



Vestegnssamarbejdet

Detailhandelsanalyse

Maj 2009

INDHOLDSFORTEGNELSE

| | |
|-------------------------------------------------|----|
| 1. Arealudlæg og regionale vurderinger | 3 |
| 2. Detailhandelen på Vestegnen | 17 |
| 3. Forbrug på Vestegnen | 22 |
| 4. Handelsbalance og opland | 26 |
| 5. Nuværende og fremtidige konkurrencesituation | 29 |

Bilag 1: Branchefortegnelse



Arealudlæg og regionale vurderinger

Indledning

ICP er af Vestegnssamarbejdet blevet bedt om at gennemføre en detailhandelsanalyse. Analysen giver dels en status for detailhandelen i en række kommuner inden for Vestegnssamarbejdet og dels en samlet beregning og vurdering af arealbehovet for nye butikker på centerniveau.

Der er desuden foretaget en vurdering af de enkelte mest betydende centerområders oplandseffekt, ligesom det er vurderet, på hvilken måde de foreslåede arealudlæg vil påvirke den regionale balance, dels kommunerne imellem dels i forhold til Vestegnens indflydelse på den samlede detailhandelsstruktur i Hovedstadsområdet og på Sjælland iøvrigt.

I kommunerne Albertslund, Brøndby, Glostrup, Høje-Taastrup og Ishøj er der på forskellig vis gennemført detailhandelsanalyser, der indeholder beregninger og vurdering af arealbehovet.

I nærværende rapport beskrives arealudlæggene og de større centerdannelsers oplandsforhold.

Beregningerne og vurderingerne baserer sig på analyser af detailhandelen i de enkelte kommuner. Analyserne er gennemført på lidt forskellig måde. Enten har ICP gennemført en fuldstændig kortlægning af kommunernes detailhandel (Brøndby, Glostrup og Ishøj) eller også har man valgt delvis at basere sine analyser på data indsamlet ved andre planlægningsopgaver (Albertslund og Høje-Taastrup).

Detailhandelen i de enkelte kommuner er beskrevet i selvstændige rapporter.

For så vidt angår Hvidovre og Vallensbæk kommuner, der ikke har ønsket at deltage i nærværende analysearbejde, er der anvendt de arealer, som de 2 kommuner har valgt at udlægge i forbindelse med deres kommuneplanarbejde.

Hvad angår butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper, vurderes dels et arealudlæg frem til 2021, dels hvor store butikkerne der kan udlægges i de enkelte kommuner før enkelte butikker forrykker den regionale balance.

Butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper, er defineret som butikker, der forhandler planter, biler, campingvogne og lystbåde.

Desuden indgår egentlige tømmerhandler, hvor bruttoarealet til byggemarkedsartikler er under 2.000 m² eller udgør mindre end 1/3 af det samlede bruttoareal og møbelbutikker, der alene sælger møbler (få koncepter og butikker).

Det fremtidige arealbehov til detailhandel frem til 2021

Det fremtidige arealbehov er beregnet på baggrund af areal- og omsætningsforhold i den eksisterende detailhandel samt viden om det nuværende og forventede fremtidige forbrug. Der er desuden taget hensyn til, at internettet i fremtiden må forventes at få større indflydelse inden for visse varegrupper.

Der er i kapitlerne 2-4 foretaget et overordnet sammendrag af resultaterne fra de enkelte kommuners detailhandelsanalyser

Det er en tendens, at butikkernes arealeffektivitet, målt som omsætning pr. m², er faldende. Dette er både en tendens, der ses i Danmark og internationalt. Der er i ICP's beregninger taget hensyn til en forventning om dårligere udnyttelse af arealerne i fremtidens butikker.

Der er i beregningerne desuden taget hensyn til, at der er tale om et **regionalt afstemt forslag til arealudlæg**. Overordnet er der også taget hensyn til, at detailhandelen i kommunerne i Vestegnssamarbejdet inden for de seneste 11 år har mistet betydning i den overordnede konkurrence i Hovedstadsregionen. Dette betyder, at især de største udbudspunkter bør styrkes fremover.

Den nuværende og fremtidige konkurrencesituation i Hovedstadsregionen er beskrevet i kapitel 5.

Beregningen af det fremtidige arealbehov kvalificeres ved vurderinger af de enkelte kommuners position i markedet, lokale forhold – især inden for dagligvareforsyning samt ICP's viden om den fremtidige konkurrencesituation i Hovedstadsregionen.

Nye arealudlæg til detailhandel skal dels styres af en beregning, der tager udgangspunkt i de nuværende forhold, men det er samtidig væsentligt, at kommunen sikrer, at forbrugerne har attraktive indkøbsforhold, relativt tæt på hvor de bor.

Det er ligeledes væsentligt, at man i planlægningen tilfører detailhandelen mulighed for en dynamisk udvikling, hvor der er plads til nye butikker og koncepter, der alt andet lige vil være med til at give forbrugerne de bedste indkøbsmuligheder.

Således bør ønsket om at styrke centrenes position på detailhandelsområdet også være en væsentlig parameter i planlægningen og arealudlægget.

Rammen skal **lægges til det areal, der fysisk var til rådighed** for butikkerne primo 2009. Således indgår f.eks. restrummelighed, den nuværende ubrugte arealramme, planlagte og projekterede, men ikke åbnede butikker også i det minimale udlæg.

Der kan i den enkelte kommune være behov for, at det minimale arealudlæg tillægges en buffer, der skal sikre dynamik og fleksibilitet i planlægningen.

Albertslund

Frem til 2021 ventes det, at forbruget i Albertslund kommune vil stige med ca. 6 % for så vidt angår dagligvarer og med ca. 21 % for udvalgsvarer.

Forventningen på dagligvareområdet skal ses i lyset af forventningen om en meget begrænset stigning i forbruget af dagligvarer pr. person samt forventningen om en stigning i indbyggertallet med knap 3 % i Albertslund kommune frem til 2021.

Forbrugernes indkøbsmønster

Forholdet mellem omsætning og forbrug i Albertslund kommune er i dag på ca. 95 % på dagligvarer og 45-50 % inden for udvalgsvarer.

Dette niveau er på dagligvareområdet tilfredsstillende, når man tager konkurrencesituationen i markedsområdet i betragtning.

Inden for udvalgsvarer er det imidlertid ikke tilfredsstillende. Kommunen har omkring 28.000 indbyggere og en bymidte med en lang række attraktive butikker. Dette bør styrkes i den fremtidige konkurrencesituation for også på længere sigt at kunne betjene forbrugerne i kommunen.



Mål for detailhandelsudviklingen

For også i fremtiden at give mulighed for etablering af nye koncepter inden for dagligvarer, bør man alligevel udlægge arealer, så det sikres, at nye butikskoncepter også kan få plads i Albertslund kommune.

Det vurderes, at den lokale forsyning med dagligvarer stort set er tilfredsstillende. Vestcentret vil dog kunne udvides, da der i området ventes en del nye boliger.

Ved den planlagte Ringbanestation i Smedeland, bør der fremadrettet udlægges areal til dagligvarer.

Det vurderes dog, at der primært bør udlægges nye arealer til dagligvarer i Albertslund Centrum.

Sætter man sig som mål, at kommunens borgere skal købe en væsentlig større del af deres **udvalgsvarer** lokalt, betyder dette, at der bør udlægges minimum 10.000 m² til udvalgswarebutikker frem til 2021.

Arealudlæg (m² bruttoareal)

| Centerområder: | Dagligvarer | Udvalgsvarer |
|----------------------------------|--------------|---------------|
| Albertslund Kommune: | | |
| Albertslund Centrum | 4.000 | 10.000 |
| Vestcentret | 1.000 | - |
| Egelund Centret | - | - |
| Kanalgaden | - | - |
| Trippendal Centret | - | - |
| Godthåbscentret | - | - |
| Smedeland | 1.000 | - |
| Albertslund kommune i alt | 6.000 | 10.000 |

Tabel 1.1 Forslag til minimumsudlæg af nyt butiksareal frem til 2021 (bruttoareal)

Brøndby

Frem til 2021 ventes det, at forbruget i Brøndby kommune vil stige med ca. 3,5 % for så vidt angår dagligvarer og med ca. 18 % for udvalgsvarer.

Forventningen på dagligvareområdet skal ses i lyset af forventningen om en meget begrænset stigning i forbruget af dagligvarer pr. person samt forventningen om et stort set uændret indbyggertal frem til 2021.

Forbrugernes indkøbsmønster

Forholdet mellem omsætning og forbrug i Brøndby kommune er i dag på 55-60 % på dagligvarer og ca. 35 % inden for udvalgsvarer. Dette betyder, at forbrugerne inden for dagligvarer køber ca. halvdelen i butikker uden for kommunen og inden for udvalgsvarer formentlig under 25 % lokalt i kommunen.

På **dagligvareområdet**, er dette ikke tilfredsstillende. Der er sket et fald siden 1997, hvor forholdet var 70 % og i lyset af forventningen om en skærpet konkurrencesituation, må det forventes, at forholdet vil falde yderligere, såfremt der ikke bliver tilført en række attraktive dagligvarebutikker.

