

VISTA
ANALYSE

Fremtidens næringsparker

Trender, og utviklingstrekk – hvordan sikre attraktive og konkurransedyktige næringsparker for fremtiden ?

Hanne Toftdahl, Vista Analyse

Bærum, 16. april, 2022





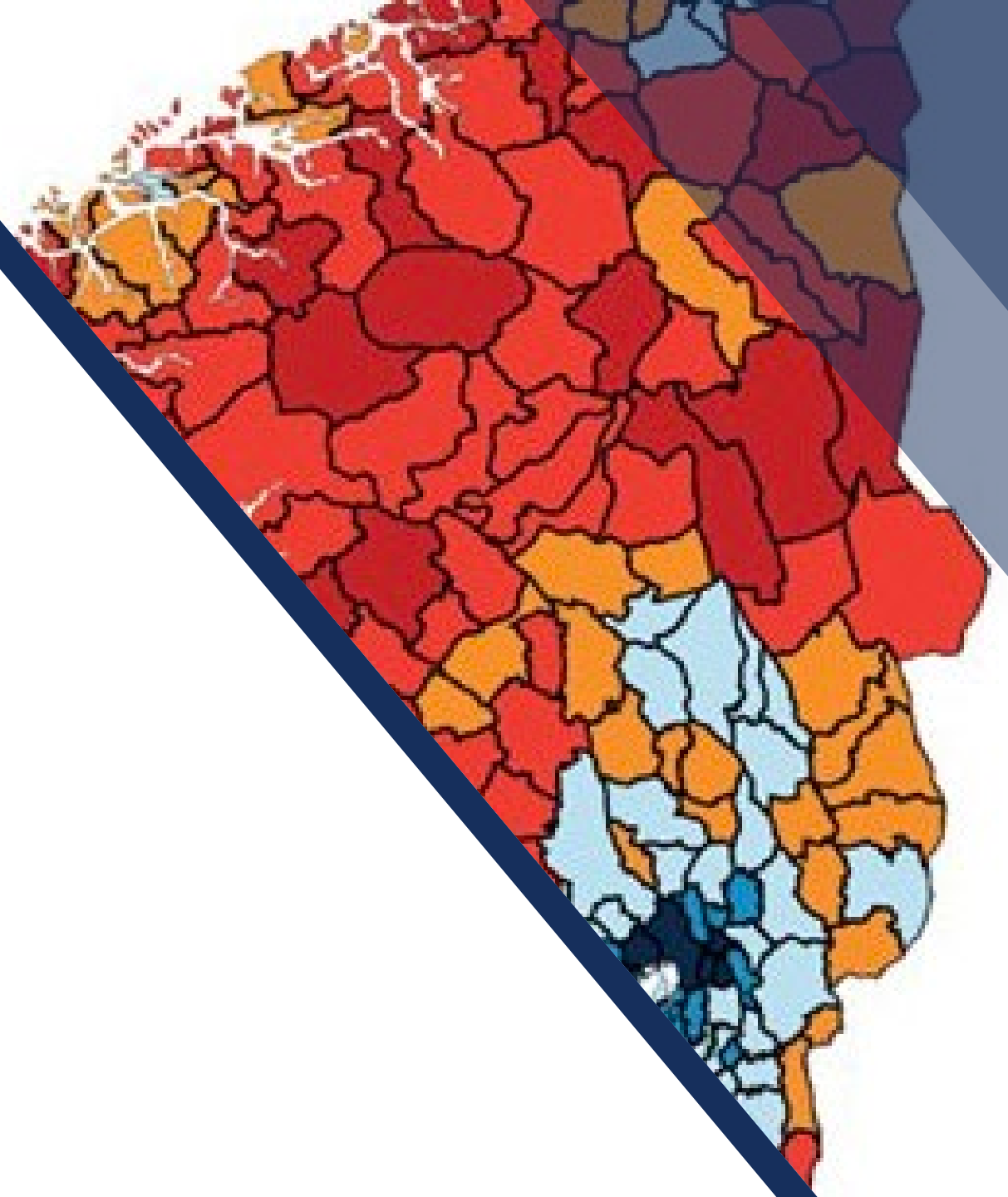
Problemstillinger under dagens tema

- 1 Økt press på areal
- 2 Næringsparker i endring – regionale variasjoner
- 3 Mål og middel i politisk styring
- 5 Hvorfor skal alle inn i en «big-box»?
- 6 Handel som miljøskaper i sentrum
- 7 Kundegrunnelaget avgjør byggets kvalitet
- 8 Hva skal være hvor?
- 9 Differensier og prioriter arealbruken



