

Juni 2024
Frederiksberg Kommune

Bylivs- og detailhandelsanalyse



COWI

Titel

Bylivs- og detailhandelsanalyse for Frederiksberg
Kommune 2024

Bidragyder

Detailhandelsanalysen er i sin helhed udarbejdet af
COWI for Frederiksberg Kommune

Udgivet august 2024

Indhold

1	Indledning	5
2	Sammenfatning af detailhandelsanalysen	8
3	Anbefalinger og vurderinger	11
	Frederiksberg har et godt udgangspunkt	11
	Stadig hård kamp om kunderne	11
	Fokus på den centrale bymidte og de centrale centerstrøg	12
	Koncentration af udbuddet også lokalt	13
	Frederiksbergs DNA er værd at tale om	14
	Fokus på handelsstrøgets særegen	14
	Fokus på flere oplevelser og mødesteder	15
	Oplevelser i butikkerne	15
	Plads til alle i byrummet	16
	Samarbejde er vigtigt	17
4	Detailhandlen på Frederiksberg	19
	Detailhandlens udvikling fra 2008 til 2024	19
	Kædetilknytning	27
	Servicefunktioner – i bymidter og bydelscentre	28
	Attraktion	31
	Facadeattraktion	32
	Handelsbalance	35
	Udviklingen på udvalgte handelsstrøg	37
5	Handelsstrøgenes profil	39
	Frederiksberg – det grønne hjerte midt i storbyen	39
	Ikke bare kvantitet – men også kvalitet	39
	Interview-undersøgelse	40
	Gadeprofiler af udvalgte handelsstrøg	45
6	Fremtidigt arealbehov	61
	Fremskrivning af arealbehovet	62
	To scenarier for arealbehovet	62
7	Centerstruktur	64
	Centerstrukturen i Frederiksberg Kommune	64
	Kommuneplanens arealrammer	64
	Butiksstørrelser	68
	Anbefalinger vedrørende konkrete områder	69
Bilag A	Baggrundstal – Detailhandlen i Frederiksberg Kommune	76
Bilag B	Branchefortegnelse detailhandel	84
Bilag C	Branchefortegnelse kundevendte servicefunktioner	85

1 Indledning



1 Indledning

Frederiksberg Kommune har i samarbejde med COWI gennemført en bylivs- og detailhandelsanalyse. Analysen bidrager med viden om detailhandlen og de kundeorienterede serviceerhverv samt den fremtidige udvikling i rammebetingelserne for handelslivet.

Analysen omfatter en kortlægning og analyse af samtlige detailhandelsbutikker i Frederiksberg Kommune samt en kortlægning af de kundeorienterede serviceerhverv i bymidterne og bydelscentrene. Udover at gøre status på handelslivet i kommunen indeholder analysen anbefalinger og forslag til den fremtidige detailhandelsstruktur. Formålet med detailhandelsanalysen er at komme med input til kommunens detailhandelsplanlægning og bidrage med anbefalinger til en videreudvikling af detailhandlen og bylivet i kommunen.

En central del af analysen er en profil af udvalgte handelsstrøg. Det er både i forhold til en karakteristik af de enkelte handelsstrøg, deres unikke DNA og hvilke målgrupper, de henvender sig til.

Rapporten består af følgende hovedkapitler:

- Anbefalinger og vurderinger
- Status og udvikling
- Handelsstrøgsprofiler
- Centerstruktur og rummelighed
- Fremtidigt arealbehov

