



Detailhandelsanalyse 2023

Produceret af COWI



Titel Detailhandelsanalyse for Københavns Kommune 2023
Udgivet September 2023
Revideret December 2023
Bidragyder Detailhandelsanalysen er i sin helhed udarbejdet af
COWI for Københavns Kommune.

COWI

Indhold

1 Indledning	4
2 Konklusion	6
3 Detailhandlens udvikling 2014 til 2023	8
Befolknings- og forbrugsudvikling siden 2014	9
Detailhandelsudvikling i København – perioden 2014 til 2023	9
Handelsbalancen	14
Turismens betydning for omsætningen	15
Konkurrencesituationen	17
4 Generelle udviklingstendenser	18
Dagligvarebutikkerne under konstant forandring	18
Fortsat koncentration af udvalgsvarer	20
Fremtidens butikker	20
Brancheforskydninger og hybridbutikker	21
Servicefunktioner fylder mere i bybilledet	22
Udespisning har en fortsat øget betydning	22
Bymidten som mødested	22
5 Bydelsrapporter	23
Indre By	24
Østerbro	27
Nørrebro	30
Vesterbro-Kgs. Enghave	33
Valby	36
Vanløse	39
Brønshøj-Husum	42
Bispebjerg	45
Sundbyerne	48
Vestamager	51
6 Metode og dataindsamling	54
7 Ordforklaring	57



1 Indledning

COWI har for Københavns Kommune gennemført en detailhandelsanalyse i hele kommunen. Formålet med analysen er at skabe et overblik over og give en status på detailhandelens udvikling i Københavns Kommune i perioden 2014–2023. Analysen kan blandt andet indgå i arbejdet med den kommende kommuneplanstrategi og kommuneplan samt bruges til at opstille strategier for detailhandelens udvikling i hele kommunen og i de enkelte bydele. Analysen skal således være med til at sikre, at alle bydele i kommunen også fremadrettet kan tilbyde alsidige indkøbsmuligheder.

Analysen ligger i forlængelse af tidligere detailhandelsanalyser, som Københavns Kommune har fået udarbejdet i 1998, 2008 og 2014. Derved kan kommunen følge den udvikling, som detailhandlen har været igennem siden kravet om regulering af detailhandel blev indført i planloven i 1997.

Rapporten består af tre dele:

- Detailhandelens udvikling i Københavns Kommune 2014–2023: Analysen omfatter en kortlægning af kommunens butiksforsyning samt

antallet og karakteren af servicefunktioner i øvrigt i bymidterne. Desuden rummer den opgørelser af det samlede areal til detailhandel samt opgørelse af detailhandelsomsætningen i kommunen som helhed samt i de enkelte bydele. Herudover er borgernes nuværende og fremtidige forbrug opgjort. Analysen indeholder desuden en vurdering af betydningen af turismen for detailhandelen samt en vurdering af handelsbalancen og konkurrencesituationen i kommunen.

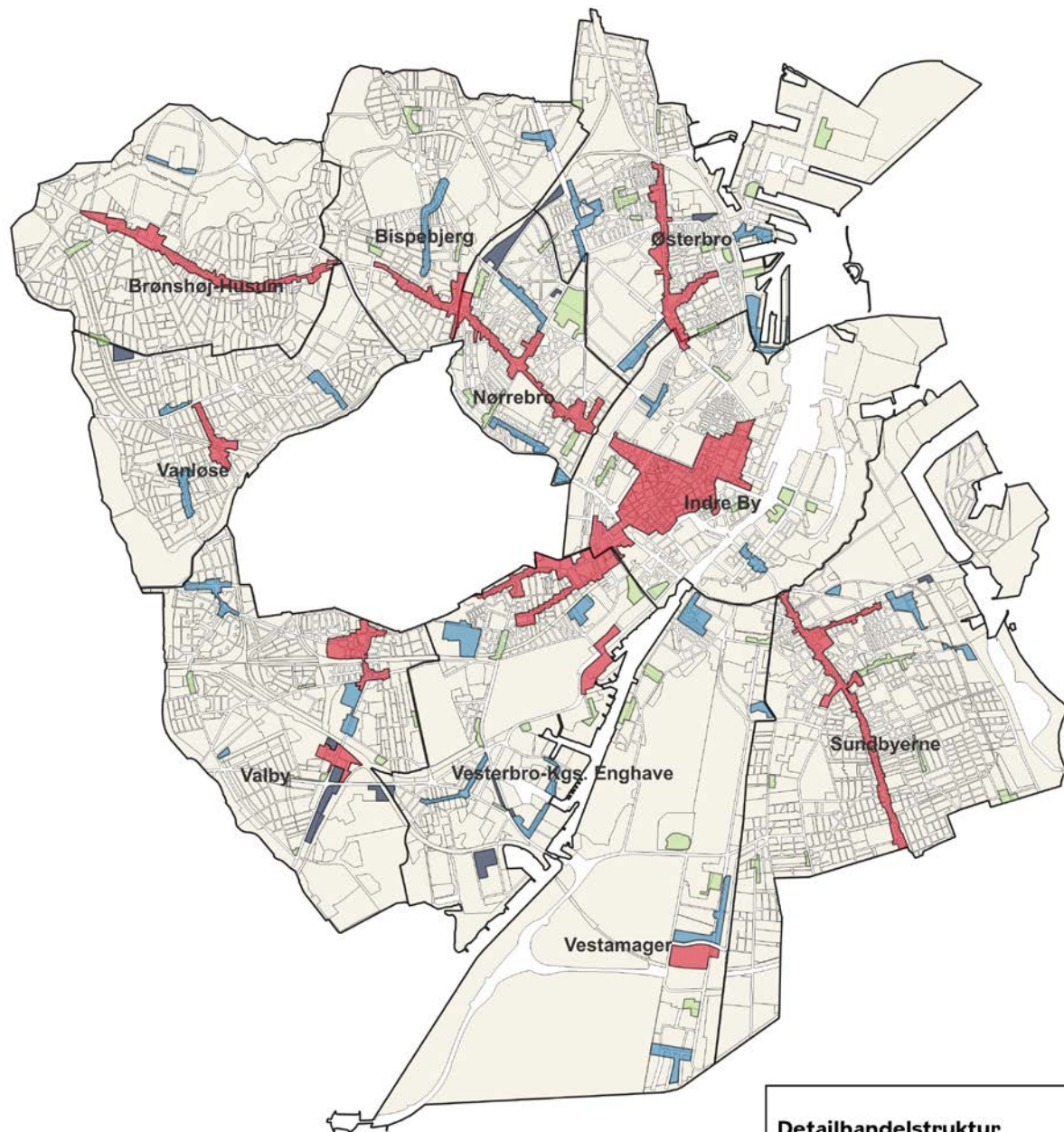
- Generelle udviklingstendenser: Analysen beskriver en række udviklingstendenser, der har påvirket – og også fremadrettet forventes at påvirke byens detailhandel.
- Udviklingen i bydelene: Analysen giver et overblik over udviklingen i kommunens ti bydele, herunder en mere detaljeret beskrivelse af udviklingen i bymidterne. Rapporten er opbygget som et opslagsværk, så beskrivelsen af de enkelte bydele kan læses selvstændigt.

Bagerst i rapporten findes et metodeafsnit og en ordforklaring.





Brønshøj-Husum



Figur 1-1 Oversigt over centerstrukturen i Kommuneplan 2019, samt de ti bydele i København

2 Konklusion

Detailhandlen er under pres

Landets detailhandel er under pres, og det gælder også i København. Den fysiske detailhandel bliver udfordret af ændrede forbrugs- og handlemønstre, herunder en fortsat øget e-handel, og alt fra madvarer til beklædning købes i stigende grad på nettet.

Færre, men større butikker

I alle kommunens ti bydele er der blevet færre butikker end i 2014. I nogle bydele er det hovedsageligt kædebutikkerne, der er lukket, mens det i andre er de små selvstændige butikker. Selv om der i dag er færre butikker, er det samlede detailhandelsareal stort set uændret. Der er dog sket en forskydning, så dagligvarearealet er blevet større, og udvalgsvarearealet er blevet mindre. Det skyldes, at mange små butikker er lukket, mens der er åbnet færre, men større og mere arealeffektive butikker, herunder bl.a. supermarkeder. Den gennemsnitlige butiksstørrelse er dermed blevet større – en tendens, som også ses på landsplan.

Styrket dagligvareforsyning

Den lokale dagligvareforsyning i København er forbedret, og der er etableret flere store dagligvarebutikker med et bredt udvalg, særligt i områder med byudvikling. Samtidigt ses der en tendens til, at lokale kiosker, små købmænd,

minimarkeder og andre mindre specialbutikker som f.eks. slagtere og blomsterhandlere lukker, oftest på grund af manglende rentabilitet, og fordi konkurrencen fra de store og mere effektive kædebutikker øges. Dagligvareomsætningen er siden 2014 steget, men stigningen i København er lidt lavere end stigningen på landsplan, på trods af en større befolkningstilvækst. Det skyldes bl.a., at københavnere spiser mere ude, handler flere dagligvarer på nettet og har et større forbrug af måltidskasser end gennemsnittet.

Færre fysiske udvalgsvarebutikker

Siden 2014 har der været tilbagegang i udvalgsvarehandlen. Der er blevet færre udvalgsvarebutikker i alle ti bydele, udvalgsvarearealet er reduceret, og udvalgsvareomsætningen er faldet på trods af befolkningstilvæksten. Den øgede konkurrence fra e-handel er en væsentlig årsag, men konkurrencen fra hovedstadsområdets øvrige regionale udbudspunkter og de seneste års færre oversøiske turister har også haft indflydelse. Ligeledes har forbrugernes øgede fokus på bæredygtighed og genbrug påvirket udviklingen. Særligt tøjbutikker og butikker med boligudstyr er lukket – varer, der i stigende grad handles på nettet og handles brugt. Dette har stor betydning for bymidterne, da især tøjbutikkernes lokalisering ofte har indflydelse på, hvor forbrugerne handler. Strukturelt ses der en

koncentrationstendens, hvor shoppingcentrene har tiltrukket og fastholdt udvalgsvarebutikker med et relativt stort areal, imens de mindre butikker i centerområderne er lukket. Også centrene har dog været nødt til at modernisere og tilpasse indretningen til de ændrede forbrugsmønstre.

Butikker lukker, og andre funktioner rykker ind

I takt med, at antallet af butikker er faldet, er antallet af servicefunktioner steget. Særligt spisesteder og behandlere har overtaget de tidligere butikslokaler i bymidterne, men tomgangen er også blevet større. I de fleste bymidter har udviklingen dog betydet, at der ikke er en markant øget tomgang.

City har stor betydning, men øget fokus på oplevelser

City er fortsat landet mest betydende udbudspunkt for detailhandel. Her er det største udbud af udvalgsvarebutikker med en særlig kombination af internationale flagship stores, kædebutikker, nye butikskoncepter, små specialbutikker og kundeorienterede servicefunktioner, som i samspil giver kunderne en unik shopping-oplevelse. Selvom City står stærkt regionalt, er konkurrencen fra hovedstadens andre regionale udbudspunkter dog skærpet, og bymidten har mistet noget af sin betydning som indkøbssted.



Som destination har City ændret karakter. Shopping er i mindre grad hovedårsagen til besøget, og City er i højere grad blevet en oplevelsesdestination, hvor de besøgende tiltrækkes af bylivet, det stigende antal spisesteder og kulturtilbuddene. Detailhandelen fylder mindre i gadebilledet, og City har siden 2014 fået 127 færre butikker, men 83 flere spisesteder.

I City har de mange butikslukninger sat sit præg, og på Strøget og Købmagergade er hver tiende butik lukket siden 2014. Butikkerne i de mest centrale gader er ikke i samme omfang blevet erstattet af servicefunktioner, som det ses de fleste andre steder, og mere end 100 lokaler i City står tomme, hvilket påvirker oplevelsen af det samlede bymiljø.

Turister skaber fortsat omsætning

Turisterne i København stod for knap en femtedel af detailhandelsomsætningen i 2022. Efter en periode med færre turister pga. covid-19, er

turisterne nu i vidt omfang tilbage i samme antal som før. S sammensætningen har imidlertid ændret sig, og der ses flere danske og færre udenlandske turister. Særligt de oversøiske turister, herunder de kinesiske, der udgjorde en meget væsentlig del af de mest købestærke turister før covid-19, er ikke tilbage i samme omfang. Specielt de indenlandske turister handler i mindre grad end tidligere i Indre By.

Nye krav til butikker og byliv

I perioden frem til og med 2035 forventes det, at antallet af butikker fortsat vil falde, mens antallet af servicefunktioner vil stige. Den regionale konkurrence forventes yderligere skærpet, og i takt med, at antallet af butikker falder, vil der være en fortsat koncentrationstendens inden for især udvalgsvarerhandlen.

E-handel vil fortsat være en gamechanger. En øget e-handel vil betyde, at en væsentlig del af især udvalgsvarerforbruget vil blive dækket ved

køb uden for de fysiske butikker. Det vil betyde, at konkurrencesituationen yderligere skærpes for alle udbudspunkter i Københavns Kommune.

Fremadrettet vil bymidten i endnu højere grad blive et mødested, hvor den besøgende kan finde alle former for servicefunktioner. Shopping bliver i stigende grad en udflugt og en oplevelse. Fremtidens butikker vil derfor også have større fokus på oplevelser, hvilket i nogle tilfælde vil kræve større arealer. Andre koncepter vil kunne klare sig med et mindre areal og i højere grad fungere som showrooms. Grænserne mellem online-handlen og de fysiske butikker vil blive mere flydende. I takt med at kunderne i højere grad søger mod oplevelser, opstår der også nye butikstyper; f.eks. hybridbutikker, der dækker over flere brancher og kombinerer detailhandel og serviceerhverv - en tendens, der ses allerede ses i dag.

3 Detailhandlens udvikling 2014 til 2023

I perioden 2014 til 2023 ses følgende udvikling:

- Der er blevet færre butikker, men butikkerne er gennemsnitligt blevet større. Det skyldes, at der er blevet 8 % færre dagligvarebutikker og 16 % færre udvalgswarebutikker, imens det samlede areal er nogenlunde konstant. Udviklingen dækker over en stigning i arealet til dagligvarer og et fald i arealet til udvalgsvarer.
- Dagligvareomsætningen i kommunen er steget 23 % i perioden 2013–2022, hvilket ikke er steget i takt med forbrugsvæksten på 30 %, og stigningen i omsætningen er mindre end landsgennemsnittet på 25 %. Det skyldes, at de københavnske forbrugere har et højere forbrug af måltidskasser, køb af dagligvarer online og udespisning end gennemsnittet.
- Den lokale dagligvareforsyning er styrket, og trods et fald i antallet af butikker er areal og omsætning steget i alle bydele. Der er blevet færre købmænd, kiosker og specialvarebutikker såsom grønthandlere, fiskehandlere og slagtere, mens de er kommet flere store dagligvarebutikker med kædetilknytning.
- Udvalgswareomsætningen er faldet 11 % i perioden 2013 til 2022. Det betyder, at de fysiske udvalgswarebutikker i København har mistet betydning. Den øgede konkurrence

Tablet 3-1 Oversigt over detailhandelen i København 2014 og 2023

	Dagligvarer		Udvalgsvarer		Særligt pladskrævende		I alt	
	2014	2023	2014	2023	2014	2023	2014	2023
Antal butikker	1.333	1.230	2.742	2.301	52	69	4.127	3.600
Areal (m ²)	362.700	413.100	623.200	603.100	100.700	104.700	1.086.600	1.120.900
Omsætning inkl. moms	16,40 mia.kr.	20,22 mia.kr.	19,92 mia.kr.	17,62 mia.kr.	-	-	36,32 mia.kr.	37,84 mia.kr.
Handelsbalance	104 %	99 %	159 %	109 %	-	-	128 %	103 %

fra e-handel er en væsentlig faktor, men de omkringliggende regionale udbudspunkter og de store udvalgswarebutikker samt et svigt i de oversøiske turister i 2022 har også indflydelse.

- Det er især beklædningsbutikkerne, der er forsvundet. I alt er 23 % af beklædningsbutikkerne er forsvundet siden 2014. Det har betydning for bydelene, da beklædningsbutikkerne ofte har indflydelse på, hvor forbrugerne vælger at shoppe.
- Københavns City har mistet betydning som indkøbssted. Godt 38 % af tøjbutikkerne er forsvundet på Strøget. City har fortsat ubetinget det største udbud af butikker, men bliver ikke i samme omfang tilvalgt til shopping. Landets største handelsdestination er i stigende grad blevet en oplevelsesdestination.

- De fleste bymidter har fået flere servicefunktioner i tidligere butikslokaler, hvilket bidrager positivt til bylivet. Der er især kommet flere spisesteder.
- I de fleste bymidter er antallet af tomme lokaler på nogenlunde samme niveau som i 2014. Dog er tomgangen i City steget væsentligt – antallet af tomme lokaler i landets hovedstad er steget fra 5 % i 2014 til 11 % i 2023. De mest centrale gader Strøget og Købmagergade har en tomgang på 14 %. Her er butikkerne ikke erstattet af servicefunktioner. Det har en betydning for attraktiviteten af bymidten og bylivet.
- Der er kommet flere butikker med særligt pladskrævende varer. Flere har tilpasset butiksformatet til den tætte bystruktur med et mindre butiksareal, end de normalt etablerer.

Befolknings- og forbrugsudvikling siden 2014

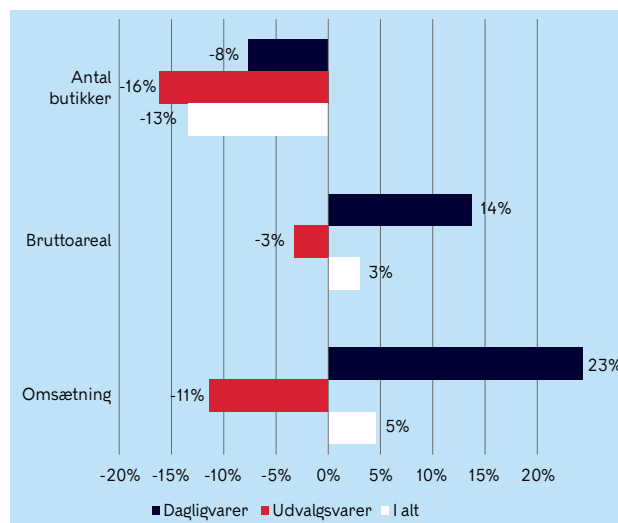
Der bor ca. 654.000 borgere i Københavns Kommune i 2023. Siden detailhandelsanalysen i 2014 er befolkningstallet steget med 15 %. Alle bydele har haft befolkningsvækst; mest markant er væksten på Vestamager, på Vesterbro og i Valby, hvor der er etableret mange nye boliger.

Frem til og med 2035 forventes en befolkningsvækst på 10 % i Københavns Kommune. I enkelte bydele vil befolkningstallet være stort set uændret, mens der fortsat forventes markant befolkningsvækst på Vestamager og Vesterbro i takt med byudviklingen.

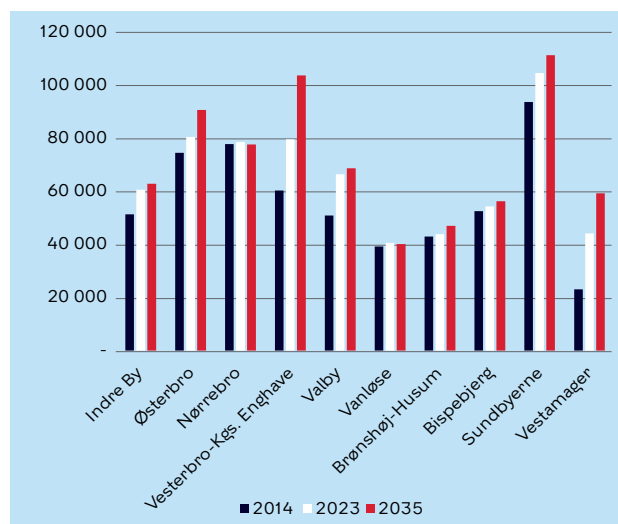
Forbruget viser, hvor mange penge indbyggerne i Københavns Kommune bruger til detailhandelsvarer, men tager ikke højde for, om pengene benyttes i de fysiske butikker, ved e-handel eller i forbindelse med rejser uden for København.

Indbyggerne i Københavns Kommune vurderes at have haft et samlet forbrug på ca. 36,8 mia. kr. i 2022. Heraf udgør dagligvareforbruget ca. 56 % (ca. 20,5 mia. kr.) og udvalgsvarerforbruget 44 % (16,3 mia. kr.)

Forbruget i København er steget 30 % (ca. 8,5 mia. kr.) i perioden 2013–2022, hvilket primært skyldes befolkningsvæksten. Til sammenligning var den generelle forbrugsvækst i Danmark på omkring 14 % i samme periode. Dagligvareforbruget er generelt steget 22 %, mens beklædningsforbruget er faldet 5 %, og forbruget af øvrige udvalgsvarer er steget 6 %.



Figur 3-1 Oversigt over udviklingen i Københavns Kommune, 2014 til 2023



Figur 3-2 Befolkningsudvikling i Københavns bydele i 2014, 2023 og prognose for ultimo 2035

Det har mærkbar betydning for detailhandelen i København, at andelen af det samlede dagligvare- og udvalgsvarerforbrug, der går gennem e-handelskanaler i København, vurderes at være højere end landsgennemsnittet, bl.a. fordi Københavnerne generelt har en tendens til at omfavne nye teknologier og shoppingvaner.

E-handel med både dagligvarer og udvalgsvarer er på landsplan steget væsentligt siden 2014. E-handel med dagligvarer er steget fra at udgøre 1-2 % i 2014 til 3 % i 2022, mens e-handel udgjorde 15 % af udvalgsvarerforbruget i 2015, mens det udgør 23 % af det samlede udvalgsvarerforbrug i 2022 på landsplan.

Detailhandelsudvikling i København – perioden 2014 til 2023

Større detailhandelsprojekter siden 2014

Der har i perioden 2014 til 2023 været en række større detailhandelsprojekter i Københavns Kommune, som har haft betydning for udviklingen. Detailhandelsprojekterne er generelt etableret i forbindelse med boligudbygningerne i blandt andet Nordhavn, Sluseholmen-Teglholmen og i Carlsbergbyen. Her er etableret både detailhandel og kundeorienterede servicefunktioner. Dagligvarer er primært til lokalområdernes forsyning, men især i Nordhavn og i Carlsbergbyen ligger markante udvalgsvarerbutikker og spisesteder, som tiltrækker kunder fra et større opland.

Amager Centret har gennemgået en ombygning, renovering og udvidelse, mens Field's har fået tilføjet en biograf og flere publikumsorienterede funktioner. I Vanløse blev shoppingcentret Kronen etableret i 2017 og har tilført flere kædebutikker til bydelen. Centret gennemgår i øjeblikket en ombygning for at styrke den lokale tilknytning med større fokus på andre funktioner end detailhandel og en markant opgradering af spisesteder og grønne opholdsrum. Fisketorvet er i gang med en omfattende renovering af især deres bespisningsområde, hvilket midlertidigt har betydning for antallet af butikker i centret samt for omsætningen i 2022.

Herudover er byggemarkedet Bauhaus etableret i Valby på godt 15.000 m².

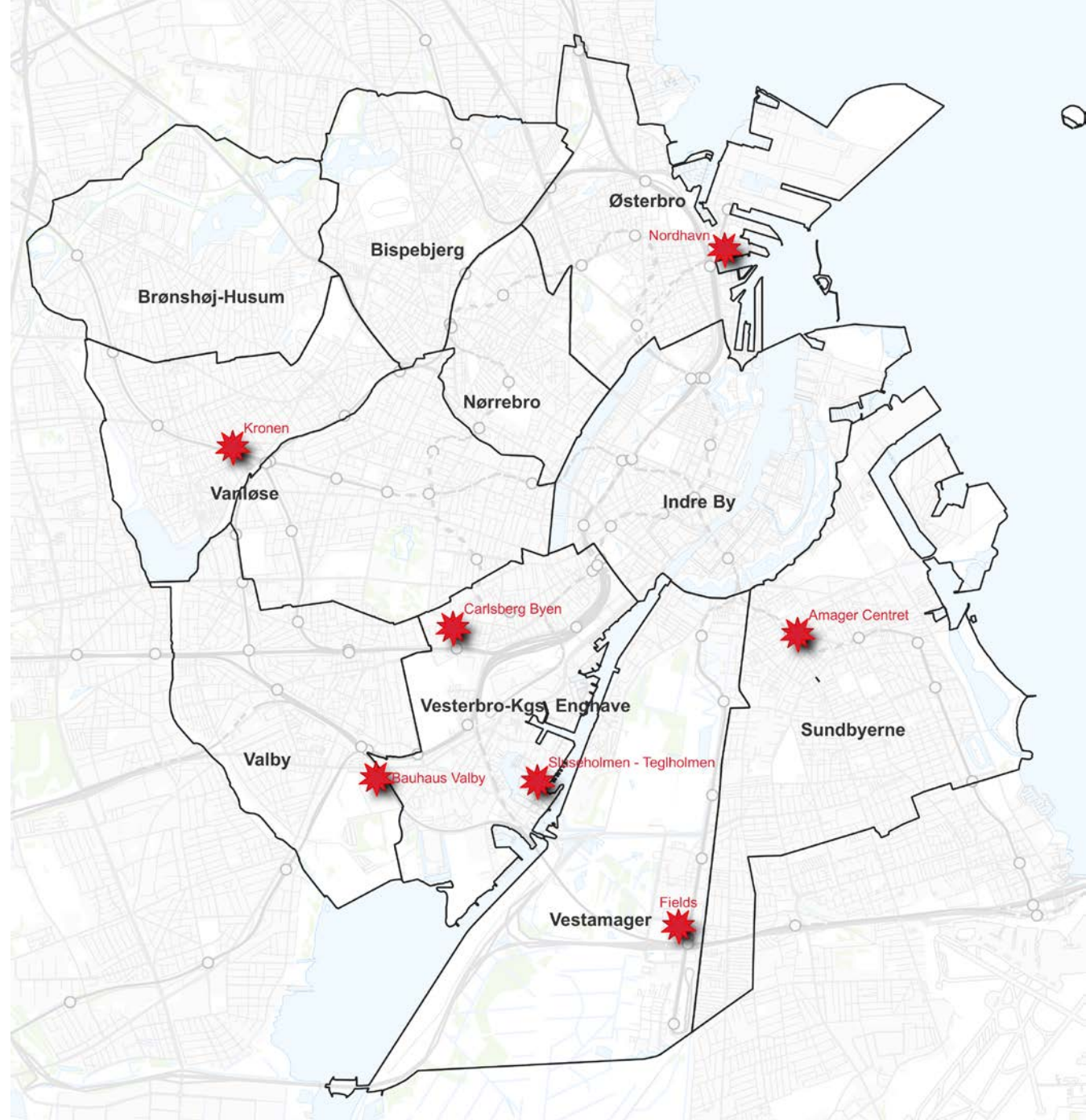
Dagligvarer

Siden 2014 er antallet af dagligvarebutikker faldet med 8 %, svarende til knap 100 butikker. De fleste bydele har mistet dagligvarebutikker; kun på Vestamager, hvor der har været en markant befolkningsvækst, er der sket en vækst i antallet af dagligvarebutikker.

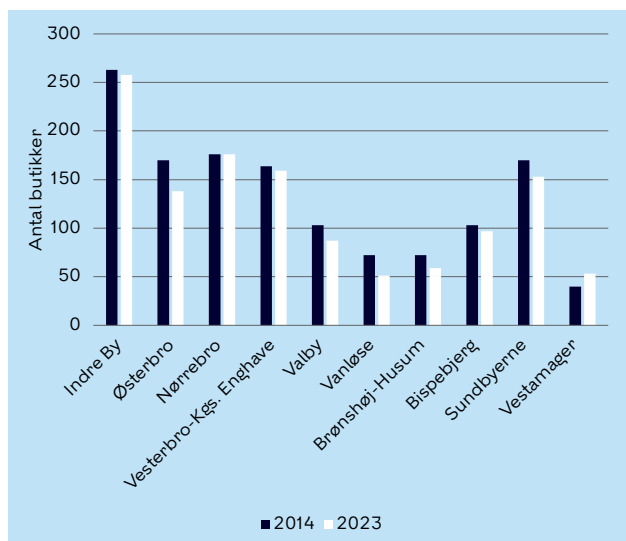
Selv om antallet af dagligvarebutikker er faldet, er arealet til dagligvarebutikker steget med 14 %. I 2023 er der altså færre, men større dagligbutikker, sammenlignet med 2014.

