

NOVEMBER 2017
ALBERTSLUND KOMMUNE

DETAILHANDELSANALYSE ALBERTSLUND KOMMUNE

RAPPORT



Analyse af detailhandlen i Albertslund Kommune

PROJEKTNR.

A097627

DOKUMENTNR.

1

VERSION

2

UDGIVELSESDATO

24.11.2017

BESKRIVELSE

RAPPORT

UDARBEJDET

MRRR

KONTROLLERET

TBJN/MALN

GODKENDT

TBJN

INDHOLD

1	Indledning	7
2	Sammenfatning og anbefalinger	9
3	Overordnet plangrundlag	14
4	Generelle udviklingstendenser	18
5	Rammebetingelser i Albertslund	20
6	Den regionale konkurrencesituation	25
7	Centerstrukturen i Albertslund Kommune	32
8	Butikker, kæder og areal	35
9	Omsætning og dækningsgrader	47
10	Udviklingen ifølge de butiksdrevende	52
11	Butikker med webshop	55
12	Scenarier for detailhandlen i Albertslund Kommune i 2029	56
13	Anbefalinger til udviklingen af detailhandlen i Albertslund Kommune	73

1 Indledning

Albertslund Kommune igangsatte i foråret 2017 en analyse af detailhandlen. Analysen omfatter bl.a. en opdateret kortlægning af butikkerne i kommunen. Resultaterne af analysen kan delvist sammenlignes med detailhandelsanalysen for Vestegnen fra 2009.

Formålet med analysen er at levere input til Kommuneplan 2017 samt give anbefalinger til udvikling af detailhandlen i kommunen, herunder sikre et godt samspil mellem detailhandel og byudvikling i Albertslund og Herstedvester.

Detailhandelsanalysen bidrager med detaljeret viden om detailhandlen i kommunens største handelsområder som et vigtigt input til kommuneplanen, den fremtidige detailhandelsplanlægning, stillingtagen til butiksp projekter mv.

Ud over det overordnede plangrundlag, de regionale rammebetingelser og de lovbestemte krav om redegørelse for antallet af butikker samt deres areal og omsætning omfatter rapporten også følgende:

- En vurdering af Albertslund Kommunes styrkeposition i den regionale konkurrence.
- Et fremtidsscenario for fremtidigt behov til detailhandel set i lyset af den planlagte byudvikling i Albertslund.
- En vurdering af den optimale rollefordeling mellem Albertslund Centrum og områderne i og ved Hersted Center.

Analysen danner grundlag for vurderinger af det fremtidige arealbehov til detailhandel. Vurderingerne indeholder to scenarier for forbrugsudviklingen, der angiver spændet i forventningerne til arealbehovet i 2028, når der tages hensyn til befolkningsudviklingen, udviklingen i privatforbruget, øget internethandel og handelsbalancen over for nabokommunerne. Forbruget omregnes herefter til et arealbehov til fremtidig butiksudvikling.

Analysen er foretaget maj-august 2017 og omfatter geografisk hele Albertslund Kommune.

OPBYGNING

Rapporten består af følgende dele:

- › Kapitel 1: Indledning
- › Kapitel 2: Sammenfatning og anbefalinger
- › Kapitel 3: Overordnet plangrundlag
- › Kapitel 4: Generelle udviklingstendenser
- › Kapitel 5: Rammebetingelser i Albertslund
- › Kapitel 6: Den regionale konkurrencesituation
- › Kapitel 7: Centerstrukturen i Albertslund Kommune
- › Kapitel 8: Butikker, kæder og areal
- › Kapitel 9: Omsætning og dækningsgrader
- › Kapitel 10: Udviklingen ifølge de butiksdrivende
- › Kapitel 11: Butikker med webshop
- › Kapitel 12: Scenarier for detailhandlen i Albertslund Kommune i 2029
- › Kapitel 13: Anbefalinger

2 Sammenfatning og anbefalinger

Nærværende analyse af detailhandlen i Albertslund Kommune er gennemført i 2017, og en undersøgelse for hele Vestegnen blev gennemført i 2009. Detailhandlen i Albertslund har tabt konkurrencekraft i perioden, men har en styrkeposition inden for særlig pladskrævende varer.

OMSÆTNINGEN ER FALDET MED 165 MIO. KR. SIDEN 2009. ALBERTSLUND HAR TABT KONKURRENCEKRAFT.

Detailhandlen i Albertslund Kommune omsatte for ca. 755 mio. kr. inkl. moms¹ i 2016. Den årlige omsætning er faldet med ca. 165 mio. kr. siden 2008. Dækningsgraden for Albertslund Kommune under ét er 63 %, hvilket svarer til et underskud på handelsbalancen på ca. 450 mio. kr.

For dagligvarer alene er der et årligt handelsunderskud på 165 mio. kr. svarende til en dækningsgrad på 77 %. Niveauet er unaturligt lavt, og der er basis for en udbygning af dagligvareudbuddet i kommunen.

DER ER BLEVET 8 FÆRRE BUTIKKER – UDVIKLINGEN SVARER TIL RESTEN AF LANDET

Der er i alt ca. 60 butikker i Albertslund Kommune, hvilket er 8 færre end i 2009 svarende til en reduktion på ca. 12 %. Udviklingen svarer i store træk til udviklingen på landsplan, hvor der er blevet færre, men større butikker.

Ud af de 60 butikker ligger 35 i Albertslund Centrum. De 25 butikker i de øvrige dele af kommunen udgøres af mindre butikskoncentrationer på op til 8 butikker samt af spredte, enkeltstående butikker, herunder fortrinsvist enkeltstående dagligvarebutikker til lokalområdernes forsyning.

Der er registreret 11 tomme lokaler i Albertslund Kommune, heraf 7 tomme lokaler i Albertslund Centrum, 1 tomt lokale i Trippendalscentret, 2 tomme lokaler i Hersted Center og 1 tomt lokale i Røde Vejrmøllepar-

¹ Ekskl. omsætningen fra bilforhandlere.

ken. De 11 tomme lokaler svarer til en tomgang på ca. 15 %.

FÅ UDVALGSVAREBUTIKKER, MEN MANGE BUTIKKER MED SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VARER – EN STYRKEPOSITION

Butikkerne i Albertslund Kommune er fordelt på ca. 45 % dagligvarebutikker, ca. 15 % beklædningsbutikker, ca. 25 % øvrige udvalgswarebutikker og 15 % butikker, der forhandler særligt pladskrævende varer. Andelen af dagligvarebutikker er høj, mens andelen af udvalgswarebutikker er lav sammenlignet med andre byer af Albertslunds størrelse.

Albertslund har en høj andel af butikker, der forhandler særligt pladskrævende varer, sammenlignet med andre byer af samme størrelse. Forklaringen er bl.a. at der er bedre plads og god tilgængelighed med bil og lastbil i f.eks. Herstedøster end i storbyen. Her er der en styrkeposition, som kan udvikles yderligere.

NORMAL KÆDEANDEL

Analysen viser, at knap 60 % af butikkerne i Albertslund Kommune indgik i et kædesamarbejde i 2017, heraf indgik knap 50 % af i en kapitalkæde, og ca. 10 % var med i en frivillig kæde. De resterende ca. 40 % af butikkerne er uden for kædesamarbejde. Andelen af kæder i Albertslund Kommune svarer til billedet i andre tilsvarende byer.

UDVIKLINGEN I BUTIKSAREAL: DAGLIGVARER ER GÅET TILBAGE

Der er i 2017 registreret butikker med et samlet bruttoetageareal på ca. 37.750 m² inkl. butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Arealet svarer stort set til arealet i 2009.

Dagligvarearealet er i perioden faldet med ca. 5.000 m² svarende til ca. -27 %, mens der tilsyneladende er sket en markant tilbagegang i det registrerede udvalgswareareal og en tilsvarende stigning i det registrerede areal til særligt pladskrævende varegrupper. Der kan dog ligge forskelle i opgørelsesmetoden til grund for denne forskel.

SCENARIER FOR AREALBEHOVET I 2029

Med udgangspunkt i en række forudsætninger er der opstillet to scenarier for det fremtidige arealbehov til detailhandel i Albertslund Kommune: Et minimumsscenario og et maksimumsscenario. De to scenarier beskriver to yderpunkter for arealbehovet i 2029.

Resultatet af minimumssceneriet er, at omsætningen i 2029 vil kunne ske på et areal, der er ca. 3.500 m² større end det nuværende areal. Arealfremskrivningen dækker over et behov for yderligere dagligvarebutiksareal på ca. 2.600 m² og et udvalgswarebutiksareal ca. 800 m² større end det nuværende.

I maksimumssceneriet vil der blive behov for udvidelse af bruttoetagearealet med i størrelsesordenen 12.700 m². Det maksimale arealbehov dækker over et behov for ca. 7.600 m² yderligere til dagligvarer og ca. 5.100 m² til udvalgsvarer. Behovet for dagligvarebutikker vil ud fra et

hensyn om lokal forsyning være størst i de områder, hvor der sker en boligudbygning og i de områder, der i dag er underforsynede med dagligvarer. Herudover kan der udlægges areal til bilforhandlere og andre særligt pladskrævende varegrupper.

FORSLAG TIL RAMMER FOR NYT BUTIKSAREAL FREM TIL 2029

Bruttoetagearealerne for den eksisterende detailhandel i hvert centerområde i Albertslund Kommune er opgjort.

Den samlede restrummelighed til nybyggeri og omdannelse til butiksmål i bymidten, de to bydelscentre og de fire lokalcentre er ca. 34.000 m², hvilket svarer til, at kun ca. 35 % af den samlede arealramme er udnyttet.

Restrummeligheden overstiger i betydelig grad det beregnede behov i maksimumssceneriet på ca. 12.700 m². Dermed vurderes det ikke, at der er behov for at forhøje arealrammerne for de eksisterende centerområder.

Det kan dog overvejes at udvide arealrammen med 500 m² i Godthåbcenter. Det kan ligeledes overvejes at ændre afgrænsningen af Egelundcentret, for derved at give mulighed for en udvikling af eksisterende og ny detailhandel. Det kan også overvejes at udlægge et nyt lokalcenter på hjørnet af Stensmosevej og Damgårdsvej og på hjørnet af Stensmosevej og Roholmsvej.

Den samlede restrummelighed i de tre områder til særligt pladskrævende varegrupper, **Værkstedskvarteret**, **Røde Vejmølleparken** og **Hersted Industripark**, er ca. 8.850 m². Arealrammerne for Røde Vejmølleparken og Hersted Industripark kan overvejes forøget, da restrummelighederne er relativt lave. Udnyttelsen af rummeligheden i de to centerområder er hhv. ca. 75 % og ca. 85 %. Det kan overvejes at udvide afgrænsningerne af Værkstedskvarteret og Røde Vejmølleparken.

ANBEFALINGER

Overordnet er det vigtigt at sikre en klar arbejdsdeling mellem handelsområderne i kommunen, så Albertslund Centrum ikke svækkes som byens hovedhandelssted og centrum.

Hersted Industripark/Hersted Center

Det anbefales, at der ikke gives mulighed for dagligvarebutikker i Hersted Industripark eller Hersted Center – medmindre der sker en boligudbygning af et omfang, der skaber lokal købekraft til en dagligvarebutik.

Det kan overvejes at tillade udvalgswarebutikker på over 600 m². Minimumskravene til butiksstørrelse vil medføre, butikkerne kun i mindre grad vil være i konkurrence med butikkerne i Albertslund Centrum.

Det er afgørende at sikre, at de butikker, der evt. skabes plads til i Hersted Center, styrker den samlede detailhandel i kommunen og ikke tager kraft fra Albertslund Centrum.

Albertslund Centrum

Albertslund Centrum er hjertet i Albertslund og et visitkort udadtil. Derfor er det vigtigt, at centret fremtræder attraktivt og velfungerende.

Dele af Albertslund Centrum er allerede løftet visuelt og fremtræder attraktivt. Med CityCons ejerskab kan den positive udvikling forventes at fortsætte.

Albertslund Kommune kan bidrage til en positiv udvikling af centret ved at:

- Kortlægge, om parkeringspladserne er optimalt placeret, om ruterne fra ankomstpunkterne til butikkerne er korte og attraktive, og om kundetilstrømningen ved ankomstpunkterne udnyttes optimalt. Der kan både undersøges tilgængelighed for biler og cykler.
- Placere nye offentlige funktioner på strategisk valgte steder, som understøtter et godt flow igennem centret. En kortlægning af menneskeflowet i området vil give et godt beslutningsgrundlag herfor.
- Styrke "Albertslund-oplevelsen" f.eks. ved at gøre kunsten, kulturen og byens historie og identitet endnu mere nærværende i Albertslund Centrum. Der er mange eksempler på, hvordan dette kan gøres, f.eks. med historiske tavler og store billeder af events og steder i lokalområdet, som man er stolt af.
- Kortlægge kundernes/borgernes oplevelse af Albertslund Centrum. Hvad sætter borgerne pris på, og hvad savner de? Dette kan gøres både ved telefoniske undersøgelser, stopinterview på gaden, fokusgrupper mv.

Særligt pladskrævende varegrupper – klynge ved Roskildevej

Albertslund har en styrkeposition ift. særlig pladskrævende varegrupper, bl.a. bilforhandlere. Det kan overvejes at udvikle et område langs Roskildevej med yderligere butikker af denne slags. Der ligger i forvejen autoværksteder, tankstationer, biludlejning og bilforhandlere.

Udbygning af dagligvareforsyningen

Udbuddet af dagligvarebutikker bør udbygges, så dækningsgraden løftes fra de nuværende 77 % til ca. 100 %. Dagligvarebutikkerne bør placeres tæt på de boligområder, de skal betjene. Dermed sikres det, at borgerne har nem adgang til butikkerne, og at butikkerne styrker bylivet i kommunen. Der bør ikke gives tilladelse til placering af dagligvarebutikker f.eks. ved indfaldsveje.

Flere dagligvarebutikker i Albertslund Centrum vil have en positivt afsmittende effekt på bylivet og nærliggende udvalgswarebutikker.

Endeligt kan dagligvarebutikker også fungere som økonomisk løftestang i byudviklingsprojekter, hvilket kan tænkes med i de kommende års byudvikling i kommunen.

3 Overordnet plangrundlag

Det overordnede plangrundlag udgøres af Planlovens bestemmelser, landsplandirektiver samt kommunens planstrategi og kommuneplan. Plangrundlaget påvirker mulighederne for udvikling af detailhandlen i Albertslund Kommune.

LANDSPLANDIREKTIVET FOR DETAILHANDEL I HOVEDSTADSOMRÅDET

Planlovens detailhandelsbestemmelser bygger på et centerhierarki, hvor bymidten udgør det primære centerområde for detailhandel. Herefter følger bydelscentre. Uden for bymidter og bydelscentre kan der planlægges for lokalcentre, og der kan placeres enkeltstående butikker til områdets lokalforsyning. Derudover kan der etableres butikker med særligt pladskrævende varegrupper som bilforhandlere og byggemarkeder. Nogle kommuner har udlagt aflastningsområder. Der er ingen aflastningsområder i Albertslund Kommune.

Ifølge Planloven kan der kun være én bymidte i hver by, men hovedstadsområdet udgør et sammenhængende by- og boligområde, hvor det er vanskeligt at afgøre, hvor én by ophører, og hvor den næste starter. Det sammenhængende byområde, Roskilde-byfingeren, er en del af 'det ydre storbyområde' og dermed en del af hovedstadsområdet. Erhvervs- og Vækstministeren fastlægger den overordnede placering af bymidter, bydelscentre og aflastningsområder i hovedstadsområdet. Det er kommunerne, der foretager den endelige afgrænsning af centerområderne. I Landsplandirektivet for detailhandel i hovedstadsområdet er der udpeget én bymidte i Albertslund Kommune.

Det har betydning for planlægning af detailhandelen, da kommunerne inden for håndfladen selv fastlægger den maksimale ramme for detailhandel, mens landsplandirektivet fastlægger, at nye bydelscentre i byfingrene skal holde sig inden for et maksimalt bruttoetageareal til detailhandel på 5.000 m². Albertslund Kommune er omfattet af de ydre storbyområde, dvs. byfingrene.

Den nye Planlov trådte i kraft d. 15. juni 2017. Den nye Planlov indeholder flere ændringer inden for planlægning for detailhandel. Et nyt, midlertidigt landsplandirektiv for detailhandel i hovedstadsområdet trådte i kraft d. 22. juni 2017. Landsplandirektivet åbner mulighed for, at kommunerne i hovedstadsområdet også kan planlægge for store udvalgsvarebutikker, som resten af landet.

I et fremtidigt, revideret landsplandirektiv vil der blive fastsat nye regler for bydelscentre, som ligestiller hovedstadskommunernes muligheder for at udlægge bydelscentre med mulighederne i resten af landet. I det indre og ydre storbyområde vil beliggenheden af og det maksimale bruttoetageareal til butiksformål i bydelscentre blive fastlagt i kommuneplanlægningen. Bydelscentrenes størrelse skal være afstemt med bydelens størrelse, og der må ikke placeres bydelscentre på en sådan måde, at vil medføre en funktionsudtømmning af bymidterne.



SAMSPIL MED FINGERPLAN 2017

Fingerplan 2017 trådte d. 26. juni i kraft som et landsplandirektiv for Hovedstadsområdet. Planen afløser den tidligere Fingerplan 2013. Planlægningen i Albertslund Kommune skal ske i overensstemmelse med Fingerplan 2017 for at sikre en hensigtsmæssig videreudvikling af de fysiske og funktionelle kvaliteter i hele hovedstadsområdet. Fingerplan 2017 er den overordnede ramme for hovedstadskommunernes fysiske planlægning og udvikling.

Planen regulerer ikke direkte, hvad den enkelte borger kan, men har betydning for, hvor kommunerne kan planlægge eksempelvis ny byudvikling. Afvejningen af de konkrete arealinteresser og udlæg af nye arealer til byformål sker i den kommunale planlægning. Roskilde-byfingeren rummer store byudviklings- og byomdannelsesmuligheder til erhverv, boliger, detailhandel mv.

I april 2016 blev en revision af den gældende Fingerplan igangsat. Revisionen har til formål at give kommuner, virksomheder og borgere mere frihed til at skabe vækst og udvikling under hensyntagen til natur og miljø.

Revisionen af Fingerplanen foregår i to spor. Det første spor i revisionen havde fokus på afgrænsede ændringer af Fingerplanen og er afsluttet. I det igangværende andet spor skal det afdækkes, om der er behov for grundlæggende ændringer af Fingerplanens bestemmelser. Ændringerne forventes gennemført i løbet af 2018.



PLANSTRATEGI FOR ALBERTSLUND KOMMUNE

Byrådet har vedtaget Planstrategi 2016. Planstrategien har til formål at følge op på byrådets visioner og pege på, hvordan visionerne virkeliggøres gennem kommunens planlægning. I Planstrategien fremhæves det tidligere fængselsområde og Albertslund Centrum som centrale akser, hvor der med nye fysiske forbindelser og tilbud og aktiviteter inden for uddannelse, iværksætteri og kultur skabes et omdrejningspunkt for byens liv. Detailhandel er ikke et tema i Planstrategien.



DEN NYE PLANLOVS BESTEMMELSER OM DETAILHANDEL

Den moderniserede Planlov trådte i kraft den 15. juni 2017. Med den nye Planlov er der sket en række ændringer af bestemmelserne om detailhandelsplanlægning.

Størrelsesbegrænsningerne for dagligvarebutikker i bymidter og bydelscentre er ændret fra 3.500 m² til 5.000 m² ekskl. 200 m² til personalefaciliteter. Størrelsesbegrænsningerne for dagligvarebutikker i lokalcentre og som enkeltstående butikker er ændret fra 1.000 m² ekskl. personalefaciliteter til 1.200 m² inkl. personalefaciliteter.