VISTA
ANALYSE

**Økt press på areal
.... noen steder**



Presset øker mot de store byene



- Presset øker mot de aller største byene – flere folk gir mindre plass
- Økende konkurranse om - og knapphet på - areal
- «Alle» søker mot flatt, ubrukt areal – også offentlig sektor (skoler, sykehus mm)
- Økt tetthet gir økt etterspørsel etter varer og tjenester –
 - som igjen øker tetthet og arealpress
- Økende bransjeglidning – flere kombinasjoner av varer, varestørrelser og tjenester kompliserer styringsmulighetene
- Økende differensiering/spesialisering
 - Henger sammen med klyngeeffekt, tilgjengelighet og arealpris
- Produksjon, transport og logistikk trekkes stadig lenger utover i store parker
 - Økt differensiering mellom kommunene (Vestby, Ullensaker, Lillestrøm, Bærum, Asker m fl) – hver kommune sin nisje

Utviklingstrekk – stor utskifting

Noe trekkes inn og noe trekkes ut av byen



Produksjon og logistikk ut av sentrum



Handel i big- boxes inn mot folk

Stort arealbehov rundt Oslo — Oslo nord tar for tiden mest



Bauhaus netthandel fra Sverige til Berger



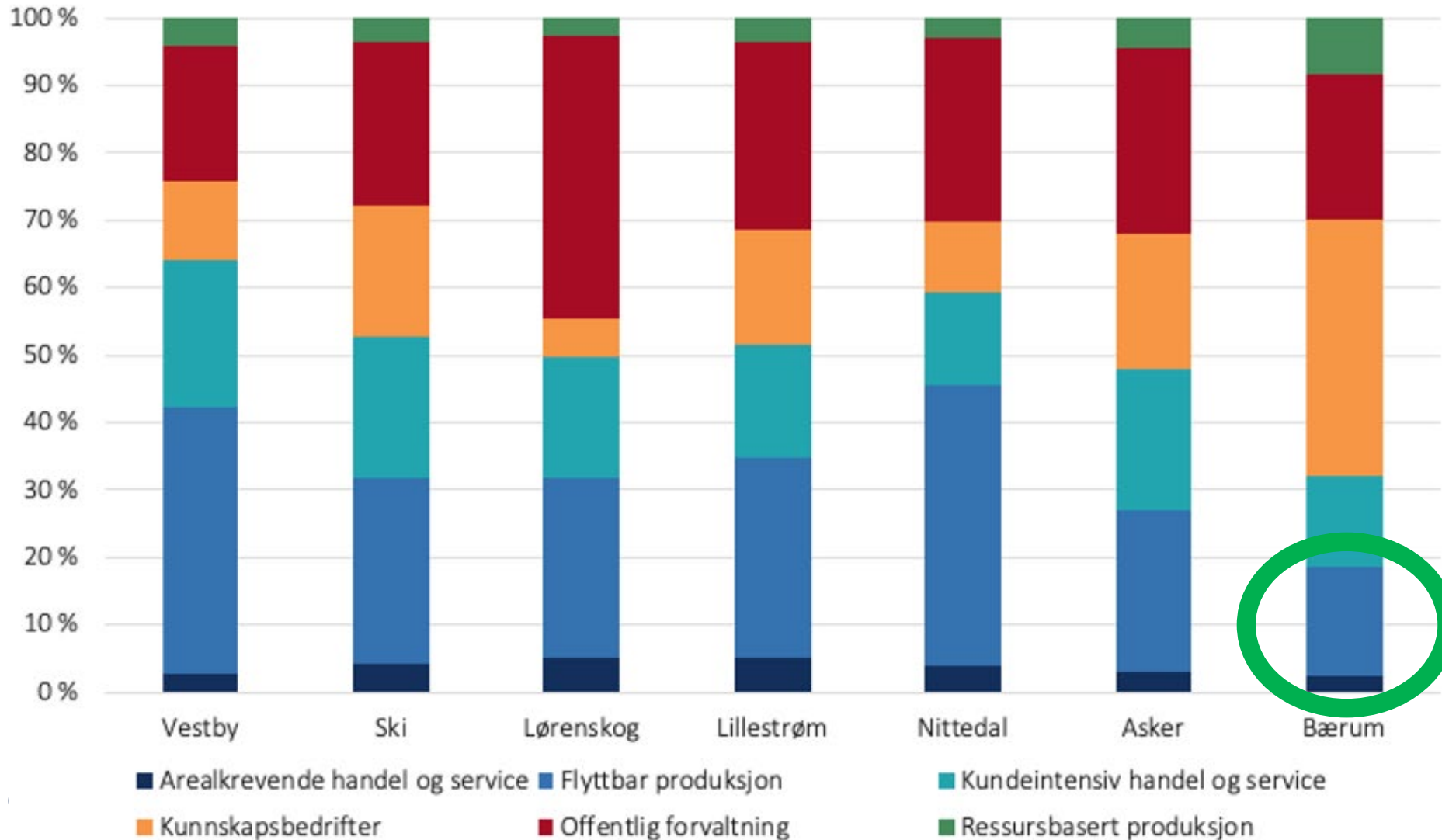
Eiendomsaktøren NREP blar opp **tre milliarder** for et Coop-lager ved Gardermoen. Ifølge rådgiver Pangea er dette den høyeste kjøpesummen noensinne for en norsk logistikkeiendom.