Der er blevet færre af de mindre købmænd og kiosker samt specialiserede fødevarerbutikker såsom grønthandlere, fiskehandlere og slagtere, mens de store dagligvarekæder har åbnet flere butikker. Samme tendens ses på landsplan, hvor antallet af dagligvarebutikker er faldet med ca. 6 %.

Samlet set har kommunen ca. 1.230 dagligvarebutikker med et butiksareal på ca. 412.000 m².



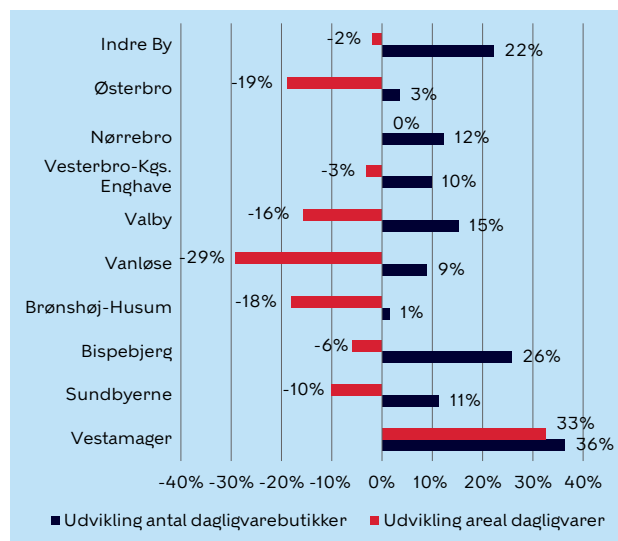
Figur 3-3 Større detailhandelsprojekter i perioden 2014 til 2023



Figur 3-4 Udviklingen i antallet af dagligvarebutikker i Københavns bydele 2014-2023

Den samlede dagligvareomsætning i kommunen er steget med 23 % til ca. 20,2 mia. kr. Trods den betydelige befolkningsstigning i Københavns Kommune på 15 %, er dagligvareomsætningen i kommunen ikke steget i takt med landsgennemsnittet. På landsplan er dagligvareomsætningen steget 25 %, mens befolkningstallet er steget 5 %. Dette kan skyldes, at de københavnske forbrugere i højere grad end landsgennemsnittet køber dagligvarer online gennem forskellige udbydere eller i form af måltidkasser.

E-handel med dagligvarer fik et gennembrud under covid-19, hvor flere af de traditionelle dagligvarekæder lancerede e-handelsløsninger. Flere løsninger blev dog nedlagt primo 2023.



Figur 3-5 Udviklingen i antal dagligvarebutikker og butiksareal til dagligvarer i Københavns bydele 2014-2023.

En betydelig del af dagligvareforbruget i Københavns Kommune er konverteret til forbrug, der anvendes på byens spisesteder. Antallet af spisesteder alene i bymidterne er steget med 20 % siden 2014.

Endelig har nye distributionskoncepter etableret sig i København med "dark stores", som er butikslokaler uden udadvendte funktioner og lukkede butiksfacader. Disse leverer dagligvarer direkte til kunderne med en leveringstid på ned til 30 minutter, hvilket også udfordrer den fysiske detailhandel med dagligvarer. Da lagrene er ikke detailhandelsbutikker, kan de ikke reguleres i detailhandelsplanlægningen.

E-handel med dagligvarer vurderes at udgøre 4-6 % af det samlede dagligvareforbrug i Køben-

havn, mens den på landsplan vurderes at udgøre 3 %. Forskellen skal ses i sammenhæng med, at der i København generelt er en højere koncentration af unge, højtuddannede og børnefamilier, som overordnet set e-handler mere end gennemsnittet. Samtidig er distributionsnettet for e-handel med dagligvarer mere udbygget i København. Det vurderes, at e-handel med dagligvarer i 2034 vil udgøre ca. 10 % i København.

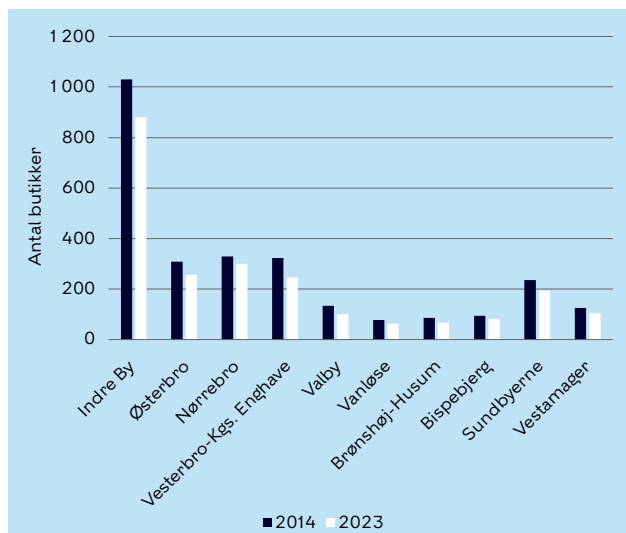
Udvalgsvarer

Der er færre udvalgsvarerbutikker i København i dag end i 2014. Antallet af udvalgsvarerbutikker er faldet med 16 %, svarende til ca. 450 butikker. Alle bydele har mistet udvalgsvarerbutikker. Mest markant er nedgangen i Indre By, hvor koncentrationen af butikker er størst - her er mere end 200 udvalgsvarerbutikker lukket siden 2014. Procentvis er der lukket flest udvalgsvarerbutikker i Valby og Brønshøj-Husum.

Tendensen med færre udvalgsvarerbutikker ses også på landsplan, hvor antallet af udvalgsvarerbutikker er faldet med ca. 12 %.

Det er især beklædnings- og boligudstyrbutikker, der er forsvundet i København. Samme tendens ses på landsplan. I alt er 23 % af beklædningsbutikkerne og 24 % af boligudstyrbutikkerne forsvundet i kommunen. Især Indre By, Østerbro, Vesterbro og Sundbyerne har mistet beklædningsbutikker, mens Vanløse, Bispebjerg, Valby og Vestamager har mistet boligudstyrbutikker. Omvendt er antallet af butikker med øvrige udvalgsvarer i alle bydele relativt konstant.

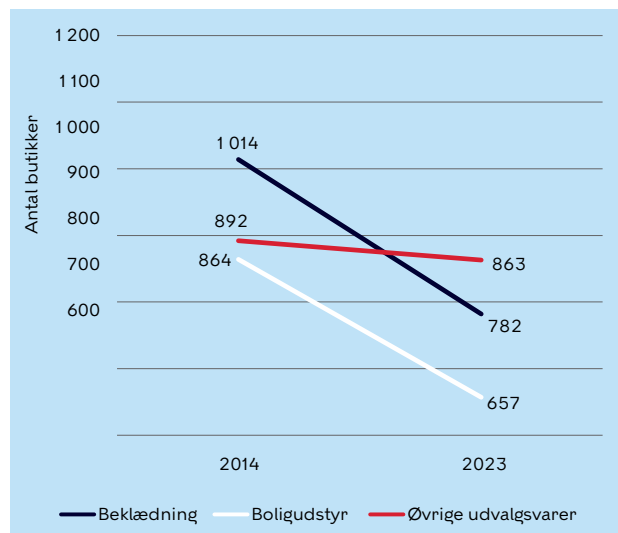
Tilbagegangen i antallet af beklædnings- og boligudstyrbutikker afspejles også i udviklingen i kædeandelene i de enkelte bydele og især i



Figur 3-6 Udviklingen i antallet af udvalgsvarebutikker i Københavns bydele 2014-2023

bymidterne. Kædeandelen har betydning for et udbudspunkts styrke, især fordi kædebutikkerne har nogle fordele ved et indkøbssamarbejde, ensartede butikker, landsdækkende bytteservice, gavekort og ikke mindst mulighed for et større markedsføringsprogram end en enkeltstående, uprofileret butik. Kædeandelen for især beklædningsbutikker er faldet i København fra godt halvdelen af butikkerne var medlem af en kæde til kun 40 %. Især er kædeandelen for beklædning faldet i Indre By, Østerbro og Nørrebro, mens den er steget i Sundby, Bispebjerg og Vanløse. Stigning skyldes primært shoppingcentrene, som er i bydelene.

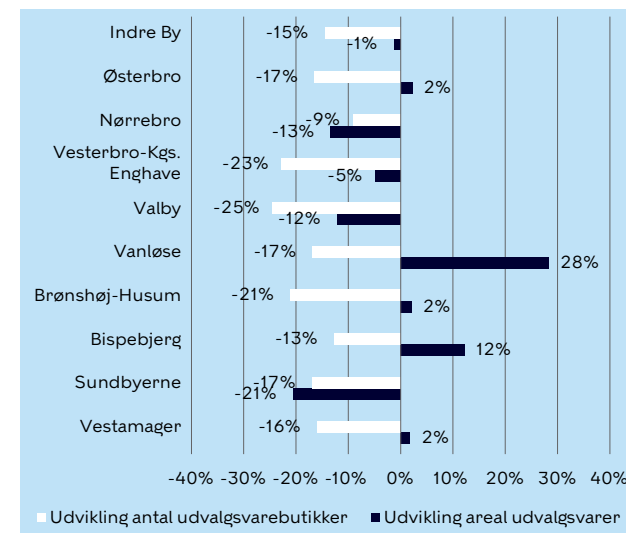
Det er vigtigt at understrege, at kædebutikker ikke i sig selv giver en attraktiv bymidte. Det er ligeledes vigtigt fortsat at have et rigt udbud af lokale butik-



Figur 3-7 Udviklingen i antal udvalgsvarebutikker fordelt på beklædning, boligudstyr og øvrige udvalgsvarer

ker, som ikke nødvendigvis ligner de kædebutikker, som findes alle steder. De lokale er med til at gøre butikslivet specielt og er dermed med til at profilere et udbudspunkt.

Arealet til udvalgsvarebutikker er kun faldet med 3 %, og således er udvalgsvarebutikkerne generelt blevet større. I de fleste bydele er den gennemsnitlige butiksstørrelse steget over 20 %. Det er kun på Nørrebro og Sundbyerne, at udvalgsvarebutikkerne er blevet marginalt mindre. I Sundby er udbuddet blevet styrket med enkelte store butikker, især i Amager Centret, mens knap hver tredje beklædningsbutik på Amagerbrogade er lukket siden 2014. Herudover er der lukket en stor møbelbutik på Strandlodsvej. På Nørrebro er der ligeledes forsvundet udvalgsvarebutikker - primært en del kædebutikker.



Figur 3-8 Udviklingen i antal udvalgsvarebutikker og butiksareal til udvalgsvarer i Københavns bydele 2014-2023

Vanløse og Bispebjerg har begge oplevet et fald i antallet af udvalgsvarebutikker, men arealet er steget. Mens shoppingcentrene i bydelene har tiltrukket og fastholdt udvalgsvarebutikker med et relativt stort areal, har den generelle strukturudvikling resulteret i lukning af de mindre butikker.

Den samlede udvalgsvareomsætning i kommunen er faldet med 11 % til ca. 17,7 mia. kr. i 2022.

Den samlede udvalgsvareomsætning er i samme periode steget med 33 % på landsplan. Det er ikke muligt at skille internethandel ud fra den samlede detailhandelsomsætningstal på landsplan, da en lang række detailhandelsvirksomheder både har fysisk handel og e-handel. Som en indikation på udviklingen i e-handel er omsætningstallet faldet for beklædning, mens branchens internethandel



Nørrebro

og postordre i samme periode er fordoblet. Det vurderes, at en stor del af væksten i udvalgsvarerhandelen er gået gennem e-handelskanaler.

Det vurderes, at den fysiske detailhandel, især i bymidterne, generelt ikke har mærket væksten i forbruget. Etablering af storbutikker uden for bymidterne har betydet, at omsætningerne her har været under pres. Storbutikkerne kan være svære at indpasse i Københavns tæt bebyggede struktur, da de kræver store arealer og god tilgængelighed med bil. Etableringen af flere storbutiksområder og opgradering af de eksisterende storbutiksområder for eksempel i Herlev, Glostrup og Ishøj har en betydning for konkurrencesituationen.

Samtidig har flere regionale shoppingcentre i hovedstaden moderniseret og udbygget, hvilket har haft en betydning for især City som regionalt udbudspunkt.

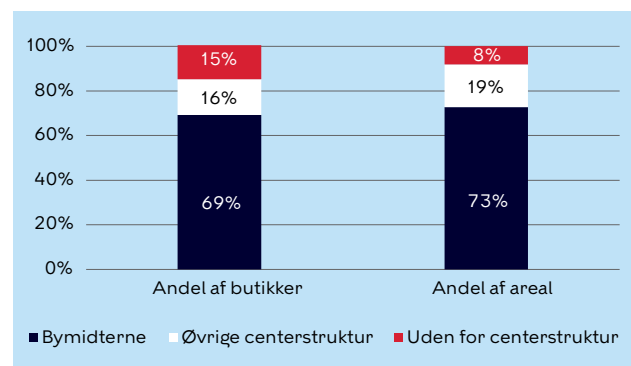
Udviklingen i butiksstørrelser i centerstrukturen

Bymidterne har fortsat den største koncentration af butikker i kommunen, og de har en stor betydning for detailhandelen og bylivet i øvrigt. Syv ud af ti butikker ligger i dag i bymidterne, og fordelingen har ikke ændret sig væsentligt siden 2014. Ligeledes er fordelingen af arealet i centerstrukturen stort set uændret.

Den gennemsnitlige butiksstørrelse i bymidterne er steget markant for både udvalgsvarerbutikker og dagligvarerbutikker. Det skyldes primært lukningen af mange små butikker og åbningen af færre, men større enheder, bl.a. i butikscentrene. I den øvrige centerstruktur er den gennemsnitlige butiksstørrelse for dagligvarer blevet væsentligt større, da der er åbnet en række store supermarkeder og discountbutikker på over 1.000 m², bl.a. i forbindelse med byudvikling.

Tabel 3-2 Gennemsnitlig butiksstørrelse i centerstrukturen 2023 og 2014

	Udvalgsvarerbutikker			Dagligvarerbutikker		
	2014	2023	Udvikling	2014	2023	Udvikling
Bymidterne	240 m ²	285 m ²	19%	280 m ²	340 m ²	21%
Den øvrige centerstruktur	215 m ²	210 m ²	-2%	350 m ²	470 m ²	34%
Uden for centerstrukturen	135 m ²	145 m ²	7%	160 m ²	165 m ²	3%



Figur 3-9 Fordelingen af butikker og butiksareal i centerstrukturen, 2023

Butikker til særligt pladskrævende varegrupper (SPV)

Der er kommet flere butikker med særligt pladskrævende varegrupper (SPV) i København. Butikkerne er dog gennemsnitligt blevet mindre, modsat udviklingen i resten af detailhandelen. Flere byggemarkedskæder og kæder, der forhandler køkkener og biler har tilpasset sig til markedet med nye butiksmatemer, der i højere grad kan indpasses ind i den tætte bystruktur. Således er antallet af butikker til SPV steget med 33 %, mens arealet kun er steget med 4 %.

Handelsbalancen

Handelsbalancen viser forholdet mellem københavnernes forbrug og butikkernes omsætning i København Kommune.

Dagligvarer

Handelsbalancen for dagligvarer var ca. 99 % i 2022 – det vil sige, at dagligvareomsætningen i kommunen var ca. 1 % mindre end københavnernes samlede dagligvareforbrug. Handelsbalancen er hermed generelt på niveau med forbruget i kommunen, hvilket også hænger sammen med, at dagligvarer oftest købes så tæt på bopælen som muligt.

I de fleste bydele har handelsbalancen været faldende – kun bydelene Indre By, Østerbro og Vanløse har haft en mindre fremgang. Faldet skyldes den øgede konkurrence fra e-handel med dagligvarer, måltidskasser samt en fortsat øget udespisning. Dagligvareudbuddet er samtidig blevet styrket i kommunen, og især i Indre By, Østerbro og Vanløse som har fået en række store dagligvarebutikker. Den samlede handelsbalance for dagligvarer faldet fra 104 % i 2013 til 99 % i 2022.

Faldet i handelsbalancen for dagligvarer på Vestamager skyldes, at dagligvarebutikkerne og shoppingcentret er en del af udbygningen af hele Ørestaden. I 2022 er man således tættere på en

fuld udbygning, end man var i 2013, og dermed er det lokale forbrug steget, hvilket påvirker handelsbalancen.

Indre by har en høj handelsbalance for dagligvarer, idet City tiltrækker kunder fra et stort opland, samt beskæftigede og turister i byen. Dagligvareudbuddet i City er dog fortsat i høj grad præget af mindre suppleringskøb, specialiserede dagligvarer samt mere shoppingprægede dagligvarer som parfume og kosmetik, der i øvrigt er blevet udfordret af en øget e-handel.

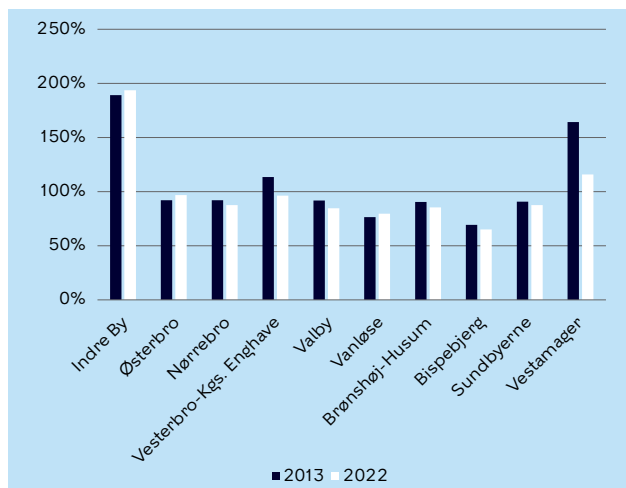
Dagligvarehandlen er ellers generelt jævnt fordelt i kommunen med en handelsbalance i de enkelte bydele på mindst 80 %; kun Bispebjerg har en lavere dækningsgrad.

Udvalgsvarer

Handelsbalancen for udvalgsvarer var 108 % i 2022 – det vil sige, at udvalgsvareomsætningen i kommunen var ca. 8 % større end københavnernes samlede udvalgsvarerforbrug. Kommunen tiltrækker således fortsat en del forbrugere, som er bosat uden for kommunen.

Siden 2013 er handelsbalancen for udvalgsvarer faldet markant fra 159 % til 108 %, hvilket betyder, at København har mistet position som indkøbssted for udvalgsvarer. En væsentlig årsag er den øgede konkurrence fra e-handel, men også de omkringliggende regionale udbudspunkter og store udvalgsvarerbutikker samt et svigt i antal turister har betydning. Måske afspejler udviklingen også en større bevidsthed om forbrugets afledte miljøeffekter.

Handelsbalancen for udvalgsvarer afspejler, at udvalgsvarerhandelen er koncentreret i enkelte større udbudspunkter, herunder særligt Indre By og

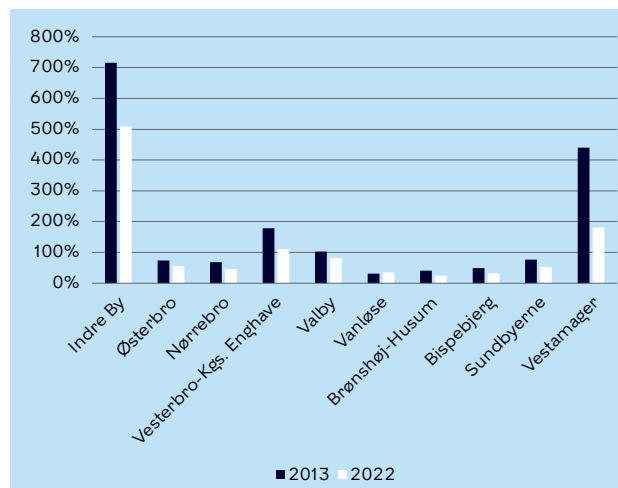


Figur 3-10 Udviklingen i handelsbalancen for dagligvarer Københavns bydele 2013–2022

Field's på Vestamager. I alle bydele er handelsbalancen faldet, men især Indre By er ramt.

København er fortsat landets største udbudspunkt, og forbrugerne er fortsat i høj grad villige til at bevæge sig længere ved køb af udvalgsvarer end dagligvarer. Men der er et øget fokus på andre oplevelser end detailhandel og især Indre By bliver ikke i samme omfang som tidligere brugt som indkøbsdestination, men i højere grad som oplevelsesdestination.

Faldet i handelsbalancen på Vestamager er alene begrundet i, at antallet af borgere i bydelen er steget markant siden 2013. Detailhandelen på Vestamager fremstår som minimum lige så stærk som i 2013, men har fået et større lokalt opland.



Figur 3-11 Udviklingen i handelsbalancen for udvalgsvarer i Københavns bydele 2013–2022

Turismens betydning for omsætningen

Samtaler med aktører inden for detailhandelen og inden for ejendomsinvestering fortæller, at de indenlandske turister i mindre grad end tidligere handler i butikkerne i Indre By. I højere grad end tidligere bruger de butikkerne som inspiration, mens de bruger spisestederne og hygger sig.

Ifølge Danmarks Statistik var der ca. 10,2 mio. overnattende turister i København i løbet af 2022, heraf udgjorde udenlandske turister 55 %. Siden 2014 er antal overnatninger i København steget knap 50 %. I 2022 var 45 % af de overnattende danskere, europæere udgjorde 45 %, amerikanere 6 %, mens godt 2 % af de overnattende var fra Asien og 2 % fra den øvrige verden. De europæiske turister var især svenskere, nordmænd, tyskere og englændere.





VisitDenmark har i 2020 opgjort turismeforbruget i Københavns Kommune for detailhandel. Ifølge deres opgørelser udgør dagligvarer 45 % af det samlede detailhandelsforbrug fra turister. Dagligvareforbruget er størst fra de danske turister, mens udvalgsvareforbruget tilsvarende er størst fra udenlandske turister.

Andre analyser viser, at udenlandske turister har et større døgnforbrug end danskere. Udenlandske storbyturister i København forbruger 90 % mere i døgnet end en gennemsnitlig dansk turist.

Det er vanskeligt at opgøre andelen af omsætning i København fra borgere bosat i hovedstaden, danske turister og udenlandske turister, samt på dagligvarer og udvalgsvarer.

Ifølge VisitDenmark og Center for Regional- & Turismeforskning vurderes det, at turisterne (både udenlandske og indenlandske) i København brugte knap 7 mia. kr. inkl. moms i butikkerne i København i 2022, hvilket svarer til ca. 18 % af den samlede omsætning i butikkerne. Turisterne er i vidt omfang tilbage efter covid-19 i 2021 og 2022 i antal, men sammensætningen er ikke den samme. De oversøiske turister og især de kinesiske turister, der udgjorde en meget væsentlig del af de mest købestærke turister før covid, er ikke tilbage i samme omfang.

Set i forhold til handelsbalancerne, indkøbsmønstrene, det samlede forbrug i København og hovedstadsområdet i øvrigt vurderes forbrugerne fra det øvrige hovedstadsområde at købe for omkring 4,5 mia. kr. i Københavns Kommune. Det svarer til, at 13 % af den samlede omsætning i København stammer fra forbrugere fra det øvrige hovedstadsområde. Konkurrencen er siden 2013 skærpet fra de omkringliggende regionale centre og store udvalgsvarebutikker, samtidig med, at forbrugerne i hovedstaden også i højere grad køber på internettet. Hermed vurderes den samlede andel af omsætning fra forbrugere fra det øvrige hovedstadsområde at være faldet i forhold til 2013.



Brønshøj-Husum

Tabel 3-3 Andel af detailhandelsomsætning i København fordelt på forbrugere*

	2013	2022
Københavnerne	65 %	69 %
Øvrige hovedstadsområde	15 %	13 %
Øvrige (turister)	20 %	18 %

*Vurderinger baseret på vores kendskab til forbrug, indkøbsmønstre samt viden om turisme. Tallene skal ses som et niveau og er ikke eksakte.

Konkurrencesituationen

Det er ikke kun e-handel, der har skærpet konkurrencesituationen, og som fremover forventes at betyde hårdere konkurrence. En styrket fysisk detailhandel i hovedstadsområdet uden for København har også betydning.

I omegnskommunerne Glostrup, Ishøj, Høje-Taastrup, Lyngby-Taarbæk, Rødovre og Herlev er der kommet eller udbygget eksisterende, væsentlige koncentrationer af store udvalgs varebutikker.

I Glostrup er der ved Hovedvejen og op Hermods Allé etableret boksbutikker fra en række kædekoncepter, der tiltrækker forbrugere fra et større opland. Ligeledes åbnede shoppingcentret BIG i Herlev (45.000 m²) i 2015 med en koncentration af store udvalgs varebutikker, som ligeledes tiltrækker regionale kunder.

Den regionale konkurrence er skærpet, især fordi shoppingcentre som f.eks. Rødovre Centrum, Lyngby Storcenter og Frederiksberg Centret har udvidet og moderniseret. Samtidig har butikskoncepter, som tidligere kun var repræsenteret i City, etableret konceptbutikker i

de regionale udbudspunkter. Det tiltrækker ikke nødvendigvis københavnere i nævneværdig grad, men fastholder i højere grad de lokale borgerne og appellerer til kunderne i oplandet som alternativ til en shoppingtur i Københavns City. Her er tilgængeligheden med bil og parkering ofte et konkurrenceparameter.

Den regionale konkurrence og etableringen af boksbutikker i hovedstaden har betydning for mulighederne for etablering af detailhandel, også i Københavns Kommune. Især for bydelene Vanløse, Valby og Brønshøj-Husum, som ligger tæt på et stærkt udbudspunkt, har det betydning for udviklingsmulighederne af detailhandelen.

4 Generelle udviklingstendenser

Generelt har detailhandelen i Danmark været igennem nogle turbulente år. Dette ser ud til at fortsætte. Der vil altid være faktorer og begivenheder, som præger hele verdensøkonomien. Men de seneste år har især covid-19, krig i Europa, energikrise, inflation og en øget fokus på klimaet været med til at sætte dagsordener, hvilket har påvirket både forbrugets størrelse, sammensætning og detailhandelen. Især Corona har skubbet til nogle af de tendenser, der allerede var i gang.

Nedlukningerne som følge af covid-19-pandemien fik for alvor sat skub i e-handelsudviklingen, især med dagligvarer. De fysiske butikker fandt nye salgskanaler som Live-Shopping og salg via sociale medier. Herudover har der været en tendens til, at kunderne har handlet mere lokalt.

Nedlukningerne af de fysiske butikker i byerne fik for alvor danskernes øjne op for, hvordan en by vil se ud uden butikker, og det fik flere til at støtte op om de lokale butikker, og i mindre grad f.eks. vælge de store regionale shoppingcentre. Handelsstandsforeningerne fik flere medlemmer, da man opdagede, at sammenhold var vigtigt og de enkelte butikker blev stærkere ved at hjælpe hinanden.

Samtidig har klima- og bæredygtighedsdagsordenen fået et helt andet fokus også i detailhan-

delen. De seneste år har der været en stigning i antallet af butikker med fokus på bæredygtighed og genbrug. Siden 2014 er antallet af genbrugsbutikker steget med 50 % på landsplan. Det er ikke længere kun de klassiske genbrugsbutikker, der ses i gadebilledet, men også secondhandbutikker med kommissionssalg, brugt elektronik, loppemarkeder og nye butikskoncepter, hvor man kan bytte og leje produkter. I 2023 har 80 % af danskerne ifølge GenbrugsIndexet købt og/eller solgt genbrugsvarer. Flere kædebutikker har også fokus på gensalg af produkter samt reparation. Secondhand-markedet forventes fortsat at vokse i de kommende år – både inden for detailhandel, men også onlinesalg mellem private. Online-platformer som DBA, Trendsales, Reshopper og sociale medier som Facebook og Instagram er væsentlige salgskanaler. Ifølge GenbrugsIndexet handler 84 % af danskerne genbrug på en online-plattform og omkring 80 % af danskerne besøger genbrugs-/vintage-butikker og loppemarkeder.