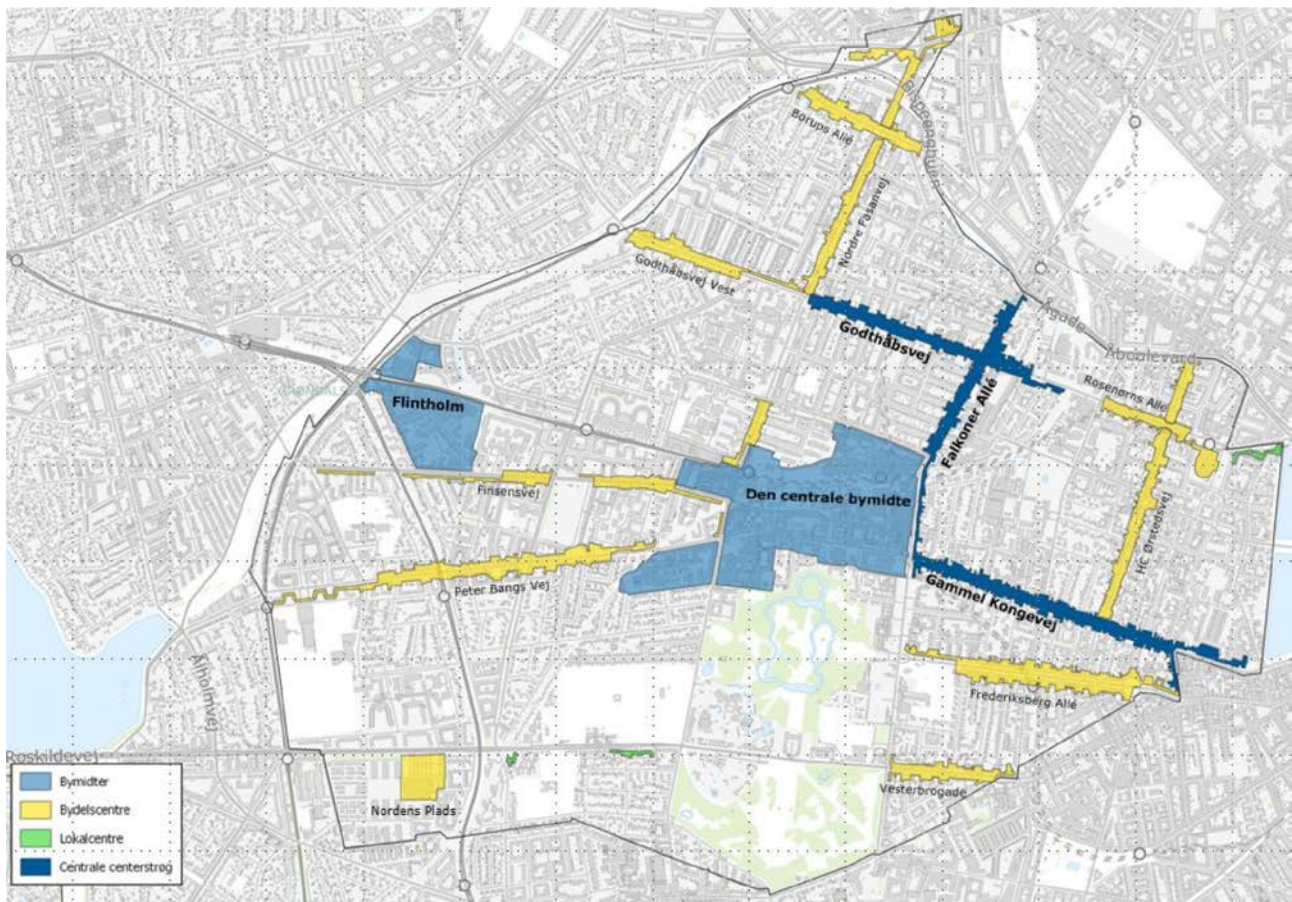
Bagerst i rapporten findes baggrundstal, metodeafsnit og ordforklaring.

Resultaterne af detailhandelsanalysen 2024 bliver sammenlignet med de tidligere detailhandelsanalyser, som Frederiksberg Kommune har fået foretaget i 2008, 2016 og 2020. Analyserne er foretaget efter samme metode, og herved kan kommunen følge den udvikling, som detailhandlen har været igennem.

Figur 1-1 viser centerstrukturen i Frederiksberg Kommune samt opdelingen af de centrale centerstrøg og handelstrøgene.

Husk på at dette er en detailhandelsanalyse

Som en central præmis for analyserne, anbefalingerne og konklusionerne i denne rapport, er det vigtigt at være opmærksom på, at analyserne bidrager med viden om detailhandel og serviceerhverv samt rammebetingelserne ud fra en generel detailhandelsvinkel. Hvilket er formålet med detailhandelsanalysen. Detailhandelsanalysen belyser de overordnede linjer og tendenser for detailhandlen. Udviklingen i den samlede omsætning for detailhandlen og især set i forhold til forbruget



Figur 1-1 Oversigt over centerstrukturen og de centrale handelsstrøg i Frederiksberg Kommune. De centrale centerstrøg er delt på Gammel Kongevej, Falkoner Allé og Godthåbsvej

i kommunen er et godt målepunkt for udviklingen. Omsætningen er indsamlet ved henvendelse i de enkelte butikker. Omsætningen er gældende for året 2023, og det er omsætningen for den fysiske detailhandel i Frederiksberg Kommune eksklusive e-handel, salg til erhverv eller salg af serviceydelser. Samme metode blev anvendt i de tidligere detailhandelsanalyser.

Udviklingen i den samlede detailhandelsomsætning siger ikke noget om hverken omkostninger, indtjening eller likviditet for den enkelte butik, og omsætningerne er alle målt i årets priser. Detailhandelsanalysen er ikke en detaljeret erhvervsanalyse af de enkelte virksomheder, og den tager ikke stilling til den enkelte virksomheds evne til at generere et overskud.

Detailhandlen er hårdt presset fra flere sider. Butikkerne er pressede på omsætningen grundet øget konkurrence fra e-handel og ændrede forbrugsmønstre. Samtidig øges omkostninger ved at drive butik, hvilket både presser indtjeningen

og overskuddet i butikkerne. Det er ikke kun øgede husleje og lønudgifter, men også øgede transportomkostninger, råvarepriser, energipriser og inflation, som presser omkostningerne og dermed overskuddet hos de enkelte detailhandlere. De seneste år har især medført store udsving i omkostningerne på grund af både høje priser, usikkerhed på fragt og lav forbrugertillid.