Bærum lite arealkrevende virksomhet



Næring etter arealbruk



Areakrevende næringer



Bærum bør ha plass til:

- *Husholdningsrettet tjenesteyting – søker nærhet til kunden*
- *Varehandel – nærhet til kunden*

Men; Arealprisene er kritiske ift konkurranse

Kan flytte ut:

- *Lager, logistikk*
- *Produksjon som ikke har en stedegen historikk, profil, identitet*

Bærum har for høye kostnader på areal og arbeidskraft

Næringsparkenes «standard» i endring





Varehusene reduserer størrelsen

- Biltema reduserer størrelsen fra 15.000-konsepter til 7.500
 - H&M reduserer fra 1.200 til 800
 - Ingen har økt arealvolumet de siste årene
 - Noen nykommere, men andre forsvinner
- Det ser ut til å være begrenset volumvekst, selv om noen bygger ut (Biltema og Coop er særlig offensive)
- Markedet nærmer seg metning
- Pris på energi bidrar også til redusert størrelse

**Byene står foran store
utfordringer**

Byen skal være motoren...

Hva skal egentlig styres gjennom
regional plan?

Hva styrer vi mot?





Høna eller egget?

Viken; Regional plan for handel, service og senterstruktur – uten definisjon av varegrupper. Målet er som følger:

Formålet med den regionale planen er å styrke handels- og servicetilbudet i sentrum av byer og tettsteder, for derigjennom å styrke by- og tettstedssentrene og legge til rette for miljøvennlige transportvalg. Styrkingen av by og tettstedssentrene gjøres for å unngå en utvikling med byspredning. Miljøvennlige transportvalg skal motvirke økt bilavhengighet og dårligere tilgjengelighet for dem som ikke disponerer bil.

Er handel virkemiddel eller resultat?

Er dette feil diagnose eller feil medisin?



Problemstillinger – styring mot hvilket mål?

- Er målet mindre personbiltransport?
 - *Vi bruker mest bil mellom bolig og arbeid. Hvorfor så liten fokus på lokalisering av arbeidsplasser?*
- Er målet redusert transport generelt?
 - *Her må vi også ta inn over oss «last mile» og hjemtransport ved økt netthandel*
- Er målet lavere klimagassutslipp?
 - *Hva i så fall med økt El-bilbruk?*
- Er målet flere folk i sentrum?
 - *Hvorfor tillates kontorbygg utenfor sentrum? Er det handel som skal redde sentrum? Vi ønsker folk i sentrum og det ville være litt stusselig om butikker skal være sentrums innhold*
- Er målet mer handel i sentrum?
 - *I så fall er man på etterskudd – for fysisk handel er i ferd med å dø ut*
- Er målet en praktisk hverdag for folk flest - slik at de trives og kan stå i jobb?
 - *Hverdagen er travel – og vi må planlegge for en tidseffektiv hverdag*
- Er målet et godt tilbud til gode priser?
 - *Sentrum selger de dyreste varene – og snart bare i de største byene (med mest sirkulasjon)*

Nytt forbruksmønster

Veksten skjer innenfor:

- Delingsøkonomi
- Opplevelsesøkonomi
- Netthandel
- Husholdningsrettet etterspørsel etter tjenester – øker med økt tetthet



Hvorfor disse big-boxene?