På længere sigt er det vanskeligt at forudsige, hvordan forbrugernes adfærd vil ændre sig. Der kan opstå mange spørgsmål, såsom vil der fortsat være fokus på at handle mere lokalt? Vil handel på nettet accelerere til et højere niveau? Hvordan vil byernes indretning blive påvirket?

I løbet af det seneste år har flere af de store online-virksomheder såsom Zalando og Amazon

nedjusteret deres forventninger og er begyndt at tage gebyr for returvarer købt online. Samtidig har de store danske dagligvarekæder Salling og Coop sat tiltag med salg af dagligvarer online på hold.

Dagligvarebutikkerne under konstant forandring

Der er flere og nogle gange modsatrettede tendenser, der for øjeblikket præger dagligvaremarkedet.

Etablering af flere discountbutikker i lokalområderne har generelt skærpet konkurrencesituationen i dagligvarebranchen. Discountbutikkerne markedsfører sig prisaggressivt og har opnået en omsætning på omkring 40 % af den totale kolonial-sektor i Danmark.

Samtidig har discountbutikken fået en udbredelse, hvor den nu forekommer i alle byer over 5.000 indbyggere samt i mere end tre fjerdedele af byerne med 3.000–5.000 indbyggere.

Discountbutikken dækker nu så stor en andel af forbruget på dagligvareområdet, at den i mange bydele fungerer som nærbutik og som i sit udviklingsforløb som butikstype efterhånden har forøget sit butiksareal, udvidet sit sortiment og forbedret sit serviceniveau.



Stigningen i antallet af discountbutikker er sket på bekostning af især mindre supermarkeder, kiosker og fødevarer-specialbutikker. Dette betyder, at der mange steder har været et øget pres på hele dagligvaresektoren.

Herudover har e-handel en øget betydning for konkurrencesituationen i dagligvarebranchen. Især satte covid-19 gang i en øget e-handel.

Enkelte af de store dagligvarebutikker har løbende tilbudt forskellige e-handelsløsninger, både med hjemmeliefering eller click'n'collect. Erfaringerne har indtil nu været, at det er vanskeligt at tjene penge på e-handelsløsninger med dagligvarer,

samtidig med at man tilbyder et fintmasket butiksnet. Det vurderes at være en af årsagerne til, at de største aktører inden for dagligvarer har valgt at lukke deres e-handelsløsninger.

Endelig er der "dark-store"-koncepterne, der typisk ligger i butikslokaler inde i byerne. De har ingen udadvendt funktion og har lukkede butiks-facader. Kunderne kan ikke gå ind fra gaden og handle i butikkerne, men har mulighed for enten at få leveret varerne inden for kort tid (ca. 30. min) eller lave click'n'-collect fra butikkerne. Én af disse er Wolt. Kæden leverer i København fra egne "dark stores" og fra forskellige samarbejdspartnere

igennem deres app. F.eks. kan man få leveret fra kiosker, supermarkeder, restauranter, babyudstørsbutikker, sportsbutikker, isbutikker, blomsterbutikker mm.

Markedet for måltidskasser er bredt ud, så virksomheder som aastiderne.com, Coop og Skagenfood har fået konkurrence af f.eks. Retnemt, Kockens Hverdagsmad, nemlig.com og Hellofresh.com (Europas største måltidskasseoperatør).

Det vurderes, at e-handel med dagligvarer i dag udgør omkring 3 % af den samlede omsætning, og at e-handelen om 10 år vil udgøre ca. 10 % af det samlede dagligvaremarked i København.

Fortsat koncentration af udvalgsvarer

Inden for udvalgsvarer er der fortsat en intensivering af konkurrencen mellem de større udbudspunkter. Forbrugerne er stadig mere mobile og er villige til at køre langt for det rigtige udbud og de bedste oplevelser.

Generelt falder antallet af udvalgsvarerbutikker – også i de største byer. Inden for især udvalgsvarersektoren forventes der i fremtiden at være en stærk koncentrationstendens mod placeringer i større butikcentre og centralt i de største bymidter.

Samtidig vokser e-handelen med udvalgsvarer. I dag udgør e-handelen 23–24 % af det samlede udvalgsvarerforbrug. Det vurderes, at denne andel i løbet af de næste ti år vil ligge på ca. 30 %.

De udvalgsvarer, som danskerne køber mest af på internettet, er tøj og sko, elektronik, isenkram og bøger.

Såfremt der ikke gøres noget aktivt og ekstraordinært, vil man om 10 år opleve, at der i en række, især mindre, byer og udbudspunkter ikke længere kan siges at være en udvalgsvarerforsyning, der dækker de fleste husholdningers grundlæggende behov.

En øget e-handel betyder, at en væsentlig del af især udvalgsvarerforbruget vil blive dækket ved køb uden for de fysiske butikker. Det vil betyde, at konkurrencesituationen yderligere bliver skærpet for alle udbudspunkter.

Fremtidens butikker

Den øgede udbredelse af e-handel vil ændre den måde, forbrugerne handler og tænker på. Der vil fortsat være et behov for fysiske butikker, da shopping indeholder et socialt element, men forbrugerne vil i højere grad stille krav til oplevelser i forbindelse med købet. Rollen for detailhandlerne ændrer sig, bl.a. skal de skabe flere oplevelser i forbindelse med kundernes besøg.

Butikkerne forventes i fremtiden i højere grad at stå for oplevelser og introduktioner i forbindelse med produkter. I fremtidens detailhandel skal sanserne sættes i spil, kunderne vil se, føle, dufte, høre, smage og prøve – og her vil de fysiske butikker adskille sig fra nettet. Et godt eksempel på dette er torvedage, der er med til at skabe en oplevelse for kunden i bymidten. Totaloplevelsen får i fremtiden større betydning for de fysiske butikker. Her spiller personalet og servicen en stor rolle, men også indretningen af butikkerne kan få stor betydning i fremtiden.

Standardvarer vil i højere grad overgå til e-handel. For at imødekomme kundernes krav til at kunne handle, når det passer dem, vil e-handel blive en mere integreret del af butikkerne. I det hele taget vil grænserne mellem online-handel og de fysiske butikker blive mere flydende.

Muligheden for at bestille online i butikken vil alt andet lige betyde et mindre arealbehov, men stiller ikke nødvendigvis mindre krav til butikspersonalet, som skal hjælpe kunderne og rådgive omkring bestillinger.





Vesterbro - Kongens Enghave

Kravet om øgede oplevelser i butikkerne vil også betyde en øget planlægningsmæssig udfordring. Nogle butikker vil kræve større arealer for at kunne give den rette oplevelse, da de for eksempel både vil fungere som butik, café, mødested og værksted, mens andre vil kunne klare sig med et mindre areal og i højere grad fungere som showroom.

Mange butikskæder har fokus på en optimering af størrelsen på den enkelte butik. Nogle operatører har prioriteret at have et stort areal for at kunne rumme flere oplevelser. For eksempel bruger legetøjsbutikken BR en væsentlig del af salgsarealet på legepladser.

Andre butikker har mindsket arealkravet. Det kan både være en tilpasning af arealet i de enkelte butikker og etablering af mere showroom-baserede butikker. Et godt eksempel er IKEA, som i dag arbejder med mindre og mere showroomorienterede butikker i centrale placeringer i storbyer. Bl.a. er det nye IKEA-varehus på Dybbølsbro et city-koncept uden tag-selv-lager og med mere fokus på boligtilbehørsprodukter som glas, lys, puder etc.

Mens nogle butikskæder er begyndt at etablere mindre city-orienterede butikker, ønsker andre kæder fortsat at have enkelte store "flagship-stores", hvor der netop er plads og fokus på kundeoplevelser og et større udvalg, fx Royal Copenhagen, Pandora, Nike og Paustian. Derfor vil især lokalisering og tilgængelighed for de enkelte store udvalgswarebutikker få endnu større betydning i fremtiden.

Brancheforskydninger og hybridbutikker

I takt med at kunderne i højere grad søger mod oplevelser, opstår der nye butikstyper – hybridbutikker, der dækker over flere brancher og kombinerer detailhandel og serviceerhverv.

Der er nye butikksformer som f.eks. delebutikker, hvor varesortimentet bliver sammensat på nye måder. Især kombinationen af detailhandel og caféer er udbredt i gadebilledet. Det ses bl.a. hos kæder som for eksempel Hennes & Mauritz, Arket, Plantorama og IKEA. Dermed bliver grænsen mellem detailhandel og serviceerhverv mere udvisket. Herudover er der især i brokvarterene en del mindre lokaler i gadeplan, som kombinerer brancherne – for eksempel Terroiristen i Jægersborggade, der ud over at være en vinhandel også er en vinbar og vinklub samt Woolstock på Jagtvej, der er en garnbutik med tilhørende strikkecafé.

Andre koncepter som Creative Space og SMYKbar er primært kreative værksteder, som giver kunderne en oplevelse, mens de maler på porcelæn eller laver smykker, men de er også en café og en form for butik.

De nye butikks- og forretningskoncepter kan give udfordringer for detailhandelsplanlægningen og placeringen af butikker. Når grænsen mellem detailhandel og service bliver mere udflydende, er det vanskeligere at fastlægge, om den enkelte butik er detailhandel og dermed omfattet af planlovens bestemmelser. Det kan have betydning, da servicefunktioner ikke i samme omfang er reguleret i planloven. For at understøtte en koncentration af bylivet er det derfor vigtigt at tage hensyn til placeringen af også servicefunktioner i bybilledet.

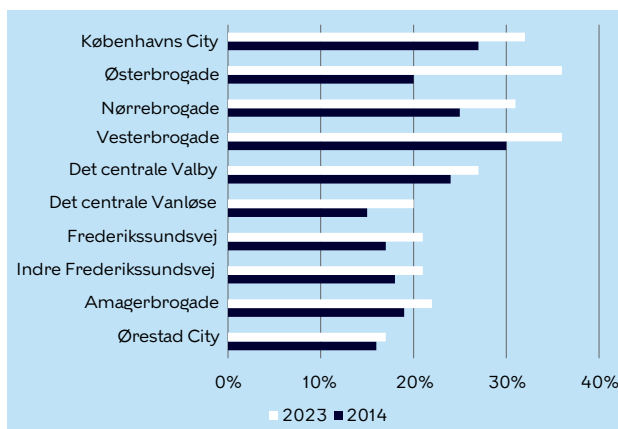
Servicefunktioner fylder mere i bybilledet

I København er andelen af butikker faldet i alle bymidter. Fra at udgøre langt over halvdelen af det samlede antal funktioner i 2014 udgør detailhandel nu under halvdelen i 2023. I bymidterne Østerbrogade og Vesterbrogade udgør detailhandel kun omkring en tredjedel af det samlede antal funktioner.

Mens der er kommet færre butikker i bymidterne, er antallet af servicefunktioner steget. Sammensætningen af de publikumsorienterede funktioner har også ændret sig. Der er kommet flere behandlere (frisører, wellness, skønhed etc.), flere spisesteder og flere funktioner inden for underholdning, herunder biografer. Derimod er antallet af finansielle servicefunktioner faldet. Især er antallet af pengeinstitutter faldet, hvilket er en tendens, som også ses på landsplan.

De regionale shoppingcentre i Danmark har inden for de senere år opgraderet og etableret flere spisesteder for bl.a. på den måde at forlænge forbrugernes opholdstid i centrene og styrke forbrugernes tilhørsforhold. I København er det især Field's, Fisketorvet og AmagerCentret som har arbejdet med at styrke og forbedre bespisningen i centrene.

Herudover etableres flere mere underholdningsprægede funktioner, bl.a. biografer i shoppingcentre, men der er også et større fokus på etablering af flere hverdagsfunktioner som sundhed og skønhed. Blandt andet er der siden 2014 etableret biograf i Field's, men også i de regionale shoppingcentre som Rødovre Centrum og Waves.



Figur 4-1 Andel af spisesteder i bymidterne i forhold til samlede antal funktioner 2023 og 2014

Udespisning har en fortsat øget betydning

Singlehusstande udgør en stigende andel af de danske husstande og over 1 million danskere bor alene. Dette kombineret med fokus på, at det gode liv i dag skal rumme karriere, frihed og valgmulighed til spontant at gøre, hvad man har lyst til, har betydet, at markedet for udespisning, færdigretter og halvfabrikata er steget voldsomt.

Fastfood, take-away og udespisning er på landsplan steget ca. 55 % siden 2014, og der forventes en fortsat vækst i de kommende år. Udespisning har erstattet en stadig større del af forbrugernes indkøb af fødevarer.

Især i København vurderes udespisning at fylde en væsentlig del af forbruget, hvilket også afspejles i stigningen af antal spisesteder i samtlige bymidter i København.

I bymidterne Østerbrogade og Vesterbrogade udgør spisesteder 36 % af alle funktioner, mens det i Københavns City og Nørrebrogade er knap en tredjedel af funktionerne spisesteder.

Bymidten som mødested

Bymidten vil i endnu højere grad blive et mødested, og der vil man i fremtiden kunne finde alle former for servicefunktioner. Shopping er blevet en udflugt, en social foreteelse og en oplevelse. Shopping er ikke kun opfyldelse af et enkelt behov for en vare. Mens dagligvarer i højere grad bliver købt tæt på bopælen, er kunderne mere villige til at køre længere for det rigtige udbud af udvalgsvarer og oplevelser. Til gengæld opholder de sig så længere i udbudspunktet.

Bymidten skal fungere som et attraktivt mødested for alle borgere. Det er derfor af stor betydning, at byerne bliver bedre til at udforme og tilbyde et aktivt bymiljø, som giver kunderne en helhedsoplevelse med kulturtilbud og f.eks. bespisning, underholdning og nærhed og rare omgivelser.

Bymiljøet består også af kundernes oplevelse af en gåtur i byen. Her er butikkernes facader og udstillinger samt brug af udendørs arealer til varer, blomsterkummer, lys og facadeskiltning med til at skabe et attraktivt byliv. Det bliver mere væsentligt, at bymiljøet visuelt skal være hyggeligt og rart at færdes i.

En anden faktor, der kan være med til at øge bymidtens attraktion yderligere, er flere opholdsrum og naturlige oaser, hvor besøgende og kunder har lyst til at opholde sig uden nødvendigvis at skulle have penge op af lommen.

5 Bydelsrapporter



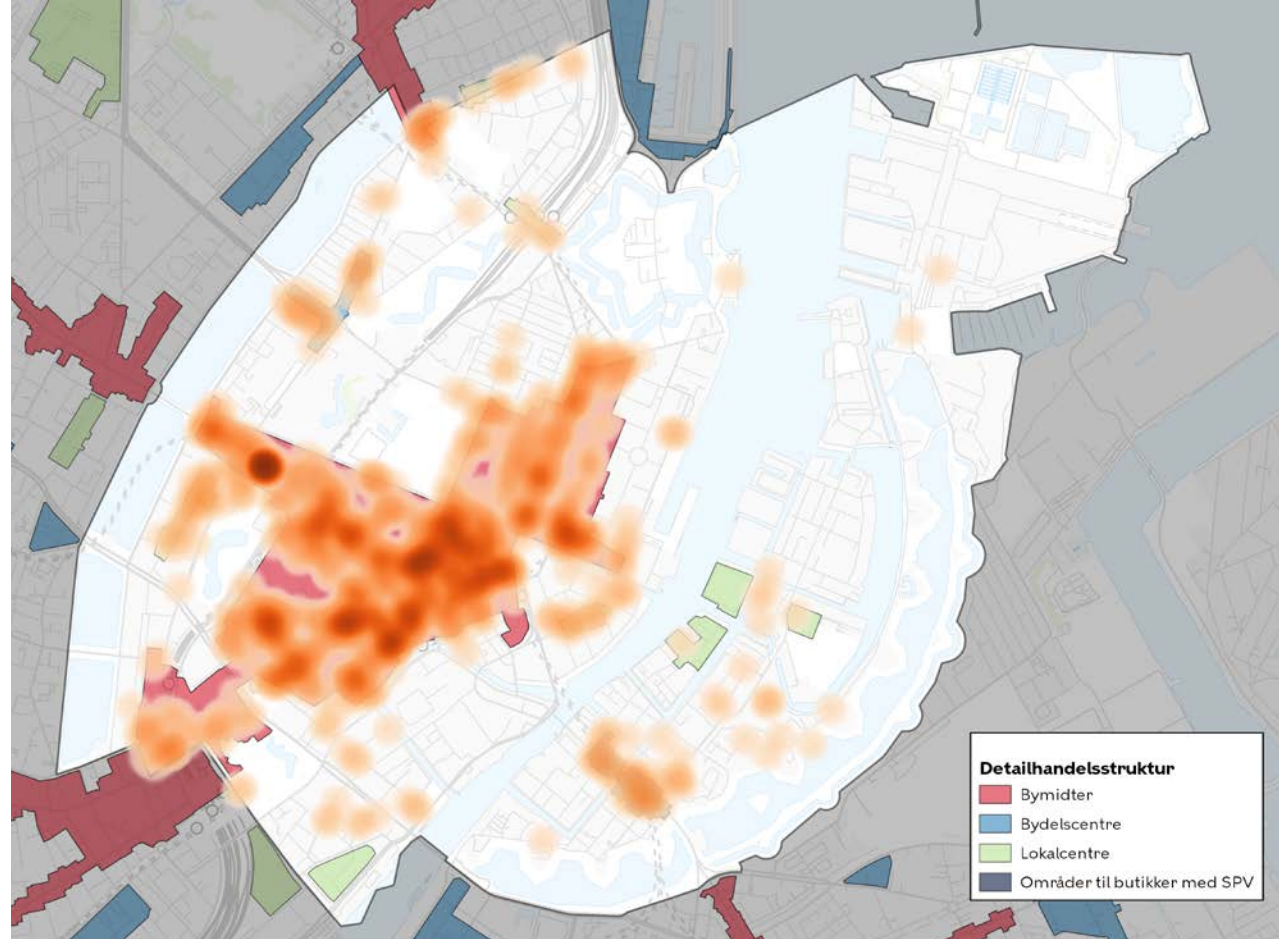
Indre By

Indre By har landets største koncentration af butikker og andre bylivsfunktioner. Den er ikke kun et vigtigt indkøbssted for borgerne i København og oplandet til København, men også for både danske og udenlandske turister. Handelen og bylivet er koncentreret i City, primært på Strøget, Købmagergade og sidegaderne. Her er et bredt udbud af unikke butikker, som ikke findes andre steder i landet. Bylivet og detailhandlen understøttes af de mange arbejdspladser i bydelen.

Dagligvarehandelen er præget af et bredt udbud af specialbutikker, enkelte store parfumerier og convenience-butikker. Dagligvareforsyningen er siden 2014 styrket markant med etableringen af flere store dagligvarebutikker også i City. Det har bidraget til en styrkelse af handelsbalancen.

Københavns City har derimod mistet betydning som indkøbssted for udvalgsvarer. Der er et fald i antallet af udvalgswarebutikker og udvalgswareomsætning, hvilket har resulteret i et markant fald i handelsbalancen, og langt flere tomme lokaler end tidligere. Det har en væsentlig betydning, at landets hovedstad i højere grad er blevet en oplevelsesdestination. City har fortsat ubetinget det største udbud af butikker, men bliver ikke i samme omfang tilvalgt til shopping.

Bydelen har oplevet en befolkningsvækst på 18 % siden 2014 svarende til ca. 9.000 borgere. Hovedparten af væksten er sket på Holmen. Frem til og med 2035 forventes det, at indbyggertallet fordobles, primært pga. den fremtidige byudvikling på Refshaleøen. Efter 2035 forventes udviklingen at fortsætte, og når området er fuldt udbygget forventes ca. 65.000 indbyggere. Det betyder grundlag for etablering af flere dagligvare- og udvalgswarebutikker. Der forventes derfor at skulle udlægges nye detailhandelscentre på Refshaleøen, når denne skal udvikles.



Figur 5-1 Placeringen af butikkerne i Indre By bydel. Kortet viser koncentrationen af antal butikker i bydelen, jo mørkere jo flere butikker.

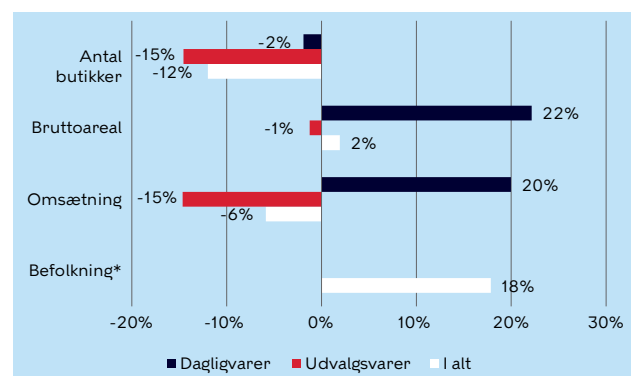
	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt
Indre By bydel				
Antal butikker	258	881	19	1.158
Areal (m ²)	58.250	299.950	6.500	364.700
Omsætning inkl. moms	3,68 mia.	7,71 mia.	-	11,39 mia.
Forbrug	1,90 mia.	1,52 mia.	-	3,42 mia.
Handelsbalance	194 %	509 %	-	333 %
City i alt				
Antal butikker	184	752	16	952
Areal (m ²)	40.700	280.700	5.700	327.100

Udviklingen 2014–2023

Dagligvarehandelen er blevet styrket i Indre By siden 2014 på trods af et fald i antallet. Der er etableret supermarkeder og discountbutikker især i Frederiksstad og på Christianshavn. Samtidig er antallet af dagligvarebutikker steget udenfor centerstrukturen, men faldet især i bydelscentrene. Det er især de små kiosker og specialbutikker, der er forsvundet.

Antallet af udvalgsvarebutikker er faldet mest markant i City, men også i bydelscenter Øster Farimagsgade og lokalcentrene, hvor der er forsvundet godt 38 %. Både antallet og arealet er øget udenfor centerstrukturen, mens bydelscenter Torvegade på Christianshavn har fastholdt antallet af butikker.

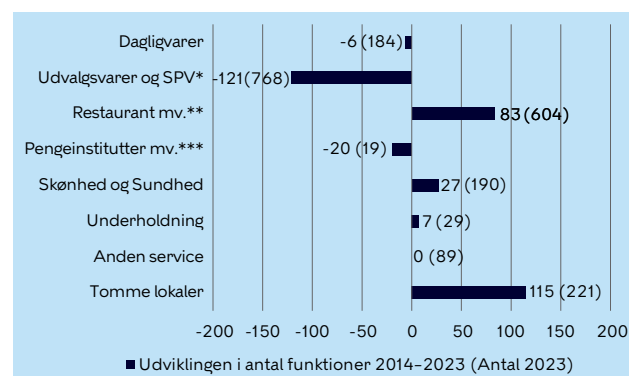
På Holmen, som har oplevet en stor befolkningstilvækst, er der på nuværende tidspunkt



Figur 5-2 Udviklingen i nøgletal for Indre By bydel i alt for dagligvarer og udvalgsvarer. Antal butikker og areal 2014–2023, detailhandelsomsætning (inkl. moms) 2013–2022.

et begrænset udbud af egentlig detailhandel med enkelte specialbutikker, primært showrooms. Her er til gengæld et rigt udbud af midlertidige funktioner som madboder, frugt- og grønttorv, underholdning og loppemarked.

Den gennemsnitlige butiksstørrelse er steget for både dagligvare- og udvalgsvarebutikker også i City. Arealbelastningen er fastholdt for dagligvarebutikkerne, men faldet for udvalgsvarebutikkerne. Det er en generel tendens, at arealeffektiviteten falder i takt med, at butikkerne øger deres fokus på at skabe oplevelser, og derfor er arealeffektiviteten i City faldet mere end gennemsnittet for København i alt. Årsagen er bl.a., at en del af de kendte kædebutikker i City i høj grad fungerer som showrooms. Dertil kommer, at det er en del af kædernes omnichannel-strategi at have en attraktiv flagship store med fokus på oplevelser kombineret med en stærk handelsplatform.



Figur 5-3 Udviklingen i antal funktioner i Københavns City 2014–2023

* SPV – særligt pladskrævende varer

** restauranter, cafeer,barer, take away mv.

*** pengeinstitutter, ejendomsmæglere mv.

Københavns City

82 % af butikkerne og 90 % af butiksarealet i Indre By bydel ligger i Københavns City. På Strøget, Amalgertorv og Købmagergade, som har den absolut største kundestrøm i Danmark, ligger der godt 210 – primært store – flagship stores. Der er både high-end luksus butikker og highstreet butikker, og både internationale og danske kæder. Især i kvarteret mellem Købmagergade og Østergade ligger markante single-brand stores primært trendy, high fashion tøjmærker.

I sidegaderne ligger hovedsageligt mindre, mere nicheprægede specialbutikker. Herudover har især sidegaderne et varieret udbud af cafeer,barer og restauranter og andre attraktioner, som bidrager til et spændende byliv og tiltrækker mange besøgende – både lokale, turister, og mennesker, der arbejder i City.

Udviklingen i Københavns City

Bymidten har i store træk fastholdt antallet af dagligvarebutikker, men har 15 % færre udvalgsvarebutikker end i 2014. Det skyldes især, at antallet af tøjbutikker er faldet med hele 38 % på Strøget og Købmagergade, hvilket svarer til en tilbagegang på 55 butikker.

På Strøget og Købmagergade er tomgangen er mere end firdoblet siden 2014. I City i øvrigt er de lukkede butikker i højere grad blevet erstattet af bl.a. spisesteder og publikumsorienterede funktioner indenfor skønhed og sundhed, og antallet af tomme lokaler er omtrent fordoblet. Det har en betydning for attraktivitet af Strøget og Købmagergade og dermed for hele City, at tomgangen er 14 % i de mest centrale gader.



Indre By

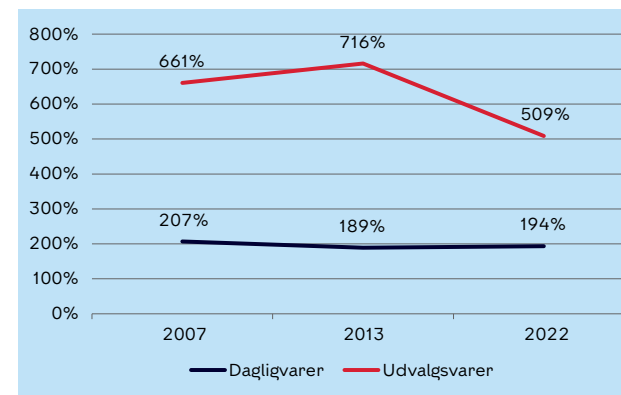
Samlet set er 36 % af butikkerne i City medlem af en kæde, hvilket er lidt lavere end i 2014. Den relativt lave kædeandel dækker over, at City fortsat rummer mange kendte, unikke butikker, som ikke er del af en kæde. Siden 2014 har flere store internationale modehuse etableret sig centralt i City, samtidig har andre kæder reduceret og samlet i få større enheder. 14 % af butikkerne i City er en international kæde. Tilstedeværelsen af internationale kæder på de mest centrale placeringer er en markør som giver et internationalt præg til hovedstaden. Samtidig er det ønskværdigt at understrege og fastholde de kendte unikke Københavnerspecifikke butikker, da de giver byen sjæl.

Udvalget af spisesteder som caféer, restauranter og take away er blevet større i City, hvilket er med til at fastholde City som en attraktiv destination. Spisestederne udgør i dag mere end en tredjedel af alle funktioner i gadeplan i bymidten, mens detailhandel udgør halvdelen af alle funktioner.

Handelsbalancen

Handelsbalancen for både dagligvarer og udvalgsvarer i Indre by afspejler, at butikkerne i høj grad tiltrækker forbrugere fra hele Danmark og et væsentligt antal udenlandske turister.

Handelsbalancen for dagligvarer er siden 2013 blevet styrket på trods af en øget konkurrence fra især e-handel, måltidskasser og øget udespisning. Det skyldes primært etableringen af en del store dagligvarebutikker i bydelen, som har betydet en bedre lokal dagligvareforsyning. Samtidig er parfumerierne og specialbutikkerne blevet presset af en øget e-handel. Handelsbalancen fortæller, at dagligvareomsætningen er 94 % større end det samlede dagligvareforbrug i bydelen, og meget af omsætningen skabes af turister og de mange ansatte på arbejdspladser i bydelen.



Figur 5-4 Udviklingen i handelsbalance for Indre By Bydel for dagligvarer og udvalgsvarer

De lokales forbrug udgør kun 39 % af den samlede omsætning i bydelen. Dagligvareomsætningen i City er anderledes end i resten af Indre By og de øvrige bydele, da det primært er suppleringskøb.

