

## Strategisk tema: Strategisk utvikling av studentboliger

### 1. Bakgrunn

For å utvikle Sit sine studentboliger og eiendomsportefølje i tråd med virksomhetens vedtatte strategi (Sit 2025) og nye visjon «*Vi skaper rom for meningsfulle studentliv*», jobbes det med å etablere et rammeverk for studentboligbygging i Sit som er forankret i organisasjonens langsiktige planer. Rammeverket skal gi Sit et sterkere grunnlag for å fatte de riktige beslutningene som berører utvikling av studentboligporteføljen.

For å skaffe et nødvendig kunnskapsgrunnlag for å kunne foreslå og vedta en strategisk retning for dette virksomhetsområdet er det gjennomført en analyse av interne og eksterne faktorer for deler av virksomheten. Sentrale resultater presenteres i denne saken, sammen med en serie refleksjonsspørsmål. Med utgangspunkt i denne innsikten ber vi om styrets innspill og eventuelle føringer, som kan inkluderes i Sit sine planer for utvikling av fremtidens studentboliger.

Sit har vedtatt en strategi om å tilby markedsorienterte og bærekraftige tjenester. Dette innebærer at vi skal sikre god studentvelferd gjennom å tilby velferdstjenester tilpasset studentenes behov. I tillegg skal vi utvikle kommersielle tjenester til studenter, ansatte og andre målgrupper som skal finansiere bedre studentvelferd. Alle tjenester Sit leverer skal være bærekraftige.

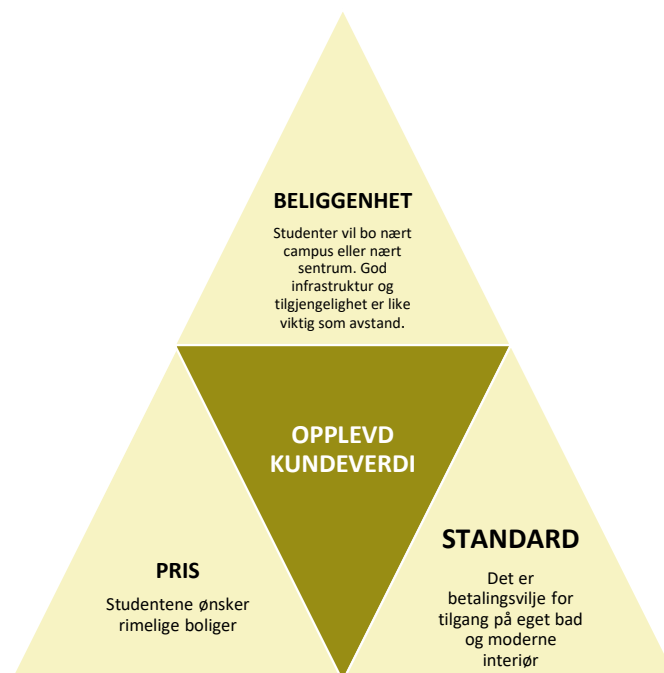
Historisk har oppkjøp og utvikling av studentboliger vært forankret i vurderinger rundt beliggenhet, kostnadsramme, og bidrag til målet om å tilby 20 % dekningsgrad<sup>1</sup> for studentboliger gjennom studentsamskipnadene. Andre markedsparameter har i mindre grad blitt vektlagt, men vil være kritiske suksessfaktorer for å nå målet om markedsorientering i virksomhetens ambisiøse satsning på studentboliger.

Markedsorientering innebærer å være opptatt av kundenes behov og preferanser, hva konkurrenter tilbyr, og hvordan vi kan representere en merverdi. Det er markedet som skal styre virksomhetens utvikling.

Det siste året har Sit fokusert på å identifisere kundebehov og preferanser i fremtidens studentbolig. Gjennom kvantitative og kvalitative undersøkelser kan vi med rimelig sikkerhet slå fast at den viktigste driveren i den sammenheng er boligens beliggenhet, tett etterfulgt av pris og standard.

---

<sup>1</sup> Norsk studentorganisasjon (NSO) har vedtatt at 20 % av studentene skal kunne bo i studentbolig drevet av studentsamskipnadene.