Skal lokalkøbsandelen løftes markant, er der behov for en række nye dagligvarebutikker.

Inden for **udvalgsvarer** er forholdet mellem omsætning og forbrug meget lavt. Niveauet er dog steget siden 1997, bl.a. som konsekvens af etableringen af IdéMøbler på Sdr. Ringvej og Biva og Jem&Fix på Roskildevej.



Mål for detailhandelsudviklingen

For at forbrugerne i fremtiden vil købe flere dagligvarer lokalt, er det væsentligt, at der etableres en række større dagligvarebutikker.

Udviklingen bør dels foregå i de etablerede centre, men det vurderes, at det også markedsmessigt er muligt at etablere et bydelscenter på indtil 5.000 m² ved Sdr, Ringvej.

Et bydelscenter ved Sdr. Ringvej vil have omsætningsmæssige konsekvenser bl.a. for detailhandelen i Kirkebjerg Torv.

Det vurderes derfor, at der minimum bør udlægges 12.000 m² til **dagligvarer** i Brøndby kommune.

Inden for **udvalgsvarer** vurderes det, at man i lyset af den tiltagende konkurrence ikke vil kunne etablere et stort, attraktivt udbud, der vil kunne forsyne hele kommunen med udvalgsvarer. Det foreslåede udlæg skal således primært ses som muligheden for at etablere større butikker, der kan leve i sig selv ved de eksisterende centerdannelser. Det vurderes, at der minimum bør udlægges 7.000 m² til udvalgsvarebutikker frem til 2021.

Arealudlæg (m² bruttoareal)

| Centerområder: | Dagligvarer | Udvalgsvarer |
|------------------------------|---------------|--------------|
| Brøndby Kommune: | | |
| Brøndby Strand Centrum | 4.000 | 3.000 |
| Kirkebjerg Torv | - | - |
| Brøndbyøster Center | 3.000 | 3.000 |
| Priorparken | 1.000 | - |
| Sdr. Ringvej Bydelscenter | 4.000 | 1.000 |
| Brøndby kommune i alt | 12.000 | 7.000 |

Tabel 1.2 Forslag til minimumsudlæg af nyt butiksareal frem til 2021 (bruttoareal)

Glostrup

Frem til 2021 ventes det, at forbruget i Glostrup kommune vil stige med ca. 11 % for så vidt angår dagligvarer og med ca. 26 % for udvalgsvarer.

Forventningen på dagligvareområdet skal ses i lyset af forventningen om en meget begrænset stigning i forbruget af dagligvarer pr. person samt forventningen om en stigning i indbyggertallet med omkring 7 % i kommunen frem til 2021.

Forbrugernes indkøbsmønster

Forholdet mellem omsætning og forbrug i Glostrup Kommune er i dag på ca. 135 % på dagligvarer og ca. 300 % inden for udvalgsvarer.

Både indenfor dagligvarer og udvalgsvarer er der tale om særdeles høje niveauer, der indenfor dagligvarer dels skyldes det store udbud af attraktive dagligvarebutikker i Glostrup bymidte dels salget til ”private” i Metro.

Inden for udvalgsvarer er den primære årsag de store udvalgsvarebutikker langs Hovedvejen samt i et vist omfang også Glostrup Storcenter.

Der har dog siden 1997 været tale om et fald – både inden for dagligvarer og udvalgsvarer. Dette skyldes primært, den skærpede konkurrence fra det udvidede Rødovre Centrum og City 2, men også at der er etableret storbutikker mange steder i Hovedstadsregionen, hvilket har betydet, at butikkerne på Hovedvejen ikke længere er så unikke, som det tidligere var tilfældet. Bl.a. er der etableret Bauhaus i City 2, en storbutikskoncentration i Tårnby kommune på Amager, ligesom Ikea Gentofte i højere grad er blevet kørt ind i forbrugernes bevidsthed.



Mål for detailhandelsudviklingen

Den lokale forsyning med dagligvarer består i dag af en række mindre supermarkeder/minimarkeder. Det vurderes, at denne butikstype generelt ikke giver forbrugerne tilfredsstillende indkøbsforhold, og det anbefales derfor, at der udlægges arealer i en række lokalcentre, så man her styrker lokalkøbsandelen.

I Glostrup Bymidte vurderes dagligvareforsyningen at være god, og man vil kunne opretholde det nuværende niveau med det eksisterende dagligvareudbud.

Inden for udvalgsvarer vurderes det, at et arealudlæg på 20.000 m² inden for udvalgsvarer vil betyde, at udbudspunktet kan opretholde sin regionale position frem til 2021.

Arealudlæg (m² bruttoareal)

| Centerområder: | Dagligvarer | Udvalgsvarer |
|-------------------------------|--------------|---------------|
| Glostrup Kommune: | | |
| Glostrup Bymidte | 1.000 | 20.000 |
| Brøndbyvestervej | - | - |
| Vestervang | 1.000 | - |
| Glostrup Butikstorv | - | - |
| Solvang | 1.000 | - |
| Nordvang | 1.000 | - |
| Hvissinge | 1.000 | - |
| Ejby | - | - |
| Ejby Erhvervsområde | - | - |
| Glostrup kommune i alt | 5.000 | 20.000 |

Tabel 1.3 Forslag til minimumsudlæg af nyt butiksareal frem til 2021 (bruttoareal)

Hvidovre

Hvidovre kommune forventer i perioden frem til 2021, at der samlet set gives mulighed for at etablere **30-35.000 m² detailhandel** i kommunen.

Høje-Taastrup

Frem til 2021 ventes det, at forbruget i Høje-Taastrup kommune vil stige med ca. 6 % for så vidt angår dagligvarer og med ca. 21 % for udvalgsvarer.

Forventningen på dagligvareområdet skal ses i lyset af forventningen om en meget begrænset stigning i forbruget af dagligvarer pr. person samt forventningen om en stigning i indbyggertallet med omkring 3 % i kommunen frem til 2021.

Forbrugernes indkøbsmønster

Forholdet mellem omsætning og forbrug i Høje-Taastrup Kommune er i dag på ca. 110 % på dagligvarer og ca. 220 % inden for udvalgsvarer.

Både indenfor dagligvarer og udvalgsvarer er der tale om høje niveauer.

Indenfor dagligvarer er det især udbuddet i City 2, der betinger overdækningen.

På udvalgsvareområdet er det foruden City 2, især Ikea og butikkerne i dette område, der har et stort opland uden for kommunen.

Der har dog siden 1997 været tale om et fald – både inden for dagligvarer og udvalgsvarer. Dette skyldes primært etableringen af Field's og Fisketorvet, der har betydet, at mange kunder fra hele vestegnen i dag vælger disse regionale centre frem for eksempelvis City 2. Desuden har det renoverede Ishøj Bycenter samt etableringen af Ro's Torv i Roskilde betydet, at City 2 er kommet under pres.

I 1997 var Ikea i Gentofte stadig relativt ny og antallet af storbutikker inden for udvalgsvarer var begrænset. Siden er der bl.a. kommet koncentrationer af storbutikker i Ishøj og på Kirstinehøj i Tårnby, ligesom der er etableret en lang række solitært beliggende storbutikker.

Mål for detailhandelsudviklingen

Generelt er der i Høje-Taastrup en god lokalforsyning med dagligvarer.

Der bør som minimum sikres mulighed for at tilføre Høje-Taastrup og Taastrup Bymidte nye koncepter.

For så vidt angår Hedehusene, vurderes det, at forventningen om en befolkningstilvækst på omkring 30% vil give mulighed for etablering af bl.a. en stor dagligvarebutik.

I Høje-Taastrup kan der som det eneste sted i de 7 kommuner udlægges arealer til 3 udvalgsvarebutikker med et bruttoareal på mere end 2.000 m² hvert 4. år.

Der bliver formentlig tale om butikker inden for møbler og andet boligtilbehør samt elektronikbutikker. I en beliggenhed i forbindelse med City 2 kan der desuden også være tale om stormagasiner samt store beklædnings- og sportsbutikker.

Ser man på den relevante del af hovedstadsområdet generelt kan dette i øvrigt lade sig gøre i Roskilde, Hundige, flere steder i Københavns og Frederiksberg Kommuner samt i Gentofte ved Ikea og i Kgs. Lyngby.

Når udvidelsen af Hundige Storcenter åbner, vil man her have et af Danmarks største butikcentre. Dette vil påføre Høje-Taastrup væsentlig konkurrence.

Muligheden for at udlægge arealer omkring Ikea i Gentofte vil ligeledes betyde, at Høje-Taastrup også fra denne kant bliver påført yderligere konkurrence.

Det vurderes derfor, at et arealudlæg på 50.000 m² i Høje-Taastrup vil kunne opretholde udbudspunktets styrke og være med til at genvinde udbudspunktets regionale betydning.

I Taastrup og Hedehusene skal udlægget sikre, at det er muligt at tilpasse udbuddet.