Indre By har, på trods af sin størrelse, mistet betydning som handelsdestination for udvalgsvarer, og handelsbalancen er faldet markant siden 2013. Især Strøget har mistet udvalgsvareomsætning.

Indre By tiltrækker stadig mange besøgende, men detailhandelen har fået mindre betydning som en tiltrækkende faktor. Der er i højere grad andre faktorer, der har betydning for besøget, såsom oplevelser af byen og byens rum, underholdning og spisesteder.

Moderniseringen af de regionale shoppingcentre i hovedstadsområdet har en betydning for konkurrencesituationen. Blandt andet Rødovre Centrum, Frederiksberg Centret, Waves og Kgs. Lyngby har gennemført omfattende opgraderinger. Samtidig er det unikke butiksmiks som City før havde eneret på, i højere grad tilstede enten i de regionale shoppingcentre eller på en web-side.

Østerbro

Østerbro er et vigtigt indkøbssted for borgerne i bydelen. Detailhandelen er kendetegnet ved at handelen og bylivet primært er koncentreret på Østerbrogade og Nordre Frihavnsgade. Her er et bredt udbud af unikke butikker, som ikke findes andre steder. Siden 2014 er der etableret detailhandel i Nordhavn i takt med byudviklingen af området.

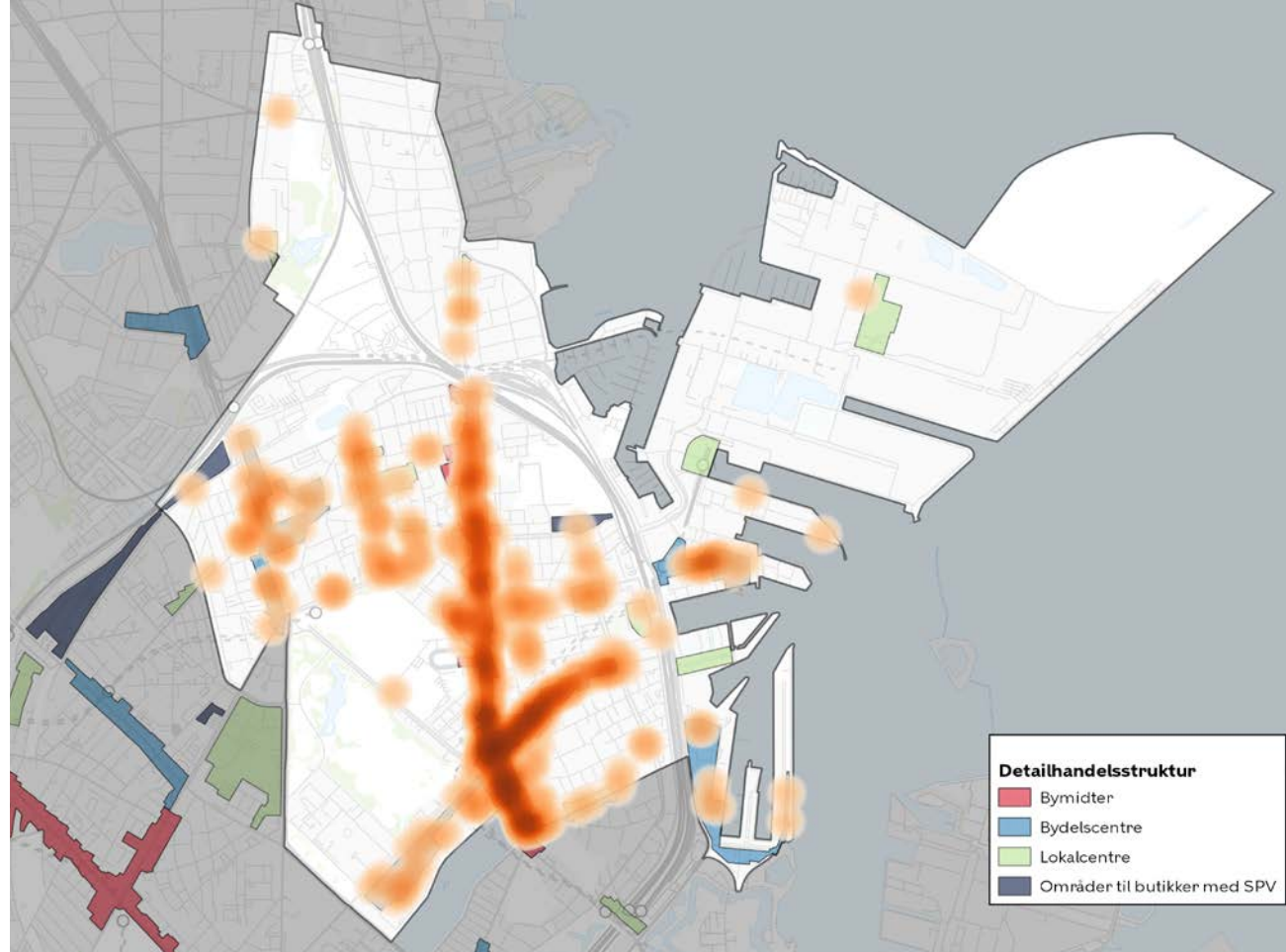
Dagligvareforsyningen er siden 2014 blevet styrket på trods af et fald i antallet af dagligvarebutikker. Det skyldes, at der er etableret flere store dagligvarebutikker i bydelen, hvilket også har bidraget til en lille stigning i handelsbalancen for dagligvarer.

Østerbro og især Østerbro bymidte har derimod mistet betydning som indkøbssted for udvalgsvarer, og der er både sket et fald i antallet af udvalgsvarerbutikker og udvalgsvareroomsætning. Handelsbalancen for udvalgsvarer er faldet meget markant.

Bydelen har oplevet en befolkningsvækst på 8 % siden 2014, svarende til ca. 6.100 borgere. Hovedparten af væksten er sket i Nordhavn, som også i perioden frem til 2035 vil stå for langt størstedelen af bydelens vækst. I 2035 vil Nordhavn have mere end 15.000 indbyggere, hvilket blandt andet betyder grundlag for etablering af flere dagligvare- og udvalgsvarerbutikker.

Udviklingen 2014–2023

Siden 2014 er dagligvarehandlen blevet styrket med flere supermarkeder i Lyngbyvej Bydelscenter og i Århusgade Bydelscenter, hvorimod en række mindre dagligvarebutikker er lukket. Det gælder særligt udenfor centerstrukturen, hvor der er blevet 30 % færre dagligvarebutikker. Der er bl.a. blevet færre lokale kiosker, minimarkeder og specialbutikker.



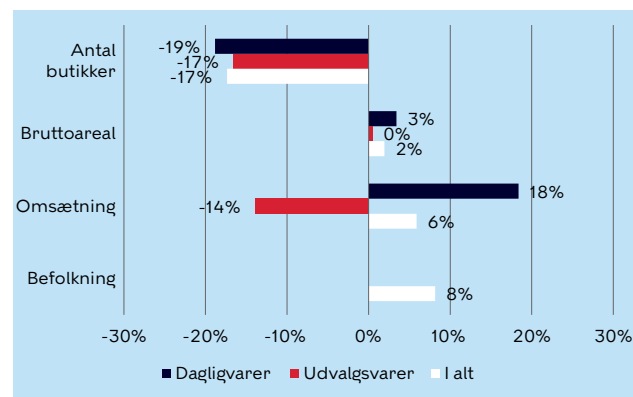
Figur 5-5 Butikkernes placering i Østerbro bydel. Kortet viser koncentrationen af antal butikker i bydelen. Jo mørkere des flere butikker.

	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt
Østerbro bydel				
Antal butikker	138	257	10	405
Areal (m ²)	47.900	47.000	17.300	112.200
Omsætning inkl. moms	2,45 mia.	1,13 mia.	-	3,58 mia.
Forbrug	2,53 mia.	2,02 mia.	-	4,55 mia.
Handelsbalance	97 %	56 %		79 %
Østerbrogade Bymidte				
Antal butikker	70	172	1	243
Areal (m ²)	18.400	29.900	200	48.500

Udvalget af udvalgsvarer er derimod svækket i bydelen både med et fald i antallet af butikker og et fald i omsætningen. Inden for centerstrukturen er der 19 % færre udvalgsvarebutikker, mens antallet af udvalgsvarebutikker er nogenlunde fastholdt udenfor centerstrukturen.

Herudover er kun 28 % af udvalgsvarebutikkerne medlem af en kæde, hvilket er en mindre andel end i 2014. Det har en betydning for butiksudbuddet, og især i forhold til de øvrige bydele har Østerbro færre markante kæder inden for beklædning. Dette kan have en negativ betydning for bymidtens opland.

Med den igangværende byudvikling i Nordhavn er befolkningen og dermed kundegrundlaget vokset, og udover en række dagligvarebutikker er der i Århusgade Bydelscenter kommet et spændende bymiljø med en række specialbutikker og



Figur 5-6 Udviklingen i nøgletal for Østerbro bydel i alt for dagligvarer og udvalgsvarer. Antal butikker, areal og befolkning 2014-2023, detailhandelsomsætning (inkl. moms) 2013-2022

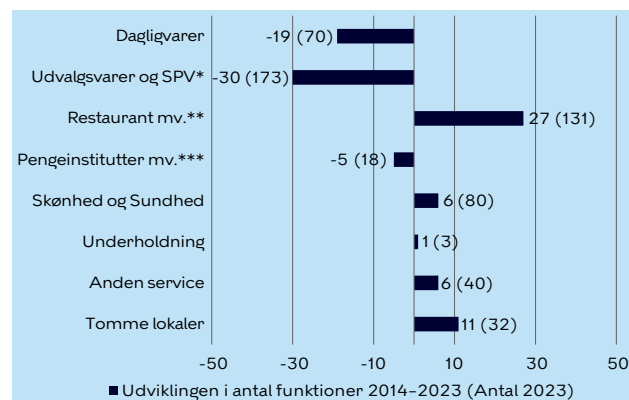
servicefunktioner, som ikke findes andre steder i København. Her er i alt 12 butikker og 5.700 m² detailhandel.

Østerbrogade Bymidte

60 % af butikkerne og 43 % af butiksarealet i Østerbro bydel ligger i Østerbrogade Bymidte. Tyngden ligger på Østerbrogade fra Øster Fælled Torv til Sortedam Dossering samt i Nordre Frihavnsgade tættest på Trianglen. Detailhandelen i bymidten er kendetegnet ved mange små, unikke specialbutikker, der ikke er medlem af et kædesamarbejde.

Udviklingen Østerbrogade Bymidte

Bymidten har mistet 21 % af dagligvarebutikkerne og 15 % af udvalgsvarebutikkerne. Det skyldes primært at antallet af tøjbutikker er faldet med



Figur 5-7 Udviklingen i antal funktioner i Østerbro Bymidte 2014-2023

* SPV - særligt pladskrævende varer

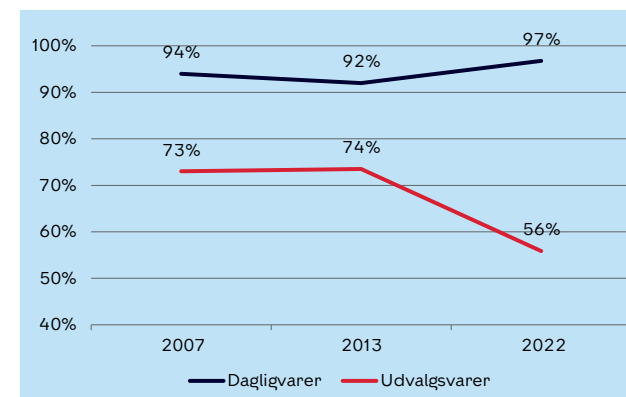
** restauranter, cafeer, barer, take away mv.

*** pengeinstitutter, ejendomsmæglere mv.

godt 30 % fra 92 til 64, hvilket er et højere fald end i andre bydele og på landsplan. Det er især kædebutikkerne, der er lukket. Det samlede antal butikker i de øvrige brancher er nogenlunde uændret.

Det er især i den nordlige ende af Østerbrogade og på Nordre Frihavnsgade, at butikkerne er lukket. Alene på Nordre Frihavnsgade er 20 % af udvalgsvarebutikkerne lukket.

Detailhandelsudviklingen betyder, at en række tidligere butikslokaler i dag anvendes til andre funktioner, og særligt udvalget af spisesteder som caféer, restauranter og take away er blevet større. Spisestederne udgør i dag mere end en fjerdedel af alle funktionerne i bymidten. Udviklingen betyder også, at antallet af tomme lejemaal i bymidten er steget med 50 % siden 2014.



Figur 5-8 Udviklingen i handelsbalance for Østerbro bydel for dagligvarer og udvalgsvarer

Handelsbalancen

Handelsbalancen for dagligvarer er steget fra 92 % til 97 %, hvilket bl.a. skyldes den styrkede dagligvarehandel med flere store dagligvarebutikker. Siden 2013 er både dagligvareforbruget og dagligvareomsætningen steget. Handelsbalancen fortæller, at dagligvareomsætningen er 5 % mindre end det samlede dagligvareforbrug i bydelen. Handelsbalancen viser, at der er en god dagligvareforsyning i bydelen set i forhold til øget udespisning og øget e-handel med dagligvarer, herunder måltidskasser.

Østerbro har mistet betydning som handelsdestination for udvalgsvarer, og handelsbalancen er faldet drastisk siden 2013. Udvalgsvareomsætningen i butikkerne på Østerbro udgør kun 56 % af det samlede udvalgsvareforbrug i bydelen. Hvor udvalgsvareforbruget primært er steget på grund af bydelens befolkningsvækst, er udvalgsvareomsætningen faldet. En stor del af dette kan tilskrives ændrede forbrugsmønstre med blandt andet mere fokus på genbrug samt en øget e-handel. Men de 51 færre udvalgsvarebutikker på Østerbro har også en betydning for omsætningen.

De største konkurrenter til Østerbrogade Bymidte er Indre By, Fisketorvet og Frederiksberg, som har et større udvalg af især kædebutikker.



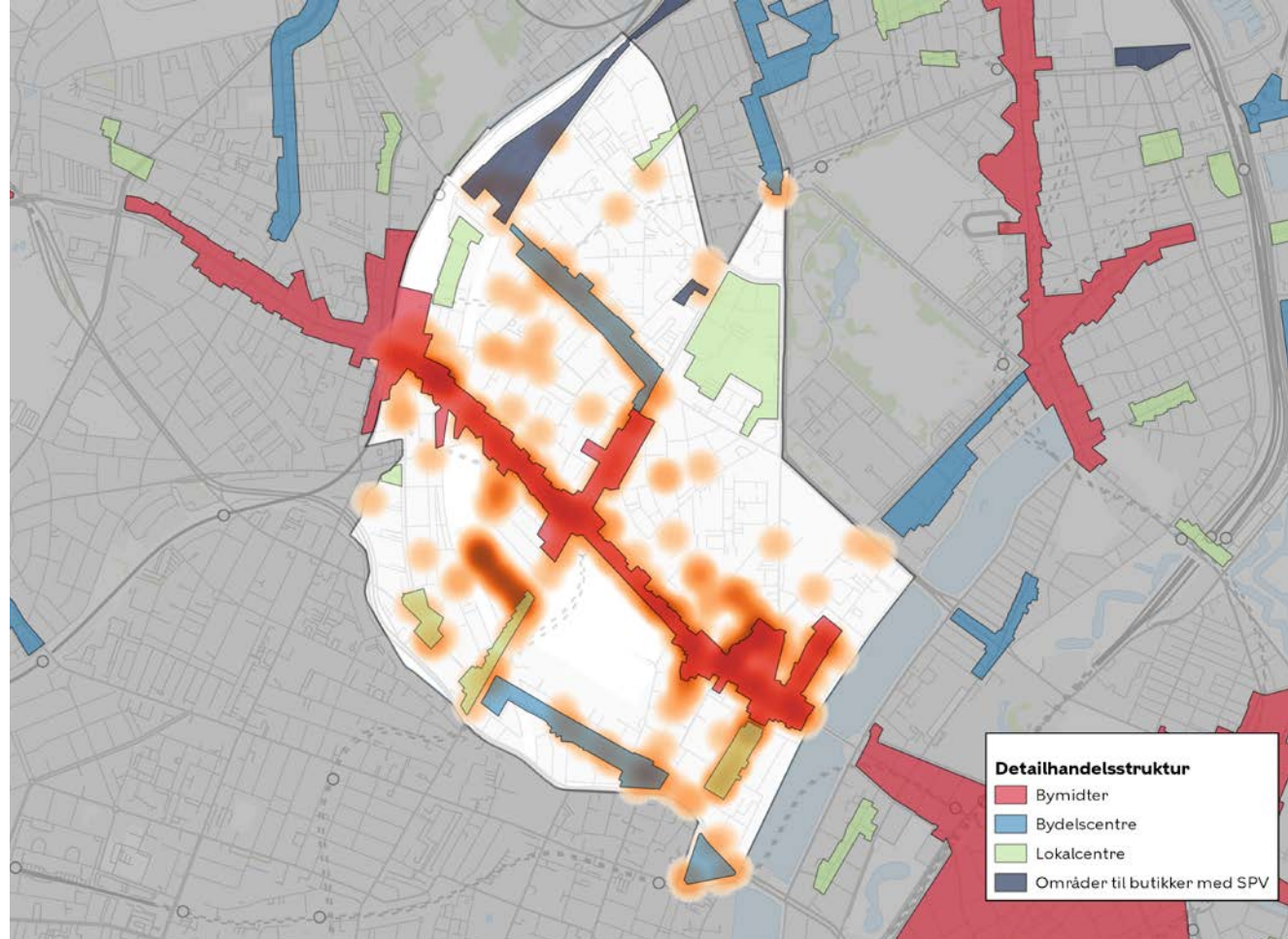
Nørrebro

Nørrebro er et vigtigt indkøbssted for borgerne i bydelen. Detailhandelen er primært koncentreret omkring de store gennemgående veje Nørrebrogade, Jagtvej og Tagensvej samt i de mindre gader såsom Jægersborggade og i området omkring Sankt Hans Torv. Detailhandelen afspejler den mangfoldige bymidte med et bredt udbud af unikke butikker og mange nye butikstyper. Siden 2014 er der kommet flere mindre butikker i sidegaderne, små gallerier og genbrugsbutikker. Mange af disse har begrænsede åbningstider.

Dagligvareforsyningen er siden 2014 blevet styrket – antallet af dagligvarebutikker er uændret, men mindre butikker er lukket, og der er etableret flere store supermarkeder i bydelen, hvilket også har bidraget til en stigning i omsætningen for dagligvarer. Handelsbalancen er dog faldet.

Nørrebro og især Nørrebrogade bymidte har derimod mistet betydning som indkøbssted for udvalgsvarer, og der er sket et fald i antallet af udvalgsvarebutikker og tilsvarende i udvalgsvareomsætningen. Handelsbalancen for udvalgsvarer er ligeledes faldet markant.

Befolkningstallet er stort set uændret – siden 2014 har der været en vækst på 1 %, svarende til ca. 800 borgere. Der forventes ingen store ændringer i befolkningstallet frem til 2035.



Figur 5-9 Butikkernes placering i Nørrebro bydel. Kortet viser koncentrationen af butikker i bydelen. Jo mørkere des flere butikker.

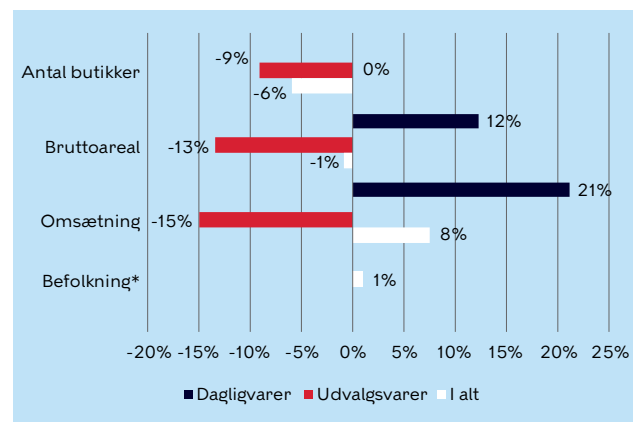
	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt
Nørrebro bydel				
Antal butikker	176	300	8	484
Areal (m ²)	44.250	35.650	32.100	112.000
Omsætning inkl. moms	2,16 mia.	0,9 mia.	-	3,06 mia.
Forbrug	2,46 mia.	1,96 mia.	-	4,42 mia.
Handelsbalance	88 %	47 %		70 %
Nørrebrogade Bymidte				
Antal butikker	82	186	1	269
Areal (m ²)	26.500	24.100	300	35.900

Udviklingen 2014–2023

Siden 2014 er dagligvarehandlen styrket med flere supermarkeder omkring Nørrebrogade, hvorimod en række mindre dagligvarebutikker er lukket. Udenfor centerstrukturen er kommet 9 % flere dagligvarebutikker. Der er bl.a. kommet vinbutikker kombineret med vinbarer og andre specialbutikker.

Der er færre udvalgswarebutikker i bydelen, og været et fald i det samlede areal og omsætning. Det er primært Nørrebrogade Bymidte, har mistet udvalgswarebutikker, mens antallet af udvalgswarebutikker mere eller mindre er uændret udenfor centerstrukturen.

I Nørrebro bydel er kun 22 % af butikkerne medlem af en kæde, hvilket er stort set uændret siden 2014. Bydelen er præget af mange små,



Figur 5-10 Udviklingen i nøgletal for Nørrebro bydel i alt for dagligvarer og udvalgsvarer: Antal butikker, areal og befolkning 2014–2023, detailhandelsomsætning (inkl. moms) 2013–2022

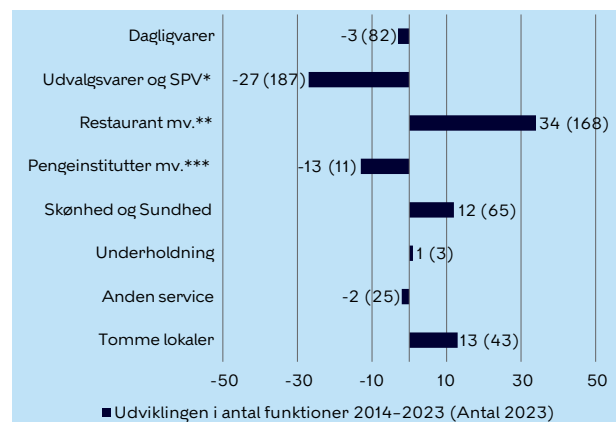
unikke butikker især indenfor udvalgsvarer, der både henvender sig til det lokale opland og til et større opland.

Nørrebrogade Bymidte

56 % af butikkerne og 45 % af butiksarealet i Nørrebro bydel ligger i bymidten. Tyngden ligger på Nørrebrogade samt området omkring Elmegade og Sankt Hans Torv. Detailhandelen i bymidten er kendetegnet ved mange små, unikke specialbutikker, der ikke er medlem af et kædesamarbejde.

Udviklingen i Nørrebrogade Bymidte

Bymidten har mistet 4 % af dagligvarebutikkerne, og 13 % af udvalgswarebutikkerne. Faldet i antallet af udvalgswarebutikker skyldes primært et fald i antallet af tøjbutikker og butikker med



Figur 5-11 Udviklingen i antal funktioner i Nørrebrogade Bymidte 2014–2023

* SPV – særligt pladskrævende varer

** restauranter, caféer, barer, take away mv.

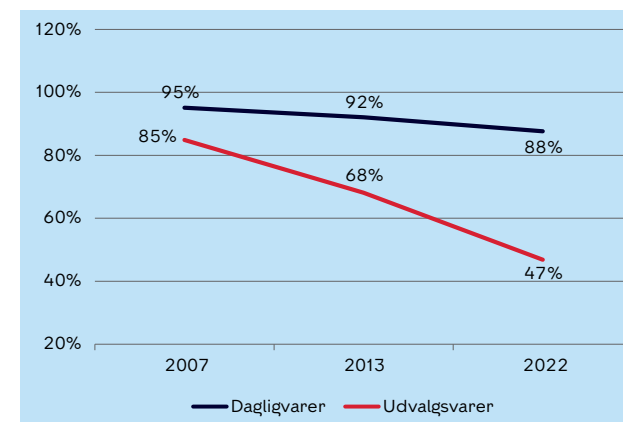
*** pengeinstitutter, ejendomsmæglere mv.

boligudstyr, mens det samlede antal butikker i de øvrige brancher er nogenlunde uændret.

Detailhandelsudviklingen betyder, at flere tidligere butikslokaler i dag anvendes til andre funktioner. Således udgør servicefunktionerne i dag halvdelen af alle funktionerne i bymidten, hvor andelen i 2014 var 45 %. Særligt udvalget af spisesteder som caféer, restauranter og take away er blomstret op og udgør i dag 31 % af alle funktioner. Der har også været en vækst indenfor skønhed og sundhed, hvorimod der er blevet færre pengeinstitutter, ejendomsmæglere m.v. Udviklingen betyder også, at antallet af tomme lejemål i bymidten er steget med 43 % siden 2014.

Handelsbalancen

Handelsbalancen for dagligvarer er faldet fra 92 % til 88 %. Dette skyldes især den stigende e-handel



Figur 5-12 Udviklingen i handelsbalance for Nørrebro bydel for dagligvarer og udvalgsvarer



med dagligvarer, herunder salget af måltidskasser samt stigende udespisning. Handelsbalancen viser, at dagligvareomsætningen er 12 % mindre end det samlede dagligvareforbrug i bydelen. Der er således en god dagligvareforsyning i bydelen set i forhold til netop øget udespisning og øget e-handel med dagligvarer.

Nørrebro har mistet betydning som handelsdestination for udvalgsvarer, og handelsbalancen er faldet drastisk siden 2013. Udvalgsvareomsætningen i butikkerne på Nørrebro udgør under halvdelen af det samlede udvalgsvareforbrug i bydelen. En stor del af dette kan tilskrives ændrede forbrugsmønstre med øget e-handel og blandt andet mere fokus på genbrug, men de 30 færre udvalgsvarebutikker på Nørrebro har også en betydning for omsætningen.

De største konkurrenter til Nørrebrogade Bymidte er Indre By, Fisketorvet og de centrale strøggader på Frederiksberg, hvor der begge steder er et større udvalg af især kædebutikker og beklædningsbutikker. Indre By har desuden et større udbud af unikke specialbutikker.

Nørrebro

- Nørrebro

Vesterbro-Kgs. Enghave

Vesterbro-Kgs. Enghave er et væsentligt indkøbssted for borgerne i bydelen. Handelen og bylivet primært er koncentreret i Vesterbrogade Bymidte på Vesterbrogade og Istedgade samt i bymidten Fisketorvet. Fisketorvet sammen med City og Ørestad City bymidter kommunens regionale udbudspunkter. Siden 2014 er der etableret detailhandel i Carlsberg Bydelscenter i takt med byudviklingen, og endelig er der i mindre målestok etableret butikker på holmene i Sydhavnen.