Sit sine mål om markedsorienterte og bærekraftige tjenester slår fast at vi skal tilby en merverdi til studentene ved at:

- Alle tjenester for studenter skal være tilpasset studentenes særlige behov
- Alle tjenester for studenter har et fokus på et inkluderende studentliv.

Utviklingen av studentboliger i Sit er i stor grad regulert av kunnskapsdepartementets tilskuddsordning, som også innebærer at våre prosjekter må optimaliseres innenfor tydelige og begrensede kostnadsrammer. Dette innebærer at vi ofte må gjøre prioriteringer for å tilfredsstillende de finansielle kravene. Fra et markedsorientert perspektiv kan dette innebære at ikke alle kundebehov kan tilfredsstilles, og Sit må identifisere de viktigste.

Hva betyr så alt dette i praksis? Hvordan skal vi sikre en markedsorientert og bærekraftig utvikling av fremtidens studentboliger?

## 2. Interne faktorer




Vi vil her presentere utvalgte interne faktorer som er av betydning for strategiske valg rundt Sit sin boligutviklingsstrategi.

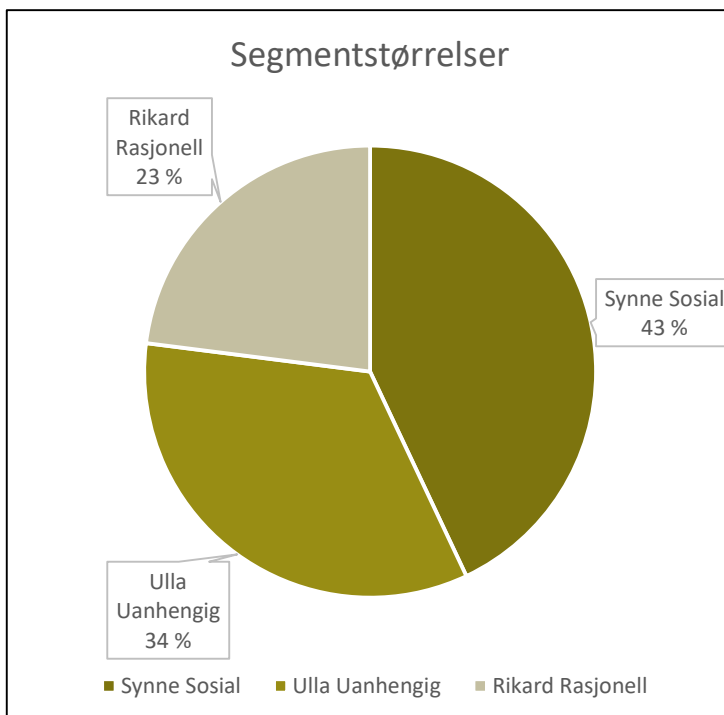
### 2.1. Hvem er kunden?

Sit skal tilby boliger til studenter i Trondheim, Ålesund, og Gjøvik. Dette er ikke en homogen gruppe mennesker, og for å kunne etablere et tilbud som tilfredsstiller de ulike behovene som eksisterer er det også viktig å gjøre seg kjent med de ulike

kundesegmentene som finnes i markedet. I forbindelse med kartlegging av kundepreferanser i fremtidens studentboliger ble det identifisert tre ulike personas<sup>2</sup> som skal være representative for majoriteten av studentpopulasjonen i vårt nedslagsfelt.

### 2.1.1. Personas

 <p><b>SYNNE SOSIAL</b> Synne er utadvendt og sosial og foretrekker å bo sammen med andre. Hun lever og ånder for felleskapet og liker å spise middag og se film med medboerne. Et godt fellesrom er viktig for henne.</p> <p><b>STØRSTE FRYKT:</b> Å være alene</p>	 <p><b>ULLA UAVHENGIG</b> Ulla anerkjenner at det er flere sosiale fordeler ved å bo sammen med andre, men hun er på ingen måte avhengig av å bo i kollektiv for å trives.</p> <p><b>STØRSTE FRYKT:</b> Total mangel på privatliv</p>	 <p><b>RIKARD RASJONELL</b> Rikard velger å bo i bofellesskap fordi det er billigst. Han deler gjerne bad med andre - hvis det er penger å spare. Selv om han foretrekker å dele bolig med noen han kjenner, trumfer god pris alt.</p> <p><b>STØRSTE FRYKT:</b> Å gjøre en dårlig deal</p>
---	--	---



Analysen av personas indikerer at verdier, holdninger og interesser er konstante.

