

ALBERTSLUND KOMMUNE

ADRESSE COWI A/S
Parallelvej 2
2800 Kgs. Lyngby
TLF +45 56 40 00 00
FAX +45 56 40 99 99
WWW cowi.dk

ANALYSE AF HANDELSLIVET I ALBERTSLUND

MAJ 2020



PROJEKTNR.

A133833

DOKUMENTNR.

A133833-001-001/002

VERSION

3.0

UDGIVELSESDATO

18.05.2020

BESKRIVELSE

Detailhandelsanalyse

UDARBEJDET

MRRR

KONTROLLERET

FRSR

GODKENDT

MRRR

INDHOLD

1	Om analysen	3
2	Sammenfatning	4
3	Antal forretninger	5
3.1	Antal butikker	5
3.2	Antal kundeorienterede serviceerhverv	9
3.3	Tomme lokaler	11
4	Bruttoetageareal	12
4.1	Bruttoetageareal af detailhandel	12
4.2	Bruttoetageareal af kundeorienterede serviceerhverv	15
5	Omsætning	17
5.1	Omsætning i detailhandel	17
5.2	Omsætning i kundeorienterede serviceerhverv	19
6	Beskæftigede	20
6.1	Antal beskæftigede i detailhandlen	20
6.2	Antal beskæftigede i de kundeorienterede serviceerhverv	20
7	Forbrug og handelsbalance	21
7.1	Handelsbalance	21
7.2	Udvikling i handelsbalance	22
8	Arealbehov	23
9	Konsekvensvurderinger	32
9.1	Datagrundlag	32
9.2	Eksisterende detailhandel i influensområdet	33
9.3	Forventet ny detailhandel	35
9.4	Effekter i 0-alternativ	39
9.5	Effekter ved ny detailhandel på fængselsgrunden	40
9.6	Effekter ved ny detailhandel ved COOP	42
9.7	Effekter for kundeorienterede serviceerhverv	46
9.8	Beskæftigelsesmæssige effekter	47
10	Ordforklaring	50

1 Om analysen

Albertslund Kommune igangsatte i starten af 2020 en analyse af handelslivet. Analysen bidrager med detaljeret viden om detailhandlen og de kundeorienterede serviceerhverv i Albertslund. Analysen skal bruges som grundlag for kommuneplanen og den fremtidige planlægning i øvrigt, herunder stillingtagen til butiksprojekter.

Analysens resultater kan sammenlignes med en analyse af detailhandlen på Vestegnen fra 2009 og en analyse af detailhandlen i Albertslund Kommune fra 2017. Dermed kan udviklingen i detailhandlen i Albertslund følges over en godt 10-årig periode.

I denne analyse er antallet, arealet og omsætningen i detailhandelsbutikker og kundeorienterede serviceerhverv kortlagt. Derudover er der fokus på handelslivets betydning for beskæftigelsen. Kortlægningen er grundlag for en konsekvensvurdering af evt. ny detailhandel på to placeringer i Albertslund. Endeligt er udviklingen i rammebetingelserne for handelslivet i Albertslund analyseret, og arealbehovet for en 12-årig periode er vurderet.

Mange forretningsdrivende er på tidspunktet for analysens udarbejdelse væsentligt udfordrede af situationen med Coronavirus. Dataindsamlingen blev gennemført inden nedlukningen af udvalgsvarehandlen og de kundeorienterede serviceerhverv. Derfor er analysens datagrundlag upåvirket af situationen med Coronavirus. Det betyder samtidigt, at analysens resultater ikke udtrykker den aktuelle krise, som store dele af handelslivet er i, men udtrykker situationen inden og den normalisering, som forventes efter krisen.

Planlægningen er med til at sætte rammerne for handelslivets udvikling. Med detailhandelsplanlægningen kan Albertslund Kommune medvirke til at sikre, at omfanget af arealer til detailhandel er tilstrækkeligt set ift. planperioden, at arealerne har den rigtige beliggenhed, samt at tilgængeligheden til arealerne for både kunder, detailhandlere og leverandører af varer er god. Albertslund Kommune kan dog ikke drive udviklingen alene. Analysen skal derfor også bidrage som vidensgrundlag for handelslivets øvrige aktører, herunder forretningsdrivende, grundejere, centerforening og investorer.

Der skal lyde en stor tak til alle, der har bidraget undervejs, og en særlig tak til de forretningsdrivende for den store imødekommenhed under dataindsamlingen.

2 Sammenfatning

Detailhandlen i Albertslund har overordnet set udviklet sig positivt siden 2016, og tilbagegangen i perioden op til 2016 er vendt til fremgang. Antallet af butikker er stort set uændret og arealet er reduceret lidt, men omsætningen er steget, og handelsbalancen er forbedret. Tilflyttere til mange nye boliger vil i de kommende år øge kundegrundlaget og skabe nye muligheder for vækst og udvikling i detailhandlen og de kundeorienterede serviceerhverv.

Der er 59 butikker i Albertslund Kommune, hvilket er 9 færre end for 11 år siden. Derudover er der 52 kundeorienterede serviceerhverv i Albertslund Centrum og langs Kanalgaden. Detailhandlen har et samlet bruttoetageareal på ca. 36.000 m². Det svarer til et fald på knap 5 % siden 2017. Derudover udgør bruttoetagearealet af kundeorienterede serviceerhverv inden for restauration og personlig pleje i Albertslund Centrum og langs Kanalgaden næsten 2.800 m².

Detailhandlen i Albertslund Kommune ekskl. bilforhandlere omsatte for 800 mio. kr. i 2019. Det er i løbende priser en stigning i den årlige omsætning på knap 45 mio. kr. eller knap 6 % siden 2016. Både dagligvare- og udvalgsvareomsætningen er steget. Derudover var omsætningen i kundeorienterede serviceerhverv inden for restauration og personlig pleje på ca. 40 mio. kr. i 2019 med størst omsætning inden for restaurationsbranchen.

Handelslivet rummer mange lokale arbejdspladser og har stor betydning for beskæftigelsen. Detailhandlen i Albertslund Kommune beskæftigede svarende til godt 410 fuldtidsansatte i 2019. Restaurationsbranchen og forretningerne inden for personlig pleje i Albertslund Centrum og langs Kanalgaden beskæftigede svarende til knap 60 fuldtidsansatte.

Handelsbalancen for Albertslund Kommune var ca. 71 % i 2019, hvilket er højere end niveauet i 2016 og svarende til niveauet i 2009. Det samlede handelsunderskud i 2019 var ca. 320 mio. kr. fordelt med ca. 120 mio. kr. på dagligvarer og ca. 200 mio. kr. på udvalgsvarer.

Den markante befolkningstilvækst som følge af boligudbygning vil i de kommende år medføre et behov for flere dagligvarebutikker. En omdannelse af Albertslund Centrum vil betyde, at Albertslund vil øge sin markedsandel inden for udvalgsvarer, herunder særligt beklædning. Behovet for yderligere areal til udvalgsvarebutikker vil derudover i høj grad afhænge af udviklingen i privatforbruget og væksten i nethandlen.

Effekterne af ny detailhandel på fængselsgrunden og ved COOP er vurderet. Der er tale om attraktive placeringer til ny detailhandel, som vil medføre en større samlet omsætning i Albertslund Kommune, flere arbejdspladser og som vil kunne understøtte byudviklingen i de to områder. Ny detailhandel på placeringerne vil dog også få direkte og afledte negative effekter for handels- og bylivet i Albertslund Centrum såvel som mulighederne for en omdannelse af heraf.

3 Antal forretninger

Der er kortlagt 59 butikker i Albertslund Kommune, hvilket er 9 færre end for 11 år siden. Derudover er der kortlagt 52 kundeorienterede serviceerhverv i Albertslund Centrum og langs Kanalga-den.

ANVENDT METODE

Forretninger er kortlagt ved besigtigelse i marts 2020. Besigtigelserne er suppleret med oplysninger fra Albertslund Kommune og er sammenholdt med COWIs register.

3.1 Antal butikker

Knap halvdelen af de 59 butikker i Albertslund Kommune er beliggende i Albertslund Centrum, og ca. halvdelen af butikkerne er dagligvarebutikker. Siden 2009 er antallet af butikker faldet med 9 butikker, og siden 2017 er antallet af butikker faldet med én butik.

ANTAL AF BUTIKKER FORDELT PÅ HOVEDBRANCHER

Butikkerne i Albertslund Kommune er fordelt på ca. 47 % dagligvarebutikker, ca. 10 % beklædningsbutikker, ca. 24 % øvrige udvalgswarebutikker og ca. 19 % butikker med særligt pladskrævende varegrupper (SPV).

Der er en høj andel af dagligvarebutikker og lav andel af udvalgswarebutikker sammenlignet med Glostrup og Høje-Taastrup Kommune. En del af forklaringen er de korte afstande fra Albertslund til stærke udbudspunkter med udvalgsvarer som City 2 og IKEA i Høje-Taastrup, Glostrup Storcenter og hovedstadens store centre i øvrigt.

I Albertslund er der desuden en forholdsvis høj andel af butikker med SPV, herunder særligt bilforhandlere, som ligger i tilknytning til Roskildevej. Det tyder på, at der er god plads og tilgængelighed med bil og lastbil til denne type butikker.

ANTAL AF BUTIKKER FORDELT PÅ GEOGRAFI OG CENTEROMRÅDER

Ud af de 59 butikker i Albertslund Kommune ligger 31 butikker i **Albertslund Centrum**, dvs. inden for den afgrænsede bymidte vist på kortet på s. 16. Størstedelen af butikkerne i Albertslund Centrum ligger i centerbebyggelsen af samme navn. Der er i Albertslund Centrum 15 dagligvarebutikker i form af Føtex, Kvickly, ALDI og 12 mindre dagligvarebutikker samt 16 udvalgswarebutikker i form af fem beklædningsbutikker og 11 øvrige udvalgswarebutikker.

I de øvrige dele af Albertslund Kommune ligger der i alt 28 butikker, fordelt med 11 butikker i bydels- og lokalcentrene, 7 butikker i områder til SPV og 10 butikker udenfor centerområderne.

I **Vestcentret**, som er det ene bydelscenter, ligger der tre dagligvarebutikker: SuperBrugsen, Netto og en konditor. I **Hersted Center**, som er det andet bydelscenter, er der ligesom ved forrige analyse ingen butikker.

I tre af de fire lokalcentre, **Egelundcenter**, **Godthåbscenter** og **Trippendalscenter**, ligger i alt 5 butikker. Lokalcentrene rummer udelukkende store dagligvarebutikker på nær en enkelt kiosk. I Egelundcenteret ligger således Rema 1000, ALDI og 7-Eleven, og i både Godthåbscenteret og Trippendalscenter ligger Fakta. I lokalcentret **Kanalgaden**, der ligger i tilknytning til Albertslund Centrum, ligger der kun enkelte butikker; en dagligvarebutik i form af Elite Købmand, en beklædningsbutik og en butik med øvrige udvalgsvarer.

I **Hersted Industripark**, **Røde Vejmølle Industrikvarter** og **Værkstedskvarteret** som er de tre områder til butikker med SPV, findes bilforhandlere og et bygge-marked i form af Stark.

Uden for centerstrukturen ligger yderligere 10 butikker, der overvejende udgøres af enkeltstående dagligvarebutikker, der bl.a. betjener nærliggende boligområder.

ANTAL BUTIKKER, 2020						
Centerområde	Type	Dagligvare	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	SPV	I alt
Albertslund Centrum	Bymidte	15	5	11	-	31
Tankstation ved Albertslundvej		-	-	-	-	-
Vestcentret	Bydelscentre	3	-	-	-	3
Hersted Center		-	-	-	-	-
Trippendalscenter	Lokalcentre	1	-	-	-	1
Egelundcenter		3	-	-	-	3
Godthåbscenter		1	-	-	-	1
Kanalgaden		1	1	1	-	3
Hersted Industripark	Områder til butikker med SPV	1	-	-	2	3
Røde Vejmølle Industrikvarter		-	-	-	3	3
Værkstedskvarteret		-	-	-	1	1
Udenfor centerstrukturen	-	3	-	2	5	10
<i>Albertslund Kommune</i>	-	28	6	14	11	59

3.1.1 Udvikling i antal butikker

Der er i alt 59 butikker i Albertslund Kommune, hvilket er én butik mindre end i 2017 og 9 færre end i 2009. Det svarer til en reduktion på ca. 2 % siden 2017 og ca. 15 % siden 2009. Udviklingen følger den generelle strukturudvikling i detailhandlen mod færre, men større butikker.

Det er primært i **Albertslund Centrum**, at der i dag er færre butikker. Her er der siden 2017 sket et fald på én dagligvarebutik og fire beklædningsbutikker. I bymidten er dog åbnet en ny butik med øvrige udvalgsvarer, hvilket giver en samlet reduktion på fire butikker siden 2017.

I bydelscentret, **Vestcentret**, ligger de samme tre butikker som i 2017; Super-Brugsen, Netto og A Konditor. I bydelscentret, **Hersted Center**, ligger som i 2017 ingen butikker.

I lokalcentret **Kanalgaden** er der tre butikker. Der blev ikke kortlagt detailhandelsbutikker i lokalcentret i 2017. I lokalcentrene **Egelundcentret**, **Godthåbcentret** og **Trippendalscenter** ligger de samme dagligvarebutikker som i 2017.

I **Værkstedskvarteret**, som er et område til SPV, er én butik mere i dag end i 2017. De to glarmesterforretninger er ikke regnet som detailhandel i denne analyse, men var medregnet som detailhandel i forrige analyse. I **Røde Vejmølle Industrikvarter** er der de samme butikker som i 2017, og i **Hersted Industripark** er der tre butikker som i 2017, hvilket dækker over én butikslukning og én åbning.

Uden for centerstrukturen ses siden 2017 en samlet stigning på to butikker, hvilket dækker over et tab af én dagligvarebutik og tre nye butikker med SPV.

Antallet af hhv. dagligvarebutikker og butikker med øvrige udvalgsvarer i Albertslund Kommune er uændret siden 2017. Det samlede fald i antal butikker i Albertslund Kommune skyldes færre beklædningsbutikker i bymidten.



UDVIKLING I ANTAL BUTIKKER FORDELT PÅ OMRÅDER						
Område	2009	2017	2020	2009-2017	2017-2020	2009-2020
Albertslund Centrum	40	35	31	-5	-4	-9
Vestcentret	4	3	3	-1	0	-1
Hersted Center	-	0	0	-	0	-
Bydelscentre	4	3	3	-1	0	-1
Kanalgaden	3	0	3	-3	+3	0
Egelundcentret	2	3	3	+1	0	+1
Godthåbcentret	1	1	1	0	0	0
Trippendalscenter	2	1	1	-1	0	-1
Lokalcentre	8	5	8	-3	+3	0
Værkstedskvarteret	3	0	1	-3	+1	-2
Røde Vejmølleparken	-	3	3	-	0	-
Hersted Industripark	-	3	3	-	0	-
Områder til SPV	16	6	7	-1	+1	+1
Udenfor centerstrukturen		9	10		+1	
Albertslund Kommune	68	58	59	-10	+1	-9

Tallene for 2017 er nedjusteret, da to glarmesterforretninger var klassificeret som detailhandel og i denne analyse er klassificeret som kundeorienterede serviceerhverv.

UDVIKLING I ANTAL BUTIKKER FORDELT PÅ HOVEDBRANCHER						
Hovedbranche	2009	2017	2020	2009-2017	2017-2020	2009-2020
Dagligvarer	33	28	28	-5	0	-5
Beklædning	-	9	6	-	-3	-
Øvrige udvalgsvarer	-	14	14	-	0	-
Udvalgsvarer	38	23	20	-3	-3	-8
SPV		12	10		-2	
I alt	68	60	59	-8	-1	-9

Tallene for 2017 er nedjusteret, da to glarmesterforretninger var klassificeret som detailhandel og i denne analyse er klassificeret som kundeorienterede serviceerhverv.

3.2 Antal kundeorienterede serviceerhverv

Serviceerhverv som spisesteder, frisører og klinikker spiller en stigende rolle for bylivet, og sammen med butikkerne er service- og kulturtilbud vigtige bidragsydere til det byliv, der gør bymidterne attraktive for kunderne. Konkurrencen mellem byerne om at være attraktive for indbyggere, turister og tilflyttere medfører en konstant udvikling af byernes service- og kulturtilbud. Mens antallet af butikker generelt er faldet, så har der været vækst i andre brancher. Madvarerne er f.eks. under forandring, og flere spiser i dag ude eller tager færdigmat med hjem. Det har medført flere spisesteder. På samme måde er der i dag flere, der motionerer og prioriterer sundhed, skønhed og velvære. Det har medført flere fitnesscentre, saloner og lignende inden for personlig pleje.

ANVENDT METODE

I forbindelse med besigtigelsen i foråret 2020 blev stueetagerne i Albertslund Centrum samt Kanalgaden undersøgt for andre funktioner end butikker.

