



Høgskulen
på Vestlandet

MASTEROPPGAVE

Samsvar mellom salgsprospekt og ferdigstilt boligprosjekt

- en studie av fire boligprosjekter med tilhørende salgsprospekt

Coherence between sales prospectus and completed housing projects

- a study of four housing projects and its sales prospectuses

Katrine T. Hartvedt &

Lena Jansen

Master i areal og eiendom

Fakultet for ingeniør- og naturvitenskap / Institutt for byggfag

Veiledere: Ane Margrethe Lyng & Carolyn Ahmer

21. mai 2021

Vi bekrefter at arbeidet er selvstendig utarbeidet, og at referanser/kildehenvisninger til alle kilder som er brukt i arbeidet er oppgitt, jf. Forskrift om studium og eksamen ved Høgskulen på Vestlandet, § 12-1.

FORORD

Denne oppgaven markerer slutten på vårt masterstudium innen Areal og Eiendom ved Høgskulen på Vestlandet. Masteroppgaven er skrevet våren 2021, og tar for seg samsvar mellom salgsprospekt og ferdigstilt boligprosjekt. Vi håper at studien vår vil skape engasjement og gode debatter i fremtiden.

Det har vært en utfordrende og lærerik prosess, og vi er stolte over å presentere det endelige resultatet. Oppgavens tema har vist seg å være svært tidsaktuell, og vi har fått en større innsikt i boligprosjekters betydning for god byutvikling. På grunn av en spesiell tid hvor hverdagen er preget av Covid-19, har all kommunikasjon og arbeid foregått via videosamtale på Teams. Til tross for 15 miles avstand, har det gode samarbeidet vårt gjort at oppgaven ikke preges av denne begrensningen.

Først og fremst ønsker vi å takke alle som stilte til intervju, og som har bidratt med nyttig kunnskap og større forståelse. Videre ønsker vi å takke våre veiledere Ane Margrethe Lyng og Carolyn Ahmer. Deres synspunkt og engasjement har vært verdifullt for oss og for oppgavens utforming. Vi vil også benytte anledningen til å takke familie og venner for oppmuntring og gode innspill. Til slutt vil vi rette en spesiell takk til våre samboere som har takket ja til ugunstige nattevakter og ekstra skift det siste halvåret. Dette har gitt oss arbeidsro og mulighet til å benytte hjemmets stue som hjemmekontor.

Høgskulen på Vestlandet, avdeling Bergen, 21. mai 2021.

Katrine T. Hartvedt

Lena Jansen

SAMMENDRAG

Studien tar for seg tema knyttet til samsvar mellom salgsprospekt og ferdigstilt boligprosjekt. Under arbeidet med oppgaven har det oppstått en bevegelse i media der arkitekter har aktualisert problematikken knyttet til lite estetiske boligprosjekt og villedende illustrasjoner. Hvilke konsekvenser har det for byutvikling at utbyggere ønsker størst mulig profitt og politikere vedtar planer basert på illustrasjoner som ikke samsvarer med det endelige resultatet?

Vi har gått i dybden på salgsprospektets innhold og utforming, og sett nærmere på hvordan dette samsvarer med det ferdige resultatet. Vi har studert fire boligprosjekt i Bergen og analysert tilhørende salgsprospekt opp mot det som er ferdigstilt. I analysen har vi sett på illustrasjonene samt tekstens innhold og ordbruk. Det er videre foretatt intervju av eiendomsmegler, utbygger, arkitekt, politiker og boligkjøper. Besvarelsen fra disse aktørene er brukt til å belyse salgsprospektets formål og juridiske status. Vi har også sammenlignet funnene fra analysen av boligprosjektene, for å undersøke om det finnes tendenser og avvik.

Gjennom studien har vi sett en stor variasjon i hva som samsvarer i de ulike boligprosjektene sammenlignet med salgsprospektene. Det har vist seg at fasademateriale og sol- og skyggeforhold samsvarer godt, i motsetning til uterommets vegetasjon, beplantning og lekeplass. Dette kan ha sammenheng med at uterommet ofte ender som en salderingspost mot slutten av prosjektet når økonomien ikke strekker til. Vi har videre sett at boligprosjektene med de største avvikene er utarbeidet av engangsutbyggere. Disse avvikene knyttes til redigering i illustrasjoner av eksisterende landskap og bebyggelse, samt ferdigstilte uterom der planlagte frodige grønnelementer er byttet ut med asfalterte overflater.

ABSTRACT

The study addresses topics related to coherence between a sales prospectus and a completed housing project. During the work on the project, there has been a movement in the media where architects have brought up the issue of unaesthetic housing projects and misleading illustrations. What consequences does it have for urban development that developers want the greatest possible profit and politicians adopt plans based on illustrations that does not equal the final result?

We have gone in depth on the content and design of the sales prospectus and looked more closely at how this corresponds with the finished result. We have studied four housing projects in Bergen and analysed the associated sales prospectus against what has been completed. In the analysis, we have looked at the illustrations as well as the text's content and vocabulary. Interviews have also been conducted with a real estate agent, developer, architect, politician, and home buyer. The results from these interviews have been used to shed light on the purpose and legal status of the sales prospectus. We have also compared the findings from the analysis of the housing projects, to determine whether there exists trends and deviations.

Through the study, we have seen a large variation in what corresponds in the various housing projects compared with the sales prospects. The analyses have shown that the facade material and sun- and shade conditions correspond well with the completed project, in contrast to the outdoor space's vegetation, planting and playground. This may be related to the fact that the outdoor space often ends up as a balancing item towards the end of the project when the finances have become limited. We have also seen that the housing projects with the largest deviations have been developed by one-time developers. These discrepancies are linked to editing in illustrations of existing landscapes and buildings, as well as outdoor spaces where planned green elements have been replaced with paved surfaces.

INNHALDSFORTEGNELSE

| | |
|--|------------|
| FORORD | iii |
| SAMMENDRAG | v |
| ABSTRACT | vi |
| 1 INTRODUKSJON | 1 |
| 1.1 Bakgrunn for oppgaven | 2 |
| 1.2 Formålet med oppgaven..... | 2 |
| 1.3 Problemstilling | 3 |
| 1.4 Avgrensning | 3 |
| 1.5 Oppgavens utforming | 4 |
| 2 DEFINISJONER | 5 |
| 3 METODE | 7 |
| 3.1 Dokumentstudier | 9 |
| 3.2 Case-studie | 10 |
| 3.3 Befaring | 11 |
| 3.4 Intervju | 11 |
| 3.4.1 Håndtering av personvern | 12 |
| 3.4.2 Semi-strukturert intervju | 12 |
| 3.4.3 Utvalg..... | 12 |
| 3.4.4 Intervjuguide | 13 |
| 3.4.5 Gjennomføring..... | 14 |
| 3.4.6 Transkribering | 14 |
| 3.5 Analyse..... | 14 |
| 3.6 Metodekritikk..... | 15 |
| 4 OVERORDNEDE PLANER, RETNINGSLINJER OG FØRINGER | 17 |
| 5 KUNNSKAPSGRUNNLAG | 21 |
| DEL 1 | 22 |
| 5.1 Historisk utvikling..... | 22 |
| 5.1.1 «Den ærlige streken» [21] | 22 |
| 5.1.2 Bruk av illustrasjoner i dag | 24 |
| 5.1.3 Historisk utvikling i plan- og bygningsloven | 26 |
| 5.1.4 Internasjonalt bidrag | 26 |
| DEL 2..... | 28 |

| | |
|--|------------|
| 5.2 Rettspraksis, lover og utomhusplan: | 28 |
| 5.2.1 Forbrukertilsynet, markedsføringsloven og bustadoppføringslova | 28 |
| 5.2.2 TEK10 | 29 |
| 5.2.3 Rettspraksis | 30 |
| 5.2.4 Utomhusplan | 32 |
| 5.3 Salgsprospektets innhold | 33 |
| 5.3.1 Fasade | 33 |
| 5.3.2 Uterom og fellesareal | 35 |
| 5.3.3 Beplantning og grøntområde | 36 |
| 5.3.4 Retorikk | 37 |
| 6 PRESENTASJON AV BOLIGPROSJEKTER | 38 |
| 6.1 Wergeland Terrasse | 39 |
| 6.2 Paradisalléen | 41 |
| 6.3 Nyhavn | 43 |
| 6.4 Råstølen Park | 46 |
| 7 RESULTAT OG ANALYSE | 50 |
| 7.1 Analyse av boligprosjekter | 51 |
| 7.1.1 Wergeland Terrasse | 51 |
| 7.1.2 Paradisalléen | 57 |
| 7.1.3 Nyhavn | 62 |
| 7.1.4 Råstølen Park | 70 |
| 7.2 Funn fra intervju | 75 |
| 7.2.1 Roller | 75 |
| 7.2.2 Prosessen | 76 |
| 8 DRØFTING | 81 |
| 8.1 Hva er formålet med et salgsprospekt? | 82 |
| 8.2 Hva er salgsprospektets juridiske status? | 86 |
| 8.3 Finnes det tendenser som går igjen i prospektene? | 88 |
| 9 KONKLUSJON | 90 |
| 9.1 Konklusjon fra studien | 91 |
| 9.2 Videre forskning | 92 |
| 10 KILDER | 94 |
| 11 VEDLEGG | 106 |

1

INTRODUKSJON

1.1 Bakgrunn for oppgaven

Illustrasjoner brukt i salgsprospekt er noe vi finner svært interessant ettersom vi begge om kort tid vil være i målgruppen unge voksne på jakt etter første bolig. I tillegg til den personlige interessen har vi selv observert at det som fremstilles i salgsprospekt ikke alltid samsvarer med realiteten. Dette er en problematikk man også kan lese om i avisoppslag hvor fortvilte boligkjøpere føler seg lurt. Kjøpere blir gjerne overtalt av vakre illustrasjoner med livlige boligprosjekter der sol og skyfri himmel fremstilles i salgsprospektets illustrasjoner - illustrasjoner som kanskje lover mer enn det holder? Vi har sett at enkelte salgsprospekt tar forbehold om at illustrasjonene kun er retningsgivende, likevel setter vi spørsmål til om de burde vært illustrert og beskrevet på en mer nøytral og realistisk måte.

Bakgrunnen for oppgaven knyttes også til de nye reglene for annonsering av boligannonser gjennom finn.no som trådte i kraft høsten 2018 [1]. Etter anbefaling fra Eiendom Norge, i samråd med Forbrukertilsynet, ble det satt krav til hva en boligannonse på finn kunne inneholde. Dette på bakgrunn av at boligannonse var i strid med markedsføringsloven der særlig teksten var utydelig. Det kom ofte ikke tydelig nok frem at annonsen ikke var komplett, og skillet mellom den juridiske bindende informasjonen i salgsprospektet og annonsebeskrivelsen var ikke klar nok. En av endringene gikk derfor ut på at annonsen fikk en begrenset tekstdel med balansert informasjon om boligen. Vi ønsker å undersøke hvilke krav som settes til innholdet i salgsprospekt, dens juridiske status, samt hvordan salgsprospektet utarbeides.

På bakgrunn av dette ønsker vi å ta fatt på problemstillingen som undersøker hvordan illustrasjonene og teksten i salgsprospekt samsvarer med ferdigstilte boligprosjekter.

1.2 Formålet med oppgaven

Formålet med denne oppgaven er å sette fokus på dagens salgsprospekter, og deres innhold. Vi ønsker å undersøke både illustrasjoner og tekst i prospektene, og deretter vurdere i hvor stor grad dette samsvarer med det ferdigstilte boligprosjektet.

Studien tar også for seg salgsprospektets formål og juridiske status, samt om det finnes en tendens i avvik i de valgte boligprosjektene som studeres. Ved hjelp av utvalgte case-studier og intervju med utbygger, arkitekt, politiker, eiendomsmegler og boligkjøper ønsker vi å besvare problemstillingen gitt under.

1.3 Problemstilling

Oppgaven har som mål å besvare følgende problemstilling:

Hvordan samsvarer salgsprospekt med ferdigstilt boligprosjekt?

På bakgrunn av oppgavens tematikk har vi utarbeidet følgende underspørsmål:

1. Hva er formålet med salgsprospekt?
2. Hva er salgsprospektets juridiske status?
3. Finnes det tendenser som går igjen i flere av prosjektene?

1.4 Avgrensning

Oppgaven avgrenses først og fremst til boligprosjekter i Bergen kommune. Dette på bakgrunn av at vi gjennom studien har hatt behov for å befare de valgte prosjektene. Samtidig måtte vi ha mulighet til å fotografere uteområdene som senere skulle analyseres og sammenlignes med illustrasjonene gitt i prospektet. Oppgavens analyse avgrenses videre til å omhandle prosjektenes uteområder; herunder grønnstruktur, fasader, lekeplasser og omkringliggende landskap og bebyggelse. Salgsprospektene viser også til utforming av leilighetene, men det vil være for krevende å analysere både uteområdene og leilighetene gitt at vi ikke har tilgang til disse enhetene, eller eventuelle takterrasser og private uteområder. Dette også som følge av at studien gjennomføres i en spesiell tid med restriksjoner som følge av covid-19, noe som gjør det lite forsvarlig å be om tilgang til leilighetene.

Til tross for at prosjektene som studeres alle er knyttet til samme by, ser vi at funnene fra studien vil være til nytte for aktører i flere byer. Resultatene vil ikke knyttes til Bergen kommune, men opp mot praksisen ved bruk av salgsprospekt.

1.5 Oppgavens utforming

Innledningsvis ønsker vi å definere viktige begreper brukt i studien, samt presisere felles ord som viser til samme betydning i kapittel 2. I kapittel 3 beskrives de kvalitative metodene som brukes til å besvare oppgavens problemstilling og tilhørende underspørsmål.

I kapittel 4 ønsker vi å presentere overordnede planer, føringer og retningslinjer på et nasjonalt, regionalt og lokalt nivå. Videre presenteres oppgavens teori i kapittel 5. Dette kapitlet er videre delt inn i tre deler hvor vi ser nærmere på historisk utvikling, rettspraksis, lover og utomhusplan, samt teori knyttet til elementene som inngår i et salgsprospekt.

I kapittel 6 presenteres de valgte boligprosjektene og tilhørende prospekt. Funn fra intervju og analyse av boligprosjekt introduseres i kapittel 7. Her vises analysen av boligprosjektene og deretter presenteres intervjuobjektene roller og medvirkning i prosessen ved utarbeidelse av salgsprospekt.

Resultatet av analysene og intervjuene drøftes i kapittel 8 hvor oppgavens underspørsmål besvares. Til slutt presenteres studiens konklusjon samt anbefaling til videre forskning i kapittel 9.

2

DEFINISJONER

Listen under angir forklaring og definisjon av begreper brukt i studien, samt en presisering av felles ord som viser til samme betydning. Der definisjonen ikke viser til en kilde, er denne basert på egen kunnskap og erfaring.

| | |
|--------------------------|---|
| Bransjenorm | En norm eller praksis utviklet av bransjen selv |
| Engangsutbygger | En utbygger som kun skal bygge ett boligprosjekt |
| Faktatekst | Salgsprospektets leveransebeskrivelse og nøkkelinformasjon |
| Flergangsutbygger | En større utbygger som utvikler flere boligprosjekt |
| Illustrasjoner | Omtales her som illustrasjon, 3D-illustrasjon og bilde |
| Salderingspost | Brukes i overført betydning om et formål eller en sak som blir ofret til fordel for andre formål som anses som viktigere [2] |
| Salgsprospekt | Omtales også som prospekt |
| Selger | Herunder utbygger og eiendomsmegler |
| Selgende tekst | Herunder tekst i salgsprospektet som ikke er leveransebeskrivelse eller nøkkelinformasjon |
| Signalbygg | Et bygg som skiller seg ut fra omgivelsene både i positiv og negativ forstand |
| Prosjektleder 1 | Prosjektleder for boligprosjekt i planfasen |
| Prosjektleder 2 | Prosjektleder for boligprosjekt i byggefasen |
| Uterom | De deler av tomten som er egnet til formålet og som ikke er bebygd eller avsatt til kjøring og parkering [3]. Omtales her som uteområde, uteareal og uteoppholdsareal |

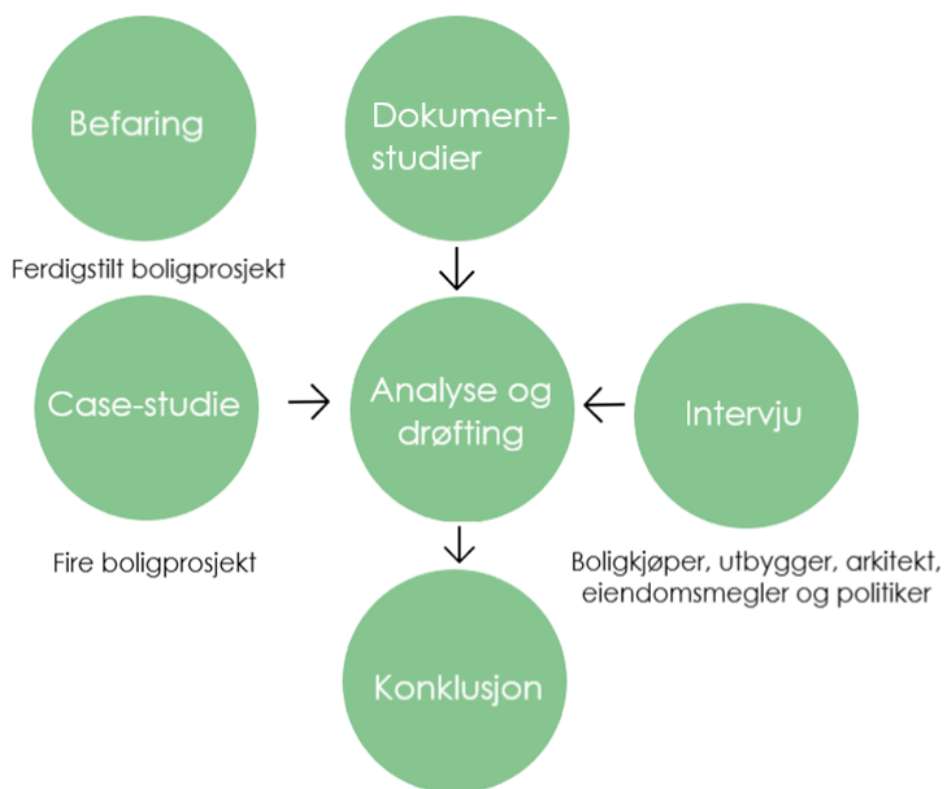
3

METODE

For å besvare oppgavens problemstilling og tilhørende underspørsmål, har vi valgt case-studie som metodestrategi, og følgende kvalitative metoder:

- Dokumentstudier
- Befaring
- Intervju

Metodene er presentert i dette kapittelet, og er visuelt fremstilt i figuren under:



De kvalitative metodene i studien tar sikte på å oppnå helhetlig forståelse og dybdekunnskap av spesifikke kontekster, i motsetning til *kvantitative metoder* som uttrykkes gjennom tall eller andre målemetoder [4].

Masteroppgaven er kvalitativ i den forstand at den baseres på en case-studie med et mindre antall boligprosjekter; fire prosjekter totalt. Bakgrunnen for at kvalitativ metode er valgt fremfor kvantitativ metode, er boligprosjektene komplekse innhold og elementer. En mer detaljert analyse av hvert prosjekt vil gi en større forståelse av hvilke tendenser i salgsprospekt og ferdigstilt boligprosjekt som gjentar seg.

Dokumentstudier ble også brukt som kvalitativ metode. Tidligere forskning, litteratur, samt utvalgte offentlige dokumenter, ble benyttet for å gi oss ny kunnskap og innsikt om oppgavens tema.

Videre tar studien for seg boligprosjektene salgsprospekt. Kvalitativ forskningsmetode brukes til innsamling og analyse av kvalitative data; ofte i form av tekst [4]. Salgsprospektets tekstdel ble analysert, og vi har vurdert bruken av retorikk i teksten. Studien vår søker også etter å gå dypere inn i salgsprospektets «fortellingen», for å gi en bedre forståelse av hva som blir solgt til potensielle boligkjøpere.

Vi benyttet oss av kvalitative intervju i studien. Ettersom studien undersøker tendenser og avvik i boligprosjekter, kan de kvalitative intervjuene bidra til å belyse hvordan de ulike intervjuobjektene stiller seg til problemstillingen. Intervjuene baserte seg på samtaler med ulike aktører som har vært med i utarbeidelsen av salgsprospekt. Vi intervjuet også en boligkjøper som kjøpte prosjektert bolig med utgangspunkt i et salgsprospekt.

3.1 Dokumentstudier

Dokumentstudier som metode kan omfatte en rekke *dokument* som er relevant for oppgavens problemstilling – alt fra forskningsartikler og avisoppslag, til offentlige dokumenter [5]. Dokumentanalyse benyttes gjerne som tilleggs- eller bakgrunnsdata til empiri fra intervju eller observasjon [6, s. 163].

For kunnskapsgrunnlaget har vi benyttet oss av Google Scholar og universitet- og høyskolefelles nettbaserte bibliotek, Oria. Her har vi funnet relevant og pålitelig litteratur og forskningsartikler. Litteraturen som er benyttet i oppgavens kunnskapsgrunnlag, er brukt for å gi økt innsikt i elementene som blir vurdert i analysen av boligprosjektene. Dette ble også brukt videre i drøftingen hvor tendenser og avvik diskuteres.

I sammenheng med aktuelle problemstillinger og debatter knyttet til boligbygging og bruk av illustrasjoner, har vi benyttet avisartikler publisert på nett. Dette for å vise til synspunkt og erfaring fra fagfolk, samt tilføre en ny vinkling for å supplere resultatene fra vår analyse.

Videre har vi innhentet plandokumenter og tilhørende salgsprospekt med leveransebeskrivelse for de utvalgte boligprosjektene. Salgsprospektet for Paradisalléen viste kun til generelle opplysninger, og det var ikke mulig å få tak i prosjektets leveransebeskrivelse. Her er det derfor kun de generelle opplysningene som blir vurdert i analysen. Vi har også benyttet oss av overordnede planer, retningslinjer og føringer for å sette oppgavens problemstilling i en kontekst. Ettersom oppgaven tar for seg prospektets juridiske status, er relevant lovverk også brukt i kunnskapsgrunnlaget og i drøftingen.

3.2 Case-studie

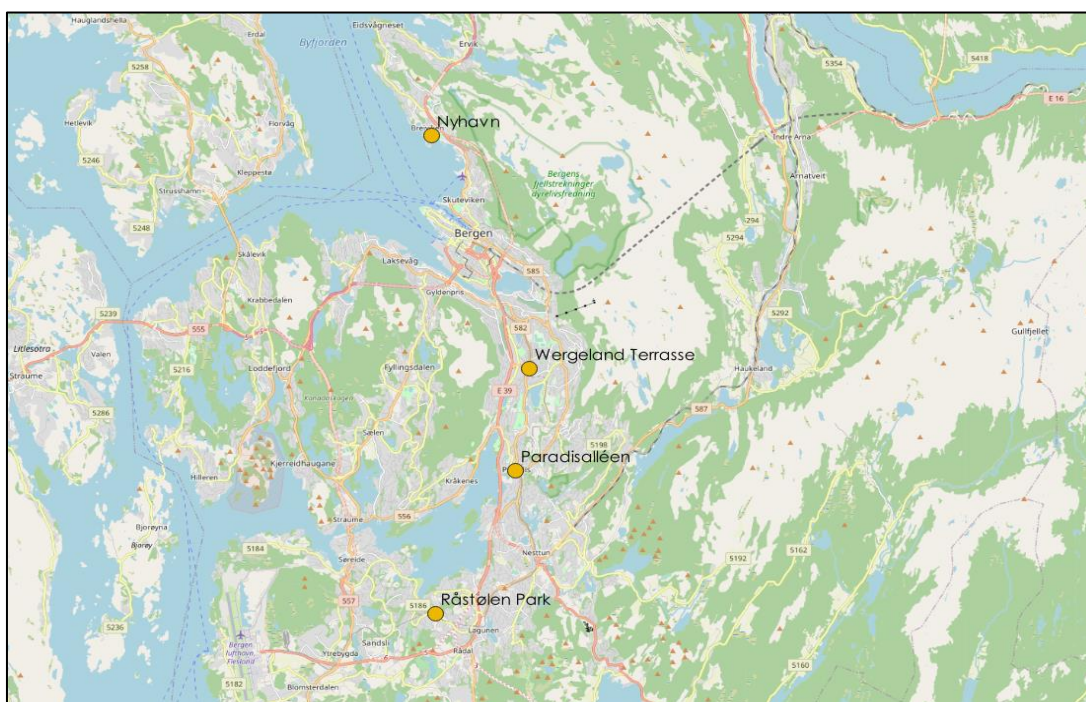
Ved å benytte case-studie som metode kan man studere en eller flere enheter hver for seg, her boligprosjekter [7]. På denne måten kan man tilegne seg kunnskap om, og få en større forståelse av, de enhetene som studeres. Det, eller de, enhetene man velger å studere er valgt på bakgrunn av oppgavens problemstilling.

Boligprosjektene i case-studien er lokalisert i Bergen kommune. Dette er av praktiske hensyn, da det gir oss mulighet til å befare prosjektene og innhente ekstra dokumentasjon og bilder der det er nødvendig. På bakgrunn av dette har vi valgt å studere fire ulike boligprosjekter, der utvalg av undersøkelsesenheter er basert på følgende kriterier:

- Boligprosjekt oppført i Bergen kommune
- Boligprosjekt utarbeidet på bakgrunn av Plan- og bygningsloven fra 2008
- Boligprosjekt ferdigstilt, herunder også uteareal og beplantning
- Boligprosjekt inneholdt minimum 60 leiligheter

Basert på dette har vi valgt følgende boligprosjekter:

- Wergeland Terrasse
- Paradisalléen
- Nyhavn
- Råstølen park



Figur 1: Studiens utvalgte boligprosjekt. Laget i QGIS

3.3 Befaring

Da studien går ut på å sammenligne salgsprospekt med ferdigstilte boligprosjekter, er befaring en viktig del av metoden. Dette for å skaffe oss en oversikt over boligprosjektene da vi ikke hadde mulighet til å innhente all nødvendig informasjon ved bruk av bildesøk på nett. I forkant av befaring noterte vi oss relevante elementer gitt i salgsprospektenes tekst og illustrasjoner, bl.a. solforhold, uterom og beplantning, som vi ønsket å undersøke nærmere.

Boligprosjektene ble studert gjennom flere befaringer, og det ble også innhentet ekstra informasjon ved dokumentstudier i tiden mellom befaringene. Befaring som metode ble derfor brukt gjennom flere trinn, og er beskrevet under:

Første befaring

Ved første befaring oppsøkte vi alle boligprosjektene for å få en oversikt, og samtidig fotografere de samme bildene - med det samme fokuset og vinklene som vist i illustrasjonene fra prospektene. Disse skulle vi senere bruke for å sammenligne og analysere likheter og ulikheter.

Andre befaring

Ved andre og siste befaring tok vi de samme bildene på nytt, for å få sammenlignbare bilder opp mot illustrasjonene, med hensyn til beplantning og grøntområder. Den første befaringen ble utført i januar da både snø og is lå tykt i Bergen, og vi var derfor nødt til å bytte ut disse bildene. Ved andre befaring hadde også plener og beplantning fått tid til å gro – sammenligningen med det som er illustrert i prospektet opp mot det faktiske resultatet var derfor mer representativ.

3.4 Intervju

Ifølge Kvale og Brinkmann [8, s. 135] egner intervju seg godt som metode i forskning som ser på menneskelig erfaring og opplevelse. Ved å intervju aktuelle aktører som utarbeider og selger boligprosjekter, kan vi få ytterligere dybdekunnskap og innblikk i hvorfor salgsprospektene samsvarer i den grad de gjør med det ferdigstilte boligprosjektet.

Kvalitativt intervju som metode er også høyst relevant i situasjoner hvor underspørsmål skal besvare «hvordan» [8]. Oppgavens formål er å vurdere *hvordan* et salgsprospekt samsvarer med ferdigstilt boligprosjekt, og *hvordan* intervjuobjektene forholder seg til salgsprospektets juridiske status. Metoden søker etter dypere forståelse og innsikt rundt temaet, og begrenser seg til et mindre antall intervjuobjekter.

3.4.1 Håndtering av personvern

Ved utarbeidelse av oppgavens problemstilling og formål, ble det tidlig klart at intervju som metode ville være svært aktuelt for oss. Følgelig ble det nødvendig å søke om tillatelse fra Norsk senter for forskningsdata (NSD) gjennom *Meldeskjema for behandling av personopplysninger* for å sikre intervjuobjektene personvern [9]. I forkant av intervjuene ble derfor meldeskjema sendt inn og behandlet av NSD (referansenr: 728477). Søknaden ble godkjent 29.01.2021.

Intervjuobjektene fikk tilsendt forskningsprosjektets informasjonsskriv på e-post før intervjuene ble gjennomført, og bedt om å skrive under på en frivillig samtykkeerklæring. I dette skrevet informeres det om intervjuobjektene personvern og rettigheter, samt gjennomføring av intervjuet og oppbevaring av opplysninger. Av hensyn til personvern er alle intervjuobjektene anonymisert i denne studien. Dette ble også bestemt i håp om at flere aktører ville besvare e-posten og delta i vår studie.

3.4.2 Semi-strukturert intervju

Intervjuene som ble gjennomført var semi-strukturerte. Tanggaard og Brinkmann (2010) forklarer denne intervjuemetoden som «*en interaksjon mellom forskerens spørsmål, hvorav nogle er planlagt og nedfældet i en interviewguide på forhånd, og interviewpersonens svar*» [8, s. 36].

I søknaden til NSD ble det utformet en intervjuguide som inneholdt en rekke spørsmål og tema som skulle besvares og belyses under intervjuet [10, s. 158]. Vi benyttet oss av intervjuguiden som utgangspunkt for alle intervjuene ettersom den fulgte en fast form og standardiserte spørsmål for hver aktør. Dette for at vi i størst grad kunne oppnå pålitelige og sammenlignbare data [10, s. 158]. Med intervjuguiden som utgangspunkt, åpnet det semi-strukturerte intervjuet opp for en mer flytende og fleksibel dialog hvor spørsmålene var relativt åpne [11, s. 43]. Denne formen for intervju ga mulighet for mer utdypende svar fra intervjuobjektet, i tillegg til at det gjorde det mulig for oss å stille oppfølgingsspørsmål underveis.