Det er heller ikke vesentlige forskjeller på segmentene med tanke på:

- Antall semestre de har studert
- Alder
- Bosituasjon (bor hos Sit, eier, eller leier privat).

Omgivelsene endres derimot, noe som også påvirker preferanser og valg. For eksempel kan studenter med barn også relateres til overnevnte personas, men barnefamilier har naturlig nok

<sup>2</sup> Personas er en fiktiv personalisering av en typisk person en virksomhet ønsker å nå ut til (få som kunde).

spesielle behov knyttet til deres omstendigheter. Begge kjønn er representert i alle tre personas, men noe overvekt av kvinner representert ved «Synne» og «Ulla».

### 2.1.2. Demografi (Alder, Kjønn, Geografi)

Sit er opptatt av å tilgjengeliggjøre og aktivt utnytte relevant kundedata i utviklingsprosjekter. Dette gir oss kunnskap om hvilke boligtyper kundene foretrekker, og vi jobber også med å spore særskilte preferanser hos de ulike kundesegmentene (basert på demografiske faktorer som alder og kjønn). Vi forventer å motta grundige analyser av dette i løpet av våren 2021, men vi kan allerede presentere flere interessante variabler relatert til demografiske faktorer.

#### Alder

##### Studenter i utdanningsinstitusjoner tilknyttet Sit, Høst 2020

	Gjøvik	Ålesund	Trondheim
18 - 27 år	2635	1973	30370
>27 år	1274	569	9322
Totalt antall studenter	3909	2542	39692
Andel 18 - 27 år	67,4 %	77,6 %	76,5 %
Andel >28 år	32,6 %	22,4 %	23,5 %
Antall HE	611,5	374	6060
Dekningsgrad HE, alle	15,6 %	14,7 %	16,6 %
Dekningsgrad 18 - 27	23,2 %	18,9 %	19,9 %

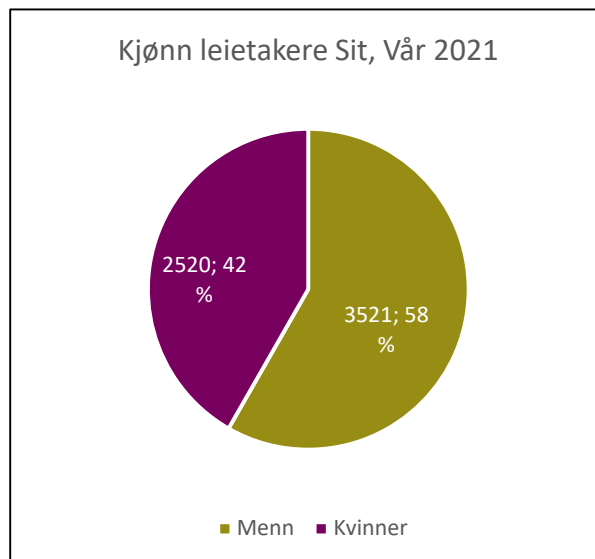
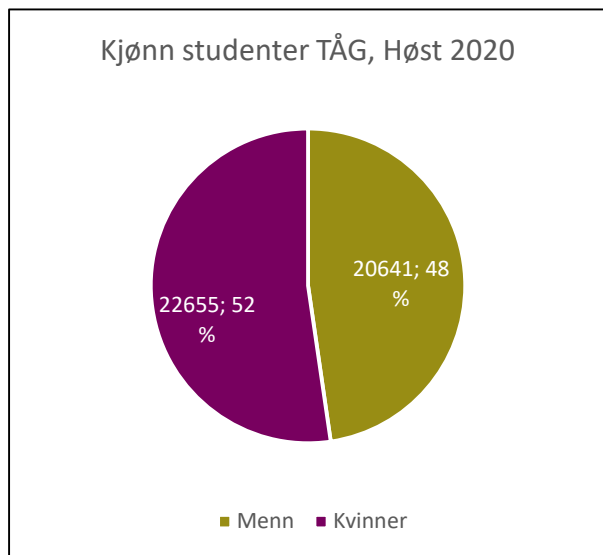
I Gjøvik er andelen eldre studenter signifikant høyere enn i Trondheim og Ålesund. Studenter i slutten av tyveårene og eldre er ofte i slutten av studieløpet, eller deltakere i deltids og samlingsbaserte studier. Dersom man vurderer at dette segmentet ikke er i målgruppen for våre studentboliger gir det til dels store utslag på dekningsgraden.

