



**Bilag 3: Baggrundsnotat til Kommuneplan 2011
Udvikling i detailhandelsstrukturen**

30-05-2011

Borgerrepræsentationen vedtog den 27. januar 2011 medlemsforslaget "Butiksliv i København" (2011-8468). Forslaget konstaterer, at flere og flere butikker står tomme, bl.a. på strøggaderne. For at modvirke en negativ spiral ønskes en analyse af udviklingen og årsagerne. Analysen skal:

Sagsnr.
2011-67536

Dokumentnr.
2011-387412

Sagsbehandler
Tue Rex

1. afdække hvorfor mange butikker i strøg- og brogader hyppigt skifter ejer og hvorfor så mange butikker lukkede,
2. afdække hvad etablering af store butikcentre, herunder hyper- og megacentre, betyder for butikslivet i strøg- og brogader,
3. afdække hvad udflytningen af butikker fra Københavns Kommune har for beskæftigelsen i København,
4. afdække hvad det betyder for sikkerheden i København, hvis handlen og kunderne i stigende grad fravælger gaderummene til fordel for butikcentre,
5. fremlægge forslag til hvordan der sikres et levende byliv i strøg- og brogader ved at sikre et alsidigt butiksliv.

Disse spørgsmål besvares i det følgende. Notatet er udarbejdet af Økonomiforvaltningen i samarbejde med Teknik- og Miljøforvaltningen. Notatet fungerer som baggrundsnotat til forslag til Kommuneplan 2011.

Notatet er baseret på en analyse af detailhandlen i Københavns Kommune, som blev gennemført i forbindelse med Kommuneplan 2009, samt hvidbog om byrum i strøggader, der blev behandlet af Teknik- og Miljøudvalget 13. december 2010 (2010-169608). Der anvendes desuden data fra offentligt tilgængelige statistikker.

Sammenfatning

Udviklingen inden for detailhandlen i København har overordnet set været positiv de seneste 10-15 år. København har fastholdt og udviklet sin position som overordnet indkøbssted i Øresundsregionen, og butiksarealet er vokset med godt 150.000 m² siden 1998. Antallet af arbejdspladser inden for detailhandlen er samtidig vokset fra ca. 19.600 i 1998 til ca. 22.000 i 2008.

Center for Byudvikling

Den positive udvikling hænger sammen med etableringen af de regionale butikcentre Fisketorvet og Fields, samt en løbende fornyelse af butiksudbuddet i København City samt flere af strøggaderne. Det er gennem planlægningen lykket at skabe rammer for udvikling af nye regionale butikcentre og en fortsat fornyelse og udvikling af byens strøggader og lokale centre.

Rådhuset, 3. sal, 6A
1599 København V

Telefon
3366 2671

E-mail
tur@okf.kk.dk

De seneste års faldende omsætning som følge af nedgangen i det private forbrug har ført til lukning af flere butikker. København klarer

EAN nummer
5798009800176

www.kk.dk

sig dog relativt bedre end resten af landet. Butiksledigheden er således kun 3 - 4 % i København. Det har ikke kunnet dokumenteres, at butikker på strøggaderne oftere lukker eller skifter ejer i sammenligning med andre centerområder eller butikcentre.

Københavns Kommune har med udarbejdelsen af en hvidbog kvalificeret arbejdet med at udvikle byens strøggader. Et mangfoldigt udbud af detailhandel er den vigtigste egenskab ved strøggaderne og skal styrkes ved blandt andet at skabe gode betingelser for bylivet. En analyse af kundernes transportvalg viste klart at fodgængere, cyklister og bustrafik er den dominerende trafikform. Derfor indgår det i hvidbogens anbefalinger at styrke forholdene for disse. Der bliver til gengæld lagt op til at reducere den gennemkørende trafik gennem incitament, men det konkluderes også at gode parkeringsmuligheder og tilgængelig korttidsparkering er vigtig for strøggaden.

Kommuneplanens detailhandelsstruktur medvirker til at fremme en balanceret udvikling, der både sikrer Københavns position som overordnet butiks- og oplevelsescenter i Øresundsregionen og alsidige indkøbsmuligheder med god tilgængelighed i alle bydele.