Dette kom også til udtryk i forbindelse med vores samtale med de erhvervsdrivende i de udvalgte handelsstrøg på Frederiksberg, hvilket er nærmere beskrevet på side 9.

Sagt på en anden måde, så er en samlet øget omsætning for detailhandlen i Frederiksberg Kommune et nøgletal for, hvorledes detailhandlen samlet set har udviklet sig – både i forhold til antallet af butikker, arealet til detailhandel og de overordnede brancher. Samtidig har detailhandelsanalysens anbefalinger og konklusioner respekt for, at der er andre problemstillinger og hensyn, der gør sig gældende, hvis der ses nøje på enkelte brancher og på enkelte virksomheder.

2 Sammenfatning af detailhandels- analysen



2 Sammenfatning af detailhandelsanalysen

Detailhandlen i Frederiksberg Kommune har fastholdt sin betydning siden 2020 på trods af et fald i antallet af butikker er areal og samlet omsætning uændret. Handelsbalancen er fastholdt både for dagligvarer og udvalgsvarer.

Der er, i de senere år, sket meget med detailhandlen i Danmark. Det ses også i Frederiksberg Kommune, hvor der har været følgende væsentlige udviklingstræk siden 2020.

- Antallet og arealet til dagligvarer er fastholdt, mens antallet af udvalgsvarebutikker er faldet 9 % og arealet er faldet 4 % siden 2020.
- Udvalgsvarebutikkerne er blevet gennemsnitlig større især i bydels- og lokalcentrene, hvor gennemsnitsstørrelsen steget 13 % til 170 m².
- Antallet af dagligvarebutikker er koncentreret yderligere i den centrale bymidte og de centrale centerstrøg. Her er kommet 3 % flere dagligvarebutikker, omvendt er forsvundet 2 % af dagligvarebutikkerne i bydels- og lokalcentrene og udenfor centerområderne er 10 % af dagligvarebutikkerne forsvundet.
- Der er kommet 6 % flere dagligvarespecialbutikker, som er medlem af et kædesamarbejde, mens antallet af øvrige dagligvarespecialbutikker samlet set er fastholdt i kommunen. Til gengæld var der i 2024 færre supermarkeder og discountbutikker i kommunen end i 2020.
- Varehuse, supermarkeder og discountbutikker udgør 16 % af det samlede antal dagligvarebutikker, men 77 % af den samlede dagligvareomsætning. Dagligvarebutikker, som ikke er medlem af en kæde, udgør halvdelen af det samlede antal dagligvarebutikker i kommunen, men udgør kun 9 % af den samlede dagligvareomsætning.
- Udvalgsvarebutikkerne er koncentreret yderligere. Den centrale bymidte og de centrale centerstrøg har oplevet et mindre fald i antallet af udvalgsvarebutikker på 4 %, mens knap hver 5. udvalgsvarebutik er forsvundet i Frederiksberg Kommune i øvrigt.
- De centrale centerstrøg har fortsat mange butikker, som ikke er medlem af en kæde, mens den centrale bymidte med Frederiksberg Centret har en høj kædeandel på 76 %. På Gammel Kongevej er kædeandelen steget 18 % siden 2020 til 33 %, da flere eksklusive brands har etableret butikker.

- Mens antallet af beklædningsbutikker er faldet 12 % i den centrale bymidte og de centrale centerstrøg, er antallet af spisesteder steget 2 % og antallet af skønhed, sundhed og personlig pleje steget 11 % siden 2020.
- Detailhandlen på Frederiksberg har fastholdt betydningen både på dagligvarer og udvalgsvarer. På trods af en øget e-handel, ændrede forbrugsmønstre og en øget konkurrence er dagligvareomsætningen steget 6 % og