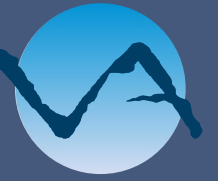
Fordi det gir oss rimelige varer som konkurrerer med nettprisene

Fordi det er praktisk og tidsbesparende

Stort utvalg – alt på ett sted



Amazons lager - nettet er konkurrenten



Et av Europas mest effektive lagersystem

Sørger for lynrask levering for Komplette Bedrift kunder!





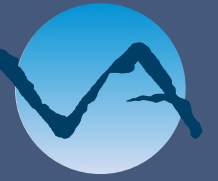
Om målet er liv i gaterom...

Ønsker vi boxer i gata?

Kvalitet?

Hva skal ligge hvor?

Er dette målet? (Strømmen)



Det er gjort helt «riktig»...



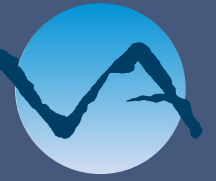
Men skaper det byliv?



Mer blanding

Dagligvarer, små varer, store varer,
tunge varer, lette varer, volumhandel,
småhandel





Rusta, Obs, Europris m fl

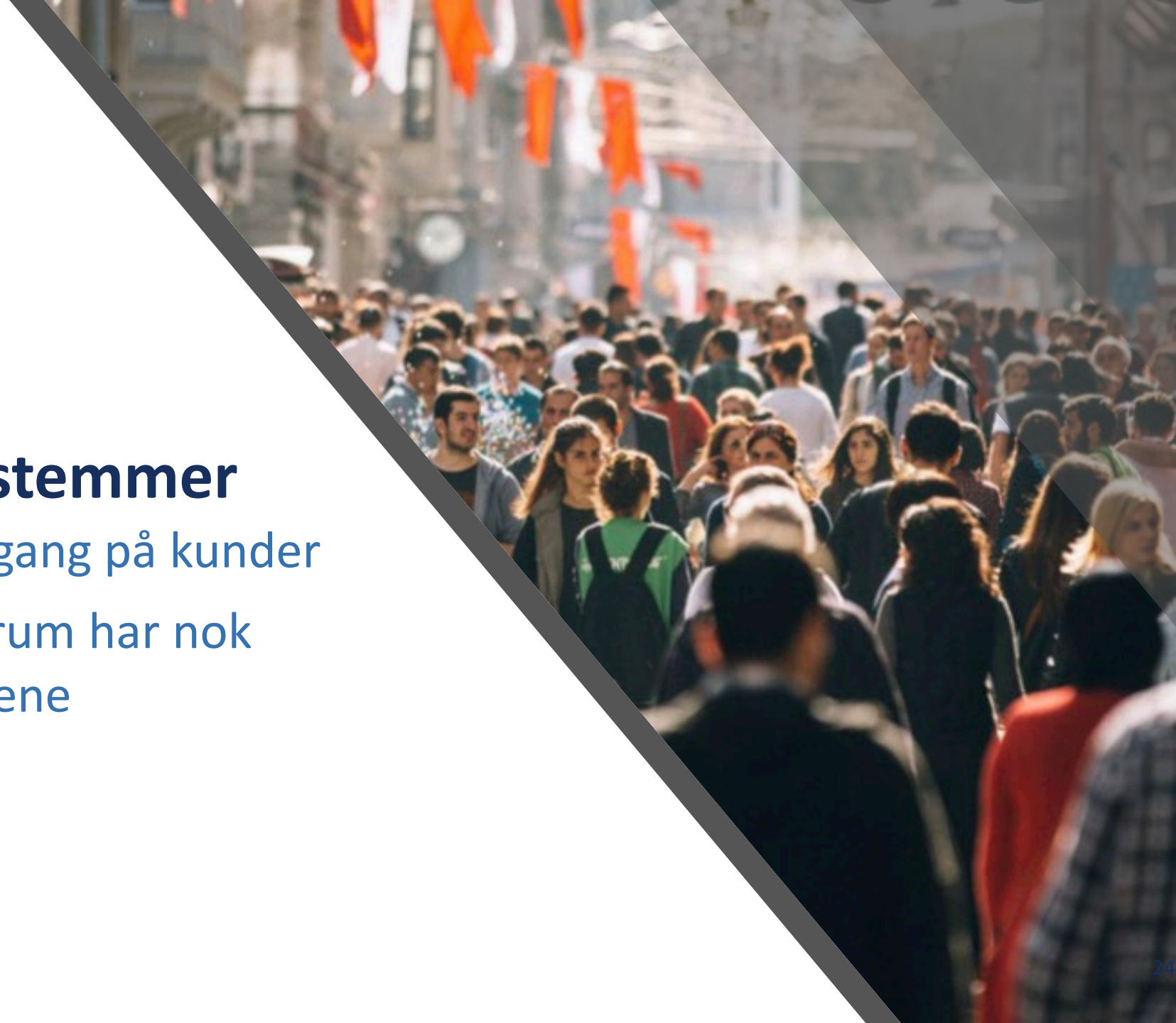
- Hvordan kan vi skille Rusta fra Maxbo?
- Hva er Europris?
- Biltema er blitt guttas «godtebutikk»