Størrelsesbegrænsningen på 2.000 m² for udvalgswarebutikker i bymidter, bydelscentre og aflastningsområder er ophævet, uanset bystørrelse, og der gives mulighed for udvidelse af eksisterende aflastningsområder og udlægning af nye

aflastningsområder. Størrelsesbegrænsningen for dagligvarebutikker i aflastningsområder er ændret fra 3.500 m² til 3.900 m² ekskl. 200 m² personalefaciliteter. Udlægning af arealer til aflastningsområder forudsætter bl.a. et tilstrækkeligt kundegrundlag. Kravet om brug af den statistiske metode til fastlæggelse af bymidter og bydelscentre med arealrammer på over 5.000 m² ophæves.

Som led i moderniseringen af Planloven er der udstedt en ny vejledning om detailhandelsplanlægning. Vejledningen omhandler bl.a. mulighederne for aflastningsområder, e-handel med showrooms og definitionen af særlig pladskrævende varegrupper.

Erhvervsministeren vil i et landsplandirektiv efter Planlovens § 3 fastlægge nærmere retningslinjer for udmøntning af de ovenstående ændringer for hovedstadsområdet. Indtil vedtagelsen af et nyt landsplandirektiv i hovedstadsområdet gælder centerstrukturen i det eksisterende landsplandirektiv, men uden begrænsninger på udvalgswarebutikkernes størrelse.

4 Generelle udviklingstendenser

De overordnede rammebetingelser påvirker detailhandlen i Albertslund Kommune. De senere års krisestemning er aftaget, men e-handlen stiger forsat. 10 udviklingstendenser påvirker bymidterne og deres detailhandel i disse år.

1. FORBRUGERNE HAR PENGE - MEN HOLDER PÅ DEM

Med finanskrisen i 2007 skete der en historisk opbremsning i borgernes forbrug. Der skete et fald med ca. 25 % for beklædning og ca. 15 % for øvrige udvalgsvarer. Selv om forbrugerne igen bruger flere penge, er det samlede forbrug i fysiske butikker stadig på et niveau svarende til 2004 og 2005.

2. E-HANDLEN VOKSER – OG FORBRUGERNE STILLER NYE KRAV

E-handlen vokser, og 15 % af udvalgsvarerne og 1-2 % af dagligvarerne handles pt. på nettet. Andelen stiger med ca. 10 % om året (af ovennævnte tal). Og så grænsehandlen er betydelig. Presset fra e-handel og grænsehandel skærper kravene til de fysiske butikker. Service, rådgivning, faglig specialisering, fokus på butiksoplevelsen, brug af sociale medier samt sammentænkning af fysisk butik og webshop er blandt strategierne hos de butikker, der klarer sig godt. Den samlede attraktivitet af handelsmiljøet har betydning for, om danskerne vælger de fysiske butikker frem for internetbutikker.

3. FLERE KÆDEBUTIKKER – BYERNE BLIVER MERE ENS

Kædernes andel af bymidternes udvalgsvarebutikkerne stiger. Det er positivt, fordi kæderne har stærkere økonomi, fælles hjemmesider, webshop, ressourcer til at uddanne personale osv. Omvendt betyder det, at bymidterne bliver mere ens. Dermed bliver klynger af unikke butikker og et charmerende bymiljø med mange oplevelser vigtigere som konkurrenceparameter.

4. BUTIKSCENTRENE VINDER MARKEDSANDELE

Især butikscentrene, der bl.a. har fælles åbningstider og mange stærke kapitalkæder, har udnyttet liberaliseringen af lukkeloven. Butikscentrenes markedsandel vokser fortsat med ca. 0,5 % om året. Deres andel af den samlede detailomsætning udgør ca. 25 %. Butikscentre i bymidten kan samlet set styrke en handelsby, mens erfaringen er, at butikscentre uden for bymidten over tid svækker

bymidstens butiksudbud. Øgningen af butikscentrenes markedsandel kan betyde, at de traditionelle handelsgader vil blive yderligere udfordret af butikscentrene.

5. BYMIDTERNE MISTER OMSÆTNING TIL DERES EGEN PERIFERI

Bymidterne taber omsætning til deres egen periferi, og det er der flere grunde til:

- Dagligvarediscountbutikker placeret ved indfaldsvejene
- Butiksområder med butikker som Jysk, T. Hansen og Jem & Fix placeret i kanten af bymidten
- Butiksområder til særligt pladskrævende varer placeret uden for bymidterne
- Udvalgswarebutikker placeret i områder for særligt pladskrævende varer

6. BORGERNE ER BLEVET MERE MOBILE OG KØRER GERNE EFTER DET RIGTIGE BUTIKSUDBUD

Borgerne er blevet langt mere mobile og kører gerne langt efter en koncentration af spændende butikker, enten i en velfungerende bymidte eller et indkøbscenter. Alene fra 1993 til 2016 steg antallet af personbiler i Danmark fra 1,6 til knap 2,4 mio. Omvendt kan selv mindre byer tiltrække mange tusinde besøgende udefra til populære events. Mobiliteten går altså begge veje.

7. BYMIDTERNE BLIVER MERE BLANDEDE

Der sker i disse år et langsomt skifte i sammensætningen af bymidternes funktioner. Butikker kommer relativt til at fylde lidt mindre, mens cafeer, restauranter, take-away, fitness og alt andet til kroppens skønhed og sundhed samt mange andre servicefunktioner kommer til at fylde lidt mere. Der er i dag typisk flere af de andre serviceerhverv, end der er butikker i en bymidte.

8. UDVALGSVAREHANDLEN KONCENTRERES – MEN OGSÅ MINDRE BYER HAR GODE MULIGHEDER

Udvalgswarehandlen koncentrerer sig i disse år løbende i de lidt større byer og butikscentre. Imidlertid viser erfaringen, at byer ned til 5.000-6.000 indbyggere med de rigtige strategier har gode muligheder for at bevare et bredt udbud af udvalgswarebutikker. For byer med væsentlig turisme gælder det byer helt ned til omkring 3.000 indbyggere.

9. DAGLIGVAREFORSYNINGEN HAR SANDSYNLIGVIS ALDRIG VÆRET BEDRE

Dagligvarediscountbutikkernes fremmarch er endnu en markant udviklingstendens. I mange tilfælde får de lov til at placere sig ved indfaldsvejene til en by, hvilket er uheldigt, da det svækker butiks- og bylivet i bymidten. Indkøb i dagligvarebutikker kombineres i ca. 15-20 % af tilfældene med indkøb i udvalgswarebutikker, og mister bymidten en dagligvarebutik, kan det "koste" 2-4 udvalgswarebutikker.

10. BYER MED SAMME UDGANGSPUNKT PERFORMER MEGET FORSKELLIGT

Byer med samme udgangspunkt klarer sig meget forskelligt. Det er tydeligt, at evnen til lokalt at "gøre de rigtige ting" spiller en stor rolle. Kommunalt lederskab, fælles visioner, samarbejde og et højt ambitionsniveau hos alle parter i bymidten – kommune, grundejere, butikker, cityforening mv. – spiller en afgørende rolle.

5 Rammebetingelser i Albertslund

I løbet af de næste 10-12 år vil ca. 6.000 boliger i Albertslund blive renoveret, og der etableres op mod 2.550 nye boliger. En ny letbane vil få en station ved Hersted Industripark. Albertslund Midtby udvikles som en drivkraft i byen. Det nye sundhedshus og plejecenter er etableret i Albertslund Centrum, og det tidligere fængselsområde står over for en større udvikling. Den omfattende omdannelse af Albertslund vil få positive effekter for detailhandlen.

UDVIKLING AF ALBERTSLUND MIDTBY OG HERSTED INDUSTRIKAMP

Albertslund Midtby og Hersted Industripark er de to væsentligste udviklingsområder i Albertslund Kommune.

Albertslund Midtby er et udviklingsområde med både tæt by og grønne områder, der udspringer i bybåndet omkring Albertslund Centrum og strækker sig mod kommunegrænsen i øst og vest. En udvikling af Albertslund Midtby skal binde byen sammen, styrke områdets kvalitet som et varieret område og tilføre nye funktioner. Udviklingen af Albertslund Midtby som drivkraft i byen fik nye muligheder og gennemslagskraft, da Vridsløselille Statsfængsel fraflyttede fængselsområdet i 2015. Etableringen af Sundhedshuset har også bidraget positivt til området. Byggeriet med en anlægssum på ca. 500 mio. kr. indeholder Sundhedshuset Albertslund, Plejecentret Albertshøj med 81 boliger, 15 ældreboliger, 12 flexboliger, Kvickly og et parkeringsanlæg med i alt 230 parkeringspladser. Det samlede byggeri er på ca. 22.600 m².

Hersted Industripark skal udvikles som en attraktiv erhvervspark, så flere og grønne erhverv etablerer sig i området. Ambitionen er bl.a., at testcentret Living Lab i Hersted Industripark skal være Nordeuropas førende testcenter for lys. Kommuneplanen giver mulighed for fortætning centrale steder i Hersted Industripark og for en behandling af byrum og etablering af nye stiforbindelser. De mange nye arbejdspladser vil have en positiv effekt for detailhandlen i byen.

NY LETBANE I RING 3

Den nye letbane får en station i Hersted Industripark, der knytter området og Albertslund til regionen og hovedstadsområdets kollektive trafiknet og styrker erhvervsparkens beliggenhed. Letbanen forventes ibrugtaget i 2023 eller 2024 og vil få en rute fra Lyngby til Ishøj. Strækningen bliver ca. 27 km og får 27-28 stationer undervejs. Albertslund Midtby vil som i dag være betjent af Albertslund St. Fortætningen omkring de to stationer vil have en positivt afsmittende effekt for særligt den nærliggende detailhandel.

RENOVERING AF EKSISTERENDE BOLIGER OG UDVIKLING AF NYE BOLIGER

Der gennemføres en omfattende renovering af almene boliger i Albertslund. I løbet af de næste 10 år bliver således mere end 6.000 almene boliger i Albertslund renoveret. Målet er at skabe attraktive boliger til familier, der gerne vil bo grønt og tæt på København. I det almene boligområde Albertslund Nord blev det grønne areal Grønningen indviet i 2014. Grønningen er med til at løfte attraktiviteten af de omkringliggende boligområder.

Renoveringen af de almene boliger øger Albertslunds attraktivitet som bosætningskommune. Samtidig gives mulighed for udvikling af nye boligområder på Fængselsområdet, Hyldager, Roholmparken og Hjørnegrunden. Udviklingen af nye boligområder skaber sammen med den omfattende fornyelse af eksisterende boligområder grundlag for en befolkningstilvækst, som vil have positive effekter for detailhandlen i Albertslund Kommune.

Inden for planperioden planlægges der for ca. 760 nye boliger i Albertslund Kommune. Langt hovedparten af de nye boliger er familieboliger på over 100 m². Der er også planlagt ældre- og seniorboliger tæt på centrum på i gennemsnit 85 m². I forbindelse med renoveringen af det almene boligområde Blokland nedlægges ca. 25 mindre lejligheder ved sammenlægning af lejligheder.

Forudsættes et gennemsnitligt antal beboere på 2,5 pr. husstand, svarer de 760 nye boliger isoleret set – dvs. med de nuværende forbrugstal og ekskl. udtydning i den eksisterende boligmasse – til en vækst i det årlige forbrugsgrundlag for dagligvarer på knap 50 mio. kr. og en vækst i det årlige forbrugsgrundlag for udvalgsvarer på knap 35 mio. kr. Boligudbygningen vil have positive effekter for den lokale dagligvarehandel nær boligudbygningsområderne og for udvalgsvarerhandlen, som mestendels ligger i de større udbudspunkter, frem for alt Albertslund Centrum.

Den største boligudbygning i Albertslund Kommune forventes at ske i området syd for jernbanen og området i den sydvestlige del af Albertslund Kommune.

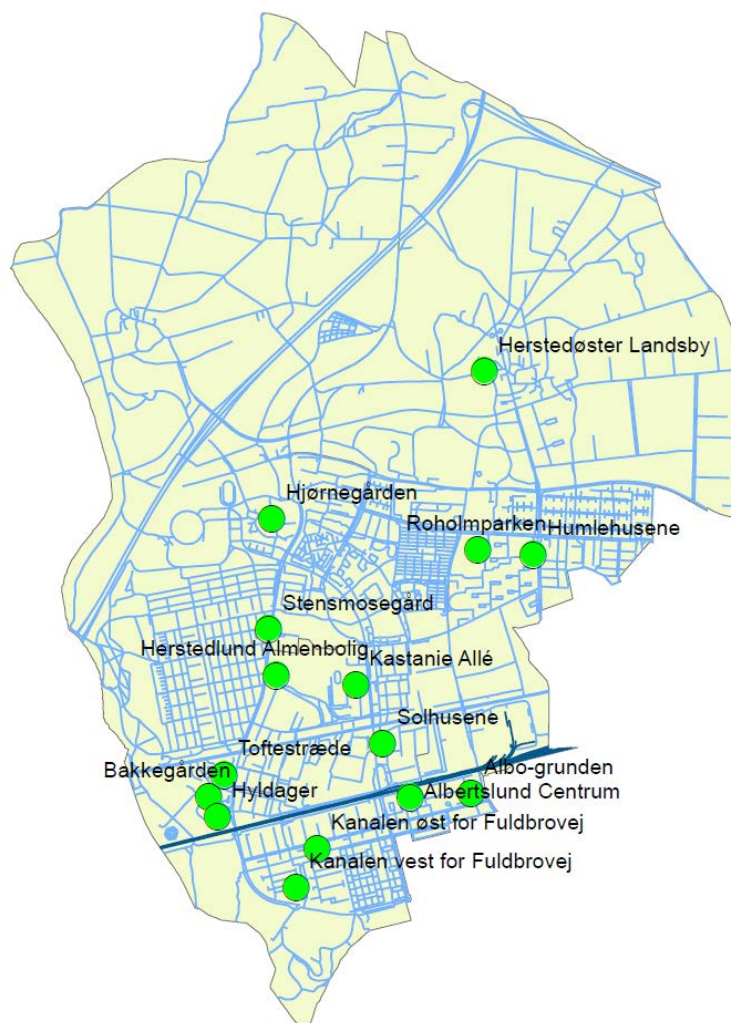
I områderne syd for jernbanen planlægges for ca. 273 boliger, hvilket svarer til en vækst i det årlige forbrugsgrundlag for dagligvarer på ca. 15 mio. kr.

På Hyldagergrunden og ved Vridløsevej syd for Toften i den sydvestlige del af Albertslund Kommune forventes ca. 306 nye boliger. Det svarer isoleret til en vækst i det årlige forbrugspotentiale for dagligvarer på ca. 20 mio. kr.

Som led i omdannelsen af Albertslund Centrum etableres ca. 150-200 nye boliger. Beboerne i de nye boliger vil lægge en del af deres forbrug lokalt i butikkerne i Albertslund Centrum. Boligudbygningen vil medføre en forøgelse af det årlige forbrugsgrundlag for dagligvarer med ca. 8-11 mio. kr. og en forøgelse af det årlige forbrugsgrundlag for udvalgsvarer med ca. 6-8 mio. kr.

De øvrige områder, der er udpeget til boligudvikling, vil rumme færre nye boliger end de førnævnte. I områderne i den vestlige og nordvestlige del af Albertslund Kommune planlægges for ca. 47 nye boliger. I området Albertslund Nord er der tale om ca. 61 nye boliger, og i området i den nordøstlige del af kommunen er der planlagt ca. 73 nye boliger. Boligudbygningen i disse øvrige dele af kommunen betyder en samlet stigning i det årlige lokale forbrugspotentiale for dagligvarer på ca. 10 mio. kr.

Udover de ca. 760 nye boliger forventes også en udvikling af nye boliger i området med det tidligere Vridsløse Statsfængsel. Det er endnu ikke besluttet, hvordan området med det tidligere Vridsløse Statsfængsel skal udvikles, men i samtlige scenarier for udviklingen af området arbejdes med en boligudvikling på omkring 500 nye boliger, hvilket svarer til en stigning i det årlige forbrugsgrundlag for dagligvarer på ca. 30 mio. kr. og en stigning i det årlige forbrugsgrundlag for udvalgsvarer på ca. knap 25 mio. kr.



NYE UDDANNELSESINSTITUTIONER

Der etableres et nyt gymnasium i Albertslund, Vestskovens Gymnasium, som forventes taget i brug 2019. Gymnasiet vil huse HF, HTX og STX. Der vil være op mod 670 elever på gymnasiet. Det antages, at eleverne og forældrene, der henter deres børn, bruger penge i forbindelse med skolebesøget, hvilket vil øge kundegrundlaget til de nærliggende butikker. Hvis det forudsættes, at eleverne bruger gennemsnitligt 25 kr. pr. dag på slik, kaffe, sodavand mv., så vil det isoleret set betyde et øget forbrugsgrundlag for dagligvarer på ca. 3,4 mio. kr. pr. år ved det nye gymnasium. Hvis det forudsættes, at forældrene, der henter deres børn fra skolen, kombinerer turen med indkøb af dagligvarer på ca. 230 kr. ca. to gange om ugen, så vil det medføre en yderligere forøgelse i det årlige lokale forbrugsgrundlag i størrelsesordenen 4,6 mio. kr.

Etableringen af det nye gymnasium vurderes at medføre en øget kundestrøm til de nærliggende butikker svarende til en årlig omsætningstilvækst på i alt ca. 8 mio. kr. Da to eksisterende skoler i Albertslund flytter til det gamle gymnasium, er der imidlertid stort set kun tale om en flytning af kundestrømme og forbrug internt i og ved Albertslund Centrum.

BEFOLKNINGSUDVIKLINGEN

Udviklingen i indbyggertallet har stor betydning for detailhandlens udviklingsmuligheder. På landsplan forventes befolkningstallet at stige med ca. 11 % frem mod 2050. Frem mod 2029 forventes befolkningstallet på landsplan at stige med ca. 5,2 %.

Albertslund Kommunes befolkningsprognose fra 2017 viser, at indbyggertallet forventes at stige fra ca. 27.900 personer primo 2017 til ca. 29.300 personer primo 2029. Dette svarer til en stigning i indbyggertallet på ca. 1.400 borgere eller knap 5 %. Stigningen i befolkningstallet vil isoleret set, dvs. med de nuværende forbrugstal, medføre en stigning i det årlige forbrug i de fysiske butikker på i størrelsesordenen 60 mio. kr. (2016-priser) frem mod 2029. Det årlige forbrugspotentiale for dagligvarer vurderes isoleret set at ville stige med ca. 35 mio. kr., og det årlige forbrugspotentiale for udvalgsvarer vurderes at ville stige med ca. 25 mio. kr.

Tallet betyder, at der for at dække de nye borgeres forbrug af dagligvarer skal etableres ca. én ny dagligvarebutik på ca. 1.000 m² i Albertslund Kommune frem mod 2029. For at dække de nye borgeres forbrug af udvalgsvarer svarer det til, at der skal etableres op mod 1.200 m² nye udvalgswarebutikker i Albertslund Kommune frem mod 2029. Behovet for yderligere areal til detailhandel i Albertslund Kommune er dog også afhængigt af bl.a. udviklingen i internethandlen og privatforbruget.

Udviklingen i ovenstående faktorer betyder, at forbrugspotentialet i Albertslund Kommune vil stige, hvilket kan betyde øget omsætning i butikkerne, forudsat at butikkerne og bymidterne opleves som attraktive af forbrugerne.

PENDLING

Pendling er interessant i detailhandelsmæssig sammenhæng, fordi mange pendlere foretager indkøb af særligt dagligvarer i forbindelse med turen mellem ar-

bejde og bopælen. I Albertslund har særligt de to varehuse, Føtex og Kvickly i Albertslund Centrum, betydning for, at borgere uden for Albertslund Kommune handler en del af dagligvarerne i Albertslund Kommune. Det vurderes, at det især er attraktivt for borgere fra Vallensbæk Kommune at handle i Albertslund Centrum.

Tal fra 2015 viser, at ca. 16.500 personer dagligt pendler ind i Albertslund Kommune for at arbejde, mens der pendler ca. 9.400 personer ud af kommunen. Der er således ca. 7.100 flere, der pendler ind i kommunen, end personer, der pendler ud. Pendlingen har stort set været stabil i perioden 2008-2015.