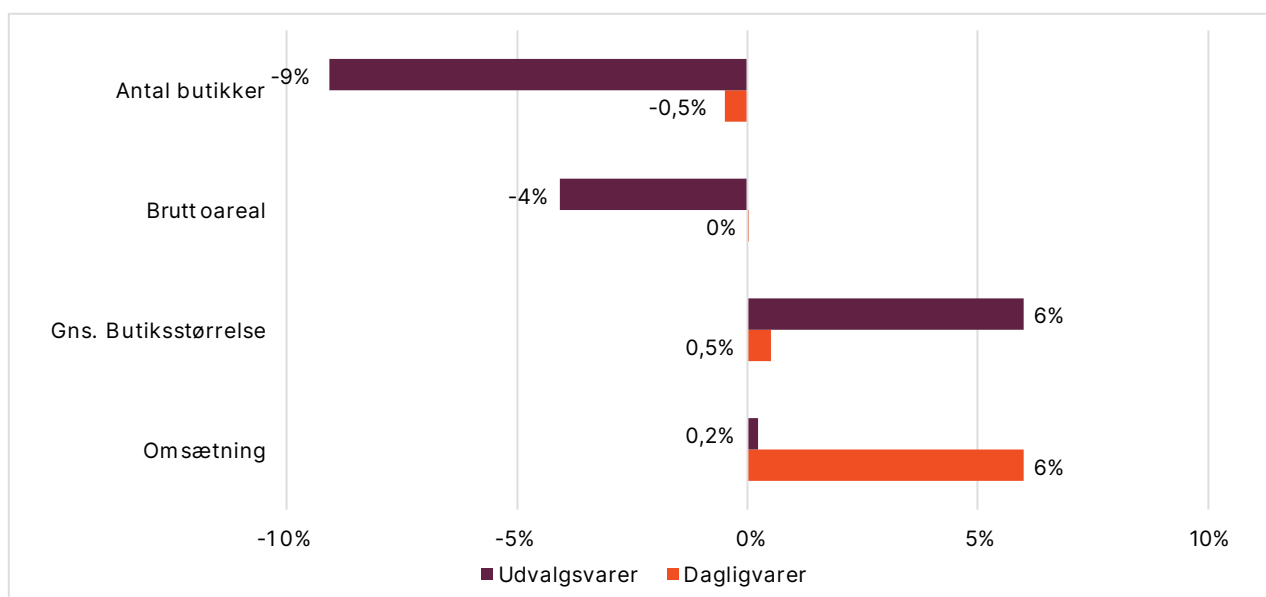
udvalgsvareomsætningen fastholdt målt i årets priser.

- Sammenlignet med andre kommuner har Frederiksberg klaret sig relativt godt, og bedre end landsgennemsnittet for de fysiske butikker. Handelsbalancen, som er forholdet mellem omsætning og forbrug, er steget 1 %-point til 89 % for dagligvarer og kun faldet 2 %-point til 68 % for udvalgsvarer. Dette viser, at Frederiksberg Kommune samlet set har fastholdt sin position som indkøbssted.

	Dagligvarer		Udvalgsvarer		Særligt pladskrævende varer*		I alt	
	2020	2024	2020	2024	2020	2024	2020	2024
Antal butikker	208	207	441	401	6	10	655	618
Areal (m ²)	69.900	69.900	77.700	74.800	9.300	10.700	156.900	155.100
Omsætning i mio. kr. (inkl. moms)**	2.940	3.125	2.297	2.302	-	-	5.237	5.427
Handelsbalance**	88 %	89 %	70 %	68 %	-	-	79 %	79 %

* Omfatter f.eks. motorkøretøjer, planter, havebrugsvarer, tømmer og byggematerialer, køkkener og møbler

** Tallene for omsætning og handelsbalance er fra 2019 og 2023. 2023. Omsætningerne er i årets priser.



Figur 2-1 Oversigt udviklingen Frederiksberg Kommune 2020 til 2024

3 Anbefalinger og vurderinger



3 Anbefalinger og vurderinger

Frederiksberg har et godt udgangspunkt

Den overordnede konklusion for detailhandelsanalysen er, at Frederiksberg Kommunes detailhandel overordnet set har et godt udgangspunkt. Detailhandlen har fastholdt betydning som indkøbssted både på dagligvarer og udvalgsvarer.

Kombinationen af de mange små unikke butikker, spisesteder og andre servicefunktioner på især Gammel Kongevej, Falkoner Allé og Godthåbsvej samt det brede udbud af kædebutikker især i Frederiksberg Centret er ikke kun det primære og fortrukne indkøbssted for Frederiksberg-borgerne, men er også attraktivt for kunder, som ikke bor på Frederiksberg.

Det er vigtigt at fastholde den gode kombination af kædebutikker og attraktive unikke butikker. Kædebutikkerne har ofte en bred vifte af populære produkter og mærker, der appellerer til et bredt spektrum af kunder. Unikke butikker har derimod specialiserede eller nicheprodukter, som er med til at gøre butiksudbuddet specielt og er i høj grad med til at tiltrække kunder. Kombinationen af kædebutikker og butikker uden et kædesamarbejde giver derfor en god synergi. Udviklingen kræver dog, der fortsat er fokus på begge dele.

En stærk detailhandel, et bredt udbud af butikker og et spændende byliv er en vigtig hjørnesten i fremtidens handelsliv på Frederiksberg.

På trods af et godt udgangspunkt er detailhandlen på Frederiksberg presset, hvilket bliver bekræftet af samtalerne med de erhvervsdrivende. Flere gav udtryk for, at de oplever et reelt pres, hvor det er svært at få enderne til at mødes. For meget arbejde og for lidt omsætning er hverdag for mange af især de ejerledede butikker. Mange nævner også, at stigende huslejer forringer deres resultat. Det er dog vigtigt at pointere, at mange også synes, at det faktisk går godt nok – eller lige frem rigtig godt. Det er ikke unikt for Frederiksberg, men matcher derimod det, vi oplever i mange andre byer.