I Gjøvik opereres det med en offisiell dekningsgrad på 15,6% (antall HE fordelt på alle studenter). Dersom man isolert ser på studenter i alderssegmentet 18 - 27 år er dekningsgraden hele 23,21 %. Når vi inkluderer det planlagte prosjektet i Røverdalen vil dekningsgraden på Sit boliger øke til hele 32,3 % (forutsatt at antall studenter holder seg stabilt). I de andre byene ligger dekningsgraden for alderssegmentet 18 - 27 år på ca. 20 %.

#### Kjønn

I studentpopulasjonen er det for studieåret 2020 en svak overvekt av kvinnelige studenter som er registrert ved utdanningsinstitusjoner tilknyttet Sit. Dette gjenspeiles

ikke hos Sit sine leietakere, hvor menn er overrepresentert. Sit har i sin bærekraftstrategi en fremhevet målsetning om støtte seg til FNs bærekrafts mål om «likestilling mellom kjønnene», gjennom å sørge for lik tilgang til og bruk av Sits tjenester, tilbud, og aktiviteter. Ut ifra den informasjonen vi har tilgjengelig i dag er det i utgangspunktet ingen naturlig forklaring på hvorfor det er flere menn enn kvinner som leier bolig hos Sit.



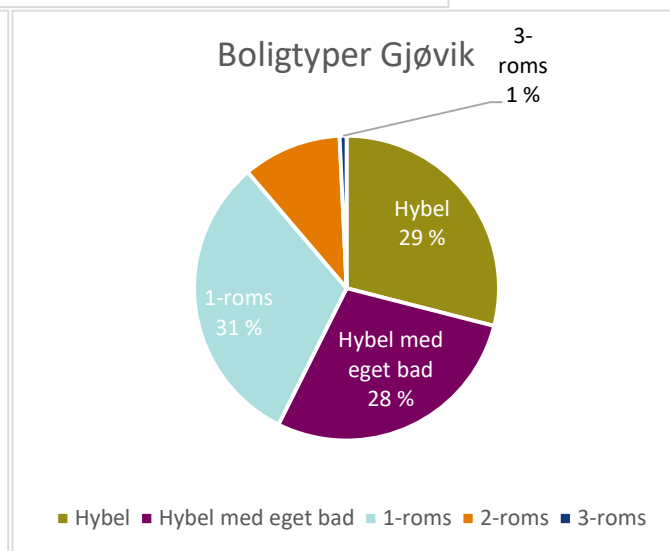
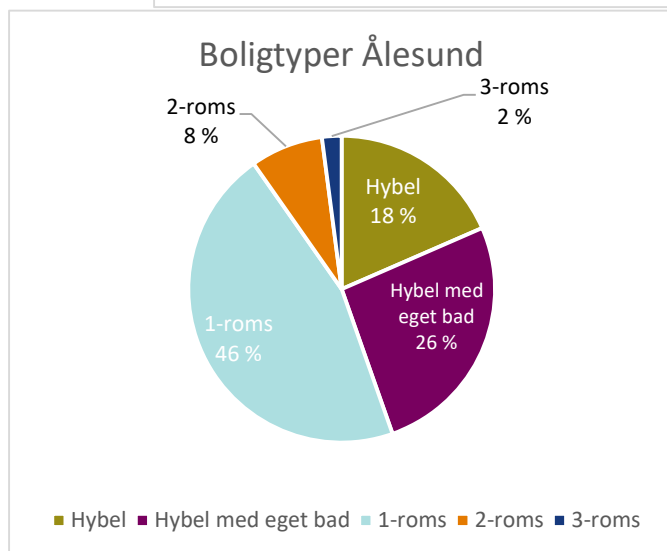
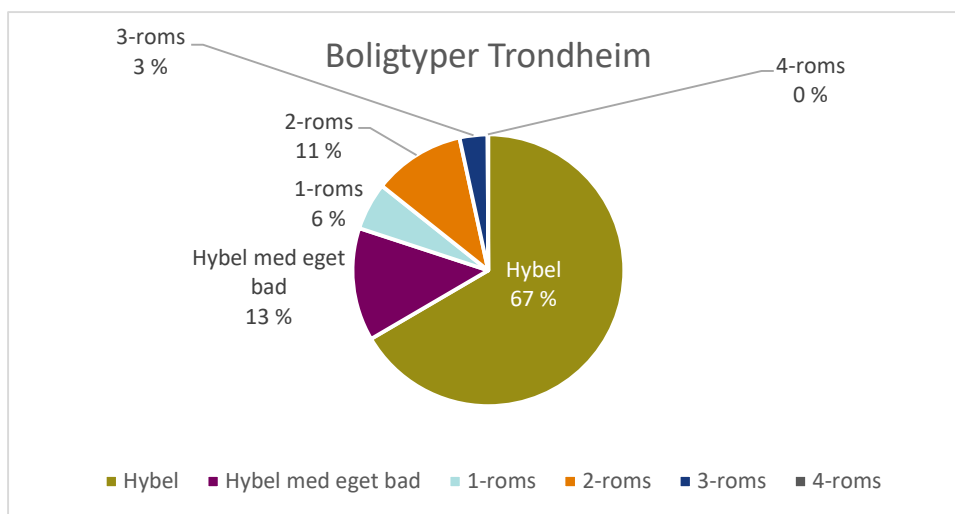
## Geografi