Hvis pendlerne i gennemsnit handler for eksempelvis 250 kr. om ugen i den kommune, de pendler til, svarer pendlingsoverskuddet i 2015 til i størrelsesordenen 90 mio. kr. pr. år. Til sammenligning omsætter en typisk discountbutik på 1.000 m² for ca. 30-55 mio. kr. pr. år.

BESKÆFTIGELSE

Der er ca. 4.900 ansatte i handelssektoren (både detail- og engroshandel) i Albertslund Kommune. Det svarer til, at hver 4. beskæftigede i Albertslund Kommune er ansat i handelssektoren. Udviklingen i antallet af beskæftigede i handelsbranchen har været negativ i perioden 2008-2015. Handelsektoren i Albertslund Kommune har mistet ca. 1.300 beskæftigede svarende til ca. 21 % i perioden 2008-2015. Tallene viser dog, at handelssektoren fortsat har stor betydning for Albertslund Kommune.

6 Den regionale konkurrencesituation

Den regionale konkurrencesituation har betydning for detailhandlen i Albertslund Kommune. Flere store butikscentre og handelssteder er beliggende i nabokommunerne.

Albertslund er en del af hovedstadsområdet, som udgør et sammenhængende by- og boligområde, hvor byerne også er funktionelt sammenhængende. For detailhandlen betyder de fysisk-funktionelt sammenhængende byområder, at detailhandelscentrene ligger geografisk tæt på hinanden, og byernes handelsliv er derfor ikke alene bestemt af detailhandelsplanlægningen i Albertslund, men i høj grad også af udviklingen i de konkurrerende handelsbyer og handelscentre i det regionale opland.

I de senere år er detailhandlen blevet udbygget markant i hovedstadsområdet, og flere kommuner er fortsat interesserede i at udlægge mange nye arealer til butiksformål - især til butikker med pladskrævende varegrupper i tidligere erhvervsområder, hvor der er god tilgængelighed med bil.

KONKURRERENDE BUTIKSCENTRE

Albertslund ligger i Hovedstadsområdet vest for København, som også kaldes Vestegnen, med Ballerup, Brøndby, Egedal, Glostrup, Høje-Taastrup, Ishøj og Vallensbæk kommuner som nabokommuner. Især butikscentrene i Glostrup og Høje-Taastrup fungerer som hovedkonkurrenter for detailhandlen i Albertslund.

- Glostrup Shoppingcenter blev sidst renoveret i 2010 og havde en omsætning på godt 500 mio. kr. i 2016. Centret har ca. 3,5 mio. besøgende pr. år og rummer ca. 40 butikker samt 14 yderligere funktioner. Glostrup ligger i en kørselsafstand af knap 4 km til Albertslund Centrum.
- City 2 i Høje-Taastrup blev opført i 1975 og sidst renoveret i 2014. Centret rummer ca. 75 butikker og 14 servicefunktioner. City 2 tæller godt 4 mio. besøgende pr. år og havde en omsætning på ca. 900 mio. kr. i 2016. Centret ligger i Taastrup. Kørselsafstanden fra Albertslund bymidte til City 2 er ca. 7 km.

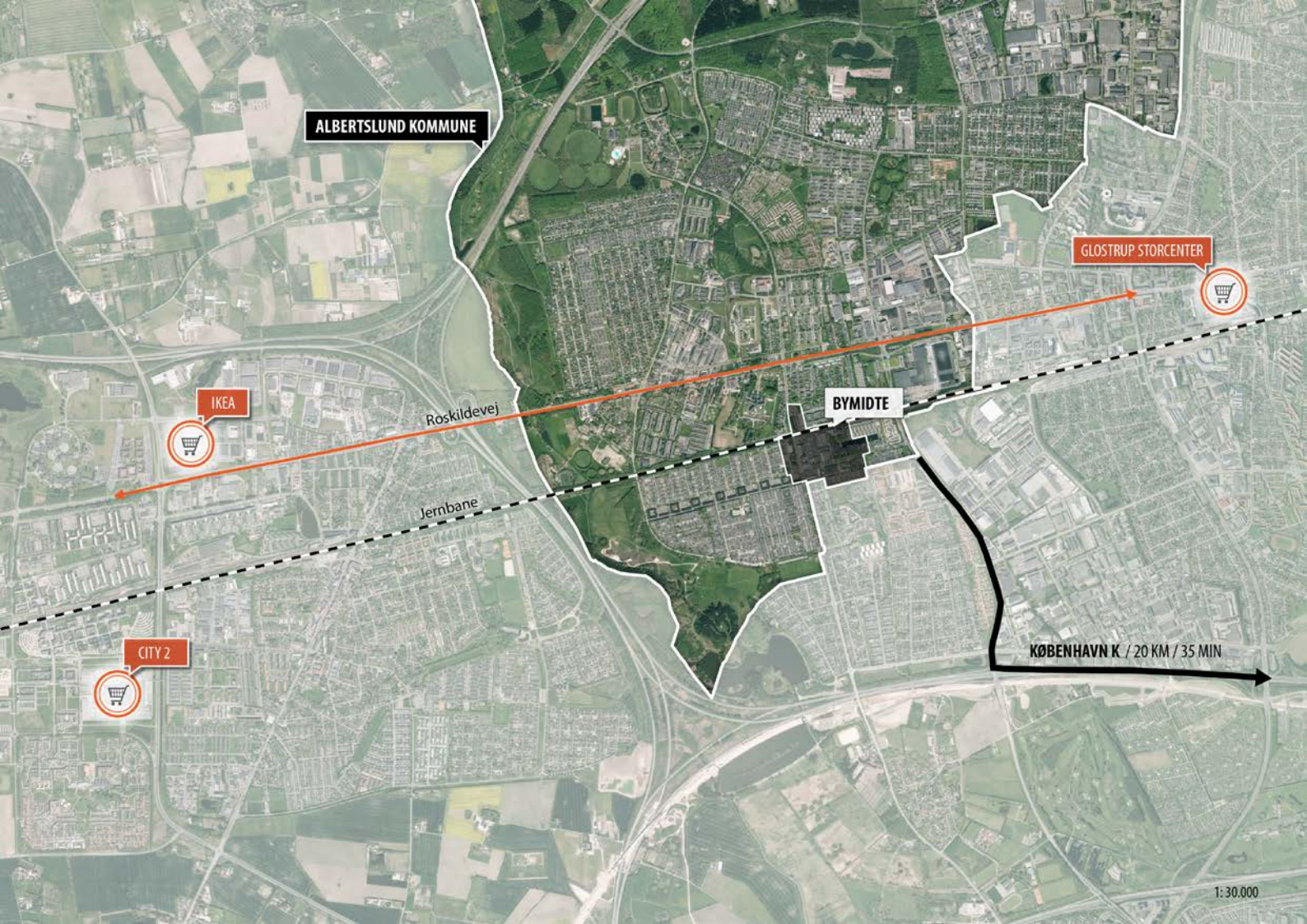
- IKEA Center Taastrup blev renoveret i 1999 og rummer en IKEA samt mindre udvalgsvarebutikker. Centret, beliggende i Taastrups aflastningsområde, omsatte for ca. 1,4 mia. kr. i 2016 og ligger i en kørselsafstand af ca. 5 km fra Albertslund Centrum.

På grund af Københavns størrelse og butiksudbud er København også i konkurrence med detailhandlen i Albertslund. Et eksempel er butikscentret Field's i Ørestaden, som bl.a. rummer et Bilka varehus og et stormagasin. Kørselsafstanden fra Albertslund bymidte til Field's er ca. 19 km. Desuden findes flere butikcentre 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.

KONKURRERENDE BUTIKSCENTRE I REGIONEN				
Butikscenter	Kommune	Omsætning i 2011	Antal butikker 2017	Omsætning i 2016
Glostrup Shoppingcenter	Glostrup	ca. 600 mio. kr.	ca. 40	ca. 515 mio. kr.
City 2	Høje- Taastrup	ca. 900 mio. kr.	ca. 75	ca. 875 mio. kr.
IKEA Center Taastrup		ca. 900 mio. kr.	ca. 6	ca. 1.400 mio. kr.

Tabel 1: Omsætningstal stammer fra Danmarks Største Shoppingcentre 2012 & 2017, Retail Institute Scandinavia.



UDVIKLINGEN I DETAILHANDLEN I GLOSTRUP

Glostrup og Høje-Taastrup Kommuner er de nabokommuner til Albertslund Kommune, hvor der findes handelssteder, der i størrelse, kvalitet, og især pga. geografien kan konkurrere med handelsområderne i Albertslund Kommune.

Den seneste detailhandelsanalyse for Glostrup Kommune er fra 2015.

I 2009 blev der lavet en detailhandelsanalyse for Vestegnen, hvor Glostrup Kommune bl.a. indgik.

Dækningsgraden for dagligvarer for hele Glostrup Kommune er faldet fra 136 % i 2008 til 118 % i 2014. En af årsagerne til, at dækningsgraden er faldet i perioden, er, at Kvickly lukkede og blev omdannet til en Aldi. Men tallene viser også, at Glostrup Kommune fortsat har været i stand til at tiltrække kunder fra andre kommuner.

Dækningsgraden for udvalgsvarer er steget fra 302 % i 2008 til 307 % i 2014. Tallet betyder, at butikkerne har en omsætning på 207% mere end Glostrup-borgernes eget forbrug. Omsætningen stammer fra borgere fra andre kommuner. Det viser Glostrups førende position i Vestegnens udvalgsvarerhandel. Årsagerne er bl.a. Glostrups butikcentre som 2G Shopping og Glostrup Storcenter.

I 2015 var der 118 butikker i Glostrup Kommune, fordelt med 38 butikker inden for dagligvarebranchen, 27 beklædningsbutikker og 53 butikker inden for øvrige udvalgsvarer. Antallet af butikker er i alt faldet med 19 i perioden 2009-2015.

Udviklingen er fordelt med -17 % dagligvarebutikker, -23 % beklædningsbutikker og -5 % øvrige udvalgsvarerbutikker.

I alt omsatte detailhandlen i 2014 for ca. 2,3 mia. kr. Omsætningen inden for dagligvarer var ca. 700 mio. kr. og ca. 1,6 mia. kr. inden for udvalgsvarer.

UDVIKLINGEN I DETAILHANDLEN I VESTEGNEN

I 2009 blev der lavet en detailhandelsanalyse for hele Vestegnen, som omfatter Albertslund, Brøndby, Glostrup, Hvidovre, Høje-Taastrup, Ishøj og Vallensbæk kommuner. Bemærk, at tallene kan, pga. af alderen, være misvisende, men det vurderes, at analysen giver, et overblik over styrkeforholdet i området.

Hele Vestegnens detailhandel havde en dækningsgrad på 115 % i 2008. Det viser, at ca. 15 % af detailhandlens omsætning kan tilbageføres til borgere, der bor uden for Vestegnen. Dækningsgraden for dagligvarer var på 103 % og dækningsgraden for udvalgsvarer på 128 %. Tallene afspejler Vestegnens styrke inden for udvalgsvarer og tiltrækningskraft også på borgere uden for Vestegnen.

Styrkeforholdet blandt kommunerne i Vestegnen er meget blandet. En del af kommunerne har dækningsgrader på under 100 %, hvilket afspejler, at borgerne køber en del af deres varer uden for kommunen. Dette gælder for Albertslund, Brøndby, Hvidovre og Vallensbæk Kommuner.

Glostrup, Høje-Taastrup og Ishøj Kommuner har en dækningsgrad på langt over 100 %, hvoraf Glostrups dækningsgrad er på over 200 %. På grund af geografin og butiksstrukturen i Vestegnen vurderes det, at en stor del af Vestegnens forbrugsgrundlag bliver i området, men koncentrerer sig i de nævnte kommuner.

Billedet af dækningsgraderne for dagligvarer ligner billedet af dækningsgraderne for hele detailhandlen. Det eneste undtagelse er Hvidovre Kommune, der har en dækningsgrad på over 100 % for dagligvarer.

Dækningsgraderne for udvalgsvarer afspejler det samme billede som for hele detailhandlen. Det er kun Glostrup, Høje-Taastrup og Ishøj kommuner, der har en dækningsgrad på over 100 %. På grund af deres store butikscentre er det lykkedes disse kommuner at opnå en dækningsgrad for udvalgsvarer på mellem 200 % og 300 %. Det viser, at butikscentrene har store regionale oplande på udvalgsvaresiden, som tiltrækker forbrugere fra hele Sjælland.

DÆKNINGSGRADER FOR NABOKOMMUNERNE, 2009				
Kommune	Dagligvarer	Udvalgsvarer	I alt	År
Brøndby	57 %	35 %	46 %	2009
Høje-Taastrup	112 %	218 %	164 %	
Glostrup	136 %	302 %	218 %	
Ishøj	150 %	225 %	187 %	
Ballerup	58 %	17 %	36 %	
Egedal	-	-	-	
Vallensbæk	58 %	17 %	36 %	
Oplysningerne om dækningsgrader stammer fra detailhandelsanalysen for Vestegnssamarbejdet.				

DÆKNINGSGRADER FOR NABOKOMMUNERNE, SENESTE DETAILHANDELSANALYSER				
Kommune	Dagligvarer	Udvalgsvarer	I alt	År
Brøndby	65 %	37 %	52 %	2012
Høje-Taastrup	112 %	218 %	164 %	2008*
Glostrup	118 %	307 %		2014
Ishøj	150 %	225 %	187 %	2008
Ballerup	113 %	85 %	100 %	2012
Egedal	71 %	33 %		2013
Vallensbæk	58 %	17 %	36 %	2008
Oplysningerne om dækningsgrader stammer fra de seneste detailhandelsanalyse. *Fremskrevet fra 2005.				

DETAILHANDLEN I STORKØBENHAVN

Som nævnt er detailhandlen i Albertslund også i konkurrence med detailhandlen i Storkøbenhavn. Det stærkeste udbudspunkt for detailhandel i Storkøbenhavn er Strøget samt Field's, der er Danmarks største butikscener målt på omsætning og udlejningsareal. De øvrige store butikscener som Magasin, Illum og Fisketorvet har også store oplande. Desuden findes en række andre store butikscener i Storkøbenhavn, som har mindre betydning for detailhandlen i Albertslund på grund af deres afstand til Albertslund. De øvrige centre i Storkøbenhavn er Amager Centret, Ballerup Centret, Frederiksbergcentret, Lyngby Storcenter, BIG Shopping Herlev og Rødovre Centret.

UDVIKLINGEN I INTERNETHANDLEN

De fysiske butikker i Albertslund udsættes i stigende grad af konkurrence fra internethandlen. Den stigende e-handel skærper kravene til de fysiske butikker i Albertslund, som dermed i dag ikke blot konkurrerer med butikkerne i nabo-kommunerne, men også med netbutikker. Zalando, som er den oftest brugte netbutik blandt danskerne, stod i 2016 for ca. 2,6 % af handlerne online. I 2015 omsatte Zalando for ca. 22 mia. kr.

DE 10 OFTEST BRUGTE WEBSHOPS BLANDT DANSKERNE	
PLADS	WEBSHOP
1.	ZALANDO
2.	EBAY
3.	AMAZON
4.	SAXO
5	ELGIGANTEN
6.	NEMLIG
7.	CDON
8.	BILKA
9.	COOP.DK
10.	H&M

Tabel 2: De 10 oftest brugte netbutikker blandt danskerne målt på antal handler i første halvår af 2016. (Årsrapport 2016 Light, FDIH, 2016)

BEFOLKNINGSUDVIKLING I NABOKOMMUNERNE

I alle Vestegnens kommuner har befolkningsudviklingen været positiv i perioden 2010-2017, og væksten omfatter et spænd fra 1–12 %. Befolkningsvæksten har bidraget positivt til forbrugsgrundlagene.

På grund af geografien og det sammenhængende by- og boligområde i Hovedstadsområdet, hvor byerne også er funktionelt sammenhængende, har det ikke kun betydning, hvis befolkningen vokser i Albertslund Kommune, men også hvis der er vækst i nabokommunerne.

BEFOLKNINGSUDVIKLING I NABOKOMMUNERNE				
Kommune	Befolkning, 2010	Befolkning, 2017	Udvikling, 2010-2017	Udvikling i %
Albertslund	27.730	27.896	+166	+1
Ballerup	47.652	48.231	+579	+1
Brøndby	33.795	35.594	+1.799	+5
Glostrup	21.296	22.528	+1.232	+6
Høje-Taastrup	47.664	50.246	+2.582	+5
Ishøj	20.606	22.719	+2.113	+10
Vallensbæk	14.045	15.705	+1.660	+12
Egedal	41.513	43.082	+1.569	+4
Kilde: Danmarks Statistik				

7 Centerstrukturen i Albertslund Kommune

Albertslund Kommunes centerstruktur består af en bymidte, to bydelscentre, fire lokalcentre og tre områder til særligt pladskrævende varegrupper. Ca. 15 % af butikkerne i Albertslund Kommune ligger uden for centerstrukturen. Et fintmasket net af dagligvarebutikker sikrer, at størstedelen af borgerne har kort afstand til dagligvareindkøb.

Albertslund Centrum er betegnelsen for den afgrænsede bymidte i Albertslund og kommunens vigtigste handelssted. Det rummer det åbne butikscenter af samme navn – Albertslund Centrum – som har et bredt udbud af dagligvare- og udvalgswarebutikker af både lokal og regional betydning. Albertslund Centrum ligger i den sydlige del af Albertslund Kommune på grænsen til Vallensbæk Kommune. Der ligger to discountbutikker, Netto og Aldi, og to varehuse, Kvickly og Føtex, i Albertslund Centrum. Albertslund Centrum står overfor en omfattende omdannelse med nye butikker og boliger.

Vestcenter og Herstedcenter er de to bydelscentre, som findes i Albertslund Kommune. I Vestcenter ved krydset Egelundsvej-Herstedvestervej ligger tre butikker, som er en konditor og to store dagligvarebutikker, Netto og Super Brugsen. I Herstedcenter ligger endnu ingen butikker.

Lokalcenter Egelundcenter rummer tre dagligvarebutikker, som er en tankstationiosk og to discountbutikker, Rema 1000 og Aldi. Alle tre butikker ligger ved krydset Roskildevej-Herstedvestervej og betjener primært de tilstødende boligområder mod nord samt forbigående trafik.

I **Lokalcenter Godthåbscenter**, som ligger på hjørnet af Trippendalsvej og Rypehusene, ligger en dagligvarebutik, Fakta. Fakta ligger på Rypehusene og betjener de omkringliggende boligområder.

Lokalcenter Trippendalcenter, som ligger ved krydset Trippendalsvej-Herstedøstervej, rummer også kun en enkelt dagligvarebutik, Fakta, som betjener de omkringliggende boligområder.

I **Lokalcenter Kanalgade** ligger der ingen butikker, men en række servicefunktioner.

Der er tre områder i Albertslund Kommune, der er udpeget som områder til særligt pladskrævende varegrupper. I Værkstedskvarteret ligger to butikker, som forhandler øvrige udvalgsvarer. I Røde Vejmølleparken ligger tre butikker, som alle er bilforhandlere. I Hersted Industripark findes tre butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper: Silvan og Stark samt en bilforhandler.





ALBERTSLUND KOMMUNE

Hersted Industripark

Hersted Center

Trippendal Center

Godthåbscenter

Vestcenter

Røde Vejrmølleparken

Værkstedskvarteret

Egelundcenter

Albertslund Centrum

Kanalgangen

- Bymidte
- Bydelscenter
- Lokalcenter
- Særligt pladskrævende varegrup.

8 Butikker, kæder og areal

Kortlægningen giver et overblik over antallet af butikker, hvordan dækningen med butikstyper er i kommunen, og hvor meget areal butikkerne dækker over.

ANTAL AF BUTIKKER FORDELT PÅ HOVEDBRANCHER

Butikkerne i Albertslund Kommune er fordelt på ca. 45 % dagligvarebutikker, ca. 15 % beklædningsbutikker, ca. 25 % øvrige udvalgswarebutikker og 15 % butikker, der forhandler særligt pladskrævende varer. Andelen af dagligvarebutikker er høj, mens andelen af udvalgswarebutikker er lav sammenlignet med andre byer af Albertslunds størrelse. Billedet peger på Albertslunds rolle som forstad til København, hvor der findes stærkere udbudspunkter med udvalgsvarer. Konkurrencen med butikscentrene i nabokommunerne Høje-Taastrup og Glostrup er også en forklaring på den relativt lave andel af udvalgswarebutikker.