Arealudlæg (m² bruttoareal)

| Bydele: | Dagligvarer | Udvalgsvarer |
|-----------------------------------|---------------|---------------|
| Høje-Taastrup Kommune: | | |
| Høje Taastrup | 2.000 | 50.000 |
| Taastrup by | 4.000 | 6.000 |
| Hedehusene | 6.000 | 4.000 |
| Høje-Taastrup kommune ialt | 12.000 | 60.000 |

Tabel 1.4 Forslag til minimumsudlæg af nyt butiksareal frem til 2021 (bruttoareal)

Ishøj

Frem til 2021 ventes det, at forbruget i Ishøj kommune vil stige med ca. 4 % for så vidt angår dagligvarer og med ca. 18 % for udvalgsvarer.



Forventningen på dagligvareområdet skal ses i lyset af forventningen om en meget begrænset stigning i forbruget af dagligvarer pr. person samt forventningen om en stigning i indbyggertallet med ca. 1 % i Ishøj kommune frem til 2021.

Forbrugernes indkøbsmønster

Forholdet mellem omsætning og forbrug i Ishøj kommune er i dag på ca. 150 % på dagligvarer og 225 % inden for udvalgsvarer.

Dette niveau er på dagligvareområdet relativt højt, når man tager konkurrencesituationen i markedsområdet i betragtning. Der er dog en tendens til, at lavprisvarehuse som Bilka i mindre omfang kan opretholde deres regionale opland. Derfor må det ventes, at man på længere sigt ikke kan opretholde denne dækningsgrad.

Der er ligeledes inden for udvalgsvarer tale om et højt niveau. Dette er ligesom for dagligvareernes vedkommende betinget af butikkerne i Ishøj Bycenter samt Ilva og de øvrige butikker i Industridalen og Industribuen. Etableringen af Bauhaus vil være med til at hæve forholdet mellem omsætning og forbrug yderligere.

Mål for detailhandelsudviklingen

For også i fremtiden at give mulighed for etablering af nye koncepter inden for dagligvarer, bør man udlægge arealer, så det sikres, at nye butikskoncepter også kan få plads i Ishøj.

Ishøj Bymidte bør styrkes, ligesom der bør åbnes mulighed for en dagligvarebutik i bydelen ved Gadekæret.

Løvrigt vurderes det, at lokalforsyningen med dagligvarer er tilfredsstillende, og at der er placeret butikker, hvor der er markedsrettet basis for dette.

For så vidt angår udvalgsvarer, vurderes det, at der bør tilføres Ishøj Bycenter ca. 12.000 m² frem til 2021, for at centret kan opretholde sin regionale status.

På Ishøj Havn kan man overveje, om man skal åbne mulighed for at etablere en smule havneorienteret detailhandel. Den generelle erfaring er, at der kun i begrænset omfang er basis for detailhandel i lystbådehavnen, men at det der skaber stemningen i højere grad er restauranter og caféer.

Arealudlæg (m² bruttoareal)

| Centerområder: | Dagligvarer | Udvalgsvarer |
|----------------------------|--------------|---------------|
| Ishøj kommune: | | |
| Ishøj Bymidte | 4.000 | 12.000 |
| Vildtbanegård | - | - |
| Vejleåparken | - | - |
| Bydelen ved Gadekæret | 1.000 | - |
| Ishøj Centrum | - | - |
| Kommunen iøvrigt | 1.000 | - |
| Ishøj kommune i alt | 6.000 | 12.000 |

Tabel 1.5 Forslag til minimumsudlæg af nyt butiksareal frem til 2021 (bruttoareal)

Vallensbæk

Vallensbæk kommune forventer i perioden frem til 2021, at der samlet set gives mulighed for at etablere yderligere **13-14.000 m² detailhandel** i kommunen.

Oplandsforhold

I nedenstående er oplandene for de større udbudspunkter i de 7 kommuner vurderet. Oplandet er defineret som de områder, hvor udbudspunktet har en vis betydning inden for et brancheområde

Albertslund Centrum, Albertslund kommune

Albertslund Centrum har på dagligvareområdet stort set alene betydning i Albertslund kommune. Det samme gør sig gældende på udvalgsvareområdet.

Brøndby Strand Centrum, Brøndby kommune

Brøndby Strand Centrum har på dagligvareområdet stort set alene betydning i bydelen. Det samme gør sig gældende på udvalgsvareområdet.

Brøndbyøster, Brøndby kommune

Brøndbyøster har på dagligvareområdet stort set alene betydning i bydelen. Det samme gør sig gældende på udvalgsvareområdet.

Glostrup Bymidte, Glostrup kommune

Glostrup Bymidte har inden for dagligvarer stor betydning i kommunen. Desuden er det et væsentligt udbudspunkt i Albertslund kommune og i Brøndby kommune.

Indenfor udvalgsvarer, har Bymidten betydning på hele Vestegnen excl. Høje-Taastrup kommune. Desuden har den betydning i Herlev og Ballerup kommuner, den vestlige del af Københavns kommune og Frederiksberg kommune.

Hvidovre Stationscenter Hvidovre kommune

Hvidovre Stationscenter har betydning både indenfor dagligvarer og udvalgsvarer i den nordlige del af kommunen samt i et vist omfang i Valby i Københavns kommune.

Friheden Stationscenter, Hvidovre kommune

Centret har indenfor dagligvarer og udvalgsvarer betydning i den sydlige del af kommunen samt i et vist omfang i Valby i Københavns kommune.

Høje-Taastrup, Høje-Taastrup kommune

Høje-Taastrup har indenfor dagligvarer og udvalgsvarer betydning i hele kommunen og desuden betydning i Ishøj, Greve, Roskilde og Albertslund kommuner.

Uden for dette område vurderes det, at Høje-Taastrup har væsentlig mindre betydning, men centrets størrelse indebærer, at der er en vis betydning også i et markedsområde, der ligger udenfor det ovennævnte.

Taastrup, Høje Taastrup kommune

Taastrup Bymidte har både indenfor dagligvarer og udvalgsvarer stort set alene betydning i den østlige del af kommunen.

For så vidt angår det regionale aflastningscenter ved Ikea har dette, især på grund af Ikea, betydning på hele Sjælland og Lolland-Falster med undtagelse af Nordsjælland og den nordlige og østlige del af Københavnsområdet.

Ishøj Bycenter, Ishøj kommune

Ishøj Bycenter har både indenfor dagligvarer og udvalgsvarer betydning i hele kommunen samt i Vallensbæk og til dels Brøndby kommuner. På grund af Bilka vurderes det også, at centret har en vis betydning i dele af Høje-Taastrup, Albertslund, Glostrup, Hvidovre og Rødovre kommuner.

Det Store Erhvervsområde, Ishøj kommune

På grund af især Ilva har Det Store Erhvervsområde betydning på hele Sjælland og Lolland-Falster med undtagelse af Nordsjælland og den nordlige og østlige del af Københavnsområdet. Oplandseffekten er dog væsentlig mindre sammenlignet med det regionale aflastningscenter i Taastrup.

Vallensbæk Bymidte, Vallensbæk kommune

Vallensbæk Bymidte har både indenfor dagligvarer og udvalgsvarer stort set alene betydning i kommunen.



Butikker der alene forhandler særligt pladskrævende varegrupper

Arealudlæg til butikker, der alene forhandler særligt pladskrævende varegrupper

Denne hovedvaregruppe er i den nugældende planlov begrænset i forhold til den tidligere planlov. Køkkenbutikker kategoriseres eksempelvis som udvalgsvarer.

Efter afklaring med By- og Landskabsstyrelsen er dette nu også gældende for møbelbutikker, der forhandler andet end møbler – f.eks. boligtilbehør som puder, plaid etc. Ligeledes er det nu præciseret, at tømmerhandler med tilknyttet byggemarked kategoriseres som udvalgsvarebutikker, såfremt byggemarkedsdelen er større end 2.000 m² eller byggemarkedsdelen udgør mere end 1/3 af det samlede areal.

Dette betyder, at der generelt ikke i så vid udstrækning som hidtil er et væsentligt arealbehov til butikker, der alene forhandler særligt pladskrævende varer.

Arealudlæg (m² bruttoareal)

| Kommuner: | Nuværende areal (m ²) | Nyudlæg (m ²) |
|-----------------------|-----------------------------------|---------------------------|
| Albertslund kommune | 6.000 | 8.000 |
| Brøndby kommune | 11.000 | 15.000 |
| Glostrup kommune | 21.000 | 30.000 |
| Hvidovre kommune | 12.000 | 10.000 |
| Høje-Taastrup kommune | 35.000 | 45.000 |
| Ishøj kommune | 26.000* | 20.000 |
| Vallensbæk kommune | 5.000 | 5.000 |
| Ialt | 116.000 | 133.000 |

*) incl. ny Bauhaus

Ovenstående arealudlæg er vurderet under hensyntagen til den regionale balance.

Butiksstørrelser

Ifølge Planloven skal det vurderes, hvor store butikker der kan udlægges til særligt pladskrævende varer, uden at disse forrykker den regionale balance.