Stadig hård kamp om kunderne

Det er ikke kun e-handel, der har skærpet konkurrencesituationen, og som fremover forventes at betyde hårdere konkurrence. En styrket fysisk detailhandel i hovedstadsområdet har også betydning for detailhandlen på Frederiksberg.

Især den korte afstand til det store udbud i København City samt shoppingcentrene Field's og Fisketorvet har en betydning for detailhandlen på Frederiksberg. Det gælder også brogaderne såsom Vesterbrogade, Østerbrogade og Nørrebrogade samt et renoveret og moderniseret Amager Center og en styrket detailhandel i Vanløse, som også har en betydning for detailhandlen på Frederiksberg.

Københavns City tiltrækker, som landets mest betydende udbudspunkt for detailhandel, også

Frederiksberg borgerne. Her er det største udbud af udvalgsvarerbutikker med en særlig kombination af internationale flagship stores, kædebutikker, nye butikskoncepter, små specialbutikker og kundeorienterede servicefunktioner, som i samspil giver kunderne en unik shoppingoplevelse. Som destination, er shopping i mindre grad hovedårsagen til besøget i Københavns City. Det er i højere grad på grund af andre oplevelser som spisesteder, kulturtilbud og bylivet. Københavns City har et bredt udbud af restauranter, caféer samt natteliv, som også bidrager til et varieret byliv.

Herudover forventes den regionale konkurrence fortsat at blive skærpet fra detailhandlen i omegnskommunerne. Især Rødovre Centrum har fået en øget betydning for konkurrencesituationen i Hovedstadsområder og for forbrugerne på det vestligste Frederiksberg.

Boksbutikker, som for eksempel Bauhaus, Ilva, Biltema, Power, Elgiganten og Plantorama, kan være svære at indpasse i Frederiksbergs tætte bebyggede struktur. Disse butikstyper kræver både store arealer og god tilgængelighed med bil. Etableringen af flere boksbutikker centralt som for eksempel Bauhaus i Valby og Ikea ved Kalvebod Brygge og opgradering af de eksisterende storbutiksområder for eksempel i Herlev og Glostrup, har en betydning for konkurrencesituationen. Omvendt har flere boksbutikker tilpasset sig den tætte bystruktur på Frederiksberg og har etableret butikker oftest med en mere city-orienteret butik. Koncepter som for eksempel Jysk, Power, Stark, BabySam og Elgiganten har tilpasset sig med et mindre areal og et lidt andet sortiment.

Nedenstående er COWI's vurderinger og anbefalinger til en sikring af fremtidens detailhandel og byliv i Frederiksberg kommune. I fremtidsperspektivet for handelslivet på Frederiksberg er et særligt fokus på handelsstrøgenes rolle i det samlede billede, mulighed for forbedringer af byrum og styrkelse af bylivet.

Fokus på den centrale bymidte og de centrale centerstrøg

I fremtiden forventes fortsat færre butikker. Det stiller fortsat skærpede krav til både handelsstrøgene og butikkerne i takt med en øget professionalisering, koncentration og konceptualisering af både detailhandlen og inden for servicefunktionerne. Placeringen og synligheden af butikkerne har en afgørende betydning, ligesom tilgængelighed og parkeringsforhold er vigtige parametre. Herudover kræves i højere grad et spændende bymiljø med invitation til ophold, som ikke nødvendigvis er kommercielle.

Dette gælder også på Frederiksberg, hvor en yderligere koncentration af funktionerne vil styrke de enkelte handelsstrøg. Derfor er en prioritering og fokusering af koncentrationen af detailhandel vigtig i fremtiden.

Den centrale bymidte og de centrale centerstrøg skal understøttes som kommunens primære indkøbssted, hvor detailhandel og bylivet skal være koncentreret. Her skal være et bredt og specialiseret udbud af udvalgsvarer som både kan betjene kommunens borgere, men som også kan tiltrække kunder fra resten af Hovedstadsområdet.

Bydelscentre og lokalcentre skal i højere grad være det lokale indkøbssted for dagligvarer og mere standardiserede udvalgsvarer.

Handel i dag handler ikke kun om at købe ind. Det handler i lige så høj grad om oplevelser. Derfor er det afgørende for handelsstrøgene, at der fortsat tænkes i at skabe de bedst mulige rammer for den levende bymidte. Det kan både være store og små events, men også oplevelser i hverdagen er vigtige. Byen skal være attraktiv både til hverdag og fest.

Mange overser faktisk det åbenlyse faktum, at god service i butikkerne er afgørende for den gode indkøbsoplevelse. Inviterer butikkerne inden for, eller er de tilknappe? Føler man sig velkommen? Må man ose? Og føler man sig i det hele taget godt behandlet, når man handler?