Desuden har Albertslund en højere andel af butikker, der forhandler særligt pladskrævende varer, sammenlignet med andre byer af samme størrelse. Forklaringen er bl.a. at der er bedre plads og god tilgængelighed med bil og lastbil i f.eks. Herstedøster end i storbyen.

Butikssammensætningen i Albertslund indikerer dermed en rolle for Albertslund som handelsby for et begrænset opland, med fokus på god dagligvareforsyning af det lokale opland og en styrkeposition inden for særlig pladskrævende varegrupper.

ANTAL AF BUTIKKER FORDELT PÅ GEOGRAFI OG CENTEROMRÅDER

Ud af de 60 butikker i Albertslund Kommune ligger 35 butikker i Albertslund Centrum. Inden for Albertslund Centrum ligger størstedelen af butikkerne i centerbebyggelsen af samme navn. I centerbebyggelsen Albertslund Centrum ligger der desuden 38 andre byerhverv, heraf 29 servicevirksomheder og 9 restaurationsvirksomheder. I Albertslund Centrum ligger også Albertslund St., spillestedet Forbrændingen, Albertslund Bibliotek, rådhuset, Musik Teatret, jobcenter, lægehus mv.



I de øvrige dele af Albertslund Kommune ligger der i alt 25 butikker. De 25 butikker i de øvrige dele af kommunen udgøres af mindre butikskoncentrationer på op til 9 butikker samt af spredte, enkeltstående butikker, herunder fortrinsvist enkeltstående dagligvarebutikker til lokalområdernes forsyning.

Ved krydset Roskildevej og Vridsløsevej-Herstedvestervej ligger der i alt 9 butikker. De 9 butikker ligger i og ved de to centerområder ved krydset. I lokalcentret, Egelundcentret, ligger der 3 butikker, Rema 1000, Aldi og en tankstationskiosk. I området til særligt pladskrævende varegrupper, Herstedcenter, der grænser direkte op til lokalcentret, ligger der 2 øvrige udvalgswarebutikker. I korte afstande herfra ligger der 3 bilforhandlere og yderligere én øvrig udvalgswarebutik.

I og ved området til særligt pladskrævende varegrupper, Røde Vejmølleparken, ligger der i alt 7 butikker. Butikssammensætningen i Røde Vejmølleparken består primært af forhandlere af biler og biludstyr suppleret af 2 tankstationskiosker samt én farvehandel.

I lokalcentret Vestcentret ligger centerbebyggelsen Albertslund Vestcenter. I Albertslund Vestcenter ligger 2 store dagligvarebutikker samt et mindre antal servicefunktioner.

De resterende butikker i Albertslund Kommune udgøres som nævnt overvejende af enkeltstående dagligvarebutikker, der fortrinsvist betjener de nærliggende boligområder. Der ligger i alt 8 butikker i de dele af Albertslund Kommune, der ligger nord for Damgårdsvej og Stensmosevej. I hver af boligbebyggelserne Hyl-

despældet og Galgebakken ligger en mindre købmand, og i hver af de to lokalcentre, Godthåbscenter og Trippendalscenter, ligger en Fakta.

Fakta i lokalcentret Trippendalscentret ligger i centerbebyggelsen af samme navn. I centerbebyggelsen ligger også et mindre antal andre byerhverv. De to Faktaer ligger begge på Trippendalsvej i en afstand af ca. 1,2 km imellem sig. I området til særligt pladskrævende varegrupper, Hersted Industripark, ligger i alt tre butikker; et byggemarked, en bilforhandler og en mindre butik med øvrige udvalgsvarer.

Ud af de 60 butikker ligger 9 butikker uden for centerstrukturen.



ANTAL BUTIKKER FORDELT PÅ CENTEROMRÅDER, 2017						
Centerområde		Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særlig pladskrævende	I alt
Navn	Plannr.					
Albertslund Centrum	Detail_01	16	9	10	0	35
Vestcentret	Detail_02	3	0	0	0	3
Egelundcentret	Detail_05	3	0	0	0	3
Godthåbscenter	Detail_06	1	0	0	0	1
Trippendalcenter	Detail_07	1	0	0	0	1
Værkstedskvarteret	Detail_08	0	0	2	0	2
Røde Vejmølleparken	Detail_09	0	0	0	3	3
Hersted Industripark	Detail_10	0	0	0	3	3
Uden for centerområde		4	0	2	2	9
I alt		28	9	14	14	60
Af tabellen fremgår ikke de centerområder, hvor der ikke er registreret detailhandel. Butikkerne er kortlagt ved besigtigelse i primo juni 2017.						

UDVIKLINGEN I ANTAL BUTIKKER, 2009-2017

Der er i alt ca. 60 butikker i Albertslund Kommune, hvilket er 8 færre end i 2009 svarende til en reduktion på ca. 12 %. Udviklingen svarer i store træk til udviklingen på landsplan, hvor der er blevet færre, men større butikker. Antallet af dagligvarebutikker er faldet med 5 butikker svarende til ca. 15 % fra 33 butikker i 2009 til 28 butikker i 2017. Antallet af udvalgswarebutikker er faldet med 11 butikker svarende til ca. 31 % fra 35 butikker i 2009 til 23 butikker i 2017.

Antallet af butikker i Albertslund Centrum er reduceret med 5 butikker. Antallet af butikker i Kanalgården er reduceret med 3 butikker, og der er i dag ingen butikker i Kanalgården.

UDVIKLING I ANTAL BUTIKKER FORDELT PÅ CENTEROMRÅDER, 2009-2017				
Centerområde		2009	2017	Udvikling 2009-2017
Navn	Plannr.			
Albertslund Centrum	Detail_01	40	35	-5
Vestcentret	Detail_02	4	4	0
Kanalgaden	Detail_04	3	-	-3
Egelundcentret	Detail_05	2	2	0
Godthåbscenter	Detail_06	1	1	0
Trippendalcenter	Detail_07	2	1	-1
Værkstedskvarteret	Detail_08	3	2	-1
Røde Vejmølleparken	Detail_09	13	15	+2
Hersted Industripark	Detail_10			
Uden for centerområde				
I alt, Albertslund Kommune		68	60	-8

TOMME LOKALER

I forbindelse med butiksregistreringen er det kortlagt, hvilke butikslokaler, der står tomme. Der er registreret 11 tomme lokaler i Albertslund Kommune, heraf 7 tomme lokaler i Albertslund Centrum, 1 tomt lokale i Trippendalscentret, 2 tomme lokaler i Hersted Center og 1 tomt lokale i Røde Vejmølleparken. De 11 tomme lokaler svarer til ca. 15 % af alle de lokaler, som er i brug eller kunne bruges til butiksformål.

DAGLIGVAREBUTIKSSTRUKTUREN I ALBERTSLUND KOMMUNE

Der er 11 store dagligvarebutikker i Albertslund Kommune på mindst 500 m². Butikkerne ligger stort set jævnt fordelt i kommunen. 5 af de store dagligvarebutikker, herunder Føtex og Kvickly, ligger i Albertslund Centrum, 2 af de store dagligvarebutikker ligger i Vestcentret, og 2 af de store dagligvarebutikker ligger i Egedalscentret. De resterende 2 store dagligvarebutikker ligger hhv. i Trippendalcentret og Godthåbscentret.

Ca. 19.100 indbygger svarende til ca. 68% af indbyggerne i Albertslund Kommune bor tættere end 500 m² i luftlinje fra en stor dagligvarebutik, og stort set samtlige indbyggere i Albertslund Kommune bor tættere end 1 km fra en stor

dagligvarebutik. Den fintmaskede struktur med dagligvarebutikker i tilknytning til boligområderne sikrer, at der er god tilgængelighed til dagligvareindkøb for alle trafikarter, herunder også den gående, cyklende og kollektive trafik.



Dagligvarebutikker i Albertslund Kommune på mindst 500 m² med bufferzoner med en radius på 500 m.

KÆDER I ALBERTSLUND KOMMUNE

Antallet af butikker med tilknytning til kapitalkæder er normalt et udtryk for butiksbestandens samlede attraktion og styrke i oplandet. Det er samtidig også vigtigt for handelslivet, at de centralt styrede og forholdsvis ensartede kapitalkædebutikker suppleres af butikker i frivillige kæder og af butikker uden for kædesamarbejde, som bidrager til variation og specialisering i butiksudbuddet.

Analysen viser, at knap 60 % af butikkerne i Albertslund Kommune indgik i et kædesamarbejde i 2017, heraf indgik knap 50 % af i en kapitalkæde, og ca. 10 % var med i en frivillig kæde. De resterende ca. 40 % af butikkerne er uden for kædesamarbejde. Andelen af kæder i Albertslund Kommune svarer til billedet i andre tilsvarende byer.

Især dagligvarebutikkerne har en høj andel af kædebutikker. I Albertslund er ca. 75 % af dagligvarebutikkerne med i et kædesamarbejde. Udviklingen inden for dagligvarer er drevet af hård priskonkurrence, og der er fordele ved at drive et stort antal butikker efter faste koncepter i centralt styrede enheder. I efterhånden mange år har discountbutikkerne, der alle indgår i kapitalkæder, øget deres udbredelse. Samtidig er eksempelvis kiosker og mindre supermarkeder, der typisk indgår i frivillige kæder, blevet reduceret i antal. Dagligvarebutikkerne i Albertslund Kommune, der står uden for kædesamarbejde, er hovedsageligt kiosker og specialdagligvarebutikker som bagere, slagtere og lokale fødevarerbutikker.

Ca. 45 % af butikkerne inden for beklædning er med i et kædesamarbejde, hvilket svarer til andre tilsvarende byer, hvor niveauet typisk ligger på omkring 50 %.

Ca. 35 % af butikkerne, der forhandler øvrige udvalgsvarer, er med i et kædesamarbejde, hvilket er en lav andel sammenlignet med andre tilsvarende byer, hvor niveauet typisk ligger på omkring 50 %.

KÆDEFORHOLD, 2017				
Kædetilknytning	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	I alt
Kapitalkæde	17	2	4	23
Frivillig kæde	4	1	1	6
Uden for kædesamarbejde	7	6	9	22
I alt	28	9	14	51



BRUTTOETAGEAREAL I ALBERTSLUND KOMMUNE

Der er i 2017 registreret butikker med et samlet bruttoetageareal på ca. 37.750 m² inkl. butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Dagligvarehandlen sker i 2017 på et samlet bruttoetageareal på ca. 13.100 m². Udvalgswarehandlen optager et areal, der er under halvt så stort som det areal dagligvarehandlen optager. Beklædningshandlen sker på et langt mindre areal på samlet set ca. 1.900 m².

Den øvrige udvalgswarehandel sker på et areal på ca. 3.600 m². Handlen med særlig pladskrævende varer sker på et bruttoetageareal på ca. 19.150 m². Forhandlerne af særlig pladskrævende varer, herunder bilforhandlere, optager også udendørs arealer til vareudstilling, som ikke medregnes i bruttoetagearealet. Arealfordelingen udtrykker at Albertslund Kommune på særligt udvalgsvaresiden er i skarp konkurrence med de konkurrerende og større udbudspunkt i nabo-kommunerne. Arealfordelingen udtrykker også, at der i Albertslund Kommune ligger en række store forhandlere af særlig pladskrævende varer.

I 2009 blev der registreret ca. 39.000 m² detailhandel i Albertslund Kommune, inkl. forhandlere af særligt pladskrævende varer. Dermed er butiksarealet stort set på samme niveau i 2017 som i 2009.

Dagligvarearealet er faldet med ca. 5.000 m² svarende til ca. -27 % fra ca. 18.100 m² i 2009 til ca. 13.100 m² i 2017. Udvalgswarearealet er faldet med ca. 9.300 m² svarende til ca. -63 % fra ca. 14.800 m² i 2009 til ca. 5.500 m² i 2017.

Arealet, der anvendes til særligt pladskrævende varer, er steget med ca. 13.350 m² svarende til ca. +230 % fra ca. 5.800 m² i 2009 til ca. 19.150 m² i 2017. En del af de registrerede ændringer skyldes sandsynligvis brugen af forskellige opgørelsesmetoder, hvilket behandles i det følgende.



BRUTTOETAGEAREALER FORDELT PÅ CENTEROMRÅDER, 2017						
Centerområde		Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særlig pladskrævende	I alt, centerområde
Navn	Plannr.	ca. m ²				
Albertslund Centrum	Detail_01	7.000	1.900	3.200	-	12.100
Vestcentret	Detail_02	1.900	-	-	-	1.900
Egelundcentret	Detail_05	1.950	-	-	-	1.950
Godthåbscenter	Detail_06	1.050	-	-	-	1.050
Trippendalscenter	Detail_07	1.000	-	-	-	1.000
Værkstedskvarteret	Detail_08	-	-	100	-	100
Røde Vejmølleparken	Detail_09	-	-	-	7.900	7.900
Hersted Industripark	Detail_10	-	-	-	5.750	5.750
Uden for centerområde		250	-	-	5.500	6.100
I alt, Albertslund Kommune		13.100	1.900	3.650	19.150	37.800
Af tabellen fremgår ikke de centerområder, hvor der er ikke registreret detailhandel. Butikkerne er kortlagt ved besigtigelse i primo juni 2017. Area- lerne er rundet op til nærmeste 50 m². Arealerne af forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper er inkl. bruttoetagearealet på ca. 13.650 m² af 7 bilforhandlere. Arealet er fordelt på hovedvaregrupper i større butikker, der forhandler flere varegrupper.						

UDVIKLINGEN I BRUTTOETAGEAREALET, 2009-2017

Sammenlignes arealopgørelserne for dagligvare- og udvalgswarebutikkerne i hhv. 2009 og 2017, er der (tilsyneladende) sket en reduktion på ca. 14.250 m² svarende til et fald på ca. 43 %. For dagligvarebutikkerne synes faldet at være ca. 20 %, mens udvalgswarebutikkernes areal er faldet med ca. 72 %.

Der er tale om store reduktioner i bruttoetagearealerne, og det er sandsynligt, at en del af den opgjorte reduktion skyldes forskelle i de anvendte opgørelsesmetoder i 2009 og 2017.

Når udviklingen i udvalgswarebutikkernes areal sammenholdes med udviklingen i arealet til særligt pladskrævende varegrupper, udligner ændringerne tilnærmelsesvist hinanden – nettoændringen er da ca. +2.700 m². En del af forklaringen er, at nogle butikker, der i 2009 blev registreret som øvrige udvalgswarebutikker, i 2017 er blevet registreret som forhandlere af særligt pladskrævende varegrupper:

I 2009 lå der, som i dag, to byggemarkeder i Albertslund Kommune. De to byggemarkeder var 'Silvan Albertslund' og 'Silvan Glostrup'. I 2009 var de to byggemarkeders samlede bruttoetageareal opgjort til ca. 8.500 m² og kategoriseret under branchen boligudstyr, dvs. som øvrig udvalgswarebutiksareal. Der ligger i dag to byggemarkeder i Albertslund Kommune; Silvan og Stark. Silvans og Starks samlede bruttoetageareal til detailhandelssalg er opgjort til ca. 5.500 m² og er kategoriseret under branchen særlig pladskrævende varer.

Alligevel er det sandsynligt, at dagligvare- og udvalgswarebutikkernes areal i Albertslund Kommune er reduceret noget i perioden 2009-2017, idet er antallet af dagligvare- og udvalgswarebutikker er reduceret med 16 butikker svarende til en reduktion på ca. 24 %.

Den generelle strukturudvikling i de senere år har været, at en del butikker konverteres til andre formål i bymidterne, primært publikumsvendte servicefunktioner. Nogle fysiske butikker konverteres til rene internetbutikker.

BRUTTOETAGEAREAL (m ²), DAGLIG- OG UDVALGSVARER, 2009-2017								
Dagligvarer		Ændring	Udvalgsvarer		Ændring	Daglig- og udvalgsvarer		Ændring
2009	2017	2009-2017	2009	2017	2009-2017	2009	2017	2009-2017
18.100	14.500	-3.600	14.800	4.150	-10.650	32.900	18.650	-14.250
Bruttoetagearealet i 2009 stammer fra <i>Detailhandelsanalyse Vestegnen 2009</i> og er leveret af Albertslund Kommune. Bruttoetagearealerne er opgjort efter den hovedbranche, som butikken tilhører, f.eks. er hele arealet af et varehus som Kvickly regnet som dagligvarebutik.								

BRUTTOETAGEAREAL (m ²), SÆRLIG PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER, 2009-2017		
2009	2017	Ændring 2009-2017
5.800	19.150	+13.350
Bruttoetagearealet i 2009 stammer fra <i>Detailhandelsanalyse Vestegnen 2009</i> og var leveret af Albertslund Kommune.		



KORTLÆGNING AF BUTIKKER, AREAL OG OMSÆTNING

Udgangspunktet for detailhandelsanalysen er en kortlægning af alle butikker i Albertslund Kommune. Kortlægningen er foretaget ad flere omgange.

I maj 2017 blev alle butikker i Albertslund Kommune kortlagt ved fysisk besigtigelse. Samtidig blev tomme butikslokaler i hele kommunen kortlagt. Besigtigelsen dannede grundlag for udarbejdelsen af en opdateret butiksliste.

Butikslisten har dannet udgangspunkt for besøg i alle kommunens butikker i juni 2017, hvor informationer om omsætningstal, areal mv. er indhentet.

9 Omsætning og dækningsgrader

Detailhandlen i Albertslund Kommune omsatte for ca. 755 mio. kr. inkl. moms² i 2016. Den årlige omsætning er faldet med ca. 165 mio. kr. siden 2008. Dækningsgraden for Albertslund Kommune under ét er 63 %, hvilket svarer til et underskud på handelsbalancen på ca. 445 mio. kr. I Albertslund Centrum er omsætningen ca. 435 mio. kr.

AFRAPPORTERING AF ANALYSERESULTATER

Omsætter en butik varer inden for flere hovedvaregrupper, er omsætningen fordelt inden for disse. Omsætningen af øvrige udvalgsvarer i byggemarkeder, møbelbutikker, planteforhandlere mv. er behandlet som øvrig udvalgs-vareomsætning. Der er registreret 9 forhandlere af særligt pladskrævende varer, som kun sælger særligt pladskrævende varer. 7 af disse forhandlere er bilforhandlere. Bilforhandlernes omsætning indgår ikke i analysen.

OMSÆTNINGEN I ALBERTSLUND KOMMUNE UNDER ÉT

Den årlige omsætning i detailhandlen i Albertslund Kommune er faldet med ca. 165 mio. kr. svarende til et fald på ca. 18 % fra ca. 920 mio. kr. i 2008 til ca. 755 mio. kr. i 2016 målt i løbende priser, dvs. uden korrigerende for inflation. Omsætningen på ca. 920 mio. kr. i 2008 og ca. 755 mio. kr. i 2016 er ekskl. omsætningen af særligt pladskrævende varer. Omsætningen på landsplan er faldet med ca. 9 %. En sammenligning med det sæsonkorrigerede værdiindeks viser, at omsætningen i Albertslund Kommune er faldet omtrent dobbelt så meget som på landsplan i perioden 2008-2016.

Den årlige dagligvareomsætning er faldet med ca. 80 mio. kr. svarende til et fald på ca. 13 % fra ca. 615 mio. kr. i 2008 til ca. 540 mio. kr. i 2016. De seneste 25 år har befolkningstallet i Albertslund Kommune svinget mellem 27.500 og 29.600 personer. Den samlede befolkning har således kun ændret sig i mindre grad, men alderssammensætningen er ændret markant. Det vurderes, at befolkningsudviklingen ikke er forklarende for faldet i dagligvareomsætningen.

² Ekskl. omsætningen fra bilforhandlere.