- Men hva når de er uegnet i sentrum?

Kundegrunnelaget bestemmer

Nettbutikkene har størst tilgang på kunder

Kun de største byenes sentrum har nok kunder til å tåle husleieprisene



**Byliv handler ikke lenger
om kun handel**



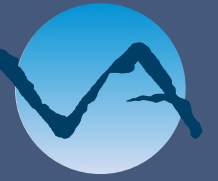
Alltid en megler som tar hjørnet (betaler best)



.....feil innhold på feil sted



Asker har løst koden



Pass på! Servering erstatter bensin



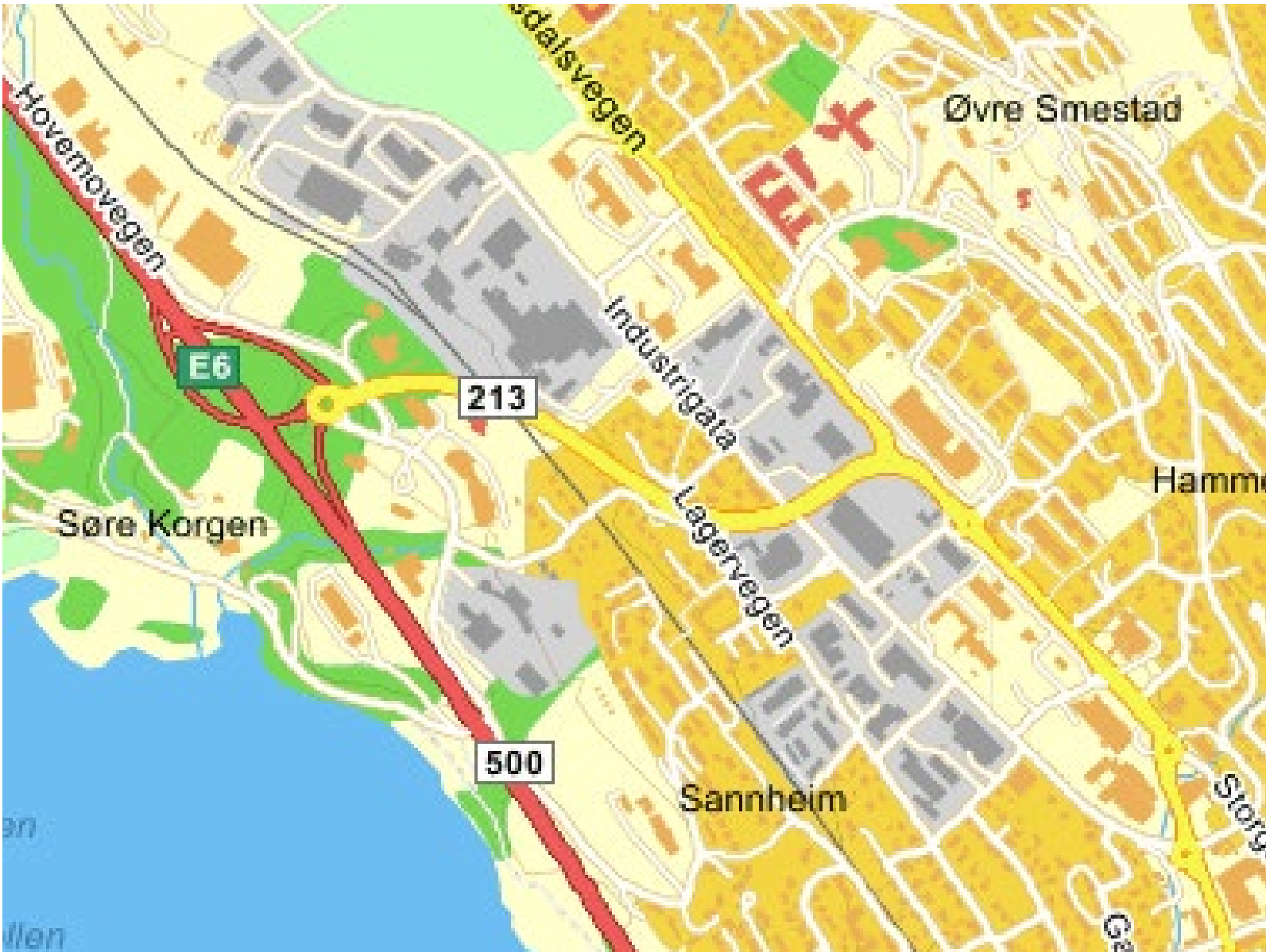
Ladestasjoner gir oppholdstid – bør de ligge i sentrum?