3.4.3 Utvalg

Valg av intervjuobjekter ble strategisk koblet opp mot underspørsmålene og tema vi ønsket å undersøke nærmere. Intervjuobjektene som ble kontaktet, var alle knyttet til salg, kjøp og utarbeidelse av salgsprospekt. På bakgrunn av dette kontaktet vi følgende intervjuobjekter:

- Utbygger: Vi ønsket å få innblikk i hvordan utbygger forholder seg til salgsprospektet og dets innhold i sammenheng med utbygging av større boligprosjekter
- Arkitekt: Arkitekten ble kontaktet for å få en større forståelse av når i prosessen illustrasjonene blir utarbeidet, samt hvem som har ansvar for illustrasjonene
- Eiendomsmegler: Ved å intervju en eiendomsmegler ønsket vi å belyse salgsprospektets juridiske status, prosessen ved utarbeidelse av prospektet, samt hvorvidt illustrasjonene fremstilles realistisk eller konseptuelt
- Boligkjøper: Boligkjøper ble involvert som intervjuobjekt for å få et innsyn i salgsprospektets betydning ved boligkjøp basert på prospektets illustrasjoner og tekst
- Politiker: Med et ønske om å få en større forståelse for hva som legges til grunn for vedtatte planer i kommunen, samt hvorvidt illustrasjoner brukes i denne prosessen, kontaktet vi en politiker i bystyret i Bergen kommune

Flere av de vi henvendte oss til valgte å ikke besvare e-posten de fikk tilsendt. Av utbyggerne var det ingen fra case-studiens prosjekter som responderte på e-postene vi sendte ut. Vi så oss derfor nødt til å kontakte utbyggere som ikke var knyttet til de valgte prosjektene – men som fortsatt holdt til i Bergen kommune.

3.4.4 Intervjuguide

Intervjuguiden legger grunnlaget for det semi-strukturerte intervjuet og har en tematisk dimensjon [8]. *Tematisering* innebærer at intervjuguiden inneholder spørsmål som belyser studiens underspørsmål og tema [8, s. 140]. Tidlig i utarbeidelsen av intervjuguiden ble det følgelig nødvendig for oss å stadfeste hvilke sentrale spørsmål vi ønsket å få svar på sett i sammenheng med oppgavens underspørsmål og problemstilling: *Hvordan samsvarer salgsprospekt med ferdigstilt boligprosjekt?*

Intervjuguiden bestod av spørsmål som varierte noe i innhold og formulering avhengig av intervjuobjektets rolle. Spesielt skilte *boligkjøper* seg ut da vi her var interessert i å undersøke hvor stor betydning salgsprospektet hadde for avgjørelsen av boligkjøp, og hvorvidt boligprosjektet stod til forventningene vedkommende hadde i forkant.

3.4.5 Gjennomføring

Alle intervjuene ble gjennomført på videosamtale via Teams, på dato og tidspunkt etter intervjuobjektets ønske. Spørsmålene ble vedlagt i e-post til intervjuobjektene som et utgangspunkt for intervjuets samtale. Ved forespørsel om intervju opplyste vi om at det var satt av 1 time. Den reelle tidsbruken viste seg å ligge mellom 30-50 minutter. Med samtykke fra intervjuobjektene, ble samtalene registrert ved videoopptak og lagret på en ekstern harddisk.

Etter å ha gjennomført første intervju følte vi at flere av spørsmålene gjentok seg, i tillegg var vi noe bundet av å følge intervjuguiden strengt. Dette gikk på bekostning av flyten i samtalen, og medførte at vi i etterfølgende intervjuer ikke holdt oss til spørsmålene i like stor grad. Vi gjennomførte derfor de neste intervjuene der én førte samtalen og stilte spørsmål, mens den andre kontrollerte at alle spørsmålene ble besvart gjennom samtalen. Noen av spørsmålene ble også endret, da erfaringen fra det foregående intervjuet belyste temaer vi ikke var klar over, og som vi ønsket å ta med oss videre til neste intervju. Dette var med andre ord ikke en rett-frem-metode der man utarbeidet alle spørsmålene i forkant, og deretter gjennomførte – men heller en prosess hvor ny erfaring fra foregående intervju ble overført til neste, og spørsmålene ble spisset slik at vi fikk svar på akkurat det vi ønsket. Dette gjorde at vi også unngikk unødvendige spørsmål som allerede var besvart.

3.4.6 Transkribering

Etter intervjuene klargjorde vi videoopptakenes datamateriale for analysering ved å transkribere fra tale til tekst [8, s. 137]. Etter tips fra veileder ble vi gjort oppmerksom på en tale-til-tekst – app som kunne bidra til å gjøre transkriberingen enklere. I forkant av første intervju testet vi appen, men fant fort ut at lyd fra videoopptak fungerte dårlig, i tillegg til at ord fra enkelte dialekter ikke ble fanget opp korrekt. Transkriberingen ble derfor utført manuelt. Dette gjorde at prosessen ble mer tidkrevende enn den ville gjort dersom tale-til-tekst-appen hadde fungert optimalt.

3.5 Analyse

3.5.1 Analyse av salgsprospekt og befaring

I analysen av boligprosjektene sammenlignet vi prospektets illustrasjoner opp mot bilder tatt under befaring av de ferdigstilte prosjektene. For å få mest sammenlignbar data, ble det viktig å ta bilder fra samme vinkler og avstand som illustrasjonene viser til. Dette bød på noen utfordringer da vi blant annet så at enkelte illustrasjoner i prospektene var fremstilt i fugleperspektiv eller en vinkel som tilsa at bildet ble tatt fra sjøen.

Ettersom studien ikke omfatter kvalitetsvurdering, var det viktig å kun vise til objektive funn. Analysen så dermed på likheter og ulikheter mellom illustrasjoner og ferdig resultat. Funnene fra analysen ble videre brukt til å besvare underspørsmålet knyttet til tendens og avvik.

Salgsprospektets selgende tekst og faktatekst ble også analysert og sammenlignet opp mot illustrasjoner og befaring. For den selgende teksten ble innholdets fremstilling vurdert, i tillegg til spesifikke og skildrende ord. Vi har så også på bruken av historiefortellinger som ble brukt for å selge prosjektene. For faktateksten ble innholdets juridiske status vurdert. Her så vi på prospektenes utforming, bruk av forbehold og hvordan disse var tydeliggjort.

3.5.2 Analyse av intervju

Etter transkribering av intervju, ble dette analysert og vurdert der vi så nærmere på sentrale elementer for vår studie. For å få en større forståelse av utarbeidelsen av salgsprospekt, ble funnene vurdert opp mot hverandre for å lage en oversikt av denne prosessen og intervjuobjektens roller. Her var det viktig å tydeliggjøre overfor leser hvilken informasjon som ble gitt av de ulike intervjuobjektene. Videre ble transkriberingene gjennomgått ytterligere for å trekke frem viktige sitat og funn som senere ble brukt i studiens drøffing.

3.6 Metodekritikk

Ettersom metoden er kvalitativ, vil det ikke være mulig å konkludere med at svarene innhentet under intervjuene er generaliserende for utvalget av intervjuobjekter [12, s. 122]. Kvalitative studier skiller seg fra kvantitative studier ved at de oppnår mer *relevante* tolkninger i motsetning til mer *presis* datainnsamling [12]. Ettersom svar gitt under intervjuene vil være av en individuell karakter, og ikke generaliserende for et representativt utvalg, er det viktig å være oppmerksom på at funn basert på datainnsamling fra intervju kun omfatter intervjuobjektens individuelle oppfatning og forståelse av temaet [11, s. 143].

Utvalget av intervjuobjekter kan også være en svakhet og medføre at vi har gått glipp av relevant informasjon som andre typer intervjuobjekter kunne ha bidratt med. Gruppen *boligkjøper* kan representere et stort omfang av beboergrupper. For eksempel er barnefamilier underrepresentert i større, sentrale boligprosjekter. Informasjonen som hadde blitt innhentet under intervju av denne gruppen ville med stor sannsynlighet vektlagt andre tema enn hva vårt intervjuobjekt har gjort.

Utvalget av case-studier kan, i likhet med intervjuobjektene, være utfordrende å generalisere. Funnene i prosjektene vi studerte, representerer ikke nødvendigvis alle nye boligprosjekt som oppføres i Bergen. Likevel er utvalget omfattende nok til å belyse generelle problemstillinger i dag.

Da befaringene ble gjennomført fra januar til mai, var det utfordrende å analyse beplantning og vegetasjon opp mot det som er fremstilt i illustrasjonene. Her ser man gjerne at planter og trær står i full blomst, og at illustrasjonene derfor viser til uterommet i sommermånedene. Etersom oppgaven leveres i mai, ville det ikke være mulig for oss å befare boligprosjektene på denne tiden. Dette har vi vært bevisst på i analysen av boligprosjektene.

4

OVERORDNEDE PLANER, RETNINGSLINJER OG FØRINGER

Dette kapittelet tar for seg hvilke overordnede planer, føringer og retningslinjer som ligger til grunn for areal- og byplanlegging på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå. Vi har valgt å trekke frem det vi anser som relevant for studien vår.

4.1 Nasjonalt

4.1.1 Nasjonale forventninger

Staten utarbeider hvert fjerde år nasjonale forventninger til regional og kommunal planlegging for å fremme bærekraftig utvikling [13]. De nasjonale forventningene skal følges opp på regionalt og lokalt nivå i planstrategier og planer. Byer i Norge opplever i dag økende tetthet gjennom byutvikling og boligbygging i fortetningsområder [13]. De nasjonale forventningene vektlegger dermed fortetting sett i sammenheng med bærekraftig utvikling - økt tetthet skal skje samtidig som befolkningens tilhørighet og trivsel forsterkes [13, s. 25]. Fylkeskommunene og kommunene skal utvikle attraktive boligområder gjennom god planlegging og arkitektur [13, s. 26].

4.1.2 Statlige planretningslinjer

Statlige planretningslinjer gjelder for hele landet og har som formål å konkretisere de nasjonale forventningene til planlegging [14]. Relevant for studien vår er de statlige retningslinjene for bolig-, areal- og transportplanlegging som har som mål å utvikle kompakte, bærekraftige byer og tettsteder [15]. Det skal legges til rette for tilstrekkelig boligbygging og høy arealutnyttelse i områder hvor det er press på boligmarkedet. Samtidig bør det tas hensyn til og vektlegges gode uterom, miljøkvalitet og lysforhold i fortetningsområder, i tråd med statlige normer og retningslinjer [15].

4.2 Regionalt

4.2.1 Regional planstrategi - Utviklingsplan for Vestland

Med utgangspunkt i nasjonale mål og rammer skal regionale planstrategier legge vekt på lokal kunnskap og erfaring i regional tilpasning av nasjonal politikk [16]. Fra utviklingsplanen for Vestland fremgår det av planstrategien at Bergen skal ha som rolle å være hovedstaden på Vestlandet og være en drivkraft for utvikling i landsdelen [17]. Fylkeskommunen vektlegger en langsiktig og balansert arealforvaltning for å oppnå målet om en bærekraftig region. Det skal utvikles levende og gode lokalsamfunn hvor det planlegges for integrerte natur-, kultur- og landskapsverdier i byggesonen. Videre skal god arkitektur sikre estetiske, inkluderende og opplevelsesrike omgivelser [17, s. 27]. Sterke og attraktive regionsenter bidrar til mindre byspredning, arealeffektivitet, styrket grunnlag for verdiskaping, reduserte klimagassutslipp og tilgjengelige tilbud og tjenester [17, s. 26].

4.2.2 Regional areal- og transportplan for Bergensområdet

Vestland fylkeskommune utarbeidet i 2017 en regional areal- og transportplan for Bergensområdet, med hjemmel i plan- og bygningsloven (pbl.) §8-1 [18]. Bergen kommune er den regionen i Vestland som har hatt størst årlig befolkningsvekst og boligbygging [18, s. 16]. Følgelig setter den regionale planen fokus på et bærekraftig utviklingsmønster hvor gode areal- og transportløsninger er sikret på tvers av kommunegrensene. Det skal legges opp til en konsentrert og gunstig lokalisert arealbruk med attraktiv by- og tettstedsutvikling i regionale vekstsoner [18, s. 14]. Areal- og transportplanen har som delmål at i de sentrumsnære områdene skal det være høy arealutnyttelse og høy kvalitet i utbyggingen - det skal bygges kompakt, men godt [18, s. 27].

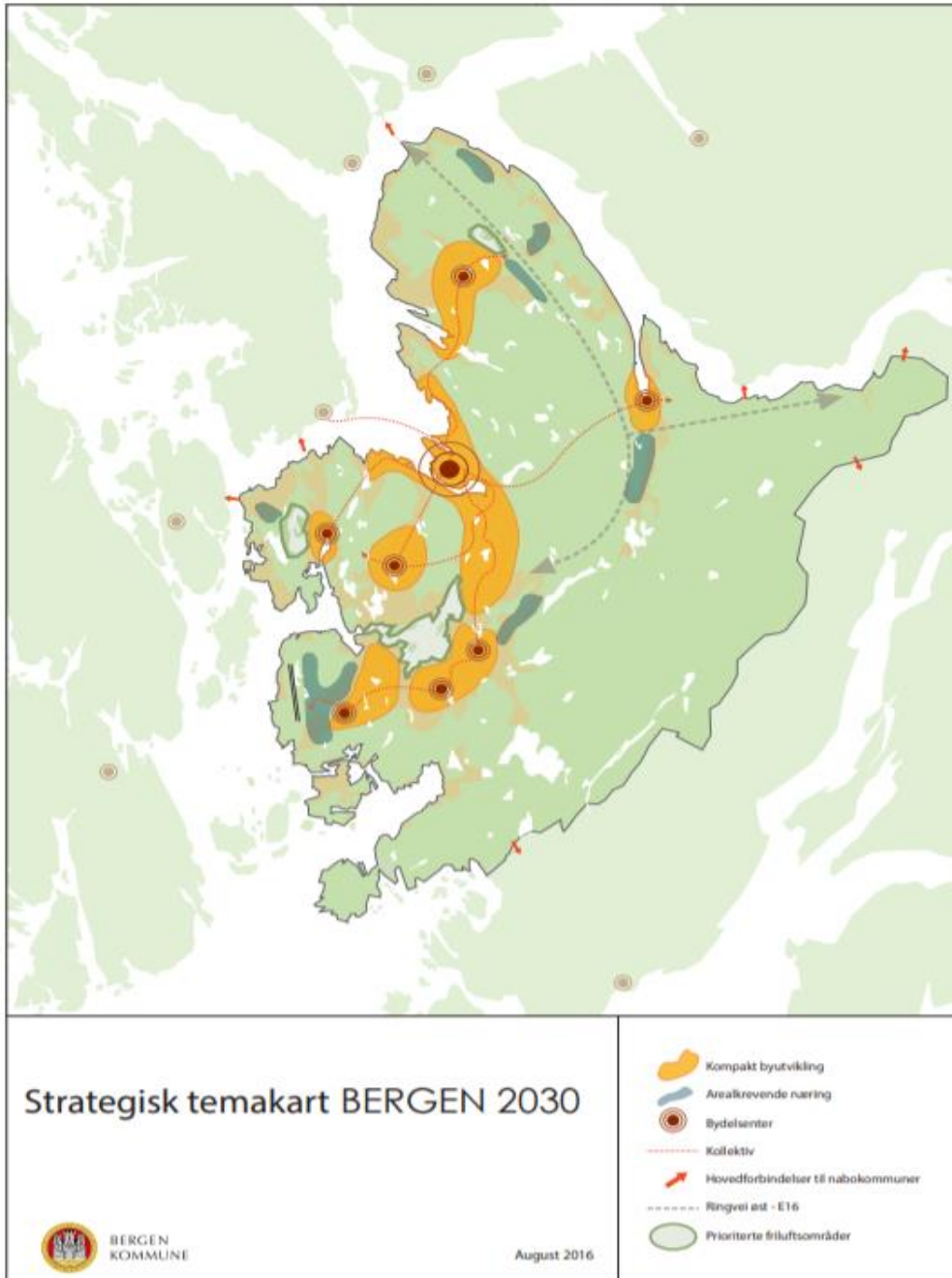
4.3 Lokalt

4.3.1 Kommuneplanens samfunnsdel - Bergen 2030

Kommuneplanens samfunnsdel har som hensikt å beskrive og vurdere kommunens langsiktige utfordringer, mål og strategier, jf. pbl. §11-2 [19]. Samfunnsdelen peker også på økende befolkningsvekst og press på boligmarkedet som de største utfordringene for Bergen kommune i fremtiden [19]. I møte med disse utfordringene har byrådet utformet en strategi for å utvikle en tettere og mer kompakt bystruktur hvor visjonen er å skape en velfungerende, attraktiv og aktiv by [19, s. 3]. Bergen skal tilby gode boliger med varierte bomiljø - sosiale møteplasser skal sikres og det skal tilrettelegges for varierte aktiviteter for alle aldersgrupper. Videre trekker samfunnsdelen fram at kommunen skal satse på å «*ta vare på og styrke byen i naturen og naturen i byen*» [19, s. 48]. Sammenhengende blågrønne strukturer skal prege ny boligutvikling og sikre allmenn tilgang til byfjellene, sjøfronten, samt korridorene mellom disse. Avslutningsvis har kommuneplanens samfunnsdel som mål å sikre kvalitet i bomiljø gjennom variasjon i arkitektur, boligtype og boligstørrelse, og ved å tilby god tilgang på offentlige byrom og grøntarealer [19, s. 37].

4.3.2 Kommuneplanens arealdel - KPA 2018

Kommuneplanens arealdel bygger på samfunnsdelen og har som ett av hovedmålene å skape en by som er bærekraftig, miljøvennlig og tilrettelegger for god livskvalitet [20, s. 9]. Dette kan oppnås gjennom en fortetningsstrategi hvor kompakt byutvikling settes i fokus. Slik det fremgår av figur 2, har kommunen utarbeidet et strategisk temakart for fortetting i Bergen. En tett, arealeffektiv by av god kvalitet sikrer gode bomiljøer og miljøvennlige transportformer [20, s. 9]. I tillegg vil kompakt byutvikling redde grøntarealer fra nedbygging, sikre bedre folkehelse ved å tilrettelegge for fysisk aktivitet, og danne et grunnlag for attraktive og trygge bomiljøer [20, s. 10].



Figur 2: Strategisk temakart Bergen 2030. Kilde: bergen.kommune.no

I henhold til kommuneplanens arealdel skal hensynet til grønn og bærekraftig utvikling være et overordnet prinsipp i planlegging [20, s. 35]. Opparbeiding og ivaretagelse av sammenhengende blågrønne strukturer er avgjørende for å sikre kvalitet i fortetting. Kommunen har som mål å styrke denne finmaskede strukturen sammensatt av lekeplasser, parker og byrom i fortettingssonene. En sammensatt blågrønn struktur bestående av større og mindre arealer, høy og lav intensitet i bruk og funksjonalitet sikrer dette tilbudet til alle innbyggere [20]. Dette innebærer også at private fellesområder og offentlige områder utfyller hverandre gjennom ulike funksjoner og tilbud. Ved å tilby en rekke funksjoner, oppnår områder høy attraktivitet.

5

KUNNSKAPSGRUNNLAG

Dette kapittelet viser til relevant kunnskap og teori for studien, og er delt inn i tre deler. Den første delen har som formål å sette problemstillingen inn i et historisk perspektiv. Del to presenterer relevant rettspraksis og lovverk knyttet til salgsprospekt og utomhusplan. Den siste delen viser til teori om elementer i salgsprospektet.

DEL 1

5.1 Historisk utvikling

5.1.1 «Den ærlige streken» [21]

Problemstillingen knyttet til bruk av illustrasjoner som ikke samsvarer med ferdige bygg og planer finner man allerede på begynnelsen av 1900-tallet. På denne tiden ble det utarbeidet flere nye reguleringsplaner for Bergen som følge av bybranner og et ønske om fornying [22, s. 101]. I 1915 ble det lyst ut en byplankonkurranse der Statskonduktør Richard Tønnessen ønsket forslag til reguleringsplan for den østlige delen av Bergen, da Årstad, tidligere en egen kommune, nå var blitt en del av Bergen. Innenfor dette området var det planer om å bygge flere offentlige institusjoner som skoler, sykehus og universitet. Da konkurransen ble lyst ut, ble det blant annet gitt at det ikke var mulig å levere perspektivtegninger [22, s. 101]. Man mente at perspektivtegninger av bygg og planer var en fordel for arkitektene, og at dette gikk på bekostning av ingeniørenes forslag som ikke ble tegnet i perspektiv. Det oppsto derfor en konflikt mellom arkitekter og ingeniører over hele landet. Nils Jacobsen som var ingeniør på denne tiden, var enig i at perspektivtegningene skulle utelates, da de «[...] kunne bløffe, noe som var i strid med ingeniørenes praktiske og ærlige holdningen» [22, s. 101]. Til tross for uenigheten, vant arkitektene Oscar Hoff og Kristoffer Lange konkurransen om ny reguleringsplan for den østlige delen i Bergen.



Figur 3: Torgallmenningen 1922. Akvarell av Finn Berner. Kilde: Bergen Byarkiv



Figur 4: Torgallmenningen 1930. Foto av Knut Knudsen. Kilde: Bergen Byarkiv

På denne tiden finner man flere gode eksempler på fasadeutkast, som viste til realistiske tegninger av hvordan man ønsket å bygge. Arkitekten Finn Berner lagde utkastet (fig. 3) av Torgallmenningen i 1922, og fra figur 4 ser man hvordan det ferdige resultatet ble [22, s. 118]. Fasadetegningene ble ikke vist for at man skulle forlede, eller lure noen til å vedta en visjon [21]. Byggene med fasaderissene som ble vedtatt, ble også fulgt, noe som gjorde at man fikk det som ble fremstilt. Man tenkte by, og ikke profitt [21].

På denne tiden ønsket myndighetene å få størst mulig kontroll over utformingen av sentrumsbebyggelsen, og det ble derfor opprettet en fasadekomite [23]. Denne komiteen skulle se til at fasadeplaner ble fulgt, og samtidig «avgjøre om alle ved behandling av bygningsanmeldelser forekommende spørsmål av æstetisk art» [23]. Den første byggemeldingen som fasadekomiteen behandlet var Svaneapoteket i august 1918, og var et av de første byggene som ble reist etter den nye 1916-planen. Dette ble bygd i samsvar med Greve og Landmarks fasadeplan, og samsvarte i stor grad med det endelige resultatet av det ferdigstilte bygget, se figur 5 og 6. Fasadekomiteen uttalte seg også om saker knyttet til tomteinndeling, utforming av kvartaler, byggehøyder samt bebyggelsesplaner [23]. I 1933 var store deler av området ferdig bygd, og fasadekomiteens ansvar ble etter dette innskrenket til å sikre kvaliteter i byggenes eksteriør.



Figur 5: Nybygning etter bybrannen i 1916 for apoteket Svanen, tegnet av arkitektene Arnesen og Darre Kaarbø. Kilde: Bergen Byarkiv



Figur 6: Svaneapoteket 2003. Foto av Nina Aldin Thune. Kilde: farmasihistorie.no

5.1.2 Bruk av illustrasjoner i dag

De siste årene har det med jevne mellomrom vært oppslag i aviser og på sosiale medier om offentlige bygg vedtatt av politikere. Vedtakene er basert på fine illustrasjoner hvor det endelige resultatet har vist seg å bli noe annet enn det som er visualisert.

Munchmuseet

Problematikken knyttes spesielt til endringer som kommer av at fasadematerialene endres sammenlignet med hva som fremstilles i illustrasjonene. Et godt eksempel ser man i Oslo der det nye offentlige museet *Munch* ble illustrert med fasader som i stor grad besto av transparente glassflater i blått (fig.7)[24]. Da byggingen endelig startet, og fasaden sakte, men sikkert ble ferdigstilt, var det mange som reagerte – dette var jo ikke hva illustrasjonene tilsa? Fasaden viste til blå glassflater som skulle reflektere både sol og sjø, og som enstemmig ble beskrevet som et lystårn av juryen [24]. Det ferdige bygget ble oppført med aluminiumsprofiler, og bygget fikk en annen fremtoning og uttrykk sammenlignet med hva som ble vedtatt basert på illustrasjonene. Illustrasjonen til venstre (fig.7) viser presentasjonen av museet i 2009. Til høyre ser man bygget og hvordan det fremstår i 2019.



Figur 7: Munchmuseet slik det ble illustrert av Lambda (venstre), og slik det ble ferdigstilt (høyre). Foto: Herreros Arquitectos og Steinar Dyrnes. Kilde: dagbladet.no

Ado Arena - Amalie Skram vgs

I Bergen finner man også eksempler der nye offentlige bygg skapte debatt. Et av byggene som har vært mye omtalt i media i Bergen er Ado Arena, også kjent som Amalie Skram vgs, oppført i 2014 [25]. Bygget ble stemt frem i Bergens Tidens

konkurransen der man skulle nominere Bergens styggeste bygg [26]. ADO Arena var blant de syv byggene som ble stemt frem til finalen. Året etter at bygget sto klart, mente fagfolk at bygget hadde ødelagt området hvor det sto plassert [27].



Figur 8: ADO Arena vinnerutkast illustrert. Foto: Bergen kommune – ukjent. Kilde: nrk.no



Figur 9: ADO Arena ferdigstilt. Foto: Hordaland Fylkeskommune. Kilde: nrk.no

5.1.3 Historisk utvikling i plan- og bygningsloven

Retten til å fremme private reguleringsplaner har eksistert siden bygningsloven fra 1924 [28]. Til tross for dette har det skjedd en historisk endring der muligheten til å fremme private planforslag ikke ble benyttet før på 1980-tallet.

Før bygningsloven av 1965 ble innført var det i stor grad fagfolk som satt i de kommunale bygningsrådene og hadde innflytelse på planleggingen, til tross for at det var kommunestyret som offisielt fattet vedtak [29]. Etter 1965 fikk lokale politikere mer ansvar knyttet til planlegging og byutvikling ettersom bygningsrådet etter den nye loven skulle bestå av medlemmer hvor halvparten var valgt av bystyret [30, s. 34].

I 1985 fikk man en oppdatert Plan- og bygningslov [28, s. 294]. Denne medførte at vedtaksmyndigheten i lokal planlegging ble delegert til kommunene, slik at politikerne fikk mer innflytelse på planlegging [28]. Kommunenes rolle som byutvikler har følgelig endret seg betydelig siden loven fra 1924 ble innført. I forarbeidene til plan- og bygningsloven fra 1985 ble det fremhevet viktigheten av politisk innflytelse, samt at «*planlegging blir et vesentlig virkemiddel i den politiske beslutningsprosessen*» [31, s. 10]. Ved å delegere vedtaksmyndigheten til kommunene ble lokaldemokratiet dermed forsterket i planleggingen, og man ser følgelig en tydelig utvikling fra fag, pbl. fra 1924, til politikk, pbl. fra 1985 [28, s. 294].

Etter 1985 har det skjedd en historisk endring i maktforholdet mellom kommunale planmyndigheter og private utbyggere når det kommer til planlegging og plangjennomføring [28, s. 291]. Det har oppstått en overgang til en mer markedsbasert planlegging med et høyt antall private planer [32]. I 2019 stod vedtatte detaljreguleringer fremmet av private forslag for ca.70% av alle vedtatte detaljreguleringer i Norge, mens i storbyene var tallet opptil 90% [29]. I tillegg til regulering, blir utbyggere i dag tillagt ansvar for selve plangjennomføringen. Falleth & Saglie påpeker det store omfanget med utsagnet «*Dermed må utbyggere skaffe utbyggingsareal, regulere arealene og finansiere utbyggingen for å iverksette sine planer*» [28, s. 291].

5.1.4 Internasjonalt bidrag

Som følge av teknologisk utvikling og debatter omkring «misvisende» illustrasjoner, har København kommune vedtatt å utarbeide nye retningslinjer for illustrasjoner vedlagt i reguleringsforslag til politisk behandling [33]. Av de syv nye retningslinjene fremgår det blant annet at «*illustrationerne skal ikke være et salgsmateriale for byggeriet, men ærlige illustrationer*» [33]. I tillegg skal illustrasjonene være av en slik karakter at befolkningen har mulighet til å danne seg et inntrykk av hvordan bygget vil se ut i fremtiden.

Også planmyndighetene i London har satt juridiske krav til realistiske illustrasjoner, hvor byggesøknader skal inneholde «verified views» (verifiserte fremstillinger) [34, s. 38]. «Verified Views», også kalt «Accurate Visual Representation» (AVR), har til hensikt å formidle pålitelige og nøyaktige visualiseringer av et prosjektforslag [35]. Dette som et hjelpemiddel i den kommunale prosessen hvor prosjektets innvirkning på planområdet blir visuelt vurdert. Kravet om verifiserbare fremstillinger ble innført som et tiltak for å forhindre villedende markedsføring av salgsprospekter for nybygg, samt gi befolkningen og lokale myndigheter en forståelse av hva som er ønsket å bygge [34, s. 38]. Et negativt aspekt ved en slik praksis er at illustrasjonene kan bli opptil 25% dyrere da prosessen blant annet blir mer tidkrevende [36].



Figur 10: Porchester Road, "AVR" illustrasjon. Kilde: avr.london



Figur 11: Porchester Road ferdigstilt bebyggelse. Kilde: avr.london

DEL 2

5.2 Rettspraksis, lover og utomhusplan:

5.2.1 Forbrukertilsynet, markedsføringsloven og bustadoppføringslova

Forbrukertilsynet

Forbrukertilsynet utformet i 2020 en veileder om markedsføring av bolig, derav bruk av salgsprospekt for prosjektert bolig [37]. Med markedsføringsloven som grunnlag har veilederen som formål å sikre at alle typer markedsføring gir en korrekt, balansert og veiledende fremstilling. Det stilles dermed krav til forbud mot villedende og urimelig handelspraksis, jf. markedsføringsloven (mfl.) §§6, 7 og 8.