Dagligvareomsætningen på landsplan er faldet med ca. 8 % i perioden 2008-2013. En sammenligning med det sæsonkorrigerede værdiindeks viser, at dagligvareomsætningen i Albertslund Kommune er faldet med ca. 65 % mere end landsgennemsnittet i perioden 2008-2016. Det tyder på, at dagligvarebutikkerne i Albertslund Kommune har tabt markedsandele til dagligvarebutikkerne uden for kommunen.

Den årlige udvalgswareomsætning er faldet med ca. 85 mio. kr. svarende til et fald på ca. 28 % fra ca. 300 mio. kr. i 2008 til ca. 215 mio. kr. i 2016. Udvalgswareomsætningen på ca. 215 mio. kr. i 2016 dækker over en beklædningsomsætning på ca. 50 mio. kr. og en omsætning af øvrige udvalgsvarer på ca. 165 mio. kr. Det er ikke muligt at belyse udviklingen inden for beklædning og øvrige udvalgsvarer siden 2009, da omsætningen er oplyst for udvalgswarehandlen under ét i detailhandelsanalysen fra 2009. Udvalgswareomsætningen er faldet med ca. 7 % på landsplan i perioden 2008-2016. En sammenligning med det sæsonkorrigerede værdiindeks viser, at udvalgswareomsætningen i Albertslund Kommune er faldet ca. 4 gange så meget som på landsplan.

Nedgangen i omsætningen i Albertslund Kommune skal altså ses i lyset af den finansielle krise, afmatningen i detailhandlen og den generelle omsætningsnedgang i perioden fra den finansielle krises start indtil 2012. Men samtidig gælder, at det generelle omsætningsfald ikke alene forklarer omsætningsfaldet i Albertslund Kommune. Omsætningsfaldet i Albertslund Kommune skyldes også, at detailhandlen i Albertslund har mistet markedsandele.

Omsætningen hos bilforhandlerne kan ikke oplyses af anonymitetshensyn, men omsætningen er betydelig. Antallet af danske husstande med adgang til bil er steget med ca. 200.000 svarende til 7 % i perioden 2008-2016. Det vurderes, at store salg af privatbiler i de senere år også har haft positive effekter for bilforhandlerne i Albertslund Kommune.

OMSÆTNINGEN I ALBERTSLUND CENTRUM

Faldet i omsætningen i Albertslund Kommune som helhed dækker over udviklinger i de enkelte centerområder. Den samlede årlige omsætning i Albertslund Centrum er faldet med ca. 110 mio. kr. svarende til et fald på ca. 20 % fra ca. 545 mio. kr. i 2008 til ca. 435 mio. kr. i 2016. Omsætningen fordelt på hovedvaregrupper kan ikke oplyses af anonymitetshensyn.

Omsætningen i Albertslund Centrum udgjorde ca. 60 % af omsætningen i Albertslund Kommune i 2008. I 2016 var tallet ca. 58 %. I de fleste andre bymidter i Danmark er udvalgswareomsætningen reduceret. Faldet i omsætningen i Albertslund Centrum på ca. 18 % kan dog ikke alene forklares ud fra det generelle omsætningsfald i detailhandlen i samme periode. På landsplan er omsætningen i detailhandlen faldet med ca. 9 % i perioden 2008-2016. En del af faldet i omsætningen i Albertslund Centrum skyldes dermed, at Albertslund Centrum har mistet markedsandele til andre indkøbssteder, herunder indkøbssteder uden for Albertslund Kommune.

Trods tilbagegangen i omsætningen i Albertslund Centrum står Albertslund Centrum fortsat for størstedelen af kommunens omsætning, hvilket understreger

FORBRUG OG DÆKNINGSGRAD

Ved hjælp af et udtræk fra Danmarks Statistik på forbrugsgrupper er indbyggernes forbrug i fysiske butikker beregnet. Forbrugsberegningen gør det muligt at beregne dækningsgraden, der er butikkernes omsætning divideret med indbyggernes forbrug. Der er beregnet dækningsgrader for Albertslund kommune som helhed. Dækningsgraden er et udtryk for et givent områdes detailhandelsmæssige styrke.

En dækningsgrad over 100 % udtrykker, at der er et handelsoverskud, hvor butikkerne i området omsætter for mere end indbyggerne forbruger. Det betyder, at områdets butikker står stærkt og rækker ud over det lokale opland. Internethandlen er trukket ud af forbruget ved beregning af dækningsgrader i 2016. Årsagen er, at internethandlen i dag har nået et betydeligt omfang, og at formålet med dækningsgraden er at udtrykke forholdet mellem omsætning og forbrug i fysiske butikker. Hvis internethandlen ikke trækkes ud af forbruget, vil dækningsgraden være en del lavere.

Dækningsgraden for Albertslund Kommune som helhed er for 2016 beregnet til 57 % svarende til et betydeligt handelsunderskud på ca. 520 mio. kr. Dækningsgraden er faldet med ca. 20 % fra 71 % i 2008 til ca. 57 % i 2016.

Dækningsgraden for dagligvarer er beregnet til 77 %, hvilket svarer til et handelsunderskud på ca. 165 mio. kr. pr. år. Handelsunderskuddet på ca. 165 mio. kr. pr. år svarer til den årlige omsætning i et stort varehus eller 5 discountbutikker på ca. 1.000 m². Indbyggertallet i Albertslund Kommune har været stort set uændret i de senere år. I perioden 2008-2016 er der kommet ca. 175 flere borgere til Albertslund Kommune svarende til en stigning i indbyggertallet på ca. 0,5 %. Samlet set er dækningsgraden for dagligvarer i Albertslund Kommune faldet fra ca. 95 % til 77 % i perioden 2008-2016 svarende til et fald på ca. 31 %. Dette er et udtryk for, at dagligvarebutikkerne i Albertslund Kommune har tabt markedsandele til dagligvarebutikkerne uden for Albertslund Kommune.

Dækningsgraden for beklædning er i 2016 beregnet til 31 % og dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer er i 2016 beregnet til 28 % for Albertslund Kommune som helhed. Dækningsgraderne vidner om, at der er betydelige årlige underskud på handlen med tøj, sko, boligudstyr, elektronik mv. Dækningsgraden for udvalgsvarer under ét er beregnet til ca. 29 % i 2016 mod ca. 47 % i 2008 svarende til et fald på ca. 38 %. Det svarer til et årligt handelsunderskud på ca. 350 mio. kr.

De lave dækningsgrader og betydelige underskud på handelsbalancerne skal ses i sammenhæng med, at Albertslund Kommune ligger i kort afstand fra stærkere udbudspunkter som f.eks. Glostrup Shoppingcenter, City 2 og IKEA Center Taastrup, og at mange borgere fra Albertslund Kommune vælger at købe ind i disse handelssteder. Faldet i dækningsgraderne i Albertslund Kommune skyldes sandsynligvis at de største handelscentre i området har vundet markedsandele. Eksempelvis er den årlige omsætning i IKEA Center Taastrup øget med ca. 0,5 mia. kr. i perioden 2011-2016. Omvendt har der været et fald i omsætningen i både Glostrup Shoppingcenter og City 2 i perioden 2011-16.

DÆKNINGSGRADER FOR ALBERTSLUND KOMMUNE, 2008-2016							
Dagligvarer		Beklædning	Øvrige Udvalgsvarer	Udvalgsvarer		I alt	
2008	2016	2016	2016	2008	2016	2008	2016
95 %	77 %	31 %	28 %	47 %	29 %	71 %	57 %

10 Udviklingen ifølge de butik drivende

De butik drivende er blevet spurgt om deres forventninger til fremtiden, og hvordan det er gået de sidste par år. Væksten har været på ca. 6 % de sidste to år, og der er en forventning om at væksten fortsætter med 2 %, når der ses to år frem.

DEN ANVENDTE METODE

De butik drivendes meldinger om omsætningsudviklingen fra 2014-2016 og den forventede udvikling fra 2016-2018 giver et godt billede af den aktuelle udvikling i detailhandlen og forventningerne til fremtiden. Dagligvarebutikkerne udgør ca. 55 % af de adspurgte butikker, og udvalgswarebutikkerne og forhandlerne af særlig pladskrævende varegrupper ekskl. bilforhandlere udgør tilsammen de resterende ca. 45 % af de adspurgte butikker. Butikker, der er åbnet inden for den pågældende periode eller forventer at lukke, indgår ikke i opgørelsen. Den gennemsnitlige udvikling i omsætningerne er beregnet som et simpelt gennemsnit og er ikke vægtet i forhold til størrelsen af de butik drivendes omsætninger. Det skal nævnes, at de butikker, som er lukket de i løbet af de sidste to år, i sagens natur ikke er spurgt, og at det påvirker vurderingen af omsætningen de sidste to år.

UDVIKLINGEN DE SIDSTE TO ÅR

Samlet melder de butik drivende om en vækst i omsætningen på ca. 6 % i perioden 2014-2016. Til sammenligning var væksten i omsætningen i detailhandlen på landsplan ca. 1 % i perioden 2014-2016.

Ca. 60 % af de butik drivende har oplevet vækst i perioden 2014-2016. Ca. 20 % havde tilbagegang, og ca. 20 % oplevede uændret omsætning. Vækstbutikernes gennemsnitsvækst var på ca. 13 %. Det gennemsnitlige fald blandt butikkerne med tilbagegang var ca. 10 %.

Generelt har særligt **dagligvarebutikkerne** klaret sig godt. Gennemsnitsvæksten for alle adspurgte var på ca. 9 % i perioden 2014-2016. Til sammenligning var væksten i omsætningen i dagligvarehandlen på landsplan ca. 0,5 % i perioden 2014-2016. Ca. 75 % meldte om vækst med et gennemsnit på ca. 12 %. Ca. 20

% havde uændret omsætning. De resterende ca. 5 % havde et fald på gennemsnitligt ca. 6 %.

Beklædningsbutikkerne har som helhed oplevet et fald i omsætningen på ca. 8 % i perioden 2014-2016. På landsplan havde beklædningsbutikkerne et fald på ca. 1 % i perioden 2014-2016. Ingen af beklædningsbutikkerne i Albertslund Kommune melder om vækst fra 2014-2016. Ca. 30 % har haft uændret omsætning. De resterende ca. 70 % har oplevet et fald i omsætning på gennemsnitligt 12 %.

Butikkerne med **øvrige udvalgsvarer** har gennemsnitligt oplevet en vækst på ca. 7 % i perioden 2014-2016. På landsplan var væksten knap 2 % i perioden 2014-2016. Ca. 65 % af øvrige udvalgswarebutikkerne i Albertslund Kommune har haft vækst fra 2014-2016. Deres gennemsnitsvækst var på ca. 7 %. Ca. 15 % har haft uændret omsætning. 20 % har haft omsætningsfald med et gennemsnit på ca. 10 %.

Butikkerne, der forhandler **særlig pladskrævende varegrupper** ekskl. bilforhandlere meldes om en gennemsnitlig vækst i omsætningen på ca. 11 %.

UDVIKLING I OMSÆTNING IFØLGE DETAILHANDLERNE FRA 2014-2016		
Hovedbranche	Antal svar	Udvikling 2014-2016
Dagligvarer	28	+9 %
Beklædning	7	-8 %
Øvrige udvalgsvarer	14	+7 %
Særligt pladskrævende varegrupper	2	+11 %
I alt	51	+6 %

UDVIKLINGEN DE NÆSTE PAR ÅR

Samlet forventer de butiksdrevende en vækst i omsætningen på ca. 2 % i perioden 2016-2018.

Ca. 40 % af de butiksdrevende forventer vækst. Gennemsnittet for dem er en vækst på ca. 10 %. Ca. 40 % forventer uændret omsætning. De ca. 20 %, der forventer fald, regner med en gennemsnitlig tilbagegang på ca. 10 %.

Detailhandlerne inden for **dagligvarer** forventer en gennemsnitlig vækst ca. 3 % i perioden 2016-2018. Ca. 50 % forventer vækst fra 2016-2018 på ca. 8 %. Ca. 40 % forventer uændret omsætning. Ca. 10 % forventer et omsætningsfald på gennemsnitligt ca. 12 %.

Detailhandlerne inden for **beklædning** forventer et fald i omsætningen på gennemsnitligt ca. 3 %. Kun én butik drivende forventer vækst. Ca. 40 % forventer uændret omsætning. Ca. 50 % forventer tilbagegang med et gennemsnit på ca. 9 %.

Detailhandlerne inden for **øvrige udvalgsvarer** forventer en vækst på gennemsnitligt ca. 3 %. Ca. 35 % forventer en vækst og deres vækstforventning er på ca. 13 %. Ca. 45 % forventer uændret omsætning. Ca. 20 % forventer et fald. Deres forventning er en tilbagegang på ca. 9 %.

Detailhandlerne inden for **særligt pladskrævende varegrupper** ekskl. bilforhandlere forventer en vækst i omsætningen på ca. 7 % i perioden 2016-2018.

DETAILHANDLERNES FORVENTNINGER OM OMSÆTNINGSVÆKST FOR 2016-2018		
Branche	Antal svar	Forventning for 2016-2018
Dagligvarer	28	+3 %
Beklædning	8	-3 %
Øvrige udvalgsvarer	14	3 %
Særligt pladskrævende varegrupper	2	7 %
I alt	52	2 %

SAMLET SET ET POSITIVT BILLEDE

Analyserne af omsætning og dækningsgrader viser en negativ udvikling i detailhandlen som helhed i Albertslund Kommune. Det billede bekræftes ikke umiddelbart, når de butik drivende bliver spurgt. En del af forklaringen er, at de butik drivende i de lukkede butikker ikke er spurgt. Antallet af butikker er reduceret med 8 i perioden 2009-2014. Som helhed melder de butik drivende om en vækst, der ligger over landsgennemsnittet.

De butik drivendes vurdering af fremtiden er positiv, og det gælder alle hovedbrancher under ét, men forventningerne til vækst de næste par år er lavere end væksten, som de butik drivende oplyser, at de har oplevet de seneste par år. Den positive stemning vil være et godt udgangspunkt for fortsat udvikling af detailhandlen i Albertslund Kommune.

11 Butikker med webshop

Ca. 4 ud af 10 butikker i Albertslund Kommune har en webshop tilknyttet den fysiske butik. Det er typisk kæderne, som har adgang til egen webshop.

KORTLÆGNING AF BUTIKKER MED WEBSHOP

Under dataindsamlingen er det kortlagt, hvilke butikker, der har en webshop tilknyttet. Det kan både være en kapitalkæde, som har en fælles hjemmeside med mulighed for køb af varer, eller en uafhængig af butik, der har sin egen hjemmeside mulighed for køb af varer.

Undersøgelsen viser, at ca. 17 butikker i Albertslund Kommune har en webshop svarende til knap 30 % af samtlige butikker. Der er en klar sammenhæng mellem kædetilknytning og tilknytning af webshop. Omkring 40 % af kapitalkæderne og de frivillige kæder har webshops. Blandt de selvstændige butikker (uden for kædesamarbejde) har kun knap 20 % en webshop.

Blandt de selvstændige butikker, som ikke har en webshop, har dog ca. 85 % en hjemmeside uden salg af varer eller egen side på sociale medier. Undersøgelsen viser, at ca. 90 % af butikkerne i Albertslund har egen hjemmeside med eller uden salg af varer eller egen side på sociale medier. De 10 %, som ikke har en hjemmeside eller egen side på sociale medier, er uafhængige butikker.

FORDELE VED WEBSHOP, HJEMMESIDE OG BRUG AF SOCIALE MEDIER

Butikker med egen webshop står stærkere i konkurrencen, og i fremtiden bliver e-handel en endnu vigtigere salgskanal. Der er således et potentiale for mange af de mindre og selvstændige butikker i at etablere egen webshop i forbindelse med den fysiske butik. Udviklingen af butikkernes webshops er et muligt indsatsområde for at styrke detailhandlen i Albertslund Kommune. Butikker, der er aktive på sociale medier, står også stærkere i konkurrencen. Sociale medier kan benyttes til at nå ud til en større og bredere kundekreds og til at interagere med kunder mv. Vedvarende brug af sociale medier kan desuden bidrage til at opbygge en mere loyal kundekreds.

12 Scenarier for detailhandlen i Albertslund Kommune i 2029

Som grundlag for den fremtidige detailhandelsplanlægning om-sættes den fremtidige udvikling i forbruget til to scenarier for arealbehovet i Albertslund Kommune. Afhængigt af udviklingen i indbyggertallet, privatforbruget, væksten i e-handlen, Alberts-lunds markedsandel mv. kan der forventes alt mellem et markant større behov for areal til detailhandel til, at fremtidens forbrug kan ske på et areal, der kun er lidt større end det nuværende.

De seneste ca. 10 år har budt på økonomisk afmatning, stigende urbanisering, stigende e-handel og stigende konkurrence mellem kommunernes detailhandel. Nye tal tyder på, at den økonomiske afmatning er ved aftage, og at privatfor-bruget langsomt stiger igen. Følgende faktorer vil have indflydelse på detail-handlens udviklingsmuligheder i Albertslund Kommune:

- > Befolkningsudviklingen,
- > Udviklingen i privatforbruget,
- > Udviklingen i internethandlen,
- > Aktiv udvikling af detailhandlen, herunder kommunalt engagement
- > Omdannelsen af Albertslund Centrum og udviklingen i handelsbalancen overfor konkurrerende handelssteder

Det forudsættes, at arealintensiteten, dvs. omsætningen pr. m², er konstant i perioden 2016-2029. Der opstilles to scenarier for udviklingen. Maksimumssce-nariet beskriver en fremtidig udvikling, hvor alle parametre har udviklet sig posi-tivt for detailhandlen i Albertslund Kommune. Minimumsscenariet udtrykker den omvendte situation.

BEFOLKNINGSUDVIKLINGEN

Udviklingen i indbyggertallet har stor betydning for detailhandlens udviklingsmu-ligheder. Ifølge Albertslund Kommunes befolkningsprognose vil indbyggertallet i Albertslund Kommune vokse med ca. 1.400 personer fra 2017 til 2029 svarende til en vækst på ca. 5 %.

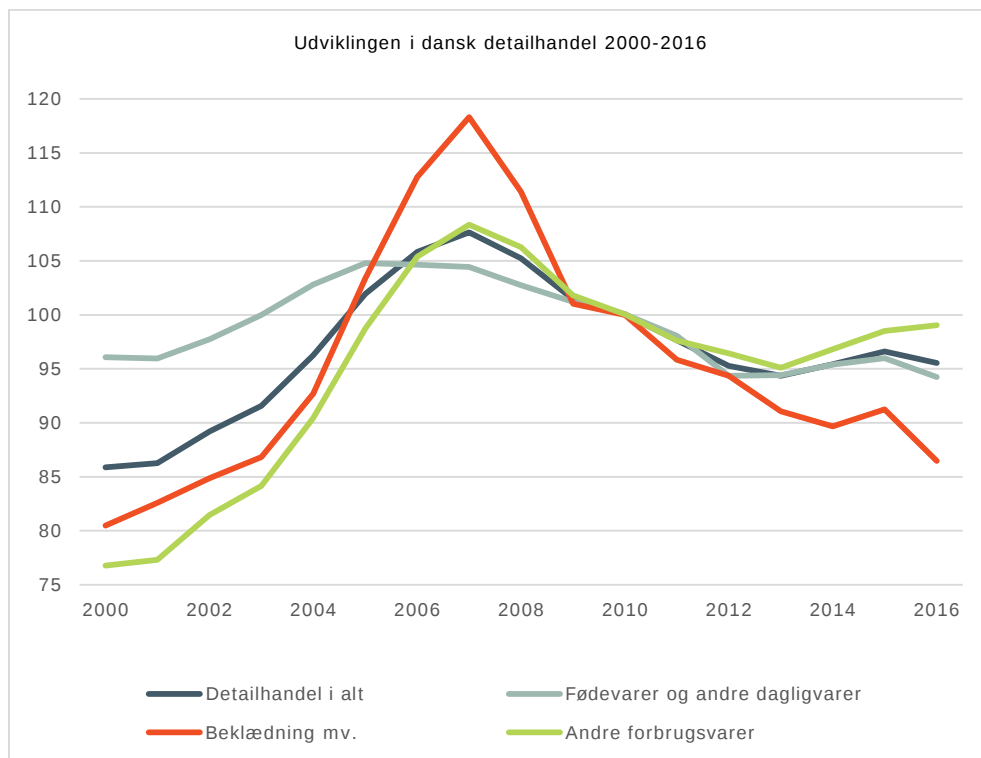
I befolkningsprognosen er boligudbygningen efter 2023 ikke medregnet. I scenarierne for behovet for yderligere areal til detailhandel er boligudbygningen efter 2023 medregnet jf. boligbyggeprognosen fra 2017. Der regnes i scenarierne med kun én mulig befolkningsudvikling svarende til Albertslund Kommunes befolkningsprognose i perioden 2017-2023 og stigningen i indbyggertallet jf. boligbyggeprognosen i perioden 2023-2029. Når boligudbygningen efter 2023 medregnes, stiger indbyggertallet med yderligere ca. 4.600 borgere. Det betyder altså, at der samlet set regnes med en stigning i indbyggertallet i Albertslund Kommune på ca. 6.000 borgere frem mod 2029.