Størstedelen af de kundeorienterede serviceerhverv, der er registreret, er forretninger, der fungerer på samme vilkår som butikker, dvs. at de har fysiske lokaler, faste åbningstider, salg af services til private kunder, adgang for alle til at købe – også uden medlemskab og uden tidsbestilling samt salg til alle kunder uden fast kundekartotek.

Kundeorienterede serviceerhverv, der indgår i analysen er:

- > Restauration: Pizzeria, café, bar, sushi-restaurant mv.
- > Personlig pleje: Frisør, neglesalon, solcenter mv.
- > Kultur og fritid: Biograf, bibliotek, museum mv.
- > Hotel og lignende: Hotel, vandrehjem, feriecenter mv.
- > Bank og ejendomsmægler
- > Sundhed: Læger, tandlæger, sundhedshus mv.

Eksempler på funktioner, der ikke indgår i analysen:

- > Sportsklubber, private foreninger mv.
- > Offentlige institutioner som børnehaver, skoler, rådhus mv.
- > Liberale erhverv som rådgivende ingeniører, advokater mv.

FLERE SPISESTEDER

Restaurationsbranchen har gennem en årrække haft markant vækst inden for alt fra klassiske restauranter til grillbarer, pizzeriaer, caféer, barer, take-away steder, cateringfirmaer og mobile madenheder. Ifølge en tidligere opgørelse fra Horesta, brancheorganisation for hotel-, restaurant- og turisterhvervet, voksede antal spisesteder med 8 % fra 2008-2013, svarende til 15 ekstra spisesteder i en gennemsnitskommune. En nyere opgørelse fra Horesta viser dog, at stigningen de seneste år er bremset en smule, og at antallet af spisesteder kun steg 0,3 % fra 2017-2018 svarende til 53 spisesteder i alt for hele landet. Den lille stigning dækker bl.a. over en branche med øget konkurrence, og hvor strukturen er under forandring mod færre men større spisesteder – på samme måde som for detailhandlen. Særligt i 2018 var der en stigning i antal konkurrencer, som primært ramte mindre restaurantvirksomheder. Selvom det lader til, at der var en mindre opbremsning i 2018, fylder spisestederne stadig mere i gadebilledet

end tidligere og bidrager mere til bylivet. Fremover kan vi formentlig forvente, at især konceptrestauranterne kommer til at fylde mere i bybilledet.

VÆKST I ALT INDENFOR SUNDHED OG WELLNESS

Motion, sundhed og skønhed er i stærk vækst og har også sat sit præg på byer og bymidter. Der er ikke samlede tal for væksten i hele branchen, men antallet af fitnesscentre er ifølge Facilitetsdatabasen.dk steget uafbrudt og næsten fordoblet til over 800 kommercielle centre i perioden 2010-2018. Fitnesscentre er blot ét eksempel. Der er vækst over et bredt felt af forretninger, som baserer sig på kroppens sundhed, skønhed og velvære. Speciallæger, fysioterapeuter, kiropraktikere, alternative behandlere, terapeuter, frisører, skønhedsklinikker, tatovører mv. er andre eksempler. De ændrede vaner og efterspørgselsmønstre viser sig ikke kun som nye virksomheder. De senere år er motion flyttet ud i byerne og naturen, og aktive motionister fylder i dag mere i gadebilledet.

SERVICEFUNKTIONER I ALBERTSLUND CENTRUM OG LANGS KANALGADEN

Der er 38 kundeorienterede serviceerhverv i Albertslund Centrum og ved lokalcentret Kanalgaden under ét, fordelt med 26 i Albertslund Centrum og 12 ved Kanalgaden.

Serviceerhvervene fordeler sig med 14 inden for restauration, 13 inden for personlig pleje, 4 inden for kultur og fritid, 6 inden for sundhed og én ejendoms-mægler. Det er kendetegnede, at serviceerhvervene ligger placeret ved de centrale handeleggader, dvs. langs Bytorvet, Bygangen og vognporten, samt ved Kanalens Kvt.

Restauranter og caféer er de mest dominerende serviceerhverv i Albertslund Kommune og udgør 27 % af alle de kundeorienterede serviceerhverv. Personlig pleje følger lige efter med 25 %.

Til sammenligning er der i de to områder, Albertslund Centrum og Kanalgaden, 34 butikker. Der er altså 4 flere serviceerhverv end butikker i Albertslund Centrum og Kanalgaden. Til sammenligning var der 85 kundeorienterede serviceerhverv og 90 butikker i Glostrup bymidte i 2015 og 133 kundeorienterede serviceerhverv og 140 butikker i de tre bymidter i Gladsaxe Kommune i 2017.

ANTAL SERVICEFUNKTIONER, 2020						
Centerområde	Restauration	Personlig pleje	Kultur og fritid	Sundhed	Bank og ejendoms-mægler	I alt
Albertslund Centrum	11	6	4	4	1	26
Kanalgaden	3	7	-	2	-	12
<i>Albertslund Centrum og Kanalgaden</i>	<i>14</i>	<i>13</i>	<i>4</i>	<i>6</i>	<i>1</i>	<i>38</i>

3.3 Tomme lokaler

Der er kortlagt ét ledigt lokale i Albertslund Vestcenter, en generel høj tomgang ved Kanalkvarteret, to ledige lokaler på Bygangen, ét enkelt ledigt lokale på Bytorvet samt to ledige lokaler på Stationstorvet. Hertil kommer Nettos tidligere lokaler på Kanaltorvet.



4 Bruttoetageareal

Det samlede bruttoetageareal til detailhandel i Albertslund Kommune er ca. 36.000 m². Det svarer til et fald på knap 5 % siden 2017, hvor arealet var omkring 38.000 m². Derudover udgør bruttoetagearealet af kundeorienterede serviceerhverv inden for restauration og personlig pleje i Albertslund Centrum og langs Kanalgaden næsten 2.800 m².

ANVENDT METODE

For hver aktiv butik er bruttoetagearealet registreret. Tomme lejemål, der tidligere har været anvendt til detailhandel eller kundeorienteret service, indgår ikke i opgørelsen.

Bruttoetagearealet består af butiksarealet, personalefaciliteter mv. Lagerarealet er kun medregnet, hvis det har umiddelbar tilknytning til butikken. Ikke-overdækkede udendørs arealer indgår ikke i bruttoetagearealet. For bygge-markeder er den del af arealet, der er forbeholdt erhvervskunder, ikke medregnet som en del af bruttoetagearealet.

Oplysninger om bruttoetagearealet er indsamlet direkte fra den butiksdrivende eller ved vurdering under besigtigelsen i marts 2020.

4.1 Bruttoetageareal af detailhandel

Det samlede bruttoetageareal til detailhandel i Albertslund Kommune er ca. 36.100 m². Dagligvarer udgør ca. 12.250 m², beklædning ca. 1.250 m², øvrige udvalgsvarer ca. 3.150 m² og SPV ca. 19.450 m². Dagligvarehandlen fylder dermed knap 3 gange så meget som udvalgsvarehandlen, men ikke helt så meget, som butikkerne med SPV, der optager mest areal.

Detailhandlen i **Albertslund Centrum** optager med ca. 10.000 m² knap 30 % af det samlede bruttoetageareal, herunder ca. 6.000 m² til dagligvarehandel. **Bydels- og lokalcentrene** optager ca. 16 %, hvoraf størstedelen er dagligvareareal og **områderne til butikker med SPV** optager ca. 34 %. Butikker med SPV, herunder bilforhandlere, optager også udendørs arealer til vareudstilling, som ikke medregnes i bruttoetagearealet. De resterende ca. 20 % ligger uden for centerstrukturen og udgøres primært af butikker med SPV.

Overordnet set bærer arealfordelingen i Albertslund præg af mange kvadratmeter til dagligvarehandel, og at kommunen er i stærk konkurrence med nabokommunerne inden for udvalgsvarer. Resultatet udtrykker også, at der i Albertslund Kommune ligger en række store butikker med SPV.

BRUTTOETAGEAREAL I M ² , 2020						
Område	Type	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udv.varer	SPV	I alt
Albertslund Centrum	Bymidte	6.050	1.200	1.850	-	10.050
Tankstation ved Albertslundvej		-	-	-	-	-
Vestcentret	Bydelscentre	1.900	-	-	-	1.900
Hersted Center		-	-	-	-	-
Trippendalscenter	Lokalcentre	1.000	-	-	-	1.000
Egelundcenter		1.650	-	-	-	1.650
Godthåbscenter		1.050	-	-	-	1.050
Kanalgaden		250	50	50	-	350
Hersted Industripark	Områder til butikker med SPV	300	-	-	4.250	4.550
Røde Vejmølle Industri kvarter		-	-	-	7.900	7.900
Værkstedskvarteret		-	-	-	-	-
Udenfor centerstrukturen	-	150	-	300	7.250	7.700
<i>Albertslund Kommune</i>	-	<i>13.300</i>	<i>1.250</i>	<i>3.200</i>	<i>19.450</i>	<i>36.100</i>
Bruttoetagearealet er rundet op til nærmeste 50 m ² .						

4.1.1 Udvikling i bruttoetageareal

I 2009 og 2017 blev der registreret hhv. ca. 39.000 m² og ca. 38.000 m² detailhandel i Albertslund Kommune. Dermed var butiksarealet stort set på samme niveau i de to år.

I dag er bruttoarealet ca. 36.000 m², hvilket er et fald på ca. 1.700 m² eller knap 5 % siden 2017. Ændringen skyldes hovedsageligt en reduktion inden for udvalgsvarer, som er faldet fra 5.550 m² til 4.450 m² svarende til et fald på 20 % siden 2017. Antallet af beklædningsbutikker i Albertslund Centrum er faldet med 4 butikker siden 2017, hvilket forklarer en del af reduktionen af arealet.

UDVIKLING I BRUTTOETAGEAREAL I M ² , 2009-2017-2020					
	2009	2017	2020	2009-2017	2017-2020
Dagligvarer	18.100	13.100	13.300	-5.000	+200
Udvalgsvarer	20.600	5.550	4.450	+4.100	-1.100
SPV		19.150	19.450		+300
<i>I alt</i>	38.700	37.800	36.100	-900	-1.700
Arealerne er rundet op til nærmeste 50 m ² .					

4.1.2 Restrummelighed

Ifølge Kommuneplan 2018-2030 for Albertslund Kommuneplan er den samlede ramme for detailhandel på ca. 72.900 m². Der er registreret i alt 36.100 m² detailhandel i Albertslund Kommune, heraf 12.450 m² til butikker med SPV. Den eksisterende detailhandel, der ligger inden for centerområderne har et samlet bruttoetageareal på 28.400 m².

Restrummeligheden til nybyggeri og omdannelse til butiksformål i centerområderne i Albertslund Kommune er på ca. 44.800 m². Det svarer til, at kun ca. 37 % af arealrammen i centerområderne er udnyttet. Ca. 31 % af arealrammen i Albertslund Centrum er udnyttet, svarende til en restrummelighed på ca. 22.300 m². Ca. 30 % af arealrammen i bymidten, bydelscentre og lokalcentre under ét er udnyttet, svarende til 36.350 m² i restrummelighed. Ca. 60 % af arealrammen til områder til butikker med SPV er udnyttet, svarende til en restrummelighed på ca. 8.500 m².

ANVENDT METODE

Arealrammen for det enkelte centerområde angiver det maksimalt tilladte bruttoetageareal til detailhandel i centerområdet. Den aktuelle restrummelighed i centerområdet er beregnet ved at fratække bruttoetagearealet af aktive butikker inden for centerområdet. Arealet i varehuse er ikke opdelt på hovedbrancher i beregningen af restrummeligheden.



BRUTTOETAGEAREAL, M ² , 2020								
Centerområde	Type	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	SPV	I alt	Arealramme	Restrummelighed
Albertslund Centrum	Bymidte	7.450	700	1.850	-	10.000	32.300	22.300
Tankstation ved Albertslundvej		-	-	-	-	-		
Vestcentret	Bydelscentre	1.900	-	-	-	1.900	5.000	3.100
Hersted Center		-	-	-	-	-	5.000	5.000
Trippendalscenter	Lokalcentre	1.000	-	-	-	1.000	3.000	2.000
Egelundcenter		1.650	-	-	-	1.650	3.000	1.350
Godthåbscenter		1.050	-	-	-	1.050	2.000	950
Kanalgaden		250	50	50	-	350	2.000	1.650
<i>Detailhandel ekskl. SPV i alt</i>	-	<i>13.300</i>	<i>750</i>	<i>1.900</i>	-	<i>15.950</i>	<i>52.300</i>	<i>36.350</i>
<i>Udenfor centerstrukturen</i>	-	<i>150</i>	-	<i>300</i>	<i>7.250</i>	<i>7.650</i>	-	-
Hersted Industripark	Områder til butikker med SPV	300	-	-	4.250	4.550	6.800	*2.550
Røde Vejmølle Industrikvarter		-	-	-	7.900	7.900	10.800	2.900
Værkstedskvarteret		-	-	-	-	-	3.000	3.000
<i>SPV-områder i alt</i>	-	<i>300</i>	-	-	<i>12.150</i>	<i>12.450</i>	<i>20.600</i>	<i>*8.450</i>

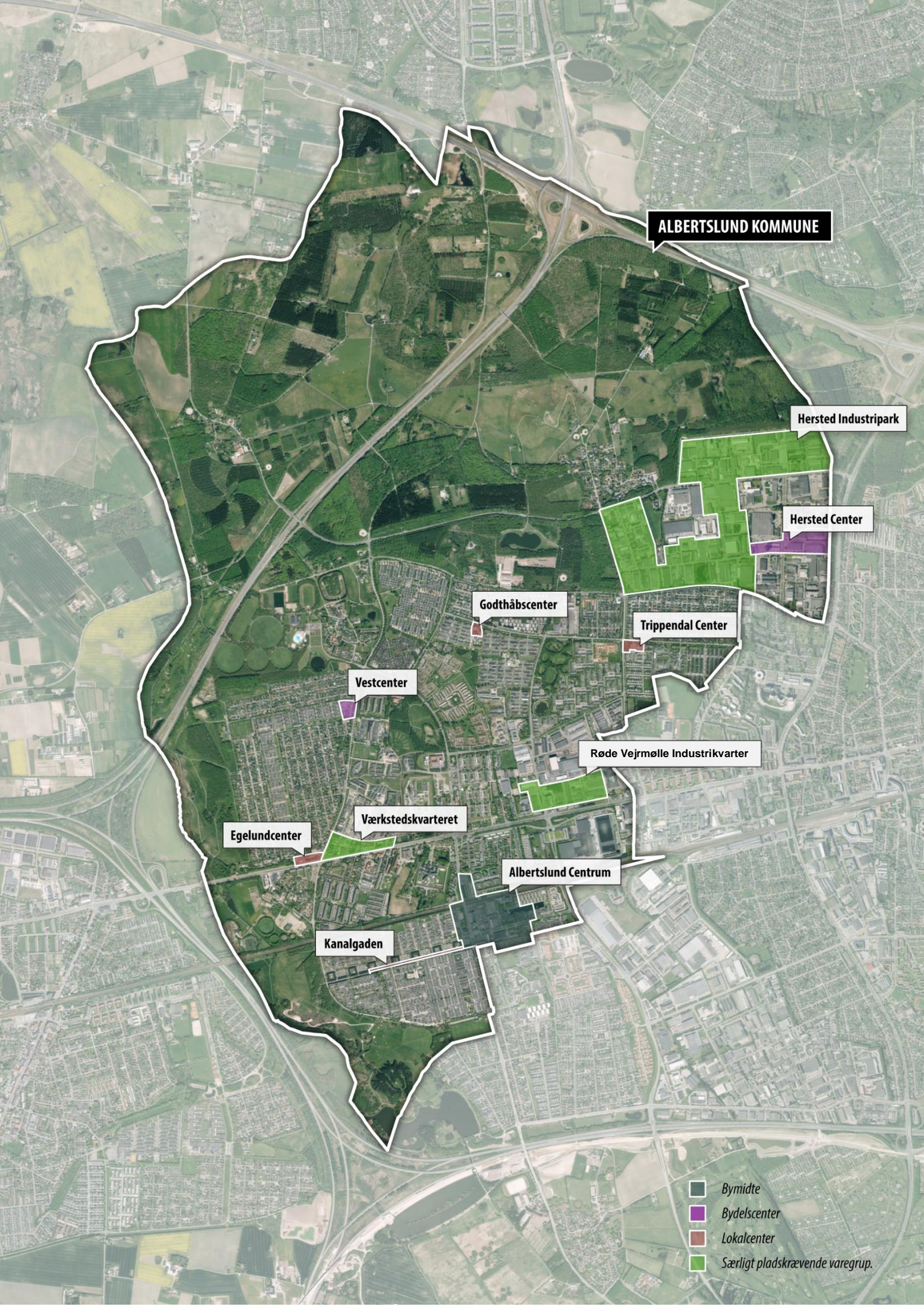
Arealerne er rundet op til nærmeste 50 m². *Dagligvarebutikken opbruger ikke en del af arealrammen.