De overordnede mål for detailhandlen fastholdes i forslag til Kommuneplan 2011. Detailhandelsstrukturen understøtter gode indkøbsmuligheder i alle bydele, hvor strøggaderne i mange tilfælde udgør ryggraden i butiksforsyningen. Forslaget til kommuneplan fastlægger således udviklingsmuligheder på strøggader og nye byområder ved at muliggøre nye butiksetableringer.

Butiksudviklingen i København 1998 - 2008

Øget omsætning i Københavns Kommune

Udviklingen inden for detailhandlen i København har overordnet set været positiv de seneste 10-15 år. Butikkernes årlige omsætning øgedes således fra 26,5 mia. kr. i 1998 til 36 mia. kr. i 2008. Borgernes forbrug steg i samme periode fra 21,5 til 26,5 mia. kr. Omsætningsoverskuddet voksede altså fra ca. 5 mia. kr. til ca. 9,5 mia. kr. (2008-priser). Det betyder, at Københavns handelsbalance voksede fra 123 % til 136 %. København tiltrækker således fortsat kunder fra omegnskommuner, hovedstadsregionen og Skåne, ligesom turister handler i byens butikker.

Udviklingen skyldes især etableringen af de regionale centre Fields (2004) og Fisketorvet Shopping Center (2000), der har suppleret København City som regionalt orienterede indkøbs- og oplevelsessteder. Der har samtidig været en positiv udvikling af Københavns City, hvor der er sket en fornyelse af butikkerne med en vækst af både mindre uafhængige erhvervsdrivende og internationale kædebutikker. Der er desuden etableret nye indkøbsmuligheder i flere bydelene, fx Spinderierne i Valby, butiks- og kulturbyggeriet på Jernbane Allé i Vanløse m.fl. Også flere strøggader og deres sidegader

har oplevet en positiv udvikling i perioden, fx Østerbrogade, Istedgade, Elmegade m.fl.

Generelt har butiksforsyningen i bydelene været fastholdt i perioden. De regionale centre vurderes derfor primært at have suppleret byens handel, og bidraget til at tiltrække kunder fra et regionalt opland. Tabel 1 viser butikssarealerne i forskellige typer centerområder i 1998 og 2008.

Tabel 1 Butikssarealer 1998 og 2008

Kilde: Analyse af detailhandlen i København

	Butikssarealer 1998	Butikssarealer 2008	Vækst i butikssarealer 1998 – 2008
Regionale centre (City, Fisketorvet og Ørestad City Center)	315.000	440.000	125.000
Øvrige bymidter (herunder strøggader)	320.000	345.000	25.000
Øvrige centerområder (Bydelscentre og lokalcentre, fx Lyngbyvej)	155.000	165.000	10.000
Andre områder (enkeltstående butikker uden for centerstrukturen)	83.000	80.000	- 3.000
I alt	873.000	1.030.000	157.000

På Vesterbro er dækningsgraden (forholdet mellem omsætning og forbrug) dog mindsket fra 1998 til 2008. Den væsentligste forklaring er formentlig konkurrencen fra Fisketorvet Shopping Center. Vesterbro har dog fortsat en god butiksforsyning, der ligger over gennemsnittet i de fleste andre bydele i kommunen. Det skyldes bl.a., at flere butikker på den indre del af Vesterbro betjener kunder på Frederiksberg og i City.

I Sundbyerne har der ikke kunne konstateres i ændret butiksforsyning fra 1998 til 2008. Der har de seneste par år dog været en øget butikslidighed på den ydre del af Amagerbrogade, hvilket dels må tilskrives den generelle økonomiske afmatning, samt konkurrence fra Fields Shopping Center.

I Valby har Spinderierne betydet, at der er kommet en væsentlig bedre forsyning med udvalgsvarer i bydelen. Vanløse, Brønshøj-Husum og Bispebjerg har fortsat en relativ dårlig forsyning med udvalgsvarer. Det hænger sammen med, at bydelene ikke har tilstrækkeligt stærke

strøggader eller centermiljøer, og at kunder derfor søger til andre centerområder. Aktuelle planer for en fortsat udvikling af Vanløse Bymidte vil sikre en god butiksforsyning i bydelen.