Isoleret set svarer befolkningsudviklingen til et forbrugspotentiale for dagligvarer, som i størrelsesordenen er 150 mio. kr. større i 2029, end det er i dag (2016-priser). Det svarer til omsætningen i et varehus med dagligvarer eller 3-4 discountbutikker på hver ca. 1.200 m².

UDVIKLINGEN I FORBRUGET

Siden 2007, hvor forbruget toppede, har forbrugerne været tilbageholdende som en konsekvens af den økonomiske krise. Det er især gået ud over udvalgsvarerhandlen. Tilbagegangen i perioden 2007-2015 har været størst inden for beklædning, hvor omsætningen i de fysiske butikker set på landsplan er faldet med ca. 26 %. Omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer er faldet med ca. 9 %, mens dagligvareomsætningen er faldet med ca. 9 %. Samlet set er omsætningen i detailhandlen på landsplan faldet med ca. 11 % i perioden 2007-2015.

I de senere år er omsætningen i detailhandlen samlet set gået frem. Siden 2012 er omsætningen på landsplan samlet steget med ca. 3,5 %. Fremgangen i perioden 2012-2016 dækker over, at omsætningen inden for dagligvarer og øvrige udvalgsvarer er steget, mens omsætningen inden for beklædning fortsat er faldet. Det forventes, at privatforbruget vil vokse moderat 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 de fysiske butikker. Overordnet set er omsætningen i detailhandlen i Danmark i 2017 tilbage på et niveau, der svarer til 2004-2005.



Figur 1: Det sæsonkorrigeret mængdeindeks viser udviklingen i den danske detailhandel i faste priser. Her er der taget udgangspunkt i 2010 som indeks 100.

I et 12-årigt tidsperspektiv er forbrugsudviklingen usikker. De kommende år må det forventes, at forbrugsudviklingen vil blive afdæmpet, og at forbruget herefter vil udvikle sig afhængigt af, hvordan de økonomiske konjunkturer udvikler sig. På den baggrund er det i minimumsscenarioet forudsat, at forbruget stiger svagt frem til 2029, hvilket i store træk svarer til, at den svage vækst i forbruget de seneste år vil fortsætte i mange år endnu.

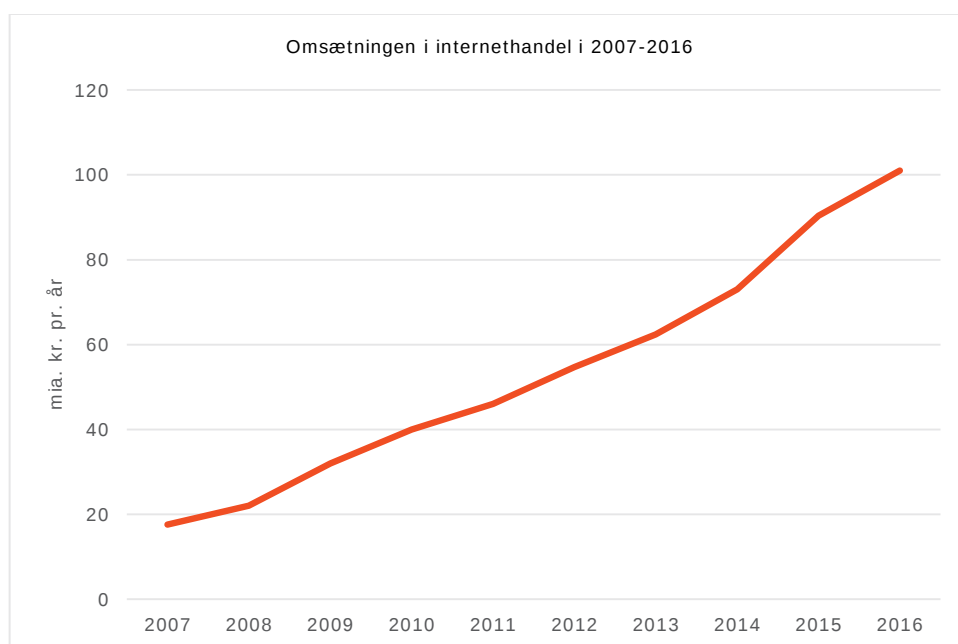
I minimumsscenarioet forudsættes det, at dagligvareforbruget vil stige med 3 % frem mod 2029. For udvalgsvarer forudsættes det, at beklædningsforbruget vil stige med 10 %, og at forbruget af øvrige udvalgsvarer vil stige med ca. 10 %.

I maksimumsscenarioet forudsættes det, at forbruget i 2027 er steget til et niveau, der svarer til det niveau, som forbruget havde, da det nåede højdepunktet i 2007-2008. Vækstraten for dagligvareforbruget er 7 % i maksimumsscenarioet. Vækstraten for udvalgsvarerforbruget er 25 % for beklædning og 20 % for øvrige udvalgsvarer i maksimumsscenarioet.

INTERNETHANDLEN VINDER FREM

Siden 2009 er omsætningen i internethandlen tredoblet. Alene i 2016 steg e-handlen med ca. 16 %. I 2016 rundede e-handlen ifølge DIBS 100 mia. kr., hvilket er næsten dobbelt så meget som i 2012. Der flyttes fortsat markedsandele fra de fysiske butikker til internethandel. Internethandlens voksende andel af forbruget betød, at ca. 27 % af danskernes private disponible forbrug i 2016 var internethandel.

I Internethandlen indgår både ikke-fysiske varer som rejser, flybilletter og underholdning, men også fysiske varer som tøj, elektronikvarer og bøger, som står for ca. 30 mia. kr. pr. år ud af de 100 mia. kr. pr. år. Internethandlen forventes at fortsætte sin vækst og vil komme til at udgøre en stadig større del af detailhandlen. De seneste tal peger på, at andelen af internethandel er meget branchefæhængig. Eksempelvis bliver en meget stor del af forbrugerelektronik, bøger og børnetøj handlet online, mens det stadig kun er under 5 % af dagligvarerne, der handles online. Internethandlen er også afhængig af butiksudbuddet og mulighederne for at handle online. I Hovedstadsområdet købes eksempelvis lidt flere dagligvarer online end i resten af landet. Det skyldes, at der er flere udbydere af online-løsninger på dagligvaresiden i Hovedstadsområdet end i resten af landet.



Figur 2: Nethandlen er vokset med ca. 80 mia. kr. i perioden 2007-2016, hvilket svarer til en femdobling på knap 10 år. Kilde: Foreningen for Dansk Nethandel (FDIH).

I de to scenarier forudsættes det, at internethandlen fortsat vil vokse. I scenariet, der beskriver minimumsbehovet for nyt areal til detailhandel, er det forudsat, at internethandlen vil vokse kraftigt. Det forudsættes at internethandlen vil dække 25 % af beklædningsforbruget i 2029. For øvrige udvalgsvarer forudsættes det at internethandlen vil dække 40 % af forbruget. For dagligvarer forudsættes det, at internethandlen fortsat kun vil dække 6 % af forbruget.

I maksimumsscenarioet forventes internethandlen at vokse mere beskedent. Det forudsættes at internethandlen vil dække 18 % af beklædningsforbruget i 2029. For øvrige udvalgsvarer forudsættes det at internethandlen vil dække 27 % af forbruget. For dagligvarer forudsættes det, at internethandlen vil dække 3 % af forbruget.

AKTIV UDVIKLING AF DETAILHANDLEN

En aktiv udvikling af detailhandlen har stor betydning. Det gælder både mht. lokalisering 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 kommunen, handelslivet og grundejerne. 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 maksimumsscenarioet.

OMDANNELSE AF ALBERTSLUND CENTRUM

Omdannelsen af Albertslund Centrum er afgørende for udviklingen af detailhandlen i Albertslund Kommune. Med omdannelsen skabes en mere attraktiv bymidte, som også har betydning den øvrige byudvikling i hele Albertslund Kommune, herunder bosætningen i Albertslund Kommune. Derfor er omdannelsen af Albertslund Centrum ligesom boligudbygningsprogrammet lagt ind i de to scenarier for behovet for yderligere areal til detailhandel frem mod år 2029.

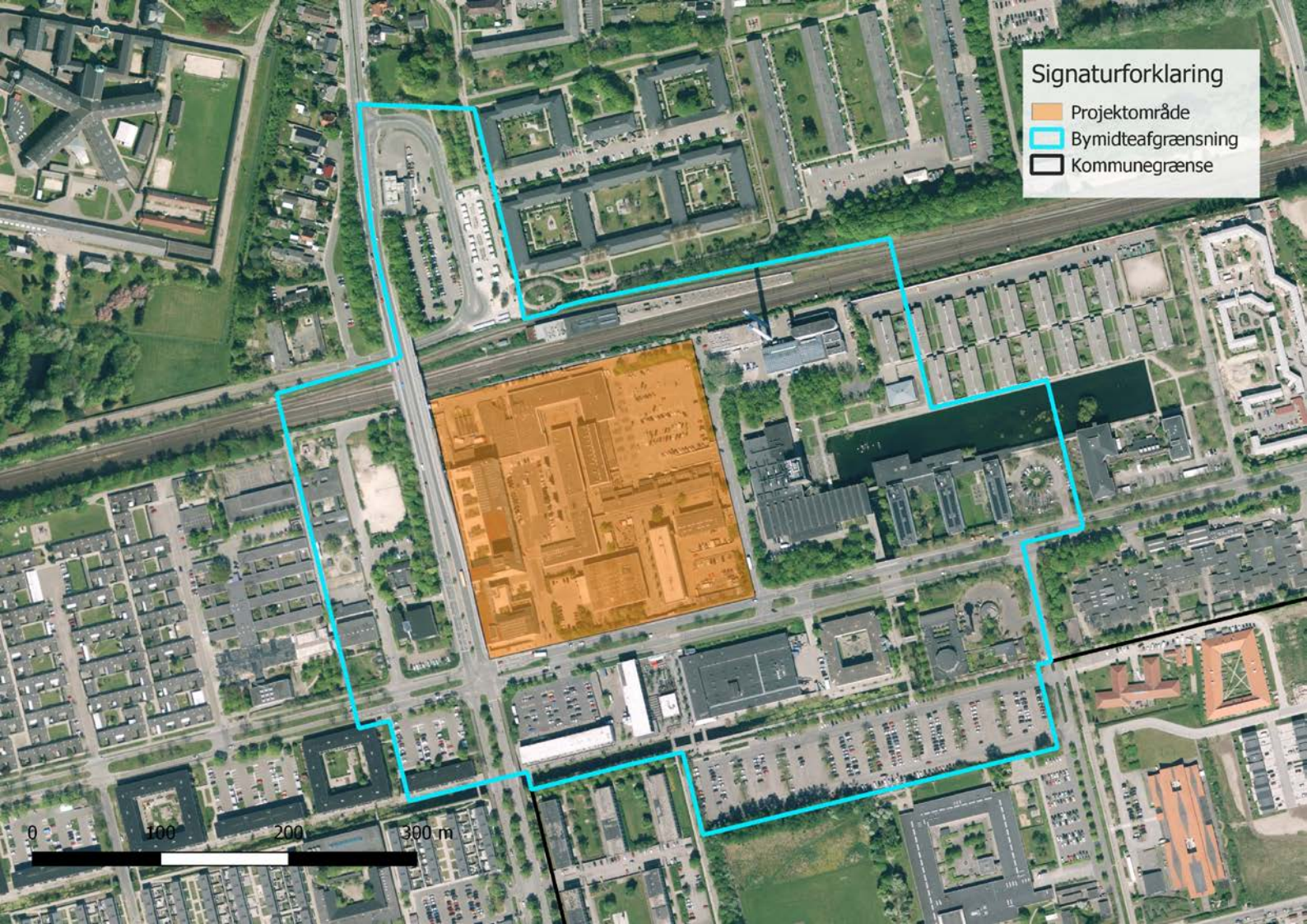
I det følgende beskrives indledningsvist den forventede nye detailhandel og effekterne for den eksisterende detailhandel. Herefter følger beskrivelsen af scenarierne for år 2029. Det bemærkes, at dækningsgraderne for øvrige udvalgsvarer i dette kapitel er beregnet på baggrund af den øvrige udvalgsvareomsætning i de butikstyper, der skal redegøres for et arealbehov for. Det betyder, at den øvrige udvalgsvareomsætning i butikker med særligt pladskrævende varegrupper ikke indgår i dækningsgraderne for øvrige udvalgsvarer. Hvis den øvrige udvalgsvareomsætning i butikker med særligt pladskrævende varegrupper indgik i beregningerne af arealbehovet for udvalgsvarebutikker, så ville det beregnede behov være for stort.

Den eksisterende detailhandel i Albertslund Centrum

Detailhandlen i den afgrænsede bymidte, Albertslund Centrum, består i dag af 34 butikker med et samlet bruttoetageareal på ca. 12.100 m². Butikkerne omsatte for ca. 435 mio. kr. i 2016. Heraf udgjorde dagligvareomsætningen i størrelsesordenen 300 mio. kr., beklædningsomsætningen udgjorde ca. 50 mio. kr. og den øvrige udvalgsvareomsætning udgjorde ca. 85 mio. kr.

Den nye detailhandel i Albertslund Centrum

Som led i omdannelsen af Albertslund Centrum nedrives en del af den eksisterende åbne centerbebyggelse i det område, der er indrammet af Albertslundvej, Nordmarks Alle, jernbanen og Vognporten (se kortet på næste side). I stedet opføres ny bebyggelse, herunder ca. 20 butikslejemål med et samlet bruttoetageareal på ca. 8.000 m². Det vurderes, at den nye detailhandel vil kunne opnå en omsætning i størrelsesordenen 250 mio. kr. pr. år, når den er konsolideret i oplandet. Her vil dagligvareomsætningen udgøre ca. 65 mio. kr. pr. år, beklædningsomsætningen vil udgøre ca. 150 mio. kr. pr. år og den øvrige udvalgsvareomsætning vil udgøres ca. 35 mio. kr. pr. år.



DEN NYE DETAILHANDEL I ALBERTSLUND CENTRUM			
Hovedbranche	Antal butikker	Bruttoetageareal (ca. m ²)	Omsætning (ca. mio. kr. pr. år)
Dagligvarer	1	1.500	65
Beklædning	11	5.100	150
Øvrige Udvalgsvarer	8	1.400	35
I alt	20	8.000	250

Antallet af butikker og bruttoetagearealet er fra TK Developments præsentationsmateriale om Albertslund Centrum fra d. 19. juni 2017. Der er i præsentationsmaterialet angivet konkrete butikskæder for 2 ud af 20 butiksljemål. Fordelingen af de øvrige lejemaal på hovedbrancher er sket med udgangspunkt i de i præsentationsmaterialet angivne oplysninger. Omsætningen er vurderet af COWI.

Omsætningen og arealer øges og andelen af kædebutikker stiger

Omdannelsen af Albertslund Centrum vil medføre, at omsætningen i Albertslund Kommune stiger. Omsætningen stiger fordi der etableres mere ny detailhandel, end der nedrives eksisterende detailhandel, og fordi den nye detailhandel sandsynligvis vil være mere effektiv end den eksisterende detailhandel. Ifølge det forventede butiksmiks bliver nettoudbygningen af detailhandlen ca. 4.300 m². Dagligvarebutikksarealet og arealet af øvrige udvalgswarebutikker vil blive lidt mindre end i dag, mens arealet af beklædningsbutikker udbygges med knap 4.500 m².

Kædebutikker er generelt mere effektive, dvs. har højere omsætninger pr. m², end butikker uden for kædesamarbejde. I den bebyggelse, der nedrives, ligger omtrent dobbelt så mange butikker udenfor kædesamarbejde som butikker indenfor kædesamarbejde. Den nye detailhandel forventes mestendels at bestå af kædebutikker. Til den forventede nye detailhandel tæller eksempelvis H&M på ca. 2.000 m². H&M er en kæde med et velkendt koncept og brand, som ikke findes i Albertslund i dag.

Albertslund styrker sin konkurrenceposition i Hovedstadsområdet

H&M og den nye store dagligvarebutik udgør to vigtige ankerbutikker, der i kombination med de ca. 10 andre beklædningsbutikker og ca. 8 øvrige udvalgswarebutikker må forventes at tiltrække handlende fra et større opland, end hvad er tilfældet for Albertslund Centrum i dag. Der gælder dog, at udvalgswarehandlen i Hovedstadsområdet i stigende grad kendetegnes ved koncentration få store indkøbsområder. Den nye detailhandel i Albertslund Centrum vil derfor fortrinsvist afholde borgere i Albertslund Kommune fra at handle udenfor Albertslund Kommune, herunder i Glostrup Shoppingcenter og City 2. Det vurderes, at omdannelsen af Albertslund Centrum kun i mindre grad vil tiltrække handlende fra et regionalt opland. Det skyldes, at Albertslund Centrum også efter omdannelsen vil være et væsentligt mindre udbudspunkt end f.eks. City 2, IKEA Center Taastrup og Glostrup Shoppingcenter. Det er også muligt, at etableringen af de nye udvalgswarebutikker kan flytte en del af borgernes forbrug fra e-handelsbutikker til fysiske butikker i Albertslund Kommune.

Størstedelen af omsætningen hentes uden for Albertslund Kommune

Den nye detailhandel i Albertslund Centrum vil omsætte for ca. 175 mio. kr. pr. år mere end hvad den eksisterende detailhandel, som nedrives, omsatte for i år 2016. Det vurderes, at knap 85 % af omsætningstilvæksten i Albertslund Centrum hentes uden for Albertslund Kommune. Det svarer samlet set til at den årlige omsætning i Albertslund Kommune øges med ca. 145 mio. kr. som følge af omdannelsen af Albertslund Centrum. Omsætningen, der hentes uden for Albertslund Kommune kan især henføres til borgere i Albertslund Kommune, som med den nye detailhandel i Albertslund Centrum, afholdes fra at lægge deres forbrug uden for Albertslund Kommune.