ICP har vurderet dette under hensyntagen til det fremtidige arealudlæg, den nuværende detailhandelsstruktur, kommunernes indbyrdes styrkeforhold, en forventning om, at butikker generelt vil blive en smule større i fremtiden samt at konkurrencesituationen vil udvikle sig som beskrevet i kapitel 5.

| Kommuner: | Biler | Planter | Cam- ping/både | Tømmerh. med byggemarked | Møbler |
|---------------|---------|---------|-------------------|-----------------------------|---------|
| Albertslund | 3-5.000 | 2-3.000 | 1-2.000 | 5-10.000 | 2.000 |
| Brøndby | 3-5.000 | 2-3.000 | 1-2.000 | 5-10.000 | 3-4.000 |
| Glostrup | 3-5.000 | 5-7.000 | 1-2.000 | 15.000 | 3-4.000 |
| Hvidovre | 2-3.000 | 2-3.000 | 1-2.000 | 5-10.000 | 2.000 |
| Høje-Taastrup | 3-5.000 | 7-9.000 | 3-4.500 | 15.000 | 10.000 |
| Ishøj | 3-5.000 | 5-7.000 | 2-3.000 | 15.000 | 5-7.000 |
| Vallensbæk | 2-3.000 | 2-3.000 | 1-2.000 | 5.000 | 2.000 |

Der er et andet indkøbsmønster for særlig arealkrævende varer såsom biler og campingvogne, end der er for andre udvalgsvarer. Forbrugerne er typisk langt mere målrettede i købsituationen af disse langvarige forbrugsgoder, ligesom langt de fleste kunder kommer i bil.

Det er ICP's vurdering, at man kun vil opleve få nyetableringer inden for **handel med biler**.

I kommunerne i Vestegnssamarbejdet er der kun relativt få større forhandlere og disse ligger spredt i strukturen. Den gennemsnitlige størrelse er omkring 2.000 m² i Glostrup og Albertslund, mens den ligger på 1.000 – 1.300 m² i Ishøj, Høje-Taastrup og Brøndby. I Vallensbæk og Hvidovre skønnes den gennemsnitlige størrelse, på baggrund af oplysninger fra tidligere planlægningsopgaver, at være væsentligt mindre.

Omvendt er det ICP's vurdering, at der ikke vil blive etableret nye, mindre bilhuse.

Derfor er der kun i begrænset omfang differentieret på størrelsen en butik kan have, før den vil have nævneværdig påvirkning på den regionale balance.

For så vidt angår **planteforhandlere**, ligger de største enheder generelt yderst i regionen. Derfor vil der i Ishøj og Høje-Taastrup kommune etableres relativt store enheder. Det samme gør sig gældende i Glostrup, hvor der i forvejen ligger en stor enhed.

I dag er der kun **campingforhandler** i Høje-Taastrup kommune og **bådforhandler** i Ishøj Kommune; derfor vurderes det, at der i disse kommuner kan udlægges lidt større enheder, uden at dette forrykker den regionale konkurrence.

Inden for **tømmerhandel med tilknyttet byggemarked** ligger der i dag meget store enheder i Glostrup og Høje-Taastrup og der er en enhed under etablering i Ishøj. Derfor vil der i disse kommuner kunne etableres større enheder, uden at dette forrykker den regionale balance.

I Albertslund og Hvidovre ligger der mellemstore enheder. Det vurderes derfor, at nye enheder her ikke kan have helt samme størrelse, før de vil forrykke den regionale balance.

I Brøndby og Vallensbæk ligger der i dag ikke større detailorienterede tømmerhandlere med byggemarked. Derfor vil man fremadrettet kunne etablere disse enheder op til 5.000 m², uden at dette forrykker den regionale balance.

Konklusioner, vurderinger og anbefalinger

For så vidt angår **møbelbutikker**, som de i dag er defineret, er der tale om meget specialiserede butikker (vandsenge, otiumstole, lædersofaer etc.), der kan defineres som værende særligt pladskrævende. Derfor vil disse butikker i sagens natur have et relativt stort opland.

Vurderingen baserer sig primært på, at der i Høje-Taastrup og Ishøj i dag er udvalgswarebutikker, der forhandler møbler og boligtilbehør (Ikea og Ilva), der har et meget stort opland. Dette betyder, at også mere specialiserende butikker kan have relativt betydelig størrelse, før de ændrer den regionale balance.

I Brøndby og Glostrup ligger der udvalgswarebutikker indenfor møbler - og boligtilbehørsprodukter, der i dag også har væsentlige oplande uden for kommunen.

Dette er ikke tilfældet i Albertslund, Hvidovre og Vallensbæk.



Detailhandelen på Vestegnen

Detailhandelen på Vestegnen

I nærværende afsnit vil detailhandelen på Vestegnen overordnet blive beskrevet.

ICP har for så vidt angår Albertslund, Brøndby, Glostrup og Ishøj kommuner primo 2009 foretaget en opgørelse over antallet af butikker i kommunen samt indsamlet oplysninger om butikkernes omsætning for 2008, ligesom den enkelte butiks bruttoareal er opgjort (excl. Albertslund). Hvad angår Høje-Taastrup kommune, er anvendt fremskrevne resultater fra en detailhandelsanalyse, som ICP foretog i 2005. Butikkernes bruttoarealer i Albertslund kommune er leveret af Albertslund Kommune.

Oplysningerne for så vidt angår Vallensbæk og Hvidovre kommuner stammer fra analyser fra 2005 og 2004. Der er for disse kommuner foretaget fremskrivninger af omsætninger og forbrug.

Afrapportering af analyseresultater

Butikkerne er kategoriseret i hovedbranchegrupperne dagligvarer og udvalgsvarer (for definition se bilag 1) på baggrund af deres hovedaktivitet. Butikker, der forhandler særlig pladskrævende varegrupper, er behandlet særskilt sidst i afsnittet.

Har en butik aktiviteter inden for flere hovedbranchegrupper, er omsætningen fordelt inden for disse.

Bemærk, at ICP medtager omsætningen til private fra møbelforretninger, der alene sælger møbler, planteforhandlere, byggemarkeder, samt butikker med udstyr til camping og både, selvom planloven definerer disse grupper som særligt arealkrævende. Dette skyldes, at disse varegrupper indgår i de senere forbrugsberegninger. Møbelforretninger, planteforhandlere, byggemarkeder samt forhandlere af campingvogne og både tæller dog kun med én gang, hvilket sker under forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper.

Antal butikker

I de 7 kommuner i Vestegnssamarbejdet betragtet under ét vurderes det, at der er omkring 800 butikker, hvoraf knap 60% er udvalgsvarerbutikker. For så vidt angår antallet af butikker er Høje-Taastrup, Hvidovre og Glostrup de betydeligste.

| | Dagligvarer | Udvalgsvarer i alt | Detailhandel i alt |
|-----------------------|-------------|--------------------|--------------------|
| 1. Albertslund | 33 | 35 | 68 |
| 2. Brøndby | 52 | 27 | 79 |
| 3. Glostrup | 46 | 91 | 137 |
| 4. Hvidovre* | 77 | 106 | 183 |
| 5. Høje-Taastrup** | 88 | 152 | 240 |
| 6. Ishøj | 27 | 36 | 63 |
| 7. Vallensbæk*** | 13 | 11 | 24 |
| Vestegnen ialt | 336 | 458 | 794 |

*) 2003

**) 2005

***): 2006

Tabel 2.1 Antal butikker primo 2009 fordelt på brancher og områder

Bruttoarealer

Bruttoarealerne er defineret som det samlede areal, der hører til butikken, hvilket vil sige salgsareal og eventuelle kontorer samt lager- og personalerum. Eventuelle lokaler i kælderetager indgår heri.

Tabel 2.2 viser bruttoarealerne i kommunerne. Bemærk i relation til bruttoarealerne, at disse opgøres efter butikkens hovedbranche – f.eks. har en række dagligvarebutikker aktiviteter inden for både daglig- og udvalgsvarer.

| | Dagligvarer | Udvalgsvarer ialt | Detailhandel ialt |
|-----------------------|----------------|-------------------|-------------------|
| 1. Albertslund | 18.100 | 14.800 | 32.900 |
| 2. Brøndby | 14.900 | 19.900 | 34.800 |
| 3. Glostrup | 43.400 | 64.300 | 107.700 |
| 4. Hvidovre* | 26.400 | 30.100 | 56.500 |
| 5. Høje-Taastrup** | 48.800 | 126.300 | 175.100 |
| 6. Ishøj | 28.000 | 32.600 | 60.600 |
| 7. Vallensbæk*** | 4.900 | 7.900 | 12.800 |
| Vestegnen ialt | 184.500 | 295.900 | 480.400 |

*) 2003 excl. kælder

**) 2005

***): 2006

Tabel 2.2 Bruttoarealer fordelt på områder og brancher (m²).

I kommunerne i Vestegnssamarbejdet er der knap 500.000 m² bruttoareal til rådighed.

Ca. 40 % af arealet er disponeret til dagligvarer.

Mere end 40 % af udvalgsvarearealet ligger i Høje-Taastrup kommune.