**Alt areal blir mer verdt!
Pass godt på det dere har!**

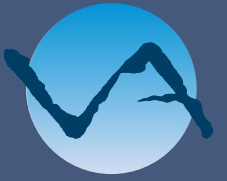


Lillehammer-fella



Tom for areal –
utbygd stykkevis og
delt – lav
arealutnyttelse –
markedsstyrt
transformasjon – og
plutselig forsvant
de viktigste
aktørene

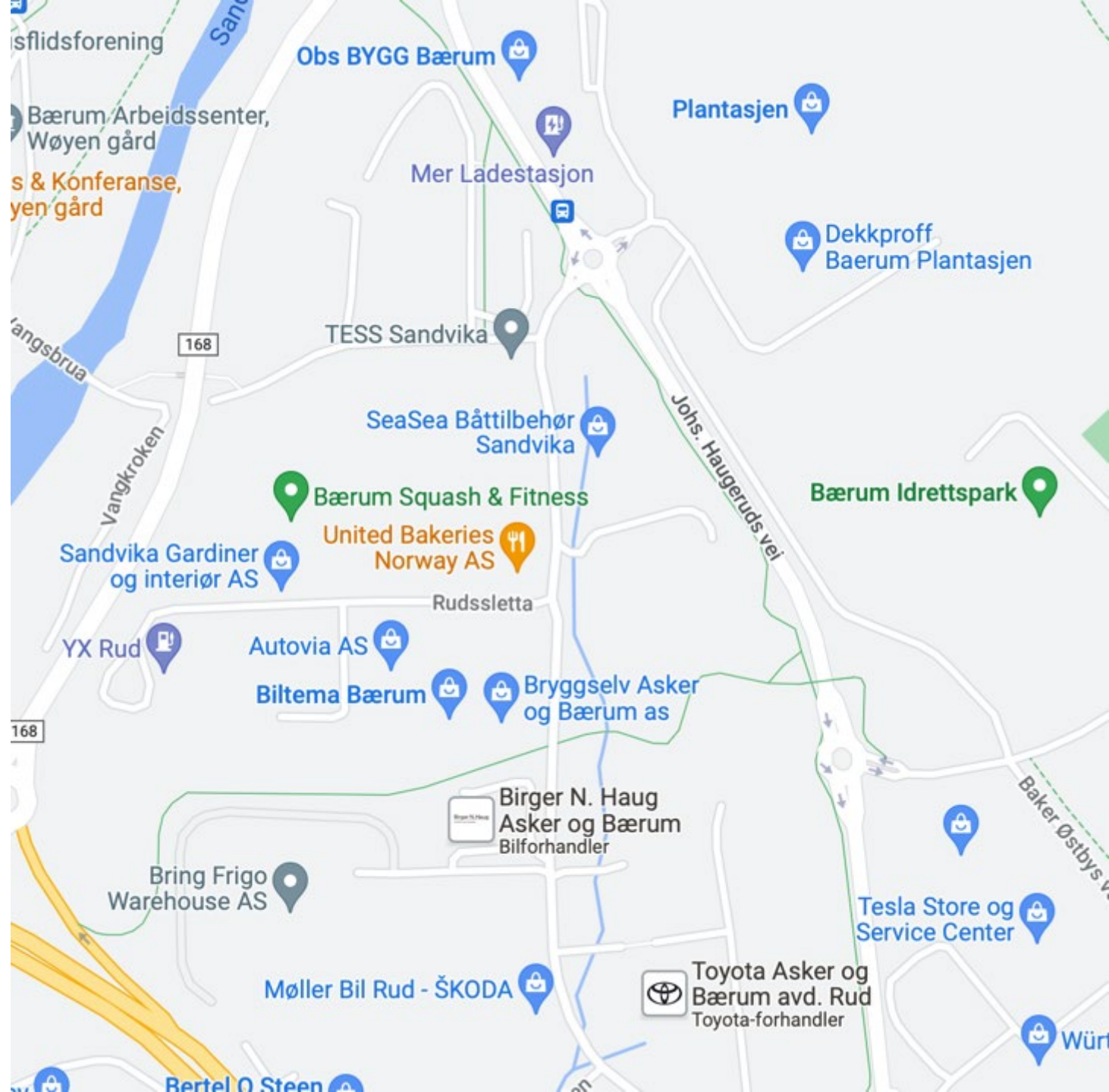
Samme «felle» her; Coop Bygg og Plantasjen – Rud