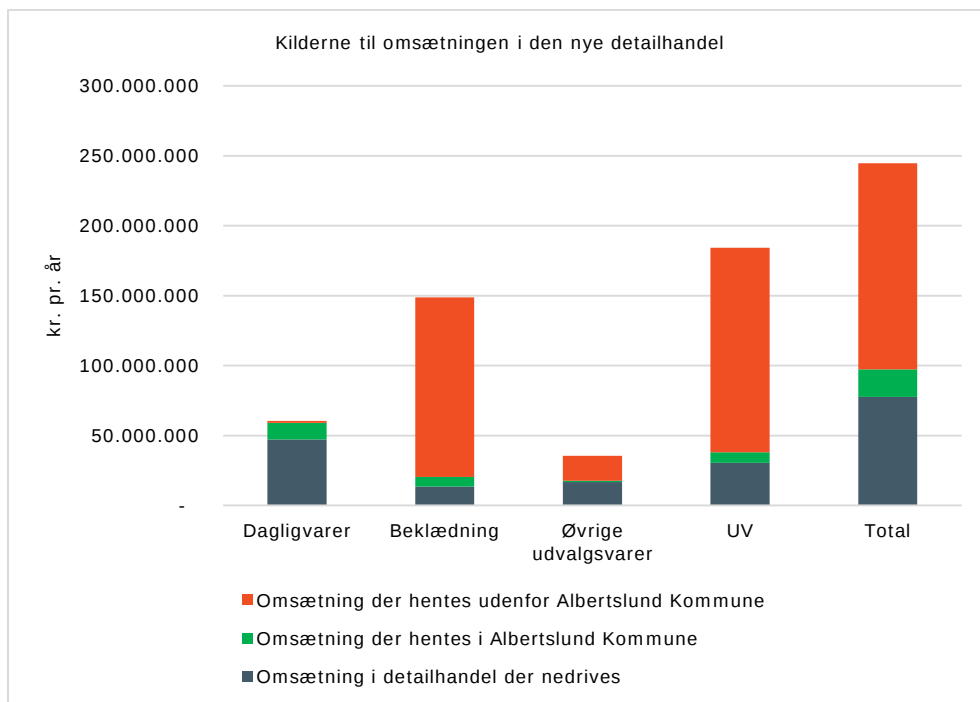
Omdannelsen af Albertslund Centrum vurderes ikke at give anledning til en stigning i den samlede dagligvareomsætning i Albertslund Kommune. Det skyldes, at Aldi og en række mindre dagligvarebutikker nedrives, mens der etableres en ny stor dagligvarebutik. Den nye store dagligvarebutik vil blive omtrent dobbelt så stor som Aldi og vurderes at ville kunne opnå en større omsætning end den

nuværende samlede omsætning i Aldi og de mindre dagligvarebutikker. Dagligvarer handles dog fortrinsvist lokalt i tilknytning til bopælen. Den meromsætning, der sker i den nye store dagligvarebutik vil derfor i høj grad blive hentet hos de nærmeste store dagligvarebutikker, herunder Føtex, Kvickly og Netto. Derfor vurderes det, at omdannelsen af Albertslund Centrum ikke i sig selv vil medføre en højere dagligvareomsætning Albertslund Kommune. Det er dog muligt, at dagligvareomsætningen i Albertslund Centrum stiger lidt. Det bemærkes dog, at den præcise fremtidige omsætning i den nye dagligvarebutik vil afhænge af den konkrete dagligvarebutikskæde, butikkens placering, parkeringsmuligheder mv.

Udvalgswareomsætningen i Albertslund Kommune vurderes at stige markant, idet knap 95 % af meromsætningen i de nye udvalgswarebutikker vurderes, at blive hentet fra den eksisterende detailhandel uden for Albertslund Kommune. Årsagen til at udvalgswareomsætningen i den nye detailhandel kun i mindre grad hentes fra eksisterende detailhandel i Albertslund Kommune er, at den eksisterende udvalgswarehandel i Albertslund Kommune er begrænset.

Der er i dag 23 udvalgswarebutikker i Albertslund Kommune. Hertil kommer udvalgswarehandlen i Føtex og Kvickly og de to byggemarkeder. Ni af udvalgswarebutikkerne ligger i bygninger, der nedrives som led i omdannelsen af Albertslund Centrum. Dermed vil der være som udgangspunkt være 14 udvalgswarebutikker tilbage at hente omsætning fra. De 4 udvalgswarebutikker, der ligger uden for Albertslund Centrum fører varesortimenter, som vurderes at adskille sig væsentligt fra de varesortimenter som den forventede nye detailhandel vil føre. Dermed vil omsætningsreduktionerne i de 4 butikker være minimale. Omsætningsreduktionen i den resterende udvalgswarehandel vil i høj grad afhænge af de konkrete butikskoncepter. Det er også muligt, at en del af de eksisterende udvalgswarebutikker vil opleve en omsætningsfremgang som følge af den fysiske forskønnelse af området, samlokaliseringen med de mange nye kædebutikker og den forøgede kundestrøm. Dermed vil den nye udvalgswarehandel ikke nødvendigvis have en entydig negativ effekt for den eksisterende udvalgswarehandel.

Omsætningstilvæksten inden for udvalgsvarer vil særligt ske inden for beklædning. Den årlige beklædningsomsætning i Albertslund Kommune vurderes, at ville stige med knap 125 mio. kr. eller ca. 250 %, mens den årlige omsætning af øvrige udvalgsvarer vurderes, at ville stige med knap 20 mio. kr. eller ca. 11 %. Den eksisterende udvalgswarehandel i Albertslund Kommune omsatte til sammenligning i 2016 for ca. 145 mio. kr. Heraf udgjorde beklædningsomsætningen ca. 50 mio. kr. og den øvrige udvalgswareomsætning ca. 95 mio. kr.



De beregnede kilder til omsætningen i den nye detailhandel fremgår af diagrammet ovenfor. De orange andele udgør de andele af omsætningen i den nye detailhandel, der hentes uden for Albertslund Kommune. De grønne andele udgør de andele af omsætningen i den nye detailhandel, der hentes fra den eksisterende detailhandel i Albertslund Kommune, som ikke nedrives. Det er forudsat, at omsætningen i den detailhandel, der nedrives, overføres til den nye detailhandel. De grå andele udgør de andele af omsætningen i den nye detailhandel, der er overført fra den nedrevne detailhandel.

Påvirkning af handelsbalancer og dækningsgrader

En udbygning af butiksstrukturen i Albertslund med nye butikker i Albertslund Centrum vil bidrage til, at omsætningen stiger. Omdannelsen af Albertslund Centrum vil derfor isoleret set medføre en stigning i Albertslund Kommunes dækningsgrader for beklædning og øvrige udvalgsvarer. Den positive befolkningsudvikling og stigningen i privatforbruget medfører at, forbrugsgrundlaget stiger. Et højere forbrugsgrundlag medfører isoleret set en lavere dækningsgrad. Samtidig kan nye butiksprojekter uden for Albertslund Kommune medføre, at detailhandlen i Albertslund Kommune taber markedsandele, og at dækningsgraderne for Albertslund Kommune falder.

Omdannelsen af Albertslund Centrum medfører, at dækningsgraderne stiger på kort sigt. Udviklingen i dækningsgraderne på længere sigt er imidlertid afhængig af udviklingerne i forbrugsgrundlagene, som udvikler sig forskelligt i minimums- og maksimumssceneriet og forskelligt for hovedbrancherne.

STEDER SOM DEN NYE DETAILHANDEL HENTER SIN MEROMSÆTNING FRA					
	Hentes i Albertslund Kommune			Hentes uden for Albertslund Kommune	
Hoved- branche	Andel	Oms.	Effekt	Andel	Oms.
Dagligvarer	ca. 90,0 %	ca. 19 mio. kr. pr. år	ca. -4 %	ca. 10,0 %	ca. 2 mio. kr. pr. år
Beklædning	ca. 7,5 %	ca. 10 mio. kr. pr. år	ca. -28 %	ca. 92,5 %	ca. 125 mio. kr. pr. år
Øvrige udvalgsvarer	ca. 5,0 %	ca. 1 mio. kr. pr. år	ca. -1 %	ca. 95,0 %	ca. 18 mio. kr. pr. år
Udvalgsvarer	ca. 7,2	ca. 11 mio. kr. pr. år	ca. -6 %	ca. 92,8 %	ca. 143 mio. kr. pr. år
I alt	ca. 17,0	ca. 30 mio. kr. pr. år	ca. -4 %	ca. 83,0 %	145 mio. kr. pr. år
Nettotilvæksten er omsætningen i den nye detailhandel fratrasket omsætningen i den eksisterende detailhandel der nedrives. Nettovæksten hentes hos den eksisterende detailhandel i og uden for Albertslund Kommune.					

SCENARIER FOR AREALBEHOVET I 2029

Med udgangspunkt i de beskrevne forudsætninger er der opstillet to scenarier for det fremtidige arealbehov til detailhandel i Albertslund Kommune. De to scenarier beskriver to yderpunkter for arealbehovet i 2029. I både minimums- og maksimumscenariet forudsættes det, at Albertslund Centrum omdannes og at de nye butikker vil være i drift og konsolideret i oplandet i år 2020.

Minimum arealbehov

Minimumsscenariet, hvor der er mindst behov for areal til detailhandel, kan beskrives ved:

- at den økonomiske krise fortsætter i mange år endnu, og at borgernes privatforbrug ikke er større end i dag,
- at dækningsgraderne stiger som følge af omdannelsen af Albertslund Centrum og fastholdes frem til år 2029 på disse niveauer, dvs.:
- at dækningsgraderne fastholdes
- at internethandlen vokser kraftigt og tager større andele fra de fysiske butikker i 2029,



- › at indbyggertallet vokser med ca. 6.000 personer i perioden 2016-2029.

En fastholdelse af dækningsgraden for dagligvarer på ca. 77 % forudsætter en stigning i den årlige dagligvareomsætning på ca. 110 mio. kr. Det svarer til omsætningen i 2-3 discountbutikker. En fastholdelse af dækningsgraderne for beklædning og øvrige udvalgsvarer på hhv. 107 % og 34 % svarer til en stigning i den årlige udvalgsvareomsætning på ca. 25 mio. kr.

Resultatet af minimumsscenariet er, at omsætningen i 2029 vil kunne ske på et areal, der er ca. 3.500 m² større end det nuværende areal tillagt nettoudvidelsen i medfør af omdannelsen af Albertslund Centrum. Arealfremskrivningen dækker over et behov for yderligere dagligvarebutiktsareal på ca. 2.600 m² og et behov for yderligere udvalgsvarebutiktsareal på ca. 100 m². Særligt internet-handlen vil reducere arealbehovet for øvrige udvalgsvarebutikker, mens behovet for beklædningsbutikker vil stige lidt.

Maksimum arealbehov

Maksimumsscenariet, hvor der er maksimalt behov for areal til detailhandel, kan beskrives ved:

- › at forbruget igen vil vokse og i år 2029 nå niveauet fra 2007-2008, hvilket vil betyde vækst i forbruget af både dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer,
- › at væksten i internethandlen bliver mindre markant og i mindre grad vil tage andele fra de fysiske butikker,

- > at dækningsgraden for dagligvarer stiger til niveauet i 2008
- > at dækningsgraderne for beklædning og øvrige udvalgsvarer stiger lidt

Maksimumsscenariet indebærer, at Albertslund Kommune anlægger en progressiv tilgang til fortsat at udvikle detailhandlen. Bl.a. kan udvikling af Hersted Industripark, Hersted Center, ny detailhandel langs Roskildevej samt udarbejdelsen af en handlingsplan sammen med aktørerne i Albertslund Centrum betyde, at dækningsgraderne stiger.

En stigning i dækningsgraderne for dagligvarer til 95 % forudsætter en markant stigning i den årlige dagligvareomsætning på ca. 320 mio. kr. Det svarer til dagligvareomsætningen i to varehuse. En stigning af dækningsgraderne for beklædning og øvrige udvalgsvarer til hhv. 112 % og 40 % svarer til en stigning i den årlige udvalgsvareomsætning på ca. 145 mio. kr.

Samlet set vil der blive behov for udvidelse af bruttoetagearealet med i størrelsesordenen 12.700 m². Det maksimale arealbehov dækker over et behov for ca. 7.600 m² yderligere til dagligvarer og ca. 5.100 m² til udvalgsvarer. Behovet for dagligvarebutikker vil bl.a. være i de områder, hvor der sker en boligudbygning.

Herudover kan der udlægges areal til bilforhandlere og andre særligt pladskrævende varegrupper. Det er forbundet med stor usikkerhed at anslå et forventet arealbehov til nye butikker, der forhandler særlig pladskrævende varegrupper. Ifølge Planlovens detailhandelsbestemmelser fastlægger kommunen i stor udstrækning selv arealrammen til butikker med særligt pladskrævende varer. Med den nye Planlov er definitionen af særligt pladskrævende varer opblødt således at listen nu er ikke-udtømmende. Butikker med særligt pladskrævende varer kan desuden placeres i erhvervsområder.

SAMLET VURDERING

Samlet set viser beregningerne, at forbrugsvæksten i de to scenarier bliver ganske forskellige. Det skyldes især udviklingen i internethandlen og privatforbruget, hvor kun ganske små forskelle i forudsætningerne slår stærkt igennem. Forskellen i behovet for yderligere areal til dagligvarebutikker skyldes især forskellen i den forventede dækningsgrad for dagligvarer i de to scenarier. Uanset om udviklingen vil læne sig op af minimums- eller maksimumsscenariet, vil der være behov for yderligere areal til dagligvarebutikker i perioden 2016-2029. Behovet for yderligere areal til dagligvarebutikker spænder fra ca. 2.600-7.600 m². Behovet for areal til udvalgsvarebutikker spænder fra et areal, der omtrent er ca. 800 m² større end i dag til et areal, der er 5.100 m² større end i dag.

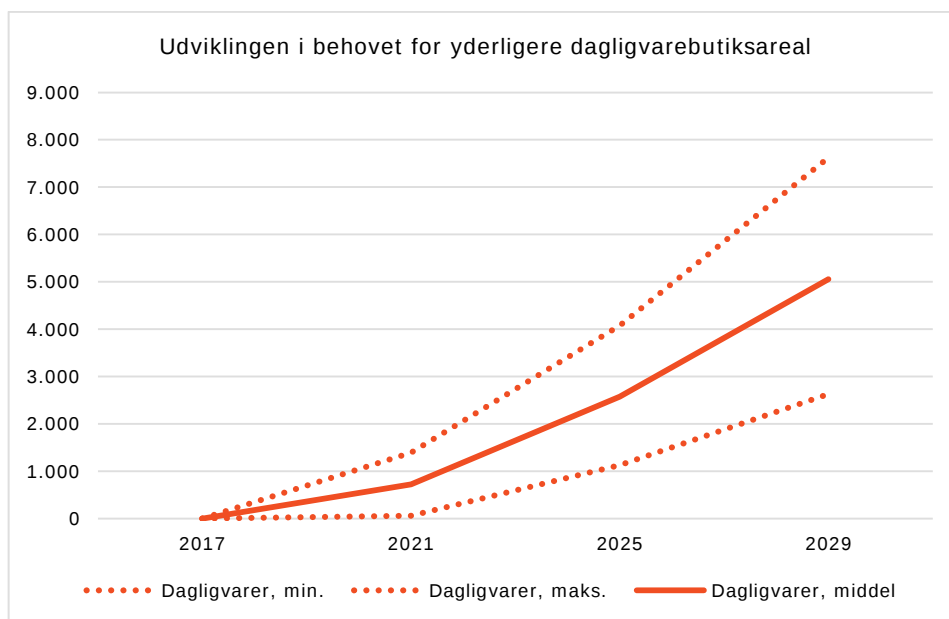
Behovene er beregnet på baggrund af scenarier hvor omdannelsen af Albertslund Centrum er lagt ind. De beregnede behov ligger derfor *ud over* den udbygning af butiksstrukturen, der sker som led i omdannelsen af Albertslund Centrum. Udbygningen af butiksstrukturen som led i omdannelsen af Albertslund Centrum optager således *ikke* en del af de beregnede behov.

Det skal understreges, at vurderingen af arealbehovet i de to fremskrivninger ikke tager højde for, at en del af den skønnede forbrugstilvækst også vil kunne

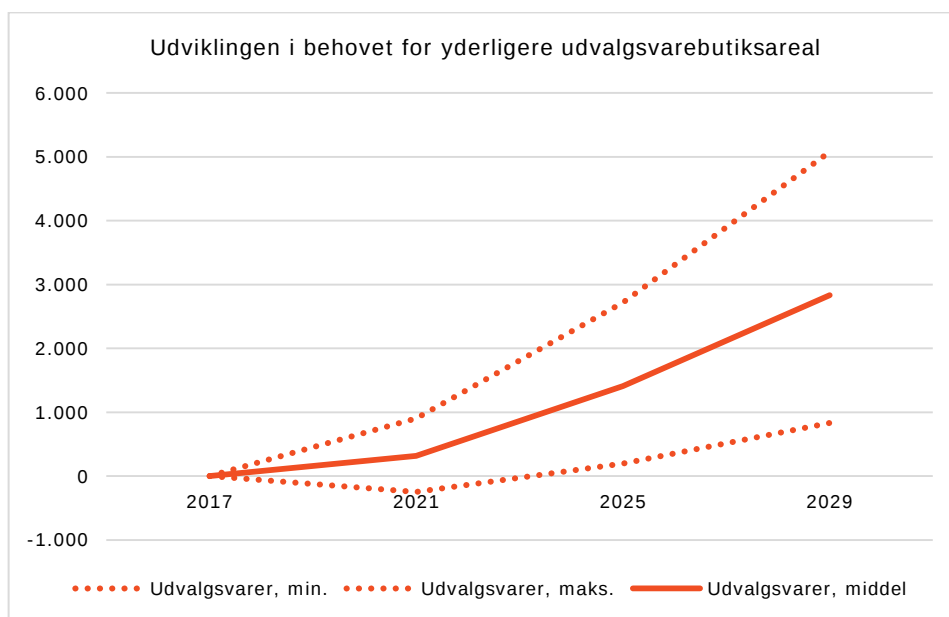
omsættes i de eksisterende butikker ved en højere omsætning pr. m² og derved ikke give anledning til et øget behov for nyt butiksareal. Det vil især være tilfældet på dagligvaresiden og i mindre grad på udvalgsvaresiden. Det forventes, at der vil være behov for en vis omfordeling af butiksarealer, hvor nogle tidssvarende butikker lukker, mens der etableres nyt butiksareal andre steder. Omfordelingen kan bl.a. ske som følge af et ønske om at udvide eller flytte butikken for at opnå et tidssvarende butikskoncept og -indretning. Der kan således opstå situationer, hvor der vil være behov for nyt butiksareal på trods af, at der ikke er sket en egentlig vækst i omsætningen, men som følge af en omfordeling af forbruget, eller som følge af, at lejemålene ikke er tidssvarende.

MINIMUM BEHOV FOR YDERLIGERE AREAL I 2029			
	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
Dækningsgrad	77 %	107 %	34 %
Forbrugstilvækst	3 %	10 %	10 %
Andel til nethandel	6 %	25 %	40 %
	Dagligvarer	Udvalgsvarer	
Yderligere arealbehov	ca. + 2.600 m ²	ca. + 800 m ²	
Beregningen af dækningsgraderne for øvrige udvalgsvarer tager udgangspunkt i omsætningen i de butikker, som der skal redegøres for et arealbehov for. Det betyder, at omsætningen af øvrige udvalgsvarer i butikker med særligt pladskrævende varegrupper ikke indgår i beregningen af behovet for yderligere areal til øvrige udvalgswarebutikker.			

MAKSIMALT BEHOV FOR YDERLIGERE AREAL I 2029			
	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
Dækningsgrad	95 %	112 %	40 %
Forbrugstilvækst	7 %	25 %	20 %
Andel til nethandel	3 %	18 %	27 %
	Dagligvarer	Udvalgsvarer	
Yderligere arealbehov	ca. + 7.600 m ²	ca. + 5.100 m ²	
Beregningen af dækningsgraderne for øvrige udvalgsvarer tager udgangspunkt i omsætningen i de butikker, som der skal redegøres for et arealbehov for. Det betyder, at omsætningen af øvrige udvalgsvarer i butikker med særligt pladskrævende varegrupper ikke indgår i beregningen af behovet for yderligere areal til øvrige udvalgswarebutikker.			



De to stiplede linjer angiver hhv. minimums- og maksimumsscenarioet, mens midterlinjen er et middel-scenarie



De to stiplede linjer angiver hhv. minimums- og maksimumsscenarioet, mens midterlinjen er et middel-scenarie

FORSLAG TIL RAMMER FOR NYT BUTIKSAREAL FREM TIL 2029

Bruttoetagearealerne af den eksisterende detailhandel i hvert centerområde i Albertslund Kommune er opgjort. Bruttoetagearealerne er sammenholdt med arealrammerne for hvert centerområde, hvorved restrummeligheden i hvert centerområde er beregnet. Resultaterne fremgår af skemaet på s. 72. Opgørelserne viser, at der er stor samlet restrummelighed i centerstrukturen i Albertslund Kommune. Den samlede restrummelighed til nybyggeri og omdannelse til bu-

tiksformål i bymidten, de to bydelscentre og de fire lokalcentre er ca. 34.000 m², hvilket svarer til at kun ca. 35 % af den samlede arealramme er udnyttet.