Strukturændringer i detailhandlen

Antallet af butikker voksede med knap 300 butikker fra 1998 til 2008. Mens antallet af dagligvarebutikker stort set var konstant, øgedes antallet af udvalgsvarerbutikker med næsten 20 %. Væksten fandt især sted i de regionale centre, hvor der blev foretaget investeringer i nye butikcentre. Der er desuden kommet flere butikker i de øvrige bymidter / strøggader, mens antallet af butikker i de øvrige centerområder er gået tilbage. Væksten har altså fundet sted i de større centerområder.

Tabel 2 Antal butikker 1998 og 2008.

Kilde: Analyse af detailhandlen i København

	Butikker 1998	Butikker 2008	Vækst i antal butikker 1998 - 2008
Regionale centre (City, Fisketorvet og Ørestad City Center)	1.030	1.330	300
Øvrige bymidter (herunder strøggader)	1.690	1.740	50
Øvrige centerområder	735	715	-20
Andre områder	650	600	-50
I alt	4.105	4.385	280

Der er både kommet flere store og små butikker. Den største vækst har dog fundet sted i gruppe af butikker med mere end 500 m². Det skyldes etablering af discountbutikker og varehuse i dagligvarehandlen, samt nye større kædebutikker i udvalgsvarerhandlen. Knap halvdelen (45 %) af butikkerne i kommunen er dog fortsat et areal på under 100 m².

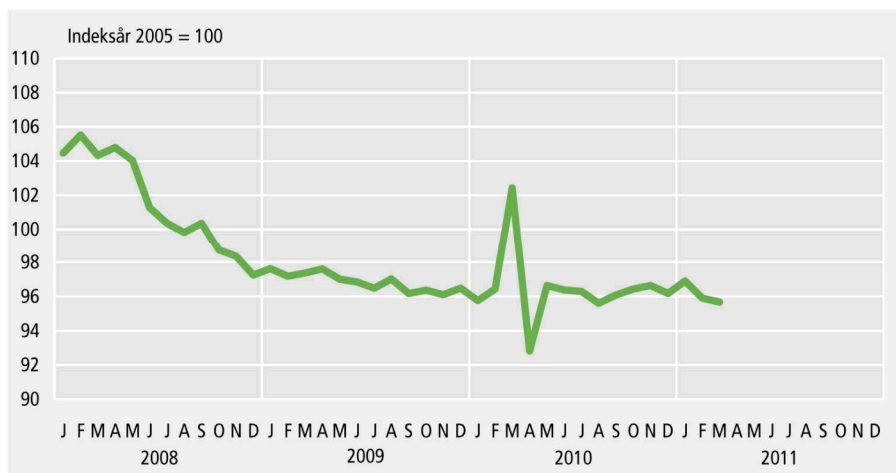
Kædebutikkernes betydning er fortsat stigende, både inden for dagligvare- og udvalgsvarerhandlen, hvor der bl.a. etableres flere internationale kædebutikker. Der er fortsat stadig færre uafhængige familiebaserede butikker. Omkring 30 % af alle butikker i kommunen er kædebutikker, der rummer ca. 60 % af det samlede butiksareal.

Colliers International peger på, at der er størst efterspørgsel efter mindre (men ikke små) butikslokaler på 150 – 200 m², der er integreret med en butik på internet. Disse typer butikker vil i vid udstrækning kunne lokaliseres mange steder i byen, fx butikcentre, i

City, på strøggader m.fl. Strøggaderne kan dog have særlige udfordringer, idet den ældre bygningsmasse indeholder en række små irregulære lejemål, der kan være vanskelige at indrette hensigtsmæssigt. Denne type lokaler kan være vanskelige at udleje. Da butikker på strøggader ligger som perler på en snor er der således også større risiko for manglende kritisk masse, hvis der ikke findes egnede butikslokaler.