4.2 Bruttoetageareal af kundeorienterede serviceerhverv

Det samlede bruttoetageareal af kundeorienterede serviceerhverv i Albertslund Centrum og lokalcentret Kanalgaden er ca. 2.750 m². Spisesteder, caféer mv. udgør ca. 1.750 m² og frisører, saloner mv. udgør ca. 1.000 m².

BRUTTOETAGEAREAL I M ² , 2020			
Centerområder	Restaurations	Personlig pleje	I alt
<i>Albertslund Centrum og Kanalgaden</i>	<i>1.750</i>	<i>1.000</i>	<i>2.750</i>

Arealerne er rundet op til nærmeste 50 m².



ALBERTSLUND KOMMUNE

Hersted Industripark

Hersted Center

Godthåbscenter

Trippendal Center

Vestcenter

Røde Vejmølle Industrikvarter

Egelundcenter

Værkstedskvarteret

Albertslund Centrum

Kanalgaden

- Bymidte
- Bydelscenter
- Lokalcenter
- Særligt pladskrævende varegrup.

5 Omsætning

Detailhandlen i Albertslund Kommune ekskl. bilforhandlere omsatte for 800 mio. kr. i 2019. Det er i løbende priser en stigning i den årlige omsætning på knap 45 mio. kr. eller knap 6 % siden 2016. Både dagligvare- og udvalgsvareomsætningen er steget. Derudover var omsætningen inden for kundeorienterede serviceerhverv på ca. 40 mio. kr. i 2019 med størst omsætning inden for restaurationsbranchen.

ANVENDT METODE

For hver forretning er omsætningen, dvs. salg af varer til private inkl. moms, registreret for det seneste hele regnskabsår, dvs. 2019.

Oplysninger om omsætning er indsamlet direkte fra den butiksdrivende ved besøg i butikken. Hvis den butiksdrivende ikke har ønsket at oplyse omsætningen, er den vurderet af COWI under besigtigelsen. De oplyste og vurderede omsætningstal er sammenholdt med COWIs nøgletal fra andre analyser.

For butikker, der vurderes at have aktiviteter, der ikke er relateret til detailhandel, er den del af omsætningen fratrukket. F.eks. vil omsætning fra brændstofs salg hos tankstationer med kiosker, receptpligtigt medicin på apoteker, elinstallatørers servicearbejde mv. give fejlagtig stor omsætning i butikkerne. Indenfor udvalgsvarer vil f.eks. detailomsætningen i byggemarkeder vil blive for stor, hvis ikke engrossalget til håndværkere trækkes ud.

Omsætningen fra butikker med SPV på nær forhandlere af motorkøretøjer indgår i den øvrige udvalgsvareomsætning. Omsætningen i varehuse er fordelt på hovedbrancher.

Omsætningen i Netto på Kanaltorvet, som lukkede i december 2019, indgår i omsætningstallene.

5.1 Omsætning i detailhandel

OMSÆTNING I ALBERTSLUND KOMMUNE FORDELT PÅ HOVEDBRANCHER

Detailhandlen ekskl. forhandlere af motorkøretøjer omsatte for ca. 797 mio. kr. i 2019. Heraf udgjorde dagligvareomsætningen ca. 572 mio. kr., hvilket svarer til ca. 72 % af den samlede omsætning. Omsætningen inden for beklædning var ca. 47 mio. kr. eller ca. 6 % af den samlede omsætning, og øvrige udvalgsvarer udgjorde ca. 177 mio. kr. eller til ca. 22 % af den samlede omsætning.

Medregnes omsætningen i forhandlere af motorkøretøjer, var den samlede omsætning i detailhandlen i Albertslund Kommune i runde tal godt 1 mia. kr. i 2019.

OMSÆTNING I ALBERTSLUND CENTRUM OG KOMMUNEN I ØVRIGT

Detailhandlen i Albertslund Centrum omsatte for ca. 456 mio. kr. i 2019, hvilket er ca. 57 % af den samlede omsætning i Albertslund Kommune. Dagligvarebutikkerne i Albertslund Centrum stod for over halvdelen af

dagligvareomsætningen i Albertslund Kommune og udvalgswarebutikkerne stod for over halvdelen af udvalgswareomsætningen. Detailhandlen i de øvrige dele af kommunen omsatte for ca. 341 mio. kr. i 2019 svarende til ca. 43 % af den samlede omsætning.

OMSÆTNING I MIO. KR., 2019				
Område	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	I alt
Albertslund Centrum	*	*	*	456
I øvrigt	*	*	*	341
<i>Albertslund Kommune</i>	572	47	177	797
*Kan ikke oplyses af anonymitetshensyn.				

5.1.1 Udvikling i omsætning i detailhandel

Den årlige omsætning i detailhandlen i Albertslund Kommune faldt med ca. 165 mio. kr. i løbende priser eller ca. 18 % i perioden 2008-2016. Det var næsten fire gange så meget som omsætningen faldt med på landsplan i samme periode¹. Nedgangen i omsætningen i Albertslund Kommune dækkede bl.a. over, at dagligvareomsætningen faldt med ca. 13 %, og at udvalgswareomsætningen faldt med ca. 28 %. Nedgangen i omsætningen i perioden skyldtes til dels påvirkningen fra den finansielle krise og den generelle afmatning i detailhandlen, men også at detailhandlen i Albertslund Kommune tabte markedsandele.

De seneste omsætningstal fra 2019 viser, at den negative udvikling er stoppet; den årlige omsætning er i løbende priser steget med knap 6 % eller knap 45 mio. kr. fra ca. 754 mio. kr. til ca. 797 mio. kr. i perioden 2016-2019. Udviklingen udtrykker en positiv udvikling inden for både dagligvarer og udvalgsvarer. Den årlige dagligvareomsætning er i løbende priser steget med ca. 33 mio. kr. eller ca. 6 %, mens den årlige udvalgswareomsætning i løbende priser er steget med godt 9 mio. kr. eller ca. 4 %.

Forklaringen på stigningen i dagligvareomsætningen er ikke en udbygning af butikstrukturen, men en forøgelse af de eksisterende dagligvarebutikkers arealeffektivitet. Der var ligeså mange dagligvarebutikker i Albertslund 2019 som i 2016. Indbyggertallet i Albertslund Kommune er ikke steget i perioden 2016-2019, og forklaringen på den øgede omsætning er derfor ikke et større lokalt kundegrundlag. En gennemgang af omsætningstallene fra de to analyser viser, at stigningen i dagligvareomsætningen er sket på tværs af stort set alle dagligvarebutikker i Albertslund. Det vurderes, at lukningen af Netto, der lå i Albertslund Centrum og etableringen af en ny Netto på en placering ved Vallensbæk Torvevej i Brøndby Kommune vil betyde en lavere dagligvareomsætning i Albertslund Kommune, men at en stor del af den lukkede Nettos omsætning omfordeles

¹ Udviklingen i omsætningen i Albertslund Kommune er sammenlignet med udviklingen i det sæsonkorrigerede detailomsætningsværdiindeks, der omfatter dansk detailhandel og danske netbutikker.

til de resterende dagligvarebutikker, herunder særligt butikkerne i Albertslund Centrum.

Forklaringen i stigningen i udvalgsvareomsætningen er en stigning inden for øvrige udvalgsvarer, der mere end opvejer et lille fald inden for beklædning. Størstedelen af stigningen i omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer kan henføres til en stigning i omsætningen i butikker med SPV.

Det er af anonymitetshensyn ikke muligt at sammenholde data fra de tidligere analyser fordelt på geografi.

OMSÆTNING I ALBERTSLUND KOMMUNE I MIO. KR., 2008, 2016 OG 2019						
	2008	2016	2019	2008-2016	2016-2019	2008-2019
Dagligvarer	617	539	572	-78	+33	-45
Udvalgsvarer	300	215	224	-85	+9	-76
I alt	917	754	797	-163	+43	-120

Omsætningen er angivet i årets priser. Tallene er afrundede.

5.2 Omsætning i kundeorienterede serviceerhverv

Omsætningen inden for kundeorienterede serviceerhverv fordelt på spisesteder, caféer mv. og frisører, saloner mv. er i Albertslund Centrum og Kanalgade under ét ca. 40 mio. kr. i 2019. Omsætningen inden for restauration var ca. 30 mio. kr. eller til ca. 75 % og omsætningen inden for personlig pleje var ca. 10 mio. kr. eller til ca. 25 %.

OMSÆTNING I MIO. KR., 2019			
Centerområde	Restauration	Personlig pleje	I alt
Albertslund Centrum og Kanalgaden	30	10	40



6 Beskæftigede

Handelslivet rummer mange lokale arbejdspladser og har stor betydning for beskæftigelsen. Detailhandlen i Albertslund Kommune beskæftiger svarende til godt 410 fuldtidsansatte. Restaurationsbranchen og forretningerne inden for personlig pleje i Albertslund Centrum og langs Kanalgaden beskæftiger svarende til knap 60 fuldtidsansatte.

ANVENDT METODE

For hver aktiv forretning er antallet af deltids- og fuldtidsansatte registreret ved direkte henvendelse til den forretningsdrivende eller ved vurdering under besigtigelsen. Antallet af ansatte er omregnet til antal fuldtidsansatte.

6.1 Antal beskæftigede i detailhandlen

Detailhandlen i Albertslund Kommune rummer mange arbejdspladser. De mange deltids- og fuldtidsstillinger svarer til i alt ca. 410 fuldtidsstillinger. Heraf findes ca. 265 fuldtidsstillinger i dagligvarebutikkerne og ca. 145 i udvalgsvarebutikkerne. De ansatte i udvalgsvarebutikkerne fordeler sig med ca. 12 ansatte i beklædningsbutikkerne, ca. 33 ansatte i de øvrige udvalgsvarebutikker og ca. 100 ansatte i butikkerne med SPV. Godt halvdelen af alle jobs i detailhandlen i Albertslund Kommunes findes i Albertslund Centrum, hvor de fleste butikker ligger.

ANTAL FULDTIDSBESKÆFTIGEDE, 2020					
Område	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	SPV	I alt
Albertslund Centrum og lokalcentret Kanalgaden	186	12	29	-	227
I øvrigt	82	-	4	99	185
<i>Albertslund Kommune</i>	<i>268</i>	<i>12</i>	<i>33</i>	<i>99</i>	<i>412</i>

6.2 Antal beskæftigede i de kundeorienterede serviceerhverv

Der er ca. 58 ansatte målt i fuldtidsansatte inden for restauration og personlig pleje i Albertslund Centrum og lokalcentret Kanalgaden. Heraf er 39 ansat inden for restauration og 19 inden for personlig pleje.

ANTAL FULDTIDSBESKÆFTIGEDE, 2020			
Centerområde	Restauration	Personlig pleje	I alt
Albertslund Centrum	32	9	41
Kanalgaden	7	10	17
<i>Albertslund Centrum og Kanalgaden</i>	<i>39</i>	<i>19</i>	<i>58</i>

7 Forbrug og handelsbalance

Handelsbalancen for Albertslund Kommune var ca. 71 % i 2019, hvilket er højere end niveauet i 2016 og svarende til niveauet i 2009. Det samlede handelsunderskud i 2019 var ca. 320 mio. kr. fordelt med ca. 120 mio. kr. på dagligvarer og ca. 200 mio. kr. på udvalgsvarer.

DEFINITION

Handelsbalancen er defineret som forholdet mellem omsætningen og forbruget i et geografisk afgrænset 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 udenfor kommunen. Tilsvarende betyder en handelsbalance over 100 %, at butikkerne i kommunen tiltrækker kunder fra udenfor kommunen, f.eks. pendlere. Handelsbalancen er således en måde at vurdere detailhandlens styrke og tiltrækningskraft.

I beregningen af handelsbalancen er der taget højde for nethandlen, der er trukket ud af forbruget. I beregningerne er det derfor borgernes forbrug i fysiske butikker, som holdes op mod omsætningen i fysiske butikker, som input til den fysiske planlægning.

En stigning i handelsbalancen er ikke nødvendigvis udtryk for at detailhandlen i et område er gået frem, men kan også være udtryk for at forbrugsgrundlet af faldet mere end omsætningen.

7.1 Handelsbalance

Handelsbalancen for Albertslund Kommune var ca. 71 % i 2019. Det svarer til et handelsunderskud på ca. 320 mio. kr. eller 29 %. Handelsbalancen for dagligvarer var ca. 83 % svarende til et handelsunderskud på ca. 120 mio. kr. mens handelsbalancen for udvalgsvarer var ca. 53 % svarende til et handelsunderskud på ca. 200 mio. kr. Handelsunderskuddet for udvalgsvarer fordeler sig med ca. 80 mio. kr. på beklædning og ca. 120 mio. kr. for øvrige udvalgsvarer. Det svarer til en handelsbalance for beklædning på ca. 37 % og en handelsbalance for øvrige udvalgsvarer på ca. 59 %.

HANDELSBALANCE I 2019				
Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Udvalgsvarer	I alt
83 %	37 %	59 %	53 %	71 %
-120 mio. kr.	-80 mio. kr.	-120 mio. kr.	-200 mio. kr.	-320 mio. kr.

Tallene viser, at der er væsentlige underskud på handelsbalancen inden for alle hovedbrancher. Det vurderes, at handelsunderskuddene inden for udvalgsvarer skyldes nærheden til regionale udbudspunkter, herunder City 2, Glostrup Shoppingcenter, IKEA og de mange store centre i hovedstadsområdet i øvrigt. Det vurderes, at handelsunderskuddet inden for dagligvarer skyldes, at lokale

borgere køber dagligvarer uden for kommunen ifm. pendling. Dagligvarebutikkerne langs Roskildevej vurderes f.eks. at appellere til pendlere med bopæl i Albertslund. På strækningen fra Albertslund Centrum til Roskilde bymidte ligger der 10 store dagligvarebutikker i tilknytning til Roskildevej. På strækningen fra Albertslund Centrum til Frederiksberg ligger der 13 store dagligvarebutikker.

Mens tallene på den ene side viser, at detailhandlen i Albertslund er i skarp konkurrence med detailhandlen uden for kommunen, så viser tallene på den anden side også, at der er potentiale for vækst og udvikling og et væsentligt større butiksudbud taget i betragtning af kundegrundlaget.

7.2 Udvikling i handelsbalance

Handelsbalancen for Albertslund Kommune er samlet set steget med ca. 8 %-point fra ca. 63 % til ca. 71 % i perioden 2016-2019. Stigningen dækker en stigning på ca. 6 %-point inden for dagligvarer og en stigning på ca. 10 %-point inden for udvalgsvarer.

Ses i stedet på udviklingen i perioden 2008-2019 fremgår en samlet set uændret handelsbalance. Den konstante handelsbalance dækker et markant fald på 12 %-point inden for dagligvarer og en stigning på ca. 6 %-point inden for udvalgsvarer.

HANDELSBALANCE FOR ALBERTSLUND KOMMUNE, 2008, 2016 OG 2019						
	2008	2016	2019	2008-2016	2016-2019	2008-2019
Dagligvarer	95 %	77 %	83 %	-18 %-point	+6 %-point	-12 %-point
Udvalgsvarer	47 %	43 %	53 %	-4 %-point	+10 %-point	+6 %-point
<i>I alt</i>	<i>71 %</i>	<i>63 %</i>	<i>71 %</i>	<i>-8 %-point</i>	<i>+8 %-point</i>	<i>0 %-point</i>
Udvalgsvareomsætning i butikker med SPV indgår i udvalgsvareomsætningen i nærværende analyse, hvorfor handelsbalancer for i 2016 er opjusteret for at kunne sammenligne tallene.						

Tallene viser, at dagligvarebutikkerne i Albertslund Kommune tabte væsentlige markedsandele i perioden 2008-2016, men at der er sket en positiv udvikling siden 2016. Også udvalgsvarebutikkerne tabte markedsandele i perioden 2008-2016, men efter en stigning i perioden 2016-2019 er der tale om en samlet stigning.