Jo mere regional orienteret detailhandel en kommune har, des større vil andelen af udvalgsvareareal være.

Omsætning

Tal for butikkernes omsætning i Albertslund, Brøndby, Glostrup og Ishøj for 2008 er indhentet ved direkte henvendelse til de enkelte butiksindehavere. For de butikker, der ikke har ønsket at medvirke i undersøgelsen, har ICP måttet skønne omsætningen.

For så vidt angår omsætningerne i Hvidovre, Høje-Taastrup og Vallensbæk er disse fremskrevet med den pris- og mængdemæssige stigning.

Af tabel 2.4 fremgår de indsamlede daglig- og udvalgsvareomsætninger i de forskellige kommuner.

| | Daglig- varer | Udvalgs- varer ialt | Detail- handel ialt |
|-----------------------|------------------|------------------------|------------------------|
| 1. Albertslund | 617 | 300 | 917 |
| 2. Brøndby | 464 | 279 | 743 |
| 3. Glostrup | 754 | 1.623 | 2.377 |
| 4. Hvidovre* | 1.350 | 800 | 2.150 |
| 5. Høje-Taastrup* | 1.370 | 2.610 | 3.980 |
| 6. Ishøj | 727 | 1.065 | 1.792 |
| 7. Vallensbæk* | 210 | 70 | 280 |
| Vestegnen ialt | 5.492 | 6.748 | 12.240 |

**) : beregnet med fremskrivning af den pris- og mængdemæssige udvikling*

Tabel 2.3 Omsætning 2008 fordelt på brancher (mio. kr. inkl. moms).

Som det fremgår, lå den samlede omsætning på godt 12 mia. kr. i i hele området betragtet under ét. 45 % af omsætningen er dagligvarer.

Knap 7 mia. kr. – svarende til 55 % - er udvalgsvareomsætning.

De 3 betydeligste kommuner inden for udvalgsvarer er Høje-Taastrup, Glostrup og Ishøj. Knap 80 % af den samlede udvalgsvareomsætning i de 7 kommuner ligger her.

Omsætningen fra forhandlere af særlig pladskrævende varer indgår

Bemærk, at selvom forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper antals- og arealmæssigt behandles særskilt sidst i dette kapitel, så indgår omsætningen til private i tabel 2.3.

Endvidere er omsætningen fra de store supermarkeder fordelt på dagligvarer, beklædning, boligudstyr og øvrige udvalgsvarer.

Forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper

Der er foretaget en opgørelse af antallet af butikker, der forhandler særlig pladskrævende varegrupper. Der er her tale om butikker der forhandler planter, biler, campingvogne, lystbåde samt efter nærmere regler bygge- og trælastartikler til private. Desuden indgår møbelbutikker, der alene sælger møbler.

På Vestegnen er der i alt 47 forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper, som tilsammen har et bruttoareal på omkring 87.600 m² (excl. Hvidovre kommune).

Der er for så vidt angår Høje-Taastrup og Vallensbæk kommuner i forhold til ældre analyser foretaget en revurdering af, hvilke butikker der efter de nye regler i Planloven kan henregnes til butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper.

Bemærk, at forhandlere af biler, både og campingvogne skal have et egentligt udstillingslokale for at indgå i denne opgørelse.

| | Antal butikker | Areal (m ²) |
|-----------------------|----------------|-------------------------|
| 1. Albertslund | 3 | 5.800 |
| 2. Brøndby | 9 | 10.900 |
| 3. Glostrup | 9 | 21.400 |
| 4. Hvidovre | * | * |
| 5. Høje-Taastrup | 16 | 35.200 |
| 6. Ishøj | 7 | 10.700 |
| 8. Vallensbæk | 4 | 4.800 |
| Vestegnen ialt | 47 | 87.600 |

*) : ingen oplysninger

Tabel 2.5 Butikker der forhandler særligt pladskrævende varer fordelt på kommuner (m²).



Forbrug på Vestegnen

Befolknings- og forbrugsforhold

Til brug for vurderinger af udviklingsmulighederne for detailhandelen på Vestegnen belyses størrelsen af det nuværende og fremtidige forbrug af detailhandelsvarer i de forskellige kommuner.

Datagrundlag og horisontår

Der er ved beregningen af forbruget anvendt ICPs bearbejdede data af Danmarks Statistiks forbrugsundersøgelser samt oplysninger om bl.a. indkomst-, bolig- og befolkningsforhold ligeledes fra Danmarks Statistik.

Desuden har kommunerne bidraget med data omkring bl.a. befolkningsudviklingen. Beregningerne og opgørelserne knytter sig til 2008 samt horisontåret 2021 (2020).

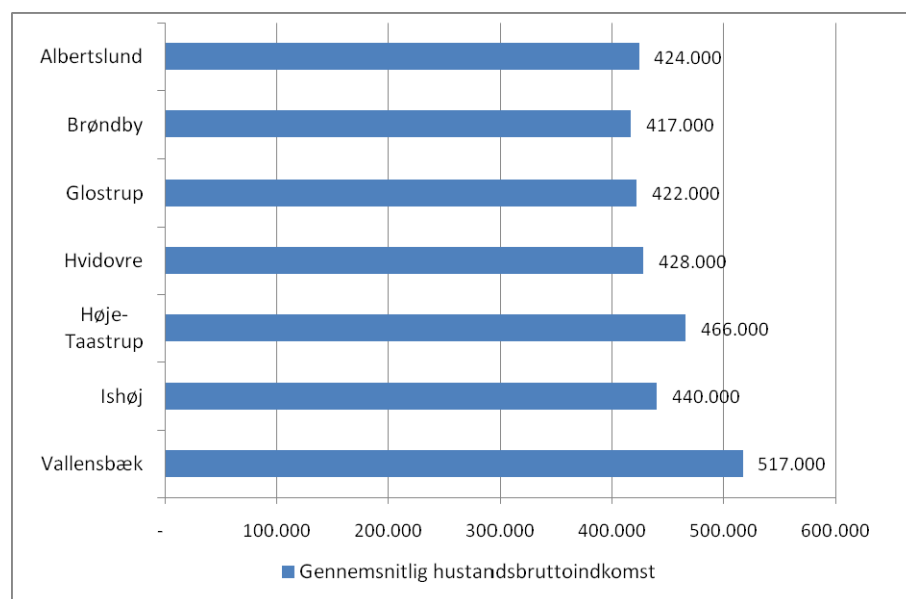
Niveau for husstandsindkomst

Forbruget i den enkelte husstand afhænger bl.a. af husstandens indkomstniveau.

I Albertslund, Brøndby, Glostrup og Hvidovre ligger den samlede husstandsbruttoindkomst nogenlunde på linje med landsgennemsnittet på ca. 425.000 kr.

I Høje-Taastrup og Ishøj ligger den en smule over, mens den i Vallensbæk ligger væsentligt over landsgennemsnittet.

Figur 3.1 viser husstandsbruttoindkomsten for de 7 kommuner.



Figur 3.1 Husstandsbruttoindkomst 2006

Befolkningsforhold

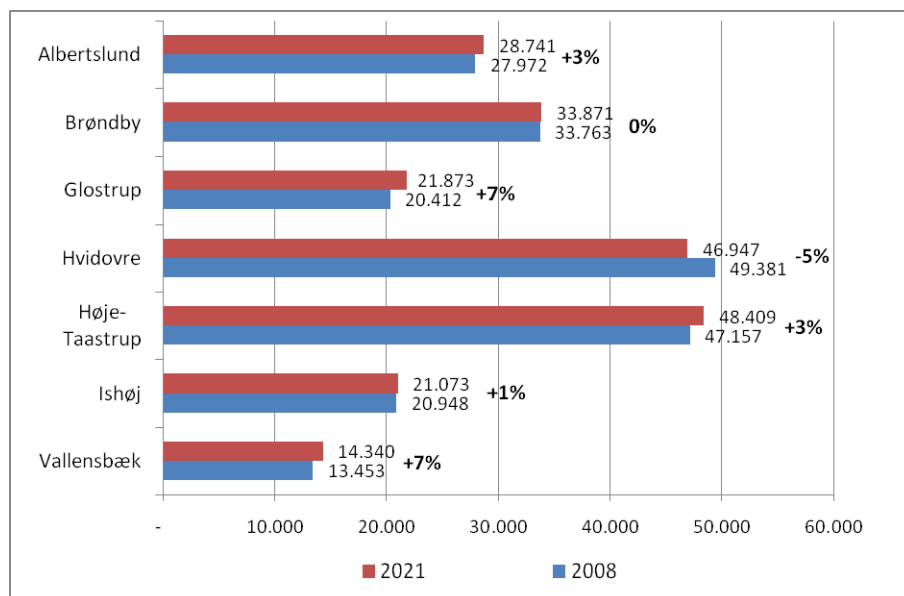
Som det fremgår af figur 3.2, ventes der stigninger i befolkningstallet i alle kommuner med undtagelse af Hvidovre, hvor der ventes et fald på knap 5%.