Ved markedsføring av prosjekterte boligprosjekt stiller forbrukertilsynet strenge krav til informasjonen gitt i salgsprospektet [37, s. 16]. Da boligkjøper i stor grad må basere kjøpet sitt på informasjonen gitt i markedsføringen, stilles det krav til at den er både saklig og fyldig. Videre bør man være forsiktig med å bruke salgsfremmende utsagn i den selgende teksten som vanskelig lar seg dokumentere. Eksempler på slike utsagn kan være «perfekte solforhold», «fantastisk utsikt» og «høy standard» [37, s. 16]. Ved utarbeidelse av salgsprospekt, må det også tas hensyn til at gjennomsnittsforbrukeren ikke vil være kjent med fagterminologi, og man må, så langt det er mulig, benytte språk som forbrukere flest forstår [37, s. 9]. Det er også viktig å være oppmerksom på at en boligkjøper i gjennomsnitt bruker kun fem minutt på å lese gjennom et salgsprospekt [38, s. 4].

Forbrukertilsynet påpeker at illustrasjoner «*må gi et nøytralt og realistisk bilde av boligen og omgivelsene*» [37, s. 16]. Prospektets illustrasjoner kan bidra til å gi et villedende inntrykk dersom bolig eller omgivelser er fremstilt ukorrekt. Dette er også gjeldende til tross for at det er opplyst om at avvik kan forekomme og den visuelle markedsføringen kun er en illustrasjon. Videre anbefaler veilederen at boligen og omgivelsene illustreres så korrekt og realistisk som mulig, i tillegg til at det informeres om de elementer det er knyttet usikkerhet til, f.eks. ved forbehold. Salgsprospektet vil være villedende dersom eksisterende omkringliggende bebyggelse fjernes eller utelates i en illustrasjon [37, s. 17]. Villedende handelspraksis omfatter også prospekter hvor vesentlige opplysninger er «*utelatt eller presentert på en uhensiktsmessig måte som gjør at de (forbruker) lett går glipp av dem*» [37, s. 4].

Bustadoppføringslova (buofl.)

Bustadoppføringslova ble vedtatt for å styrke forbrukervernet og ivareta forbrukeres interesser overfor entreprenør, jf. buofl. §1 første ledd. Etter loven er entreprenør pliktig til å ivareta forbrukers interesser både ved inngåelse av avtalen og gjennom kontraktperioden, i henhold til buofl. §§7 og 8. Videre er entreprenør forpliktet til å

oppfylle avtalen inngått med kjøper, jf. buofl. §12, og ved en eventuell mangel har forbrukeren (her: kjøper) krav om å blant annet holde igjen vederlag eller kreve mangelen rettet, jf. buofl. § 29.

En *mangel* forekommer dersom det ferdigstilte boligprosjektet ikke samsvarer med krav som følger av avtalen. Jf. buofl. §25 foreligger det også en mangel dersom resultatet ikke samsvarer med offentligrettslige krav stilt i lov. Forbrukervernet er videre styrket i henhold til buofl. §27 om *urette opplysninger* gitt ved avtaleinngåelsen eller ved markedsføring. Opplysninger gitt til boligkjøper, enten ved avtaleinngåelse eller markedsføring som f.eks. salgsprospekt, er en mangel dersom disse opplysningene ikke samsvarer med ferdig resultat. Eksempel fra rettspraksis kan være uriktige eller misvisende opplysninger om bl.a. utsiktsforhold [39]. Til tross for dette er §27 kun gjeldende dersom opplysningene har hatt innvirkning på avtalen.

Relevant forskning

Lene Schmidt [40] studerte kjøp og salg av boliger basert på salgsprospekt, og fant av sine intervju at meglere er bevisst på hvilke informasjon som gis og i hvilken mengde. For mange og detaljerte beskrivelser i prospekter kan medføre reklamasjon og krav om erstatning fra boligkjøpere som følge av entreprenørs, og selger på vegne av entreprenørs, omsorgsplikt etter Bustadoppføringslova [40, s. 163]. Videre viser Schmidt til at det er blitt praksis å ta inn forbehold om endringer eller mindre avvik fra boligprosjektet i salgsprospektene.

5.2.2 TEK10

TEK10 er en forskrift for tekniske krav til byggverk i Norge [41]. Byggverk må oppføres etter en minimumsstandard for at byggverket skal være lovlig. Forskriften har som formål å «sikre at tiltak planlegges, prosjekteres og utføres ut fra hensyn til god visuell kvalitet, universell utforming og slik at tiltaket oppfyller tekniske krav til sikkerhet, miljø, helse og energi» [42]. På hjemmesiden til Direktoratet for byggkvalitet finner man en veileder som forklarer og gir eksempler på preaksepterte metoder som vil oppfylle kravene gitt i TEK10. Forskriften suppleres med anvisninger fra SINTEFs Byggforskserien hvor man finner nyttige råd samt tegninger og utdypende beskrivelser [41]. Prosjektene i studien vår er prosjektert i henhold til TEK10 - forskriften er oppdatert og erstattet med TEK17 som praktiseres i dag.

I forskriften fokuseres det blant annet på opparbeidet uteareal, krav til brannsikkerhet, universell utforming og sikkerhet mot naturpåkjenninger. For brannsikkerhet settes det krav til at svalganger ikke skal ha innsnevring, og at det skal være en fri bredde på minimum 1,5 meter [43]. I lange ganger (over 30 meter) skal det videre være nok bredde til at to rullestoler kan passere, mens det i korte ganger (mindre enn 5 meter) skal være en fri bredde på 1,2 meter om det ikke er

dør [43]. For krav knyttet til ferdigstilte uteareal, skal dette utformes slik at personer ikke utsettes for fare og hvor lekeareal må skjermes mot trafikk [44].

TEK10 stiller også krav til universell utforming, der intensjonen med kravene som stilles er likeverd, og like muligheter for alle [41]. Det skal tas hensyn til personer med blant annet funksjonsnedsettelse som nedsatt fysisk kraft og bevegelse, samt nedsatt syn og hørsel.

5.2.3 Rettspraksis

Dom 1: 17-167183TVI-NHER Tromsø

Dette er en sak fra 2017 som gjelder syv boligeiere som tok Ramnberget Eiendom til retten, fordi det var flere mangler ved de nyoppførte funkisboligene som boligeierne hadde kjøpt basert på salgsprospekt [46]. Det er først og fremst den delen av saken som er knyttet til salgsprospektet, vi ser nærmere på her.

Boligeierne saksøkte blant annet Ramnberget Eiendom for mangler etter bustadoppføringslova § 27, med argumentet om at boligene ikke var levert i henhold til leveringsbeskrivelsen [47]. Dette går ut på at utsikten ikke samsvarte med beskrivelsen og illustrasjonene i prospektet. Her fant man beskrivelser som «*Barnevennlig, moderne og fantastisk utsikt*», og «*Samtlige boliger vil få en fantastisk utsikt mot Tromsøysundet, Tromsøya, Malangen og fjellene på Kvaløya*» [46]. Da prosjektet sto ferdig i 2017, var boligene i den fremste rekken høyere enn hva kjøperne fra de bakomliggende hadde forventet, og utsikten ble dermed ikke som beskrevet i salgsprospektet.

Til tross for dette fikk ikke boligkjøperne medhold i retten. Bakgrunnen var at kartet som boligene var inntegnet på med høydeforskjeller, illustrerte at boligene ville få mindre utsikt enn hva prospektet beskrev. Dommeren i tingsretten skrev som følger: «*Ut fra en samlet vurdering av de ovennevnte opplysningene er det rettens oppfatning at saksøkerne ikke hadde grunn til å stole på opplysningene om fantastisk utsikt mot Tromsøysundet, Tromsøya og Malangen*» [46].

Dom 2: LB-2014-53115 Drøbak

Denne dommen omhandler en sak fra 2014 hvor en boligeier, etter kjøp av prosjektert bolig, tok utbygger Drøbak Eiendomsutvikling AS til retten på bakgrunn av uriktige opplysninger om utsiktsforholdene gitt i salgsprospektet [48]. Prospektet beskrev leiligheten og dens utsiktsforhold: «*Bak spisestuen er to panoramavinduer som inviterer Vestfjorden til middag*» [48]. Etter overtakelse kom det frem at utsikten fra leiligheten kun dekket omkring 20% av Vestfjorden da Brunskogen foran boligprosjektet sperret en stor del av utsikten mot fjorden. Boligeier saksøkte utbygger for mangel basert på uriktige opplysninger gitt ved markedsføring som ikke samsvarer med resultatet, i henhold til buofl. § 27.

Boligeier fikk ikke medhold i retten. Lagmannsretten konkluderte med at det ikke var oppgitt uriktige opplysninger i salgsprospektet om utsiktsforholdene. Utsagnet om at vinduene «inviterer Vestfjorden til middag» var for vagt og upresist til at det kunne danne et grunnlag for mangelsansvar etter buofl. § 27. Lagmannsretten bemerket at hva som ligger i beskrivelsen om å invitere fjorden til middag er uklart, i tillegg var det ikke konkretisert hvor mye utsikt man fikk til Vestfjorden. Det ble videre påpekt at utsikten måtte vurderes i en helhetlig sammenheng - «Samtidig er det god utsikt til Oslofjorden ved Drøbakundet/Oscarsbord. Slik lagmannsretten ser det, kan man ved vurderingen av utsiktsforholdene ikke bare ta i betraktning den synlige delen av Vestfjorden, man må vurdere sjøutsikten samlet» [48].

Rettspraksis og lovforarbeider

I begge sakene viste retten videre til rettspraksis og lovforarbeider. Av lovforarbeidene til avhendingsloven (avhl.), jf. Ot.prp.nr.66 (1990-1991), som begge domsslutningene refererer til, påpekes det at opplysningene «må vere konkrete og i ei viss utstrekning vere spesifiserte. Kjøparen må ha hatt grunn til å lite på opplysningene. Generelle og vage opplysningar som ofte blir vert brukt i marknadsføring vil derfor berre sjeldan kunne danne grunnlag for at seljaren må svare etter §3-9» [49, s. 90]. Borgarting Lagmannsretts dom LB-2016-68329 tar opp både spesifikke og vage utsagn. Retten vurderte her begrepet «fantastisk utsikt» som vagt og lite konkret, og som et begrep ofte bruk i markedsføring [50].

Det ble videre påpekt at ordet «fantastisk» ikke tilsier at det skal nødvendigvis skal være helt fri og uhindret utsyn i hele siktlinjen. Borgarting Lagmannsrett viste derimot til utsagnet «[...] utsikt mot Tromsøysundet, Tromsøya, Malangen og fjellene på Kvaløya [...]» som mer spesifikt og samsvarte ikke med den faktiske situasjonen i boligene. Til tross for dette la retten til grunn at kjøper burde vært klar over at opplysningene ikke var til å stole på, jf. Ot.prp.nr.66 (1990-1991).

Illustrasjoner og tomteoversikt i prospektet viste en høydeforskjell på rundt 2 meter mellom de ulike rekkene og gav ifølge retten et klart inntrykk av at boligene ville få begrenset utsikt mot sjøen. Samlet vurderte retten, ut fra de ovennevnte opplysningene, at saksøkerne «ikke hadde grunn til å stole på opplysningene om Tromsøysundet, Tromsøya og Malangen» [50], og det var ikke en mangel at de aktuelle boligene ikke hadde sjøutsikt.

Ut fra rettspraksis og lovforarbeidene til avhendingsloven, må opplysninger gitt i markedsføring (salgsprospekt) ha tre vilkår oppfylt for at de kan regnes som uriktig opplysning om eiendommen, jf. avhl. §3-8:

- Opplysningen må være konkret
- Opplysningen må i en viss utstrekning være spesifisert
- Kjøper må ha hatt grunn til å stole på opplysningene

5.2.4 Utomhusplan

Begrepet *utomhusplan* har ikke en offisiell definisjon. Dette til tross for at en rekke kommuner har som praksis å benytte seg av en utomhusplan, for å sikre kvalitet i uterom i boligprosjekter [51, s. 20]. Hensikten med en utomhusplan er kun videre beskrevet i lokale veiledere til enkelte kommuner. Asker kommune beskriver formålet med en utomhusplan som «å *planlegge et helhetlig samspill mellom bygninger og tilhørende uteområden*» [52]. Utbyggere kan også benytte seg av utomhusplan ved innhenting av totalentreprenør til prosjekter som en del av prisgrunnlaget for arbeidet som skal utføres [51, s. 48].

Hovland & Nilsen skrev i 2020 en master om utomhusplanens betydning for planlegging og utearealer, hvor en rekke aktuelle aktører ble intervjuet om temaet [51]. I tillegg til en usikkerhet omkring begrepsforståelsen, kom det også frem ulike formeninger om utomhusplanens juridiske status. Informant fra planavdelingen, samt en landskapsarkitekt, påpekte at utomhusplan kun er juridisk bindende dersom den inngår i reguleringsbestemmelsene [51, s. 42]. Informant fra byggesaksavdelingen, mente derimot at utomhusplan er en del av rammesøknaden og vil dermed binde utbygger til å utføre tiltaket slik det er søkt om, og fått tillatelse på. Regjeringens egne reguleringsplanveileder til plan- og bygningsloven av 2008 underbygger påstanden om at dersom kommuner finner det ønskelig med en mer detaljert plan for utearealene til bebyggelsen «[...] *må det ivaretas gjennom bestemmelser hjemlet i plan- og bygningsloven §12-7 nr.4 om utomhusplan*» [16]. Følgelig blir krav om utomhusplan i reguleringsbestemmelser et tiltak som byggesaksbehandlere i kommunene må vurdere nødvendig etter skjønn, og er juridisk bindende dersom utomhusplan inngår i planbestemmelser.

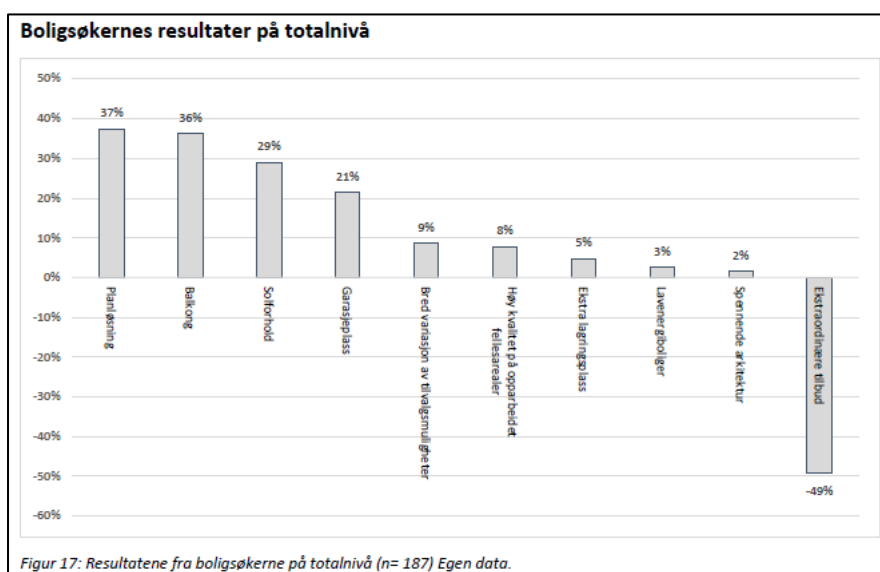
DEL 3

5.3 Salgsprospektets innhold

5.3.1 Fasade

Lysforhold

Boligprosjektenes sol - og skyggeforhold avgjøres basert på politiske og økonomiske forhold, og har en påvirkning på boligkjøpers inntrykk av prosjektet [53], samt beboernes helse og trivsel [54]. Mørck og Nødtvedt [53] undersøkte i sin masteroppgave blant annet hvilke bokkvaliteter som er mest ettertraktet av boligsøkere. Totalt sett var gode solforhold ett av de mest attraktive kvalitetene for boligsøkere med 29% boligpreferanse for solforhold (fig.12) [53, s. 40].



Figur 12: Boligsøkernes resultater for boligpreferanser. Kilde: Mørck og Nødtvedt (2019)

Det har lenge vært kjent at folk foretrekker miljøer med dagslys fremfor skyggebelagte eller kunstig belyste områder [54]. Det er derimot først i nyere tider at forskning viser til at sollys også har en rekke medisinske egenskaper; det forbedrer humøret, påvirker årvåkenhet, fremmer nevrologisk helse og styrker døgnrytmen [54, s. 43]. Fordelene med sollys kan oppnås ved å utforme steder og uterom som integrerer gode sol- og skyggeforhold i sitt design. Gode lysforhold er derfor viktig for beboernes helse, i tillegg til at det er en attraktiv bokkvalitet for potensielle boligkjøpere.

Avgjørende for boligprosjekters solforhold i bebyggelsen og i uterom, er forholdet mellom avstander og høyder i bebyggelsen [55, s. 73]. Dagens fortetningspolitikk har ført til et press på høyere arealutnyttelse med økende tetthet og høyde i boligprosjekter [34], [55]. En konsekvens ved slik fortetting, er at viktige bokkvaliteter som gode solforhold og uterom i boligprosjekter kan gå tapt [56].

For utbyggere innebærer fortetningspolitikken høy arealutnyttelse med stor fortjeneste [55, s. 4], med de følgene at boligprosjekters faktiske høyde, tetthet og solforhold med større sannsynlighet blir nedtonet i salgsprospektet [34, s. 52].

Denne problemstillingen videreføres ved visualisering av illustrasjonene, hvor arkitekter ofte blir bedt om å minimere effekten av skygger [57]. Vanlige metoder for å oppnå dette er ved at skyggene gjøres lysere, eller at solen plasseres slik at alle deler av et bygg blir opplyst. For salgsprospekters illustrasjoner blir dette problematisk da det ikke fremstiller byggets iboende egenskaper realistisk.

Farger og fasader

De siste 70 årene har man i større grad oppført bygg der utsmykking, ornamentering og fargebruk har fått et mindre fokus [58]. Før var man opptatt av å gjøre boligens fasade personlig, og samtidig vise en form for status. Boligene som ble oppført ble tillagt farger som integrerte bygget godt til natur og eventuell omkringliggende bebyggelse, noe som satte stort preg på omgivelsene og miljøet. I dag oppfører man ofte bygg som er rettlinjede, fargeløse og uten noe form for ornamenter. Man ser også at elementer på bygget påføres de øverste etasjene, og lite legges til førsteetasjen som skal skape gode oppholdsrom for beboere og passerende [58, s. 38].

Dagslyset har stor påvirkning for hvordan fargen fremstår på en fasade [58, s. 40]. En farge vil fremstå som lysere, ha en høyere kontrast, og samtidig fremstå som kaldere når man maler den på en utendørs fasade, sammenlignet med hvordan den vil fremstå på en fargeprøve. Man må også ta hensyn til at dagslyset har et hint av blåtone i seg, dette gjør at for eksempel en farge av gultoner vil lettere forsvinne på fasaden, mens en blåtone vil få en sterk farge i dagslys [58]. Gråfarger som i utgangspunktet er nøytrale kan også oppfattes som lyseblå.

Når man velger farge til fasaden, må man også ta hensyn til fasadens overflate [58, s. 40]. Grove overflater som murpuss kan inneholde ujevnheter som fremheves av skygger i dagslyset. Den vil derfor fremstå som mørkere enn hva fargeprøven tilsier [58]. Om man maler glatte fasader med maling som inneholder mye glans vil dette gjøre at fasaden får en klarere, og derfor sterkere farge. Det motsatte gjelder for farger med lite glans, hvor vil fargen fremstå som mer dus.

Fasademateriale

Materialbruk i boligprosjekt kan ha stor estetisk kvalitet, og påvirker den visuelle karakteren til bygget betydelig [59, s. 12]. Valg av fasademateriale kan formidle ulike kvaliteter ved et prosjekt og gi det et tungt, solid uttrykk eller en lettere og mer gjennomsliktig visuell karakter. Historisk sett har tre vært det dominerende materiale i norsk arkitektur og byggeskikk [60, s. 15]. Til tross for dette, er norsk trearkitektur i stor grad forbundet med mindre byggverk, gjerne bolighus.

SINTEF Byggforsk undersøkte i 2007 hvilke mekanismer som styrer valg av materiale for større urbane byggverk [61]. Tegl som materiale for fasadekledning brukes ofte i

boligprosjekter i dag basert på hovedsakelig økonomiske hensyn som lave vedlikeholdskostnader sammenlignet med andre typer materialer [61, s. 34]. Videre benyttes det materiale som stål, betong, glass, plater, samt andre metaller.

En studie fant at arkitekter sammenlignet med mennesker uten arkitektbakgrunn, hadde svært ulik oppfatning av hva som var attraktive kvaliteter i et bygg [62]. Få materialer, enkle former og hvite bygninger var arkitektoniske kvaliteter som arkitekter fant estetiske. Derimot var innrammede vinduer, flere materialer og varme farger arkitektoniske preferanser for allmennheten. Enkelt forklart kan man si at arkitekter foretrakk kvaliteter kjent fra modernismen, mens allmennheten foretrakk kvaliteter fra den tradisjonelle arkitekturen.

Estetisk kvalitet knyttet til materialbruk er ikke vurdert som en viktig bokkvalitet av beboere i fortettingsprosjekt [63, s. 218]. Profesjonelle aktører som planleggere og utbyggere har større fokus på slike kvaliteter, noe som videreføres i kravene i plan- og bygningsloven. I henhold til pbl. §29-2 skal kommunen sørge for at alle tiltak (her; boligprosjekter) har gode *visuelle kvaliteter*, både i forhold til selve bygget og dets naturlige og bygde omgivelser. Plan og bygningsloven legger dermed krav til at utbyggingsprosjekter skal ha en estetisk, arkitektonisk kvalitet – også i fasadematerialet.

5.3.2 Uterom og fellesareal

Fellesareal

SINTEF Byggforsk publiserte i 2020 en anvisning til råd for planlegging av boligblokker [64]. Publikasjonen beskriver bokkvaliteter som stedsuavhengige ved en bolig. Dette innebærer bl.a. nærhet til gode, attraktive uterom som oppmuntrer til bruk og legger grunnlaget for et godt bomiljø. Arkitekt Anders Kirkhus [65] påpeker at bokkvalitet også omhandler de opplevelsene og mulighetene omgivelsene byr på. Kirkhus sier «*Rommet mellom bygningene skaper rammer for sosiale møter og er et like viktig element i arkitekturen som bygningene selv*» [65]. Høy kvalitet i uterom og fellesareal er særlig viktig i boligprosjekter med høy utnyttelse og tetthet [64]. På bakgrunn av dette viser Byggforskserien til at det bør utformes uterom som gir beboere i alle aldre mulighet til rekreasjon, aktivitet og opphold.

Lekeplass

I dag er barn og unge mer stillesittende, og hverdagen preges av mindre aktivitet [66]. Dette gjør at man ved planlegging av et boligprosjekt må legge til rette for et trygt miljø som også tilrettelegger for fysisk aktivitet og trygge rammer [66]. Det skal i planarbeidet med områdeplan og detaljplan legges til rette for uteoppholdsareal. Dette innebærer et område som settes av til lekearealer med solinnfall, det skal

vernes mot støy, og skjerme for vær og vind [67]. Det skal også kunne benyttes av alle beboerne, ved ulike aktiviteter, og til alle aldersgrupper.

Byggesaksdelen i plan- og bygningsloven regulerer kun arealet som skal brukes til lekeplass, ikke utstyret. Lekeplassutstyr er regulert i en egen forskrift [67]. Grunnen er at man skal tilrettelegge for rullestol, og at man derfor skal ha et stort nok område for at barn i rullestol, eller barn med følge av voksne i rullestol, skal kunne delta og bruke lekeplassen på en mest mulig likestilt måte [67].

For å sikre at lekeplasser til nye boligområder etableres, kan kommunen i henhold til plan- og bygningsloven §11 vedta bestemmelser til kommuneplanens arealdel. Dette innebærer generelle bestemmelser knyttet til blant annet lek og grøntområder, og kommunen kan sette rekkefølgekrav for å sikre at uteareal med lekeplasser og grøntområder etableres før området tas i bruk. Paragrafen har derfor som virkemiddel at områdene rundt boligene skal være ferdig opparbeidet og trygge for barn og unge før man kan flytte inn i boligen [68]. Man ser også at uterom med lekeplass og grøntområder bygges sist, og er ekstra utsatt for å bli degradert om økonomien i prosjektet ikke strekker til [69].

Lekeplassens utforming baseres på forskrift om sikkerhet ved lekeplassutstyr [70]. Denne angir at det skal etableres en sikkerhetssone rundt hvert lekeapparat, og fastsettes derfor særskilt for det enkelte apparat. Om fallhøyden er over 60 cm, må det etableres et fallunderlag som er støtdempende. I dag brukes det mye gummidekker av fargede bildekk som støtdempende materiale, og dette er med på å forme lekeplassen og dens innhold [69]. Grunnen til at gummidekke brukes i så stor grad, er knyttet til økonomi og vedlikehold av lekeplasser. Det finnes i tillegg få andre materialer som tilfredsstillende kravet for nok støtdemping ved fall.

5.3.3 Beplantning og grøntområde

I dag ser man varierende grad av grøntområder i storbyene. Disse er ofte fragmenter, og også lite tilgjengelige [71]. Grøntområder kan eksempelvis være parker og offentlige grøntanlegg som alléer, bekker, strandsoner eller eksisterende vegetasjon [72]. Når man planlegger for nye boligprosjekt er det viktig å legge til rette for nærhet til natur og rekreasjonsområder da dette sammen med urbane tilbud er med på å bidra til trivsel og livskvalitet [72]. SINTEF Byggforsk anbefaler videre at det bør legges til rette for beplantning og vegetasjon i ulike høyder i deler av uterommets areal, for at de skal få et frodig preg [64]. I tillegg til å bidra til bedre folkehelse, er grøntområdene viktig for biologisk mangfold. Man finner flere eksempler der bekker er lagt i rør og vassdragene reduseres i størrelse som følge av utbygging [71]. Dette kan videre ha en negativ effekt med hensyn til overvannshåndtering.

Regjeringen anbefaler at kommunene utarbeider planer hvor man legger til rette for sammenhengende grønnstrukturer [71]. Ønsket er at boligområder, skoler og barnehager bindes sammen ved bruk av grøntområder. Dette gjelder både

grønnstruktur i form av skog, mark og bakker, i tillegg til blåstrukturer som elver, bekker, sjø og vann. Disse planene må videre følges opp gjennom politiske prioriteringer og konkrete tiltak [71].

5.3.4 Retorikk

Etos, logos og patos er retoriske virkemiddel man kan finne i tekster, eksempelvis i den selgende delen i salgsprospektet. Etos som virkemiddel, går ut på å overbevise noen ved hjelp av troverdighet [73]. Om man leser noe i avisen som er skrevet av en person med relevant eller faglig bakgrunn for temaet, vil innlegget fremstå som mer troverdig enn om avsender ikke hadde hatt en relevant bakgrunn knyttet til temaet [74]. Ved å bruke logos som virkemiddel, vil man vise til sunn fornuft, til saken selv eller logikk for å overbevise leseren [73]. Eksempelvis kan man vise til FN's bærekraftsmål når en kommune ønsker å kjøpe bensin eller dieslbiler til bilparken, og argumentere for hvorfor elbiler er mer fornuftig. Patos som virkemiddel, går ut på å overbevise eller overtale noen ved å ta utgangspunkt i leserens følelser [75]. Ved å bruke patos vil man bevege leseren som allerede er overtalt ved hjelp av troverdighet (etos) og fornuft (logos).



**PRESENTASJON AV
BOLIGPROSJEKTER**

I følgende kapittel presenteres boligprosjektene som analyseres i denne studien. Videre introduseres de tilhørende salgsprospekters innhold og utforming med utdrag av relevante illustrasjoner som viser til prosjektenes uterom.

6.1 Wergeland Terrasse

Wergeland Terrasse ligger sør for Bergen sentrum, og er del av en detaljregulering (planID: 19010000) som ble vedtatt 24.04.2013 [76]. I planforslagets beskrivelse står det «Visjonen er at lokalsenteret skal fremstå med nye fellesfunksjoner og byrom, slik at området som helhet også får en kvalitetshevning» [76].

Tiltakshaver for boligprosjektet er Wergeland Terrasse AS, med Grieg Arkitekter hyret inn som arkitekter [77]. Strand AS er oppført som totalentreprenør, med Asplan Viak som prosjektets plankonsulent [76]. Kunngjøring for oppstart av planarbeid med detaljregulering av Wergeland Terrasse ble vedtatt 18.04.2005. Boligprosjektet ble ferdigstilt november 2018.





Figur 14: Wergeland Terrasse utforming av prospekt – uterom. Kilde: Wergeland Terrasse salgsprospekt

Salgsprospektet inneholder totalt 57 bilder, tegninger og illustrasjoner. Illustrasjonene vist over er de eneste som fremstiller prosjektets felles uterom. Sammenlignet med dette består prospektet av 11 illustrasjoner av leilighetene, og 14 nærbilder av smilende folk i ulike aldre.