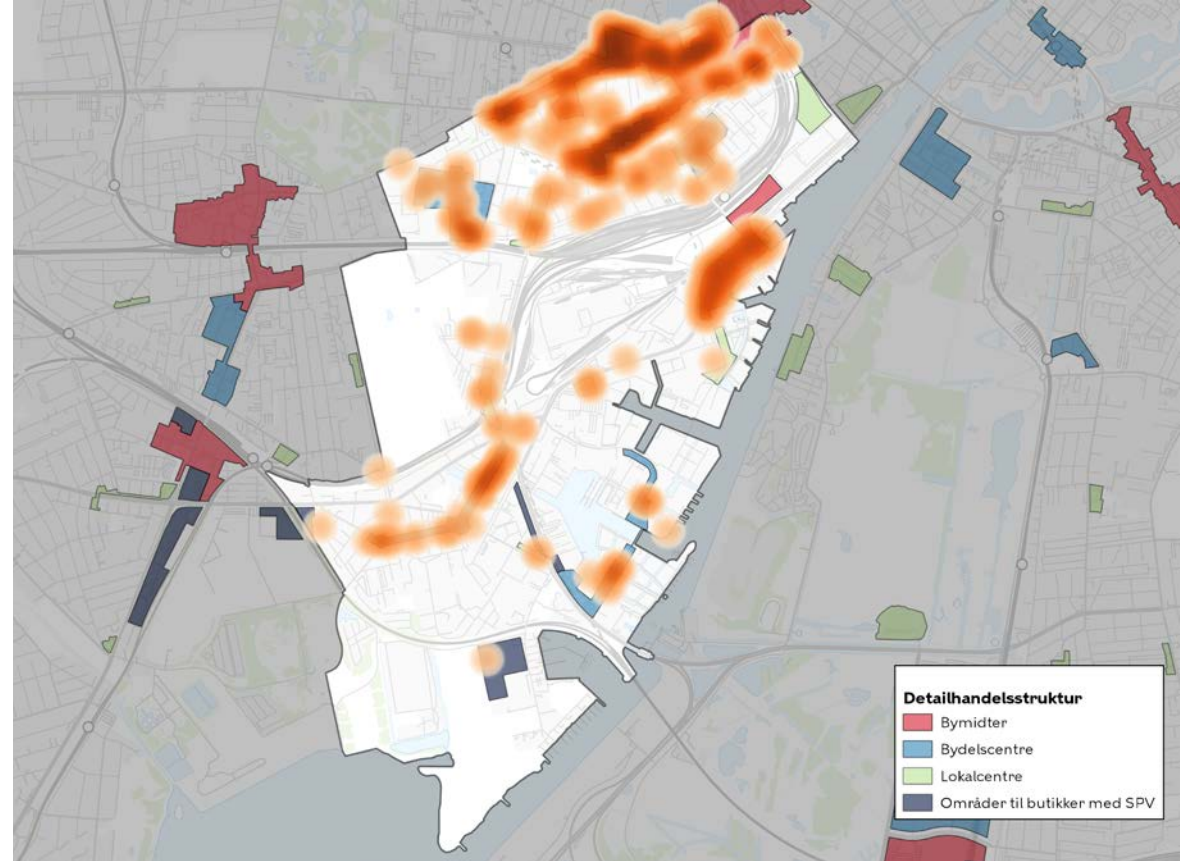
Dagligvareforsyningen er siden 2014 blevet styrket på trods af et mindre fald i butiksantallet. Det skyldes, at forsyningen er blevet mere decentral, samt at der er etableret flere store dagligvarebutikker i bydelen, mens en del mindre butikker er ophørt. Handelsbalancen for dagligvarer er dog faldet.

Vesterbro-Kgs. Enghave og især Vesterbrogade Bymidte har mistet betydning som indkøbssted for udvalgsvarer. Her er sket både et fald i antallet af udvalgswarebutikker og i udvalgswareomsætningen. Handelsbalancen for udvalgsvarer er faldet markant.

Området omkring Fisketorvet har været i en rivende udvikling med især etablering af flere boliger. Fisketorvet er under større ombygning, hvor mixet af butikker og servicefunktioner bliver tilpasset til fortsat at være et attraktivt regionalt udbudspunkt, men også for at betjene det lokale opland. Under ombygningen er antallet af udvalgswarebutikker markant lavere end i 2014, især antallet af tøjbutikker er faldet.

Etableringen af IKEA varehuset på Kalvebod Brygge august 2023 overfor Fisketorvet forventes at tiltrække mange kunder og styrke området.

Detailhandelsudviklingen skyldes bl.a., at bydelen har oplevet en befolkningstilvækst på 32 % siden 2014, svarende til ca. 19.300 borgere. Hovedparten af væksten er sket på Teglnholmen og på Carlsberg. Frem mod 2035 vil færdiggørelsen af Carlsberg og Sydhavnen samt den kommende byudvikling på Godsbanerænet og Bådhavnsgade/Stejnlepladsen stå for langt størstedelen



Figur 5-13 Butikkernes placering i Vesterbro-Kgs. Enghave bydel. Kortet viser koncentrationen af antal butikker i bydelen. Jo mørkere des flere butikker.

	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt
Vesterbro-Kgs. Enghave bydel				
Antal butikker	158	250	11	419
Areal (m ²)	54.400	54.900	13.700	123.000
Omsætning inkl. moms	2,41 mia.	2,20 mia.	-	4,61 mia.
Forbrug	2,50 mia.	1,99 mia.	-	4,49 mia.
Handelsbalance	97 %	111 %		103 %
Vesterbrogade Bymidte				
Antal butikker	67	156	6	229
Areal (m ²)	19.500	25.150	1.400	46.050
Fisketorvet Bymidte				
Antal butikker	9	43	1	53
Areal (m ²)	-	-	-	29.350*

* Fisketorvet er under ombygning, derfor vises arealet ikke for de forskellige brancher

af bydelens vækst. Der forventes ca. 24.000 nye indbyggere i bydelen frem til og med 2035, hvilket kan danne grundlag for etablering af flere dagligvare- og udvalgsvarebutikker samt andre bylivsfunktioner. Der forventes derfor at skulle udlægges nye detailhandelscentre i forbindelse med planlægningen af de nye byudviklingsområder.

Udviklingen 2014–2023

Siden 2014 er dagligvareforsyningen blevet mere decentral i Vesterbro-Kgs. Enghave. Der er kommet færre dagligvarebutikker i bymidterne, mens antallet er steget i bydelscentrene. Dagligvarehandlen blevet styrket med nye supermarkeder i Skelbækgade, på holmene i Sydhavnen og Fisketorvet samt på Carlsberg, mens enkelte mindre

dagligvarebutikker samt det tidligere Metro-varehus, der primært var rettet mod engros, er lukket. Der er blevet færre lokale kiosker, minimarkeder og specialbutikker. Dagligvareomsætningen er steget markant i takt med befolkningstilvæksten.

Udbuddet af udvalgsvarebutikker er svækket i bydelen, både med et fald i antallet af butikker, arealet og omsætningen. Det er især i bymidterne, man ser færre udvalgsvarebutikker. Der er bl.a. lukket en række butikker i det tidligere butikscener Toves Galleri på Vesterbrogade, der også i 2014 var præget af tomgang. I det tidligere Toves Galleri ligger i dag supermarkeder og et hotel. Fisketorvet har færre udvalgsvarebutikker, hvilket delvis skyldes en større ombygning og omrokering af butikker i centret.

På Carlsberg er der etableret en række dagligvarebutikker, og flere unikke udvalgsvarebutikker. I takt med etableringen af de sidste boliger forventes området at få flere store udvalgsvarebutikker. I Sydhavnen, som ligger med kort afstand til Fisketorvet, er primært etableret enkelte dagligvarebutikker og caféer.

I Vesterbro-Kgs. Enghave udgør kædebutikker 34 % af udvalgsvarebutikkerne. Kædebutikkerne ligger primært koncentreret i Fisketorvet.

Vesterbrogade Bymidte og Fisketorvet Bymidte

Bydelen har to bymidter med hver deres shoppingmiljø – Vesterbrogade bymidte og shoppingcentret Fisketorvet.

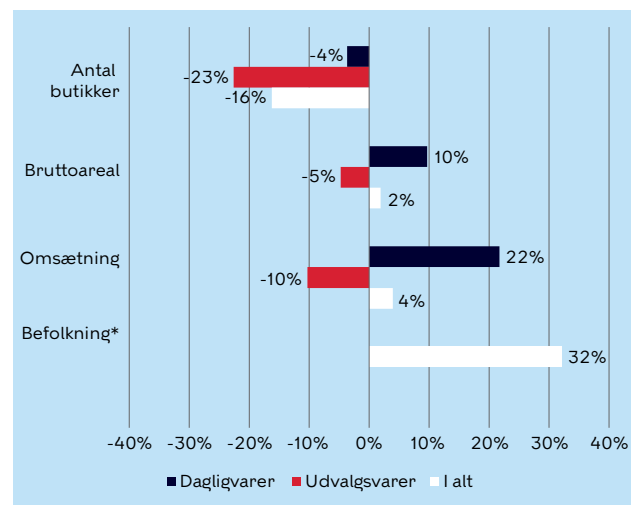
Vesterbrogade Bymidte

Vesterbrogade Bymidte rummer 55 % af butikkerne og 38 % af butiksarealet i Vesterbro bydel. Tyngden ligger på Vesterbrogade og Istedgade. Detailhandelen i bymidten er kendetegnet ved mange små, unikke specialbutikker, der ikke er medlem af et kædesamarbejde.

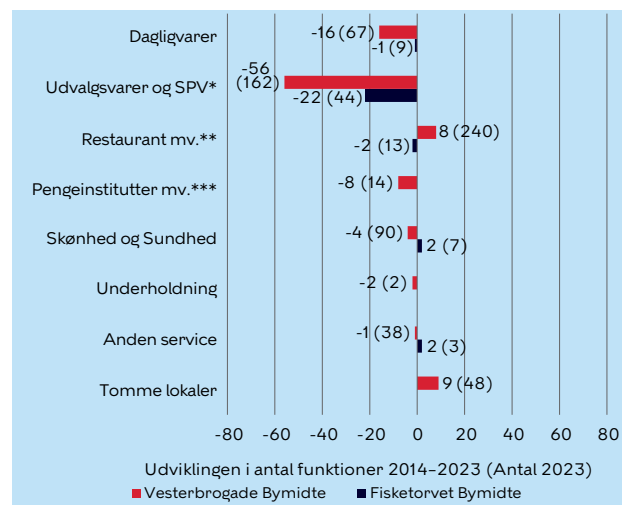
Udviklingen i Vesterbrogade Bymidte

Bymidten Vesterbrogade har mistet 19 % af dagligvarebutikkerne og 26 % af udvalgsvarebutikkerne. Der er især blevet færre butikker med beklædning og øvrige udvalgsvarer. Især på Vesterbrogade og Istedgade er antallet af udvalgsvarebutikker faldet, omvendt er de eksisterende butikker gennemsnitligt større end i 2014.

Antallet af tomme lejemål i bymidten er steget med 23 % siden 2014, især Istedgade har fået flere tomme lokaler.



Figur 5-14 Udviklingen i nøgletal for Vesterbro-Kgs. Enghave bydel i alt for dagligvarer og udvalgsvarer: Antal butikker, areal og befolkning 2014–2023, detailhandelsomsætning (inkl. moms) 2013–2022.



Figur 5-15 Udviklingen i antal funktioner i Vesterbrogade Bymidte og Fisketorvet Bymidte 2014–2023

* SPV – særligt pladskrævende varer
 ** restauranter, caféer, barer, take away mv.
 *** pengeinstitutter, ejendomsrådgivere mv.

Udvikling med et stigende antal servicefunktioner i bymidterne, især spisesteder, gør sig ikke gældende i Vesterbrogade Bymidte. Det kan skyldes, at bydelen har mange servicefunktioner udenfor bymidteafgrænsningen bl.a. med flere koncentrationer af spisesteder f.eks. i Kødbyen, Halmtorvet, Sønder Boulevard og Carlsberg Byen.

Det samlede antal funktioner i bymidten er faldet, hvilket skyldes konvertering af lokaler til anden anvendelse og sammenlægninger af en række lokaler til udvidelser af butikker eller servicefunktioner bl.a. i Toves Galleri.

Fisketorvet Bymidte

På Fisketorvet ligger 12 % af bydelens butikker og 24 % af bydelens detailhandelsareal. Detailhandelen på Fisketorvet er kendetegnet ved et stort udvalg af kædebutikker og udvalgsvarerbutikker især indenfor beklædning.

Udviklingen i Fisketorvet Bymidte

Området omkring Fisketorvet Bymidte har været igennem en rivende udvikling, der fortsat er i gang. Et IKEA-varehus åbner i 2023, og en nye metro til Sydhavn samt en ny busterminal ved Dybbølsbro indvies i 2024. Samtidig er Fisketorvet i gang med en renovering og opdatering. Det indeholder en omfattende omrokering og udvidelse af flere af de eksisterende butikker, samt etableringen af nyt madunivers. Antallet af butikker - og servicefunktioner er registreret midt i ombygningsprocessen og viser derfor ikke den reelle udvikling på Fisketorvet.

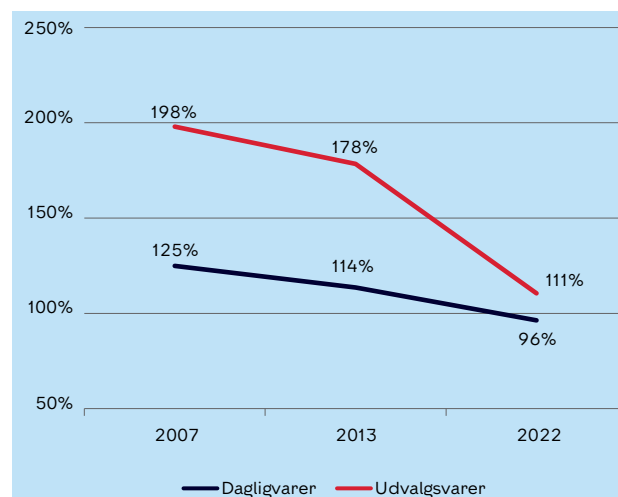
Det lokale opland til Fisketorvet er blevet større i takt med etableringen af de mange boliger og arbejdspladser, men centret tiltrækker fortsat

kunder fra et stort regionalt opland. Centret er et af de største shoppingcentre i Danmark både målt på kundetal og omsætning.

Handelsbalancen

Handelsbalancen for dagligvarer er faldet fra 114 % til 96 %, hvilket bl.a. skyldes en kraftig stigning i forbruget i takt med befolkningstilvæksten samt den stigende e-handel med dagligvarer og salget med måltidskasser samt stigende udespisning.

Siden 2013 er dagligvareforbruget steget med 44 %, mens dagligvareomsætningen er steget 22 %. Handelsbalancen fortæller, at dagligvareomsætningen er 4 % mindre end det samlede dagligvareforbrug i bydelen. Handelsbalancen viser, at



Figur 5-16 Udviklingen i handelsbalance for Vesterbro-Kgs. Enghave bydel for dagligvarer og udvalgsvarer

der er en god dagligvareforsyning i bydelen set i forhold til øget udespisning og øget e-handel med dagligvarer herunder måltidskasser.

Vesterbro-Kgs. Enghave har mistet betydning som handelsdestination for udvalgsvarer, og handelsbalancen er faldet markant siden 2013. Der er dog stadig en positiv handelsbalance på 111 %, hvilket betyder, at udvalgsvareomsætningen er 11 % større end udvalgsvareforbruget. Udviklingen skyldes, at bydelens forbrug er steget med 45 % som følge af befolkningstilvæksten, mens omsætningen er faldet 10 %. En stor del af dette kan tilskrives ændrede forbrugsmønstre med blandt andet mere fokus på genbrug, en øget e-handel og færre turister, men reduktionen af udvalgsvarerbutikker på Vesterbro har også stor betydning for omsætningen.

De største fysiske konkurrenter til Vesterbrogade Bymidte og Fisketorvet er Indre By og Frederiksberg og det regionale shoppingcenter Field's i Ørestaden, som har et større udvalg af butikker, herunder kædebutikker.



Valby

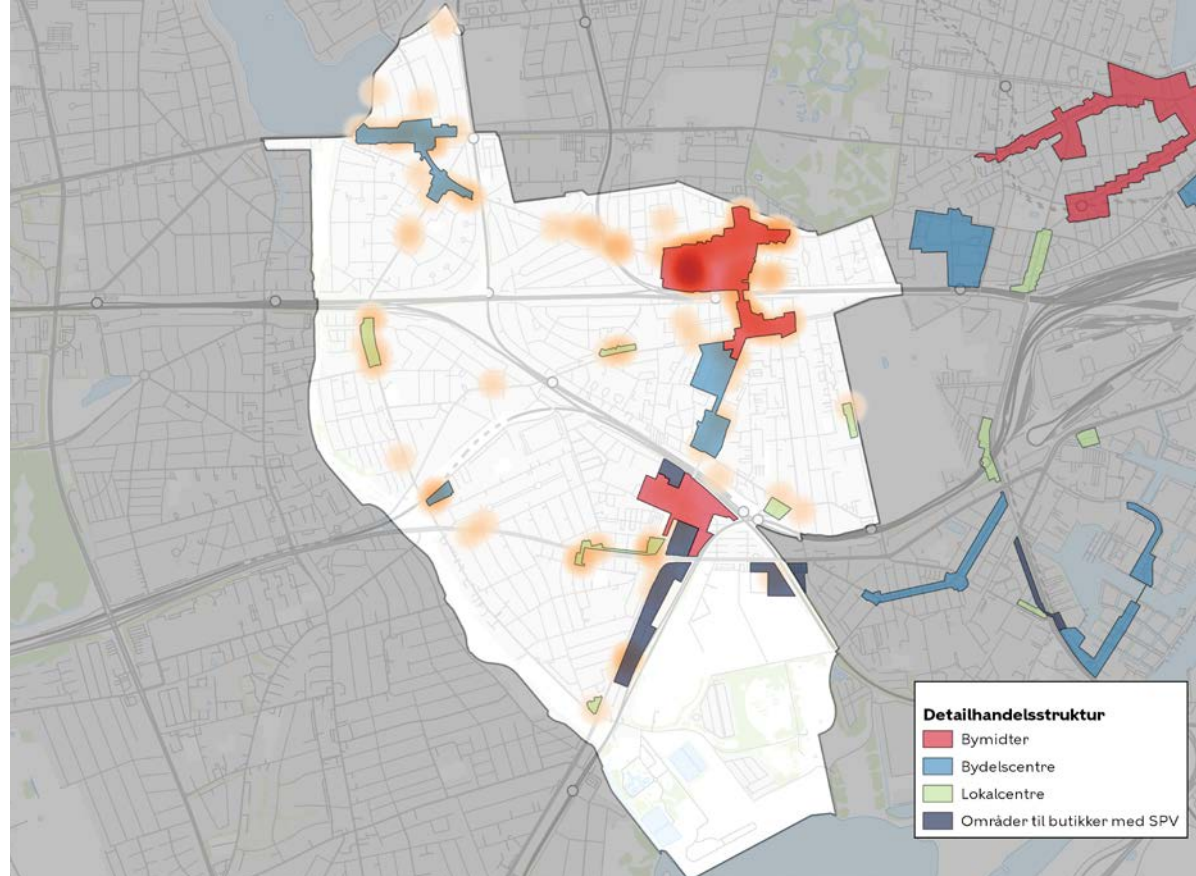
Detailhandelen i Valby er kendetegnet ved at handelen og bylivet er koncentreret i bymidten. Det centrale Valby, primært i shoppingcentret Spinderiet og på Valby Langgade samt i starten af Toftegårds Allé. Mens der på Valby Langgade og Toftegårds Allé er et udbud af unikke butikker, ligger kædebutikkerne koncentreret i Spinderiet.

Gammel Køge Landevej Bymidte rummer i dag tre butikker – to supermarkeder og én større udvalgswarebutik.

Dagligvareforsyningen er siden 2014 blevet styrket på trods af et fald i antallet af dagligvarebutikker, og dagligvareomsætningen er steget. Det skyldes en markant befolkningsvækst, og at der i den forbindelse er etableret flere store dagligvarebutikker i bydelen. Handelsbalancen er dog faldet, da befolkningstilvæksten har givet et markant højere forbrug.

Siden 2014 er der blevet færre udvalgswarebutikker i Valby, og i Det centrale Valby er antallet næsten halveret. Det er især de små butikker der er blevet færre af. Den gennemsnitlige butiksstørrelse er øget, og udvalgswareomsætningen er steget i bydelen som helhed. Handelsbalancen er ligeledes faldet på grund af et stigende forbrug.

Bydelen har som følge af flere store byudviklingsprojekter oplevet en befolkningsvækst på 30 % siden 2014, svarende til ca. 15.500 borgere. Frem til og med 2035 forventes en befolkningsvækst på 3 %, så bydelen ved udgangen af 2035 vil have ca. 68.700 indbyggere.



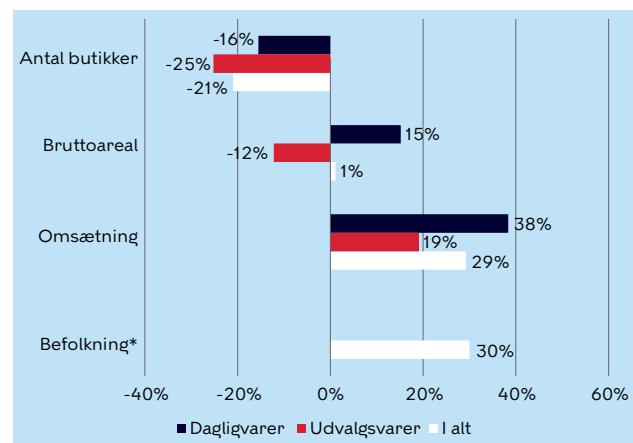
Figur 5-17 Butikkernes placering i Valby bydel. Kortet viser koncentrationen af antal butikker i bydelen. Jo mørkere des flere butikker.

	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt
Valby bydel				
Antal butikker	87	101	9	197
Areal (m ²)	34.900	28.200	24.700	87.800
Omsætning inkl. moms	1,76 mia.	1,36 mia.	-	3,12 mia.
Forbrug	2,08 mia.	1,66 mia.	-	3,74 mia.
Handelsbalance	85 %	82 %	-	83 %
Det centrale Valby Bymidte				
Antal butikker	44	65	1	110
Areal (m ²)	17.050	14.850	100	32.000
Gl. Køge Landevej Bymidte				
Antal butikker	2	1	0	3
Areal (m ²)	3.000	1.200	-	3.200

Udviklingen 2014–2023

Siden 2014 er dagligvarehandlen blevet styrket med flere supermarkeder primært i forbindelse med byudviklingsområderne, herunder Valby Maskinfabrik og Grønttorvet, hvorimod en række mindre dagligvarebutikker er lukket. Der er bl.a. blevet færre lokale kiosker, minimarkeder og specialbutikker. Det gælder særligt udenfor centerstrukturen, hvor der nu er 30 % færre dagligvarebutikker.

Siden 2014 er der blevet færre udvalgswarebutikker i bydelen, det er især mindre butikker der er lukket. De eksisterende butikker gennemsnitligt blevet større og omsætningen er steget. Der er kommet færre butikker i den centrale bymidte og uden for strukturen, mens antallet er steget i bydelscentre og lokalcentre.

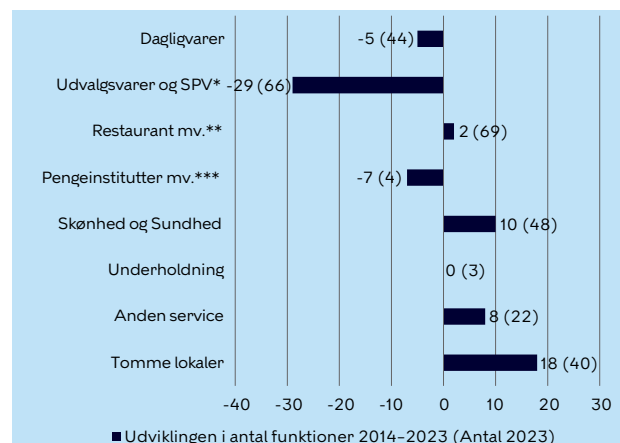


Figur 5-18 Udviklingen i nøgletal for Valby bydel i alt for dagligvarer og udvalgsvarer: Antal butikker, bruttoareal og befolkning 2014–2023, detailhandelsomsætning (inkl. moms) 2013–2022.

Der er en god balance mellem kædebutikker og unikke butikker i Valby. Halvdelen af udvalgswarebutikkerne er medlem af en kæde, hvilket er en lidt højere andelen end i 2014. Den gode kombination af kædebutikker og unikke butikker kan have en positiv betydning for fastholdelse af det lokale opland.

Det centrale Valby

56 % af butikkerne og 37 % af butiksarealet i bydelen ligger i Det centrale Valby Bymidte. Tyngden ligger på Valby Langgade, i shoppingcentret Spinderiet samt i starten af Toftegårds Allé. Detailhandelen i bymidtens gader er kendetegnet ved mange små, unikke specialbutikker, der ikke er medlem af et kædesamarbejde i gaderne, mens kæderne er koncentreret i Spin-



Figur 5-19 Udviklingen i antal funktioner i Valby Bymidte 2014–2023

* SPV – særligt pladskrævende varer
 ** restauranter, cafeer, barer, take away mv.
 *** pengeinstitutter, ejendomsmæglere mv.

deriet. Derudover ligger en bred vifte af andre funktioner især caféer, restauranter og frisører.

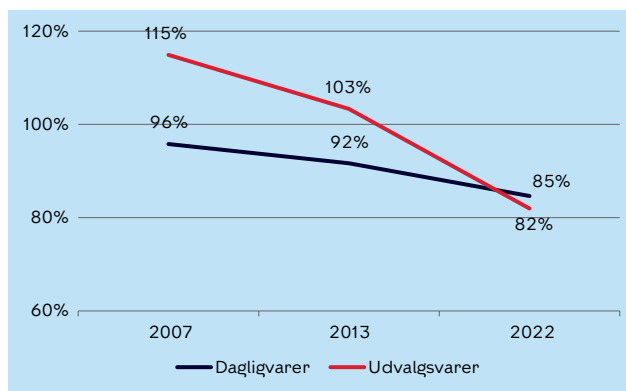
Udviklingen Det centrale Valby

Bymidten har mistet 6 % af dagligvarebutikkerne og 30 % af udvalgswarebutikkerne. Især på Valby Langgade er der blevet færre butikker. Selvom der er væsentligt færre udvalgswarebutikker i bymidten, er bruttoarealet ikke faldet markant. Det er primært mindre butikker der er lukket, mens enkelte udvalgswarebutikker er blevet større. Således er de eksisterende udvalgswarebutikker gennemsnitligt 33 % større end i 2014.

Siden 2014 er antallet af tomme lejemål i bymidten næsten fordoblet. Tidligere butikslokaler anvendes i dag til andre publikumsorienterede funktioner, og samlet udgør servicefunktioner 56 % af det samlede antal funktioner i bymidten. Særligt antallet af frisører og andre behandlere er steget. Det er fortsat et bredt udvalg af spisesteder især på Valby Langgade. Spisestederne alene udgør i dag mere end en fjerdedel af alle funktionerne i bymidten, og der er flere spisesteder end udvalgswarebutikker.

Handelsbalancen

Handelsbalancen for dagligvarer er faldet fra 92 % til 85 %. Siden 2013 er dagligvareomsætningen ikke steget svarende til stigningen i dagligvareforbruget i bydelen. Handelsbalancen fortæller, at dagligvareomsætningen er 15 % mindre end det samlede dagligvareforbrug i bydelen. Handelsbalancen viser, at der er en rimelig dagligvareforsyning i bydelen set i forhold til øget udespisning og øget e-handel med dagligvarer herunder måltidskasser.



Figur 5-20 Udviklingen i handelsbalance for Valby bydel for dagligvarer og udvalgsvarer

Udvalgsvareomsætningen i butikkerne på Valby udgør kun 82 % af det samlede udvalgsvarerforbrug i bydelen. Hvor udvalgsvarerforbruget er steget med 50 % primært på grund af bydelens befolkningsvækst, er udvalgsvareomsætningen blot steget med 19 % siden 2013. En stor del af dette kan tilskrives ændrede forbrugsmønstre med øget e-handel og mere fokus på genbrug. Det faktum, at der er 19 færre udvalgsvarerbutikker i Valby end i 2013 har også haft en betydning for omsætningen.

De største konkurrenter til Det centrale Valby Bymidte er Indre By, Frederiksberg, Fisketorvet, Rødovre Centrum og Field's, som har et større og mere koncentreret udbud af især udvalgsvarerbutikker. Herudover vurderes det færdigudbyggede Carlsberg Bydelscenter i mindre omfang at være en konkurrent afhængigt af det endelige butiksmiks.



