektets gång för att möta efterfrågan. Exempelvis har vi justerat planlösningar eller gjort om en 3:a till en 4:a.



Sandra Frank, marknadschef Folkhem

1. – Den är viktigt så klart, eftersom vi har en nischad produkt. Just nu bygger vi bara i Stockholm, mest i norrort och framförallt i Sundbyberg, där vi har upparbetat väldigt goda relationer med kommunen. Eftersom vi är små på marknaden handlar det om långsiktigt goda relationer för att få mark. Vi bygger för en kvalitetsmedveten målgrupp och jobbar alltid med de bästa arkitekterna. Vi har flera medelålders köpare som vet vad de vill ha eller så har de bott i Folkhemhus tidigare men vi har även yngre medvetna köpare.
2. – Vi är ett så litet företag så varje projekt är individuellt. Men vi har till exempel alltid fönster från golv till

tak, golvvärme i alla rum, sedumtak som är vackert och isolerande och så bygger vi alltid våra egna projekt i trä, även flerbostadshus. Det blir väldigt mycket en miljöprodukt.
3. – Ja, det har hänt.
4. – Bland annat i nya stadsdelen med fokus på barn, Annedal i Sundbyberg. 2010 så insåg vi att de etagelägenheter eller "radhus på höjden" vi hade utvecklat i området var helt fel. Många barnfamiljer vill hellre bo i ett plan. Det är fortfarande några av dem kvar att sälja. Det gjorde att vi ritade om ett annat projekt i en annan stadsdel.



Johan Westring,

ansvarig för markförvärv i Stockholms län, Besqab.
1. – Varje bostadsläge är unikt med sina speciella marknadsförutsättningar. Vi gör alltid en analys av lämplig målgrupp/-er innan vi förvärv bygger. I vissa projekt vänder vi oss till flera målgrupper medan andra projekt är nischade till en huvudsaklig målgrupp.
2. – Ja. Vi har till exempel

ett koncept med smålägenheter i bostadsrättsform (40–80 lägenheter per projekt). Målgruppen är ungdomar mellan 19 och 27 år (80–90 procent av köparna tillhör målgruppen). Våra gruppbyggda småhus vänder sig också till en huvudsaklig målgrupp: Familjer med småbarn och par som planerar att skaffa barn. 75–85 procent av köparna tillhör normalt den målgruppen.

3. – Nej. Det har dock blivit svårare att nå de äldre villaägarna de senaste åren. Det beror åtminstone delvis på ändrad reavinstskatt och slopad fastighetsskatt. Andelen köpare som är äldre villaägare har därför blivit något lägre än förväntat i vissa bostadsrättsprojekt. Vi har kompenserat genom att öka andelen köpare från andra målgrupper.
4. – Nej.



Mikael Åslund, regionchef Stockholm stad, JM

1. – Viktig. Det måste finnas en målgrupp som är tillräckligt stor och tillräckligt betalningsvillig så att projektet kan genomföras.
2. – Ja delvis. JM-koncernen har ett dotterbolag, SBC Bo, som fokuserar på studentbostäder och ungdomsbostäder. I övriga projekt formar vi dem utifrån tänkt målgrupp. Till exempel är det viktigare med små lägenheter om målgruppen

är unga vuxna eller en stor andel ensamhushåll.

3. – Väldigt sällan. Till exempel en lågkonjunktur kan påverka så att målgruppen inte har tillräcklig betalningsvilja för projektet.
4. Ja, men endast om situationen enligt fråga 3 ovan inträffar tidigt i ett projekt.



Birgitta Seeman, vd på Seniorsgården, dotterbolag till JM

1. – Seniorsgården bygger såväl seniorbostäder för +55 år samt vård- och omsorgsbostäder för +85 år. För våra målgrupper söker vi mark i centrala lägen nära service och kommunikationer. De yngre seniorerna önskar ofta park- eller sjöutsikt.
2. – Ja vi har gedigna program med ett 100-tal punkter för såväl seniorbostäderna som vård- och omsorgsbostäderna. Förutom ljusa lägenheter med funktionella planlösningar är det de många detaljer som gör våra lägenheter tillgängliga för de äldre som med tiden ofta drabbas av olika typer av handikapp.
3. – Nej, men det händer att en lågkonjunktur påverkar försäljningen negativt. Ett seniorprojekt som är för stort för den aktuella stadsdelen/orten, det vill säga att andelen seniorer är för litet, kan även fördröja försäljningen.
4. – Nej inte i sena skeden.

I projektens tidiga skeden kan en lågkonjunktur påverka valet av målgrupp då projekt som säljs till en större målgrupp oftast är mer lättsålda. Våra seniorbostäders läge och utformning samt de gemensamma utrymmena attraherar oftast alla målgrupper.



Mattias Lundgren, vd NCC Boende

1. – Målgruppen är startpunkten i det vi gör och vi väljer område utifrån de flyttströmmar som våra målgrupper har. Det är först i nästa steg vi letar mark inom detta område.
2. – Ja. Samtidigt styrs vi till stor del av kommunala särkrav vilket gör att vi inte helt och hållet själva är fria att utforma produkten utifrån det vi vet om kundsegmentens önskemål.
3. – Generellt sett nej. I enskilda projekt har vi mött kundkrav vi inte förutsett – exempelvis önskemål om gästtoalett i mindre lägenheter – men målgruppen är i allt väsentligt den förväntade.
4. – Vi analyserar löpande hur marknaden och kundsegmentens krav utvecklas och anpassar projekten efter detta om så krävs. I den mån vi anpassar projekteringen är detta i så fall i förväg för att slippa framtida försäljningsproblem, inte som en effekt av dem.



Capatect ThermoSan NQG

Självrengörande ytputs med Nano-Kvarts-Teknologi

Capatect Fasadsystem lanserar nu ThermoSan Fassadputs NQG, den naturliga fortsättningen efter framgångarna med AmphiSilan Fassadputs och Caparol Clean Concept. Nano-Kvarts-Teknologin gör att fasaden håller sig ren och torr längre än med andra liknande produkter.

ThermoSan Fassadputs NQG innehåller ett nytt lättare fyllmaterial vilket innebär att vikten är ca 20% lägre, en klar fördel vid såväl transporter som vid arbete.



GÖTEBORG (HK)
Marieholmsgatan 124
Tel 031-750 52 00

MALMÖ
Vattenverksgatan/
Höjrodergatan 29
Tel 040-691 74 90

DANVIKSTULL, NACKA
V Finnbodavägen 1
Tel 08-568 483 90

UMEÅ
Parkvägen 7
Tel 090-12 13 41

JÖNKÖPING
Kämpvägen 21
Tel 036-16 42 30



Caparol Sverige AB – www.caparol.se