Udviklingen i detailhandlen efter finanskrisen

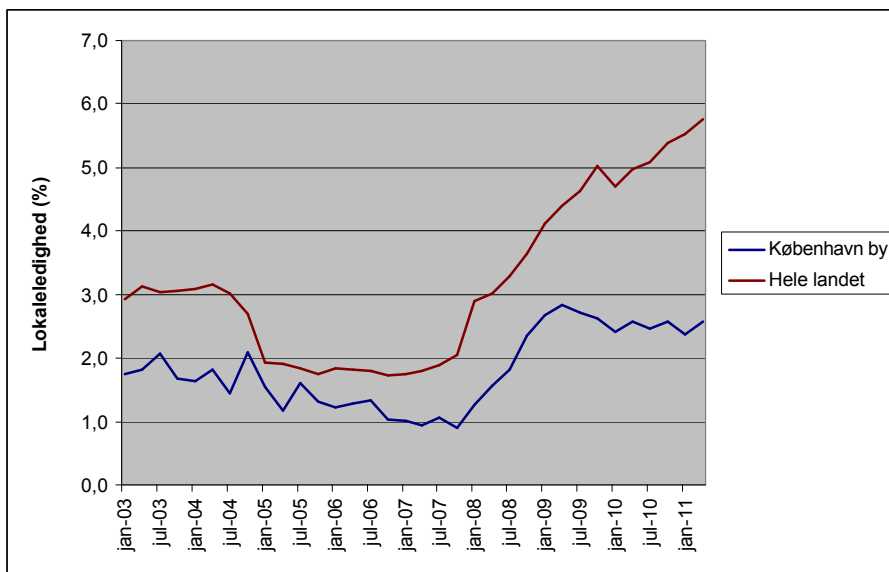
De seneste tre år har været vanskelige for detailhandlen. Det gælder både i København, men også mere generelt på landsplan. Der er således mange butikker som er lukkede på grund af faldende omsætning som følgende af nedgangen i det private forbrug.



Figur 1 Detailomsætningsindeks, renset for prisudvikling og normale sæsonudsving. Kilde: Danmarks Statistik

Figur 1 viser at detailsalget (dagligvarer, beklædning og andre forbrugsvarer) er reduceret ca. 8 % fra januar 2008 til april 2011. Det skal bemærkes, at der er betydelig usikkerhed om tallene. Danmarks Statistiks tal er således blevet udfordret af både Danske Bank, Nordea og Arbejderbevægelsens Erhvervsråd. AE forventer således en stigning i det private forbrug i 2011 på 2 %. Der kan således spores en begyndende optimisme for væksten i det private forbrug.

Nedgangen i det private forbrug har betydet, at butikker har måttet lukke, og medført stigende butikslidighed.



Figur 2 Ledighed for butikslokaler (%) i København og hele landet 2003 - 2011
Kilde: Oline-Lokalebørs statistikken

Figur 2 viser, at antallet af tomme butikslokaler på landsplan er steget fra ca. 2 % i efteråret 2007 til knap 6 % i foråret 2011. I København er butiksledigheden tilsvarende steget fra ca. 1 % til knap 3 % i samme periode. Trods en øget tomgang er ledigheden således fortsat relativt lav i København – ikke mindst i sammenligning med landet i øvrigt.

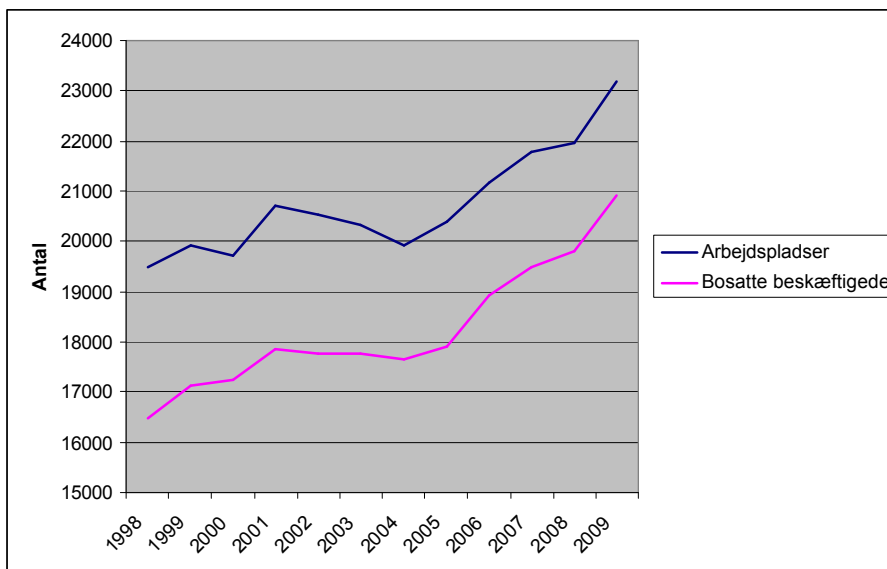
Butiksledigheden i de regionale butikcentre (Fields Shopping Center og Fisketorvet Shopping Center) under ét er ca. 5 %. Det er en smule højere end byen i øvrigt.