Koncentration af udbuddet også lokalt

Samtidig med at udbuddet af både detailhandel og servicefunktioner fortsat skal styrkes i handelsstrøgene, er det vigtigt, at det eksisterende udbud understøtter hinanden bedst muligt.

Den administrative centerafgrænsning af handeleggaderne er, på Frederiksberg, hele vejstrækninger. Det vil sige, at på de fleste handelsstrøg tillades detailhandelsbutikker på hele vejstrækninger. For eksempel i bydelscenter Finsensvej og Peter Bangsvej, hvor der er tilladt detailhandel på hele handeleggaden. Butikkerne og funktionerne er spredt langs hele strækningen med enkelte mindre naturlige klynger af butikker.

Et andet eksempel er på Falkoner Allé, som også har strækninger, hvor der er relativt langt mellem detailhandelsbutikkerne. Det medvirker til en opfattelse af, at Falkoner Allé har få detailhandelsbutikker.

Forbrugerne er som udgangspunkt ikke villige til at gå langt mellem oplevelserne i en bymidte. En afstand på et par minutter kan virke langt for en forbruger, og især hvis det ikke er synligt, hvad man går efter.

Man kunne overveje at tilpasse centerafgrænsningerne af handelsstrøgene for på den måde at styre, hvor koncentrationerne skal placeres. Omvendt skal en god planlægning fortsat kunne sikre muligheder og rummelighed, både til de eksisterende butikker og til eventuel placering af nye butikker.

Derfor anbefales det at holde fast i de nuværende administrative afgrænsninger, men i højere grad fokusere på at styrke og koncentrere detailhandlen og bylivet i udvalgte klynger. Det kunne for eksempel gøres ved at have mere lokale retningslinjerne om, at der skal være detailhandel i stueplan i udvalgte strækninger, mens der gives andre muligheder i andre gadestrækninger. Således at hver enkel gadestrækning ses mere ud fra et mikroperspektiv. Det kan gøres ved at udpege, italesætte og understøtte udvalgte dele af handelsstrøgene. Det bør være mest attraktivt at flytte butikken til disse beliggenheder, når et butikslokale bliver ledigt. Man kan eventuelt arbejde mere offensivt på at flytte nogle af de gode butikker, der ligger på de mere decentrale placeringer. Denne organiske vækst sker allerede i dag helt naturligt, men en mere klar og styret central strategi og italesættelse kan være med til at understøtte og koncentrere detailhandlen.

Frederiksbergs DNA er værd at tale om

Som en del af arbejdet med at fastholde og tiltrække flere funktioner til Frederiksberg, er det vigtigt fortsat at tænke Frederiksbergs DNA ind i visionerne om Frederiksberg. Visionen om, at Frederiksberg er noget særligt og at den særlige identitet skal fastholdes og styrkes, er vigtig for fortællingen, for selvforståelsen og for byens image.

Men skal den særlige frederiksbergske identitet være den samme på alle gader? Og hvad er egentlig den frederiksbergske identitet? Denne analyse giver ikke det fulde svar – men det er vigtig at forfølge efterfølgende.

Det er vigtigt, også for detailhandlen og handlegaderne, fortsat at arbejde med den positive fortælling og positive historier om Frederiksberg. Det er vigtigt at italesætte de positive værdier og aktiver gaderne har. Handel, cafeliv og servicefunktioner spiller en markant rolle for Frederiksbergs særlige atmosfære, og det er vigtigt at fortsætte det store arbejde med at understøtte erhvervslivet, så der fortsat skabes et alsidigt udvalg af både butikker og servicefunktioner.

Den centrale bymidte har allerede en klar profil som et markant udbudspunkt for detailhandel. Især Frederiksberg Centret har en fremtrædende betydning med et bredt udbud af kædebutikker – især inden for fashion og livsstil. Centret kan tilbyde kæderne regulære, store lejemål i ét plan, med en bred facade, stor synlighed og gode varetilkørsforhold, som kan være svære at indpasse på centerstrøgene.

Handelsstrøgenes profiler er til tider diffus og ikke nødvendigvis entydig. Samtidig skal de enkelte handelsstrøg ikke nødvendigvis kunne det samme, og den frederiksbergske identitet skal måske gradbøjes i de enkelte handelsstrøg.

Gammel Kongevej er præget af mange små unikke udvalgswarebutikker og spisesteder, som giver området sit særpræg. Falkoner Allé er på mange måder præget af at være en væsentlig trafikåre, præget af megen bil- og cykeltrafik. Den stærkt befærdede vej gør det svært at skabe en mere intim bymidte stemning. Kvaliteten af udvalgswarebutikkerne er knap så konsistent og er

generelt ikke så attraktive som på de øvrige centrale centerstrøg.

Godthåbsvej er Frederiksbergs spisestrøg med mange attraktive dagligvarespecialbutikker og spisesteder, der aktivt bidrager til bylivet. Især omkring Aksels Møllers Have er der mange restauranter og caféer med udeservering.