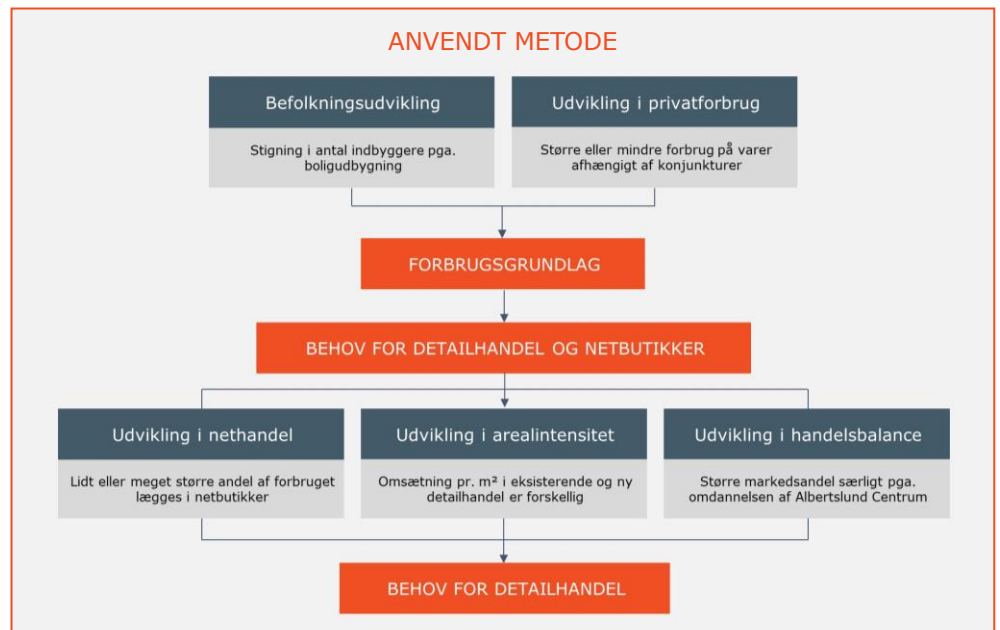
8 Arealbehov

Den markante befolkningstilvækst i de kommende år vil medføre et behov for flere dagligvarebutikker. Behovet for yderligere areal til udvalgsvarebutikker vil i høj grad afhænge af udviklingen i privatforbruget og væksten i nethandlen.

De seneste 10 års tid har budt på en stigende urbanisering mod de store byer, økonomisk afmatning, en stigende nethandel og øget konkurrence mellem kommunernes detailhandel. Den økonomiske afmatning er stoppet, og privatforbruget stiger igen, men udviklingen inden for detailhandlen på længere sigt er usikker. Det forventes, at den igangværende krise i handelslivet affødt af Coronavirus er midlertidig, at situationen vil normalisere sig, og at følgende forhold vil påvirke handelslivet i Albertslund Kommune på længere sigt:

- > Kommunens, handelslivets og borgernes engagement i udviklingen
- > Befolkningsudviklingen
- > Udviklingen i privatforbruget
- > Udviklingen i nethandlen
- > Omdannelsen af Albertslund Centrum og evt. andre projekter
- > Udvikling i handelsbalancen overfor omverdenen
- > Udviklingen i butikkernes omsætning pr. m²

Udviklingen i forbrugsgrundlaget i Albertslund Kommune har betydning for detailhandlen. Særligt udviklingen i indbyggertallet og privatforbruget har betydning for forbrugsgrundlaget, mens særligt nethandlen, handelsbalancen og omsætningen pr. m² er med til at definere, hvordan udviklingen i forbrugsgrundlaget påvirker arealbehovet.



Der er opstillet to scenarier for udviklingen frem mod 2031. Maksimumsscena-riet beskriver en fremtidig udvikling, hvor alle parametre har udviklet sig positivt for detailhandlen i Albertslund Kommune. Minimumsscena-riet udtrykker den omvendte situation.

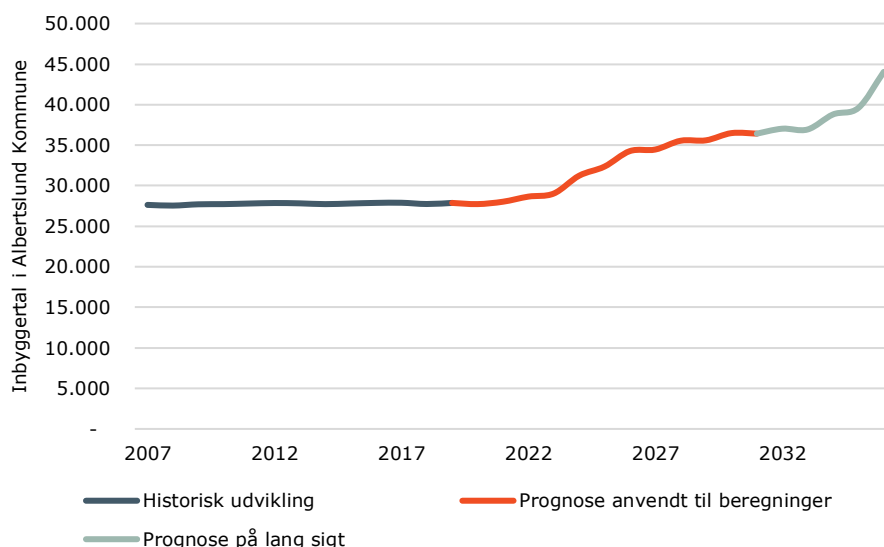
AKTIV UDVIKLING AF DETAILHANDLEN

En aktiv udvikling af detailhandlen har stor betydning. Det gælder både mht. lokaliserings af dagligvarebutikker, et attraktivt bymiljø, fortætning af bymidten med flere boliger, en indsats for at styrke butiksudbuddet ved aktiv kontakt til kæder og små specialbutikker mv. Flere af tiltagene kan med fordel gennemføres i tæt samarbejde mellem kommune, handelsliv og grundejere. En egentlig handlingsplan for udvikling af detailhandlen f.eks. i Albertslund Kommune vil være optimal ift. at understøtte en positiv udvikling, der trækker i retning af maksimumssceneriet.

STOR BEFOLKNINGSTILVÆKST

De seneste 25 år er befolkningstallet i Albertslund Kommune svinget mellem 27.500 og 29.600 borgere. Den samlede befolkning har således kun ændret sig i mindre grad, men alderssammensætningen er ændret markant. I starten af halvfjerdserne var der ikke mange borgere over 50 år i kommunen. Til gengæld var der mange børn og mange i 30-erne. I dag er der en meget mere jævn aldersfordeling. De seneste 10 år har befolkningstallet ligget meget stabilt mellem 27.600 og 27.900 borgere.

Ud fra de historiske tal og den forventede boligudbygning forventes fremgang i befolkningstallet på ca. 8.540 borgere frem mod 2031. Befolkningsudviklingen er betinget af, at det planlagte boligbyggeri i perioden med ca. 3.900 boliger frem til 2031 bliver realiseret.



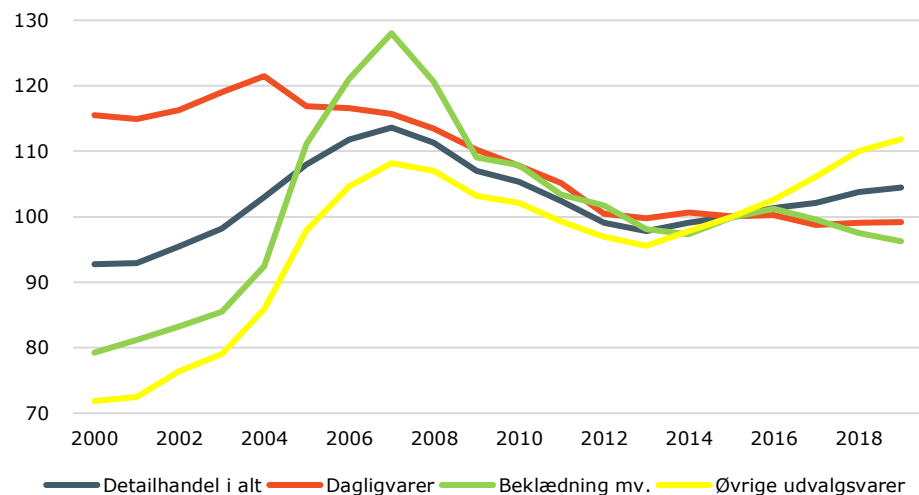
Figur 1 Historisk og forventet befolkningsudvikling i Albertslund Kommune.

Befolkningstilvæksten svarer med det nuværende forbrug pr. borger til en stigning i det årlige forbrugsgrundlag for dagligvarer på knap 220 mio. kr. Det svarer til dagligvareomsætningen i 1-2 varehuse med dagligvarer eller ca. 4-5 discountbutikker.

UDVIKLING I PRIVATFORBRUG

Efter 2008, hvor forbruget toppede, var forbrugerne tilbageholdende som konsekvens af den økonomiske krise.

- > Samlet set er omsætningen på landsplan faldet med ca. 8 % fra 2007 til ultimo 2019. Omsætningen ligger i dag lidt under niveauet i 2005².
- > Omsætningen i dagligvarebutikkerne er i perioden 2007-2019 faldet med ca. 14 %. Discountbutikkerne under ét har haft markant fremgang under lavkonjunktoren. Siden 2012 har omsætningen i dagligvarebutikkerne ligget på et nogenlunde konstant niveau.
- > Beklædning er den mest konjunkturfølsomme branche. Tilbagegangen i perioden 2007-2019 har været størst indenfor beklædning, hvor omsætningen er faldet med knap 25 % på landsplan.
- > Omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer er steget med ca. 3 % i perioden 2007-2019. Øvrige udvalgsvarer ligger efter en stor stigning i perioden 2013-2019 over niveauet i 2007, hvor forbruget var på sit højeste.



Figur 2. Det sæsonkorrigerede mængdeindeks viser udviklingen i omsætningen i dansk detailhandel og danske netbutikker i faste priser, dvs. korrigeret for sæsonudsving og inflation, frem til 2019. Her er der taget udgangspunkt i 2015 som indeks 100.

Udviklingen i detailomsætningsindekset viser, at omsætningen af øvrige udvalgsvarer, dvs. varer som f.eks. elektronik, biludstyr, møbler, køkkener og fritidsudstyr, i landets fysiske butikker og danske netbutikker aldrig har været højere. Den samlede omsætning af øvrige udvalgsvarer har efter næsten uafbrudt vækst i de forgangene 12 måneder nået et niveau højere end før finanskrisen. Sammenlignet med 2013, hvor omsætningen nåede et lavpunkt, er der tale om en stigning på 16 %.

Den markante vækst i omsætningen af øvrige udvalgsvarer er sket i en periode, hvor omsætningen indenfor dagligvarer og beklædning, har været stort set

² Bygger på udviklingen i det sæsonkorrigerede mængdeindeks ved sammenligning af det gennemsnitlige niveau i 2004 og 2005 med det gennemsnitlige niveau i de sidste 12 måneder, der er data tilgængeligt for.

status quo. Det er dermed alene omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer, der har båret væksten på ca. 7 % i omsætningen siden 2013. I samme periode er antallet af indbyggere i Danmark steget med kun 3 %, og væksten i kundegrundlaget forklarer derfor kun en del af stigningen i omsætningen.

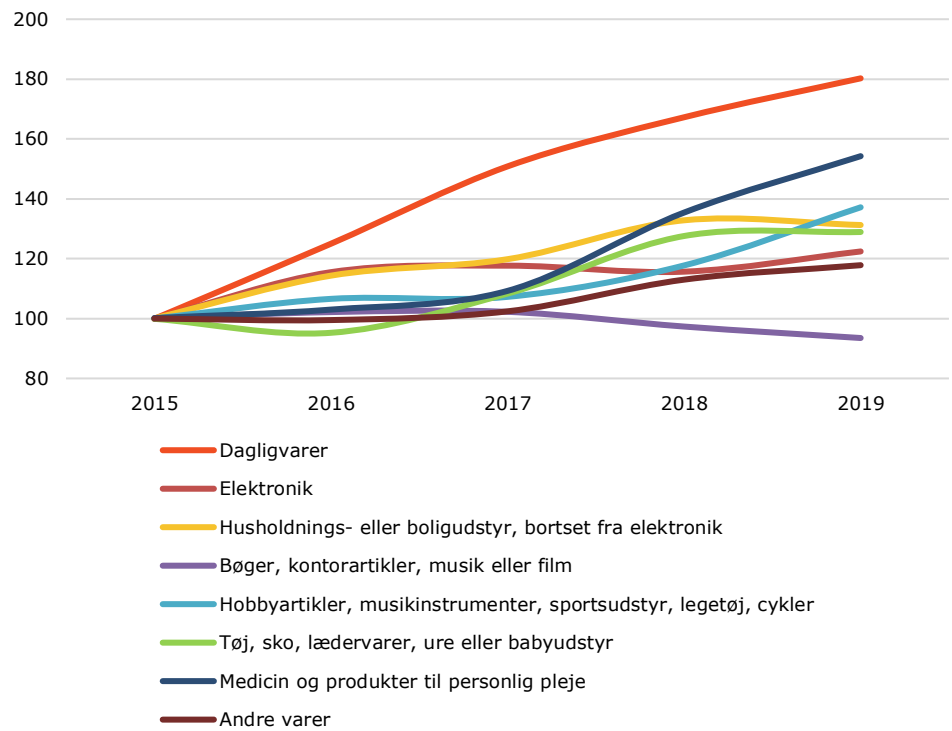
Det forventes, at privatforbruget fremover vil vokse i et 12-årigt tidsperspektiv – om end i et noget mere afdæmpet tempo end gennemsnittet for perioden fra 2000-2007. Det vurderes altså, at opbremsningen i forbruget langsomt vender, og at der igen bruges flere penge. I minimumssceneriet stiger privatforbruget kun svagt, mens det i maksimumssceneriet stiger væsentligt.

STIGENDE NETHANDEL

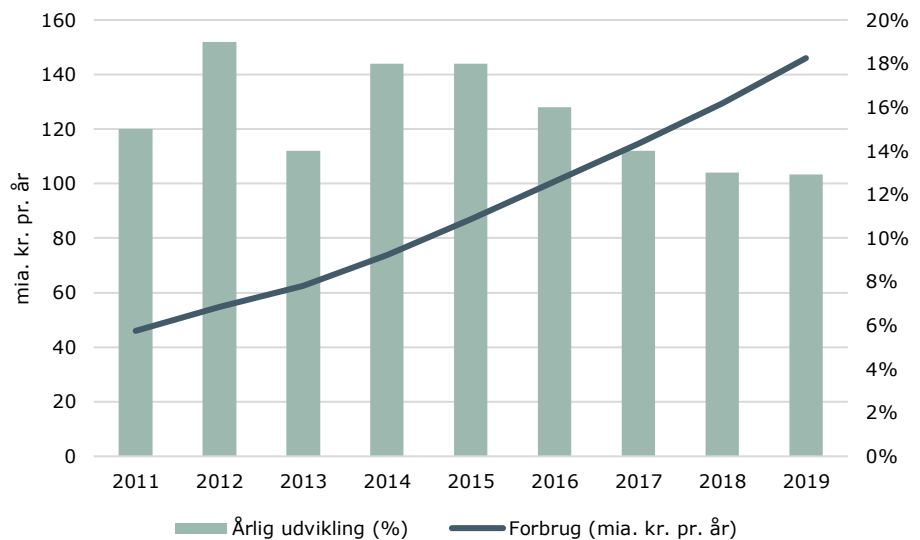
En stigende andel af danskernes forbrug lægges i netbutikker, og en mindre andel lægges i fysiske butikker. Alene i 2016 steg nethandlen med ca. 16 %. I 2017 rundede nethandlen 120 mia. kr., hvilket er dobbelt så meget som i 2012, og i 2019 nåede nethandlen ca. 150 mia. kr. Der flyttes dermed fortsat store markedsandele fra de fysiske butikker til nethandlen. Nethandlens voksende andel af forbruget betød, at ca. 27 % af danskernes private disponible forbrug i 2016 blev lagt i netbutikker. I nethandlen indgår både ikke-fysiske varer som rejser, flybilletter og underholdning, men også fysiske varer som tøj, elektronikvarer og bøger. Andelen af nethandel er meget brancheafhængig. Eksempelvis bliver en meget stor del af forbrugerelektronik, bøger og børnetøj købt online, mens andelen af dagligvarer, der købes online, fortsat er lav.

Dagligvarer købes typisk nær bopælen, herunder på vej til eller fra arbejde eller i butikker med god trafikal beliggenhed. Indtil videre handles dagligvarer kun i begrænset omfang på nettet. Der er endnu ikke sket et egentlig gennembrud inden for nethandlen med dagligvarer, f.eks. som måltidskasser. Der er sket en kraftig vækst i nethandlen med dagligvarer, senest under krisen som følge af Corona, men fra et meget lavt udgangspunkt. Nethandel med dagligvarer er mest udbredt i Hovedstadsområdet og i de større byer. Nethandelsandelen for dagligvarer på landsplan er ca. 2,6 %. Det vurderes, at nethandlen med dagligvarer i dag udgør mellem 3-4 % af det samlede dagligvareforbrug i Albertslund Kommune. Det er endnu for tidligt, at vurdere betydningen af det stigningen i nethandlen med dagligvarer som følge af Corona, herunder i hvilket omfang den øgede nethandelsandel fastholdes eller om det er startskuddet til et egentligt gennembrud for nethandlen med dagligvarer.

Hvis forbrugsvæksten primært sker i rene netbutikker, vil det reducere behovet for arealer til butikksformål, da varelagre og distribution vil kunne foregå i f.eks. lagerbygninger i erhvervsområder, og da nogle fysiske butikker helt vil lukke. Sker omsætningen derimod som et supplement til omsætningen i den fysiske butik eller fordi netbutikker åbner en fysisk butik, vil det i nogle tilfælde direkte medvirke til at øge behovet for butikksareal eller medvirke til at sikre eksistensen af fysiske butikker.