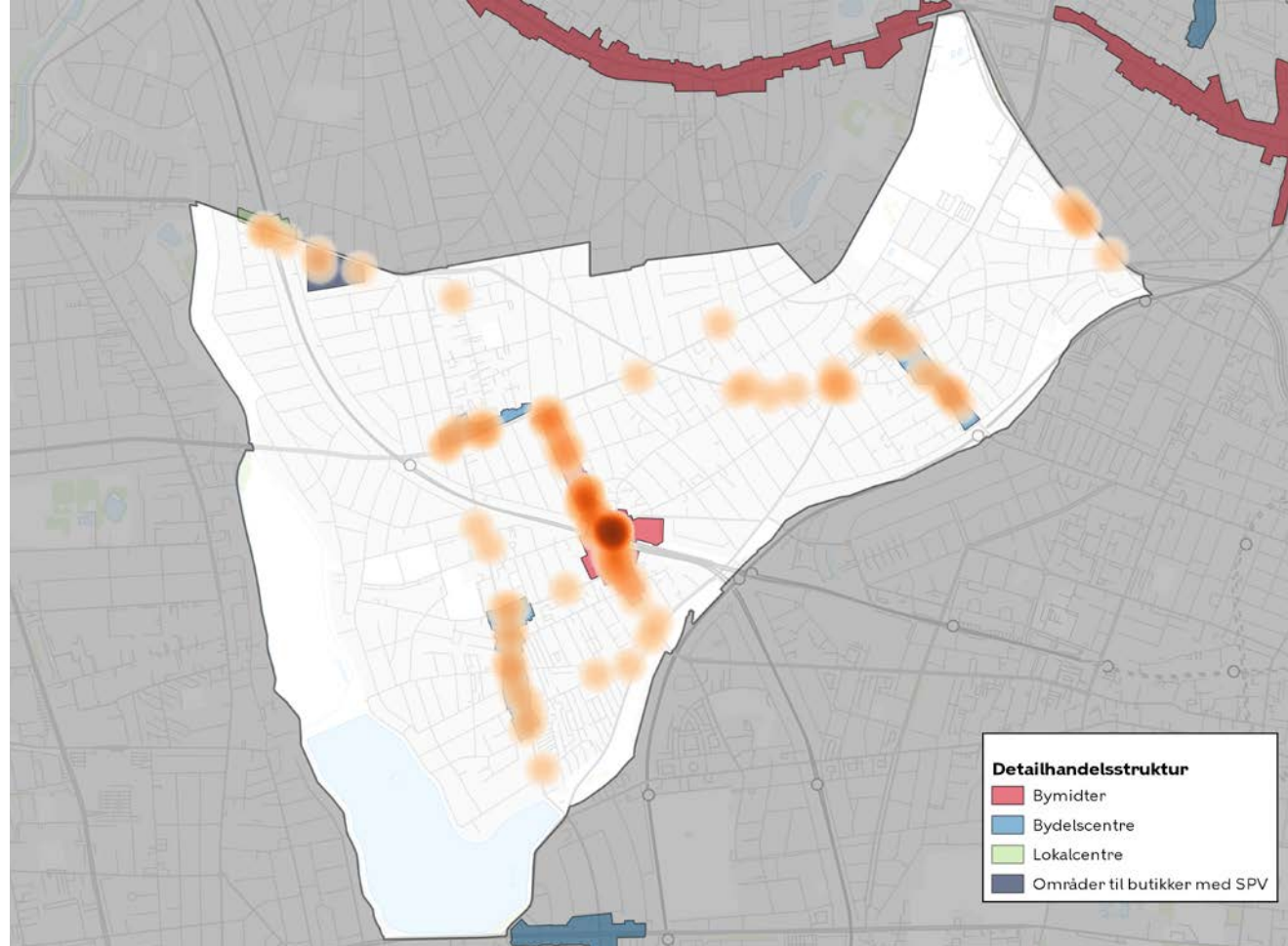
Vanløse

Det centrale Vanløse udgør bydelens bymidte og er bydelens primære indkøbssted. Detailhandelen og bylivet er koncentreret i området omkring Vanløse Torv og Jernbane Allé samt shoppingcentret Kronen Vanløse. Siden 2014 er detailhandelen i bymidten styrket markant med etableringen af Kronen Vanløse i 2017, mens der er blevet færre butikker i bydelen i øvrigt.

Dagligvareforsyningen er siden 2014 blevet styrket til trods for et fald i antallet af dagligvarebutikker. Det skyldes, at der er etableret flere store dagligvarebutikker i bydelen, som har bidraget til en stigning i både dagligvareomsætningen og i handelsbalancen.

Samlet set har bydelen fået færre udvalgsvarerbutikker, men butikkerne er generelt større end i 2014, og omsætningen er steget. Dette skyldes primært, at Kronen har tilført flere store kædebutikker til bydelen, mens det i høj grad er de små butikker, som er lukket. Handelsbalancen er steget på udvalgsvarer i bydelen, men forventes vanskelig at opretholde på grund af den igangværende ombygning af Kronen med større fokus på andre funktioner end detailhandel for at styrke den lokale tilknytning. Heriblandt en markant opgradering af spisesteder, grønne opholdsrum, fitness og andre sundhedsfunktioner.

Bydelen har oplevet en mindre befolkningsvækst siden 2014, svarende til ca. 1.400 borgere. Frem til og med 2035 forventes der et fald i befolkningstallet på 1 %, svarende til ca. 400 indbyggere.



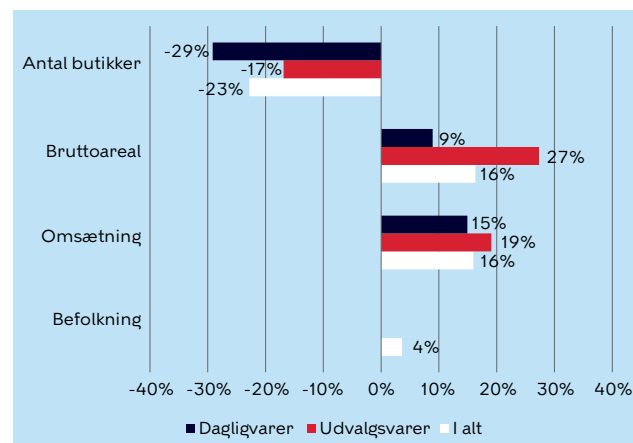
Figur 5-21 Butikkernes placering i Vanløse bydel. Kortet viser overordnet butikskoncentrationen i bydelen. Jo mørkere des flere butikker.

	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt
Vanløse bydel				
Antal butikker	51	64	3	118
Areal (m ²)	20.350	16.050	5.100	41.500
Omsætning inkl. moms	1,01 mia.	0,35 mia.	-	1,36 mia.
Forbrug	1,27 mia.	1,02 mia.	-	2,29 mia.
Handelsbalance	80 %	35 %	-	60 %
Det centrale Vanløse Bymidte				
Antal butikker	20	37	-	57
Areal (m ²)	10.350	11.150	-	21.500

Udviklingen 2014–2023

Siden 2014 er dagligvarehandlen blevet styrket med flere store dagligvarebutikker, hvorimod en række mindre dagligvarebutikker er lukket. Der er bl.a. blevet færre kiosker, minimarkeder og specialbutikker. Mens bymidten er styrket med flere dagligvarebutikker, er der kommet 43 % færre butikker i bydelen i øvrigt.

Bydelen har oplevet en koncentration af udvalgsvarebutikkerne i takt med etableringen af Kronen. Der er kommet flere butikker i Vanløse Bymidte og arealet til udvalgsvarebutikker er steget, mens antallet af udvalgsvarebutikker og arealet til udvalgsvarer i bydelen i øvrigt er faldet. Samlet er der blevet 21 færre butikker udenfor bymidten. Det er især butikkerne udenfor centerstrukturen,



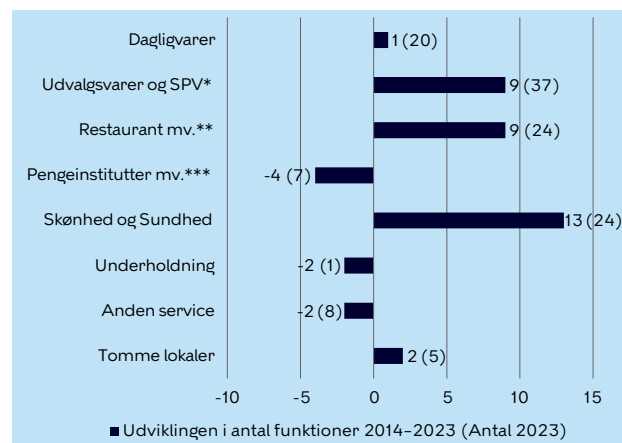
Figur 5-22 Udviklingen i nøgletal for Vanløse bydel i alt for dagligvarer og udvalgsvarer. Antal butikker, areal og befolkningsudvikling 2014–2023, detailhandelsomsætning (inkl. moms) 2013–2022.

der er forsvundet. De eksisterende butikker er gennemsnitligt større end tidligere, idet Kronen har tilført bydelen større butikslokaler og samtidigt har størstedelen af de lukkede butikker været små. Omsætningen steget med 19 %.

Der er en god balance af kædebutikker og unikke butikker i Vanløse. Over halvdelen af udvalgsvarebutikkerne er medlem af en kæde, hvilket er markant højere end andelen i 2014. Kombinationen med kæder og unikke butikker kan have en positiv betydning for fastholdelsen af oplandet.

Det centrale Vanløse

44 % af butikkerne og 48 % af butiksarealet i bydelen ligger i Vanløse Bymidte. Tyngden ligger på Jernbane Allé og Vanløse Torv med shoppingcentret Kronen Vanløse. Detailhandelen



Figur 5-23 Udviklingen i antal funktioner i Vanløse Bymidte 2014–2023

* SPV – særligt pladskrævende varer

** restauranter, caféer, barer, take away mv.

*** pengeinstitutter, ejendomsmæglere mv.

i bymidten er kendetegnet ved mange små, unikke specialbutikker i gaderne, mens kæderne er koncentreret i shoppingcentret.

Derudover ligger der en bred vifte af andre servicefunktioner, der udgør mere end halvdelen af funktionerne i bymidten. Det er især caféer og restauranter samt frisører, der fylder i bybilledet. Der er få tomme lejemål i bymidten.

Udviklingen i Det centrale Vanløse

Bymidten er blevet styrket med Kronen, der har godt fat i det lokale opland. Shoppingcentret har tilført store butikslokaler til bymidten og tiltrukket en række attraktive butikker, der ikke tidligere var til stede. Kronen har været udfordret af en kort afstand til især Rødovre Centrum og Frederiksberg Centret, og har derfor haft svært ved at tiltrække kunder fra et større opland som kædebutikkerne kræver. Kronen gik ultimo 2022 i gang med at omdanne det meste af 1. sal til andre funktioner end detailhandel for yderligere at styrke den lokale tilknytning. Heriblandt en markant opgradering af spisesteder, grønne opholdsrum, fitness og andre sundhedsfunktioner.

Dagligvareudbuddet er blevet styrket med udvidelser af et par store dagligvarebutikker i nye placeringer, og arealet til dagligvarebutikker er steget med 35 %. Udbuddet af udvalgsvarebutikker er ligeledes styrket – antallet er steget med 28 %, mens arealet til udvalgsvarebutikker er tæt på fordoblet. Både dagligvarebutikkerne og udvalgsvarebutikkerne er generelt større end i 2014.

Udbuddet af servicefunktioner i bymidten er ligeledes steget. Der er især kommet flere frisører samt restauranter, caféer og take-away. Spisestederne udgør i dag mere end en femtedel af alle funktionerne i bymidten.

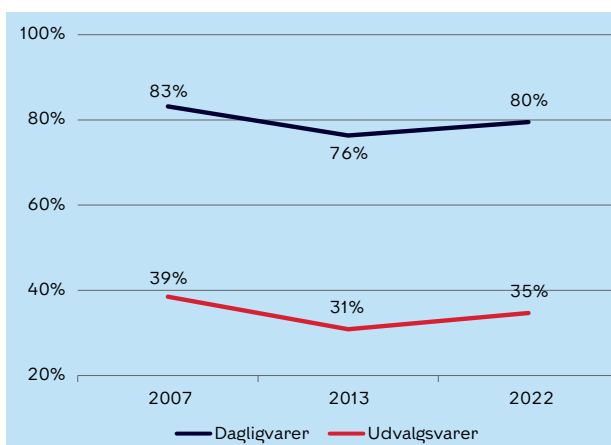


Vanløse

Detailhandelsudviklingen i bymidten betyder, at der er kommet færre butikker på Jernbane Allé, men der er kun ganske få tomme lokaler, da de fleste tidligere butikslokaler i dag anvendes til andre funktioner. Især har Jernbane Allé et bredt udvalg af restauranter, caféer og kaffebarer. Dertil kommer, at detailhandelsarealer på 1. salen i Kronen er under omdannelse til andre funktioner.

Handelsbalancen

Handelsbalancen for både dagligvarer og udvalgsvarer er steget i Vanløse i modsætning til de øvrige bydele, hvilket skyldes at omsætningen er steget for både dagligvarer og udvalgsvarer i takt med etableringen af Kronen. Med lukningen af en række udvalgsvarerbutikker i shoppingcentret i forbindelse med ombygningen af centret vil udvalgsvareomsætningen med stor sandsynlighed opleve et fremtidigt fald.



Figur 5-24 Udviklingen i handelsbalance for Vanløse bydel for dagligvarer og udvalgsvarer

Handelsbalancen fortæller, at dagligvareomsætningen er 20 % mindre end det samlede dagligvareforbrug i bydelen. Handelsbalancen viser, at der er en god dagligvareforsyning i bydelen set i forhold til øget udespisning og øget e-handel med dagligvarer herunder måltidskasser.

Handelsbalancen for udvalgsvarer ligger fortsat på et relativt lavt niveau. Udvalgsvareomsætningen i butikkerne i Vanløse udgør kun 35 % af det samlede udvalgsvareforbrug i bydelen. Udbudet af udvalgsvarer er styrket i Vanløse med flere kædekoncepter, men den korte afstand til langt større udbud gør det vanskeligt at oprettholde et bredt udbud af udvalgsvarer.

Især de store udbud i Frederiksberg Centret, Fisketorvet, Field's, Indre By og Rødovre Centrum tiltrækker kunder fra Vanløse.

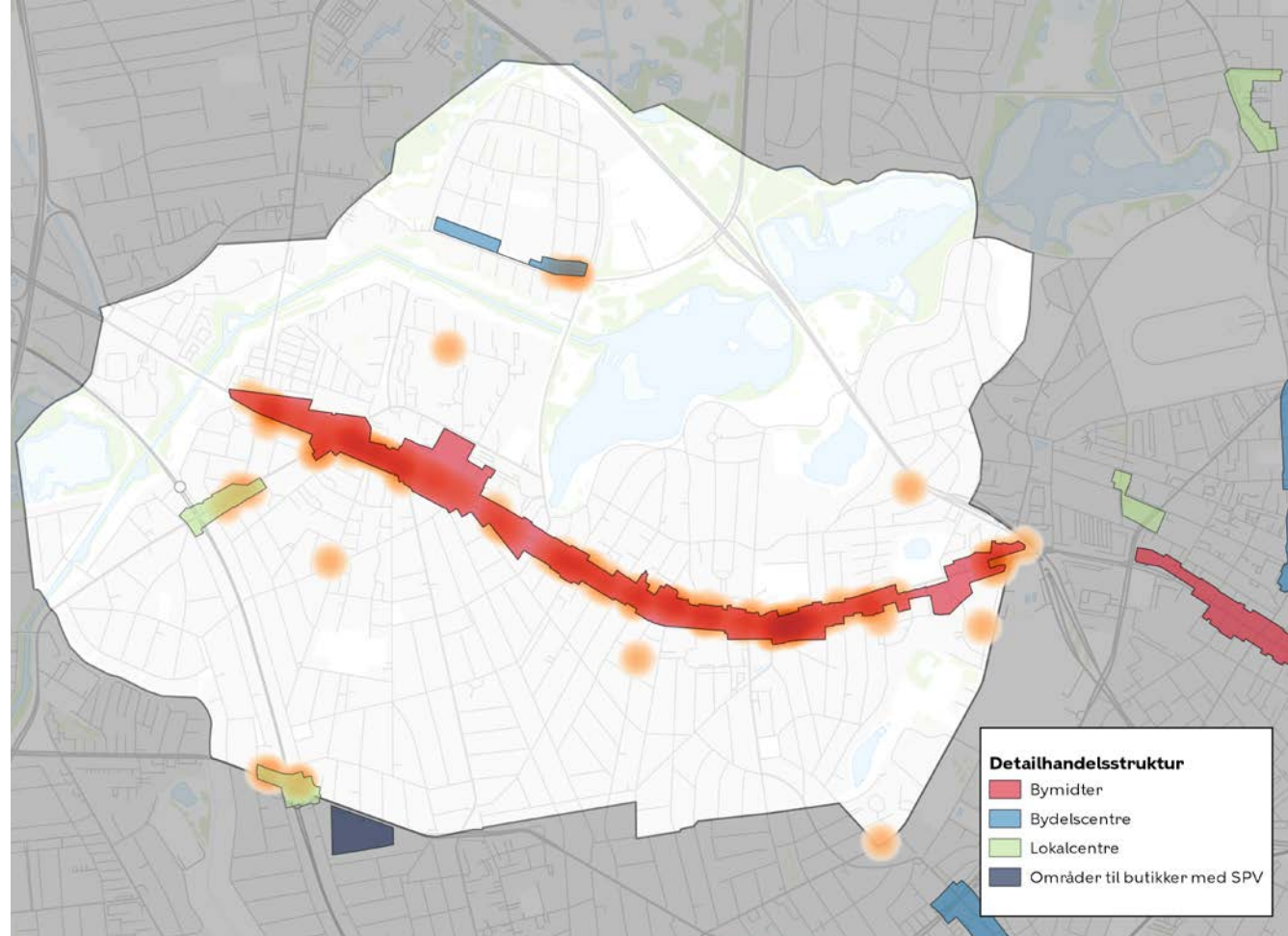
Brønshøj-Husum

Brønshøj-Husum er et vigtigt indkøbssted for borgerne i bydelen. Detailhandelen er kendetegnet ved at handelen og bylivet ligger spredt langs Frederikssundsvej med koncentrationer omkring Brønshøj Torv og Husum Torv. Der ligger et bredt udvalg af dagligvarebutikker og servicefunktioner samt enkelte specialbutikker. Generelt fremstår udbuddet af udvalgsvarer relativt svagt, især som konsekvens af bymidtens udstrækning på over 3 km.

Dagligvareforsyningen er siden 2014 blevet styrket på trods af et fald i antallet af dagligvarebutikker. En række mindre kiosker og dagligvarespecialbutikker er lukket, mens der er etableret enkelte store dagligvarebutikker i bydelen. Det er samme tendens som ses andre steder. Handelsbalancen for dagligvarer i bydelen er fortsat på et relativt højt niveau.

Som indkøbssted for udvalgsvarer står bydelen svagt og handelsbalancen er faldet markant siden 2014. Her er fortsat en række unikke, store butikker som tiltrækker kunder fra et større opland, men bydelen kan generelt ikke tilbyde borgerne et bredt udbud af udvalgsvarebutikker.

Bydelen har nogenlunde fastholdt befolkningstallet siden 2014, men med den igangværende byudvikling i Tingbjerg og den kommende udvikling af Bystævneparken og forventes i alt 3.200 flere borgere ved udgangen af 2035. Siden 2014 er bebyggelsen i bydelscenter Ruten i Tingbjerg flyttet og nyopført. Funktionerne er nu mere synlige fra de overordnede veje og indkørslen til boligområdet.



Figur 5-25 Butikkernes placeringen i Brønshøj-Husum bydel. Kortet viser koncentrationen af antal butikker i bydelen, jo mørkere des flere butikker.

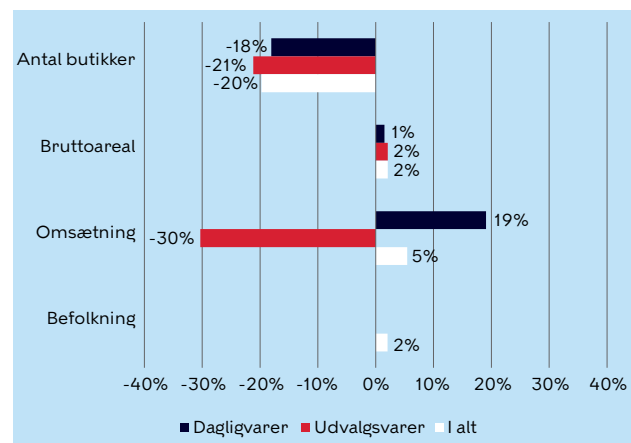
	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt
Brønshøj-Husum bydel				
Antal butikker	59	67	1	127
Areal (m ²)	27.100	16.400	300	43.800
Omsætning inkl. moms	1,18 mia.	0,26 mia.	-	1,44 mia.
Forbrug	1,38 mia.	1,10 mia.	-	2,48 mia.
Handelsbalance	85 %	24 %	-	58 %
Frederikssundsvej Bymidte				
Antal butikker	47	63	-	110
Areal (m ²)	23.250	15.550	-	38.800

Udviklingen 2014–2023

Siden 2014 er dagligvarehandlen trods et fald i antal butikker blevet styrket med etablering af enkelte discountbutikker, hvilket kommer til udtryk i en stigning i butiksarealet. Uden for centerstrukturen er antallet af dagligvarebutikker halveret. Der er blevet færre minimarkeder og dagligvarespecialbutikker som f.eks. bagere og blomsterbutikker.

Udvalget af udvalgsvarer er svækket i bydelen med et fald i antallet af butikker og et markant fald i omsætningen. Inden for centerstrukturen er der blevet 23 % færre udvalgsvarebutikker siden 2014, mens antallet af udvalgsvarebutikker er nogenlunde fastholdt udenfor centerstrukturen.

Udvalgsvarebutikkernes gennemsnitlige størrelse er steget 30 %. Det er generelt de mindre butikker,

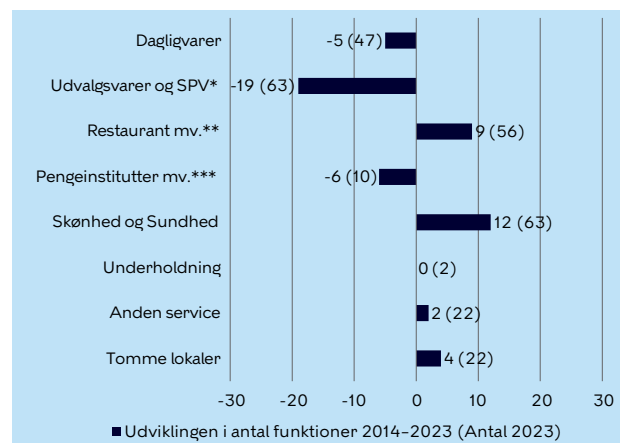


Figur 5-26 Udviklingen i nøgletal for Brønshøj-Husum bydel i alt for dagligvarer og udvalgsvarer. Antal butikker og areal, befolkning 2014–2023, detailhandelsomsætning (inkl. moms) 2013–2022.

der er lukket, mens de store butikker i højere grad er fastholdt eller skiftet ud med andre koncepter. Her ligger blandt andet en del møbel- og boligindretningsbutikker, samt genbrugsbutikker og butikker med sportsudstyr.

Frederikssundsvej Bymidte

87 % af butikkerne og knap 90 % af butiksarealet i bydelen ligger i Frederikssundsvej Bymidte. Tyngden ligger omkring Brønshøj Torv samt i en vis grad ved Husum Torv. Butiksubuddet fremstår relativt ekstensivt og usammenhængende, da bymidten strækker sig over 3 km. Omkring Brønshøj Torv er dog en vis koncentration af funktioner. Detailhandelen i bymidten er kendetegnet ved enkelte store supermarkeder og discountbutikker samt store udvalgsvarebutikker og enkelte mindre



Figur 5-27 Udviklingen i antal funktioner i Frederikssundsvej Bymidte 2014–2023

* SPV – særligt pladskrævende varer

** restauranter, cafeer,barer, take away mv.

*** pengeinstitutter, ejendomsmæglere mv.

specialbutikker, der ikke er medlem af et kædesamarbejde, samt genbrugsbutikker og servicefunktioner.

Udviklingen Frederikssundsvej Bymidte

Bymidten har mistet 10 % af dagligvarebutikker og 23 % af udvalgsvarebutikkerne siden 2014, hvorimod bruttoarealet er fastholdt. Det er især de mindre butikker, der er blevet erstattet af servicefunktioner. Herudover er etableret enkelte nye, store kædekoncepter, mens nogle af de eksisterende er udvidet. Kædeandelen i bymidten er således også steget fra 34 % til 39 %, hvilket er højere end de fleste andre bymidter uden et shoppingcenter. Det har en positiv betydning oplandets størrelse.

Der er lukket butikker langs hele Frederikssundsvej, men omkring Brønshøj Torv er bylivet styrket. Her er butikkerne blevet erstattet af andre funktioner, og antallet af tomme lokaler er faldet. Omvendt er bylivet svækket omkring Husum Torv. Her er antallet af servicefunktioner fastholdt samtidig med, at 23 % af butikkerne er forsvundet, hvilket vil sige over en fordobling af antallet af tomme lokaler. Da de tomme lokaler er relativt store og ligger koncentreret, virker tomgangen relativt markant i bybilledet omkring Husum Torv. Antallet af tomme lejemål i bymidten er samlet set ikke steget væsentligt siden 2014.

Det er især udvalget af skønheds- og sundhedsfunktioner samt spisesteder som caféer, restauranter og take away, der er blevet større. Skønhed og sundhed udgør i dag knap en fjerdedel af alle funktionerne i bymidten.

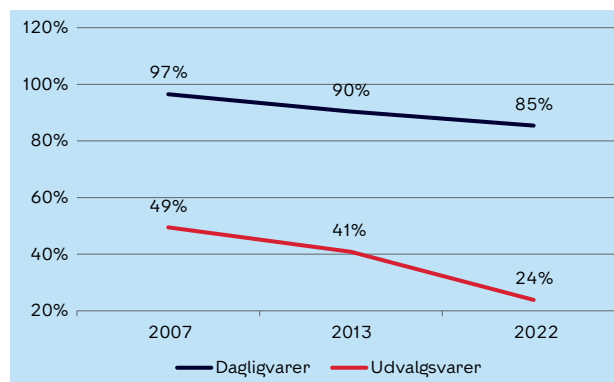


Brønshøj-Husum

Handelsbalancen

Handelsbalancen fortæller, at dagligvareomsætningen er 15 % mindre end det samlede dagligvareforbrug i bydelen. Set i forhold til konkurrencesituationen, udbuddet i bydelen, øget udespisning og øget e-handel med dagligvarer – herunder måltidskasser, viser handelsbalancen, at der fortsat er en god dagligvareforsyning i bydelen.

Handelsbalancen for udvalgsvarer i Brønshøj-Husum stod svagt allerede i 2013, og den har mistet yderlig mistet betydning. Udvalgsvareomsætningen i butikkerne i bydelen udgør kun 24 % af det samlede udvalgsvareforbrug i bydelen, og bydelen



Figur 5-28 Udviklingen i handelsbalance for Brønshøj-Husum bydel for dagligvarer og udvalgsvarer

har ikke et dækkende udbud af udvalgsvarebutikker. Handelsbalancen bliver holdt oppe af enkelte markante butikskoncepter som har et opland udover bydelen.