Vores undersøgelser definerer således ikke handlegadernes forskellige identiteter entydigt. For selv om de rummer forskelligheder, rummer de mindst lige så mange fællestræk, der gør det svært at afkode deres egenart. Det betyder ikke, at det ikke er vigtigt fortsat at forfølge idéen om at understøtte forskellighederne. Det skal bare helst komme nedefra, helt af sig selv. Værnedamsvej er et godt eksempel på en gade, der adskiller sig lidt fra de øvrige handlegader – og derved har en stærkere identitet. Her er det værd at bemærke, at jo mindre gaden er, desto nemmere vil det være at tydeliggøre gadens særkende. Derfor kan det være vanskeligere at opbygge en identitet i gader, der er større – med flere karakterer og med flere butiksdrivende, der skal opnå fælles forståelse.

Fokus på handelsstrøgets særegn

I takt med, at gadernes identitet italesættes, kan der med fordel arbejdes mere aktivt med en tematisering af nogle af handelsstrøgene og en tydeligere zoneinddeling. Både for at understøtte det eksisterende udbud bedst muligt, men også for at udvikle handlegaderne i samme retning som visionerne.

Klyngeområder vil synliggøre og italesætte zoner til forskellige butikstyper eller temaer. Det kunne være et område eller gade, hvor der for eksempel er en koncentration af butikker med boligindretning eller sport og helse, retro- og genbrugsbutikker, gallerier og kunsthåndværkere eller aftenliv med barer og caféer.

Helt særlige temaer med klynger af butikker kan skabe synergi og være med til at tiltrække flere kunder til bymidten fra et større opland.

Værnedamsvej er for eksempel italesat som en 'parisisk' gade, og har på mange måder en helt særlig

identitet og stemning med de små specialbutikker og cafeér. Men denne stemning kan ikke nødvendigvis overføres til andre gader, og skal det heller ikke.

Gammel Kongevej er et særligt handelsstrøg med mange unikke og specielle butikker. For at styrke identiteten kunne for eksempel arbejdes på at dyrke den særlige Frederiksbergske DNA i gaden eller være det handelsstrøg, hvor butikkerne har fingeren på pulsen med de nye trends og tendenser.

På Godthåbsvej kunne egenskaben som hele Frederiksbergs spisestrøg italesættes mere tydeligt. Det store og varierede udbud af spiseoplevelser findes allerede her, men rammerne for især udeservering kunne godt forbedres.

Falkoner Allé er et mere sammensat handelsstrøg med Frederiksberg Centret som er et synligt og et vigtigt og stærkt udbudspunkt. Udbuddet af funktioner på gaden er mere broget og virker mere ensidigt og spredt. Handalgaden er en vigtig forbindelse gennem Frederiksberg, men det giver også bylivet i gaden udfordringer.

Det er vigtigt at fokusere på, hvad det enkelte område kan og skal kunne og acceptere, at ikke alle handelsstrøg skal have samme fokus og identitet. Det er vigtigt at dyrke det unikke ved netop dette handelsstrøg mere end at tænke one-size-fits-all. En vellykket tematisering af gadeforløb vil kræve tæt samarbejde mellem de enkelte ejendomssejere, butiksejere og kommunen.

Fokus på flere oplevelser og mødesteder

Byrummet vil i endnu højere grad blive et mødested, hvor beboere og besøgende i fremtiden vil kunne finde alle former for servicefunktioner. Shopping er blevet en udflugt, en social foreteelse og en oplevelse. Shopping er ikke længere kun at få opfyldt et behov ved køb af en vare. Det er meget mere end det.

Mens dagligvarer i højere grad bliver købt tæt på bopælen, er kunderne villige til at køre længere for

det rigtige udbud af udvalgsvarer og oplevelser. Til gengæld opholder kunderne sig også længere tid i udbudspunktet. Især på grund af oplevelserne, som både servicefunktioner og butikker er med til at skabe.

Handelsstrøgene skal fungere som et attraktivt mødested for alle borgere og besøgende. Det er derfor af stor betydning, at handelsstrøgene på Frederiksberg kan tilbyde et attraktivt bymiljø, som giver kunderne en helhedsoplevelse med både kulturtilbud, bespisning, underholdning, nærhed og rare omgivelser.

Bymiljøet består også af kundernes oplevelse af en gåtur i byen. Her er butikkernes facader og udstillinger samt brug af udendørs arealer til varer, blomsterkummer, lys og facadeskiltning med til at skabe et attraktivt bymiljø. Det er væsentligt, at bymiljøet visuelt opleves hyggeligt og rart at færdes i. Der er generelt mange af butikkerne og servicefunktionerne, som gør meget ud af bidrage positivt til bymiljøet og oplevelserne i gaderummet på Frederiksberg.