Figur 3 *Indekseret udvikling i omsætningen i nethandlen med varer. Det sæson-korrigerede mængdeindeks viser udviklingen i omsætningen i danske netbutikker i faste priser, dvs. korrigeret for sæsonudsving og inflation. Her er der taget udgangspunkt i 2015 som indeks 100.*



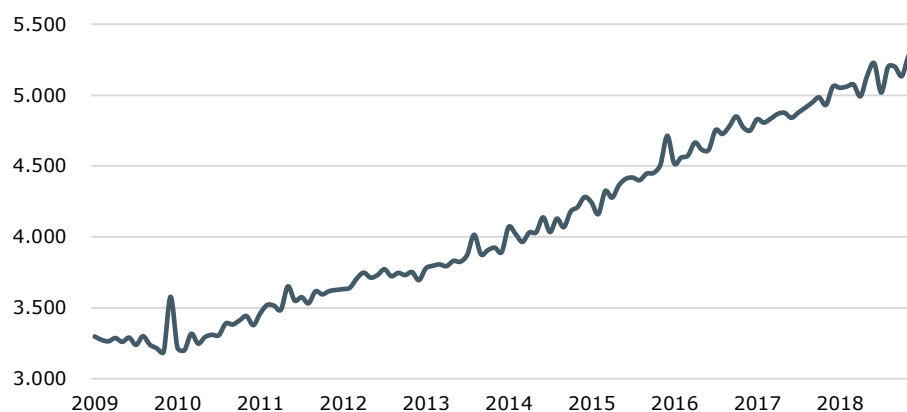
Figur 4 *Udviklingen i danskernes forbrug online over de sidste knap 10 år. Varer udgør ca. 37 % af forbruget. Kilde: Foreningen for Dansk Nethandel (FDIH).*

I de to scenarier forudsættes det, at nethandlen fortsat vil vokse. I scenariet, der beskriver minimumsbehovet for nyt areal til detailhandel, er det forudsat, at nethandlen med dagligvarer vil vokse markant, og at nethandlen vil fortsætte

sin kraftige vækst inden for udvalgsvarer. Eksempelvis forventes nethandlen i minimumsscenariet at dække 40 % af forbruget af øvrige udvalgsvarer i 2031. I maksimumsscenariet forventes nethandlen at vokse mere beskedent og dække 27 % af forbruget af øvrige udvalgsvarer.

STIGENDE UDESPISNING

Danskerne spiser i stigende grad ude og laver i mindre omfang end tidligere selv mad. Dermed er det nærliggende at antage, at en del af forbruget flyttes fra dagligvarebutikker til restauranter, caféer og andre spisesteder. Det er især unge i de større byer, som spiser meget ude.



Figur 5 Salg i mio. kr. i løbende priser i den danske hotel- og restaurationsbranche.

Dagligvarekæderne er i stigende grad opmærksomme på tendensen og tilbyder i højere grad convenienceprodukter, bake-off og slagterafdelinger, click-and-collect ordninger med drive-in mv. Hvis dagligvarebutikkerne i højere grad omstiller sig til de nye forbrugs- og indkøbsmønstre, får de også del i væksten.

I minimumsscenariet forudsættes det, at udviklingen i udespisningen fortsætter med en vækst som i de senere år. I maksimumsscenariet forudsættes det, at væksten aftager.

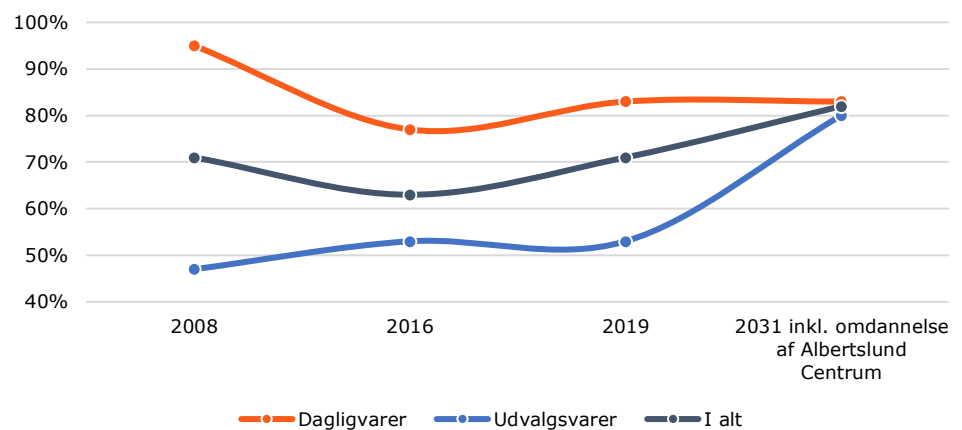
UDVIKLING I HANDELSBALANCE

Handelsbalancen er et udtryk for hvor stor en markedsandel detailhandlen i et opland har. Handelsbalancen beregnes ved at dividere omsætningen i detailhandlen i oplandet med forbruget fra borgere bosiddende i oplandet. En handelsbalance over 100 % udtrykker, at oplandet er overforsynet, mens en handelsbalance på under 100 % udtrykker, at oplandet er underforsynet.

Handelsbalancen for dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer i Albertslund Kommune er hhv. 83 %, 37 % og 59 %.

I minimumsscenariet er det forudsat at handelsbalancen for dagligvarer forbliver på det nuværende lave niveau. På baggrund af en konsekvensvurdering³ af omdannelsen af Albertslund Centrum er det forudsat, at handelsbalancerne for beklædning og øvrige udvalgsvarer stiger til hhv. 121 % og 62 %.

I maksimumsscenariet er det forudsat, at handelsbalancen for dagligvarer stiger til 95 %, hvilket svarer til niveauet i 2008, og hvilket vil indebære væsentlige udbygninger af dagligvarebutiksstrukturen. Det er forudsat, at handelsbalancen for beklædning stiger til 121 %, og at handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer stiger til 65 %, hvilket vurderes som opnåeligt med en omdannelse af Albertslund Centrum og yderligere udbygninger andre steder.



Figur 6 Historisk og forventet udvikling i handelsbalancer for Albertslund Kommune.

KONSTANT AREALINTENSITET

I beregningerne af arealbehovet er det ikke forudsat, at en del af den forventede forbrugstilvækst også vil kunne omsættes i de eksisterende butikker. I så fald vil omsætningen pr. m² stige i de eksisterende butikker, og en sådan udvikling vil ikke give anledning til et øget behov for nyt butiksareal. Modsat kan der være behov for en vis omfordeling af butiksarealer, hvor nogle utidssvarende butikker lukker, mens der etableres nyt butiksareal andre steder. Omfordelingen kan bl.a. ske som følge af et ønske om at udvide eller flytte en butik for at opnå et tidssvarende butikskoncept og -indretning. Der kan derfor også være behov for nyt butiksareal uden en vækst i omsætningen.

Der er i vurderingerne forudsat en uændret arealintensitet.

SAMLET VURDERING AF BEHOV FOR YDERLIGERE AREAL

Samlet set viser beregningerne, at forbrugsvæksten i de to scenarier bliver ganske forskellige. Det skyldes især udviklingen i nethandlen og privatforbruget, hvor kun ganske små forskelle i forudsætningerne slår stærkt igennem over en længere årrække.

Minimumsscenariet indebærer, at dagligvare- og udvalgsvarehandlen i Albertslund Kommune udvikler sig i takt med befolknings- og forbrugsudviklingen. På

³ Konsekvensvurdering udført som led i detailhandelsanalyse for Albertslund Kommune, november 2017, COWI.

dagligvaresiden er der forudsat en markant vækst i nethandlen med dagligvarer, bl.a. med måltidskasser, samtidig med, at en større del af forbruget på mad sker som udespisning, take-away og click-and-collect. På udvalgsvaresiden er det forudsat, at væksten i nethandlen i høj grad overstiger væksten i privatforbruget. Resultatet af minimumsscenarioet er, at der bliver behov for yderligere ca. 7.200 m² detailhandel. Tallet dækker over et behov for yderligere dagligvarebutikker på ca. 3.000 m², et behov for yderligere beklædningsbutikker på ca. 3.300 m² og et behov for yderligere øvrige udvalgswarebutikker og butikker med SPV, der sælger øvrige udvalgsvarer på i alt ca. 900 m².

Maksimumsscenarioet indebærer en større udvikling af detailhandlen frem til 2031. Det kan f.eks. være ved udbygning med flere store dagligvarebutikker og områder til store udvalgswarebutikker ved det overordnede vejnet. På dagligvaresiden er det forudsat, at nethandlen med dagligvarer fortsat ikke får et gennembrud, og at udespisningen kun tiltager i begrænset grad. På udvalgsvaresiden er det forudsat, at væksten i nethandlen aftager, og at der bruges flere penge på udvalgsvarer i butikker. Samlet set vil der i maksimumsscenarioet blive behov for en udvidelse af butiksarealet med ca. 17.800 m². Tallet dækker over et behov for yderligere areal til dagligvarebutikker på ca. 7.200 m², et behov for yderligere areal til beklædningsbutikker på ca. 4.400 m², et behov for yderligere areal til øvrige udvalgswarebutikker og butikker med SPV, der sælger øvrige udvalgsvarer på i alt på ca. 6.200 m².

For begge scenarier gælder, at der kan være et behov for yderligere areal til forhandlere af motorkøretøjer. En vurdering af behovet for yderligere bilforhandlere og andre forhandlere af motorkøretøjer er dog vanskelig, og kan med fordel tage udgangspunkt i den konkrete efterspørgsel end et beregnet behov.

ÆNDRET BEHOV FOR AREAL FREM MOD 2031		
Scenarie	Dagligvarer	Udvalgsvarer og butikker med SPV*
Minimum	+3.000 m ²	+4.200 m ²
Maksimum	+7.200 m ²	+10.600 m ²
Ekskl. forhandlere af motorkøretøjer.		

Tabel 1 Behov for yderligere areal i minimums- og maksimumsscenarioet for Albertslund Kommune frem mod 2031. Arealerne er udtryk for niveauer og ikke eksakte tal.

Behovet for yderligere areal er i væsentlig grad betinget af en stigning i kundegrundlaget som følge af den forventede boligudbygning og en stigning i handelsbalancerne, særligt for beklædning, som følge af omdannelsen af Albertslund Centrum.

De beregnede arealbehov er størrelsesordener og udtryk for et øjebliksbillede. Butikslukninger kan øge behovet for yderligere areal, mens nyetableringer kan reducere behovet. Ændringer i forbruget udmøntes i ændret omsætning i eksisterende butikker. Samtidig medfører ændringer i forbruget også behov for en vis omfordeling af butiksarealer, hvor nogle utidssvarende butikker lukker, mens der etableres nyt butiksareal andre steder. Omfordelingen kan bl.a. ske som følge af et ønske om at udvide eller flytte en butik for derved at opnå et tidssvarende butikskoncept og -indretning. Der kan derfor også være behov for nyt butiksareal uden en vækst i omsætningen.

Det bemærkes, at behovet for yderligere areal er ift. arealet af den eksisterende detailhandel, og evt. nyudlæg bør være afstemt med restrømmeligheden i den eksisterende centerstruktur.

9 Konsekvensvurderinger

Alberstund står overfor en stor befolkningstilvækst som følge af omfattende boligudbygning. De mange nye borgere skaber grundlag for mere detailhandel. Afhængig af de nye butikkers placeringer, vil de i større eller mindre grad indgå i synergi og konkurrence med det nuværende handelsliv.

Effekterne for handelslivet i Albertslund Centrum ved etablering af ny detailhandel på to placeringer i Albertslund er vurderet: Ved det tidl. Vridsløselille Statsfængsel og ved COOP ved krydset Roskildevej-Vallensbæk Torvevej.

Etablering af nye dagligvarebutikker uden for Albertslund Centrum vil bidrage til en mere fintmasket lokalforsyning, så transportafstandene ifm. med hverdagsindkøb begrænses for de borgere, der har lang afstand til eksisterende dagligvarebutikker. Albertslund Kommune er i skarp konkurrence med større regionale centre uden for kommunen. Etablering af ny detailhandel ved det overordnede vejnet, hvor detailhandlen vil være synlig for megen forbi kørende trafik, vil bidrage til at holde en større del af handlen hjemme i Albertslund Kommune. Desuden kan en udbygning af butiksstrukturen på de to placeringer understøtte byudviklingen, herunder boligudbygningen på de to placeringer. Endeligt kan en udbygning af butiksstrukturen bidrage til beskæftigelsen.

Mens ny detailhandel på de to placeringer overordnet set vil bidrage til vækst og udvikling, vil den nye detailhandel også få direkte og afledt betydning for det eksisterende handelsliv. Den eksisterende detailhandel påvirkes direkte, da den udsættes for et øget konkurrencepres eftersom en del af kunderne i den eksisterende detailhandel i stedet vil benytte den nye detailhandel. Samtidig vil ny detailhandel på de to placeringer få afledte effekter som følge af en spredning af detailhandlen og en udflytning af handel fra Albertslund Centrum. De store dagligvarebutikker i Albertslund Centrum i dag er vigtige ankerfunktioner, og generer kundestrøm til fordel for det øvrige handelsliv. En udflytning af dagligvarehandel fra Albertslund Centrum vil påvirke handels- og bylivet i Albertslund Centrum negativt, og fordrer en forudgående afvejning af fordele og ulemper.

9.1 Datagrundlag

I udarbejdelsen af konsekvensvurderingen er der taget udgangspunkt i følgende datagrundlag:

- > Kortlægning af areal og omsætning i detailhandlen i Albertslund Kommune samt areal og omsætning i forretninger inden for restauration og personlig pleje i Albertslund Centrum og Kanalgaden, 2019, COWI.
- > Konsekvensvurdering af omdannelse af Albertslund Centrum, 2017, COWI.
- > Befolknings-, skole- og dagpasningsprognose for Albertslund Kommune for 2020-2032, Boelplan A/S.
- > Data om forbrug og indkomst fra DST.
- > Data om nethandlen fra FDIH, DIBS by Nets, DI og COWI.

ANVENDT METODE

Konsekvensvurderingen omfatter fem scenarier:

- > 0-alternativ: Der etableres ingen ny detailhandel på de to placeringer.
- > Scenarie 1a-1c: Der etableres ny detailhandel på fængselsgrunden.
- > Scenarie 2: Der etableres ny detailhandel ved COOP.

Effekterne ved realisering nu og i 2031 er vurderet for hvert scenarie.

Effekterne på kort sigt afhænger bl.a. af, hvornår krisen som følge af Corona ophører. Det er forudsat at situationen normaliserer sig, og at handelslivet i hovedtræk vender tilbage til en situation som før krisen.

Som grundlag for scenarierne er der gennemført en konsekvensvurdering af flytningen af Netto i december 2019 fra Albertslund Centrum til Kornmarksvej i Brøndby. Omdannelsen af Albertslund Centrum indgår desuden i vurderingen af effekterne i 2031. Konsekvensvurderingen af omdannelsen af Albertslund Centrum, gennemført som led i detailhandelsanalysen af Albertslund Kommune 2017, er anvendt. Til vurderingen af effekterne i 2031 indgår desuden udviklingen i rammebetingelserne, herunder befolkningstilvæksten i oplandet og strukturudviklingen i detailhandlen i hovedstadsområdet.

Direkte og afledte effekter for eksisterende detailhandel er udtrykt som omsætningsnedgang i absolutte tal og i pct. En lille omsætningsnedgang i kr. og ører kan have stor effekt målt i pct. for en lille butik. Omvendt kan en stor omsætningsnedgang have lille effekt i pct. for en stor butik. I praksis afhænger effekten af, hvor robust den enkelte butik er overfor omsætningsnedgang. Vurderinger af, hvor robuste de enkelte butikker er, herunder om butikker i forvejen er økonomisk udfordrede, ligger udenfor nærværende undersøgelse. De beregnede og vurderede effekter er udtryk for niveauer og ikke eksakte tal.

9.2 Eksisterende detailhandel i influensområdet

Etableringen af nye butikker betyder som udgangspunkt ikke, at borgerne bruger flere penge på varer. I stedet flyttes borgernes forbrug fra eksisterende butikker til de nye butikker. Mens dagligvarer fortrinsvist købes nær bopælen, herunder ifm. pendling, så transporterer forbrugerne sig længere efter det rigtige udbud af udvalgswarebutikker. Omfanget og placeringen af den eksisterende detailhandel har derfor betydning for, hvorfra den nye detailhandel på Fængselsgrunden og ved COOP vil hente sin omsætning.

9.2.1 Eksisterende dagligvarehandel

En ny dagligvarebutik på fængselsgrunden eller ved COOP vil hente langt størstedelen af sin omsætning fra andre store dagligvarebutikker og vil kun i begrænset omfang grad hente omsætning fra mindre specialdagligvarebutikker som slagtere, bagere, blomsterhandlere og lignende. Størstedelen af omsætningen vil desuden blive hentet lokalt, dvs. fra dagligvarebutikker i nærområdet, og andelen vil aftage med afstanden.