I prospektet er det avsatt 6 sider med nøkkelinformasjon. I tillegg til å omfatte forbehold om avvik mellom illustrasjoner og ferdig resultat, beskriver nøkkelinformasjonen kort forbehold knyttet direkte til prosjektets uterom, se fig.15.

| | | | | | |
|--|---|--|---|---|---|
| <p>Selger kan kreve tilleggsbetaling for nødvendige kostnader som kommer av forhold på forbrukers side, for eksempel ved bestilling av tilvalg, tilleggs/ endringsarbeid jfr. budst. § 4.3.</p> <p>Pfalter og omkostninger Se prislisten.</p> <p>Betalingsbetingelser Se prislisten.</p> <p>Salgsbetingelser Boligene selges etter budstedsforordningen bestemmelser. Utbygger stiller garanti etter denne lovens § 11. Dersom utbygger eller garantist etter denne lovens § 47 har innbetalt del av kjøpesummen utbetales til selger før overtagelse og tinglysing av kjøpet.</p> <p>Innvi selger har skilt forbrukeransvar etter § 47, eller kjøper til kjøper er trykkt, er innbetalt betalt kjøpers penger og renter oppgjort på klientskonto tilfaller kjøper fulltsett av rentebestemt overdragelse. Manglende renter på forbrukeransvaret medfører en noe høyere pris på leiligheten enn angitt i prislisten.</p> <p>Dersom kjøper regnes for å være profesjonell leverer selger 20 % forbrukerbetaling. Betalget skal være fri og gjeldsfri, dvs. at det ikke kan være noen krav knyttet til innbetaling som medfører at selger ikke kan disponere over beløpet.</p> <p>Frunderingsbevis Ved innlevering av kjøpsbrevet må det også innleveres en bekræftelse på finansieringen av hele kjøpssummen.</p> <p>Kjøpskontrakt Selger benytter standard kjøpskontrakt. Det forutsettes at kjøpsbrevet inngår på grunnlag av denne kjøpskontrakten, og en eventuell avskrift på underkøpssummen. Standard kjøpskontrakt er vedlagt prospektet.</p> | <p>Salg til kjøper som ikke er forbrukere faller utenfor budstedsforordningen av endelsesområdet. For slike kjøpere vil særskilte betingelser gjelde, blant annet vil det ikke være krav til selger eller garantist. Kontakt megler for kopi av kjøpskontrakt basert på bestemmelser i anendingslova, som benyttes ved salg til ikke-forbrukere.</p> <p>Selger står fritt til å akseptere eller avvik ethvert bud, herunder bestemte om de vil akseptere salg til enklaper, samt om de vil akseptere salg av flere leiligheter til samme kjøper.</p> <p>Ferdigtillelse Byggeperiodene er beregnet til å ta ca. 20 måneder plus tid til detaljprosjektering, offentlig godkjenning og saknad og igangsetning. Selger tar sikte på at ferdigtillelse av prosjektet vil være i løbet av sommeren fra og med 4. kvartal 2021 til og med 2. kvartal 2022. Det preseres at dette tidspunktet er basert på et foreløpig estimat, og at tidspunktet ikke vil avhenge av kommunal behandling, oppstartsbudsjett for bygging og fremtidig prosjekt og byggetid. Selger kan kreve overtakelse av boligene innvi 4 måneder før overtagelse tidspunkt. Kjøper vil innen 01.05.2016 motta melding fra utbygger om en beslutning om igangsetning/melding av forbrukeransvar. Kontakt forbeholdet.</p> <p>På denne bakgrunn vil selger fastsette en endelig overtakelsestidspunkt når selger har tilfredsstillende sikring for nådd dette kan kjøpes. Overtakelsestidspunktet vil bli meddelt med en måned før selger.</p> <p>Endelig overtakelsestidspunkt vil bli gitt med minst 2 ukers skriftlig varsel fra selger. Den da angitte dato anses som avskilt overtakelsestidspunkt mellom partene, og vil være utgangspunkt for beregning av eventuelt dagmøte. Jfr. budstedsforordningen § 10.</p> <p>Endring/ombygging Vedtaks På dette punkt finner du informasjon om megler og kontaktinformasjon.</p> | <p>Ansvarelig megler Tor Arne Fostervold, Megler MNEF St. dir.: 55 21 49 35, st. mob. 93 45 93 45, e-post: tor.arnefostervold@nbo.no</p> <p>Megler Pål-Håkon Mørnes, Eiendomsrådgiver MNEF St. dir.: 55 21 49 35, st. mob. 95 26 50 65, e-post: pal.hakon.mornes@nbo.no</p> <p>Vederlag til megler Vederlag til megler betales av selger og utgjør kr. 46.075,- inkl. mva. pr. solgt enhet.</p> <p>Kommunikasjonsform Kjøper godtar og aksepterer at kommunikasjon mellom selger og kjøper og selgers representanter og kjøper kan skje ved bruk av elektronisk kommunikasjon.</p> <p>Viktig informasjon Salgsprospektet og prospektbeskrivelsen er utarbeidet for å orientere om prosjektets generelle bestanddeler, funksjoner og planlagt organisering, og er utarbeidet uten en komplett beskrivelse av leilervasen. Det vises for øvrig til salgsprospektet og kjøpskontrakt med vedlegg. Alle illustrasjoner, 3D-anisjoner, skisser, malbilde, plantegninger m.m. er kun ment å danne et inntrykk av den ferdige bygningen, og kan ikke anses som endelig leilervasen. Innsett utstyr/ inventar bortsett fra kjøleskap, badromsmøbler, garderobeskap og hvitevarer medfølger ikke, og det kan derfor fremkomme elementer i presentasjonsmateriale som ikke inngår i leilervasen. Generelle beskrivelser av prosjektet, salg- og markedsføringsmateriale vil ikke passe for alle miljøer. Kjøper oppfordres derfor særskilt til å undersøke nøye, utstakt og beliggingsforhold til ferdig og omringende eksisterende bygg. Det kan være avvik mellom de planlagte, planlagte og tegningene som er presentert i prospektet, og den endelige leilervasen. Dersom det er avvik mellom tegningene i prospektet/interiøret og</p> | <p>leilervasen/beskrivelsen i den endelige kontrakt med kjøper, vil leilervasen/beskrivelsen ha forrang, og omfang av leilervasen er begrenset til denne. Gjelder og VVO-føringer er ikke endelig innsett, og meddelinger/føringer i henhold til stedslova kunne forekomme, f.eks. i bad og garasje.</p> <p>Vidutviklingen i den enkelte bolig kan avvike noe fra de generelle planer, som følge av ikke den arkitektoniske utforming av bygget.</p> <p>Det gjøres oppmerksom på at utomhusplanen i salgsprospektet ikke er ferdig detaljprosjektert, og at endringer vil forekomme. Renovasjon, forstærkning, murer, fallklinger, teilekasser, beplantning, fordekkingskassetter og lignende vil bli plassert slik det finnes henholdsvis i forhold til terrenget, veier, bygget og/eller i henhold til plan og/eller byggesaker til kjøper.</p> <p>Dersom innvendige fellesarealer og utomhusarealene ikke er fullført på overtagelsestidspunktet vil samvirket styre gjennomføre en bolting/interimær forstyrrelsen når selger har varslet at arbeidet er ferdig. Kjøper må akseptere at samvirket skal representere alle samvirket ved overtagelse av fellesarealer.</p> <p>Særlege forbehold Selger tar forbehold om endelige offentlige godkjenninger av prospektet, herunder sønner og gangstier/teilstillelse. Det foreligger godkjent og stoffet/retting/ingulav for området.</p> <p>Utbygger tar forbehold om at det oppstår et tilsvarende forhold på andel 400, 401 og 402, 403, 404 og 405. Dersom selger gjør forbehold gjeldende, skal selger tilbakebetale forbrukerbetalingen tilbake kjøper på klientkonto. Utøver dette har ikke partene økonomisk ansvar overfor hverandre.</p> <p>Selger tar forbehold om å foreta endringer, eventuelt</p> | <p>regulering av enkelte leiligheter til næringsvirksomhet og endringer av utomhusarealer/forhold til det som er presentert for kjøper.</p> <p>Utbygger forbeholder seg retten til å foreta endringer i materialvalg, leilervasner og/eller konstruksjoner uten forbrukeransvar. Eventuelle endringer skal ikke redusere byggets tilstandskvalitet.</p> <p>Selger tar forbehold om å overdra rettigheter og plikter etter denne kjøpskontrakten til et annet selskap for eksempel et utbygger/selskap. Kjøper aksepterer en slik eventuell overdragelse.</p> <p>Lovgrunnlag Boligene selges til forbrukere i henhold til budstedsforordningen. Til andre kjøpergrupper gjennomføres salget etter bestemmelser i avhendingslova. Etter at boligene er ferdigstilte selges boligene etter avhendingslova til både forbrukere og andre.</p> <p>Med unntak av de begrensninger som følger av samvirket vedtekter og av endelsesloven, har selger fullt rettlig rådgitt over sine selvkjøper. Selvkjøperne kan fritt påkjøpe selge og leie ut sine selvkjøper. Ethvert salg eller bortsalg av selvkjøper skal meddele skriftlig til samvirket for å forhindre med opplysning om hvem som er nye eiere/leietakere.</p> <p>Meglers rett til å stanse gjennomføring av transaksjonen I henhold til lov av 6. mars 2007 nr. 11 om tiltak mot hullvasking og terrorfinansiering m.v. er megler pliktig til å gjennomføre ledningskontroll av oppdragsgiver og/eller eventuelle reelle rettighetsinnehavere til salgsobjektet. Dette samme gjelder for medlemskontrollen til oppdragsgiver og/eller eventuelle reelle rettighetsinnehavere til salgsobjektet.</p> <p>Dersom mer enn partene ikke oppgir lovende krav til ledningskontroll eller megler har mistanke om at transaksjonen har tilknytning til utbytte av en straffbar handling eller forhold som rammer av strafflovens § 147 a,</p> | <p>§ 147 b eller § 147 c, kan megler stanse gjennomføringen av transaksjonen. Megler kan ikke holdes ansvarlig for de konsekvenser dette vil kunne medføre for oppdragsgiver og/eller eventuelle reelle rettighetsinnehavere til salgsobjektet eller deres medlemskontroll.</p> |
|--|---|--|---|---|---|

Figur 15: Wergeland Terrasse utforming av prospekt – faktatekst med alle forbehold om uterom markert. Kilde: Wergeland Terrasse salgsprospekt

6.2 Paradisalléen

Paradisalléen ligger sør for Bergen sentrum, og er en del av en større områderegulering på Paradis (planID: 60760000) [78]. Kunngjøring om oppstart ble publisert 15.06.2009, og planen ble endelig vedtatt 13.01.2018. Sentrale premisser for planarbeidet har vært blant annet å «tilrettelegge for utvikling av nye, offentlige urbane byrom og gater med estetisk og funksjonell kvalitet. Planen skal også tilrettelegge for høy utnyttelse av sentrumsområdet til boliger og andre aktuelle sentrumsformål» [78].

Solon Sørvest og Vestenfjeldske Eiendom er tiltakshavere for Paradisalléen. Totalentreprenøren av prosjektet er Kruse Smith Entreprenør, der byggene er tegnet av TAG Arkitekter [79]. Selve byggearbeidet startet opp i oktober 2018, og det siste bygget ble fullført i november 2020.



Figur 16: Paradisalléen vedtatt utomhusplan. Kilde: arealplaner.no)

6.2.1 Salgsprospektets innhold og utforming

Paradisalléen har et av de mest omfattende salgsprospektene med totalt 88 sider. Av disse er hoveddelen, 58 sider, avsatt til informasjon og illustrasjoner av leilighetene.

De resterende sidene av prospektet består i hovedsak av informasjon om, og illustrering av, boligprosjektet i sin helhet med bebyggelse og uterom. I tillegg vises en kort faktatekst i slutten av dokumentet. Prospektet består av syv illustrasjoner som

viser til bebyggelse, uterom og lekeareal, hvorav to av disse visualiserer det felles uterommet, eksempel vist i figur 17.



Figur 17: Paradisalléen side i prospektet om uterommet. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt

Nøkkelbeskrivelse og leveransebeskrivelse inngår ikke i salgsprospektet, og var ikke tilgjengelig på internett. Det er avsatt to sider til *Generelle opplysninger*. Her opplyses det om at uterommet skal opparbeides i henhold til utomhusplan (fig.18).

| | | |
|--|--|--|
| <p>Heis Båreheis.</p> <p>Soppelhåndtering Nedfelle soppelcontainer iht. krav fra Bergen Kommune. Mobilt boss-sug for restavfall.</p> <p>Utendørsanlegg / lek Utføres iht. utendørsplan.</p> | <p>Sykkelparkering Sykkelstativ</p> <p>Nøkler 3 stk nøkler til hver leilighet, som passer til fellesarealer, inngangsdør til leilighet, postkasse og bod.</p> <p>Postkasser Plasseres sentralt i inngangspartier.</p> | <p>Skiltning Det skal leveres skilt på alle bygg med adresse over hovedinngang, og merking av parkeringsplass for bil. Etasjemerking utenfor heisene og dører til fellesrom / tekniske rom skal merkes. Alle skilt skal ha en enhetlig utforming.</p> |
|--|--|--|

Leveransen er i henhold til TEK 10.

Prosjektet er planlagt iht. reguleringsplan for Paradis Sentrum, plan 60760000, i Bergen kommune. I tillegg til nevnte reguleringsplan vises det til reguleringsplaner for naboeiendommene som viser tilgjengelig informasjon om hva som er planlagt for disse. Det er kjøpers plikt å sette seg inn i disse planene og hvordan de påvirker de aktuelle leilighetene i prosjektet.

I nye bygg vil det normalt oppstå sprekker i tapet, maling med mer, ved skjøter og sammenføyninger, pga setninger og uttørring av materialer. Det påpekes spesielt at sprekker i materialoverganger mellom tak/vegg og i hjørner ikke kan kreves utbedret. Leilighetene blir rengjort før overlevering, men kjøper må likevel påregne egen rengjøring ved innflytting.

Leilighetene leveres i en normalt god standard som beskrevet i denne beskrivelsen. Erfaringer fra tidligere prosjekter viser at en del kjøpere ønsker å endre leiligheten sin noe, og kjøper bør derfor planlegge og hensynte dette når finansiering avtales med bank/finansinstitusjon.

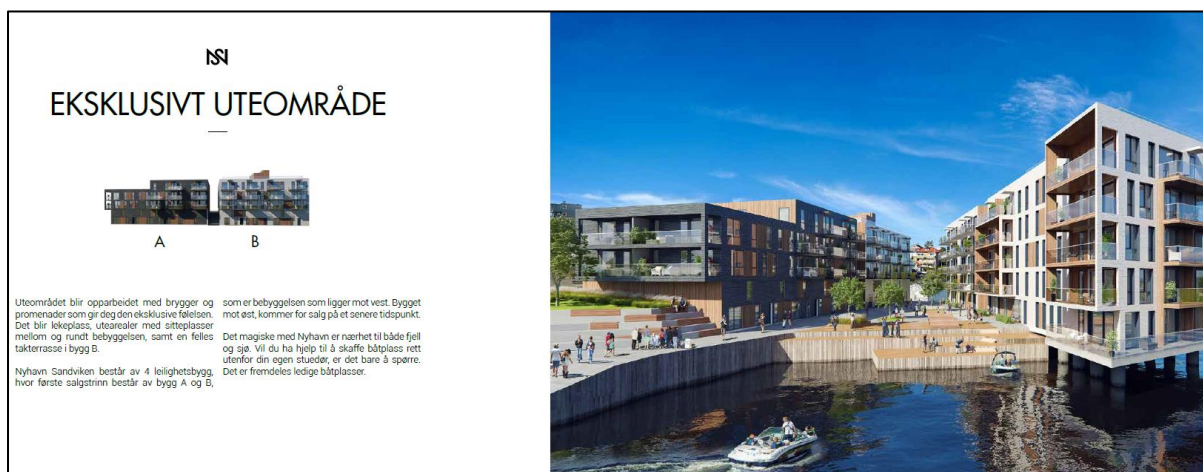
Det vil bli mulighet for mindre endringer og tilvalg. Utbyggers kundebehandler inviterer kjøperne til en gjennomgang av leiligheten. Kjøper belastes med eventuelle endringskostnader, samt et påslag på 15% av kostnadene for endringene. Etter denne gjennomgangen vil det ikke være anledning til å gjøre endringer. Det vil ikke bli mulighet for egeninnmønstret i leiligheten, verken eget arbeid eller bruk av egne leverandører/håndverkere.

Mindre endringer som følge av avklaringer i detaljprosjekteringen kan bli nødvendig. Dette gjelder både utvendig og inne i leilighetene. Det kan være nødvendig å kle inne rørføringer som kommer lavere enn himlingshøyde i enkelte rom. Hele eller deler av rom kan bli levert med nedsenket himling for tekniske installasjon. Det kan også bli nødvendig med ytterligere vertikale innkassinger/skjalter for tekniske installasjoner.

Det tas forbehold om endringer som følge av krav fra offentlige myndigheter.

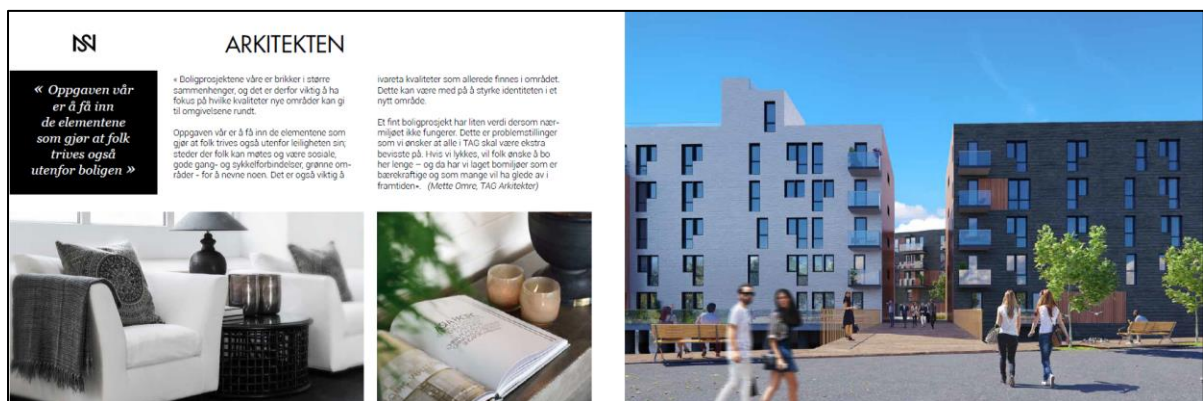
Figur 18: Paradisalléen forbehold i prospektet. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt

I tillegg er det inkludert fem sider i starten av prospektet som omfatter boligprosjektets konsept og kvaliteter med overskriftene «Den lille byen i byen», «En sjelden mulighet», «Nærområdet», «Arkitekten» (fig.21) og «Drømmene».



Figur 20: Nyhavn utforming prospektet – uterom. Kilde: Nyhavn salgsprospekt

Av prospektets illustrasjoner er prosjektets bebyggelse og uterom visualisert i tre illustrasjoner (fig. 20 og 21), hvorav en av disse er en utomhusplan. Salgsprospektet består i hovedsak av plantegninger og illustrasjoner av leilighetene.



Figur 21: Nyhavn utforming av prospektet – arkitekten. Kilde: Nyhavn salgsprospekt

1/3 av prospektet består av sider med informasjon fra eiendomsmegler og leveransebeskrivelse. Her er det satt av to avsnitt som omfatter opparbeiding av prosjektets uterom, sitteplasser, lekeplass og vegetasjon (fig.22).

6.4 Råstølen Park

Råstølen Park, øst for Flesland, inngår i en større områdereguleringsplan for Fagerheim (planID: 61010000) for regulering av ny skole, bybanetrasé og boligbebyggelse [82]. Denne ble vedtatt 13.10.2013. Ut fra planbeskrivelsen fremkommer det at en viktig forutsetning som skal legges til grunn for arealplanleggingen, er at «Bebyggelsen skal gis en urban utforming med klart definerte byrom og ha sammenhengende fasadeliv» [82].

Tiltakshaver for boligprosjektet er Skanska Bolig AS, med TAG Arkitekter som arkitekter for prosjektet [83]. ABO Arkitekter utformet illustrasjonsplanen (fig.23) som inngår i salgsprospektet for Råstølen Park [82]. Kunngjøring for oppstart av planarbeid med områderegulering av Fagerheim (Råstølen Park inkludert) ble vedtatt 09.05.2010. Boligprosjektet ble ferdigstilt desember 2018.



Figur 23: Råstølen Park utomhusplan. Kilde: arealplaner.no

6.4.1 Salgsprospektets innhold og utforming

Råstølen Park består av to dokumenter hvor den første er selve salgsprospektet, mens det andre dokumentet er prosjektets nøkkelinformasjon og leveransebeskrivelse. Salgsprospektet består av 17 sider hvor det er satt av én side til å beskrive prosjektets uterom (fig.24). Her er det også avsatt plass hvor arkitektene forteller om bakgrunnen for prosjektet og konseptet park.

Det nye nabolaget

Det solrike boligområdet, vendt mot sørvest, avgrenses av bybanen i front, de fine friområdene Følldalsheia og Soråshøgda i bakkant og av en flott i retning Lagunen som er offentlig regulert til skole og idrett. Slik blir Råstølen Park et tydelig definert nabolag i populære Ytrebygda bydel, 1,3 km sør for Bergen sentrum.

Det heter ikke Råstølen Park for ingenting. Mellom husene kommer et hyggelig grøntområde, med variet beplantning, sittegrupper og lekeplasser. Når du går opp den brede trappen fra bybanestoppet spaserer du inn i ja, din egen lille park. Grøntområdet ferdigstilles i dette siste byggetrinn.

Til hygge og nytte
I Hus I og H, nærmest bybanestoppet og like ved inngangene til vår egen park, er førsteetasje forbeholdt næringsvirksomhet. Vi ser for oss noe til hygge og nytte for deg som flytter inn i Råstølen Park – og vet allerede at Rema 1000 åpner når Hus I er ferdigstilt.

Arkitektene har ordet

Begrepet "naturbunt" har vært gjennomgående for Råstølen Park, både for stedskvaliteten og for utførelsen av arkitektur og landskap. Begrepet betyr i kjernepunktet mellom det landlige og det urbane. Gamle kulturlandskap og skogskledde åser preger omgivelsene, mens det urbane elementet kommer med bybanen som får sitt stopp rett på byggeområdet. Vi har ønsket at disse kvalitetene skal prege prosjektet, og gi en utværgen opplevelse.

Når du ankommer Råstølen Park blir du møtt av et offentlig torg og fellesareal med en stor trapp som melder til opphold i solen mot syd. Vi har hatt fokus på et åpent rom og noe å se i bakkant hvor trær, gress og busker kommer med til plassene og skaper et attraktivt oppholdsareal. Byggets øverste etasje legges det opp til næringsareal og muligstert F&S, butikker mm.

Inngang fra både alléen og parken
Området mellom husene vil bli opparbeidet på parkeringsmåte med betjening, benker og gressletter. Gamle gangveier og stier blir og parkområder og forblir åpent med nærliggende områder og infrastruktur. Bebyggelsen ligger med skjønt utsyn på et nivå høyere enn tilgrensende veier og byutane, og gir således gode og private utsikter for beboerne. Turret nås direkte fra den store trappen med bybanestoppet eller via alléområdet i nord. Hus G har hovedinngang fra alléen i sør med kort avstand til bybanen, og har i tillegg egen parkering for enkelt adkomst til det grønne fellesareal.

Utåkt til det grønne
Dette siste byggetrinn i Råstølen Park ligger fint eksponert langs en eksisterende grønn allé, og har derfor et litt annerledes uttrykk enn byggen som ligger langs bybanestasjonen. Dette skal være allebygget med vindene fra gule til blå og balkonger med spleisverk med utåkt til de grønne områdene. Fasaden mot alléen har balkonger som er plassert med mye luft mellom for å gi plass til trærne. Balkongene har variet utførelse som gir spill og relief i fasaden og samtidig et uttrykk når man ankommer stendet. Det er lagt vekt på lyse, hvide fasader i kombinasjon med inngrate vindbalkonger og ved engangspartier. En robusk og mørk fasade i brunn gir et urbart uttrykk mot gaten og står i kontrast til de lyse balkongene i trappen. Til sammen blir dette en materialvalgt fasade som både har referanser til det urbane og det naturlige.

TAG Arkitektur Bergen

Ett hus – ett byggetrinn – ett sameie

Byggetrinn 5 i Råstølen Park var opprinnelig planlagt som to hus, men er i prosessen blitt slått sammen til ett. **Hus GH** blir et eget sameie.

Leilighetene i **Hus GH** har 1 eller 2 soverom. Størrelsene varierer fra ca. 43 til ca. 110 m² BRA. Det er felles taktenniser på ca. 334 m² BRA for beboerne i bygget. Bygget har 6 og 7 etasjer, den 1. etasje er forbeholdt næringsvirksomhet, sykkelparkering og en del sporstøber. Det er to hus i huset, fra garasjen i kjelleren og opp til øverste etasje.

Byggetrinn 1 består av Hus A, B og C. Disse tre er et eget sameie med totalt 67 leiligheter. **Byggetrinn 2** består av Hus L, Svalgangshuset består av 49 leiligheter og er et eget sameie. 1. etasje er forbeholdt næringsvirksomhet, og her flytter Rema 1000 inn. **Byggetrinn 3** og **4** består av Hus D og E med totalt 80 leiligheter. Hus D og E danner også et eget sameie.

Figur 24: Råstølen Park utforming av prospektet – uterom. Kilder: Råstølen Park salgsprospekt

Salgsprospektet består totalt av 57 bilder og illustrasjoner hvorav syv av disse omfatter prosjektets bebyggelse og uterom. Her kan det nevnes at prospektet også i stor grad benytter seg av bilder av smilende mennesker i ulike aldre – 16 av de 57 bildene er kun av mennesker.

Til tross for at prosjektet selger inn konseptet *park*, vises det til kun tre illustrasjoner som fremstiller dette hvor ett av disse visualiserer det felles uterommet på bakkenivå slik det er planlagt (fig.25). De to resterende illustrasjonene viser prosjektet i sin helhet i fugleperspektiv. Sammenlignet med antall illustrasjoner av prosjektets bebyggelse og uterom, omfatter prospektet mer enn dobbelt antall illustrasjoner av leilighetene.



Figur 25: Råstølen Park utforming av prospektet - side med bilder av uterom. Kilde: Råstølen Park salgsprospekt

Salgsprospektet til Råstølen Park består videre av ett avsnitt om forbehold på en av de siste sidene i dokumentet. Det tas forbehold om at illustrasjoner er retningsgivende, mindre avvik vil forekomme, samt at tilvekst i uterommets vegetasjon vil kunne avvike (fig.26).



Figur 26: Råstølen Park forbehold i slutten av salgsprospektet. Kilde: Råstølen Park salgsprospekt

Prospektet til Råstølen Park skiller seg ut fra de andre prospektene ved at leveransebeskrivelse og nøkkelinformasjon kommer som et vedlegg i tillegg til salgsprospektet. Vedlegget består av 9 sider med leveransebeskrivelse hvor de resterende sidene er nøkkelinformasjon og lovverk knyttet til sameiet. Her er et utklipp av uterommets eneste beskrivelse (fig.27).

| Utomhus/fellesarealer |
|--|
| Alle innvendige vegger blir i hovedsak hvitmalt betong/gips med unntak av en vegg i trapperom som blir malt i annen farge. Gulv i inngangsparti, korridorer og trapper belegges med fliser. Spilerekkerket i trappoppgang leveres i pulverlakkert stål. Det leveres en utvendig spylekran ved inngangspartiene og på takterrassen. Utomhusplanen er av illustrativ karakter. Det blir et utomhusareal av alminnelig god kvalitet. Vi gjør oppmerksom på at deler av utearealet ikke vil være ferdigstilt ved overlevering, da dette fullføres i sammenheng med egnet årstid. |

Figur 27: Råstølen Park leveransebeskrivelse - alle forbehold om uterom. Kilde: Råstølen Park leveransebeskrivelse



RESULTAT OG ANALYSE

I følgende kapittel presenteres analysen av salgsprospektene opp mot ferdigstilt boligprosjekt i del 1. I del 2 presenteres intervjuobjektene og deres rolle i prosessen knyttet til utarbeidelse av salgsprospekt. I denne delen presenteres også kjøpers kontakt med de andre aktørene, samt prosessen fra boligkjøp til overtakelse.

DEL 1

7.1 Analyse av boligprosjekter

I del 1 ser vi på et utvalg av illustrasjoner i salgsprospektet, samt sammenligner og vurderer hvordan det samsvarer med det ferdigstilte boligprosjektet. Analysen vurderes med bakgrunn i befaring og teori fra kunnskapsgrunnlaget. Vi analyserer og sammenligner relevante illustrasjoner knyttet til tema omkring uterom, fasade og lysforhold. I de prospektene hvor utomhusplan er vedlagt, vurderes denne også opp mot ferdig resultat. Ved analyse av salgsprospektets tekst har vi valgt å dele denne inn i faktatekst og selgende tekst.

7.1.1 Wergeland Terrasse

Fasade

Illustrasjonen fra prospektet viser til en lys og hvit fasade, men som man ser fra bildet av ferdig resultat (fig.28) er byggets fasade noe mørkere og oppført i grå og gule toner (fig.29). I prospektet er det videre presisert at i fellesområdet kan man «nyte deilig formiddagssol», dette betyr at fellesområdet ikke vil ha tilgang til sollys på ettermiddagen når beboerne er hjemme fra arbeid og skole.



Figur 28: Wergeland Terrasse illustrert uterom. Kilde: Wergeland Terrasse salgsprospekt



Figur 29: Wergeland Terrasse ferdigstilt uterom. Foto: privat

Illustrasjonen av byggets fremside og omkringliggende bebyggelse og landskap viser til klare fargekontraster (fig.30). I praksis er fasadens farger ikke like skarpe som det kommer frem av illustrasjonene. Man ser også at deler av fasaden er illustrert i oransje, men er ferdigstilt i svarte toner (fig.31). Boligprosjektet er illustrert på en solrik dag i Bergen, som følgelig gir en visualisering av mye lys og sol. Sollyset er også plassert direkte mot fasaden i øst og vest.



Figur 30: Wergeland Terrasse illustrert bebyggelse forside. Kilde: Wergeland Terrasse salgsprospekt



Figur 31: Wergeland Terrasse ferdigstilt bebyggelse forside. Foto: privat

Uterom og fellesareal

Av illustrasjonenes uterom og fellesareal er det fremstilt en lekeplass med tilhørende benker (fig.32). Selve lekeapparatet er fremstilt av naturlig tremateriale i illustrasjonen på et rødt dekke (fig.28), men er oppført i bearbejdede materialer av aluminium, tre og stål (fig.29). Lekeplassen har også fått oppført en liten sandkasse som ikke kom frem av illustrasjonen, og man ser at det fargerike dekket er etablert i blått. Benkene ved plenen er ikke oppført. Da adkomstveien naturlig vil bli brukt av biler til nærliggende boliger, må lekeplassen sikres gjennom tekniske krav. Lekeplassen er adskilt fra adkomstveien til venstre med et nettinggjærde (fig.34), fra illustrasjonen ser man at dette er visualisert med en lav, hvit kant (fig.32).