Restrummeligheden overstiger også i betydelig grad det beregnede behov i maksimumsscenariet på ca. 12.700 m². Når restrummelighederne sammenholdes med de forventede behov for yderligere dagligvare- og udvalgswarebutikker, så vurderes det ikke, at der er behov for at forhøje arealrammerne for de eksisterende centerområder.

Restrummeligheden i **Albertslund Centrum** er ca. 20.200 m². Restrummeligheden alene i Albertslund Centrum svarer således det beregnede behov for yderligere dagligvare- og udvalgswarebutikker i maksimumsscenariet. Som led i omdannelsen af Albertslund Centrum forventes en nettotilvækst i bruttoetagearealet i Albertslund Centrum på ca. 4.300 m² frem mod år 2099. Restrummeligheden efter realiseringen vil være ca. 15.900 m².

I områderne syd for jernbanen forventes der realiseret ca. 270 nye boliger, som isoleret set vil medføre et behov for yderligere dagligvarebutikksareal på ca. 500 m². En omdannelse af det tidl. Vestre Fængsel vil medføre et behov for dagligvarebutikksareal svarende til en discountbutik på ca. 1.000 m².

Behovet for yderligere udvalgswarebutikker i Albertslund Kommune vurderes primært at være i Albertslund Centrum. Det anbefales, at udvalgswarehandlen koncentrerer sig i og ved Albertslund Centrum, da et koncentreret butiksudbud er mere attraktivt for forbrugeren. Den planlagte boligudbygning, dvs. ekskl. omdannelsen af det tidl. Vestre Fængsel til bl.a. ca. 500-570 boliger, medfører isoleret set et behov for yderligere udvalgswarebutikksareal på ca. 1.800 m². Omdannelsen af det tidl. Vestre Fængsel medfører isoleret set et behov for yderligere udvalgswarebutikksareal på ca. 1.200 m².

De samlede beregninger af behovet for yderligere udvalgswarebutikksareal viser, at behovet vil ligge et sted mellem et udvalgswarebutikksareal som er ca. 100 m² større end i dag til et udvalgswarebutikksareal der er ca. 6.000 m² større end i dag. Selv hvis udviklingen læner sig op ad maksimumsscenariet, så vil der være tilstrækkelig rummelighed i Albertslund Centrum med den nuværende arealramme. Det vurderes på denne baggrund, at der ikke er behov for at forøge arealrammen for Albertslund Centrum.

Restrummeligheden i **Vestcentret** er ca. 3.100 m². Set i lyset af den relativt begrænsede boligudbygning i områderne omkring Vestcentret vurderes restrummeligheden at være tilstrækkelig i forhold til udviklingen i forbrugspotentialet i lokalområdet frem mod 2029.

Der er ingen detailhandel i **Hersted Center** eller **Kanalgaden**, og restrummelighederne er hhv. 5.000 m² og 2.000 m². Det vurderes, at der ikke er behov for at øge arealrammerne.

Restrummeligheden i **Egelundcentret** er ca. 1.050 m², hvilket svarer til arealet af en discountbutik. Der er umiddelbart ikke fysisk plads til etableringen af 1.050 m² butik og tilhørende parkering inden for centerområdets afgrænsning.

Det kan overvejes at ændre afgrænsningen af Egelundcentret, for derved at give mulighed for en udvikling af eksisterende og ny detailhandel. Egelundcentret kan evt. udvides mod vest langs med Roskildevej eller mod øst, så Egelundcentret indeholder et areal på modsatte side af Herstedsvestervej, som i dag er en del af Hersted Center.

Arealrammen for Egelundcentret kan ikke forhøjes da Planloven fastsætter en maksimal mulig arealramme for lokalcentre på 3.000 m². Egelundcentret ligger trafikalt godt ved krydset Roskildevej-Herstedsvestervej. En udbygning af detailhandlen i Egelundcentret kan bidrage til, at flere forbikørende bilister vælger at købe dagligvarer i Albertslund Kommune. Samtidig kan en udbygning dog også medføre, at omsætning flyttes til Egelundcentret fra andre centerområder i Albertslund Kommune, herunder Albertslund Centrum.

Restrummeligheden i **Godthåbcenter** er ca. 950 m². Boligudbygningen ved Radiostationen, nord for Gl. Landevej, ved Teglmosevej 12 og ved Roholmparken kan medføre et behov for yderligere knap 300 m² dagligvarebutikensareal. Hvis der etableres yderligere en stor dagligvarebutik i Godthåbcenter vil restrummeligheden sandsynligvis være opbrugt. Det kan overvejes at forøge arealrammen med 500 m² for også at give den eksisterende detailhandel mulighed for at udvide i en situation, hvor der etableres en ny stor dagligvarebutik.

Restrummeligheden i **Trippendalscenter** er ca. 2.000 m². Trippendalscenter ligger i kort afstand af Roholmparken, hvor der forventes udviklet ca. 65 boliger. Det vurderes, at stigningen i det lokale forbrugspotentiale ikke vil medføre et arealbehov, som overstiger restrummeligheden i Trippendalscenter. Det vurderes, at der ikke er behov for at øge arealrammen for Trippendalscenter.

Den samlede restrummelighed i de tre områder til særligt pladskrævende varegrupper, **Værkstedkvarteret**, **Røde Vejmølleparken** og **Hersted Industripark**, er ca. 8.850 m². Arealrammerne for Røde Vejmølleparken og Hersted Industripark kan overvejes forøget, da restrummelighederne er relativt lave. Udnyttelsen af rummeligheden i de to centerområder er hhv. ca. 75 % og ca. 85 %. Strukturudviklingen i detailhandlen går mod større butikker, og i den nye Planlov er hensynet til en effektiv butiksstruktur tilføjet som en del af formålet med detailhandelsplanlægningen. Albertslund kan f.eks. vælge at skabe plads til arealkrævende butikker, som grundet deres størrelse, fysiske udformning, koncept og varesortiment ikke kan indpasses i de øvrige centerområder.

Det er som nævnt forbundet med stor usikkerhed at anslå et forventet arealbehov til nye butikker, der forhandler særligt pladskrævende varer. Ifølge Planlovens detailhandelsbestemmelser fastlægger kommunen i stor udstrækning selv arealrammen til butikker med særligt pladskrævende varer. Med den nye Planlov er definitionen af særligt pladskrævende varer opblødt, og der kan fortsat placeres butikker med særligt pladskrævende varer i erhvervsområder. Detailhandlen i Albertslund Kommune står relativt stærkt inden for særlig pladskrævende varegrupper, herunder bilforhandlere. Planlægningen kan understøtte denne styrkeposition ved at sikre, at der er tilstrækkelige rummelighed til nybyggeri eller omdannelse til butiksformål med særlig pladskrævende varer.

RESTRUMMELIGHEDER I CENTEROMRÅDER, 2017					
Centerområde			Bruttoetageareal	Arealramme	Restrummelighed
Navn	Plan nr.	Type	ca. m ²		
Albertslund Centrum	Detail_01	bymidte	12.100	32.300	20.200*
Vestcentret	Detail_02	bydelscenter	1.900	5.000	3.100
Hersted Center	Detail_03	bydelscenter	0	5.000	5.000
Kanalgaden	Detail_04	lokalcenter	0	2.000	2.000
Egelundcentret	Detail_05	lokalcenter	1.950	3.000	1.050
Godthåbscenter	Detail_06	lokalcenter	1.050	2.000	950
Trippendalscenter	Detail_07	lokalcenter	1.000	3.000	2.000
I alt, bymidte, bydelscentre og lokalcentre			18.000	52.300	34.300
Værkstedskvarteret	Detail_08	område til SPV	100	3.000	2.900
Røde Vejmølleparken	Detail_09	område til SPV	7.900	10.800	2.900
Hersted Industripark	Detail_10	område til SPV	5.750	6.800	1.050
I alt, områder til SPV			13.750	22.600	8.850
I alt, centerstrukturen i Albertslund Kommune			31.750	74.900	43.150
Uden for centerområde			6.100	-	-
I alt, Albertslund Kommune			37.850	-	-
Bruttoetagearealerne er indhentet fra de enkelte butiksdrevende. Hvor dette ikke har været muligt, er bruttoetagearealerne registreret ved besigtigelse og opslag i BBR. Eksisterende bruttoetagearealer er rundet op til nærmeste 50 m ² . *Restrummeligheden bliver ca. 15.500 m ² efter omdannelsen af Albertslund Centrum. Arealrammerne er fra Kommuneplan 2013.					

13 anbefalinger til udviklingen af detailhandlen i Albertslund Kommune

ANBEFALINGER TIL UDVIKLINGEN AF ALBERTSLUND CENTRUM

I de kommende år vil Albertslund Centrum gennemgå en større modernisering som bl.a. indebærer nedrivning af eksisterende centerbyggeri og opførelse af nyt byggeri til butiksformål. På nuværende tidspunkt forventes det, at det nye byggeri indebære en nettotilvækst i bruttoetagearealet i størrelsesordenen 4.300 m² og en tilvækst i den årlige omsætning i Albertslund Kommune i størrelsesordenen 145 mio. kr.

En del af området er allerede løftet visuelt og fremstår indbydende med pæne facader og et attraktivt udtryk. Med CityCons ejerskab kan det forventes, at området også i de kommende år vil udvikle sig i en attraktiv retning og med en god fornemmelse for moderne kunders ønsker og behov.

Albertslund Kommune kan bidrage til en positiv udvikling af centret ved at:

- Kortlægge, om parkeringspladserne er optimalt placeret, om ruterne fra ankomstpunkterne til butikkerne er korte og attraktive, og om kundetilstrømningen ved ankomstpunkterne udnyttes optimalt. Der kan både undersøges tilgængelighed for biler og cykler.
- Placere nye offentlige funktioner på strategisk valgte steder, som understøtter et godt flow igennem centret. En kortlægning af menneskeflowet i området vil give et godt beslutningsgrundlag herfor.
- Styrke "Albertslund-oplevelsen" f.eks. ved at gøre kunsten, kulturen og byens historie og identitet nærværende i Albertslund Centrum. Der er mange eksempler på, hvordan dette kan gøres, f.eks. med historiske tavler og store billeder af events og steder i lokalområdet, som man er stolt af.
- Kortlægge kundernes/borgernes oplevelse af Albertslund Centrum. Hvad sætter borgerne pris på, og hvad savner de? Dette kan gøres både ved telefoniske undersøgelser, stopinterview på gaden, fokusgrupper mv.

ANBEFALINGER TIL UDVIKLINGEN AF DETAILHANDLEN I HERSTED

Hersted Industripark er i dag udlagt som område til butikker med særligt pladskrævende varegrupper. I Hersted Industripark ligger i dag to butikker med særligt pladskrævende varegrupper, Stark og Silvan. I tilknytning til Hersted Industripark ligger bydelscentret Hersted Center, hvor der i dag ikke ligger detailhandel. Den kommende letbane i ring 3 vil have en station ved Hersted Industripark, som skal udvikles som et attraktivt erhvervsområde.

Definitionen af særligt pladskrævende varegrupper er lempet i den nye Planlov, hvilket betyder, at listen over særlig pladskrævende varegrupper i Planloven ikke længere er udtømmende. Med den nye Planlov tilføjes desuden hensynet til en effektiv butiksstruktur til formålsbestemmelserne i Planlovens bestemmelser om detailhandelsplanlægning. Dette kan bl.a. betyde, at kommunerne i deres planlægning skal sikre en butiksstruktur, der giver rum til f.eks. større butikker, nye butikskoncepter, kombinationer med e-handel m.v., som kan understøtte et bredere vareudvalg og lavere priser.

En udvikling af detailhandel i Hersted Industripark og Hersted Center bør være afstemt med udviklingen af detailhandel i de øvrige dele af Albertslund Kommune, herunder Albertslund Centrum. Hvis der i planlægningen gives frie rammer for udviklingen af detailhandel i Hersted Industripark og Hersted Center, er det muligt, at det vil have direkte negative konsekvenser for detailhandlen og afledte negative konsekvenser for de øvrige publikumsorienterede byerhverv i Albertslund Centrum som f.eks. restaurationserhvervene. En todeling af butiksstrukturen i Albertslund med to overlappende butiksområder hvad angår butikstyper vil resultere i en samlet set mindre attraktiv handelsby set med forbrugernes øjne.

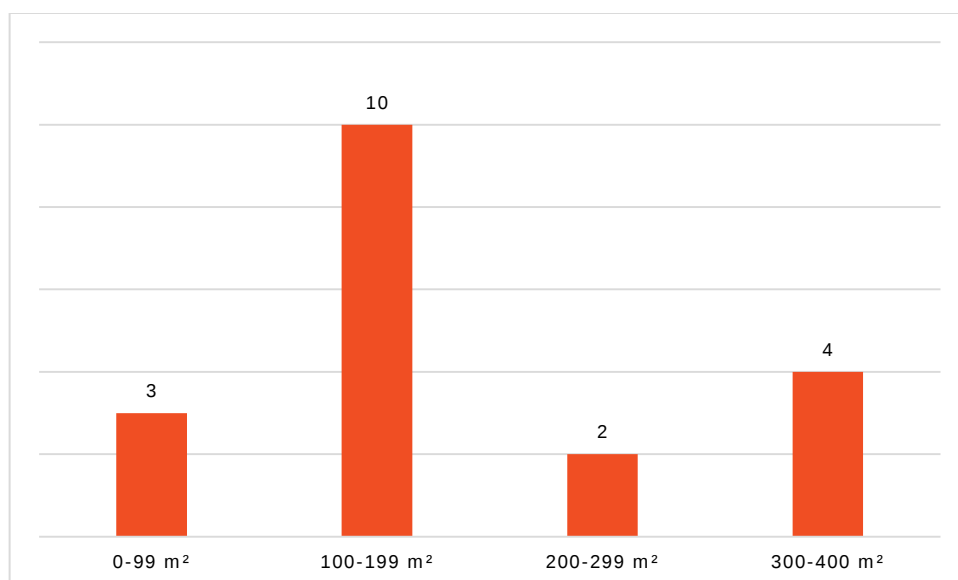
Dagligvarebutikkerne i Albertslund Centrum er med til at sikre en kundestrøm til bymidtens udvalgswarebutikker. En udflytning af dagligvarehandel vil have negative konsekvenser for Albertslund Centrums udvalgswarebutikker, da forbrugerne køber både dagligvarer og udvalgsvarer på en del af deres ture til Albertslund Centrum.

En discountbutik på ca. 1.000 m² har normalt en omsætning på 30-40 mio. kr. om året. Hvis hver kunde bruger 150-250 kr. pr. indkøbstur, svarer det til en kundestrøm på ca. 120.000-250.000 personer om året. Dermed påvirker en udflytning af dagligvarebutikker ikke kun udvalgswarebutikkernes omsætning, men i høj grad også bylivet i bymidten.

- Det anbefales, at en udvikling af Hersted Industripark og Hersted Center som handelsområde sker, så der skabes en klar arbejdsdeling ift. Albertslund Centrum, og at der ikke gives mulighed for dagligvarebutikker i Hersted Industripark eller Hersted Center.
- Det kan overvejes at gå et spadestik dybere ift. at pege på konkrete butikskæder, der kunne være interesserede i en placering i Hersted Industripark/Hersted Center. COWI har lavet flere af den slags analyser i samarbejde med en erhvervsmægler med godt lokalkendskab.

For at sikre, at de udvalgswarebutikker, som der gives mulighed for i Hersted Center i videst mulig omfang supplerer den eksisterende detailhandel i Albertslund Centrum, anbefales det, at der fastsættes en minimumsbutiksstørrelse for nye udvalgswarebutikker i Hersted Center.

En minimumsbutiksstørrelse for udvalgswarebutikkerne i Hersted Center kan sammenholdes med størrelsen på de 19 nuværende udvalgswarebutiksstørrelser i Albertslund Centrum. Den gennemsnitlige størrelse af udvalgswarebutikkerne i Albertslund Centrum – beklædningsbutikkerne og de øvrige udvalgswarebutikker under ét – er ca. 195 m². Som det fremgår af figuren nedenfor, så er 13 af udvalgswarebutikkerne i Albertslund Centrum, svarende til knap 70 %, under 200 m², og 6 af udvalgswarebutikkerne i Albertslund Centrum, svarende til ca. 30 % er over 200 m². Den største udvalgswarebutik i Albertslund Centrum er ca. 400 m².



Antal udvalgswarebutikker i Albertslund Centrum fordelt efter størrelsesgrupper.

- Det anbefales, at der fastsættes en minimumsbutiksstørrelse på ca. 600 m² for nye udvalgswarebutikker i Hersted Center. Dermed sættes rammerne for en tydelig rollefordeling mellem Hersted Center og Albertslund Centrum.

Selv om udvalgswarebutikkerne i Hersted Center og udvalgswarebutikkerne i Albertslund Centrum vil adskille sig fra hinanden på butiksstørrelserne, kan det ikke undgås, at der vil blive overlappende varegrupper. Store udvalgswarebutikker har ofte et bredt sortiment og vil derfor på nogle varegrupper blive konkurrenter til Albertslund Centrums mindre udvalgswarebutikker.

Graden af overlap vil dog blive mindre med minimumsbutiksstørrelsen end uden minimumsbutiksstørrelsen. Minimumsbutiksstørrelsen på ca. 600 m² på udvalgswarebutikkerne vil f.eks. betyde, at der i Hersted Center ikke vil blive etableret mindre beklædningsbutikker, men samtidig vil der være mulighed for at etablere større udvalgswarebutikker, som ikke findes i Albertslund Centrum i dag.

Det vurderes ikke, at der vil blive etableret beklædningsbutikker i Hersted Center. Tøj- og skobutikker kendetegnet ved en stor mængde spontane indkøb og er derfor afhængige af et stort kundeflow, som kan opnås i strøggaderne. Kæder med store butikker, der sælger øvrige udvalgsvarer, efterspørger som oftest placeringer med god vejadgang, da købene er mere planlagte, og da de handlende ofte ankommer i bil. Det vurderes derfor, at minimumsbutiksstørrelserne for udvalgswarebutikkerne og særligt placeringen vil betyde, at muligheden for udvalgswarebutikker på mindst 600 m² vil blive udnyttet som øvrige udvalgswarebutikker og kun i mindre grad som beklædningsbutikker.

ANBEFALING TIL UDVIKLING LANGS ROSKILDEVEJ

Albertslund har en styrkeposition ift. særligt pladskrævende varegrupper, bl.a. bilforhandlere. Det kan overvejes at udvikle et område langs Roskildevej med yderligere butikker af denne slags. Der ligger i forvejen autoværksteder, tankstationer, biludlejning og bilforhandlere.

KOMPETENCEUDVIKLING FOR DETAILHANDLEN

De detailhandlendes kompetencer er afgørende for, hvordan de klarer sig. Kompetenceudvikling kan f.eks. bestå i kurser i brug af sociale medier, opbygning af webshop mv. Google tilbyder eksempelvis kurset "Succes online", som flere kommuner har udbudt til detailhandlen.

Der findes også komprimerede strategiudviklingsforløb for ejerledere, herunder butikker. Væksthus Sjælland f.eks. har i en årrække gennemført sådanne forløb med godt resultat.

TOMME BUTIKKER

Der er registreret 11 tomme lokaler i Albertslund Kommune, heraf 7 tomme lokaler i Albertslund Centrum, 1 tomt lokale i Trippendalscentret, 2 tomme lokaler i Hersted Center og 1 tomt lokale i Røde Vejmølleparken. Tomme butikslokaler giver indtryk af et område i krise. De bør aktiveres midlertidigt, indtil der findes en permanent lejer. Skønnes det ikke muligt at finde lejere til dem, kan det overvejes at konvertere til anden anvendelse. Der er stor vækst i cafeer, restauranter og i servicefunktioner som frisører, klinikker mv. Sådanne funktioner skaber også byliv og kundestrømme, og kan dermed give Albertslunds detailhandel og centerområder et løft. Det er naturligvis en forudsætning, at lokalets stand, størrelse og beliggenhed gør det attraktivt for en lejer.