Der er ni store dagligvarebutikker i Albertslund. Det største udbud findes i Albertslund Centrum i form af Føtex, Kvickly og ALDI. I Vestcentret ligger Super-Brugsen og Netto. I Egelundcenteret i tilknytning til krydset Roskildevej-Herstedvestervej ligger Rema 1000 og ALDI og i både Godthåbscenteret og Trippen-dalscenter ligger Fakta. På Kanalgaden ligger desuden Elite Købmand.

Nærmeste beliggende store dagligvarebutikker uden for Albertslund Kommune er Fakta, Netto og LIDL i Vallensbæk Nordmark. Fakta ligger centralt i et bolig-område og vurderes først og fremmest at betjene lokaloplandet. Netto og LIDL ligger ved Vallensbæk Torvevej, der er forbundet med Holbækmotorvejen godt 1 km mod syd og med Roskildevej ca. 1,3 km mod nord, og vurderes i høj grad at betjene forbikørende trafik.

På strækningen fra Albertslund Centrum til Roskilde bymidte ligger der 10 store dagligvarebutikker i tilknytning til Roskildevej. På strækningen fra Albertslund Centrum til Frederiksberg ligger der 13 store dagligvarebutikker.

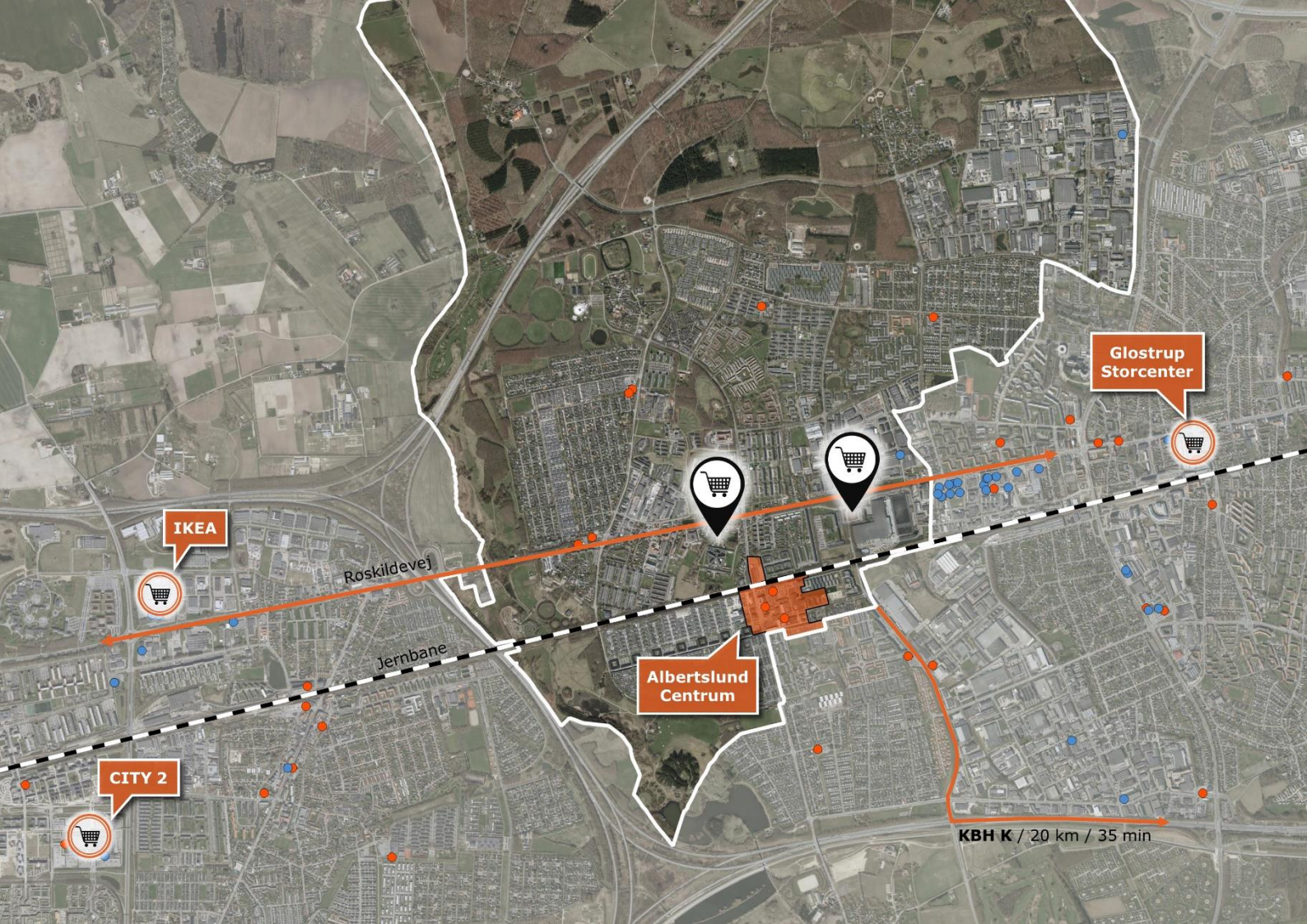
9.2.2 Eksisterende udvalgsvarerhandel

Albertslund er del af hovedstadsområdet, som udgør et sammenhængende by-område, hvor byerne også er funktionelt sammenhængende. For udvalgsvarerhandlen betyder den fysisk-funktionelle sammenhæng, at udbudspunkterne ligger geografisk tæt på hinanden, og at Albertslunds udvalgsvarerhandel er i skarp konkurrence med udvalgsvarerhandlen i det øvrige hovedstadsområde. Tilsvarende påvirkes udvalgsvarerhandlen i Albertslund ikke alene af detailhandelsplanlægningen i Albertslund, men i høj grad også af planlægningen i omkringliggende kommuner. I de senere år er detailhandlen blevet udbygget markant i hovedstadsområdet, og med det nye landsplandirektiv for detailhandel i hovedstadsområdet er der givet mulighed for at en række kommuner, herunder Ishøj Kommune, kan planlægge for yderligere udvalgsvarerhandel i aflastningsområder, hvor der er god tilgængelighed med bil.

Især butikscentrene i Glostrup og Høje-Taastrup fungerer som konkurrenter for udvalgsvarerhandlen i Albertslund. På grund af Københavns størrelse og butiks-udbud er København også i konkurrence med udvalgsvarerhandlen i Albertslund. Eksempler er Fisketorvet på Kalvebod Brygge, der kan nås med direkte S-tog fra Albertslund Station, og Field's i Ørestaden, som bl.a. rummer Bilka og et Magasin.

Desuden findes flere butikscentre i Albertslunds regionale opland, herunder:

- > Ishøj Bycenter, der rummer et Bilka, ca. 8 km fra Albertslund Centrum.
- > Ballerup Centret ca. 10 km fra Albertslund Centrum.
- > Rødovre Centrum ca. 9 km fra Albertslund Centrum.
- > WAVES, der rummer et Bilka, i Hundige ca. 11 km fra Albertslund Centrum.



Figur 7 Store udbudspunkter i Albertslund og i Høje-Taastrup og Glostrup Kommune samt beliggenhederne af de to projektområder. Eksisterende store dagligvarebutikker og større udvalgswarebutikker inden for kædesamarbejde er vist med hhv. orange og blå punkter.

9.3 Forventet ny detailhandel

I det følgende beskrives omfanget af den forventede nye detailhandel på de to placeringer og den påtænkte byudvikling, som detailhandlen vil indgå i. Omsætningen i den nye detailhandel vurderes for en situation, hvor detailhandlen etableres her og nu og for en situation, hvor den etableres i 2031. Omsætningstal er angivet i 2019-priser og er udtryk for niveauer og ikke eksakte tal.

For alle scenarierne er det forudsat, at der etableres et optimalt disponeret butiksanlæg med gode tilkørselsforhold, tilstrækkelig og lettilgængelig parkering mv.

9.3.1 Ny detailhandel på fængselsgrunden

Vridsløselille Fængsel er overgået til Freja Ejendomme. Der ønskes mulighed for, at fængselsgrunden omdannes til primært boligformål samt erhverv i en del af de eksisterende bygninger. Det forventes, at der etableres ca. 750 boliger på fængselsgrunden. Der er desuden ønske om mulighed for detailhandel.

En mulighed er, at et udlæg til detailhandel placeres i den nordlige del af fængselsgrunden ved Roskildevej. En anden mulighed er i den sydøstlige del af

grunden nærmest Albertslund Centrum. Et udlæg i tilknytning til Roskildevej vil være i form af et lokalcenter med mulighed for én dagligvarebutik og udvalgsvarerbutikker eller som et område til en enkeltstående dagligvarebutik. Et udlæg nærmest Albertslund Centrum vil være en udvidelse af bymidten med mulighed for én dagligvarebutik på en placering vest for Albertslundvej og nord for jernbanen.



Figur 8 Udsnit af fængselsgrunden set fra vest.

Omfanget af de forskellige udlæg, som danner grundlag for konsekvensvurderingen af ny detailhandel på fængselsgrunden, fremgår af de følgende tre tabeller.

Scenarie 1a

Scenarie 1a omfatter én dagligvarebutik på 1.200 m² i direkte tilknytning til Roskildevej. Det forudsættes, at dagligvarebutikken vil blive en discountbutik, og at butikken grundet placeringen ved det overordnede vejnet vil opnå højere omsætning end det gennemsnitlige niveau i eksisterende discountbutikker i Albertslund.

NY DETAILHANDEL I ET OMRÅDE TIL EN ENKELTSTÅENDE BUTIK VED ROSKILDEVEJ		
	Dagligvarebutik	Udvalgsvarebutikker
Bruttoetageareal	1.200 m ²	-
Butikstype	Én discountbutik	-
Omsætning i 2020	Ca. 60-66 mio. kr. pr. år	-
Omsætning i 2031	Ca. 68-74 mio. kr. pr. år	-

Scenarie 1b

Scenarie 1b omfatter én dagligvarebutik på 1.200 m² og tre øvrige udvalgsvarebutikker à 600 m² med overkørsel til Roskildevej. Det vurderes, at dagligvarebutikken grundet samlokaliseringen med udvalgsvarebutikkerne vil opnå lidt højere omsætning end i scenarie 1a. Det vurderes, at placeringen også vil være attraktiv til udvalgsvarebutikker inden for boksbutikssegmentet grundet synligheden fra Roskildevej, men at lokalcentret i høj grad vil være konkurrenceudsat ift. større udbudspunkter, herunder området ved Hovedvejen i det vestlige Glostrup.

Det vurderes, at dagligvarebutikken vil øge sin omsætning frem mod 2031 i takt med stigningen i forbrugsgrundlaget i oplandet. Det vurderes, at udvalgsvarebutikkerne grundet den skærpede konkurrencesituation i Albertslund og i hovedstadsområdet i øvrigt kun i mindre grad øger deres omsætning frem mod 2031.

NY DETAILHANDEL I LOKALCENTER VED ROSKILDEVEJ		
	Dagligvarebutik	Udvalgsvarebutikker
Bruttoetageareal	1.200 m ²	1.800 m ²
Butikstype	Én discountbutik	Tre butikker à ca. 600 m ²
Omsætning i 2020	Ca. 61-67 mio. kr. pr. år	Ca. 27-31 mio. kr. pr. år
Omsætning i 2031	Ca. 70-76 mio. kr. pr. år	Ca. 31-34 mio. kr. pr. år

Scenarie 1c

Scenarie 1c omfatter én dagligvarebutik på 1.200-1.500 m² i en udvidelse af den afgrænsede bymidte. Det forudsættes, at dagligvarebutikken bliver en stor discountbutik eller et supermarked uden udvalgsvareudsnit.

NY DETAILHANDEL I UDVIDELSE AF BYMIDTEN VED ROSKILDEVEJ		
	Dagligvarebutik	Udvalgsvarebutikker
Bruttoetageareal	1.200-1.500 m ²	-
Butikstype	Én discountbutik	-
Omsætning i 2020	Ca. 54-75 mio. kr. pr. år	-
Omsætning i 2031	Ca. 60-82 mio. kr. pr. år	-

9.3.2 Ny detailhandel ved COOP

Albertslund Kommune har indgået en partnerskabssaftale med COOP Danmark om omdannelse af COOPs arealer i Albertslund til en attraktiv bydel med en blanding af boliger, kontorer, erhverv og butikker. Konkret ønsker COOP at flytte deres lageraktiviteter og omdanne arealet til primært boliger samt kontor- og serviceerhverv. Administrationsbygningen fastholdes, og der er ønske om at opføre boliger på det nuværende parkeringsareal bag administrationsbygningen. Området påtænkes omdannet ad to faser, hvor første fase består af ca. 370 boliger vest for Vallensbæk Torvevej, og hvor anden fase består af ca. 1.250 boliger øst for Vallensbæk Torvevej.

Til denne byudvikling ønsker COOP etableringen af en SuperBrugsen på 2.000 m², hvor der skal afprøves nye butikskoncepter mv. Derudover ønsker COOP at etablere en tøjbutik, en cykelforretning og en møbelforretning samt en bank og et posthus med et samlet areal på ca. 4.200 m².

NY DETAILHANDEL VED COOP PÅ HJØRNET AF ROSKILDEVEJ OG VALLENSBÆK TORVEJ		
	Dagligvarebutik	Udvalgsvarebutikker
Bruttoetageareal	2.000 m ²	4.000 m ²
Butikstype	Ét supermarked	Én beklædningsbutik og to øvrige udvalgsvarebutikker
Omsætning i 2020	Ca. 102-112 mio. kr. pr. år	Ca. 60-68 mio. kr. pr. år
Omsætning i 2031	Ca. 130-140 mio. kr. pr. år	Ca. 68-76 mio. kr. pr. år

Det forudsættes, at ca. 95 % af omsætningen i SuperBrugsen vil være dagligvareomsætning, at ca. 5 % vil være øvrig udvalgsvareomsætning, og at beklædningsomsætningen vil være begrænset. Den samlede omsætning i udvalgsvarebutikkerne forudsættes at være fordelt som ca. 33 % beklædningsomsætning og ca. 67 % øvrig udvalgsvareomsætning.

Det vurderes, at dagligvarebutikken vil øge sin omsætning frem mod 2031 i takt med stigningen i forbrugsgrundlaget i oplandet, mens udvalgsvarebutikkerne grundet den skærpede konkurrencesituation i Albertslund og i hovedstadsområdet i øvrigt vil fastholde deres omsætning på omtrent samme niveau.



Figur 9 COOPs administrations- og lagerbygninger set fra vest.

9.4 Effekter i 0-alternativ

Konsekvensvurderingens 0-alternativ udtrykker den situation, hvor der ikke etableres ny detailhandel på de to placeringer. 0-alternativet medtages i vurderingen som referenceramme for at kunne sammenligne effekterne ved realisering af projekterne med situationen, hvor projekterne ikke realiseres. 0-alternativet beskriver således det scenarie, hvor eksisterende udnyttelse af projektområderne videreføres. I 0-alternativet omdannes Albertslund Centrum, men butiksstrukturen i Albertslund i øvrigt ændres ikke.

9.4.1 Effekter for dagligvarehandlen

I 0-alternativet er der ingen effekter for den eksisterende dagligvarehandel på kort sigt. På længere sigt øger de eksisterende dagligvarebutikker deres omsætning, som følge af en stigning i kundegrundlaget. Jævnfør befolkningsprognosen forventes en boligudbygning på ca. 4.380 boliger i Albertslund Kommune i perioden 2020-2031. I samme periode forventes en stigning i antallet af borgere i oplandet, der også omfatter Vallensbæk Nordmark, på ca. 9.240 borgere. Samlet set forventes en stigning i det årlige forbrugsgrundlag for dagligvarer i oplandet på i størrelsesordenen 250 mio. kr. i et middelscenarie. Det vurderes, at borgerne bosiddende i oplandet lægger yderligere i størrelsesordenen 200 mio. kr. i

dagligvarebutikkerne i oplandet sammenlignet med i dag. Det svarer i runde tal til, at dagligvarebutikkerne i oplandet under ét øger deres omsætning med i størrelsesordenen 30 %.

9.4.2 Effekter for udvalgsvarehandlen

I 0-alternativet er der ingen effekter for den eksisterende udvalgsvarehandel på kort sigt. På længere sigt øger de eksisterende udvalgsvarebutikker deres omsætning, som følge af en stigning i kundegrundlaget. Der vurderes, at borgerne bosiddende i oplandet lægger yderligere ca. 80 mio. kr. i udvalgsvarebutikkerne i oplandet i et middelscenarie sammenlignet med i dag. Det svarer til en stigning på godt 35 % i udvalgsvareomsætningen ift. omsætningen i dag. Stigningen er betinget af en omdannelse af Albertslund Centrum, og det større lokale butiks-udbud i medfør heraf.

9.5 Effekter ved ny detailhandel på fængselsgrunden

I det følgende beskrives effekterne for handelslivet i Albertslund Centrum ved ny detailhandel som i scenarie 1a-1c.