Figur 32: Wergeland Terrasse illustrert uterom. Kilde: Wergeland Terrasse salgsprospekt



Figur 33: Wergeland Terrasse ferdigstilt uterom.
Foto: privat



Figur 34: Wergeland Terrasse ferdigstilt avfallshåndtering. Foto: privat

Illustrasjonen viser til mye aktivitet og liv i uterommet (fig.28). Man får et inntrykk av at dette er et boligprosjekt som innbyder til opphold og rekreasjon på tvers av alle aldersgrupper. Til tross for dette består området i dag av mye asfalt og lite beplantning sammenlignet med illustrasjonen (fig.33 og 34). Området hvor plenen er illustrert (fig.32), er byttet med asfalt, og fungerer i dag som oppbevaring og håndtering av søppel (fig.34).



Figur 35: Wergeland Terrasse illustrert torg. Kilde:
Wergeland Terrasse salgsprospekt



Figur 36: Wergeland Terrasse ferdigstilt torg.
Foto: privat

Prospektet viser til et torg som utomhusplanen omtaler som Wergeland Plass (fig.35). Ut fra illustrasjonen ser man også at det er informert om at dette er et næringslokale lagt til rette for kafé eller kontor. Torget er i dag benyttet som utendørservering, men

vi ser at området er noe begrenset i omfang (fig.36). Deler av plassen er erstattet med adkomstveg til og fra nærliggende matbutikk og barnehage.

Beplantning og grøntområde

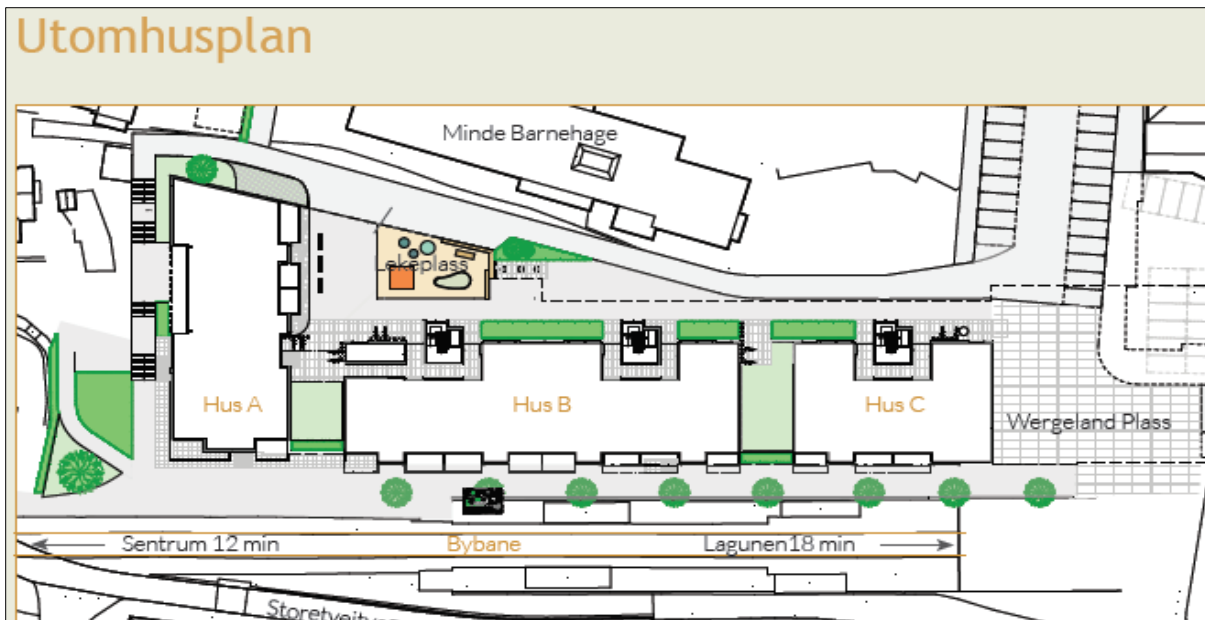
Uterommet er illustrert med mye frodig beplantning og opphold til lek. En rekke trær og busker er også visualisert. Som man ser nede i høyre og venstre hjørne, er det planlagt frodige blomsterbed (fig.28). Det frodige blomsterbedet nede i høyre hjørne er i dag etablert som en enkel blomsterkasse, og blomsterbedet til venstre er ikke-eksisterende (fig.29). Dette er en smal adkomstvei til nærliggende bolig og er fullt asfaltert - et blomsterbed her ville derfor aldri vært mulig. De innbydende og frodige trærne, samt plenen, er ikke oppført i ferdigstilt uterom. Det vil ikke vært mulig å plante trær her i fremtiden, da området består av harde flater og asfalt. Man ser langs fasaden på østsiden at busker og beplantning er plassert tett inntil bebyggelse (fig.28). I ferdigstilt prosjekt er det asfaltert inntil husveggen med beplantning i små blomsterkasser (fig.33). Mellom plenen og lekeplassen er det illustrert et større blomsterbed som er erstattet av en sandkasse (fig.32).

Utomhusplan

Prospektet for Wergeland Terrasse viser også til prosjektets utomhusplan. Her er derimot tegnforklaringen utelatt. For en potensiell kjøper uten relevant fagbakgrunn, er det naturlig å tolke de grønne dragene mellom byggene som et grøntområde (fig.38). Dette viser seg derimot å være en fargekode for felles uteoppholdsareal og er beskrevet i prospektet som «*felles uteplasser mellom byggene*». Fargekoden betyr dermed ikke at det skal opprettes grønt underlag som kjøper kan forvente seg ut fra tolkning av utomhusplanen. Mellom de høye byggene finner man en skyggebelagt oppholdsplass av betong med sykkelstativ og tilhørende blomsterkasser (fig.37).



Figur 37: Wergeland Terrasse ferdigstilt uterom mellom bebyggelsen. Foto: privat



Figur 38: Wergeland Terrasse prospektets utomhusplan. Kilde: Wergeland Terrasse salgsprospekt

Selgende tekst

Prospektets selgende tekst inneholder et bredt spekter av positive ord. *Solrikt, bilfritt, gangavstand* og *utsikt* har blitt brukt aktivt gjennom teksten for å appellere til kjøper i størst mulig grad. Et godt eksempel ser man som følger «*Bybanen tar deg til sentrum på konsert, shopping på Lagunen og soling på Fløyen*». Her får man et inntrykk av at attraktive rekreasjonsområder ligger like ved, til tross for at Fløyen kun er tilgjengelig til fots eller ved å ta Fløibanen opp til toppen.

For prosjektets uterom er det beskrevet at det vil bli etablert et «*grøntområde med benker og lekeareal*» hvor man kan «*nyte deilig formiddagssol*». I dag er det svært lite grønt prosjektet kan vise til, kun enkle blomsterkasser på en hard overflate av asfalt. Det resterende uterommet består av asfalt og grå betong med blått gummidekke på lekeplassen. Det felles uterommet er videre lokalisert på byggets østside med få sitteplasser. Man har likevel tilgang på formiddagssol, men benkene er plassert mellom byggenes korridorer hvor solen i liten grad kommer til.

Faktatekst

I prospektets nøkkelinformasjon er det gitt en rekke forbehold knyttet til utomhusplan og illustrasjoner. Først og fremst er alle illustrasjonene «*kun ment å danne et inntrykk av den ferdige bebyggelsen, og kan ikke ansees som endelig leveranse*». Det er videre tatt forbehold om at leveransebeskrivelsen har forrang før illustrasjoner dersom det oppstår avvik mellom disse.

Det er også tatt forbehold når det kommer til leveranse av plen og vegetasjon i nøkkelinformasjonen hvor det direkte står at det «*vil kunne avvike i forhold til utomhusplan*», samt at selger tar forbehold om endringer av uterom i det som er presentert for kjøper. Dette strider imot inntrykket man som kjøper får gjennom illustrasjonenes frodige beplantning og beskrivelser i den selgende teksten.

Et punkt som ble tatt opp under analysen av illustrasjonene, er den smale adkomstveien langs uteområdet til nærliggende bolig, hvor beplantning i venstre hjørne (fig.28) ikke var oppført i ferdigstilt uterom (fig.29). Nøkkelinformasjonen kan forklare dette med at kjørbare arealer skal asfalteres for å fungere som brannredningsarealer. Blomsterbedet som er illustrert tett inntil bebyggelsen kan dermed være en hindring til adkomst for utrykningskjøretøy.

Som nevnt i analysen av den selgende teksten skal det opprettes et grøntområde på byggets felles uterom. Dette er også illustrert, i tillegg til at det står oppført i nøkkelinformasjonen om *utomhus*: «*grøntanlegg planeres og tilsåes*». Til tross for at dette gjentas i den selgende teksten, den juridiske nøkkelinformasjon og i illustrasjonene, er grøntområde med plen og beplantning i stor grad utelatt.

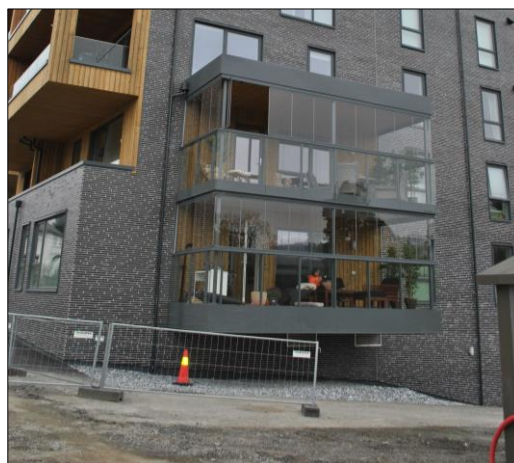
7.1.2 Paradisalléen

Fasade

Prospektets illustrasjoner visualiserer et realistisk bilde av boligprosjektets faktiske lysforhold (fig. 39 og 43). Alle illustrasjonene viser klare skyggeforhold, og skyggene er ikke lysnet eller minimert. Fargen på byggets fasade av tegl samsvarer godt med det som er illustrert, men fasongen på teglen er ikke den samme. Det er også lagt inn tegl med skinnende overflater, og ikke matte som illustrasjonene viser til. Byggets trefasade fremstår som material- og farge-ekte.



Figur 39: Paradisalléen illustrert bebyggelse med terrasse. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt

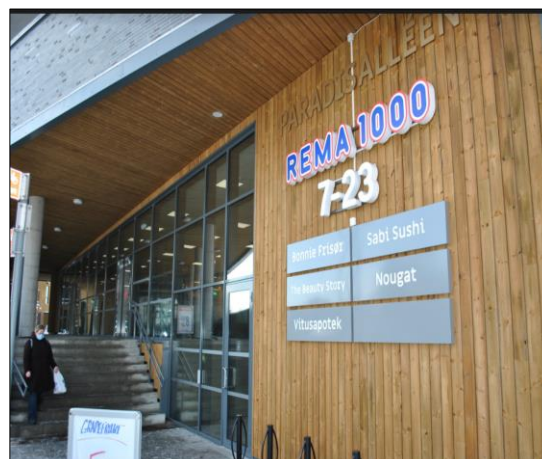


Figur 40: Paradisalléen ferdigstilt bebyggelse med terrasse. Foto: privat

Det forekommer likevel noen større avvik hvor blant annet materialet på de innglassede balkongene i tre (fig.39), er byttet ut med syntetisk, grått materiale som minner om plast (fig.40). Slik det fremgår av figur 39 illustreres det gress og små busker langs bygget med åpen overvannshåndtering. Det er verken etablert busker eller åpen overvannshåndtering, og den grønne gressplenen er byttet ut med grå singel (fig.40).



Figur 41: Paradisalléen illustrert fasademateriale. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt



Figur 42: Paradisalléen ferdigstilt fasademateriale. Foto: privat

Trefasaden inn mot Rema 1000 (fig.42) samsvarer ikke med det som er illustrert i figur 41. Man ser av illustrasjonen at treplatene skal overlappe og skape en dybde i fasaden, men det ferdige resultatet viser en alminnelig vegg av trepanel.

Omkringliggende landskap og bebyggelse

Illustrasjonene i dette prospektet viser lite til omkringliggende landskap og bebyggelse ettersom de holder seg spesifikt til prosjektets bebyggelse og uterom. Dette punktet blir derfor ikke analysert nærmere, men diskuteres i kap. 8 om drøfting.

Uterom og fellesareal

Uterommet fremstår som estetisk tiltalende med plen, platting, benker og mye areal for opphold i illustrasjonene (fig.43). Plattingen samsvarer i størrelse og material (fig.44), man ser også at nivåforskjellene som er illustrert er opprettet (fig.45 og 46). Som man ser av figur 44, er det etablert sitteplasser med enkle bord og benker på en platting, men store deler av dette arealet består av et større bed med beplantning og trær, som ikke er illustrert i prospektet. I illustrasjonene er det planlagt for soling på tre solstoler (fig.46), dette er det også lagt til rette for da det er etablert tre permanente solstoler på plattingen (fig.45). Lekeplassen med sklien som er plassert på en liten høyde, samt lekestativ og sandkasse, er oppført i ferdigstilt uterom (fig.45). Disse fremstår som identiske med apparater illustrert i prospektet. Videre er det oppført lysstolper som ikke er inkludert i illustrasjonene over uterommet.



Figur 43: Paradisalléen illustrert uterom og oppholdsplass. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt



Figur 44: Paradisalléen ferdigstilt uterom og oppholdsplass. Foto: privat



Figur 45: Paradisalléen ferdigstilt lekeplass. Foto: privat

Beplantning og grøntområder

Blomsterpottene som er utstilt på illustrasjonene er ikke å finne i det ferdigstilte uterommet (fig.43 og 46). I tillegg er det oppført et større bed med trær og beplantning som ikke er illustrert (fig.44). Prospektet viser til beplantning og vegetasjon langs fasaden i uterommet, og dette kan også sees i ferdig resultat, men kommer ikke tydelig frem av figur 45. Plen, samt grusdekke ved lekeplass, er oppført i samsvar med illustrasjoner. Av figur 47 ser man derimot at det er tillagt mye grønt i form av tre i svalgangene ut mot veien, samt trær langs gangveien. Dette samsvarer ikke med det ferdige prosjektet, der verken svalgangene eller gangveien er tillagt frodige trær (fig.48). Svalgangenes tekniske funksjon som rømningsvei, ville ikke tillatt beplantning eller andre element som ville vært til hinder.



Figur 46: Paradisalléen illustrert lekeplass. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt



Figur 47: Paradisalléen illustrert bebyggelse og fasade. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt



Figur 48: Paradisalléen ferdigstilt bebyggelse og fasade. Foto: privat

Selgende tekst

Prospektets selgende tekst bruker i stor grad fine ord til å selge inn prosjektet til potensiell kjøper. Man finner blant annet ord som «flotte turområder», «solrikt» og «enklere hverdag», for å beskrive prosjektets gode kvaliteter og nærliggende fasiliteter og rekreasjonsområder.

Det er skrevet lite om prosjektets uterom i salgsprospektets 88 sider, men det kommer frem av den selgende teksten at «I Paradisalléen har vi lagt vekt på gode uteområder med parkmessig beplantning, et solrikt og skjermet fellesområde og en grønn passasje mellom byggene».

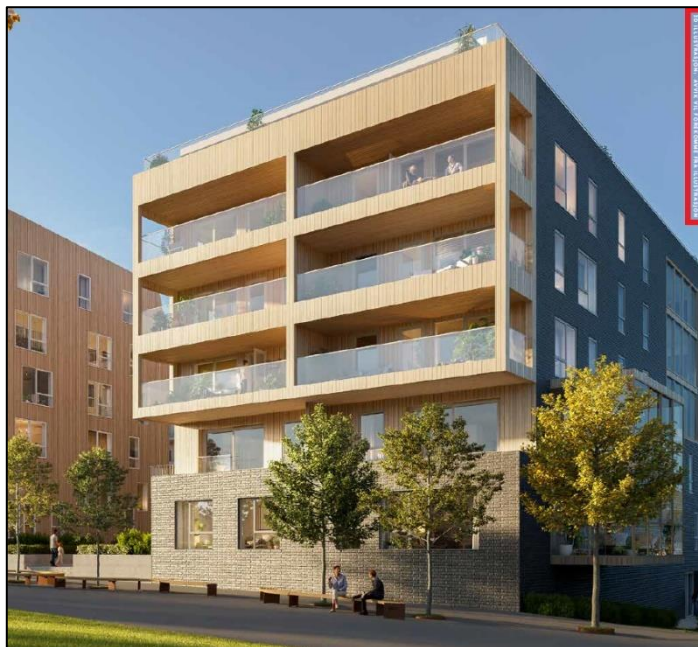
I den selgende teksten finner man en hel side dedikert til arkitektene og deres mål med prosjektet, hvor det blant annet dras paralleller til forsteder i London og Paris - «I Paradisalléen kombinerer vi det beste fra byen med det beste fra forstaden».

Videre ser man også bruk av fortellinger hvor det vises til nærliggende rekreasjonsområder, «Bøkeskogen rundt stavkirken inviterer til oppdagelsesturer for store og små. Ennå bærer stammene minner om parene som svermet under trekronene».

Faktatekst

Paradisalléen skiller seg ut fra de andre prosjektene ved at et flertall av illustrasjonene er merket med tekst som påpeker at illustrasjon kan avvike fra ferdigstilt boligprosjekt; «3D illustrasjon: avvik vil forekomme fra illustrasjon».

Det er tatt lite forbehold om endringer i prospektets faktatekst. Det kommer frem at «Mindre endringer som følge av avklaringer i detaljprosjekteringen kan bli nødvendig. Dette gjelder både utvendig og inne i leilighetene», samt forbehold om endringer som følge av krav fra offentlige myndigheter. Det opplyses til slutt om at utendørsanlegg og lek skal utføres i henhold til utendørsplan, til tross for at denne ikke er tilgjengeliggjort i prospektet.



Figur 49: Paradisalléen illustrasjon med forbehold. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt

7.1.3 Nyhavn

Fasade

Lysforhold som sol og skygge er illustrert realistisk og viser til uteoppholdsarealer som vil ha en del skygge gjennom dagen (fig.50 og 54). Det eksisterer gjennomgående avvik i forhold til byggets fasader. Fasadematerialene samsvarer med det som er illustrert, men plasseringen av hvilket materiale som skal brukes hvor, samsvarer ikke med illustrasjonene. Eksempelvis ser man på figur 50 og 51, at fasadematerialene er byttet om i det ferdige resultatet. Her er terrassene illustrert med teglstein og veggene med treverk. Til tross for dette oppleves illustrasjonene i prospektet som fargeekte og heller ikke kunstig opplyst.



Figur 50: Nyhavn illustrert bebyggelse og fasade. Kilde: Nyhavn salgsprospekt



Figur 51: Nyhavn ferdigstilt bebyggelse og fasade. Foto: privat

Omkringliggende landskap og bebyggelse

Prospektet til Nyhavn viser flere avvik mellom illustrasjoner og ferdigstilt prosjekt. Eksisterende bebyggelse er fjernet fra illustrasjonene (fig.52), og erstattet med åpent landskap og frodige trær (fig.53). Fjellandskapet opp mot Munkebotn er byttet ut med et ugjenkjennelig fjell i det fjerne, og nede i høyre hjørnet på illustrasjonen (fig.52) kan man skimte Sandviken Sjøbad som i realiteten er lokalisert lenger sør.

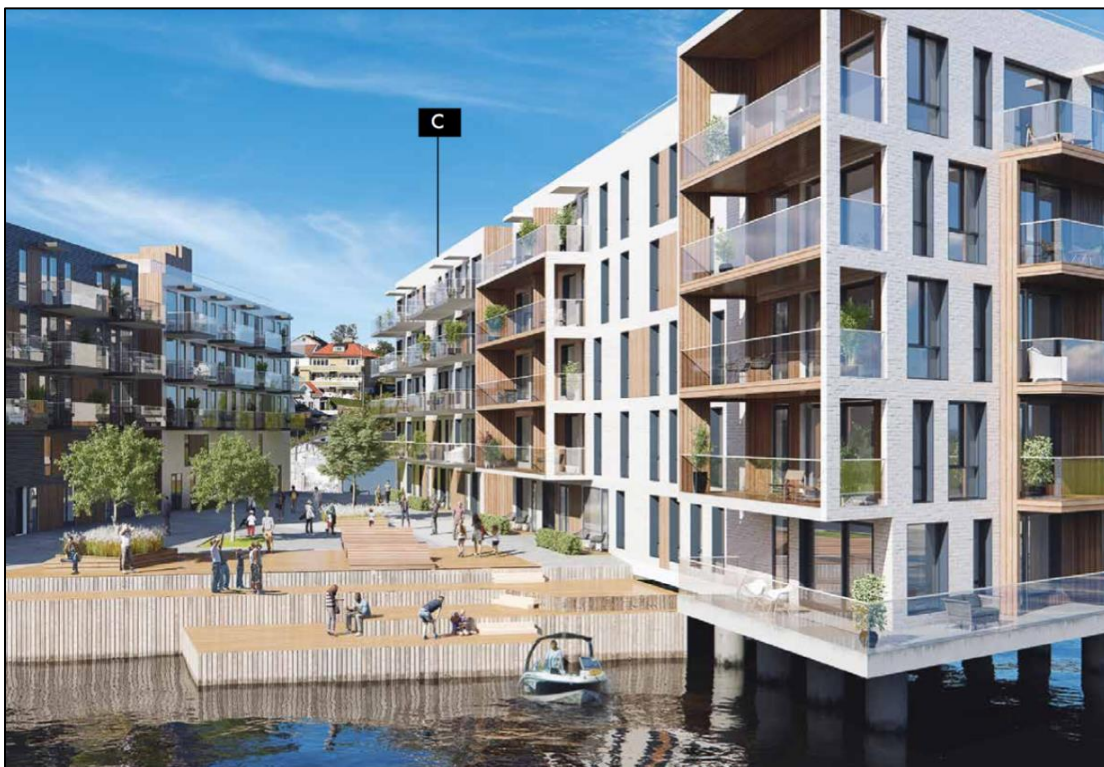


Figur 52: Nyhavn illustrert boligprosjekt med omkringliggende landskap og bebyggelse. Kilde: Nyhavn salgsprospekt

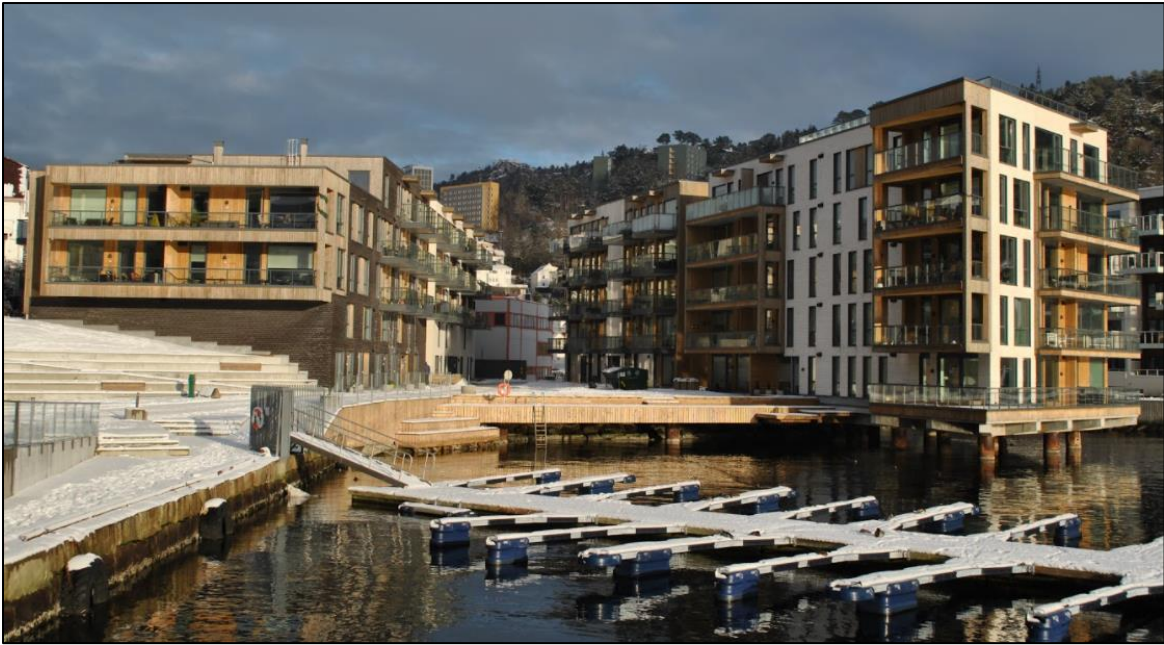


Figur 53: Nyhavn ferdigstilt boligprosjekt med eksisterende landskap og bebyggelse. Foto: privat

Kjøperne blir introdusert til prosjektet med illustrasjonene sett i fig.54. Det fremstiller som et boligprosjekt med god avstand til andre bygg. Som man ser på figur 54 er det plassert et koselig, lite bergarhus mellom prosjektets to bygg. I realiteten finner man et mindre tiltalende industribygg her (fig.55), og bolighuset vist i illustrasjonen er lokalisert lenger vest for boligprosjektet slik det fremgår av kartet i figur 56.



Figur 54: Nyhavn illustrert bebyggelse og uterom. Kilde: Nyhavn salgsprospekt



Figur 55: Nyhavn ferdigstilt bebyggelse og uterom. Foto: privat

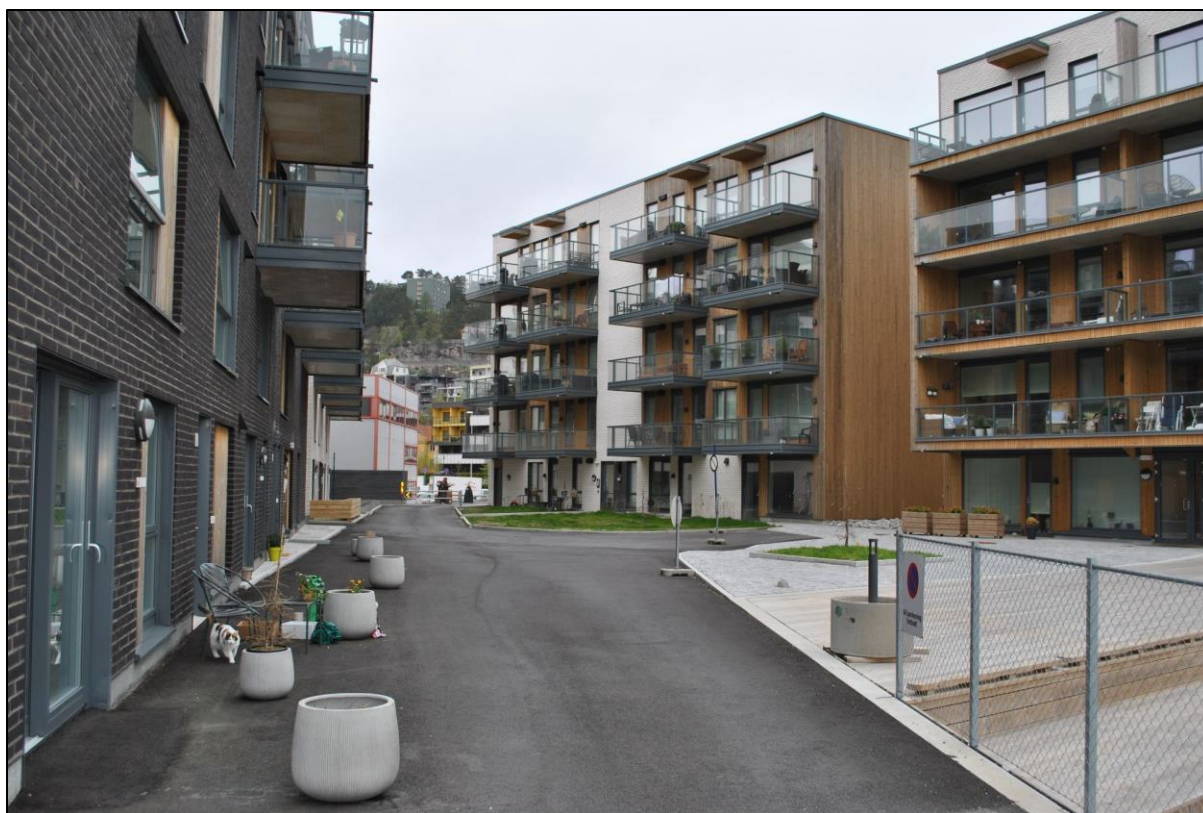
Oversikt eksisterende situasjon i Nyhavn



Figur 56: Nyhavn oversiktskart av eksisterende bebyggelse. Foto: norgeskart, laget selv

Uterom og fellesareal

Salgsprospektets illustrasjoner viser til mange mennesker for å selge inn et attraktivt og livlig område (fig.50). På illustrasjonen kan man telle hele 17 personer bare langs bryggekannten. Videre er boligbebyggelsen i vest skjult i illustrasjonene bak et tre (fig.50), og viderefører inntrykket av at prosjektet er omringet av åpent landskap og grønn natur.



Figur 57: Nyhavn ferdigstilt uterom med vegetasjon og beplantning. Foto: privat

Fra det ferdige resultatet ser man at mye av arealet til bryggeområdet er brukt til adkomstrampe til eksisterende bygg (fig.55). Det kan derfor stilles spørsmål til hvorfor denne rampen ikke er tatt med på illustrasjonene (fig.50), da det naturlig vil komme tekniske krav til universell utforming for tilgang mellom dette bygget og bryggen.

Beplantning og grøntområde

Det er illustrert en gangbro over til eksisterende bebyggelse (fig.58). Ut ifra illustrasjonens fremstilling ser det ut som at denne gangbroen fører over til en åpen plass med trær og benker. Benkene er på plass i ferdig prosjekt, men trærne er uteblitt (fig.59). Under befaring var det ikke mulig å ta bilde fra samme plassering og vinkel. Illustrasjonen skaper en illusjon om en stor, åpen plass, men i realiteten står nabobygget oppført her (fig.56). Gangbroen er videre illustrert flat og vid, og som man ser av bildet under er broen både smalere og kurvet.



