

### Anders C Johansson, biträdande marknadsområdeschef för Riksbyggen i Göteborg.

**Hallå Anders C Johansson, biträdande marknadsområdeschef för Riksbyggen i Göteborg, berätta om ert nya bostadsrättskvarter brf Viva.**

”Det är det första projektet som vi bygger utifrån Positive Footprint Housing, vår nya plattform för miljömässigt, socialt och ekonomiskt hållbart byggande. Plattformen är framtagen tillsammans med bland annat Göteborgs stad, näringsliv, forskare och engagerade invånare. Viva kommer att bestå av 132 lägenheter och har inflyttning under 2018.”

**Ge några exempel på vad det är som gör Viva hållbart.**

”Det korta svaret är helheten, men om jag ska bryta ner det så byggs området till att börja med på ett sätt som tar hänsyn till den omgivande naturen och den befintliga bebyggelsen. Sedan har det en solcellsanläggning som producerar el, olika typer av energilagring, klimatskal och bil-, moped och cykelpooler så att de boende inte behöver egen bil. Vi har också ett antal kompakta lägenheter med betydligt lägre insats som ska göra det enklare för unga att komma in på bostadsmarknaden.”

**Det gör boendet både miljömässigt och ekonomiskt hållbart.**

”Precis, men det är minst lika viktigt med den sociala hållbarheten. Vi har försökt bygga in funktioner i arkitekturen som bidrar till att göra livet här rikt, inspirerande och tryggt. Gårdarna, gångstråken, mötesplatser och gemensamma utrymmen är viktiga. Det kommer till exempel att finnas orangeri, växthus, distansarbetsplatser och cykelverkstad.”

**Och något ni kallar för återanvändningsrum.**

”Ja, där är tanken att de boende ska kunna låna, byta och lämna in kläder, skridskor, fotbollskor och andra saker som de inte använder själva längre, men som andra kan ha användning för.”

**Vilken roll spelar Vedum och andra samarbetspartners?**

”Det är förstås helt avgörande att vi har avtal med andra företag som är duktiga på hållbarhet. I Vedums fall handlar det om att de levererar Svanenmärkt inredning till kök och badrum. Det här kommer bara bli viktigare och viktigare, vilket bland annat bevisas av att nästan hela Viva är slutsålt redan. Utöver de miljömässiga och sociala fördelarna så finns det en kommersiell potential i att erbjuda marknaden hållbara produkter.”

**Då är inte Viva någon engångsföreteelse?**

”Nej, nej, nu ska vi växla upp hållbarhetstänkandet och ta med oss de här erfarenheterna in i kommande projekt. Hållbarhet är inte något vi håller på med vid sidan av, det är den nya standarden och driver vår affär.”