De største stigninger ventes i Glostrup og Vallensbæk, begge steder med forventning om en befolkningstilvækst omkring 7%.

I Albertslund og Høje-Taastrup ventes en tilvækst på omkring 3%, mens befolkningstallet ventes at stagnere i Brøndby og Ishøj.

Samlet set ventes en stigning i befolkningstallet i de 7 kommuner på omkring 1%.

Det samlede befolkningstal ligger omkring 215.000 personer.



Figur 3.2 Befolkningsudvikling

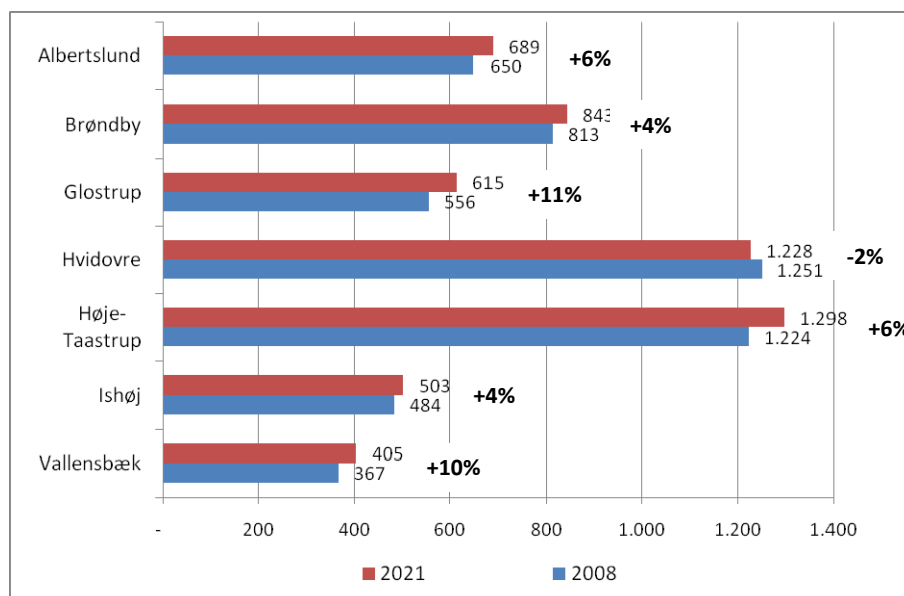
Forbrugsforhold

På baggrund af ovenstående oplysninger om befolknings- og indkomstforholdene samt ICP's specialtabeller fra Danmarks Statistiks forbrugsundersøgelser, er forbruget for 2008 og 2021 beregnet.

Dagligvareforbruget hos borgerne i de 7 kommuner ses i figur 3.3.

Der var i 2008 et samlet dagligvareforbrug på ca. 5,35 mia. kr. incl. moms.

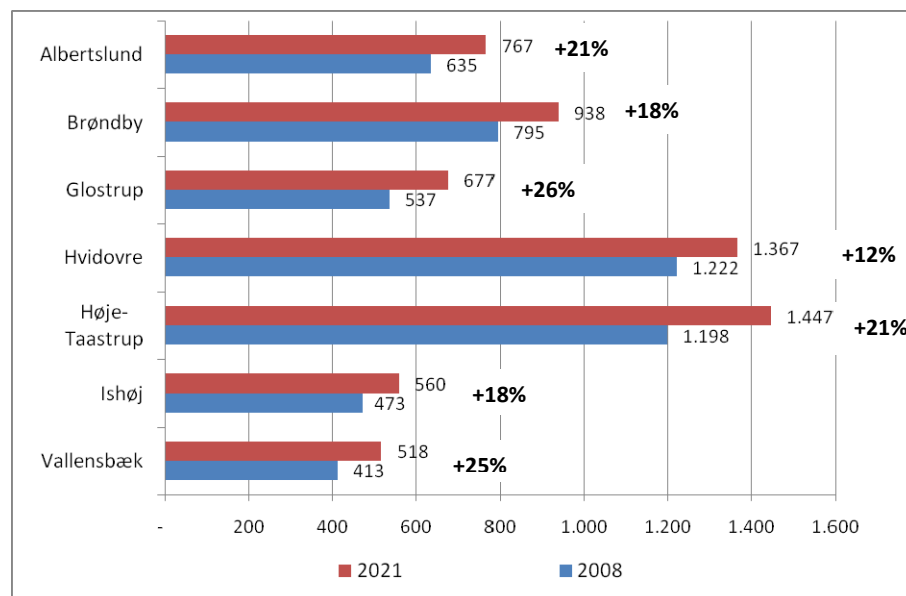
De største tilvækster frem mod 2021 ventes i Glostrup og Vallensbæk kommuner.



Figur 3.3 Forbrug af dagligvarer (mio. kr. inkl. moms i 2008-priser)

Samlet set ventes der i de 7 kommuner en vækst i dagligvareforbruget på ca. 250 mio. kr. svarende til godt 4 %.

Forventningen om den relativt beherskede stigning skal ses i lyset af befolkningstilvæksten samt forventningen om en begrænset stigning i forbruget pr. person.



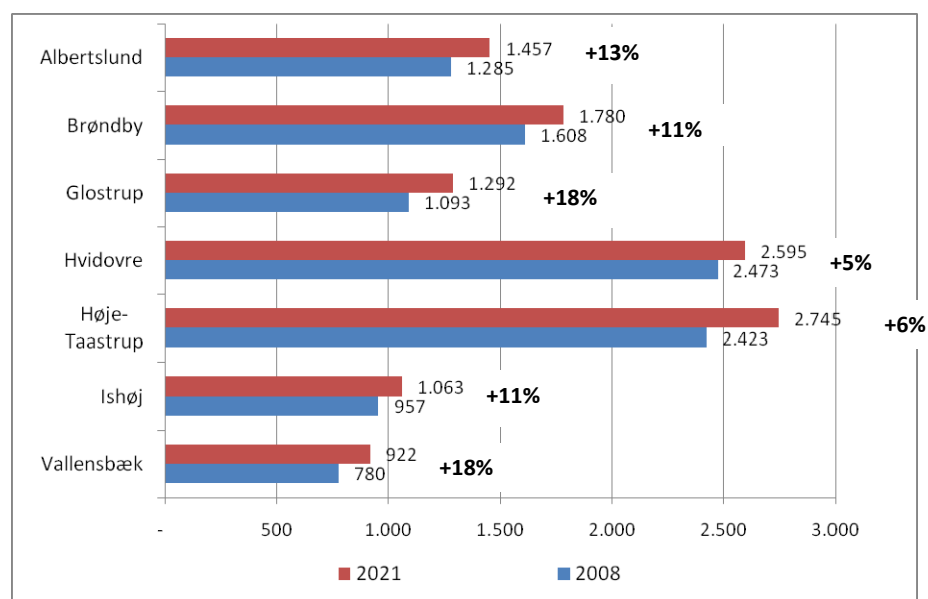
Figur 3.4 Forbrug af udvalgsvarer (mio. kr. inkl. moms i 2008-priser)

Af figur 3.4 fremgår forbruget af udvalgsvarer i de 6 områder.

Frem til 2021 ventes der en stigning i forbruget på 1 mia. kr. incl. moms, hvilket svarer til en stigning på ca. 19 % i forhold til niveauet for 2008.

Stigningen skal især ses som udtryk for en forventning om en stigning i udvalgsvarerforbruget pr. person på omkring 1,25 % pr. år frem mod 2021.

Afslutningsvis vises det samlede forbrug af detailhandelsvarer, dvs. daglig- og udvalgsvarer under ét, i figur 3.5.



Figur 3.5 Forbrug af detailhandelsvarer i alt (mio. kr. inkl. moms i 2008-priser)



Handelsbalance og opland

Handelsbalance og opland

Ved at sætte den realiserede omsætning i butikkerne i forhold til forbruget i kommunerne fås et udtryk for dækningsgraden eller hvor stor en del af det potentielle forbrug i kommunen, der svarer til omsætningen i kommunens butikker i 2008.

Dækningsgraden afspejler således ikke, hvorledes omsætningen er sammensat af køb fra lokale forbrugere og forbrugere bosat i andre områder, men er alene udtryk for, om der er overskud eller underskud på handelsbalancen.

I det følgende er forholdet mellem omsætningen og forbruget af henholdsvis daglig- og udvalgsvarer beregnet for de 7 kommuner.

Handelsbalance

I kommunerne i Vestegnssamarbejdet set som helhed var der på dagligvarer et forhold mellem omsætning og forbrug på 103 %, mens forholdet på udvalgsvaresiden var 128 %.