Studentene tilknyttet Sit kommer fra hele landet. Gjøvik og Ålesund har i større grad enn Trondheim studenter som har sin opprinnelige hjemmeadresse i samme region, men også her er det en stor andel tilflyttere. Gjennom Sit sin samarbeidsavtale med NTNU tilbyr vil boliger til universitetets utvekslingsstudenter. I et normalt år (pre Covid) utgjør utvekslingsstudenter ca. 20% av kundemassen til Sit Bolig.

## 2.2. Boligportefølje

Sit har en variert boligportefølje bestående av alt fra eneboliger til moderne hybelleiligheter som rommer både kjøkken, bad, og oppholdsrom og hybler i kollektiv. Eiendommene er av både nyere og eldre dato, og holder jevnt over god standard. For den eldre eiendomsmassen blir det foretatt systematisk vedlikehold, og de siste årene har det også blitt investert i større oppgraderinger av overflater, kjøkken, og bad for å heve kvaliteten i boligene.

Enkelte boliger står likevel ovenfor et større vedlikeholdsbehov på lang sikt. Vi opplever en større misnøye ved lav standard enn med pris, noe som forsterker vurderingen om at det i markedet eksisterer betalingsvilje for boliger med høy standard.



Vi vet, gjennom kvalitativ måling av etterspørsel, at 1-roms leiligheter er både populære og etterspurte i alle tre byene. Etterspørselen kommer både fra førsteårsstudenter, og fra de som har kommet lengre i studieløpet sitt. Det er lite tomgang på denne boligtypen gjennom hele året. Vi har heller ingen informasjon som tyder på at studenter som bor alene er mer preget av ensomhet enn andre. De som har bodd i kollektiv en stund, og personer som er litt eldre enn gjennomsnittsstudenten foretrekker gjerne å bo alene, og våre data antyder at det er et bevisst valg. Det sosiale behovet tilfredsstilles på andre arenaer enn i boligen.

Samtidig vet vi også at studentene trives godt i store kollektiv som er tilrettelagt for sosialisering (for eksempel er våre studentboliger i Moholt Allmenning og Teknobyen<sup>3</sup> i toppen når det kommer til kundetilfredshet). I en kundeundersøkelse fra 2019 oppgir 80 % av respondentene at det er *sosialt* eller *svært sosialt* å bo i 15-manns kollektiv på

<sup>3</sup> I KTI undersøkelsen 2020 var det en redusert tilfredshet i forhold til tidligere. Dette kan muligens komme av lav andel respondenter. Andre tilgjengelige data tyder på at tilfredsheten er jevnt god i Teknobyen.

Moholt Allmenning, noe som er helt i tråd med Sit sine ambisjoner om å tilrettelegge for sosial bærekraft i sitt tjenestetilbud. På den andre siden kan hybler i kollektiv i perioder være utfordrende å få leid ut (spesielt utenom semesterstart), og det er høyere grad av tomgang i kollektiv en i 1-roms leiligheter.