Coop – en klassisk «Stand Alone»



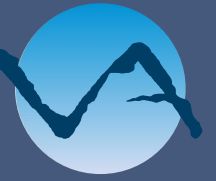
Hvorfor ett bygg til hver?



**Arealeffektive parker der flere
bor i samme bygg**



Også Coop nærmer seg en endring





Moss



Mange typer næringsparker

Gamle næringsparker forvitrer lettere

Vær OBS!





Skui, Grini, Rud, Hauger, Vøyenenga - Bolig eller fortsatt næring?

- Gamle næringsparker er utsatt for transformasjon
- Utbyggere velger ofte transformasjon til bolig – men hvor skal det være næring?
- De med minst finansielle muskler leier gjerne ut eldre bygningsmasse til ulike tjenesteyting
- Ikke alltid transformasjonen er ønskelig
- Kommunen kan gå i dialog med eierne og legge strategier for hvordan områdene skal utvikles videre.
- Kommunen på sin side kan «gi» infrastruktur, mot at eierne deltar med sine oppgaver

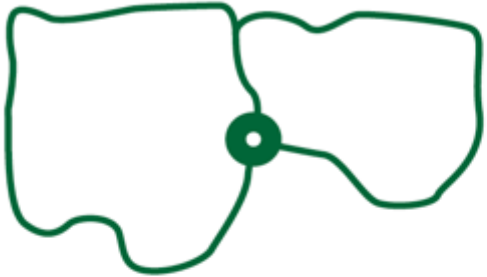
➤ *Viktig å styre – og ha dialog med – markedskreftene. Bærum trenger næringsareal*

Styringsmuligheter

- ikke glem målet!
- ikke alt innhold gjør det trivelig/urbant i sentrum



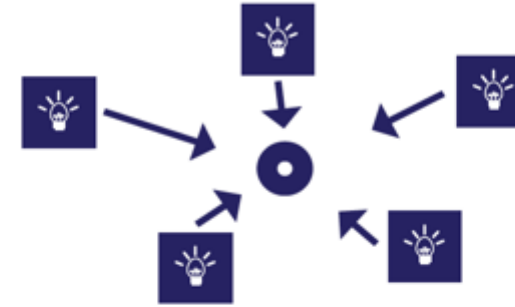
Differensier – Prioriter – Effektiviser!