Figur 58: Nyhavn illustrert gangbro. Kilde: Nyhavn salgsprospekt



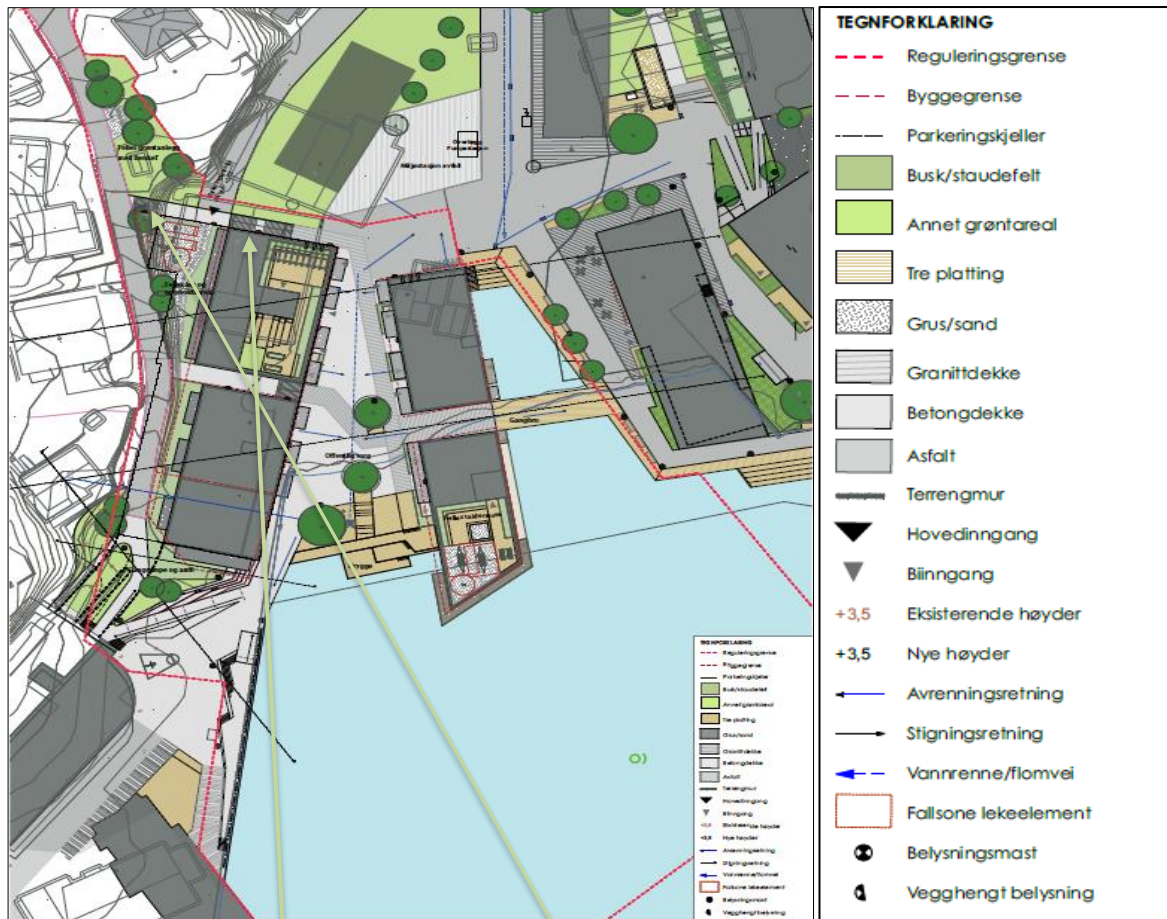
Figur 59: Nyhavn ferdigstilt gangbro. Foto: privat

Utomhusplan

Trærne som er illustrert over (fig.58), er også videreført i utomhusplanen (fig.60), hvor det er plassert tre grønne sirkler på samme sted. Til tross for dette ser man at disse ikke er tatt med i ferdig prosjekt (fig.59), og er dermed misvisende for potensielle kjøpere. Videre kan det oppfattes som at det er tatt forbehold om nettopp dette da utomhusplanen unnlater å ta med tegnforklaring på de grønne sirklene. Eksisterende industribygg og omkringliggende bebyggelse i øst og vest er illustrert i utomhusplanen, følgelig burde man sett til at dette også kom frem i illustrasjonene.

Bryggekannten i sør-vest er illustrert korrekt i utomhusplanen sammenlignet med ferdigstilt prosjekt (fig.55). Rampen opp til eksisterende bebyggelse, samt port som gir tilgang til flytebrygge, samsvarer med det ferdige resultatet. Disse tekniske elementene er likevel ikke tatt med i prospektets illustrasjoner (fig.50).

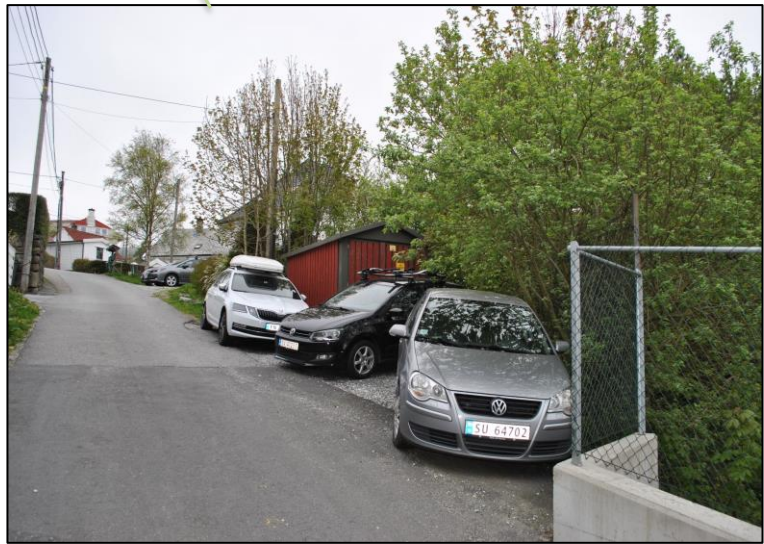
Utomhusplanen viser også til en trapp, samt et grøntområde, helt nord i planen (fig.60). I det ferdigstilte boligprosjektet ser man at trappen ikke er oppført (fig.61), og grøntområdet brukes i dag til parkering (fig.62).



Figur 60: Nyhavn prospektets utomhusplan. Kilde: Nyhavn salgsprospekt



Figur 61: Nyhavn ferdigstilt boligprosjekt, areal satt av til trapp. Foto: privat



Figur 62: Nyhavn ferdigstilt boligprosjekt, areal satt av til grøntareal. Foto: privat

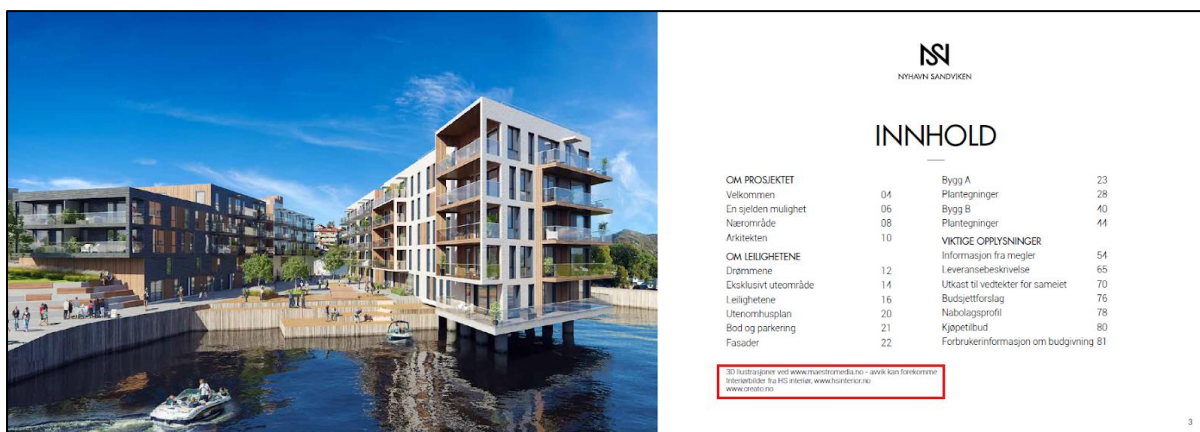
Selgende tekst

I prospektets selgende tekst er det brukt mange store ord, i tillegg til hyppig bruk av småfortellinger for å selge inn prosjektet. Blant annet blir uttrykket orkesterplass gjentatt i starten av prospektet. Et eksempel hvor uttrykket er tatt i bruk, er setningen «I dag er det er ikke bare mulighetene for båtliv og en tur med kajakken som gjør området attraktivt, men også orkesterplassen til storm, regn, vind og bølger, og det gjennom ditt eget stuevindu. Og selvfølgelig må vi ikke glemme solnedgangen over byfjorden en stille sommerkveld».

I den selgende teksten er det tatt i bruk en rekke beskrivende setninger som «sommerkvelden er enda ung» og «Med frisk sjøluft i nesen spaserer dere gjennom gamle Bergen og videre til byens fornøyer. Nyhavn ligger behagelig nært Bergen sentrum». Til tross for at prospektet gjentakende ganger opplyser om at boligprosjektet har «kort avstand til sentrum», er avstanden 3,5 km til Bryggen og vil ta en fotgjenger omkring 43 minutt å gå ifølge Google Maps. I den selgende teksten beskrives også arkitektens intensjon og tanker rundt prosjektet. De påpeker at «Oppgaven vår er å få inn de elementene som gjør at folk trives også utenfor leiligheten sin; steder der folk kan møtes og være sosiale, gode gang- og sykkelforbindelser, grønne områder - for å nevne noen». Det er etablert sitteplasser i form av en trappe-benk samt grøntområder langs denne trappen og vest for bebyggelsen til venstre (fig.60).

Faktatekst

I prospektets selgende del nevnes det kun én plass at det kan forekomme avvik fra illustrasjonene: «3D Illustrasjoner ved www.maestromedia.no - avvik kan forekomme». Slik det kommer frem av bildet (fig.63) er dette en liten tekst som nevnes i starten av prospektet og gjentas ikke igjen før faktateksten.



Figur 63: Nyhavn illustrasjon som viser til forbehold. Kilde: Nyhavn salgsprospekt

I informasjon fra megler (nøkkelbeskrivelse) står det «... Det opplyses om at 3D og 2D-tegninger er illustrasjoner og at så vel uteareal som innvendig areal kun er illustrert og

ikke på noen måte danner grunnlaget for avtalen eller er bindende for selgen». Her påpekes det at det er leveransebeskrivelsen som danner grunnlaget for kjøpsavtalen og at det «ikke på noen måte» er illustrasjonene som er bindende. Det tas følgelig store forbehold om bruk av illustrasjoner i prospektet.

Som nevnt i analysen av illustrasjonene, forekommer det en rekke endringer i forhold til fasademateriale og hvor dette blir brukt. Dette er noe man ser utbygger også har tatt forbehold om i leveransebeskrivelsen; «Utbygger tar forbehold om justeringer av fasader, vinduer, leilighetsplaner etc. (f. eks som følge av forskriftskrav, brannkrav, konstruksjonsmessige forhold, tekniske installasjoner utforming av sjakter, nedforinger/innkassing av tekniske føringer etc.) så lenge dette ikke forringer boligens kvalitet og funksjon i vesentlig grad».

Det blir videre påpekt at endelig vedtatt utomhusplan legges til grunn for opparbeiding av offentlige arealer og fellesområder. Prospektets utomhusplan samsvarer i større grad med det ferdigstilte boligprosjektet, sammenlignet med illustrasjonene.

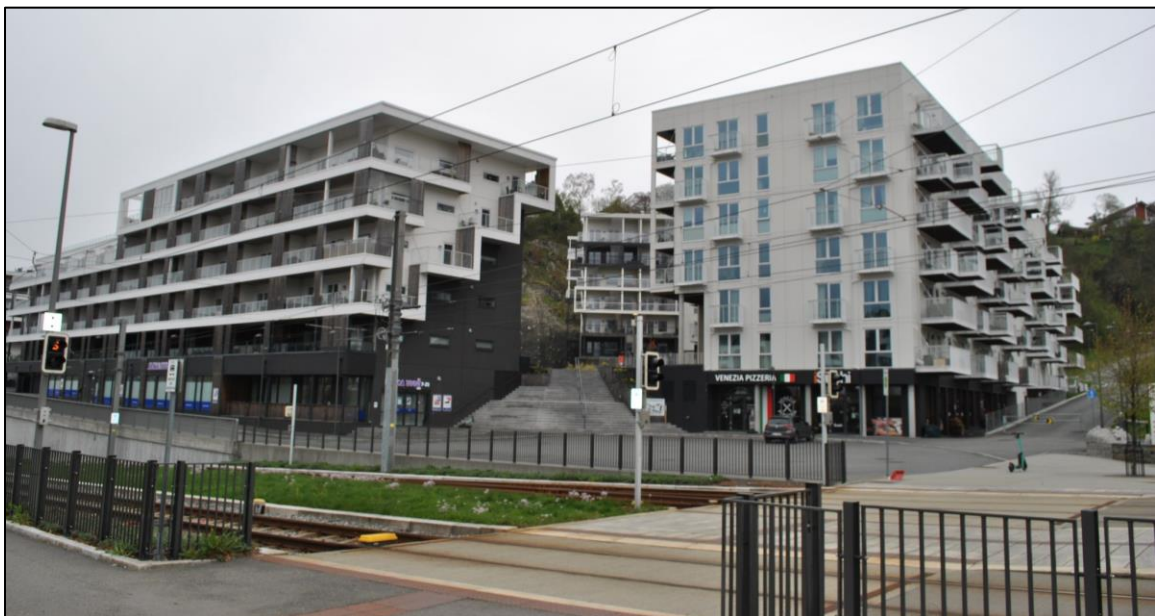
7.1.4 Råstølen Park

Fasade

Fasaden i Råstølen Park fremstår som klart hvitere i illustrasjonene (fig.64), sammenlignet med ferdigstilt bygg (fig.65). Man ser også at skyggene er mer dempet enn det som vil være realistisk. Til tross for dette samsvarer den resterende fasaden med det som er bygd. Dette gjelder både fargevalg og materialbruk, og man ser blant annet at spilene på undersiden av terrassene er videreført i det ferdige prosjektet.



Figur 64: Råstølen Park illustrert boligprosjekt. Kilde: Råstølen Park salgsprospekt



Figur 65: Råstølen Park ferdigstilt boligprosjekt. Foto: privat

Omkringliggende landskap og bebyggelse

Landskapet illustrert i figur 66 viser til en allé langs østsiden av bygget med skog i bakkant. Alléen er opprettet og beplantet med trær som vil vokse til, og samsvarer med det som er illustrert (fig.67). På figuren over ser man videre at bybanemastene, samt trafikkskilt og andre tekniske installasjoner som følge av bybanen ikke er illustrert i prospektet (fig.64 og 65).



Figur 66: Råstølen Park illustrert bebyggelse og allé (øst). Kilde: Råstølen Park salgsprospekt



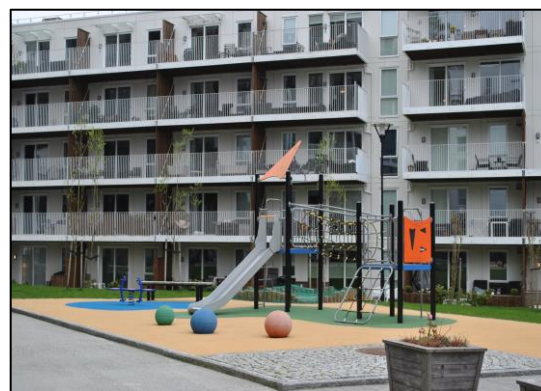
Figur 67: Råstølen park ferdigstilt bebyggelse og allé (øst). Foto: privat

Uterom og fellesareal

Som man kan se i illustrasjonen av det felles uteområdet, er det lagt inn et lekeapparat midt på plenen som fremstår av naturlig materiale (fig.68). Dette står i stil med resten av området's innslag av treverk. Det er også lagt til grunn at lekestativet skal etableres på naturlig dekke, men er i realiteten oppført på gummidekke med apparat av skarpe farger i rødt og blått (fig.69). Uterommets gangveier samsvarer lite med illustrasjonene - Dekket er oppført i brostein, betong og belegningsstein (fig.69), og ikke kun betong som er illustrert i prospektet (fig.68).



Figur 68: Råstølen Park illustrert lekeplass. Kilde: Råstølen Park salgsprospekt



Figur 69: Råstølen Park ferdigstilt lekeplass. Foto: privat



Figur 70: Råstølen Park illustrasjon av prosjektet i fugleperspektiv. Kilde: Råstølen Park salgsprospekt

Beplantning og grøntområder

Illustrasjonene viser til et frodig uterom med tett beplantning av busker, trær og blomster (fig.71). I det ferdigstilte uterommet er en rekke trærne plassert i større blomsterkasser, som også fungerer som sitteplass (fig.72 og 73). Dette samsvarer ikke med illustrasjonene, der trær er plantet fritt på plenen (fig.71).



Figur 71: Råstølen Park illustrert uterom. Kilde: Råstølen Park salgsprospekt



Figur 72: Råstølen Park ferdigstilt uterom. Foto: privat



Figur 73: Råstølen Park ferdigstilt uterom, nærbilde av lekestativ. Foto: privat

Selgende tekst

Prospektets selgende tekst består av mange fine ord og fortellinger hvor hovedmålet er å selge inn prosjektet som en park - både i teksten og i prosjektnavnet. Man finner for eksempel følgende tekst: «*Det heter ikke Råstølen Park for ingenting. Mellom husene kommer et hyggelig grøntområde, med variert beplantning, sittegrupper og lekeplasser. Når du går opp den brede trappen fra bybanestoppet spaserer du inn i ja, din egen lille park*». Beboere blir her lovet frodige grøntområder, hyggelige oppholdsarealer og en egen park.

Prospektet selger også inn en historie om Madsella Hvoslef fra 1934 i fortellingen «*Skjenk gjerne en vennlig tanke til Madsella Hvoslef når du sprinter inn i parken. Hun var Harald Sæveruds svigermor, og ga Siljustøl (178 mål) i bryllupsgave da hennes datter Marie Hvoslef giftet seg med den store komponisten i 1934*». Dette er et artig innslag av historiefortelling, men man kan stille spørsmål til hvor relevant den er for et selgende prospekt.

Faktatekst

I leveransebeskrivelsen er det tatt forbehold om at «*Utomhusplanen er av illustrativ karakter. Det blir et utomhusareal av alminnelig god kvalitet*». Dette fremstår som noe misvisende da illustrasjonene og den selgende teksten viser til et eksklusivt parkområde, og står i kontrast til beskrivelsen «*alminnelig god kvalitet*». Faktateksten påpeker videre at «*mindre avvik vil forekomme*» og henviser til kontraktstegning og leveransebeskrivelse. Bilder og illustrasjoner skal kun «*illustrere prosjektet*».

Videre finner man følgende i faktateksten «*Det gjøres oppmerksom på at ferdigstillelsesgrad av, og tilvekst i vegetasjon i utomhusarealer ved overlevering, vil kunne avvike noe fra beskrivelser/illustrasjoner gitt i salgsmateriell*». En potensiell kjøper blir her påminnet om at beplantning og vegetasjon anvist i illustrasjonene, trenger tid til å vokse og ferdig resultat vil dermed ikke samsvare med illustrasjonene på overtakelsestidspunktet.

DEL 2

7.2 Funn fra intervju

For å få en større forståelse av prosessen knyttet til utarbeidelse av salgsprospekt, samt aktuelle aktørers roller, har vi utført kvalitative intervjuer med boligkjøper, eiendomsmegler, arkitekt, utbygger og politiker. Intervjuobjektene bidro med mye ny kunnskap, og i følgende kapittel introduseres funn fra intervjuene. Det presiseres at funnene som blir gjengitt her kun baseres på hver aktørs individuelle uttalelse.

7.2.1 Roller

Eiendomsmegler skal ivareta både kjøper og utbyggers interesser. Rollen som megler er en krevende balansegang da h*n fra utbyggers side skal selge mye, så fort, og til så høy pris som mulig, og i tillegg påse at lovpålagt informasjon i salgsprospektene er ivaretatt. Videre skal megler også informere kjøper om hva de gjør, hva de kjøper, og ikke minst hvilke rettigheter de har.

Arkitektens rolle er å levere plantegninger og illustrasjoner til utbygger basert på programmet og de premisser utbygger setter. Illustrasjonene utarbeides ofte av utenlandske illustratører og videresendes til utbygger som bruker illustrasjonene i salgsprospektet.

Utbyggers rolle er å lede entreprenør, arkitekt og megler ved utarbeiding av boligprosjekt fra reguleringsfase til ferdigstilling. Dette innebærer kjøp av tomt, markedsføring, regulering, gjennomføring, salg, samt reklamasjoner. H*n er også involvert i utarbeidelsen av salgsprospekt med de tilhørende illustrasjonene.

Politikers rolle er å behandle saker som kommer opp i bystyret og vurdere om de skal vedtas eller ikke. Dette kan være store eller mindre saker fra både innbyggere og utbyggere, samt saker som ikke er kommet opp til behandling enda, dersom det foreligger uenigheter mellom forslagsstiller og kommunen. Politikerne stemmer da om saken skal gå videre til behandling.

Kjøper gjør boligkjøp basert på salgsprospekt, der første møte med prosjektet er gjennom eiendomsmegler. H*n er ikke i direkte kontakt med verken arkitekt eller politiker, men kan være i dialog med utbygger ved ferdigbefaring og eventuelt ved klagesaker i etterkant.

7.2.2 Prosessen

Oppstart og regulering

I et prosjekt fra startfase med kjøp av tomt til ferdig bygg, er utbygger selv med i alle fasene. H*n påpeker likevel at dette varierer litt og at man har med seg en ekstra person i gjennomføringsfasen da det er behov for ulik kompetanse i tidlig fase og gjennomføringsfase. I tidlig fase utvikles det et konsept som det jobbes videre med i alle delene av prosjektet. Utbygger påpeker at det er viktig å utføre alt arbeid riktig første gang. Da får man mindre konsulenttimer, mindre timer hos arkitekt, og entreprenør slipper å gjøre ting to ganger. Det brukes derfor mye tid på prosjektering i tidlig fase og man holder konseptet som utarbeidet her gjennomgående.

Ved oppstart tar utbygger kontakt med politikere dersom deres forslag til plan ikke når frem, eller det har oppstått uenighet med kommunen. Dette kan f.eks. være tolkning av kommuneplaner eller bestemmelser. Politikerne får da en enkel presentasjon av prosjektet før det går til behandling av bystyret hvor det da gjøres en vurdering om hvorvidt saken skal løftes eller ikke. Da vi intervjuet politikeren hadde h*n 3 avtalte møter på én uke som gjaldt planlagte boligprosjekter.

Politikerne får tildelt saken og har to uker på seg til å behandle den og skrive et vedtak. Her får de tildelt alle nødvendige dokumenter. Dokumentene som utbygger stiller med, varierer litt etter hvor langt de er kommet i prosessen, og etter hvor stort prosjektet er - *«jo større prosjekt, jo færre detaljer er avklart»*. Ved en mindre regulering foreligger ofte alle plantegninger, mens ved større prosjekt er det gjerne kun illustrasjoner som er vedlagt. Politiker understreker dette med at *«Bergen regnes jo som en by med ganske høy risiko for at du ikke får gjennom det du har lyst å bygge [...], så det å bruke penger på å lage masse materiell før du vet at du skal [...] få bygge, kan være litt risiko knyttet til det og»*.

Ved behandling av sak får politikere tildelt forslagsstillers planbeskrivelse som blant annet inneholder det h*n beskriver som en "politiker-tegning" (her: illustrasjon). Politiker har erfart at en slik politiker-tegning gjerne er mer realistisk fremstilt enn det som blir fremstilt i salgstegningen. H*n påpeker videre at ved vurdering av reguleringsforslag er *«[...] bildene ganske viktig for å skjønne hvordan det blir»*.

Her har utbygger selv et litt annet syn, h*n påpeker at det må legges frem mange detaljer i reguleringsprosessen for å få planen vedtatt, og viser til at kvalitetskravene som ligger i de overordnede planene må oppfylles. Kommunen og politikere er også blitt veldig opptatte av å se konsekvensene av reguleringsplanene gjennom illustrasjoner.

Utbygger sier følgende: «i dag så er jo reguleringsprosessen en veldig sånn todelt prosess samtidig som den er integrert, der man kjører planprosessen samtidig som

man kjører mulighetsstudiet og skisseprosjektet. Sånn at illustrasjonene kommer jo veldig tidlig opp, faktisk i reguleringen. Vi leverer jo illustrasjoner til reguleringsplan. Sånn at i dag så gjør man reguleringen, og vi tegner ut prosjektet, fordi at kommunen er jo blitt, veldig opptatt av å se konsekvensene av reguleringsplanen».

Som politiker nevner, er det en forskjell på illustrasjonene gitt i reguleringsforslag, opp mot det som blir solgt i salgsprospekt. Dette samsvarer med utbyggers forklaring om at illustrasjonene fra reguleringsfasen blir gjort «... mer salgbare, og lagt på litt finere lys, og alt det der for å få opp salgsmaterialet», før det blir tatt med videre inn i salgsprospektet. Politikerer viser til et tidligere prosjekt hvor utbygger la frem realistiske illustrasjoner (fig.74). I ettertid da markedsføringen av dette prosjektet startet, var illustrasjonene betydelig endret og gjort mer salgbare (fig.75).



Figur 74: Nygårdsportalen reguleringsforslag. Kilde: ardarealplan.no



Figur 75: Nygårdsportalen salgsprospekt. Kilde: nygardsportalen.no

Utarbeidelse av salgsprospekt

Arkitekten blir hyret inn av utbygger i tidlig utviklingsfase der arkitekten forholder seg til prosjektleder 1 og senere prosjektleder 2. Arkitekten fremhever at det er prosjektlederne som styrer både arkitekt, megler og landskapsarkitekt - og at det er utbygger som styrer prosessen i selve prosjektet. Arkitektens rolle er «å utforme det fra de premissene og programmet» som utbygger har laget. Utbygger henvender seg til eiendomsmegler som får forespørsel om å selge boligprosjekt, hvor salgsprospektet enten er ferdig utarbeidet, eller i startfase av prosjektet hvor megleren selv er med på utarbeidelse av salgsprospektet. Meglers hovedoppgave er å kontrollere at lovpålagt informasjon er korrekt.

Illustrasjonene utarbeides av firma i utlandet, noe som arkitekten begrunner med at Norge er et høykostland. Her sendes all informasjon, tegninger og modeller til illustratørene som videre lager «drømmebildet». Det påpekes videre at det er arkitekten selv som godkjenner illustrasjonene og har en kontrollfunksjon for å sikre at illustrasjonene samsvarer med arkitektens modeller ned til detaljnivå. Dette innebærer blant annet plassering av bygg, trær og beplantning.

I tilfeller hvor utbygger hyrer inn eget illustrasjonsfirma, har ikke arkitekten den samme kontrollfunksjonen, men har likevel mulighet til å uttale seg om, og kommentere på, illustrasjonene. Illustrasjonsfirmaene får tildelt funksjons- og ytelsesbeskrivelsen, samt beskrivelse av uteoppholdsareal fra utbygger. Denne oversettes i forkant, og det blir deretter illustratørens oppgave å visualisere det som skal leveres. Utbygger påpeker at illustrasjonene må være realistiske da de ikke er tjent med å illustrere noe som ikke bygges, «vi kan ikke selge noe vi ikke har tenkt å bygge». Eiendomsmegler påpeker

at illustrasjonene godkjennes av enten megler eller utbygger, men at det ofte er megleren som må ta ansvar dersom illustrasjonene ikke samsvarer med leveransebeskrivelsen. Megleren sier «Der er det ofte som regel megler som faktisk må sette foten ned fordi at det er jo.. man vil jo gjerne lage et glansbilde [...] altså når du selger et prosjekt, når du selger en bolig som ikke er ferdig, så selger du en drøm ikke sant. Man ønsker jo at dette skal fremstå så tiltalende og positivt som overhodet mulig».

Gjennomføringsfase

I et større boligprosjekt er det gjerne to prosjektledere involvert, en i tidlig fase og deretter en i gjennomføringsfasen. Dette forklarer arkitekt og utbygger med at man har bruk for ulik kompetanse i de ulike fasene. Prosjektleder 1 er involvert i utviklingsfasen og etter arkitektens oppfatning har rollen å sette seg inn i salgstegninger samt «gjøre dette mest mulig salgbart, og pynte så mye som mulig». Prosjektleder 1 er deretter involvert i fasen hvor illustrasjonene blir utarbeidet, og overlater deretter prosjektet til prosjektleder 2 når rammesøknaden er levert. Arkitekten påpeker at dersom kalkuleringen gjort av prosjektleder 1 er feil og budsjettet er stresset, er det ofte uteoppholdsareal og fasade som blir truet i gjennomføringsfasen. Utbygger underbygger denne påstanden og sier videre at problemstillingen knyttet til utomhusareal er veldig interessant da h*n har erfart at dette ofte er en salderingspost.

Utbyggeren forklarer videre at prospektet med utomhusplan er det øverste juridiske dokumentet i totalentreprisen. «Vi kan kalle det bibelen til entreprenøren i utbyggingen» - utbygger påpeker at entreprenør skal levere absolutt alt av det som er av bilder og tekst i prospektet. Entreprenøren er da pliktig etter den nasjonale standarden NS8407, alminnelige kontraktsbestemmelser for totalentreprise [84], til å utføre boligprosjektet i henhold til prospektet.

Kjøp

Boligkjøperen kjøpte leilighet på bakgrunn av et salgsprospekt, samt besøkte visningsleilighet som var ferdig fra tidligere byggetrinn. H*n brukte ikke bemerkelsesverdig lang tid på å se gjennom prospektet, men følte det var viktig i kjøpsprosessen da det gav et inntrykk av hvordan uteområde, bebyggelse og leilighet kom til å se ut. Kjøperen var ofte oppe på byggeplass det første året og det var selve designet og leiligheten som h*n vektla mest. Når potensielle kjøpere leser gjennom prospektet er det meglers oppfatning at det i stor grad varierer fra kjøper til kjøper hvor lang tid de bruker på å lese gjennom prospektene. Megler påpeker også at kjøpere i liten grad stiller spørsmål til uterommet. Dette samsvarer med utbyggers perspektiv om at kjøperne er veldig opptatt av «min leilighet», mens uterommet er noe de fleste ikke tenker på i starten. Arkitekten påpeker videre at dersom kalkuleringen utført i tidlig fase er feil, går det gjerne på bekostning av uterommet til fordel for å gjøre endringer i leilighetene «[...] det er klart de ikke alltid

tar bort parketten i stuen. Så da er det jo ofte buskene på tunet som forsvinner eventuelt da. For det er det færre som skriker om»).