Alle tre byene har god dekning av boliger for par og familier.

### 2.3. Refleksjonsspørsmål

- Skal Sit tilpasse sitt boligtilbud til hele, eller deler av studentpopulasjonen?
- I hvilken grad skal Sit hensynta alder, kjønn, og andre demografiske faktorer i strategiske planer for studentboligutvikling?
- Skal Sit tilby å utvikle studentboliger basert på markedets generelle etterspørsel, eller skal vi vektlegge kvalitative faktorer slik som muligheten for sosialisering og forebygging av ensomhet?

## 3. Eksterne faktorer

Vi vil her presentere utvalgte eksterne faktorer som vurderes å være av betydning for strategiske valg rundt Sit sin boligutviklingsstrategi.

### 3.1. Trender

Megatrender beskriver store, langsiktige, globale endringer og kan være et nyttig bakteppe når man skal legge langsiktige planer for fremtiden<sup>4</sup>.

Trendspotting foretatt i Sit avdekker at man kan predikere et vedvarende fokus på helse i kjølvannet av Covid-19 pandemien. Mennesker vil agere ut ifra et helseperspektiv, og hygiene vil bli en svært viktig del av hverdagen. Man kan også antyde en dreining fra individualisering mot større grad av solidaritet, og menneskers behov for tilhørighet vil bli svært viktig.

Digitalisering av høyere utdanning vil fortsette, og kan innebære at færre oppholder seg på campus. Globale trender tilsier at flere vil fortsette å studere hjemmefra (også internasjonalt), og behovet for kunnskapspåfyll og livslang læring vil innebære en større demografisk variasjon i studentmassen. Mulighetene til å jobbe og studere hjemmefra kan føre til mindre etterspørsel etter boliger i byer og sentrumsområder, og kan gjøre det enklere for unge å etablere seg.

---

<sup>4</sup> Kilder: [Generasjon Z \("Snøfnugggenerasjonen"\)](#)

[Generasjon snøfnugg](#)

[Generasjon Z, Boomers, Millennials – kva generasjon høyrer du til?](#)

[Understanding-Generation-Alpha-Report-2020.pdf](#)

Rapport, Are you reframing your future or is the future reframing you? EY Megatrends, 2020

Rapport, Sit på vei mot en bærekraftig utvikling, 2021

I Norge ser vi en noe svekket befolkningsvekst, mens andelen av mennesker i høyere utdannings holder seg jevnt.

### 3.1.1. Generasjon Z og Alpha

Ved studiestart høsten 2021 vil de yngste førsteårsstudentene være født i 2002, og hovedtyngden av Sit sine boligkunder de neste 10 årene tilhører *Generasjon Z*.

Kjennetegn hos mennesker som tilhører denne generasjonen er at de har vokst opp i en verden der teknologi har blitt en naturlig del av livet og hverdagen. De påvirkes av det virtuelle livet som eksisterer på nettet, men er samtidig født i en tid der verden opplever krig, fattigdom, og globale kriser som også gjør inntrykk.

Generasjonen er ambisiøse og endringsorienterte, og stiller høye krav og forventninger til seg selv og sine omgivelser. Generasjon Z har i enkelte sammenhenger også blitt kalt «Snøfnugggenerasjonen». I dette begrepet ligger det en oppfatning av at hvert enkelt individ er «unikt, og fortjener særbehandling». Bruken av begrepet er omdiskutert fordi det kan tolkes som negativ kritikk av individer, og bidrar til en uforholdsmessig oppfattelse av at generasjonen er preget av kravmentalitet og svak psykisk helse.

Når vi bygger studentboliger er dette store og langsiktige investeringer som skal bære frukter i flere tiår. Prosjektene vi planlegger i 2021 bygger vi i prinsippet for de som er små barn i dag, og om ti år er det *Generasjon Alpha* som flytter inn i våre studentboliger.

Det som kjennetegner Alpha 'ene er at de aldri har opplevd verden uten digitalisering. De er oppvokst med konstant tilgang til internett og smartteknologi, og denne store tilgangen på kunnskap og informasjon gjør at generasjonen forventes å bli den høyeste utdannede og rikeste noensinne.