De største konkurrenter til Frederikssundsvej Bymidte er udbuddet af store butikker i Herlev, Gladsaxe og Glostrup. Især BIG Herlev, som ligger 2 km fra Husum Torv, har et stort udvalg af store kædebutikker med bedre tilkørsels- og parkeringsforhold. Konkurrenterne til Brønshøj Torv er i højere grad de øvrige bymidter og især Nørrebro Bycenter, Vanløse men også Rødovre Centrum og det centrale Frederiksberg har en betydning,

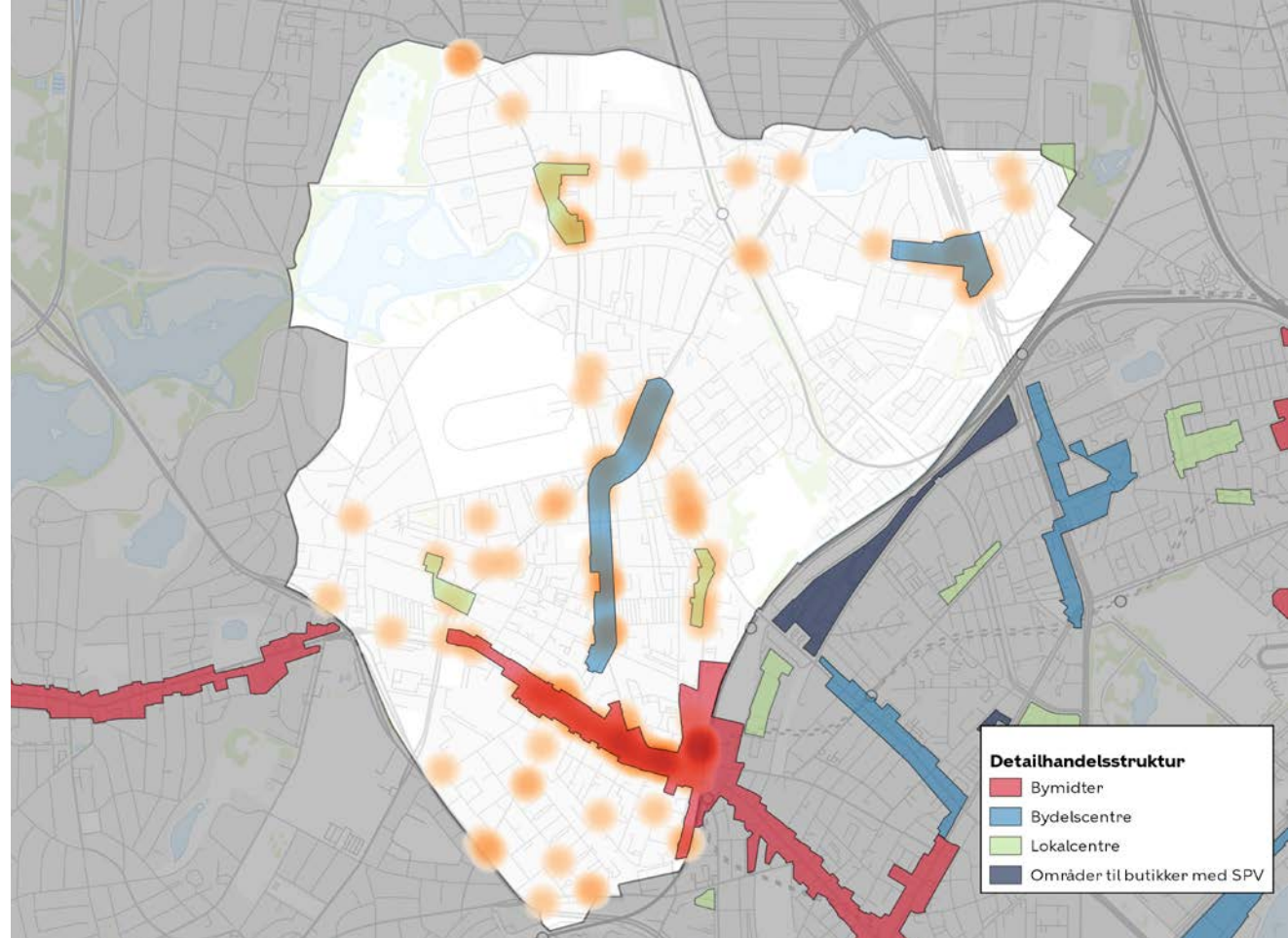
Bispebjerg

Detailhandelen og bylivet i Bispebjerg bydel er primært koncentreret på Frederikssundsvej og i Nørrebro Bycenter ved Lygten på kanten til Nørrebro. Koncentrationen af kædekoncepter i centeret tiltrækker ikke kun kunder fra bydelen men også kunder fra ydre Nørrebro. Detailhandelen i bydelen i øvrigt forsyner primært lokalområder.

Dagligvareforsyningen er blevet styrket siden 2014, både i bymidten Frederikssundsvej men især i bydelscentrene og lokalcentrene. Flere af discountbutikker er blevet udvidet, flyttet i større lokaler i nye lokaliseringer og enkelte er nyetablerede. Dagligvarearealet er steget markant og omsætningen er ligeledes steget. Bydelen adskiller sig ved ikke at have større supermarkeder og varehuse. Set i forhold til udbuddet vurderes handelsbalance derfor at ligge på et acceptabelt niveau til trods for et mindre fald.

Inden for udvalgsvarer har bydelen mistet betydning som indkøbssted, og antallet af udvalgsvarerbutikker og omsætningen er faldet markant. Det til trods, har Indre Frederikssundsvej Bymidte ikke bemærkelsesværdig tomgang, og som den eneste bymidte i København er antallet af tomme lokaler faldet siden 2014. Dette skyldes en stigning i antallet af både spisesteder og funktioner inden for skønhed og sundhed.

Bydelen har oplevet en befolkningsvækst på 1.800 borgere, svarende til ca. 4 % siden 2014. Frem til 2035 forventes en befolkningsvækst på 4 %.



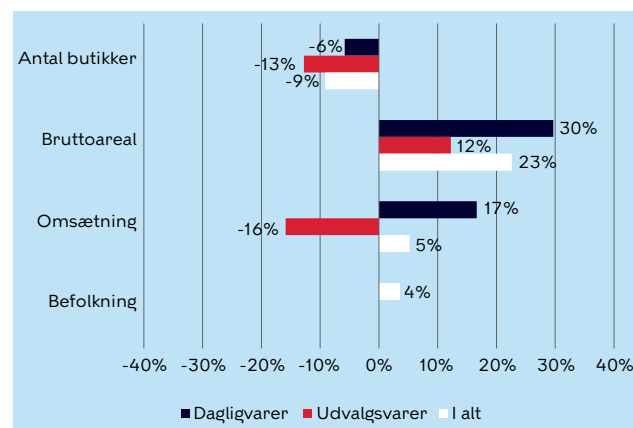
Figur 5-29 Butikkernes placering i Bispebjerg bydel. Kortet viser koncentrationen af antal butikker i bydelen. Jo mørkere des flere butikker.

	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt
Bispebjerg bydel				
Antal butikker	97	82	4	183
Areal (m ²)	29.000	17.200	4.300	50.500
Omsætning inkl. moms	1,11 mia.	0,44 mia.	-	1,55 mia.
Forbrug	1,70 mia.	1,36 mia.	-	3,06 mia.
Handelsbalance	65 %	32 %		50 %
Indre Frederikssundsvej Bymidte				
Antal butikker	39	55	1	95
Areal (m ²)	8.500	12.100	2.700	23.300

Udviklingen 2014–2023

Siden 2014 er dagligvarehandlen blevet styrket med flere og større dagligvarebutikker. Både i Frederikssundsvej Bymidte og især i Frederiksborgvej og Emdrupvej bydelscentre er der etableret flere discountbutikker. Foruden nyetableringer er flere discountbutikker blevet udvidet og enkelte flyttet i nye, større lokaler. Dette betyder en omsætningsstigning og en stigning i det samlede areal til dagligvarer. Samtidig er flere mindre dagligvarebutikker som kiosker og minimarkeder lukket, hvilket er en del af generel udviklingstendens som bl.a. skyldes discountbutikkernes udvidede åbningstider og flere større butikker med bredere sortiment.

Udvalgsvarehandelen i bydelen er svækket. Der kan både konstateres et fald i antallet af butikker og et kraftigt fald i omsætningen. Inden for center-

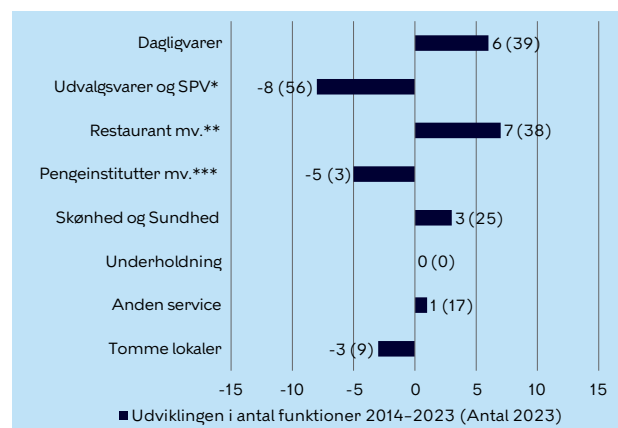


Figur 5-30 Udviklingen i Bispebjerg bydel, - Dagligvarer og udvalgsvarer. Antal butikker og areal og befolkningsudvikling i 2014–2023, detailhandelsomsætning (inkl. moms) 2013–2022

strukturen er der blevet 10 % færre udvalgsvarebutikker og uden for centerstrukturen er der blevet 24 % færre. Især mindre udvalgsvarebutikker er lukket, og omvendt er enkelte store butikker åbnet, således at arealet steget. De færre butikker skyldes ændrede forbrugsmønstre med stigende e-handel samtidigt med en stigende konkurrence.

Den gennemsnitlige butiksstørrelse er fortsat en af de laveste i kommunen. Især dagligvarebutikkerne er mindre end i de omkringliggende bydele. I Bispebjerg ligger der en del discountbutikker, som er mindre end 1.000 m² og der er ingen store varehuse eller supermarkeder i bydelen.

Kædeandelen er steget fra 34 % til 38 %, da det primært er selvstændige små butikker der er lukket i bydelen. Kæderne indenfor udvalgsvarer ligger i høj grad koncentreret i og omkring Nørrebro Bycenter.



Figur 5-31 Udviklingen i antal funktioner i Indre Frederikssundsvej Bymidte 2014–2023

* SPV - særligt pladskrævende varer

** restauranter, cafeer, barer, take away mv.

*** pengeinstitutter, ejendomsmæglere mv.

Indre Frederikssundsvej Bymidte

Knap halvdelen af butikkerne og butiksarealet i Bispebjerg bydel ligger i Indre Frederikssundsvej Bymidte. Tyngden ligger i Nørrebro Bycenter og området omkring Nørrebro Station med flere kendte kædebutikker. Den øvrige del af bymidten er præget af små dagligvarebutikker og servicefunktioner samt få mindre udvalgsvarebutikker, der ikke er medlem af et kædesamarbejde.

Udviklingen Indre Frederikssundsvej Bymidte

Siden 2014 er der kommet 18 % flere dagligvarebutikker i bymidten, mens der er blevet 16 % færre udvalgsvarebutikkerne. Det er primært tøjbutikker, der er forsvundet. Nørrebro Bycenter kun har mistet et par udvalgsvarebutikker, mens de resterende lå på Frederikssundvej og Frederiksborgvej. Nørrebro Bycenter er fortsat et attraktivt shoppingcenter for de lokale borgere i Bispebjerg og på ydre Nørrebro.

Dagligvarearealet i bymidten er øget med 30 %, da enkelte mindre discountbutikker er erstattet af nye større butikker. Arealet til udvalgsvarer er fastholdt trods færre butikker, da enkelte større udvalgsvarebutikker er åbnet, mens andre er udvidet siden 2014.

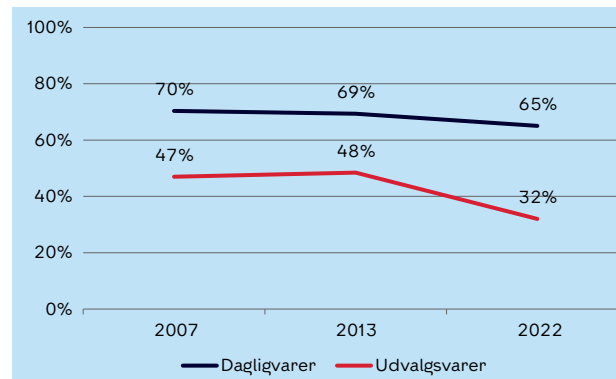
Til trods for en nedgang i antallet af butikker, er der kommet færre tomme lokaler siden 2014. Det skyldes at der i flere tidligere butikslokaler i dag er åbnet andre funktioner, især flere spisesteder som caféer, restauranter og take away.



Handelsbalancen

Handelsbalancen for dagligvarer er faldet og dagligvareomsætningen er 35 % mindre end det samlede dagligvareforbrug i bydelen. Set i forhold til udbuddet af dagligvarebutikker i bydelen med alene discountbutikker og mindre dagligvarespecialbutikker og kort afstand til større dagligvarebutikker er handelsbalancen for dagligvarebutikker i Bispebjerg på et acceptabelt niveau, og vurderes i nogen grad at dække de lokale borgeres behov.

Bispebjerg fremstår fortsat relativt svag indenfor udvalgsvarer. Bortset fra enkelte store udvalgsvarerbutikker og koncentrationen i Nørrebro Bycenter,



Figur 5-32 *Udviklingen i handelsbalance for Bispebjerg bydel for dagligvarer og udvalgsvarer*

er der et begrænset udvalg især inden for beklædning. Udvalgsvareomsætningen i butikkerne i Bispebjerg udgør kun 32 % af det samlede udvalgsvareforbrug i bydelen. Handelsbalancen i Bispebjerg skal dog ses i forhold til den korte afstand til både Nørrebrogade Bymidte og til Frederikssundsvej Bymidte ved Brønshøj Torv, som tiltrækker kunder fra Bispebjerg.

De største konkurrenter til Frederikssundsvej Bymidte er Indre By samt shoppingcentrene Fisketorvet, Field's, Frederiksberg Centret og BIG i Herlev, hvor der er et større udvalg af kædebutikker indenfor udvalgsvarerbutikker.

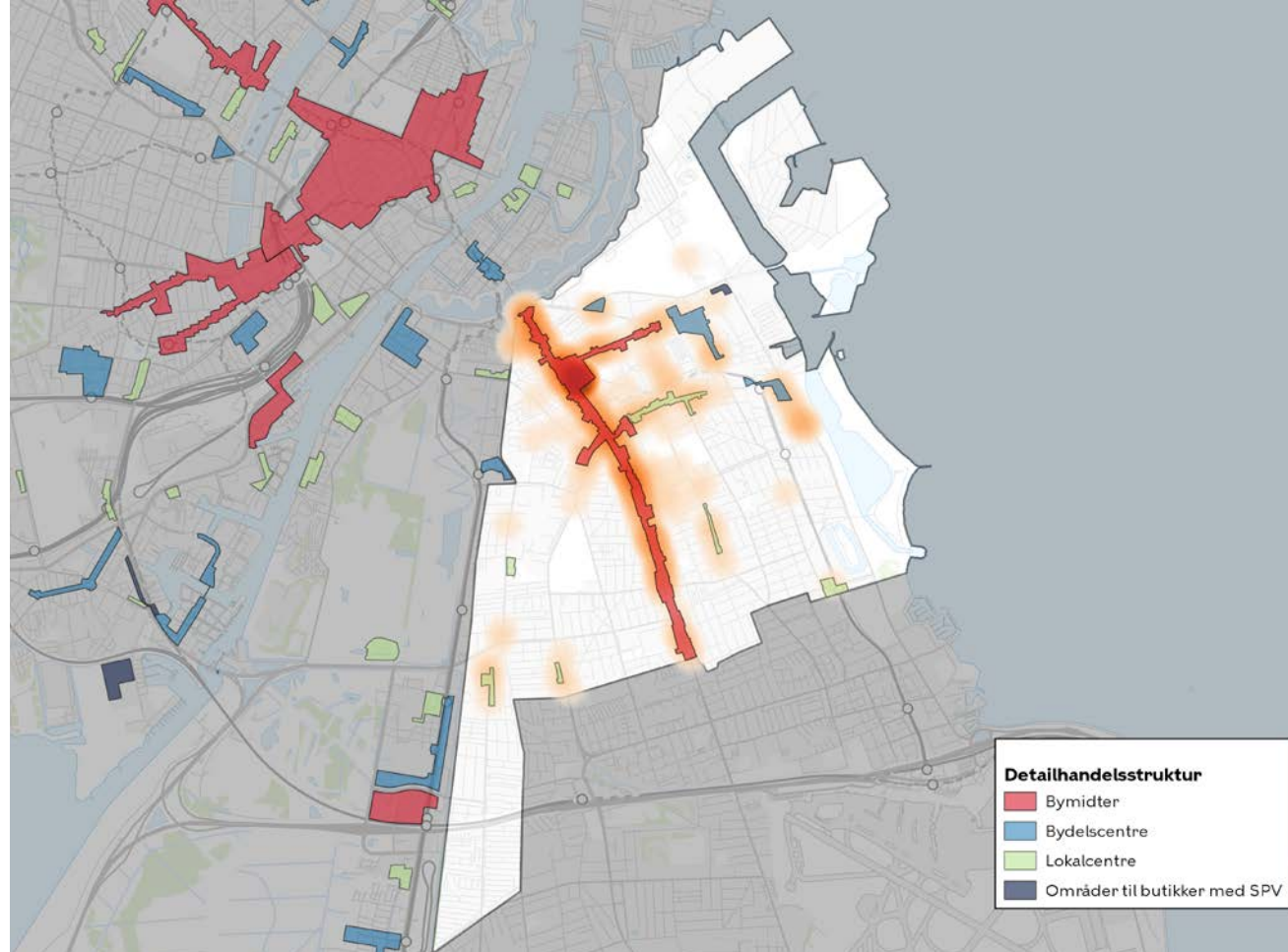
Sundbyerne

Detailhandelen i Sundbyerne er kendetegnet ved, at handelen og bylivet primært er koncentreret på Amagerbrogade og i Amager Centret. Her er et bredt udbud af butikker og andre servicefunktioner. Amagerbrogade er et vigtigt indkøbssted for borgerne i Sundbyerne.

Dagligvareforsyningen er siden 2014 blevet styrket på trods af et fald i antallet af dagligvarebutikker. Der er etableret flere store dagligvarebutikker i bydelen, og den gennemsnitlige butiksstørrelse er steget. Bydelen har et godt dagligvareudbud og har fastholdt en høj handelsbalance for dagligvarer.

Bydelen har samlet set mistet betydning som indkøbssted for udvalgsvarer, og der er sket et fald i både antallet og arealet til udvalgsvarer samt et mindre fald i udvalgsvareromsætningen. I bymidten har Amagerbrogade mistet betydning, mens Amagercentret er styrket efter en modernisering. Handelsbalancen for udvalgsvarer er faldet markant.

Bydelen har oplevet en befolkningsvækst på 12 % siden 2014, svarende til ca. 11.000 borgere. Hovedparten af væksten er sket langs Amager Strandvej, hvor der tilsvarende også er kommet flere dagligvarebutikker og mere byliv. Bydelen forventes at få endnu flere borgere frem til og med 2035 – især på Nordøstamager, hvilket blandt andet betyder grundlag for etablering af nye bylivsfunktioner som f.eks. butikker.



Figur 5-33 Butikkernes placering i Sundby bydel. Kortet viser koncentrationen af antal butikker i bydelen. Jo mørkere des flere butikker.

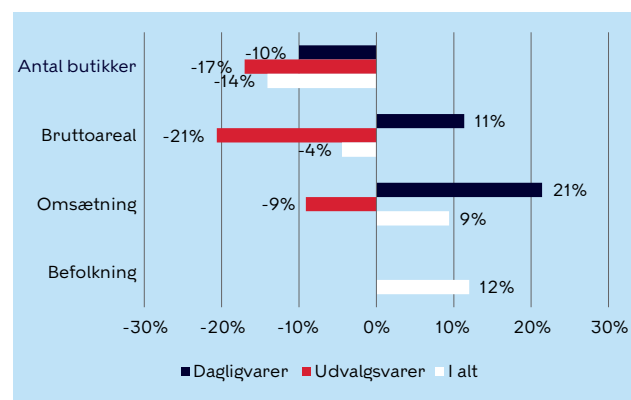
	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt
Sundby bydel				
Antal butikker	153	195	4	352
Areal (m ²)	63.800	44.350	650	108.800
Omsætning inkl. moms	2,88 mia.	1,40 mia.	-	4,28 mia.
Forbrug	3,28 mia.	2,62 mia.	-	5,90 mia.
Handelsbalance	89 %	54 %		73 %
Amagerbrogade Bymidte				
Antal butikker	95	163	2	260
Areal (m ²)	40.450	31.100	350	71.950

Udviklingen 2014–2023

Siden 2014 er dagligvarehandlen blevet styrket med flere store dagligvarebutikker på Øresundsvej og på Amagerbrogade, hvilket betyder, at den gennemsnitlige butiksstørrelse er steget. Omvendt er der nu færre dagligvarespecialbutikker, kiosker og minimarkeder i bydelen.

Udvalget af udvalgsvarer er svækket i bydelen med et markant fald i antallet af butikker og bruttoareal. Uden for centerstrukturen er der blevet 26 % færre udvalgswarebutikker, mens der blev 16 % færre i bymidten. Dette dækker dog over, at udbuddet er blevet styrket med enkelte store udvalgswarebutikker især i området omkring Strandlodsvej og i Amager Centret.

Kædeandelen er relativt høj set i forhold til de øvrige bydele, og er øget siden 2014. Især kæde-

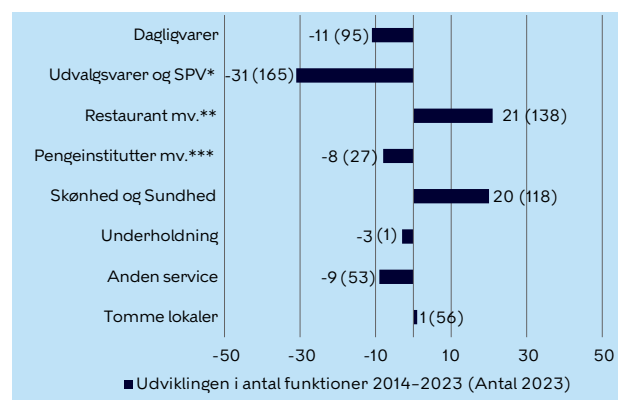


Figur 5-34 Udviklingen i nøgletal for Sundby bydel i alt for dagligvarer og udvalgsvarer: Antal butikker, bruttoareal og befolkning 2014–2023, Detailhandelsomsætning (inkl. moms) 2013–2022.

andelen inden for beklædning er styrket, hvilket har en positiv betydning for bymidtens opland.

Amagerbrogade Bymidte

74 % af butikkerne og 65 % af butiksarealet i Sundbyerne ligger i Amagerbrogade Bymidte. Detailhandelen er ikke lige koncentreret, da bymidten strækker sig over næsten 5 km langs Amagerbrogade og Holmbladsgade. Tyngden ligger i shoppingcentret AmagerCentret samt på Amagerbrogade fra Holmbladsgade til Englandsvej, mens butikkerne ligger mere spredte på den øvrige del af Amagerbrogade. I AmagerCentret ligger der et bredt udbud af kædebutikker inden for udvalgsvarer, mens der på Amagerbrogade i højere grad ligger mange servicefunktioner og enkelte butikker, der typisk ikke er medlem af et kædesamarbejde.



Figur 5-35 Udviklingen i antal funktioner i Amagerbrogade Bymidte 2014–2023

* SPV – særligt pladskrævende varer

** restauranter, cafeer, barer, take away mv.

*** pengeinstitutter, ejendomsmæglere mv.

Udviklingen af Amagerbrogade Bymidte

Bymidten har mistet 10 % af dagligvarebutikkerne og 16 % af udvalgswarebutikkerne. Det skyldes primært, at antallet af tøjbutikker og butikker med boligudstyr er faldet med ca. 28 %.

Det er især på Amagerbrogade, at butikkerne er lukket. Her er der 18 % færre udvalgswarebutikker end i 2014, og detailhandelsarealet er reduceret med 22 %. Blandt andet er markante kendte udvalgswarebutikker forsvundet. Knap hver tredje beklædningsbutik på Amagerbrogade er lukket siden 2014.

Amager Centret gennemgik i 2018–19 en omfattende modernisering som har styrket tilstedeværelsen i det lokale opland. Centret er blevet styrket med flere kendte udvalgswarekædekoncepter. Herudover er bespisningen i centret blevet styrket med et udendørs gårdmiljø og flere spisesteder. Det samlede antal funktioner er dog nogenlunde uændret siden 2014.

Detailhandelsudviklingen betyder, at en række tidligere butikslokaler på Amagerbrogade i dag anvendes til andre funktioner, og særlig udvalget af spisesteder er blevet større. Spisestederne udgør i dag mere end en femtedel af alle funktionerne i bymidten. Tomgangen i butikslokaler i bymidten er uændret i forhold til 2014, men tallene dækker over, at der er forsvundet i alt 20 funktioner i bymidten. Butikslokaler er blevet sammenlagt, samtidig med at butikslokaler er konverteret til andre formål især i den sydligste del af Amagerbrogade og den østlige del af Holmbladsgade.

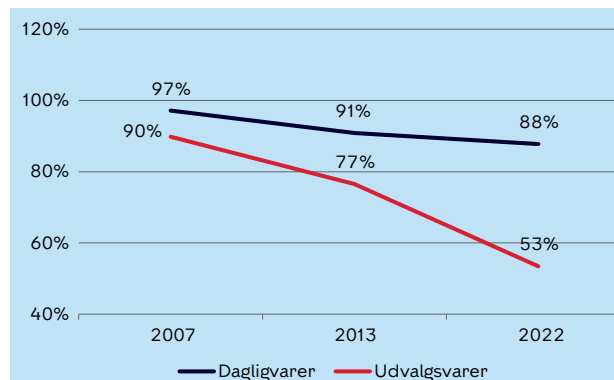


Sundbyerne

Handelsbalancen

Handelsbalancen fortæller, at dagligvareomsætningen er 12 % mindre end det samlede dagligvareforbrug i bydelen. Handelsbalancen viser, at der er en god dagligvareforsyning i bydelen set i forhold til øget udespisning og øget e-handel med dagligvarer – herunder måltidskasser.

Handelsbalancen er faldet drastisk siden 2013, og Sundbyerne har mistet betydning som handelsdestination for udvalgsvarer. Udvalgsvareomsætningen i butikkerne i Sundbyerne udgør kun 53 % af det samlede udvalgsvareforbrug i bydelen. Udvalgsvareomsætningen er faldet 9 %, mens befolkningstilvæksten har været 12 %. Dette kan primært



Figur 5-36 Udviklingen i handelsbalance for Sundby bydel for dagligvarer og udvalgsvarer

tilskrives ændrede forbrugsmønstre med øget e-handel og mere fokus på genbrug, men 40 færre udvalgsvarebutikker har også en væsentlig betydning for omsætningen. Især konkurrencen fra de øvrige store shoppingcentre betyder, at Amagerbrogade ikke i samme omfang tiltrækker kunder udefra eller kan holde på de lokale.

De største konkurrenter til Amagerbrogade Bymidte er detailhandelen i City og Ørestad City (Fields), som har et større udvalg af især kædebutikker men også Fisketorvet og de store udvalgsvarebutikker på Kirstinehøj har en betydning for detailhandelen i Sundbyerne.

Vestamager

Detailhandelen på Vestamager er kendetegnet ved, at handelen og bylivet er koncentreret i Ørestad City i det regionale shoppingcenter Fields, hvor der er et bredt udbud af kædebutikker. I bydelen i øvrigt er detailhandelsudbuddet primært til områdernes lokale forsyning.

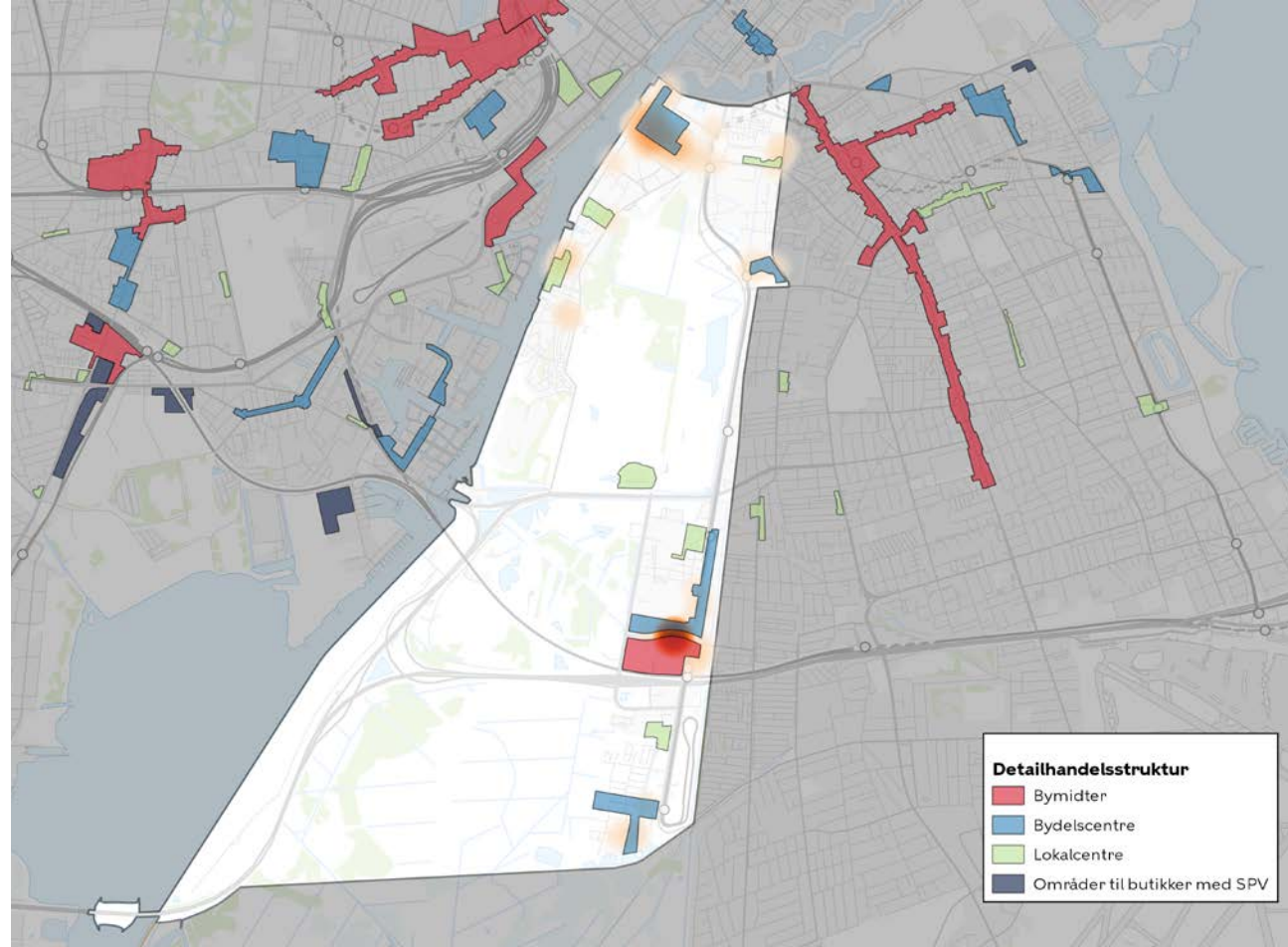
Herudover er Vestamager præget af byudvikling bl.a. i Ørestad og på Islands Brygge.