Butiksledigheden i København er stagnerende. Økonomi- og forvaltningen forventer en fortsat tomgang de kommende år, særligt på sekundære (mindre attraktive) lokaliseringer. Mere gunstige konjunkturer kan betyde, at nogle butikker genåbner. Det forventes desuden, at nogle lokaler ændrer anvendelse til andre formål, fx cafeer, take away, gallerier m.v.

Arbejdspladser inden for detailhandlen

Antallet af arbejdspladser inden for detailhandlen er vokset fra ca. 19.600 i 1998 til ca. 22.000 i 2008. Det svarer til en vækst på knap 12 %. Antallet af arbejdspladser er altså vokset markant, om end ikke lige så kraftigt som butiksområderne, der er øget med ca. 18 % i perioden.

Antallet af beskæftigede københavnere inden for detailhandlen er i samme periode vokset fra 16.500 personer til 19.800 personer.



Figur 3 Arbejdspladser og bosatte beskæftigede inden for detailhandlen i Københavns Kommune 1998 – 2009. Kilde: Danmarks Statistik, specialdata. Note: Fra 2009 benytter Danmarks Statistik dels en ændret brancheklassificering og nye kilder til opgørelse af antallet af beskæftigede og arbejdspladser. Der har altså været tale om et 'databrud' fra 2008 til 2009, hvilket sandsynligvis forklarer den uventede vækst af arbejdspladser i 2009.

Væksten i antallet af arbejdspladser inden for detailhandlen i Københavns Kommune underbygger, at butikslivet i København har oplevet en positiv udvikling de seneste 10-15 år. Der er således ikke sket en udflytning, men styrkelse af detailhandlen i kommunen.

Byrum i strøggader

Borgerrepræsentationen har vedtaget en 'Hvidbog om byrum i strøggader' der tager udgangspunkt i kommuneplanens definition af strøggader:

'Det er kun gader, der har en koncentreret detailhandelsaktivitet, som er udpeget til strøggader. Samtidig har det været et kriterium, at kun gader, hvor der findes et reelt alternativ for den gennemkørende trafik, kan udpeges som strøggader'.

Hvidbogen er et idékatalog om udformningen af byrum i strøggader. Det anbefales at skabe gode forhold for fodgængere, cyklister og den kollektive trafik for at styrke bylivet og detailhandlen. Der anbefales samtidig at skabe incitament for den gennemkørende trafik til at benytte de egnede alternativer. Gennemføres idéerne i hvidbogen, vil det således stadig være muligt at køre igennem som bilist, men det vil så i højere grad finde sted på de bløde trafikanters og den kollektive trafiks præmisser. Har man som bilist ærinde på strøggaden vil det også være muligt at finde parkering, da hvidbogen fastslår, at gode parkeringsmuligheder og tilgængelig korttidsparkering er vigtig for strøggaden.

I forbindelse med udarbejdelsen af hvidbogen blev der i 2007-8 lavet en grundig analyse med Amagerbrogade som case. Analysen viste blandt andet, at fodgænger-, cykel- og bustrafik alle har langt mere betydning for strøggadens forretningsliv end biltrafik har. Kun 13 % af alle handlende anvendte egen bil. Tabel 3 viser af fordelingen af kunder på transportform på Amagerbrogade En undersøgelse af transportvalg for kunder på Frederikssundsvej fra 2010 viste stort set samme fordeling.