Disse 2 tal viser, at forbrugerne fra kommunernes opland beløbsmæssigt køber mere ind i butikkerne i Vestegns-kommunerne, end forbrugere fra disse kommuner køber ind i butikker uden for kommunen. Dette gælder både for dagligvarer og udvalgsvarer.

| Kommune | Dagligvarer | Udvalgsvarer | Detailhandel i alt |
|-----------------|-------------|--------------|--------------------|
| Albertslund | 95 | 47 | 71 |
| Brøndby | 57 | 35 | 46 |
| Glostrup | 136 | 302 | 218 |
| Hvidovre | 107 | 66 | 78 |
| Høje-Taastrup | 112 | 218 | 164 |
| Ishøj kommune | 150 | 225 | 187 |
| Vallensbæk | 58 | 17 | 36 |
| Vestegnen i alt | 103 | 128 | 115 |

Dagligvarer

Handelsbalancen indenfor dagligvarer er lavere end for udvalgsvarer. Dette skyldes, at forbrugere generelt køber dagligvarer relativt tæt på deres bopæl, og som oftest kun i forbindelse med udvalgsvarekøb i større centre, bruger butikker, der ikke ligger relativt tæt på, hvor de bor.

I betragtning af, at der ligger et regional center i Høje-Taastrup og en meget betydende dagligvarebutik (Bilka) i Ishøj, er der ikke tale om et højt niveau. Der er dog samlet set også sket et fald siden 1997 hvor forholdet mellem omsætning og forbrug i de 7 kommuner var 110 %. Faldet kan skyldes, at der i markedsområdet iøvrigt er etableret en række større udbudspunkter siden 1997. Field's, Fisketorvet og Ro's Torv i Roskilde er etableret og Rødovre Centrum er blevet kraftigt udvidet. Dette har betydet, at konkurrencesituationen er skærpet og den regionale effekt af centrene i Vestegnen, relativt, er blevet formindsket.

Faldet sættes yderligere i perspektiv af, at Metros omsætning til private ikke var med i opgørelsen i 1997.

Som det fremgår, er der tale om 4 kommuner der har en handelsbalance inden for dagligvarer på mere end 100 % og 3 der har en handelsbalance under 100 %.

Niveauet i Glostrup og Ishøj er meget betragteligt. Dette hænger i Ishøj som nævnt sammen med Bilka og i Glostrup salget til ”private” i Metro.

I Hvidovre og Høje-Taastrup er niveauerne omkring 110 %. Dette hænger sammen med City 2 i Høje-Taastrup kommune. I Hvidovre skyldes det, at især varehusene og supermarkedet i Friheden Stationscenter og på Hvidovrevej har en del kunder fra især Københavns og Brøndby kommuner.

Udvalgsvarer

Et samlet forhold mellem omsætning og forbrug på 128 er omvendt relativt højt for et område med omkring 215.000 indbyggere.

I toppen ligger Glostrup kommune med en omsætning i forhold til forbrug på mere end 300%. Således svarer omsætningen til mere end 3 gange det potentielle forbrug i kommunen. Dette høje niveau nås dels på grund af Glostrup Storcenter samt de store udvalgsvarerbutikker som El-Giganten, HTH, Bauhaus, Computer City og Tæppeland langs Hovedvejen, dels fordi Glostrup kommune er en befolkningsmæssigt relativ lille kommune.

I Ishøj og Høje-Taastrup kommuner er forholdet ligeledes højt. Dette skyldes i Ishøj især Ishøj Bycenter med Bilka samt Ilva og de øvrige storbutikker i Industridalen vest for Køge Bugt Motorvejen.

I Høje-Taastrup Kommune er det især City 2 samt Ikea og butikkerne i dette område, der giver en høj handelsbalance. Dette høje niveau er opnået, til trods for at Høje-Taastrup kommune har mere end 45.000 indbyggere.

I de øvrige kommuner er forholdet mellem omsætning og forbrug under 100%. Det vil sige, at forbrugerne i disse kommuner i en vis udstrækning dækker deres forbrug af udvalgsvarer ved køb uden for bopælskommunen.

Dette skyldes, at der ikke er større, overdækkede butikcentre i nogen af kommunerne samt at der ikke i Hvidovre kommune er et egentligt skarpt defineret hovedcenter.

Siden 1997 er handelsbalancen faldet fra 132 %. Dette har samme årsager som nævnt ovenfor. Der er etableret en del betydende detailhandel siden 1997, hvor der omvendt kun i relativt begrænset omfang er sket betydende etableringer i de 7 kommuner i Vestegnssamarbejdet.

Handel via internet har også en betydning – især inden for udvalgsvarer.

ICP har gennemført en lang række analyser, der indikerer, at køb af detailhandelsvarer, f.eks. elektronik, bøger og musik, via netbutikker fortsat er begrænset, men voksende.

Samlet set er det ICP's vurdering, at godt 5 % af den samlede detailhandelsomsætning går via nettet.



Nuværende og fremtidig konkurrencesituation

Indledning

Generelt er konkurrencesituationen i Hovedstadsregionen blevet skærpet de senere år.

Vestegnen

I de 7 kommuner på Vestegnen har detailhandelen undergået og vil undergå betydelige renoveringer og nyetableringer.

City 2 totalrenoveres og ombygges for tiden. Man laver blandt andet nye gulve, lofter og nye butikker. Ombygningen er planlagt at være færdig i 2012. Centret er for en årrække siden blevet udvidet med ca. 8.000 m².

Ishøj Bycenter er ligeledes for nylig blevet renoveret og udvidet.

I **Industridalen i Ishøj** ved Køge Bugt Motorvejen er der inden for de seneste år etableret en række storbutikker bl.a. Harald Nyborg, Jem & Fix samt en række køkkenbutikker. Der etableres for øjeblikket en Bauhaus på ca. 15.000 m².

Glostrup Storcenter er i gang med en omfattende renovering og modernisering samt udvidelse af butikscentret på 6.000 m². Efter planen er renoveringen og udvidelsen færdig i 2010. Ved Glostrup Station åbnede i 2008 2G, et butikscenter på ca. 8.000 m².

I Hvidovre renoveres **Hvidovre Stationscenter**. Der er indenfor de seneste 5 år etableret et varehus på Hvidovrevej og **Friheden Stationscenter** er ligeledes udvidet med blandt andet et varehus.

Der er aktuelle planer om at udvide **Vallensbæk Nærcenter** med i alt ca. 13.000 m².

Regionen iøvrigt

ICP er vidende om, at stort set alle kommuner i Hovedstadsregionen i forbindelse med Kommuneplanrevisionen har planer om at udlægge betragtelige arealer til detailhandel – primært i forbindelse med deres bymidter.

Dette gælder i Københavns kommune, hvor især Field's og Københavns City søges styrket. Desuden er der tale om omfattende arealudlæg i Frederiksberg, Rødovre, Gladsaxe, Lyngby-Taarbæk, Herlev og Ballerup.

En lang række af de veletablerede butikcentre som Lyngby Storcenter og Rødovre Centrum har desuden de senere år foretaget kraftige renoveringer og udvidelser for at imødekomme forbrugernes øgede krav og for at fastholde markedsandelene.

Denne generelle skærpelse af konkurrencen blandt regionens store udbudspunkter har betydet en væsentlig forøget konkurrencesituation både på det regionale niveau men også mellem de mindre centre - ikke mindst på udvalgsvaresiden.

Forbrugernes mobilitet er stigende og konkurrencen mellem de største udbudspunkter Københavns City, City 2, Lyngby bymidte, Rødovre Centrum, Høje-Taastrup, Fisketorvet og Field's vil intensiveres i årene fremover.

Butikslivet i **Københavns City** er i de senere år blevet væsentligt opgraderet. Der i dag mere end 1.000 butikker og en samlet omsætning på omkring 14 mia. kr. i 2007.

Der ligger i dag 2 stormagasiner i Københavns City. Magasin ved Kongens Nytorv er det største med et salgsareal på godt 30.000 m². Det andet stormagasin, Illum, har over de senere år gennemgået en større renovering. Illum er profileret som et city shoppingcenter med et stort udbud inden for især beklædning, parfume og andre livsstilsprodukter.

Københavns City er også blevet styrket med etableringen af Metroen og åbningen af butikkerne i Galleri K i den tidligere Cityarkade på Østergade. Herudover bliver City yderligere styrket ved endnu 5.000 m² detailhandel i Berlingske Karéen.



Mod vest er Ro's Torv i Roskilde på det seneste blevet udvidet, så det samlede areal til detailhandel er i omegnen af 30.000 m².

I marts 2004 åbnede Skandinavians største butikscenter **Field's** på Amager Fælled på ca. 65.000 m². Dette superregionale center tiltrækker kunder fra hele Sjælland og Sydsverige. Som ankerlejere er lavprisvarehuset Bilka, stormagasinet Magasin samt Hennes & Mauritz og Stadium. Der er ca. 130 butikker og andre servicefunktioner.

Fisketorvet Shoppingcenter har ca. 100 butikker på ca. 39.000 m². Centret tiltrækker kunder fra København og store dele af vestegnen. Centret udgør med CinemaxX-biografen og beliggenheden nær Københavns City noget særligt. Fisketorvet har ligesom Field's mange kunder fra Københavnsregionen.

Rødovre Centrum er blevet styrket markant med en udvidelse og total renovering for få år siden. Desuden er antallet af parkeringspladser steget til ca. 3.000. Butiksarealet er 37.500 m² og med ca. 110 butikker har centret en størrelse, der gør det til en destination for kunder bosiddende længere væk.