Overtakelse

Etter kjøp og frem til ferdigstilling, informeres kjøper om større endringer som gjøres i prosjektet. Dette er ting som er nødvendige å endre på av praktiske årsaker. Her skal endringer i uterommet informeres om i like stor grad som endringer i leilighetene, sier megleren. Da det kan ta flere år fra kontrakten signeres til overtakelse, foregår mesteparten av kommunikasjonen her mellom kjøper og entreprenør.

Etter overtakelsen ble kjøper med i byggetrinnets styre og senere velforeningen som skulle ivareta uterommets grøntområde. Da uterommet var ferdigstilt, etterspurte velforeningen en beskrivelse fra utbygger på dette området. Tilbakemeldingen fra utbygger var at dette fikk de ikke og at det ikke eksisterte noe beskrivelse av uteområdet. Ved spørsmål om beskrivelsen er tilgjengelig for kjøpere, svarte utbygger at den kan de få ved forespørsel.

Ved overtakelsesbefaring og ett-års befaring mener kjøper at *«myndighetene må gå etter i sømmene»*, og viser til at utbygger ikke fulgte de prosedyrene som myndighetene hadde satt. H*n ønsket her mer kontroll og tilsyn fra kommunens side. Kommentarer fra beboere om uterommet på befaringene ble stort sett avvist av utbygger. Kjøperen reagerte på hvordan disse befaringene ble gjennomført og søkte opp prosedyrene i etterkant og kom til at utbygger her ikke har fulgt de prosedyrene som myndighetene har satt. Eftersom det *«kan oppstå gnisningen»* ved møte mellom kjøper og utbygger, påpeker megler at h*n i stadig større grad er involvert i overtakelsesbefaring som en nøytral tredjepart. Megler gir råd til begge parter samt er en trygghet for kjøper som gjerne ikke har mye erfaring med boligkjøp. H*n oppfatter prosjektet som fullført når det ikke kommer flere henvendelser fra kjøpere og forutsetter da at *«alt er på stell»*. Utbygger har også som mål å trekke seg ut etter overtakelsesbefaring og å avslutte prosjektet så tidlig som mulig. Det er derfor ønskelig for utbygger å levere et uteareal med null feil, og h*n påpeker videre uterommets betydning for firmaet slik – *«Man ser jo ikke hvor mye betong som er inni veggene, eller hvilke gipsplater som er brukt, men man ser veldig mye på uteområdene, så fra et utbyggers perspektiv så er jo det noe vi er veldig opptatt av, at prosjektet skal fremstå som at det er et rikt uteareal etter at prosjektet er ferdig»*.

Mot slutten av intervjuet ble kjøper spurt om h*n var fornøyd med boligkjøpet basert på salgsprospektet og svarte *«vi er godt fornøyd, vi har vært en av de heldige i leilighetene, en av de som har minst problemene»*. H*n påpeker til slutt at det er de små tingene de føler seg lurt på og som kunne vært bedre i uterommet. Dette gjaldt lite grønt og beplantning, samt dårlige løsninger for opphold med bord og benker.

8

DRØFTING

Dette kapitlet tar for seg drøfting av hvert enkelt underspørsmål som er basert på studiens problemstilling:

Hvordan samsvarer salgsprospektet med ferdigstilt boligprosjekt?

Drøftingen er basert på funn fra intervju og analyse av boligprosjekt, samt teori fra kunnskapsgrunnlaget.

8.1 Hva er formålet med et salgsprospekt?

Dette underkapitlet tar for seg drøfting av underspørsmål 1: *Hva er formålet med et salgsprospekt?*

Selge en drøm

Under intervjuene og spørsmål knyttet til formålet med salgsprospektet, var det interessant at både arkitekt og eiendomsmegler mente at prospekter skal selge en drøm. Som eiendomsmegler påpekte, skal man jo gjerne selge et glansbilde av prosjektet, og sier videre «*Når du selger en bolig som ikke er ferdig, så selger du en drøm*». Både tekst og illustrasjoner baseres på en visjon - og hvor de negative aspektene ved prosjektet utelates til fordel for denne drømmen. En konsekvens blir da at salgsprospektet vektlegger spesielt fine illustrasjoner og en tekst som består av historiefortelling og mange positive utsagn, fremfor viktig informasjon og realistiske illustrasjoner.

Dette er det inntrykket vi selv får når vi leser prospektene. Teksten fremstår nesten som en solskinnshistorie der alt av positive trekk fremheves. Tre av fire utvalgte boligprosjekter selger prosjektet som «solrikt» i den selgende teksten. I tillegg vises alle illustrasjoner med sol og skyfri himmel, samt lettkledde folk i shorts og t-skjorter, til tross for at alle har beliggenhet i Bergen - en by med gjennomsnittlig 222 regnværsdager [85]. Dette betyr at prospektet selger en illusjon. En mer realistisk tilnærming ville vært å ha en balansert fremstilling av byens klima.

Prospektene selger inn mye natur. Som man ser av analysen, brukes dette aktivt i prospektet til blant annet Råstølen Park. Ordet «park» selges inn både i prosjektets navn, samt i teksten og gjennom illustrasjonene. Det vises til et uterom med blomstrende trær, som fremstilles som et eksklusivt fellesareal. Slik vi opplever det ferdigstilte uterommet, er det lite som minner om en park. Området er verken frodig eller skjermet av trær. Dette er et eksempel på villedende markedsføring hvor prospektet selger en drøm som ikke samsvarer med hva som faktisk er realisert. Det som derimot samsvarer, er Råstølen Park sin leveransebeskrivelse, som avslører at uterommet vil oppføres med en «*alminnelig god kvalitet*», og ikke det eksklusive konseptet *park* som salgsprospektet lover. Fra prospektene ser man en praksis hvor utbygger sikrer seg juridisk gjennom ulike forbehold og hvor det er leveransebeskrivelsen som er bindende. Betydningen av illustrasjonene og den

selgende teksten svekkes, og vi stiller oss kritisk til at disse baseres på en drøm. Dette vil gå på bekostning av en realistisk fremstilling av boligprosjektet.

Denne praksisen får konsekvenser for kjøper som forventer at prospektet skal samsvare med ferdigstilt boligprosjekt, «*eller så er det jo bare lurei alt sammen*» påpeker kjøperen. Villedende og urealistiske illustrasjoner har også betydning for eksisterende beboere i området, med en viss forventning om hvordan prosjektets endelige resultat vil tilpasse seg og påvirke det eksisterende nabolaget. Dette kan også få konsekvenser for vedtaket som politikere gjør basert på illustrasjoner. Historisk sett har arkitekter benyttet seg av fine illustrasjoner for å vinne frem i konkurranser og få gjennomslag for sine planer [22]. Som et eksempel ville Munchmuseet i Oslo sannsynligvis aldri blitt vedtatt og oppført, dersom illustrasjonene faktisk hadde vist det endelige resultatet.

Utenlandske illustratører

Et funn fra intervjuene som overrasket oss, var bruken av utenlandske firma for å utarbeide prospektenes illustrasjoner. Ved analysen av boligprosjektene fant vi flere ting vi reagerte på. Blant annet brudd på tekniske krav som burde vært fanget opp av fagpersoner, som kjenner norske forskrifter og lovverk. Eksempelvis hindringer i rømningsvei ved svalgangen til Paradisalléen. Vi har også stilt oss spørsmål til om illustrasjonenes perspektiv og vinkling kan ha en sammenheng med dette funnet. Som eksempelet i Nyhavn viser, er det skapt en illusjon om at nabobygget ikke eksisterer. Dette forsterker mistanken om at bruken av utenlandske illustratører fører til avvik fra det planlagte prosjektet og eksisterende omgivelser.

Det kan også stilles spørsmål til om denne praksisen medfører at arkitektene mister kontroll over prospektets illustrasjoner. Illustrasjonenes hensikt om å visualisere prosjektet svekkes. Likevel er det viktig å påpeke at i samtlige boligprosjekter samsvarer byggene og fasadematerialet med det som er illustrert. Dersom dette er dagens praksis, kan det stilles spørsmål til hvorfor arkitektens visjon videreføres i byggene, men ikke i uterommet. Slik vi opplever de ferdige uterommene, er disse oppført enklere enn det som blir fremstilt i illustrasjonene. Dette ser man både med beplantning, lekeareal og sitteplasser der disse er nedskalert eller delvis utelatt i det ferdige resultatet. Isolert sett kan det tenkes at disse elementene ikke vil ha stor betydning for prosjektet, men summen av dette vil påvirke det helhetlige inntrykket.

Utelatelse av eksisterende landskap og bebyggelse

For illustrasjonene i prospektet påpeker Forbrukertilsynet at disse skal gi et nøytralt og realistisk bilde av boligen og omgivelsene [37]. Dette innebærer at eksisterende landskap og bebyggelse også skal inngå i illustrasjonen av prosjektene. Som man ser av illustrasjonene i prospektet til Paradisalléen, er all eksisterende bebyggelse utelatt. Da boligprosjektet i Paradisalléen er et stort og moderne nybygg som plasseres i et område som består av eldre villabebyggelse, kan det tenkes at det er gjort et

bevisst valg ved å ikke illustrere denne kontrasten. Dette til tross for at teksten i prospektet aktivt selger inn nærhet til sentrum og eksisterende villabebyggelse. Ved å utelate eksisterende bebyggelse i prospektene, blir kjøper fratatt muligheten til å danne seg et helhetsinntrykk av prosjektets plassering og tilpasning i nabolaget. Danmark og England har løst denne problemstillingen ved å stille krav til realistiske illustrasjoner som blant annet skal vise til prosjektets innvirkning på området [33], [35]. Dette gjør at eventuelle kjøpere og naboer får innfridd sine forventninger til prosjektet, basert på prospektets illustrasjoner. Men vi ønsker likevel å presisere at det er kjøpers ansvar å befare planområdet og gjøre en vurdering av omkringliggende bebyggelse og landskap basert på egne inntrykk.

Teksten

Formålet med teksten i prospektet er å informere kjøper om faktiske og konkrete opplysninger om prosjektet, ifølge Forbrukertilsynet. Som man ser av prospektet til både Nyhavn og Wergeland Terrasse, viser begge til informasjon som er ukorrekt når det kommer til avstand og tilgjengelighet. Vi opplever også at prospektene til samtlige prosjekt selger inn store ord og mindre relevante fortellinger fremfor å gi kjøper konkrete opplysninger. En slik praksis har forbrukertilsynet, i samarbeid med Eiendom Norge, slått ned på i finn.no-annonser, hvor målet er å gi et balansert innhold av informasjon [37]. Slik vi opplever det, er prospektene ikke balansert i sitt innhold. Man ser blant annet at den selgende teksten løftes med vakre ord og lite relevante fortellinger. Fortellingene og ordene som brukes, er et retorisk virkemiddel. Dette tyder på en markedsføring som ønsker å overbevise kjøper ved å spille på kjøperens følelser og fornøft [74], [75]. I kontrast består faktateksten av ensformige beskrivelser av juridisk bindende informasjon.

Det er ikke bare balansen av innholdet vi reagerer på, men også utformingen av prospektet. Som man ser av samtlige prospekt, utformes den selgende delen ved bruk av fine, fargerike bilder og illustrasjoner som komplimenterer teksten. Den fremstilles mer visuelt tilgjengelig ved å bruke større skrift og tydeligere overskrifter. Til sammenligning fremstilles faktateksten med en betydelig mindre skriftstørrelse, liten linjeavstand og uten illustrerende bilder. Den oppleves derfor som svært komprimert og viktig informasjon plasseres i siste del av prospektet. Vesentlige opplysninger presenteres derfor på en uhensiktsmessig måte [37]. Kjøper fortalte oss at h*n ikke hadde registrert viktige opplysninger med liten skrift. Det viser seg videre at en gjennomsnittlig boligkjøper bruker kun fem minutter på å lese gjennom et prospekt. Kombinasjonen av liten skrift, ukjent fagterminologi og mye juridisk informasjon, kan fremstå som overveldende for en boligkjøper. Dette kan tyde på en bevisst handling ved utforming av prospektet. Profesjonelle aktører som jobber med markedsføring vet hva som engasjerer kjøper, og på denne måten lurer de kjøper til å tro at boligprosjektet blir som beskrevet og illustrert i den selgende delen av prospektet. Skulle de bli skuffet, er selger juridisk sikret gjennom forbehold gitt i den komprimerte faktateksten mot slutten av prospektet. Dette gjør at prospektets utforming ikke er i tråd med god markedsføringsskikk.

Uterom VS leiligheter

Gjentagende for alle salgsprospektene er at uterommene beskrives og illustreres i svært liten grad sammenlignet med leilighetene. Man får et inntrykk av at prospektene selger leilighetene fremfor prosjektet i sin helhet. Dette ser man også der megler svarer på spørsmålet om prospektets formål: «*Formålet med salgsprospektet er jo å selge boliger, enkelt og greit. Det er derfor du har prospektet*». Videre påpeker h*n at boligkjøpere er mest opptatt av sin egen leilighet fremfor uterommet «*de har litt sånn skylapper, at de ser leiligheten og ferdig med det*». Utbygger underbygger denne påstanden om at i kjøpers perspektiv er det deres leilighet som står i fokus, ikke uterommet. Det kan diskuteres om hvorvidt boligkjøper ikke bryr seg om uterommet, da dette avhenger av hvem som kjøper boligen og hvilke preferanser de har. En barnefamilie vil naturligvis være mer opptatt av uterommets utforming og innhold, sammenlignet med unge voksne uten barn. Det samme kan tenkes om eldre kjøpere som har flyttet fra store eneboliger med mye vedlikehold og som ønsker en enklere hverdag hvor fellesarealene foretrekkes. Dette betyr at utbygger kan gjøre vesentlige endringer i uterommet, da mange kjøpere ikke vil bry seg. De få kjøperne som faktisk bryr seg, blir avvist med forbehold om at illustrasjoner kan avvike. Konsekvensen blir at de ikke får et uterom slik det ble fremstilt - de blir forespeilet et glansbilde som viser seg å være et gråpapir.

8.2 Hva er salgsprospektets juridiske status?

Dette underkapittelet tar for seg drøfting av underspørsmål 2 som er: *Hva er salgsprospektets juridiske status?*

Illustrasjonenes forbehold

Eiendomsmegler er bestemt på at illustrasjonene ikke er juridisk bindende. H*n sier videre at dersom det forekommer «voldsomme avvik» i forhold til hva som er vist i illustrasjonene, og hva som faktisk leveres, så kan det være juridisk bindende. Dette til tross for forbehold gitt i salgsprospektet. Han påpeker at illustrasjonene ikke er ment å gi et 100% korrekt bilde, men må heller ikke være urealistiske. Videre begrunner han dette med at det alltid tas forbehold i prospektet; «*Vi er veldig tydelig overfor forbrukerne på at dette er illustrasjoner, og at det er leveransebeskrivelsen som er det endelige dokumentet*».

Slik vi oppfatter det, er det lite tydelig ut fra prospektene at illustrasjoner kun er ment å illustrere. Etter nærmere ettersyn av prospektene, ser vi en ulik praksis både hvor og hvordan dette forbeholdet kommer frem. Råstølen Park og Wergeland Terrasse informerer om dette i slutten av dokumentet med liten skrift, mens Paradisalléen har valgt å legge til en tekst om dette på samtlige illustrasjoner. Til tross for dette oppleves skriften som lite synlig. Teksten er plassert vertikalt og med hvit skrift som blander inn i lyse bakgrunner. En god løsning ville være å tydeliggjøre dette bedre på alle illustrasjoner, samt at dette burde komme klart frem i starten av prospektet. Som kjøper påpeker, har h*n ikke observert noe forbehold knyttet til illustrasjonene, noe som tilsier at praksisen i dag ikke er god nok.

Videre viser Forbrukertilsynet til at markedsføringen av boligene vil være villedende dersom man fjerner eller utelater eksisterende omkringliggende bebyggelse [37]. Her ønsker vi å trekke frem prosjektet i Nyhavn som et eksempel på villedende markedsføring med store manipulasjoner. Til tross for at det tas forbehold om at illustrasjonene ikke er juridisk bindende, setter likevel lovverket en grense for hvor mye man kan avvike fra den faktiske virkeligheten. Som man ser fra boligprosjektet i Nyhavn, er store deler av omgivelsene endret, utelatt og redigert i illustrasjonene. Industribygg er erstattet med et koselig bergenshus, og eksisterende bebyggelse er fjernet til fordel for frodig natur. Konsekvensen av dette er at illustrasjonene skaper en illusjon om luftige omgivelser der det er god avstand til neste bygg. I realiteten ser man rett inn i naboens stue. Dette eksempelet strider mot markedsføringsloven, og illustrasjonene fremstår som villedende fremfor veiledende.

Utbygger, eiendomsmegler og arkitekt er klare på at illustrasjonene i salgsprospektet i utgangspunktet ikke er juridisk bindende. Dette betyr at avvik i illustrasjonene fra ferdig resultat ikke kan påklages av kjøper. Til tross for dette, påpeker utbygger at h*n forholder seg til dem som om de er juridisk bindende. Likevel tar utbygger

forbehold om illustrasjonene – «Det er jo litt sånn at det har man alltid gjort, og det fortsetter man med», sier utbygger. Dette kan tyde på at utbyggere forholder seg til en utdatert bransjenorm om at illustrasjoner kun er retningsgivende. Følgelig sikrer utbygger seg juridisk. Dette kan utnyttes som et smutthull hvor det ikke stilles krav til at illustrasjonene og det ferdige resultatet skal samsvare. Kjøper er ikke sikret å få det h*n baserer boligkjøpet sitt på. Konsekvensen er at prospektets illustrasjoner mister verdi for kjøper, og h*n betaler for noe h*n ikke får.

Utomhusplanens betydning

Utomhusplanen er juridisk bindende dersom den inngår i reguleringsbestemmelsene [16]. Til tross for utomhusplanens juridiske status, ser man i flere av prosjektene at uterommet ikke samsvarer med denne planen. På Wergeland Terrasse avviker det ferdigstilte uterommet fra utomhusplanen og illustrasjonene gitt i prospektet. Man ser også at utomhusplanens tegnforklaring er utelatt. For en potensiell kjøper vil det derfor være vanskelig å tolke hva de ulike fargekodene viser til. Dersom utomhusplan og ferdig uterom ikke samsvarer, strider dette imot vedtatte bestemmelser. Videre er det problematisk at det ikke stilles krav til at utomhusplan skal inngå i salgsprospektet. Utomhusplanen er den eneste illustrasjonen i 2D som gir en reell, enkel og klar fremstilling av uterommet. Kombinasjonen av det foranstående, tilsier at utomhusplanen er av stor betydning for kjøper. Det bør derfor stilles krav til at utomhusplan skal inkluderes i alle salgsprospekt.

Selgende tekst og faktatekst

Utbygger er klar på at informasjonen gitt i prospektets selgende tekst og faktatekst er juridisk bindende, «All tekst er i grunn juridisk bindende. Det (salgsprospektet) er jo vedlegget til kontrakten til kunden» sier utbygger. Til tross for at utbygger mener at all tekst i salgsprospektet er juridisk bindende, viser likevel rettspraksis noe annet. Som man ser av lovforarbeidene og rettspraksis, er vage og lite konkrete opplysninger brukt i markedsføring ikke juridisk bindende. Den selgende teksten er derfor kun juridisk bindende dersom den inneholder konkrete opplysninger. Vi ser lite bruk av spesifikke opplysninger i prospektenes selgende tekst. Dette kan tyde på en bevisst formulering og informering. Det kan tenkes at aktørene som utarbeider og kontrollerer denne teksten, ønsker å beskrive prosjektet så generelt som mulig for å unngå å binde utbygger juridisk. Ettersom det er faktateksten som informerer om hva som skal leveres, er denne bindende etter bustadoppføringsloven. Dette kommer likevel ikke klart frem av prospektet. Det vil derfor være vanskelig for kjøper å tolke teksten og dens juridiske status.

8.3 Finnes det tendenser som går igjen i prospektene?

Dette underkapittelet tar for seg drøfting av underspørsmål 3 som er: *Finnes det tendenser som går igjen i prosjektene?*

Uterom

I samtlige prosjekt ser vi avvik mellom det som er illustrert, opp mot ferdig opparbeidet uterom. Først og fremst gjelder dette vegetasjon og beplantning. Det varierer hvor mye dette avviker i de ulike prosjektene, men man ser en tendens hvor det ferdige resultatet fremstår som mindre frodig enn i illustrasjonene. I uterommet for Wergeland Terrasse finner man de største avvikene. Det som er fremstilt som et frodig og grønt uterom, er byttet ut med asfalterte overflater.

En tendens som går igjen i flere av prosjektene, er beplantning illustrert langs fasaden på bakkeplan. Man ser i de ferdigstilte uterommene at disse ikke er oppført. Prospektet til Paradisalléen illustrerer en hekk samt vannspeil på sørsiden av bygget. Dette er erstattet med grå singel, og overvannshåndteringen med vannspeil er lagt i rør. Det er også et interessant funn at ved tre av prospektene er private terrasser illustrert med store trær som ut ifra høyden på etasjene er opp mot 2 meter høye. Vi stiller spørsmål til om dette kan være et markedsføringstriks for å skape et frodigere helhetsinntrykk av prosjektene. Illustrasjonene skaper en visjon om grønne og vitale uterom. Fasader med terrasser er uterommets vegger, fjerner man beplantning her - oppleves uterommet som tomt og mindre frodig.

En annen tendens vi ser igjen i samtlige illustrasjoner, er at lekeapparat er fremstilt av naturlig tremateriale. Her avviker både Råstølen Park og Wergeland Terrasse da lekeapparatet er levert i kunstige materialer med skarpe farger. Dette står i kontrast til den naturlige fremstillingen i illustrasjonene. Paradisalléen skiller seg ut fra de andre prosjektene ved at lekeplassen er oppført i materialet som er illustrert.

En årsak til avvik mellom illustrasjoner og ferdigstilt uterom kan knyttes til økonomi. Som utbygger nevner, kan uterommet ende opp som en salderingspost dersom økonomien ikke strekker til. Dette sier også arkitekten, «*Det er klart de ikke alltid tar bort parketten i stuen. Så da er det jo ofte buskene på tunet som forsvinner eventuelt da. For det er det færre som skriker om*». Det kan tyde på at begrenset økonomi medfører avvik i uterom, og at problemet ikke ligger i overdrevne illustrasjoner. Forskning viser også til at uterom bygges til slutt, og er derfor ekstra utsatt om økonomien er begrenset [69].

Utbygger påpeker at det er forskjeller mellom flergangsutbyggere og engangsutbyggere. Flergangsutbyggere har en langsiktig strategi som skal gi forutsigbarhet og inntjening. De er ikke tjent med å levere dårlige uterom i store prosjekter som kan gi bedriften et dårlig rykte. Utbygger sier «*Vi skal jo selge bolig der i morgen, i dagen etterpå, og flere år frem i tid*». Engangsutbyggere ønsker gjerne å

maksimere profitten i det ene prosjektet. Dette medfører som nevnt at uterommet nedprioriteres mot slutten av prosjektet om økonomien ikke strekker til. Dette samsvarer med boligprosjektene i studien da både Wergeland Terrasse og Nyhavn, med de største avvikene, viser seg å være engangsutbyggere.

Vinkling og omkringliggende omgivelser

Som man ser av analysen av boligprosjektene, finner vi tendenser i flere av prosjektene der omkringliggende bebyggelse og landskap er utelatt eller redigert. Nærliggende bebyggelse er byttet ut med skog og fjell, og man ser i flere av prosjektene at bybane-master og trafikkskilt er fjernet i illustrasjonene. Kjøper får ikke et helhetlig inntrykk av prosjektet sett i sammenheng med eksisterende bebyggelse og omgivelser. Dette kan tyde på en bevisst handling da illustrasjonene ikke vil vise kontrasten mellom moderne nybygg opp mot eksisterende bebyggelse.

Et fellestrekk man ser i prospektet til både Wergeland Terrasse og Råstølen Park, er illustrasjon av boligprosjektene i fugleperspektiv. Begge illustrasjonene er vinklet mot byggenes fremside med flest etasjer, fra et ovenfra-og-ned-perspektiv. Da illustrasjonene også viser prosjektene langt ifra, vil denne fremstillingen ikke være relevant for en kjøper. Prospektene bør visualisere prosjektet på bakkenivå hvor man kan få et reelt bilde av byggenes faktiske volum. Dette kan tyde på en bevisst handling fra selgers side for å minimere byggets ruvende uttrykk i byrommet.

Fasader og lysforhold

I boligprosjektene ser man at fasadene i det ferdige resultatet i stor grad samsvarer med det som er illustrert. Det er gjort mindre endringer i Nyhavn, der plassering av fasademateriale er noe endret. For Paradisalléen ser man at den innglassede balkongen i tre er byttet ut med materiale som minner om plast. Dette samsvarer ikke med det organiske materialet som illustrasjonen viser til. Man ser også at den tradisjonelle teglfasaden er byttet ut med smalere tegl som fremstår mindre autentisk. Personlig hadde vi blitt skuffet som følge av begge disse endringene. Dette får også konsekvenser for byggets tilskuere da fasader i urbane strøk oppleves på nært hold.

Videre ser man av illustrasjonene en realistisk fremstilling av skyggene i de fleste prosjektene - de er verken minimert eller utelatt. Dette tyder på en god praksis hvor lysforhold er ærlig illustrert. Det største avviket finner man på Wergeland Terrasse der både øst- og vestsiden i illustrasjonene viser bygget med direkte sol. Dette er en kjent problematikk hvor utbyggere ønsker å minimere effekten av skyggene [57]. Dette gjøres ved å lysne skygger, eller ved å plassere solen direkte mot alle byggets fasader i illustrasjonene. Konsekvensen av dette er at boligkjøper ikke blir gjort oppmerksom på uterommets faktiske sol- og skyggeforhold.



KONKLUSJON

9.1 Konklusjon fra studien

Gjennom denne studien har vi sett en stor variasjon i hva som samsvarer i de ulike boligprosjektene, sammenlignet med salgsprospektene. Blant det som samsvarer godt, er illustrasjoner av sol- og skyggeforhold og fasademateriale. Her ser man at fasadene er material-ekte, samt at det vises til en realistisk fremstilling av skygger. Årsaken skyldes trolig at illustratørene får tildelt en detaljert beskrivelse av materialet og fargene som skal brukes i prosjektet. Man ser også en god praksis hvor sol- og skyggeforhold blir ærlig illustrert.

I samtlige prosjekt ser vi at det ferdigstilte uterommet ikke samsvarer med salgsprospektets illustrasjoner. Dette omfatter først og fremst avvik i lekeapparat, vegetasjon og beplantning. De mest oppsiktsvekkende funnene viser til eksempler på utelatelse og redigering av eksisterende bebyggelse og landskap. Alene kan det tenkes at disse elementene ikke vil ha så stor betydning for prosjektet, men summen av dette vil påvirke det helhetlige inntrykket man får av illustrasjonene. Fra studien så vi at boligprosjektene som var utarbeidet av engangsutbyggere, hadde særlig store avvik. Grunnen til dette er trolig en kortsiktig strategi med et mål om å maksimere profitten for dette ene boligprosjektet.

Utomhusplanen inngår i to av salgsprospektene. Denne planen er den eneste illustrasjonen i 2D som gir en reell, enkel og klar fremstilling av uterommet. Dette tilsier at utomhusplanen er av stor betydning for kjøper. Det bør derfor stilles krav til at utomhusplan skal inkluderes i alle salgsprospekt. Til tross for at denne er vedtatt av kommunen, ser vi avvik fra både illustrasjoner og ferdigstilt uterom. Her bør det sikres at uterommene ikke blir en salderingspost og at det opparbeides og illustreres i henhold til det som er vedtatt.

Samlet sett ser vi at salgsprospektene vektlegger fine illustrasjoner og en tekst som består av fortellinger og positive utsagn. Dette kan gå på bekostning av viktig informasjon og realistiske illustrasjoner. Det blir vanskelig for kjøper å skille mellom fakta og konsept. Dersom salgsprospektet ikke skulle samsvare med det ferdigstilte boligprosjektet, er selgeren juridisk sikret gjennom forbeholdene gitt i prospektene.

9.2 Videre forskning

Ved arbeidet med studien dukket det opp flere interessante tema og aktuelle problemstillinger. Ettersom vi har en stor interesse for arealforvaltning og byplanlegging, og ønsker å utvikle gode boligprosjekt i framtiden, har vi utarbeidet flere forslag til videre forskning basert på dette.

Da studien begrenses til boligprosjekters felles uterom og fasader, ville det vært interessant å også vurdere private uterom og takterrasser opp mot det som er illustrert i salgsprospektene. I tillegg vil det være aktuelt å se på hvorvidt leilighetene samsvarer med salgsprospektet, da vi ser at det ikke finnes tidligere forskning på dette.

Det ville også vært interessant å sammenligne større boligprosjekter der man ser på engangsutbyggere og flergangsutbyggere, i en større skala enn det vi har gjort i vår studie. Dette for å se nærmere på hvorfor det oppstår større avvik hos engangsutbyggere.

En annen vinkling ville vært å se nærmere på prosessen knyttet til vedtak av planforslag. Her ser man at politikere gjerne vedtar planer basert på illustrasjoner som ikke samsvarer med det som blir realisert. Det ville derfor vært interessant å undersøke nærmere i hvor stor grad illustrasjonene vektlegges i vedtaket.

Da vår studie omfatter et mindre antall intervjuobjekter og boligprosjekter, ville det vært interessant å bruke samme problemstilling med en kvantitativ vinkling - enten ved å samle data fra et større antall intervjuobjekter, eller ved å vurdere et flertall av boligprosjekter.