Tabel 3 Fordelingen af kunder på transportform, Amagerbrogade.

%	Gående	Cykel	Bil	Bus	Metro	Andet	I alt
Næropland	41	27	9	17	4	2	100
Udenfor	10	12	24	39	12	3	100
I alt	31	23	13	24	7	2	100

Tilstedeværelsen af et mangfoldigt udbud af detailhandel er den centrale bylivsgenerator i strøggaderne og differentierer dem fra andre af byens gader. At styrke detailhandlen er derfor nøglen til at styrke bylivet i strøggaden. Der er to dominerende trends i udviklingen af detailhandlen mod henholdsvis 'street shopping' og 'big box' (storcentre). I planlægningen af strøggader vil man derfor søge at styrke strøggadens handelsliv ved at tilføje strøggaden nogle af de elementer, der gør storcentre attraktive, såsom: Tryghed, tilgængelighed og tæthed. Og samtidig videreudvikle attraktionerne fra strøggaden: Identitet og stemning, ophold i det fri og sammenhængen med resten af byens funktioner.

Mange butikker trækker flere til og strøggader og storcentre kan berige hinanden. I detailhandelsanalysen for Amagerbrogade ses en positiv effekt på strøggaden af nærhed til et bydelscenter – i dette tilfælde Amagercentret. Handlende på den centrale del af Amagerbrogade tæt på centret har højere omsætning og der er flere butikker end på resten af Amagerbrogade. Her er dog også en effekt af nærhed til metroen, men kun 4 % af kunderne på det centrale stykke har angivet, at de er kommet med metro.

Omsætningen på Amagerbrogade er sammen med omsætningen i Amagercentret meget tæt på at kunne matche omsætningen i det regionale center Field's. Men hvor Field's har sit kundeunderlag i hele regionen, er Amagerbrogade kendetegnet af en høj grad af lokale kunder. Omkring ¾ af omsætningen afsættes til det nære opland.

Strøggader er et vigtigt tema i Københavns Kommunes fodgængerstrategi 'Flere går Mere' som har været drøftet med alle lokaludvalg. Den videre planlægning af byens strøggader vil tage udgangspunkt i dette arbejde samt de målinger og tællinger, der er blevet udført i forbindelse med "Bylivregnskabet".

Kommuneplanens detailhandelsstruktur og mål for udviklingen

Økonomiforvaltningen vurderer løbende udviklingen i detailhandlen med henblik på at bruge kommuneplanen som et aktivt redskab til at sikre et alsidigt og levende butiksliv i København. Kommuneplanen indeholder klare mål og rammer, der skal sikre:

- Københavns position som overordnet butiks- og oplevelsescenter i Øresundsregionen
- Alsidige indkøbsmuligheder i alle bydele
- Begrænsede transportafstande ved indkøb
- God tilgængelighed for alle, især for gående, cyklende og kollektive trafik.

Detailhandelsstrukturen skal således sikre balance mellem udviklingen af de regionale centre, strøggaderne i de respektive bydele og lokale centre. Detailhandelsstrukturen understøtter på denne måde et levende byliv i strøg- og brogader. Forslag til Kommuneplan 2011 fastlægger hvilke muligheder der er for at udvide butiksarealet i hvert centerområde. 20-25 % af det samlede areal er disponeret til de regionale centre, heraf langt den største del til en fortsat udvidelse af Københavns City. 75-80 % af er disponeret til de øvrige bymidter (herunder strøggader) og bydelscentre i den eksisterende by og i de nye byudviklingsområder, hvor butikkerne også skal bidrage til at understøtte et levende byliv. Kommuneplanens detailhandelsstruktur understøtter således muligheden for en fortsat udvikling af strøggaderne med et moderne og alsidigt butiksudbud og byliv.

Kilder

Detailhandlen i København, ICP A/S og Københavns Kommune, 2008.

Hvidbog om byrum på strøggader, Københavns Kommune, 2010.

Colliers Status, Colliers International Denmark, spring 2011.

Oline-Lokalebørs Statistikken, Oline og Lokalebørs, 1. kvartal 2011.