9.5.1 Effekter for dagligvarehandlen

En ny dagligvarebutik på fængselsgrunden vil ligge ca. 650-800 m fra nærmeste store dagligvarebutik i Albertslund Centrum, afhængig af om butikken placeres på hjørnet ved Roskildevej eller i en udvidelse af bymidten. Hvis butikken placeres ved Roskildevej vil den ikke kun betjene borgere i lokaloplandet, men også forbikørende trafik på Roskildevej. Det betyder, at butikken vil opnå en højere omsætning pr. m², end hvis butikken placeres nærmere mod bymidten og uden synlighed og direkte tilkørselsmulighed fra Roskildevej. Placeres butikken nærmere bymidten, og i en udvidelse af bymidten i stedet for i et område til en enkeltstående butik eller et lokalcenter, er der mulighed for en større butik, da Planloven tillader større butikker i bymidter.

Effekter i scenarie 1a og 1b

Det vurderes, at en ny dagligvarebutik på ca. 1.200 m² ved Roskildevej på fængselsgrunden vil hente ca. 40-42 % af sin omsætning fra Albertslund Centrum. Det svarer til ca. 24-28 mio. kr. pr. år på kort sigt og ca. 27-32 mio. kr. pr. år på længere sigt. Omsætningsnedgangen svarer til ca. 7-8 % af den omsætning, som dagligvarebutikkerne i Albertslund Centrum ellers kunne have opnået i 2031, og effekterne vil være mærkbare.

Hvis dagligvarebutikken etableres i et lokalcenter med i alt 1.800 m² udvalgsvarebutikker, så vil dagligvarebutikken opnå lidt højere omsætning end ved etablering som enkeltstående butik. Årsagen er, at udvalgsvarebutikkerne generer en kundestrøm som dagligvarebutikken har fordel ved. Dagligvarebutikken vil desuden hente en lidt større andel af sin omsætning fra Albertslund Centrum, når dagligvarebutikken er samlokaliseret med udvalgsvarebutikkerne, da nogle kunder vil erstatte ture til Albertslund Centrum, hvor der købes dagligvarer og udvalgsvarer, med ture til lokalcentret.

Effekter i scenarie 1c

Det vurderes, at en ny dagligvarebutik på 1.200-1.500 m² på fængselsgrunden i en udvidelse af bymidten vil hente ca. 50 % af sin omsætning fra dagligvarebutikkerne i Albertslund Centrum. Det svarer til ca. 27-38 mio. kr. pr. år på kort sigt og ca. 30-41 mio. kr. pr. år på længere sigt. Omsætningsnedgangen svarer til i størrelsesordenen 8-10 % af den omsætning, som dagligvarebutikkerne i Albertslund Centrum eller kunne have opnået, og effekterne vil være mærkbare. Samlet set øges den årlige omsætning i den udvidede bymidte.

9.5.2 Effekter for udvalgsvarerhandlen

Etableringen af nye udvalgsvarebutikker har direkte betydning for eksisterende udvalgsvarebutikker, som derved udsættes af en øget konkurrence. Etableringen af en ny dagligvarebutik har indirekte betydning for udvalgsvarebutikkerne, da de er afhængige af kundestrømmen fra store dagligvarebutikker. Endeligt har etableringen af en ny dagligvarebutik betydning for udvalgsvarerhandlen i Føtex og Kvickly.

Effekter i scenarie 1a

Etableres der ingen udvalgsvarebutikker på fængselsgrunden vil effekterne for udvalgsvarebutikkerne i Albertslund Centrum være begrænset til de afledte effekter af en reduktion i kundestrømmen til de store dagligvarebutikker.

Hvis hver kunde bruger ca. 240-320 kr. pr. indkøbstur, så svarer nedgangen i dagligvareomsætningen i Albertslund Centrum til ca. 200-250 færre indkøbstore pr. dag. Erfaringsmæssigt køber 10-15 % af kunderne både dagligvarer og udvalgsvarer på samme indkøbstur i de mest attraktive bymidter, hvor dagligvarebutikkerne ligger i direkte tilknytning til udvalgsvarebutikkerne. Hvis kunderne bruger lige så mange penge på dagligvarer som udvalgsvarer på kombinationsture, så er det afledte fald i den årlige udvalgsvareomsætning i størrelsesordenen 2-3 mio. kr. pr. år. Det svarer til omsætningen i en mindre udvalgsvarebutik uden for kædesamarbejde. Det er dog vanskeligt at beregne de afledte effekter. På den ene side er det sandsynligt, at nogle kombinationsture erstattes med planlagte ture til udvalgsvarebutikkerne i Albertslund Centrum, hvilket betyder en mindre afledt effekt. På en anden side er det sandsynligt, at der vil ske et fald i udvalgsvareomsætningen i Føtex og Kvickly som følge af konkurrencen med den nye dagligvarebutik.

Det vurderes, at det årlige afledte fald øges med godt 1 mio. kr., frem mod 2031, hvor dagligvarebutikken opnår en større omsætning, og hvor Albertslund Centrum er omdannet.

Effekter i scenarie 1b

Det vurderes, at nye øvrige udvalgsvarebutikker på i alt 1.800 m² på en placering på fængselsgrunden ved Roskildevej vil hente ca. 20 % af deres omsætning svarende til ca. 5-6 mio. kr. pr. år fra Albertslund Centrum. Langt størstedelen af omsætningen i de nye øvrige udvalgsvarebutikker på fængselsgrunden vurderes at ville blive hentet fra butikker uden for kommunen.

Det vurderes, at andelen af omsætningen, der hentes fra Albertslund Centrum, øges lidt, hvis udvalgswarebutikkerne etableres i 2031 og i en situation, hvor Albertslund Centrum er omdannet, dvs. hvor der er et større lokalt udbud af øvrige udvalgswarebutikker. Omsætningsnedgangen på 7-8 mio. kr. i Albertslund Centrum i 2031 svarer til ca. 6 % af den øvrige udvalgswareomsætning, som butikkerne i Albertslund Centrum ellers ville kunne have opnået i 2031.

Effekter i scenarie 1c

Etableringen af den nye dagligvarebutik i udvidelsen af bymidten vil samlet set øge omsætningen i den udvidede bymidte, men udflytningen af dagligvarehandel til placeringen nord for jernbanen vurderes at svække det øvrige handelsliv i Albertslund Centrum. Selvom dagligvarebutikken kun vil have begrænset eller ingen udvalgswareomsætning, og derfor ikke vil konkurrere med udvalgswarebutikkerne, vil den få betydning for udvalgsvarehandlen, da kundestrømmen i den egentlige bymidte reduceres. Grundet afstanden, jernbanens barriereskabende effekt og den manglende visuelle sammenhæng mellem den egentlige bymidte og den nye dagligvarebutik vurderes det, at den nye dagligvarebutik kun i meget begrænset grad vil indgå i synergi med det øvrige handelsliv i Albertslund Centrum.

Det afledte fald i den årlige udvalgswareomsætning er beregnet til i størrelsesordenen 3-4 mio. kr. pr. år på kort sigt og vurderes at ville være i størrelsesordenen 5-6 mio. kr. i 2031. Som nævnt er vurderingen af det afledte fald dog forbundet med nogen usikkerhed.

9.6 Effekter ved ny detailhandel ved COOP

I det følgende beskrives effekterne for handelslivet i Albertslund Centrum ved ny detailhandel som i scenarie 2. Scenariet omfatter etableringen af 6.000 m² detailhandel med en samlet omsætning på i størrelsesordenen 160-180 mio. kr. pr. år på kort sigt og i størrelsesordenen 200-215 mio. kr. pr. år på længere sigt. Udbygningen vil sikre en lokal butiksforsyning ved de nye boliger og vil samtidig bidrage til, at mere handel holdes hjemme i Albertslund Kommune. Samtidig vil udbygningen dog også få væsentlige effekter for Albertslund Centrum og mulighederne for omdannelse heraf. Til sammenligning har detailhandlen i Albertslund Centrum og Kanalgaden et areal på i alt godt 10.000 m².

BOLIGUDBYGNING AFBØDER EFFEKTER FOR EKSISTERENDE DETAILHANDEL

Den nye detailhandel i et bydelscenter ved COOP vil først blive etableret efter Albertslund Centrum og området ved COOP er udbygget med boliger.

Boligudbygningen skaber et øget kunde- og forbrugsgrundlag. Tilflytningen til ca. 370 boliger i fase 1 for udbygningen ved COOP svarer i et middelscenarie for forbrugsudviklingen til en stigning i det årlige lokale forbrugsgrundlag på ca. 20 mio. kr. for dagligvarer og ca. 12 mio. kr. for udvalgsvarer i 2026. Tilflytningen til i alt ca. 1.620 boliger som i fase 1 og fase 2 for udbygningen ved COOP svarer i et middelscenarie til en stigning i det årlige lokale forbrugsgrundlag på ca. 90 mio. kr. for dagligvarer og godt 50 mio. kr. for udvalgsvarer i 2031. Tilflytningen til de ca. 215 boliger i Albertslund Centrum svarer i et middelscenarie for forbrugsudviklingen til en stigning i det årlige lokale forbrugsgrundlag på godt 30 mio. kr. for dagligvarer og knap 20 mio. kr. for udvalgsvarer i 2031.

Boligudbygningen på de to steder vil samlet set afbøde effekterne for den eksisterende detailhandel med i størrelsesordenen 70-80 % i 2031 i et middelscenarie.

9.6.1 Effekter for dagligvarehandlen

En ny SuperBrugsen ved COOP vil ligge ca. 1,2 m fra nærmeste store dagligvarebutik i Albertslund Centrum. SuperBrugsens placering ved Roskildevej og ved et af de mest befærdede kryds i Albertslund betyder, at en stor del af kunderne vil udgøres af forbikørende bilister. Dermed er det sandsynligt at en stor del af omsætningen hentes fra andre store dagligvarebutikker langs Roskildevej og Vallensbæk Torvevej.

Samtidig hentes en del af omsætningen fra Albertslund Centrum. En stor og moderne SuperBrugsen med lettilgængelig og tilstrækkelig parkering vil udgøre et attraktivt alternativ til Føtex og Kvickly for nogle af de forbrugere, der efterspørger et stort vareudvalg, delikatesse-, bager- og slagterafdeling mv. Det vurderes, at knap 50 % af omsætningen i den nye SuperBrugsen hentes fra Albertslund Centrum. Det svarer til en nedgang i den årlige dagligvareomsætning på ca. 47-51 mio. kr. på kort sigt og ca. 59-64 mio. kr. pr. år på længere sigt. Der er tale om en væsentlig nedgang på i størrelsesordenen 15 % af den dagligvareomsætning, som butikkerne i Albertslund Centrum ellers kunne opnå i 2031, og effekterne vil derfor være betydelige.

9.6.2 Effekter for udvalgsvarehandlen

Albertslund ligger i kort afstand til store regionale udbudspunkter, og udvalgsvarehandlen i Albertslund har i dag et begrænset omfang set ift. udvalgsvarehandlen i de konkurrerende centre. Det betyder, at det er sandsynligt, at de nye udvalgsvarebutikker vil hente en stor del af deres omsætning uden for Albertslund Kommune.

Effekterne for udvalgsvarehandlen i Albertslund Centrum vil desuden i høj grad afhænge af de konkrete nye butikker og af omdannelsen af Albertslund

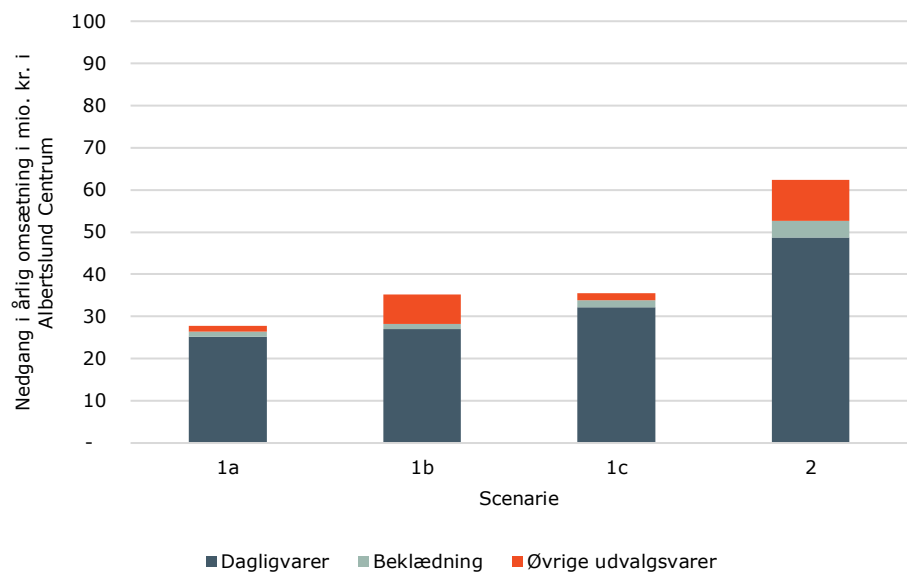
Centrum. De nye butikker vil få en gennemsnitlig størrelse på ca. 1.350 m², hvilket er væsentligt større end de eksisterende udvalgswarebutikker i Albertslund Centrum og langs Kanalgaden, der i gennemsnit er ca. 150 m². Forskellen i butiksstørrelsen vil betyde, at der i vid udstrækning bliver tale om forskellige butikstyper med forskellige varesortimenter. På den baggrund vurderes det, at kun ca. 7 % af beklædningsbutikkens og ca. 15 % af de to øvrige udvalgswarebutikkers omsætning hentes fra Albertslund Centrum, hvis de nye butikker realiseres på kort sigt og inden omdannelsen af Albertslund Centrum. Den samlede nedgang i den årlige udvalgswareomsætning vurderes til 8-9 mio. kr. Heri indgår, at SuperBrugsen henter en del af sin udvalgswareomsætning fra Albertslund Centrum, og at udflytningen af dagligvareomsætning fra Albertslund Centrum vil få afledte effekter for kundestrømmen til udvalgswarebutikkerne og dermed udvalgswareomsætningen.

Hvis udvalgswarebutikkerne etableres i 2031 i en situation, hvor Albertslund Centrum er omdannet, vil konkurrencen mellem de nye udvalgswarebutikker og udvalgswarebutikkerne i Albertslund Centrum være væsentligt større end i dag, om end der stadig vil være en væsentlig forskel i butiksstørrelserne. Det vurderes, at den nye beklædningsbutik og de to nye øvrige udvalgswarebutikker vil hente hhv. ca. 60 % og 25 % af omsætningen fra Albertslund Centrum. Den samlede nedgang i den årlige beklædningsomsætning inkl. de afledte effekter fra udflytningen af dagligvarehandlen vurderes at ville udgøre ca. 18-20 mio. kr. svarende til ca. 9 % af den beklædningsomsætning, som butikkerne i Albertslund Centrum ellers ville have opnået. Den samlede nedgang i den årlige øvrige udvalgswareomsætning inkl. de afledte effekter vurderes at ville udgøre ca. 17-19 mio. kr. svarende til ca. 14 % af den øvrige udvalgswareomsætning, som butikkerne i Albertslund Centrum ellers ville have opnået.

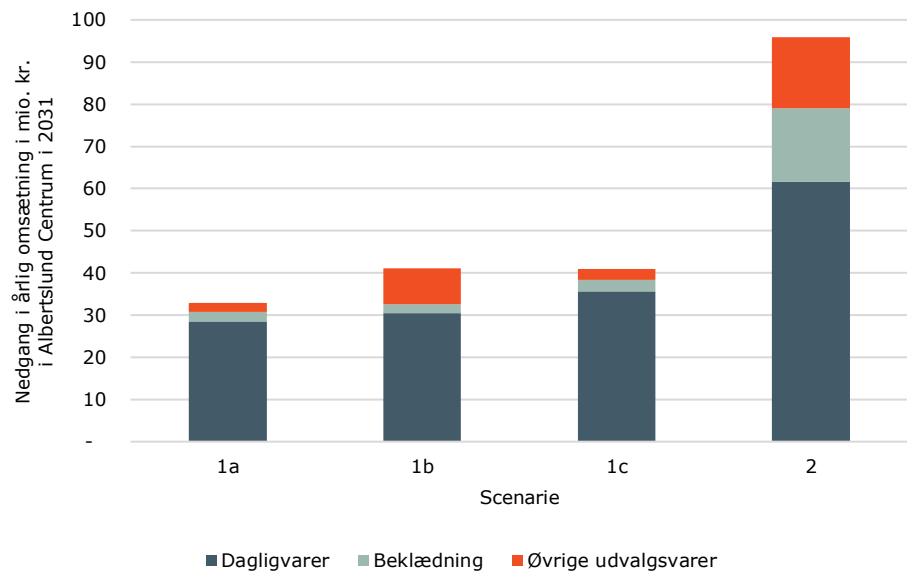
Udbygningerne med ca. 4.000 m² udvalgswarebutikker og ca. 2.000 m² dagligvarebutik ved COOP vurderes altså at kunne få mærkbare effekter for Albertslund Centrum – også i en situation, hvor Albertslund Centrum er omdannet med et større udbud af kapitalkædebutikker.