Mens Generasjon Z lar seg påvirke av influensere og kjendiser, er det forventet av Alpha 'ene i større grad vil påvirkes av venner og personlige relasjoner. Tilgangen på teknologi bidrar også til globalisering og relasjonsbygging på tvers av geografi og kultur. Generasjon Alpha vil studere lenge, og komme senere inn i arbeidslivet. Global trendforskning antyder at de kommer til å bo lengre hjemme hos familien, også gjennom studieløpet. Teknologien vil muliggjøre deltakelse i internasjonale utdanningsprogram uten å være fysisk bosatt der hvor undervisningen foregår.

### 3.2. Konkurransesituasjon

Sit kan kun tilby boliger til en liten andel av studentene, og flertallet av studentene leier bolig i det private markedet. Ca. 15 % oppgir at de bor hos familie eller eier egen bolig. Studentene er avhengig av det private markedet for å dekke etterspørselen etter boliger. Det er viktig at Sit som er ansvarlig for studentvelferd sørger for å være det prefererte alternativet. Fokuset på markedsorientering vil bidra til dette.



De siste årene har flere private profesjonelle tilbydere av studentboliger etablert seg i Trondheim, og flere utbyggere planlegger store studentboligprosjekter både i Gjøvik og Ålesund.

De nye privateide studentboligprosjektene har mange likhetstrekk med konseptene Sit tilbyr, med både små 1-roms leiligheter og hybler med eget bad i bofellesskap. Fellestrekk i prosjektene er høy standard og målrettet markedsføring. De private aktørene etablerer seg også på de samme stedene som Sit ønsker å være (campus- eller sentrumsnært).

### 3.2.1.Pris

Gjennom å overvåke andre aktører observerer vi at de tilsynelatende har hatt bra med utleie selv om prisnivået ligger godt over det Sit tilbyr for tilsvarende boliger. Vi ser også at de private aktørene gjerne har dårligere vilkår gjennom lange uoppsigelige kontrakter, og høye depositum. Sit er i dag trolig prisleddende på studentboliger i vårt nedslagsfelt, men blir i mindre grad oppfattet slik av studentene

Beliggenhet	Private aktører	Sit	Differanse
Moholt, Trondheim	Voll Studentby, Hybel m/eget bad: 5600 - 6387 kr <sup>5</sup>	Moholt Allmenning, Hybel m/eget bad: 5245 kr	6,3 – 17,8%
Nardo/Lerkendal, Trondheim	Campus Life: 1-roms 13m <sup>2</sup> : 6450 kr.	Berg Studentby, 1-roms 13 m <sup>2</sup> : 5140 kr	20,3%
Sentrum/Elgeseter, Trondheim	Campus360, Hybel m/eget bad: 7450 kr	Teknobyen, Hybel m/eget bad: 5867 kr	21,24%
Sentrum, Gjøvik	Studenten, 1-roms 20 m <sup>2</sup> : 5870 kr	Sentrum, 1-roms 20 m <sup>2</sup> : 4650 kr.	20,8%

### 3.3. Refleksjonsspørsmål

- Hvordan vil Generasjon Z og Alphas forhold til individualisering og teknologi påvirke vår utvikling av studentboliger?
- Hvordan påvirker studentboligene og bomiljøet studentenes psykiske helse?
- Vil global digitalisering og kulturendringer bidra til endrede behov for studentboliger i universitetsbyene?
- Hvordan skal Sit posisjonere sitt boligtilbud i forhold til private aktører som etablerer seg i samme marked?

<sup>5</sup> Voll Studentby (Frost eiendom) tilbyr i utgangspunktet uoppsigelige kontrakter med 1 års varighet, men disse kan endres til avtaler med 3 mnd løpende oppsigelse for et pristillegg på 15%/mnd. Sit har 2 måneders løpende oppsigelse i sine kontrakter.

12.05.21

Med utgangspunkt i overnevnte kunnskapsgrunnlag ber vi om styrets innspill og betraktninger rundt refleksjonsspørsmål presentert i saken. Vi ber også styret om å ta stilling til om Sit mangler noe i sitt kunnskapsgrunnlag som bør fremskaffes.

Saksbehandler: Gunhild Ildjarnstad Hagen / Lisbeth Glørstad Aspås

### **Tilråkning**

Styret diskuterte saken og kom med innspill til det videre arbeidet.

Trondheim, 05. mai 2021

Audhild Kvam