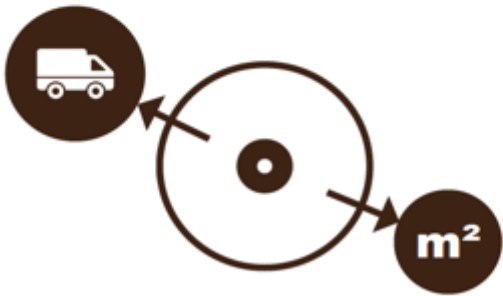
Det grønne inn i sentrum, grønn rekreasjon rundt byen kobles på sentrum



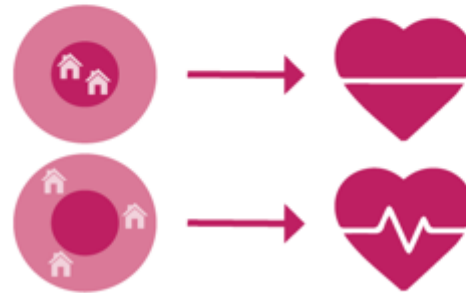
Klyngeprinsippet for all næring



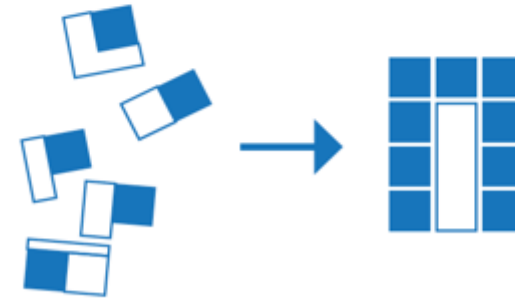
Kunnskap inn i sentrum, tydeliggjøre kunnskapen



Areal- og transportkrevende trekkes ut



For stort fokus på boliger i sentrum kan fort fortrenge urban vitalitet



Samle Handelsbokser, effektivisere arealbruken

Kilde: Dyvik ark – Vista Analyse

Ulike styringsmodeller og eksempel-«modeller»



- Grenlandsmodellen – etter arealstørrelse (over 1 500 kvm pr butikk)
- Parkeringsnorm-modellen – styring etter antall p plasser
- Thon-modellen – inkluderer big-boxene i kjøpesenteret
- Vinstra-modellen – samlokalisert i ett felles felt i E6-krysset (flere kunder og bedre utvalg lokalt)
- Moss-modellen – samlokalisert i ett felt i sentrums randzone
- Elverum/Tromsø/Sørlandspark/Stoa-modellen – spredt i ett felles felt utenfor sentrum
- Lillehammer-modellen – spredt over hele byens randzone

➤ *Det for lite diskusjon rundt formater og typer – vareslag er kun en liten del av problemstillingen*

Prioriter, differensier og effektiviser!

Oppsummert

1. Tilrettelegg sentrum på nye måter og for nytt innhold til andre tider på døgnet – Følg med i tiden.
2. Kontorer inn i sentrum – det trekker folk
4. Næringsarealene bør fortettes og styrkes med likeartet virksomhet – næringsklynger gir økt vekst
5. Vær oppmerksom på uønsket transformasjon – servering f eks
6. Areal er og blir en knapphet – effektiviser arealbruken – ikke skusle bort næringsareal!
7. Ikke overlatt alt til markedskreftene – men ha respekt for dem – pris styrer





Anbefalinger

- Handel i sentrum kan være en avsporing (ref Strømmen)
- Dersom det er folk i sentrum (pga arbeid, bolig eller attraktivitet), så blir det også grunnlag for butikker – målet må være flere folk
- Bygg arealeffektive handelsparker – og definer felles parker med likeartet innhold
- Krev kvalitet fra de som får tilgang – krev felles bygg – krev samlokalisering – ryddig veisystem
- Bruk parkeringsrestriksjon som virkemiddel
- Bruk arealstørrelse som virkemiddel (f eks min 1.500kvm)
- Vær obs på ladestasjonene – de skaper opphold – kan de trekkes mot sentrum?
- Tenk ut av boksen noen år fremover nå!



Vista Analyse AS er et samfunnsfaglig analyseselskap med hovedvekt på økonomisk utredning, evaluering, rådgiving og forskning.

Vi utfører oppdrag med høy faglig kvalitet, uavhengighet og integritet. Våre sentrale temaområder er klima, energi, samferdsel, næringsutvikling, byutvikling og velferd.

Meltzers gate 4, 0257 Oslo | +47 92288092 | ht@vista-analyse.no | www.vista-analyse.no