Et siste forslag til videre forskning ville vært å utarbeide en masteroppgave basert på våre funn. Målet med denne oppgaven ville vært å utarbeide en liste eller en mal med kriterier for hva et godt salgsprospekt bør inneholde og hvordan dette bør utformes.

10 KILDER

- [1] K. Humberstet, «Fra mandag ser ikke boligannonse på Finn.no slik ut lenger.», 2018. <https://www.aftenposten.no/bolig/i/K3roGE/fra-mandag-ser-ikke-boligannonse-paa-finnno-slik-ut-lenger> (åpnet jan. 28, 2021).
- [2] J. Christensen, «Salderingspost», *Store norske leksikon*, nov. 27, 2014. <http://snl.no/salderingspost> (åpnet mar. 22, 2021).
- [3] Direktoratet for byggkvalitet, «Kapittel 5 grad av utnyttning § 5-6», *Byggteknisk forskrift (TEK10)*, 2010. <https://dibk.no/regelverk/tek/1/5/5-6/> (åpnet apr. 15, 2021).
- [4] S. Grønmo, «Kvalitativ metode», *Store norske leksikon*, nov. 03, 2020. http://snl.no/kvalitativ_metode (åpnet jan. 28, 2021).
- [5] G. Andersen, «Verktøykassa - Dokumentstudier - NDLA», *ndla.no*, 2020. <https://ndla.no/subject:ee3f7a15-feb6-4e78-8b37-65930ad73a09/topic:432baee9-5671-47ce-870e-48b8fc3b7a42/topic:b3fbb969-5f03-44d9-8aca-8b77416e72bf/resource:e7481494-1b9a-4919-ba01-47e191b7903c> (åpnet apr. 06, 2021).
- [6] A. Tjora, *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal Akademisk, 2012.
- [7] E. Wæhle, S. Dahlum, og S. Grønmo, «Case-studie», *Store norske leksikon*, 2809:05:49.146+02:00 2020. <http://snl.no/case-studie> (åpnet apr. 14, 2021).
- [8] S. Kvale, S. Brinkmann, T. M. Anderssen, og J. Rygge, *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal akademisk, 2015.
- [9] NSD, «Fylle ut meldeskjema for personopplysningen», *NSD*, 2021. <https://nsd.no/personverntjenester/fylle-ut-meldeskjema-for-personopplysninger> (åpnet jan. 15, 2021).
- [10] H. R. Bernard, *Research methods in anthropology: qualitative and quantitative approaches*, 6.utg. Maryland: Rowman & Littlefield, 2018.
- [11] S. Brinkmann og L. Tanggaard, *Kvalitative metoder - En grundbog*, 2.utg., bd. 28. København: Hans Reitzel, 2015.
- [12] S. Grønmo, *Social research methods: qualitative, quantitative and mixed methods approaches*, 3rd edition. Thousand Oaks, CA: SAGE Pub, 2019.

- [13] Kommunal- og moderniseringsdepartementet, «Nasjonale forventninger til regional og kommunal planlegging 2019–2023». Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2019. Åpnet: mar. 02, 2021. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nasjonale-forventninger-til-regional-og-kommunal-planlegging-20192023/id2645090/>
- [14] Kommunal- og moderniseringsdepartementet, «Lovkommentar til plandelen av plan- og bygningsloven». Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2020. Åpnet: mar. 14, 2021. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/lovkommentar-til-plandelen-av-plan--og-bygningsloven/id2701235/>
- [15] Kommunal- og moderniseringsdepartementet, «Statlige planretningslinjer for samordnet bolig-, areal- og transportplanlegging». Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2014. Åpnet: feb. 22, 2021. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/Statlige-planretningslinjer-for-samordnet-bolig--areal--og-transportplanlegging/id2001539/>
- [16] Kommunal- og moderniseringsdepartementet, «Reguleringsplanveileder». Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2018. Åpnet: mar. 10, 2021. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/reguleringsplanveileder/id2609532/>
- [17] Vestland fylkeskommune, «Utviklingsplan for Vestland 2020-2024». vestlandfylke.no, 2020. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.vestlandfylke.no/planlegging/regional-planlegging/regional-planstrategi/>
- [18] Hordaland Fylkeskommune, «Regional areal- og transportplan for Bergensområdet». Hordaland Fylkeskommune, 2017. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.hordaland.no/nn-NO/plan-og-planarbeid/regionale-planar/regional-areal--og-transportplan-for-bergensområdet/>
- [19] Bergen kommune, «Kommuneplanens samfunnsdel - Bergen 2030». Bergen kommune, 2015. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.bergen.kommune.no/hvaskjer/tema/bergen-2030>
- [20] Bergen kommune, «Kommuneplanens arealdel KPA2018 - Planbeskrivelse». Bergen kommune, 2019. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.bergen.kommune.no/hvaskjer/tema/kommuneplanens-arealdel-2018>
- [21] H. J. Roald, «Den ærlige streken», mar. 26, 2021.

- [22] H.-J. Roald og M. Nielsen, *Byplanen: en historie om utviklingen av Bergen by*, Ny utg. Oslo: Scandinavian Academic Press, 2015.
- [23] M. Nielsen, «Fasadekomiteen for brannstrøket/Tilsynsrådet for byens utseende», *oVe - Oppslagsverket*, 2016.
<http://www.bergenbyarkiv.no/oppslagsverket/2016/01/12/fasadekomiteen-for-brannstrokettilsynsradet-for-byens-utseende/> (åpnet apr. 10, 2021).
- [24] M. L. Grønneberg Anders, «Arkitekt: - Jeg vil si at Munchmuseet suger», *dagbladet.no*, feb. 28, 2019. <https://www.dagbladet.no/kultur/arkitekt--jeg-vil-si-at-munchmuseet-suger/70816188> (åpnet apr. 16, 2021).
- [25] *adoarena.no*, «Historien bak arenaen | AdO arena», 2021.
<https://adoarena.no/no/om-ado-arena/historien-bak-arenaen/> (åpnet mar. 11, 2021).
- [26] M. Godø, «– Resultatet gjør meg betenkt», *arkitektnytt.no*, aug. 27, 2019.
<https://www.arkitektnytt.no/nyheter/resultatet-gjor-meg-betenkt> (åpnet apr. 11, 2021).
- [27] M. O. Lerøen, «– Ado Arena har øydelagt delar av Bergen», *NRK*, jul. 06, 2015.
https://www.nrk.no/vestland/_-ado-arena-har-oydelagt-delar-av-bergen-1.12443390 (åpnet apr. 10, 2021).
- [28] E. I. Falleth og I.-L. Saglie, «Plan- og byggelovgivingen - mellom demokrati og effektivitet», *Kart Og Plan*, bd. 72, 2012.
- [29] J. F. Nystad, «Makt og roller i norsk planlegging», *Plan*, bd. 45, nr. 03, s. 2–2, jul. 2013, doi: 10.18261/ISSN1504-3045-2013-03-01.
- [30] H. Fiskaa og H. Fiskaa, «Med lov skal land byggast : Bygningsloven av 1965, planleggingas 'grunnlov' i Norge», *Kart Og Plan*, bd. 107(2014)nr. 1, s. 32–45, 2014.
- [31] O. Hansson og T. Hoel, *Ny planleggingslov*. Oslo: Universitetsforl, 1977.
- [32] J. F. Nystad, «50 år med planlov», *Plan*, bd. 47, nr. 01, s. 2–2, mar. 2015, doi: 10.18261/ISSN1504-3045-2015-01-03.
- [33] K. A. Agger, «Slut med '«Morten Korch-idylliseringen»' i arkitekttegninger. '«Klogt»' lyder det fra Arkitektforeningen», *Berlingske.dk*, mar. 02, 2020.
<https://www.berlingske.dk/content/item/1448205> (åpnet apr. 07, 2021).

- [34] S. Herrestad, «Bruk av fotorealistiske illustrasjoner til salg og markedsføring av bolig», *Use of photorealistic illustrations to sell real estate projects in Norway*, 2020, Åpnet: mai 10, 2021. [Online]. Tilgjengelig på: <https://nmbu.brage.unit.no/nmbu-xmlui/handle/11250/2716961>
- [35] London Government UK, «London View Management Framework», *London City Hall*, nov. 12, 2015. <https://www.london.gov.uk/what-we-do/planning/implementing-london-plan/london-plan-guidance-and-spgs/london-view-management> (åpnet apr. 14, 2021).
- [36] arkitektnytt.no, «Vil regulere renderingen», *arkitektnytt.no*, feb. 27, 2020. <https://www.arkitektnytt.no/nyheter/vil-regulere-renderinger> (åpnet mai 10, 2021).
- [37] Forbrukertilsynet, «Forbrukertilsynets veiledning om markedsføring av bolig».
- [38] N. E. Wennberg, «Orienteringsbrev til bransjen - villedende utelatelser ved markedsføring av bolig». Forbrukerombudet, 2017. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.forbrukertilsynet.no/content/2017/09/Orienteringsbrev-til-eiendomsmeglerforetakene.pdf>
- [39] *Bustadoppføringslova (buofl.) - merknad*. 2012. [Online]. Tilgjengelig på: https://lovdata.no/pro/#document/NL/lov/1997-06-13-43/KAPITTEL_4
- [40] L. Schmidth, «Hvordan kjøpe en bolig som ikke finnes?: En studie av kjøp og salg av nye boliger på prospekt», By- og regionforskningsinstituttet NIBR, Oslo, NIBR-rapport, 2008. doi: 10.7577/nibr/rapport/2008/24.
- [41] Direktoratet for byggkvalitet, «Veiledning om tekniske krav til byggverk», *Byggteknisk forskrift (TEK10)*, 2010. <https://dibk.no/regelverk/tek/> (åpnet apr. 16, 2021).
- [42] Direktoratet for byggkvalitet, «Kapittel 1 Felles bestemmelser § 1-1», *Byggteknisk forskrift (TEK10)*, 2010. <https://dibk.no/regelverk/tek/1/1/1-1/> (åpnet apr. 16, 2021).
- [43] Direktoratet for byggkvalitet, «II Inngangsparti, planløsning, kommunikasjonsvei, rom mv. § 12-6», *Byggteknisk forskrift (TEK10)*, 2010. <https://dibk.no/regelverk/tek/3/12/ii/12-6/> (åpnet mai 16, 2021).
- [44] Direktoratet for byggkvalitet, «Kapittel 8 Uteareal og plassering av byggverk § 8-4», *Byggteknisk forskrift (TEK10)*, 2010. <https://dibk.no/regelverk/tek/2/8/8-4/> (åpnet mai 14, 2021).

- [45] Direktoratet for byggkvalitet, «I Innledende bestemmelser om planløsning og bygningsdeler § 12-1», *Byggteknisk forskrift (TEK10)*, 2010. <https://dibk.no/regelverk/tek/3/12/i/12-1/> (åpnet apr. 16, 2021).
- [46] L. Rypeng, «Prospektet: 'Fantastisk utsikt' Retten: 'Liten utsikt'», *NRK*, okt. 06, 2018. https://www.nrk.no/tromsogfinnmark/prospektet_-_fantastisk-utsikt_rettetten_-_liten-utsikt_-1.14236035 (åpnet feb. 18, 2021).
- [47] T. B. A. Holmen, *17-167183TVI-NHER*. 2018.
- [48] L. O. Nyfløt, *LB-2014-53115*. 2015. [Online]. Tilgjengelig på: <https://lovdata.no/pro/LBSIV/avgjorelse/lb-2014-53115>
- [49] Justis- og politidepartementet, «Ot.prp.nr.66 (1990–1991) Om lov om avhending av fast eigedom (avhendingslova)», jun. 1991. [Online]. Tilgjengelig på: <https://lovdata.no/pro/PROP/forarbeid/otprp-66-199091>
- [50] L. I. S. og ekstraordinær lagdommer H. Svenneby. L. A. Bøhn, *LB-2016-68329*. 2017. [Online]. Tilgjengelig på: <https://lovdata.no/pro/LBSIV/avgjorelse/lb-2016-68329>
- [51] M. O. S. S. Hovland og E. J. Nilsen, «Utomhusplanens betydning for planlegging og utarbeiding av uteoppholdsarealer - en studie av fire boligkomplekser i Bergen by», *Outdoor planning concerning residential development—a study of four residential projects in the city of Bergen*, 2020, Åpnet: mai 10, 2021. [Online]. Tilgjengelig på: <https://hvlopen.brage.unit.no/hvlopen-xmlui/handle/11250/2684333>
- [52] Asker kommune, «Utomhusplan», *Asker kommune*, 2020. <https://www.aker.kommune.no/plan-bygg-og-eiendom/side-for-profesjonelle/regelverk/utomhusplan/> (åpnet feb. 28, 2021).
- [53] C. Nødtvedt og J. J. B. Mørck, «Eiendomsaktørers kunnskap om markedets boligpreferansen», *94*, 2019, Åpnet: mai 10, 2021. [Online]. Tilgjengelig på: <https://nmbu.brage.unit.no/nmbu-xmlui/handle/11250/2606530>
- [54] S. Park, «Restorative commons: L. Campbell and A. Wiesen (eds.), Restorative commons: creating health and well-being through urban landscapes. U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Northern Research Station. Newtown Square, PA, 2009, 278 pp. Gen. Tech. Rep. NRS-P-39», *Landsc. Ecol.*, bd. 25, nr. 10, s. 1627–1628, des. 2010, doi: 10.1007/s10980-010-9515-9.
- [55] J. Guttu og J. Guttu, *Fortett med vett : eksempler fra fire norske byer*. Bergen: Husbanken Region vest, 2008.

- [56] L. Schmidt, «Kompakt by, bokvalitet og sosial bærekraft», *Plan*, bd. 47, nr. 03–04, s. 32–37, jul. 2015, doi: 10.18261/ISSN1504-3045-2015-03-04-07.
- [57] arkitektnytt.no, «Visualisering på godt og vondt», *arkitektnytt.no*, apr. 24, 2019. <https://www.arkitektnytt.no/debatt/visualisering-p%C3%A5-godt-og-vondt> (åpnet mai 10, 2021).
- [58] D. Thurmann-Moe, *Farger til folket!* Oslo: Cappelen Damm, 2017.
- [59] Miljøverndepartementet, «Estetikk i plan- og byggesaken». Miljøverndepartementet, 1997. Åpnet: feb. 01, 2021. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/estetikk-i-plan-og-byggesaker/id87432/>
- [60] K. W. L. Alsén, A. Bunkholt, T. Haugen-Flermoe, og TreFokus, *En Reise i norsk trearkitektur*. Oslo: Arkitektbedriftene i Norge og TreFokus, 2013.
- [61] K. Denizou og K. Denizou, *Tre i by: hvilke mekanismer styrer materialvalget for større urbane byggverk?*, bd. 409–2007. Oslo: SINTEF byggforsk, 2007.
- [62] B. Cold, A. Kolstad, og S. Larssæther, *Aesthetics, well-being and health: abstracts on theoretical and empirical research within environmental aesthetics*. Oslo: Norsk form, 1998.
- [63] L. Schmidt og Norsk institutt for by- og regionforskning, *Kompakt by, bokvalitet og sosial bærekraft*. Oslo: Norsk institutt for by- og regionforskning, 2014.
- [64] SINTEF Byggforsk, «330.112 Boligblokker – utforming og omgivelser - Byggforskserien», *Boligblokker - utforming og omgivelser*, 2020. [https://www-byggforsk-no.galanga.hvl.no/dokument/96/boligblokker_utforming_og_omgivelser](https://www.byggforsk-no.galanga.hvl.no/dokument/96/boligblokker_utforming_og_omgivelser) (åpnet mar. 12, 2021).
- [65] I. Rambæk, «Forskere jakter på den tettbygde bokkvaliteten», *SINTEF*, 2020. <https://www.sintef.no/siste-nytt/2020/forskere-jakter-pa-den-tettbygde-bokkvaliteten2/> (åpnet mar. 13, 2021).
- [66] Miljøverndepartementet, «T-2/08 Om barn og planlegging», *Regjeringen.no*, jun. 12, 2008. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/t-2-08/id516949/> (åpnet mai 10, 2021).
- [67] Direktoratet for byggkvalitet, «Kapittel 8 Opparbeidet uteareal § 8-3», *Byggteknisk forskrift (TEK17) med veiledning*, 2017. <https://dibk.no/regelverk/byggteknisk-forskrift-tek17/8/8-3/> (åpnet apr. 14, 2021).

- [68] Kommunal- og moderniseringsdepartementet, «Barn og unge i plan og byggesak». Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2020. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/veileder-om-barn-og-unge-i-plan-og-byggesak/id2772463/>
- [69] NMBU-Norges miljø- og biovitenskapelige universitet og T. R. Grande, «Naturen viker for plast og gummi på lekeplassene i skoler og barnehagen», mar. 09, 2020. <https://forskning.no/a/1649418> (åpnet feb. 14, 2021).
- [70] Justis- og beredskapsdepartementet, *Forskrift om sikkerhet ved lekeplassutstyr*. 1996. [Online]. Tilgjengelig på: <https://lovdata.no/pro/SF/forskrift/1996-07-19-703>
- [71] regjeringen.no, «Grønnstruktur», *Regjeringen.no*, okt. 10, 2013. <https://www.regjeringen.no/no/sub/stedsutvikling/ny-temer-og-eksempler/gronnstruktur/id685512/> (åpnet feb. 19, 2021).
- [72] M. Bruun, «Grøntområden», *Store norske leksikon*, feb. 06, 2020. <http://snl.no/gr%C3%B8ntomr%C3%A5der> (åpnet mar. 19, 2021).
- [73] Norsk sidene, «Retorikk», *Norsksidene*. <https://norsksidene.no/web/PageND.aspx?id=100115> (åpnet feb. 10, 2021).
- [74] J. Grue, «Etos», *Store norske leksikon*, feb. 01, 2019. <http://snl.no/etos> (åpnet apr. 15, 2021).
- [75] J. Grue, «Patos», *Store norske leksikon*, feb. 01, 2020. <http://snl.no/patos> (åpnet apr. 15, 2021).
- [76] Bergen kommune, «Wergeland Terrasse planID: 19010000». Bergen kommune, 2021. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.arealplaner.no/bergen4601/arealplaner/3950>
- [77] produktfakta.no, «Wergeland Terrasse», *Produktfakta*, 2021. <https://www.produktfakta.no/wergeland-terrasse-arstad/prosjekt.html> (åpnet jan. 19, 2021).
- [78] Bergen kommune, «Paradisalléen planID: 60760000». Bergen kommune. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.arealplaner.no/bergen4601/arealplaner/5279>
- [79] produktfakta.no, «Paradisalléen», *Produktfakta*, 2021. <https://www.produktfakta.no/paradisalleen-paradis/prosjekt.html> (åpnet jan. 19, 2021).

- [80] Bergen kommune, «Nyhavn planID: 64670000». Bergen kommune. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.arealplaner.no/bergen4601/arealplaner/742>
- [81] produktfakta.no, «Nyhavn», *Produktfakta*, 2021. <https://www.produktfakta.no/nyhavn-vest-felt-bk1-hus-a-og-b-nyhavn-nyhavn/prosjekt.html> (åpnet jan. 19, 2021).
- [82] Bergen kommune, «Råstølen Park planID: 61010000». Bergen kommune. [Online]. Tilgjengelig på: <https://www.arealplaner.no/bergen4601/arealplaner/5332>
- [83] produktfakta.no, «Råstølen park», *Produktfakta*, 2021. <https://www.produktfakta.no/rastolen-park-trinn-5-bergen/prosjekt.html> (åpnet jan. 10, 2021).
- [84] Standard Norge, «NS 8407 og NS 8417», 2021. https://www.standard.no/no/nyheter/nyhetsarkiv/bygg-anlegg-og-eiendom/2013/ny-ns-8407-og-ns-8417/?gclid=CjwKCAjwy42FBhB2EiwAJY0yQoZL6fWAfe_ZnOA41YcLLZRQ8gQKORsK1A__Rte-ywbWEQsyit02BhoCnPUQAvD_BwE (åpnet mai 18, 2021).
- [85] A.-K. Loodtz, «Bergen kommune - Tall som beskriver klima i Bergen», *Bergen kommune*, 2020. <https://www.bergen.kommune.no/omkommunen/fakta-om-bergen/klima/tall-som-beskriver-klima-i-bergen> (åpnet mai 10, 2021).

LOVVERK

Plan- og bygningsloven (pbl.)

Bustadoppføringslova (buofl.)

Markedsføringsloven (mfl.)

Avhendingslova (avhl.)

PLANDOKUMENTER

Planbeskrivelse til Wergeland Terrasse (planID: 19010000)

Planbeskrivelse til Paradisalléen (planID: 60760000)

Planbeskrivelse til Nyhavn (planID: 64670000)

Planbeskrivelse til Råstølen Park (planID: 61010000)

E-POST

E-postkorrespondanse med Hans Jacob Roald 26.03.21

FIGURLISTE

| | |
|--|----|
| Figur 1: Studiens utvalgte boligprosjekt. Laget i QGIS | 10 |
| Figur 2: Strategisk temakart Bergen 2030. Kilde: bergen.kommune.no | 20 |
| Figur 3: Torgallmenningen 1922. Akvarell av Finn Berner. Kilde: Bergen Byarkiv | 22 |
| Figur 4: Torgallmenningen 1930. Foto av Knut Knudsen. Kilde: Bergen Byarkiv..... | 22 |
| Figur 5: Nybygning etter bybrannen i 1916 for apoteket Svanen, tegnet av arkitektene Arnesen og Darre Kaarbø. Kilde: Bergen Byarkiv | 23 |
| Figur 6: Svaneapoteket 2003. Foto av Nina Aldin Thune. Kilde: farmasihistorie.no | 23 |
| Figur 7: Munchmuseet slik det ble illustrert av Lambda (venstre), og slik det ble ferdigstilt (høyre). Foto: Herreros Arguitectos og Steinar Dyrnes. Kilde: dagbladet.no | 24 |
| Figur 8: ADO Arena vinnerutkast illustrert. Foto: Bergen kommune – ukjent. Kilde: nrk.no | 25 |
| Figur 9: ADO Arena ferdigstilt. Foto: Hordaland Fylkeskommune. Kilde: nrk.no | 25 |
| Figur 10: Porchester Road, "AVR" illustrasjon. Kilde: avr.london | 27 |
| Figur 11: Porchester Road ferdigstilt bebyggelse. Kilde: avr.london | 27 |
| Figur 12: Boligsøkeres resultater for boligpreferanser. Kilde: Mørck og Nødtvedt (2019) | 33 |
| Figur 13: Wergeland Terrasse vedtatt illustrasjonsplan. Kilde: arealplaner.no | 39 |
| Figur 14: Wergeland Terrasse utforming av prospekt – uterom. Kilde: Wergeland Terrasse salgsprospekt | 40 |
| Figur 15: Wergeland Terrasse utforming av prospekt – faktatekst med alle forbehold om uterom markert. Kilde: Wergeland Terrasse salgsprospekt..... | 40 |
| Figur 16: Paradisalléen vedtatt utomhusplan. Kilde: arealplaner.no) | 41 |
| Figur 17: Paradisalléen side i prospektet om uterommet. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt..... | 42 |
| Figur 18: Paradisalléen forbehold i prospektet. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt..... | 42 |
| Figur 19: Nyhavn utomhusplan. Kilde: arealplaner.no | 43 |
| Figur 20: Nyhavn utforming prospektet – uterom. Kilde: Nyhavn salgsprospekt | 44 |
| Figur 21: Nyhavn utforming av prospektet – arkitekten. Kilde: Nyhavn salgsprospekt | 44 |
| Figur 22: Nyhavn utforming av prospektet - Faktatekst med alle forbehold om uterom markert. Kilde: Nyhavn salgsprospekt | 45 |
| Figur 23: Råstølen Park utomhusplan. Kilde: arealplaner.no | 46 |
| Figur 24: Råstølen Park utforming av prospektet – uterom. Kilder: Råstølen Park salgsprospekt..... | 47 |
| Figur 25: Råstølen Park utforming av prospektet - side med bilder av uterom. Kilde: Råstølen Park salgsprospekt..... | 48 |
| Figur 26: Råstølen Park forbehold i slutten av salgsprospektet. Kilde: Råstølen Park salgsprospekt..... | 48 |
| Figur 27: Råstølen Park leveransebeskrivelse - alle forbehold om uterom. Kilde: Råstølen Park leveransebeskrivelse | 49 |
| Figur 28: Wergeland Terrasse illustrert uterom. Kilde: Wergeland Terrasse salgsprospekt | 51 |

| | |
|---|----|
| Figur 29: Wergeland Terrasse ferdigstilt uterom. Foto: privat..... | 51 |
| Figur 30: Wergeland Terrasse illustrert bebyggelse forside. Kilde: Wergeland Terrasse salgsprospekt..... | 52 |
| Figur 31: Wergeland Terrasse ferdigstilt bebyggelse forside. Foto: privat..... | 52 |
| Figur 32: Wergeland Terrasse illustrert uterom. Kilde: Wergeland Terrasse salgsprospekt | 52 |
| Figur 33: Wergeland Terrasse ferdigstilt uterom. Foto: privat..... | 53 |
| Figur 34: Wergeland Terrasse ferdigstilt avfallshåndtering. Foto: privat | 53 |
| Figur 35: Wergeland Terrasse illustrert torg. Kilde: Wergeland Terrasse salgsprospekt . | 53 |
| Figur 36: Wergeland Terrasse ferdigstilt torg. Foto: privat | 53 |
| Figur 37: Wergeland Terrasse ferdigstilt uterom mellom bebyggelsen. Foto: privat | 54 |
| Figur 38: Wergeland Terrasse prospektets utomhusplan. Kilde: Wergeland Terrasse salgsprospekt..... | 55 |
| Figur 39: Paradisalléen illustrert bebyggelse med terrasse. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt..... | 57 |
| Figur 40: Paradisalléen ferdigstilt bebyggelse med terrasse. Foto: privat | 57 |
| Figur 41: Paradisalléen illustrert fasademateriale. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt | 57 |
| Figur 42: Paradisalléen ferdigstilt fasademateriale. Foto: privat | 57 |
| Figur 43: Paradisalléen illustrert uterom og oppholdsplass. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt..... | 58 |
| Figur 44: Paradisalléen ferdigstilt uterom og oppholdsplass. Foto: privat | 58 |
| Figur 45: Paradisalléen ferdigstilt lekeplass. Foto: privat..... | 59 |
| Figur 46: Paradisalléen illustrert lekeplass. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt | 59 |
| Figur 47: Paradisalléen illustrert bebyggelse og fasade. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt..... | 60 |
| Figur 48: Paradisalléen ferdigstilt bebyggelse og fasade. Foto: privat | 60 |
| Figur 49: Paradisalléen illustrasjon med forbehold. Kilde: Paradisalléen salgsprospekt | 61 |
| Figur 50: Nyhavn illustrert bebyggelse og fasade. Kilde: Nyhavn salgsprospekt | 62 |
| Figur 51: Nyhavn ferdigstilt bebyggelse og fasade. Foto: privat..... | 62 |
| Figur 52: Nyhavn illustrert boligprosjekt med omkringliggende landskap og bebyggelse. Kilde: Nyhavn salgsprospekt | 63 |
| Figur 53: Nyhavn ferdigstilt boligprosjekt med eksisterende landskap og _____bebyggelse. Foto: privat | 63 |
| Figur 54: Nyhavn illustrert bebyggelse og uterom. Kilde: Nyhavn salgsprospekt | 63 |
| Figur 55: Nyhavn ferdigstilt bebyggelse og uterom. Foto: privat | 64 |
| Figur 56: Nyhavn oversiktskart av eksisterende bebyggelse. Foto: norgeskart, laget selv..... | 64 |
| Figur 57: Nyhavn ferdigstilt uterom med vegetasjon og beplantning. Foto: privat | 65 |
| Figur 58: Nyhavn illustrert gangbro. Kilde: Nyhavn salgsprospekt | 66 |
| Figur 59: Nyhavn ferdigstilt gangbro. Foto: privat | 66 |
| Figur 60: Nyhavn prospektets utomhusplan. Kilde: Nyhavn salgsprospekt | 67 |
| Figur 61: Nyhavn ferdigstilt boligprosjekt, areal satt av til trapp. Foto: privat | 67 |
| Figur 62: Nyhavn ferdigstilt boligprosjekt, areal satt av til grøntareal. Foto: privat..... | 67 |
| Figur 63: Nyhavn illustrasjon som viser til forbehold. Kilde: Nyhavn salgsprospekt | 68 |

| | |
|---|----|
| Figur 64: Råstølen Park illustrert boligprosjekt. Kilde: Råstølen Park salgsprospekt | 70 |
| Figur 65: Råstølen Park ferdigstilt boligprosjekt. Foto: privat | 70 |
| Figur 66: Råstølen Park illustrert bebyggelse og allé (øst). Kilde: Råstølen Park salgsprospekt..... | 71 |
| Figur 67: Råstølen park ferdigstilt bebyggelse og allé (øst). Foto: privat | 71 |
| Figur 68: Råstølen Park illustrert lekeplass. Kilde: Råstølen Park salgsprospekt..... | 71 |
| Figur 69: Råstølen Park ferdigstilt lekeplass. Foto: privat | 71 |
| Figur 70: Råstølen Park illustrasjon av prosjektet i fugleperspektiv. Kilde: Råstølen Park salgsprospekt..... | 72 |
| Figur 71: Råstølen Park illustrert uterom. Kilde: Råstølen Park salgsprospekt | 72 |
| Figur 72: Råstølen Park ferdigstilt uterom. Foto: privat | 73 |
| Figur 73: Råstølen Park ferdigstilt uterom, nærbilde av lekestativ. Foto: privat | 73 |
| Figur 74: Nygårdsportalen reguleringsforslag. Kilde: ardarealplan.no | 77 |
| Figur 75: Nygårdsportalen salgsprospekt. Kilde: nygardsportalen.no | 78 |

11 VEDLEGG

Vedlegg 1: Meldeskjema til NSD

Vedlegg 2: Informasjonsskriv

Vedlegg 3: Intervjuguide

Vedlegg 4: Salgsprospekt Wergeland Terrasse

Vedlegg 5: Salgsprospekt Paradisalléen

Vedlegg 6: Salgsprospekt Nyhavn

Vedlegg 7: Salgsprospekt Råstølen Park