Dagligvareforsyningen er siden 2014 blevet styrket med flere store dagligvarebutikker i de forskellige byudviklingsområder, hvilket har bidraget til en bedre dagligvareforsyning og et lokalt byliv.

Bydelen har fået færre udvalgswarebutikker, mens bruttoarealet er fastholdt. Således er udvalgswarebutikkerne gennemsnitligt blevet større. Udvalgsvarerne er koncentreret i Field's, hvis brede udvalg af kædekoncepter tiltrækker kunder fra et stort opland. Field's har fortsat et stærkt regionalt opland og samtidigt er det lokale opland i vækst.

Handelsbalancen er faldet markant for både dagligvarer og udvalgsvarer, men det bør ikke ses som en indikator for, at detailhandelen klarer sig dårligt. Det skyldes derimod, at forbruget i bydelen er steget markant i takt med befolkningsvæksten.

Vestamager har næsten fordoblet befolkningstallet siden 2014, svarende til 21.100 borgere. Hovedparten af væksten er sket i Ørestad City og -Syd samt på Bryggen Syd. Ørestad Syd og Nord vil i perioden frem til og med 2035 stå for langt størstedelen af bydelens vækst. Her forventes yderligere godt 14.000 indbyggere, hvilket blandt andet kan sikre et grundlag for etablering af flere dagligvare- og udvalgswarebutikker.



Figur 5-37 Butikkernes placering i Vestamager bydel. Kortet viser koncentrationen af antal butikker i bydelen. Jo mørkere des flere butikker

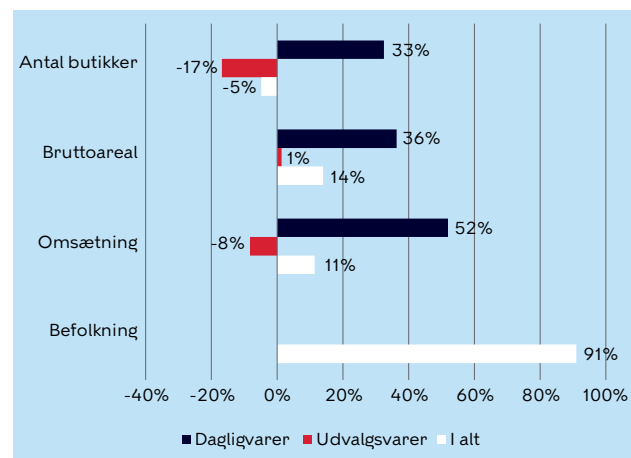
	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt
Amager Vest bydel				
Antal butikker	53	104	-	157
Areal (m ²)	33.150	43.350	-	76.500
Omsætning inkl. moms	*	*	-	3,60 mia.
Forbrug	*	*	-	2,49 mia.
Handelsbalance	116 %	181 %		145 %
Ørestad City Bymidte				
Antal butikker	16	76	-	92
Areal (m ²)	15.350	39.200	-	54.550

* kan ikke oplyses grundet anonymitetshensyn.

Udviklingen 2014–2023

Siden 2014 er dagligvarehandlen blevet styrket med flere dagligvarebutikker i bydels- og lokalcentrene især i DR Byen, Ørestads Boulevard og Islands Brygge. Her er både etableret store dagligvarebutikker samt dagligvarespecialbutikker – især bagere og blomsterbutikker. Der er etableret nye dagligvarebutikker etableret inden for centerstrukturen, mens antallet af dagligvarebutikker uden for centerstrukturen er fastholdt.

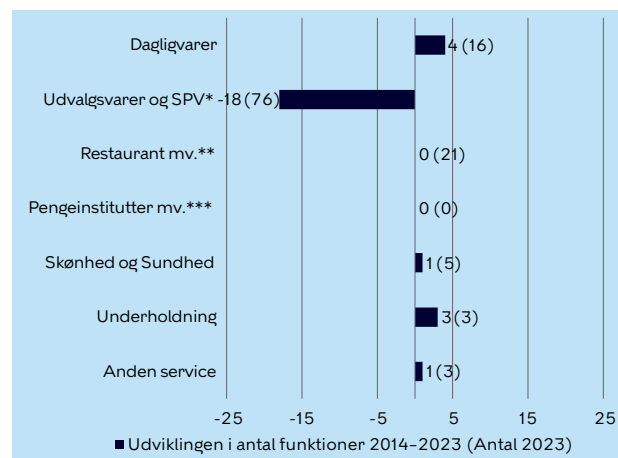
I Ørestad City er antallet af udvalgswarebutikker faldet, mens bruttoarealet er fastholdt. Enkelte butikker i Fields er udvidet, mens andre relativt store butikker er åbnet, i hvad der tidligere udgjorde flere enheder.



Figur 5-38 Udviklingen i nøgletal for Vestamager bydel i alt for dagligvarer og udvalgsvarer: Antal butikker, areal og befolkning 2014–2023, detailhandelsomsætning (inkl. moms) 2013–2022.

Udvalget af udvalgswarebutikker er ikke i samme omfang styrket udenfor Ørestad City. Der er etableret enkelte udvalgswarebutikker i bydelscentrene, mens enkelte små selvstændige udvalgswarebutikker udenfor centerstrukturen er lukket.

I bydelscenter Ørestad Syd er udbuddet af detailhandel relativt begrænset på nuværende tidspunkt, særligt set i lyset af den igangværende byudvikling, hvor befolkningen og dermed kundegrundlaget er vokset med 10.000 indbyggere siden 2014. Her er i dag 3 dagligvarebutikker og en enkelt udvalgswarebutik samt enkelte mindre funktioner i området. Den korte afstand til Ørestad City er en del af forklaringen, men set i forhold til andre byudviklingsområder er udvalget i Ørestad begrænset.



Figur 5-39 Udviklingen i antal funktioner i Ørestad City Bymidte 2014–2023

* SPV – særligt pladskrævende varer
 ** restauranter, cafeer, barer, take away mv.
 *** pengeinstitutter, ejendomsmæglere mv.

Ørestad City Bymidte

I Ørestad City Bymidte ligger det regionale shoppingcenter Field's samt enkelte specialbutikker ved Kay Fiskers plads, tæt på indgangen til Fields. Field's er Danmarks største shoppingcenter både målt i omsætning og udlejningsareal. Centret har stor regional betydning med ca. 9 mio. besøgende årligt. Derfor er det også naturligt, at bydelens butikker, især udvalgswarebutikker, i høj grad ligger koncentreret i Ørestad City Bymidte. 59 % af butikkerne, 46 % af butiksarealet til dagligvarer og 90 % af butiksarealet til udvalgsvarer i bydelen ligger i Ørestad City Bymidte.

Detailhandelen i bymidten er kendetegnet ved et bredt udbud af alle typer af kædebutikker med et bredt udbud af især beklædning – kombineret med enkelte store markante kædekoncepter, der kun findes få af i hovedstadsområdet i øvrigt. Kædeandelen på 90 % i bymidten er sammen med Fisketorvets kædeandel på 96 % absolut den højeste i København.

Udviklingen i Ørestad City Bymidte

I Ørestad City Bymidte lå der i 2014 kun butikker i Field's. I dag ligger der også enkelte specialbutikker uden for og tæt på indgangen til Field's.

Field's har fortsat stor regional betydning og har samtidigt fået et større lokalt opland med den markante befolkningstilvækst i Ørestad. Selvom antallet af udvalgswarebutikker er faldet, er butiksarealet fastholdt. Der er blevet færre tøjbutikker, men markante, store kædekoncepter inden for beklædning har etableret sig samt markante kædekoncepter fortsat er ankerlejere.

Antallet af tomme lokaler i et shoppingcenter er ikke på samme måde synlig som i en gade. Eventuelle ledige arealer kan skjules både bag aktivering af facader, midlertidige butikker eller kan deles op efter behov. Antallet af tomme lokaler derfor ikke opgjort i Field's, men samlet set er i alt 9 færre funktioner i Ørestad bymidte end i 2014.

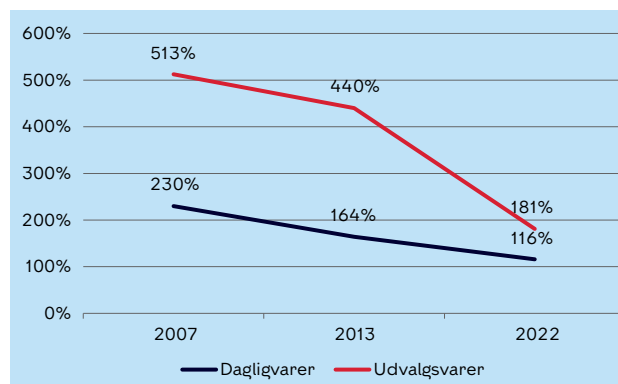
Field's er styrket med en biograf og flere andre servicefunktioner, herunder balletskole, trampolinpark, padelbaner, daginstitution og privathospital. Udvalget af spisesteder er ligeledes blevet styrket med flere konceptrestauranter. Events i multiarenaen Royal Arena, der ligger udenfor bymidten, bidrager især til besøg i centrets spisesteder.

Detailomsætningen i Fields er faldet siden 2014 i takt med den øgede konkurrence fra e-handel, men centret har fortsat høje besøgstal.

Handelsbalancen

Omsætningen på Vestamager er fortsat markant højere end forbruget, hvilket kommer til udtryk i høje handelsbalancer. Der ses dog et fald handelsbalancerne, hvilket skyldes den store befolkningstilvækst og dermed et højere lokalt forbrug i bydelen. Faldet i handelsbalancerne er således ikke et tegn på en svækket detailhandel. Den samlede omsætning i bydelen er steget 11 %, og Field's er fortsat et af de mest attraktive shoppingcentre i Danmark.

Handelsbalancen for dagligvarer fortæller, at dagligvareomsætningen er 16 % højere end det samlede dagligvareforbrug i bydelen. Handelsbalancen viser, at dagligvarebutikkerne især i Øre-



Figur 5-40 Udviklingen i handelsbalance for Vestamager bydel for dagligvarer og udvalgsvarer

stad City tiltrækker mange kunder udefra. Ørestad City er en stærk bymidte med en overordnet god dagligvareforsyning, dog er udvalget af små dagligvarespecialbutikker begrænset. Dette bør ses i lyset af de seneste års udviklingstendenser med et fald i antallet af dagligvarespecialbutikker, øget udespisning og øget e-handel med dagligvarer, herunder måltidskasser.

Handelsbalancen for udvalgsvarer viser, at Ørestad City tiltrækker kunder udefra. Udvalgsvareomsætningen er 81 % højere end det samlede udvalgsvarerforbrug i bydelen.

De største konkurrenter til Ørestad City er Københavns City, Fisketorvet samt de øvrige regionale shoppingcentre som Frederiksberg Centret, Rødovre Centrum og Waves i Hundige, som også har et stort udvalg af især kædebutikker. Derudover er shoppingcentret Emporia på den modsatte side af Øresundsbroen i Sverige i nogen grad også en konkurrent.



Metode og dataindsamling

Nedenfor gives en kort introduktion til analysens metode, herunder dataindsamlingen og definitionerne i detailhandelsanalysen.

Bydelene og centerstrukturen

Analysen forholder sig til centerstrukturen i Kommuneplan 2019 og kommunens ti bydele. Ligesom i de tidligere udarbejdede analyser afviger denne analyses geografiske afgrænsning af bydele dog fra kommunens administrative bydele f.s.v.a. Amager. Dette skyldes, at bymidten Amagerbrogade ligger i både Amager Øst og Amager Vest bydel, og at butikkerne i bymidten har et opland, der omfatter begge bydele. Samtidig har Ørestad City ud over et regionalt opland også et lokalt opland på Vestamager. I denne analyse er Amager derfor opdelt i:

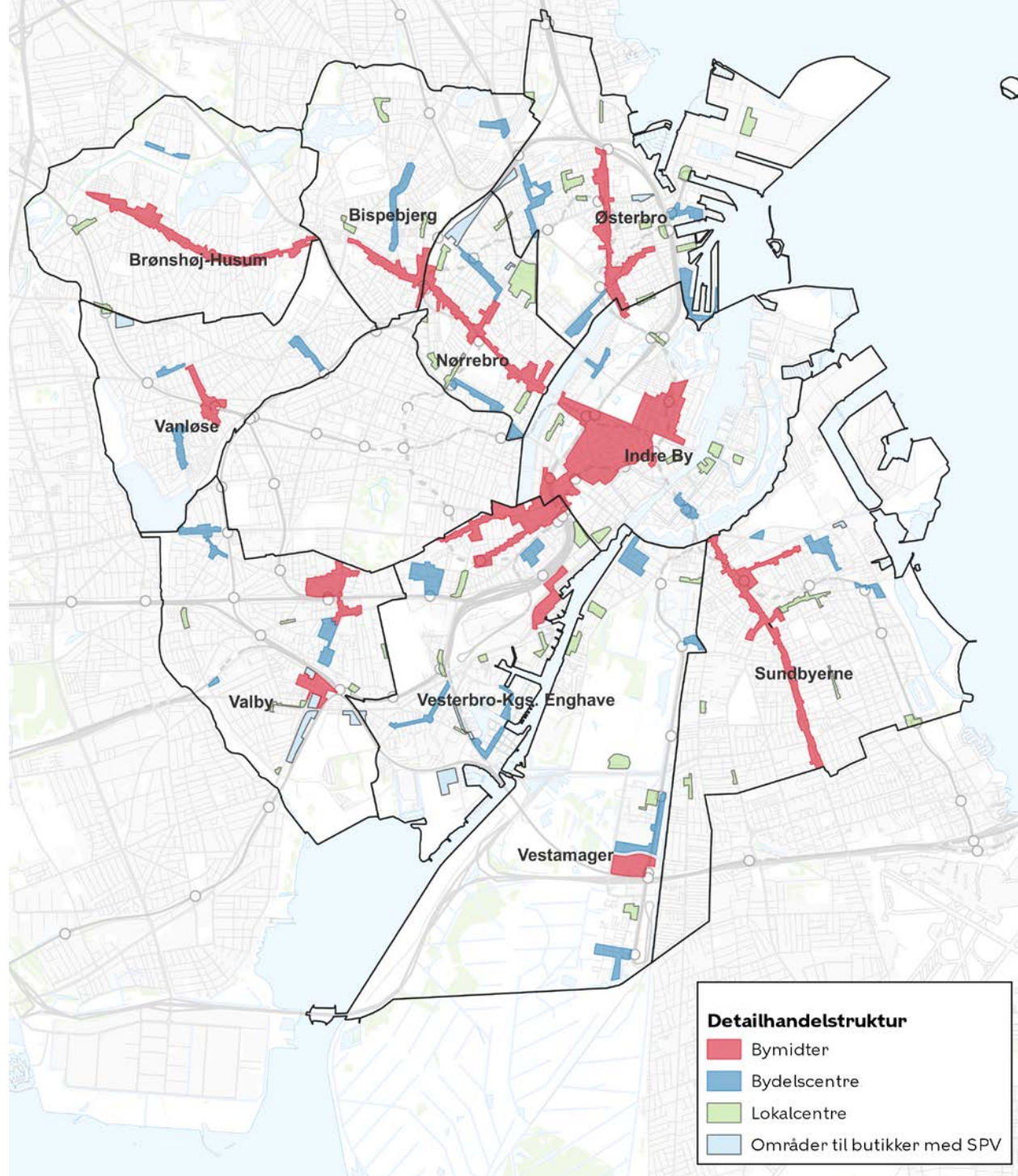
- Sundbyerne
- Vestamager

Nedenstående kort viser således opdelingen af de ti bydele og områder samt gældende centerstruktur.

Periodisering

Alle oplysninger om antallet af butikker og øvrige servicefunktioner samt arealer og befolkningstal henføres til henholdsvis 2014 og 2023. Befolkningstallet er opgjort primo 2023.

Alle forhold, der drejer sig om forbrug, omsætning og handelsbalance henføres til henholdsvis 2013 og 2022.



Figur 6-1 Oversigt over centerstrukturen samt de ti bydele i København

Antal butikker

Alle butikker i kommunen er registreret i forbindelse med en rekognoscering foretaget i januar og februar 2023. Butikkerne er registreret med navn, adresse og branchegruppe.

Resultaterne for 2014 er justeret således, at hovedbrancherne svarer til 2023. I 2014 var køkkenbutikker registreret som udvalgsvarer, mens de i 2023 er registreret som særligt pladskrævende varer.

Herudover er tallene for Indre By og Vesterbro justeret for 2014, da Fisketorvet Bymidte på grund af det daværende landsplandirektiv var angivet som en del af Indre By Bymidte. I seneste landsplandirektiv er Fisketorvet angivet som en separat bymidte. Dette betyder, at de tal, der refereres for året 2014, ikke altid stemmer overens med detailhandelsanalysen fra 2014.

Branchegrupper

Alle butikker er overordnet kategoriseret inden for dagligvarer og udvalgsvarer samt butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper.

Areal

Butikkernes bruttoetageareal er i forbindelse med en rekognoscering primo 2023 vurderet i forhold til de oplysninger, der foreligger i detailhandelsanalysen fra 2014. Hvor der er tale om nye butikker eller udvidede butikker, er der foretaget en ny vurdering af arealet, samt i mange tilfælde foretaget en kontrol i forhold til tilgængelige BBR-oplysninger.

Forbrug

Borgernes forbrug af dagligvarer og udvalgsvarer er beregnet på bydelsniveau på baggrund af specialkørsler fra Danmarks Statistiks forbrugsun-

dersøgelse, der baserer sig på interviews med 1.100 husstande. I forbrugsundersøgelsen er husstandenes samlede årlige forbrug af varer og tjenesteydelser nedbrudt på omkring 1.300 grupper, hvilket i princippet giver en mulighed for at foretage en detaljeret beregning af husstandenes forbrug. Beregningen af forbruget er udregnet på baggrund af forbrugsundersøgelsen kombineret med forbrugernes indkomster og det nuværende og fremtidige befolkningstal.

Forbruget i 2023 for Københavns Kommune for de enkelte bydele er beregnet på baggrund af et gennemsnitligt forbrug pr. person for kommunen kombineret med den gennemsnitlige husstandsstørrelse i de enkelte bydele.

Forbrugsundersøgelsen fra Danmarks Statistiks indeholdt 3.000 husstande i 2013, mens den i 2023 indeholdt 1.100 husstande i hele Danmark. Det er vor vurdering, at en beregning af forbruget i de enkelte bydele i København på basis af et gennemsnitligt forbrug pr. person for hele kommunen giver et mere retvisende billede af forbruget i de enkelte bydele i 2022.

Borgere uden fast bopæl udgør under 1 % af det samlede befolkningstal. De er medregnet under Indre By bydel, hvor de udgør under 1 % af det samlede befolkningstal i bydelen.

Tallene for forbruget skal ses som alle husstandes samlede forbrug i hele året 2013 og 2022.

Omsætning

Oplysningerne om butikkernes omsætning i 2022 er for hver enkelt butiks vedkommende skønnet under rekognosceringen. Vurderingen er sket på baggrund af et grundigt kendskab til

omsætningen i detailhandelen. Herudover er der indhentet omsætninger og foretaget interviews med udvalgte butikskæder og shoppingcentre.

Omsætningstallene er behæftet med en vis usikkerhed, men skønnes tilstrækkeligt gode til bl.a. at beskrive de strukturelle forhold omkring forbrugernes indkøbsmønstre. På trods af usikkerheden er denne metode valgt, da det som nævnt erfaringsmæssigt giver et mere retvisende billede af de faktiske forhold, end hvis man alene havde anvendt oplysninger fra f.eks. Danmarks Statistik.

Generelt tillægges de skønnede tal større vægt end oplysningerne fra Danmarks Statistik. I forbindelse med løsning af andre opgaver har der været store påviselige afvigelser i tallene hentet fra for eksempel Regnskabsstatistikken.

Omsætningen er opgjort for butikkerne for hele 2022 inkl. moms. Det er kun tale om salg til private, og e-handel medregnes ikke.

Tomgang

I forbindelse med rekognosceringen er antallet af tomme, kommercielle lejemål i stueetagerne i bymidterne registreret. Samme registrering blev gjort i 2014.

I shoppingcentre er antallet af tomme lokaler ikke opgjort, da det reelle antal tomme lokaler ikke på samme måde er synlige som i en gade. Eventuelle ledige arealer kan skjules både bag aktivering af facader, midlertidige butikker eller arealerne kan deles op efter behov.

Øvrige kundeorienterede servicefunktioner

I bymidterne er desuden foretaget en kortlægning af andre kundeorienterede servicefunctio-



ner i stueplan. De er opdelt i "spisesteder" som restauranter, caféer, take-aways og andre former for bispisning, "funktioner inden for finansielle ydelser" som f.eks. banker, forsikringselskaber og ejendomsmæglere, "skønhed og sundhed" som frisører, skønhedsklinikker, massører, læger, tandlæger etc. Ligeledes er registreret "underholdningsfunktioner" som biografteater, museer og andre former for forlystelser. Øvrige kundeorienterede servicefunktioner er blandt andet pakkeudlevering, rensierier, vaskerier, bedemænd, køreskoler, øvrige kontorer samt øvrige funktioner og show-

rooms som sælger varer, men som ikke har en synlig åbningstid. "Dark stores", som er et lager i et butiksløkkale uden en udadvendt funktion og med lukkede butiksfacader, er at anse for et lager for udbringning af varer og er også defineret som en kundeorienteret servicefunktion.

Turismes omfang og betydning for detailhandelen

Turismens betydning for detailhandelen i København er vurderet på baggrund af relevant data fra Danmarks Statistik, Visit Denmark og Wonderful

Copenhagen, samt gennemført interviews med udvalgte detailhandlere og andre interessenter som for eksempel KCC og Wonderful Copenhagen om deres syn og oplevelser af turismens betydning. Herudover er vurderingerne foretaget på baggrund af et indgående kendskab og viden om forbrugernes generelle indkøbsmønster både i København og i resten af hovedstadsområdet.

Ordforklaring

Areal

Bruttoetagearealet (areal) er vurderet i den eksisterende, aktive detailhandel. Butiksareal, personalefaciliteter, overdækket lager mv. til butiksformål medregnes i *bruttoetagearealet*. Tomme butikslokaler samt kundevendte servicefunktioner er således ikke medtaget i *bruttoetagearealet* til detailhandel

Detailhandelsbutik

En detailhandelsbutik er et fast fysisk forretningssted, hvorfra der sælges varer til private. Permanente showrooms eller udstillinger af varer, hvor private kan se og evt. prøve varer, som enten kan bestilles i forretningen eller som efterfølgende kan bestilles via nettet, betragtes også som detailhandel. Der skal dog være synlige, faste, ugentlige åbningstider for at blive betragtet som en detailhandelsbutik.

Dagligvarer og dagligvarebutikker

Dagligvarer er varer, der forbruges samtidig med, at de bruges, dvs. kortvarige forbrugsgoder. Dagligvarer er f.eks. madvarer, drikkevarer og rengøringsmidler og dagligvarebutikker er f.eks. supermarkeder, tankstationskiosker, apoteker og blomsterhandlere. Butikker, der har et mere end ubetydeligt salg af dagligvarer, betragtes som dagligvarebutikker, herunder også varehuse og hypermarkeder, som har et betydeligt salg af udvalgsvarer.

Forbrug

Borgerne bosiddende i et opland har et samlet forbrug på varer, som betegnes *forbrugsgrundlaget*. Det primære opland er det område, hvor forbrugerne primært vil vælge dette udbudspunkt eller butik.

Handelsbalance

Handelsbalancen er defineret som forholdet mellem omsætningen og forbruget i det samme område. Hvis handelsbalancen for en kommune er under 100 %, betyder det, at butikkerne i kommunen omsætter for mindre end kommunens borgere køber for. En del af borgernes forbrug bliver således lagt i butikker uden for kommunen. Tilsvarende betyder en handelsbalance over 100 %, at butikkerne i kommunen tiltrækker kunder fra uden for kommunen, f.eks. pendlere eller turister. Handelsbalancen er således en måde at vurdere detailhandlens styrke og tiltrækningskraft. En stigning i handelsbalancen er ikke nødvendigvis udtryk for at detailhandlen i et område er gået frem. Handelsbalancen kan f.eks. stige, hvis omsætningen ikke falder lige så meget som forbrugsgrundlaget.

Særligt pladskrævende varegrupper (SPV) og butikker med SPV

Butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper i planloven er ikke udtømmende. Listen over særligt pladskrævende varegrupper eller varer, som frembyder særlige sikkerhedsmæssige forhold, er f.eks. motorkøretøjer, lystbåde, campingvogne, trailere, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer, samt køkkener og i princippet møbler. Af Vejledning om detailhandelsplanlægning fremgår,

at arealer til særligt pladskrævende varegrupper ikke omfatter arealudlæg til andre store butikker med mange varer eller butikker, der både forhandler pladskrævende og ikke-pladskrævende varer, som f.eks. dagligvarer, tøj, legetøj, babyudstyr, elektronik, hårde hvidevarer, boligtilbehør mv. I et byggemarked må der også forhandles udvalgsvarer. Et byggemarked klassificeres på trods af et evt. salg af udvalgsvarer som en butik med særligt pladskrævende varegrupper. Ligeledes er køkkenforhandlere kategoriseret som en butik med særligt pladskrævende varer. Omvendt er møbelbutikker kategoriseret som en udvalgsvarebutik.

For at være en butik, der forhandler særligt pladskrævende varer, skal enheden have et egentligt salgslokale. Det vil sige for eksempel bilforhandlere med et mindre kontor og et uoverdækket p-areal til biludstilling er ikke medtaget.

Udvalgsvarer og udvalgsvarebutikker

Udvalgsvarer er en fælles betegnelse for varer, som kan anvendes flere gange og gennem en længere periode, dvs. langvarige forbrugsgoder. Udvalgsvarer er typisk opdelt i "beklædning", dvs. f.eks. tøj og sko og "boligudstyr" dvs. isenkram, boligtilbehør, elektronik og hårde hvidevarer samt "øvrige udvalgsvarer", dvs. f.eks. legetøj, babyudstyr, optikere, smykker mv. Hvis en butik har mere end et ubetydeligt salg af udvalgsvarer, så er den at betegne som en udvalgsvarebutik. En møbelbutik, der sælger møbler, som er en særligt pladskrævende varegruppe, og øvrige udvalgsvarer, f.eks. lamper, puder og andet boligtilbehør, i mere end et ubetydeligt omfang, er at betegne som en udvalgsvarebutik. En butik, der fortrinsvist sælger dagligvarer, er at betegne som en dagligvarebutik – uanset, om der sker et mere end ubetydeligt salg af udvalgsvarer.

