

Marknadsgaranti för nyproducerade bostäder

– Ett sätt att öka bostadsproduktionen

Prisutvecklingen på bostäder i Stockholm har under en lång tid karakteriserats av kraftig uppgång. Med låga räntor, hög efterfrågan och ett begränsat utbud har priserna stigit. Sedan hösten 2017 har bostadsmarknaden skakats om och idag upplevs en stark oro för prisfall vilket ändrat köpbeteendet, från ett väldigt aggressivt köpande till ett mer passivt och avvaktande.

Denna förändring hos konsumenter av bostäder har resulterat i minskade försäljningar av nyproduktion. Bostadsbolagen spår att detta nya marknadsläge kommer resultera i färre byggstarter, vilket i sin tur resulterar i minskad produktionsvolym på sikt. Detta abrupt förändrade beteende förklaras till viss del av en irrationell psykologisk oro. I Stockholm råder stor bostadsbrist och Sverige och Stockholms ekonomi visar positiva tillväxtsiffror och minskad arbetslöshet, faktorer som motiverar ett fortsatt bostadsbyggande. Bostadspriserna, framförallt Stockholm, har stigit till en för hög nivå vilket motiverar försiktighet bland köparna och minskad säljakt men den kraftiga förändring som observeras idag på bostadsmarknaden är inte rationell utifrån hur svensk ekonomi utvecklar sig. Detta är ett stort problem och kan komma att påverka resten av ekonomin om utvecklingen leder till stora fastighetsförluster och en minskad konsumtion på grund av rädsla för prisfall.

I det rådande marknadsläget har ett relativt nytt koncept gjort entré på bostadsmarknaden för nyproduktion, en marknadsgaranti. Konceptet bygger på att viss del av risken för prisfall flyttas från konsumenterna till bostadsutvecklarna. En ersättning betalas ut av bostadsutvecklaren i de fall värdet på den nyproducerade bostaden sjunker under den tiden från att förhandsavtal tecknats till tillträdesdatumet.

I examensarbetet ”*marknadsgaranti för nyproducerade bostäder*” undersöks marknadsgarantins påverkan på bostadsproduktion. Undersökningen har

utförts genom en intervjustudie med sju bostadsutvecklare i Stockholmsregionen samt två av Sveriges största banker. Frågeställningarna som tas upp i studien handlar om de effekter marknadsgarantin sannolikt kommer ha på bostadsmarknaden samt de risker och problem som kan uppstå i samband med produkten.

För att marknadsgarantin som koncept ska etablera sig på bostadsmarknaden visar studien på några faktorer som behöver uppfyllas. Det är centralt att marknadsgarantin kommuniceras till konsumenter på ett enkelt sätt för att konsumenten ska förstå värdet i produkten. Det är även av stor vikt att garantin erbjuds av flera aktörer för att konceptet ska bli välkänt hos allmänheten. Marknadsgarantins fördel med andra etablerade trygghetserbjudande, exempelvis avgiftsfria månader eller dubbel boendeförsäkring, är att produkten hanterar den oro för prisfall som hindrar försäljningar idag, vilket de andra produkterna inte gör. Om konceptet blir välkänt kommer den skapa en trygghet för konsumenter vilket skulle resultera i att privatpersoner vågar teckna avtal för nyproduktion.

Studien visar även på några risker i samband med marknadsgarantin. Förutom den mest uppenbara risken med att bostadsbolagen behöver betala ut en ersättning finns det även en risk för en del bostadsbolag att de får sämre kreditbedömning av bankerna i och med ett påtagligt större risktagande.

Den sammanfattande slutsatsen av examensarbetet är att marknadsgarantin kan ha positiv effekt på försäljningar i enskilda bostadsprojekt men kommer endast ha en viss effekt på den totala bostadsproduktionen i Stockholm.

*Mattias Lundin & Oskar Liljebris
Civilingenjör i lantmäteri på Lunds tekniska
högskola, 2018.*