I **Roskilde** etablerede man i 2003 Ro's Torv med et udlejningsareal på ca. 20.000 m². Centret åbnede i 2009 en udvidelse på 10.000 m², således at det samlede udlejningsareal nu udgør ca. 30.000 m².

Lyngby bymidte har gennemgået megen renovering indenfor de sidste år. Lyngby Storcenter blev i efteråret 2003 færdig med en totalrenovering med blandt andet ny belægning, lofter og facade, samt en udbygning på omkring 6.000 m² og i alt knap 25 flere butikker. Senest har Lyngby Storcenter fået renoveret deres parkeringskælder.

Lyngby Hovedgade har fået ny belægning og er blevet forskønnet. Herudover har Lyngby for en del år siden fået et kulturhus med et biografkompleks med 11 sale samt 3 musik/teatersale. Lyngby bymidte er hermed blevet et endnu stærkere regionalt center.

Herlev bymidte består af butikscentret Herlev Bymidte Center samt gågaden Herlev Bygade, Bangs Torv samt Herlev Hovedgade. Der er i alt 70 butikker, heraf er 33 butikker placeret i Herlev Bymidte Center. Herlev bymidte er et væsentligt indkøbssted for forbrugerne i Herlev kommune.

Hundige Storcenter, der i dag fungerer som hovedcenter for forbrugerne i Greve kommune, udvides for tiden fra de eksisterende ca. 55.000 m² til ca. 68.000 m² med omkring 135 butikker og 3.200 p-pladser. Dermed bliver Hundige Storcenter landets næststørste center.

Udbygningen vil især styrke centrets udvalgsvareprofil samt skabe en større modvægt til hypermarkedet Bilka. Der etableres en lang række kædebutikker inden for beklædning og livsstilsprodukter. Centret ventes at tiltrække kunder fra hele Køge Bugt-området, Vestegnen samt fra dele af Sjælland, der ligger tæt på Motorvejen.

Centret havde i 2007 en omsætning på 1,8 mia. incl. moms, hvilket ventes at ville stige med minimum 300 mio. kr., når udbygningen tages i brug i efteråret 2009.

I **Stenløse** er der planer om at etablere et varehus enten i Stenløse eller i Ølstykke. Planerne er dog fortsat på planlægningsstadiet.

Stenløse Centret har ydermere planer om en overdækning af centret, hvilket forventes at styrke centret yderligere.

Der er planer med **Carlsberg-grunden** i Valby. Planen er at udvikle en ny bydel med et intenst byliv med en blanding af boliger, erhverv, handel, kultur og fritid. Der er planer om, at området skal rumme 22.000 m² til detailhandel, omkring 3.000 boliger og en lang række kulturfunktioner og grønne områder. Detailhandelen på Carlsberg vil dog primært henvende sig til beboerne i den nye bydel.

Bilag 1

Branchefortegnelse

1. DAGLIGVARER

| | |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10.71.20 | Fremstilling af friske bageriprodukter |
| 50.50.20 | Servicestationer med kiosksalg |
| 47.11.10 | Købmænd og døgnkiosker |
| 47.11.20 | Supermarkeder |
| 47.11.30 | Discountforretninger |
| 52.12.10 | Varehuse. Selvbetjeningsbutikker med fuldt fødevarsortiment, hvor omsætningen af non-food-varer udgør mere end 20% af den samlede omsætning og hvor salgsarealet udgør mindst 1.500m ² . |
| 47.21.00 | Frugt- og grøntforretninger |
| 47.29.00 | Anden detailhandel med fødevarer i specialforretninger |
| 47.23.00 | Fiskeforretninger |
| 47.24.00 | Detailhandel med brød, konditori- og sukkervarer |
| 52.24.20 | Chokolade- og konfektreforretninger |
| 52.25.00 | Vinforretninger |
| 47.26.00 | Tobaksforretninger |
| 52.27.10 | Osteforretninger |
| 52.27.30 | Helsekostforretninger |
| 52.27.90 | Detailhandel med føde- drikke- og tobaksvarer fra specialforretninger i øvrigt. |
| 47.73.00 | Apoteker |
| 47.74.00 | Detailhandel med medicinske og ortopædiske artikler |
| 52.33.10 | Parfumerier |
| 52.33.20 | Materialister |
| 47.76.00 | Blomsterforretninger |
| 71.40.10 | Udlejning af videobånd |

2. BEKLÆDNING

| | |
|------------|----------------------------------------------------|
| 52.12.20 | Stormagasiner |
| 47.51.00 | Detailhandel med kjolestoffer, garn, broderier mv. |
| 52.42.10 | Dametøjsforretninger |
| 52.42.20 | Herretøjsforretninger |
| 52.42.30 | Herre- og dametøjsforretninger (blandet) |
| 47.71.20.1 | Babyudstyrs- og børnetøjforretninger |
| 47.72.10 | Skotøjsforretninger |
| 52.50.90 | Forhandlere af brugt tøj |
| 47.91.20 | Detailhandel fra postordreforretninger |

3. BOLIGUDSTYR

| | |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------|
| 45.31.00 | El-installatører med butikshandel |
| 45.33.00 | VVS-installatører og blikkenslagerforretninger |
| 47.53.00 | Detailhandel med tæpper, vægbeklædning og gulvbelægning |
| 45.44.20 | Glarmesterforretninger med butikshandel |
| 47.59.10 | Møbelforretninger *) |
| 47.59.20 | Boligtekstilforretninger |
| 47.59.30 | Detailhandel med køkkenudstyr, glas, porcelæn, bestik, vaser, lysestager m.v. |
| 47.59.90 | Detailhandel med belysningsartikler samt husholdningsartikler i .a.n.” |
| 47.54.00 | Detailhandel med elektriske husholdningsapparater |
| 47.43.00 | Radio- og tv-forretninger |
| 52.46.10 | Isenkramforretninger |
| 47.52.20 | Byggemarkeder og værktøjsmagasiner |
| 47.52.10 | Farve- og tapetforretninger |
| 47.78.30 | Forhandlere af gaveartikler og brugskunst |
| 47.78.40 | Kunsthandel og gallerivirksomhed |
| 47.41.00 | Detailhandel med computere, ydre enheder og software |
| 47.42.00 | Detailhandel med telekommunikationsudstyr |
| 52.50.20 | Antikvitetsforretninger |
| 47.79.00 | Detailhandel med brugte varer i forretninger |
| 47.91.10 | Detailhandel fra postordreforretninger |
| 52.48.99 | Detailhandel med køkken og badeværelseelementer |
| 52.74.60 | Låsesmede – hvis salgslokale |
| 71.33.10 | Udlejning af edbmaskiner – hvis salgslokale |
| 71.33.20 | Udlejning af kontormaskiner – hvis salgslokale |

*) Planloven definerer visse møbelforretninger og tømmerhandler med tilknyttet byggemarked som særligt pladskrævende varegruppe. ICP behandler omsætningsmæssigt både møbelforretninger og byggemarkedsdelen i en tømmerhandel som boligudstyr.

4. ØVRIGE UDVALGSVARER

| | |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 50.30.20 | Detailhandel med reservedele og tilbehør til biler mv. (autoudstørsforretninger) |
| 50.40.00 | Detailhandel med motorcykler, reservedele og tilbehør |
| 47.72.20 | Lædervareforretninger |
| 47.63.00 | Pladeforretninger |
| 47.59.40 | Forhandlere af musikinstrumenter |
| 47.61.00 | Detailhandel med bøger |
| 47.77.00 | Detailhandel med ure, smykker og guld- og sølvvarer |
| 47.78.10 | Optikere |
| 47.78.20 | Fotoforretninger |
| 52.48.40 | Frimærke- og møntforretninger |
| 47.64.10 | Forhandlere af sports- og campingudstyr |
| 47.65.00 | Detailhandel med spil og legetøj |
| 47.64.20 | Cykel- og knallertforretninger |
| 47.76.30 | Dyrehandel |
| 52.48.95 | Pornobutikker |
| 52.48.99 | Detailhandel med andre varer, barnevogne, børstevarer, skumgummi, ovne og pejse, skibsproviantering med butikshandel. |
| 52.50.10 | Bogantikvariater |
| 52.50.90 | Andre forhandlere af brugte varer. |
| 52.61.00 | Detailhandel fra postordreforretninger - hvis salgsløkal |

5. **BUTIKSTYPER DER FORHANDLER SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE
VAREGRUPPER**

| | |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 50.10.20 | Detailhandel med biler |
| 50.10.30 | Detailhandel med campingvogne mv. |
| 47.76.20 | Planteforhandlere og havecentre |
| 52.44.10 | Møbelforretninger *) |
| 52.48.55 | Forhandlere af lystbåde og udstyr hertil Tømmerhandler og butikker med større bygningsmaterialer *) |

*) Planloven definerer visse møbelforretninger og tømmerhandler med tilknyttet byggemarked som særligt pladskrævende varegruppe. ICP behandler detailhandelsomsætningen i både møbelforretninger og byggemarkedsdelen i en tømmerhandel som boligudstyr.