9.6.3 Sammenfatning

Den gennemsnitlige direkte og afledte omsætningsnedgang i mio. kr. i Albertslund Centrum i dag og i 2031 er vist for hvert scenarie på figur 10 og 11. Som det fremgår, vil omsætningsnedgangen være størst i scenarie 2, hvor der er tale om den største udbygning.

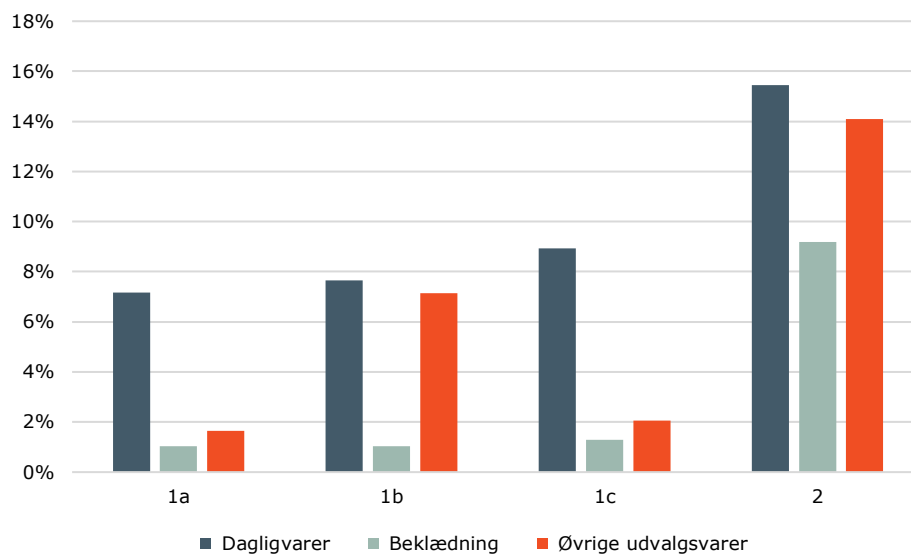


Figur 10 Omsætningsnedgang i detailhandlen i Albertslund Centrum i hvert scenarie i nuværende situation.



Figur 11 Omsætningsnedgang i detailhandlen i Albertslund Centrum i hvert scenarie i 2031.

Den gennemsnitlige omsætningsnedgang i procent i Albertslund Centrum i 2031 er vist for hvert scenarie på figur 12. Som det fremgår, vil effekterne ligeledes være størst i scenarie 2.



Figur 12 Effekter for detailhandlen i Albertslund Centrum i 2031 udtrykt som omsætningsnedgangen i procent i den eksisterende detailhandel i hvert scenarie.

9.7 Effekter for kundeorienterede serviceerhverv

Kundeorienterede funktioner som f.eks. spisesteder, caféer, klinikker mv. og visse liberale erhverv er afhængige af en kundestrøm og nyder godt af samlokalisering med detailhandel. Det er vanskeligt at sætte tal på de afledte effekter for omsætningen i de kundeorienterede serviceerhverv. Effekterne på længere sigt afhænger bl.a. af, om væksten indenfor f.eks. restaurationsbranchen bliver lige så stor som op til krisen. Effekten vil f.eks. også afhænge af om væksten i samme grad vil ske i Albertslund som f.eks. Indre By, hvor der er en større koncentration af spisesteder.

Jævnfør konsekvensvurderingen af scenarierne vurderes det, at de nye butikker vil medføre et fald på ca. 200-440 kunder pr. dag i Albertslund Centrum i nuværende situation og et fald på ca. 230-550 kunder pr. dag i 2031. Når kunder køber ind i Albertslund Centrum, så besøger de på nogle af indkøbsturene også andre funktioner i bymidten. Udflytningen af detailhandel og den derved reducerede kundestrøm i Albertslund Centrum vil derfor medføre et reduceret antal spontane ture til de øvrige kundeorienterede erhverv.

Analysen af indkøbsmønstre i andre byer har vist at, 10-15 % af kunderne køber både dagligvarer og udvalgsvarer på en tur til en bymidte med et attraktivt udbud af dagligvare- og udvalgsvarerbutikker og med korte afstande mellem dagligvarebutikker og udvalgsvarerbutikker. Andelen af ture til Albertslund Centrum med besøg i både detailhandlen og i kundeorienteret service kendes ikke, men det er sandsynligt, at udflytning af detailhandel fra Albertslund Centrum vil medføre et antal tabte, spontane kombinationsture i Albertslund Centrum, som ikke erstattes af et tilsvarende antal planlagte ture til Albertslund Centrums kundeorienterede serviceerhverv. Hvis andelen af kombinationsture er ca. 10 % i dag og stiger til ca. 15 % efter omdannelsen af Albertslund Centrum, så svarer det til en nedgang i det årlige antal af kunder på ca. 150-300 pr. forretning og en

nedgang på ca. 1.600-4.500 i det årlige antal kunder i de kundeorienterede serviceerhverv i Albertslund Centrum i 2031.

9.8 Beskæftigelsesmæssige effekter

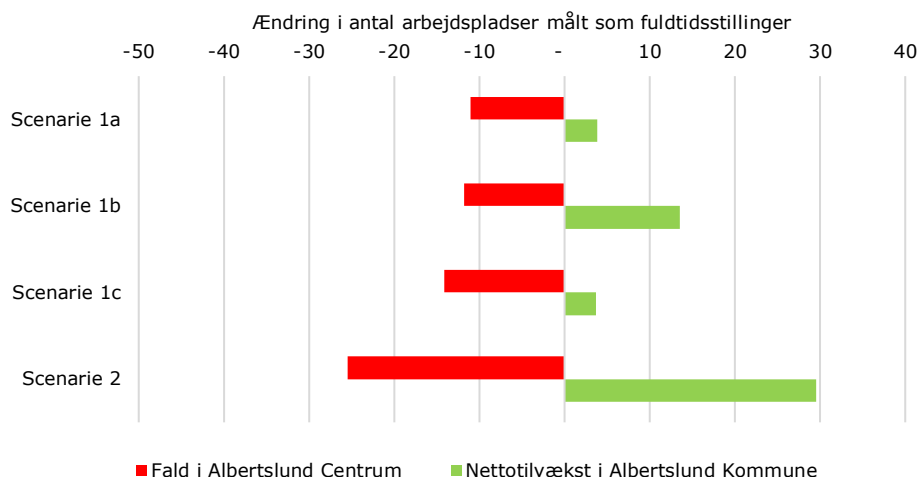
Detailhandlen i Albertslund Kommune beskæftiger svarende til godt 410 fuldtidsansatte. Restaurationsbranchen og forretningerne inden for personlig pleje i Albertslund Centrum og langs Kanalgaden beskæftiger svarende til knap 60 fuldtidsansatte.

Udbygningen af butiksstrukturen i Albertslund vil skabe nye arbejdspladser og vil samlet set føre til en stigning i antallet af arbejdspladser. Mange af de nye arbejdspladser vil dog erstatte arbejdspladser i eksisterende butikker, herunder i Albertslund Centrum. Ændringen i antallet af arbejdspladser målt i fuldtidsstillinger er opgjort for Albertslund Centrum og for Albertslund Kommune som helhed for hvert scenarie og på kort og lang sigt.

ANVENDT METODE

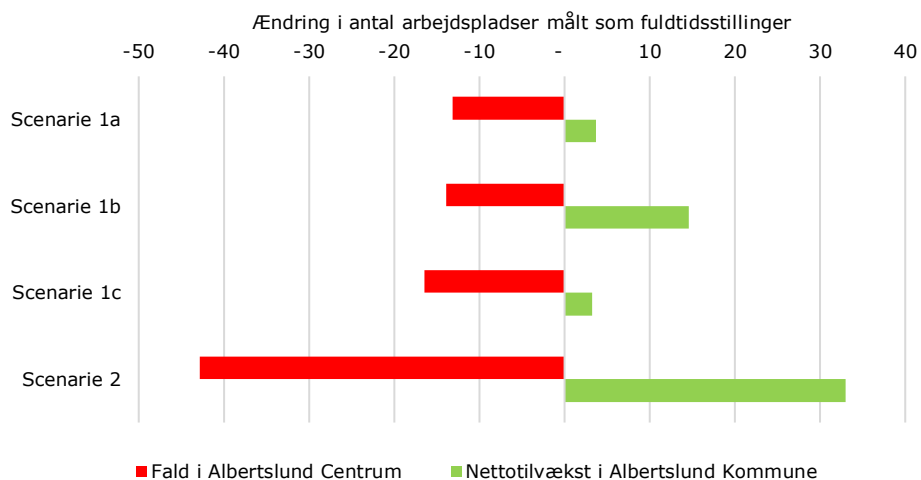
Vurderingen af de beskæftigelsesmæssige effekter tager udgangspunkt i kortlægningen af antal arbejdspladser i detailhandlen og de kundeorienterede serviceerhverv i Albertslund Centrum og langs Kanalgaden, se afsnit 6, samt kortlægninger i andre kommuner. På baggrund af disse data og oplysninger om den forventede nye detailhandel er antallet af arbejdspladser i den nye detailhandel i aflastningsområdet ved Hovedvejen beregnet og vurderet. På baggrund af vurderingerne af, hvorfra den nye detailhandel vil hente sin omsætning, er nettotilvæksten i antal fuldtidsstillinger i Albertslund Kommune beregnet og vurderet.

Den største nettotilvækst i antallet af arbejdspladser sker i scenarie 2, se figur 10, hvor der er tale om den største samlede udbygning. Det er især etableringen af de nye udvalgswarebutikker, som skaber en nettotilvækst i antallet af arbejdspladser i Albertslund Kommune. Årsagen hertil er bl.a., at det især er udvalgswarebutikkerne, der henter omsætning hjem til kommunen. Etableringen af de nye dagligvarebutikker giver derimod kun i mindre grad anledning til en nettotilvækst i antallet af arbejdspladser, da omsætningen – og dermed arbejdspladserne – i høj grad hentes fra andre lokale dagligvarebutikker i Albertslund.



Figur 13 Beskæftigelsesmæssige effekter i hvert scenarie ved realisering på kort sigt.

De beskæftigelsesmæssige effekter på kort og lang sigt er næsten uændrede for så vidt angår nettotilvæksten i antallet af arbejdspladser. Faldet i antallet af arbejdspladser i Albertslund Centrum vil være større ved realisering af de nye butikker i 2031 end i dag. Det skyldes især, at omdannelsen af Albertslund Centrum vil medføre, at detailhandlen i Albertslund Centrum i 2031 i højere grad vil være i konkurrence med den nye detailhandel på de to placeringer end i dag – der vil således også være flere arbejdspladser i detailhandlen i 2031 end i dag. Det større fald i antal arbejdspladser i Albertslund Centrum i 2031 skyldes også, at udflytningen af dagligvarehandel fra Albertslund Centrum i 2031 vil være større og vil få større afledt betydning. Det større fald i antallet af arbejdspladser i Albertslund Centrum som følge af den nye detailhandel opvejes dog af, at der forventeligt vil være flere arbejdspladser i de nye butikker i 2031 end i dag. Dermed vil den samlede stigning i antal arbejdspladser i kommunen som helhed være omtrent uændret.



Figur 14 Beskæftigelsesmæssige effekter i hvert scenarie ved realisering i 2031.

9.8.1 Afledte effekter

Grundlæggende vil større omsætning skabe flere arbejdspladser, men der er forskel på, hvor mange arbejdspladser forskellige former for butikker skaber, og hvilke typer af arbejdspladser de skaber. Nogle kædebutikker har en stor andel af deltidsansatte og ungarbejdere, mens andre butikker har færre ansatte, men flere fuldtidsansatte med en merkantil uddannelse og til højere lønninger. Antallet af årsværk udtrykker ikke sådanne forhold, som kan indgå i en politisk eller kommunaløkonomisk vurdering af udbygningernes betydning for beskæftigelsen.

Et andet aspekt er, at detailhandel er kilde til iværksætteri og en selvstændighedskultur, som en udvikling med en større andel af kædebutikker kan begrænse. En udflytning af detailhandel fra Albertslund bymidte kan få negative effekter på antallet af arbejdspladser i de øvrige kundeorienterede erhverv i Albertslund bymidte. I de senere år, op til krisen som følge af Corona, har der været større vækst i nogle af de andre brancher, der findes i bymidterne, end i detailhandlen. Dermed er der risiko for afledte negative effekter for jobskabelse indenfor kundeorienterede servicehverv ved udflytning af detailhandel fra Albertslund bymidte.

Det understreges, at beregningerne og vurderingerne tager udgangspunkt i gennemsnitsbetragtninger. COOP ønsker ikke at etablere en gennemsnitlig butik, men en test- og konceptbutik, der bl.a. skal anvendes til uddannelse af personale mv. og som vil få en integreret funktion i hovedkontorets aktiviteter. Disse forhold kan betyde, at der er positive beskæftigelsesmæssige effekter forbundet med den nye SuperBrugsen, som ikke kan vurderes ud fra generelle nøgletal.

Endeligt bemærkes det, at de beskæftigelsesmæssige effekter i etableringsfasen ikke indgår i opgørelsen.

10 Ordforklaring

AREALBEHOV

Det beregnede *arealbehov* er et udtryk for, hvor meget detailhandel, der er behov for i et opland. Behovet for yderligere detailhandel ved nybyggeri eller omdannelse til butiksførmål beregnes med udgangspunkt i en vurdering af omfanget af den eksisterende detailhandel set ift. den forventede udvikling i indbyggertallet, privatforbruget, turismen, omsætningen pr. m² og handelsbalancen.

AREALRAMME OG UDBYGNINGSRAMME/RESTRUMMELIGHED

Arealrammen for et centerområde angiver det maksimalt tilladte bruttoetageareal til detailhandel i et centerområde. *Restrummeligheden/udbygningsrammen* i et centerområde beregnes ved at trække bruttoetagearealet af den eksisterende detailhandel eller byggeretterne i lokalplanerne omfattet af centerområdet fra arealrammen for centerområdet.

CENTEROMRÅDE

Et i kommuneplanen geografisk afgrænset område udlagt til detailhandel. Der er følgende typer af *centerområder*: Bymidter, bydelscentre, lokalcentre, områder til SPV, aflastningsområder og områder til enkeltstående butikker.

DAGLIGVARER OG DAGLIGVAREBUTIKKER

Dagligvarer er varer, der forbruges samtidig med at de bruges, dvs. kortvarige forbrugsgoder. Dagligvarer er f.eks. mad- og 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, som har et betydeligt salg af udvalgsvarer.

DETAILHANDELSBUTIK

En detailhandelsbutik er et fast 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, hvis der mere end ubetydelig kundestrøm.

EKSISTERENDE BRUTTOETAGEAREAL

Arealet af den eksisterende, aktive detailhandel. Butiksareal, personalefaciliteter, overdækket lager mv. til butiksførmål medregnes i *bruttoetagearealet*.

FORBRUGSGRUNDLAG

Borgerne bosiddende i et opland har et samlet forbrug på varer, som betegnes *forbrugsgrundlaget*.

HANDELSBALANCE

Handelsbalancen er defineret som forholdet mellem omsætningen og forbruget i et geografisk afgrænset 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 udenfor kommunen. Tilsvarende betyder en handelsbalance over 100 %, at butikkerne i kommunen tiltrækker kunder fra udenfor 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 ligeså meget som forbrugsgrundlaget.

KUNDEGRUNDLAG

De indbyggere, hvis forbrug ny detailhandel baseres på, betegnes som *kundegrundlaget*. Et kundegrundlag udtrykkes i antal indbyggere eller husstande.

OPLAND OG INFLUENSOMRÅDE

Borgere i *oplandet* lægger over halvdelen af deres forbrug i oplandet. Borgere udenfor oplandet lægger mindre end halvdelen af deres forbrug i oplandet. Et indkøbsområde kan have forskellige oplande afhængigt af varegruppe. Et oplands afgrænsning afhænger bl.a. af afstanden til andre indkøbssteder. Ny detailhandel vil som oftest hente størstedelen af sin omsætning fra oplandet, som den nye detailhandel ligger i. Ny detailhandel kan også hente omsætning fra butikker udenfor oplandet. Det totale område, som den nye detailhandel henter omsætning fra, betegnes som *influensområdet*.

SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER (SPV) OG BUTIKKER MED SPV

Listen over SPV i Planloven ikke udtømmende. Listen over SPV eller varer, som frembyder særlige sikkerhedsmæssige forhold, er f.eks. motorkøretøjer, lystbåde, campingvogne, trailere, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer, møbler, samt ammunition og eksplosiver. Af Vejledning om detailhandelsplanlægning fremgår, at arealer til SPV 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 byggemarked må der også forhandles udvalgsvarer. Et byggemarked klassificeres på trods af et evt. salg af udvalgsvarer som en butik med SPV.

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 "øvrige udvalgsvarer", dvs. f.eks. legetøj, babyudstyr, elektronik, hårde hvidevarer, boligtilbehør 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 SPV, 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.