For at skabe endnu flere mødesteder og et endnu bedre bymiljø, kan det være en stor hjælp at se på gaderne i mikroperspektiver, og på den måde afgøre, hvor det i højere grad bør være muligt at bruge arealet ude foran en butik – hvis pladsen eller potentialet er der. Langt de fleste butiksejere vil meget gerne bidrage mere til gademiljøet, men oplever at være begrænset af regler og retningslinjer for brugen af arealerne foran deres butikker.

Oplevelser i butikkerne

I takt med at kunderne i højere grad søger mod oplevelser, opstår der nye butikstyper – hybridbutikker, der dækker over flere brancher og kombinerer detailhandel og serviceerhverv.

Der er nye butikformer som f.eks. delebutikker, hvor varesortimentet bliver sammensat på nye måder. Især kombinationen af detailhandel og cafeér er udbredt i gadebilledet. Det ses bl.a. hos kæder som for eksempel *Hennes & Mauritz*, *Arket*, *Plantorama* og *IKEA*. Dermed bliver grænsen mellem detailhandel og serviceerhverv mere udvisket. Det kan også være sammensætningen af detailhandel og oplevelser

såsom fællesskaber og klubber, der er tilknyttet den fysiske butik eller kæde.

Et eksempel på Frederiksberg er Guldsmeden *WEIHE* på Gammel Kongevej, som også tilbyder oplevelser og workshops i sin butik. Eller *Planet Nusa* på Gammel Kongevej, der ud over at være en sportstøjbutik, også er et community med en løbeklub og diverse træningsevents. Eller *Frederiksberg Chokolade* og *Meyers Bageri* som tilbyder kursus i flødeboller eller kanelsnurrer. De mange moderne bagerier på Frederiksberg sælger foruden brød og kage ofte baristakaffe og poser med kaffebønner. De tilbyder ofte udeservering, og bevæger sig derfor på grænsen mellem butik og servicefunktion.

Der er også andre koncepter såsom *Creative Space*, *RESTART* og *SMYKbar*, der primært er kreative værksteder, som giver kunderne en oplevelse, mens de maler på porcelæn eller laver smykker – samtidig er de også caféer. De fungerer tilmed som butikker, da kunden går derfra med porcelæn eller smykker.

Plads til alle i byrummet

Kampen om pladsen i de smalle handeleggader på Frederiksberg er en evig udfordring både for de handelsdrivende, trafikanterne, besøgende og beboerne. Pladsen er trang, da det kræver plads at indarbejde opholdsrum, naturlige oaser, gode parkeringsforhold for alle trafikanter, spændende og udadvendte facader samtidig med, at der skal være god plads på vejene til både til gående, cyklister og biler.

For at skabe flere muligheder og plads til forskellige behov og typer af trafikanter, er fleksibilitet et nøgleord. Mængden af mennesker og trafikanter i byrummet er ikke statisk, men varierer derimod hen over dagen og ugen. I myldretiden på en hverdag er det vigtigt, at trafikken kan glide, hvorimod på en weekenddag, kan der være flere gående og færre bilister – det har også en betydning for, hvordan beboere og besøgende bruger butikkerne og servicefunktionerne.

Mange butiksejere fortæller, at de varierer deres åbningstider afhængigt af hverdag og weekend.

Mange butikker på Gammel Kongevej holder f.eks. kortere åbent på enkelte hverdage og helt lukket om søndagen, med den forklaring, at de ikke ønsker at holde butikkerne åbent, hvis der ingen besøgende er – dog vil de fleste butikker rigtig gerne holde butikkerne åbent, hvis der var flere besøgende f.eks. om søndagen. Mange af butiksejerne efterspørger flere events, som får kunderne ud i gaderne. Både de årlige større events såsom Royal Run og sidste etape af cykelløbet PostNord Rundt, tøndeslagning ved Rådhuset og tænding af juletræet, markedsdage, men også mere permanente events såsom Frederiksberg Loppemarked. Det kan også være mikroevents såsom vinsmagning eller en lille koncert i en gård. Events kræver også plads, og i nogle tilfælde vil en midlertidig begrænsning eller lukning af f.eks. biltrafikken være en nødvendighed – hvilket vil fungere bedst på dage og tidspunkter, hvor der er mindre pres på trafikken såsom uden for myldretrafikken eller på weekenddage. De kan give plads og rum til en anden type af aktivitet i byrummet og tiltrække flere gående kunder og besøgende.

Omvendt er der pres på både bil- og cykeltrafikken samt parkering på hverdage i myldretiden, hvor pladsen er trang. Cykelparkeringen er til stede på mange gader og stræder på Frederiksberg. Dog bliver pladsen her ikke altid benyttet efter hensigten. Nogle cykelparkeringspladser er overfyldte f.eks. på Falkoner Alle og andre steder, hvor pladsen også optages af gamle cykler uden en ejer. Cykelparkeringen på Godthåbsvej og parkeringspladser til ladcykler på Gammel Kongevej er ofte tomme. Hvilket kan være et svært dilemma, da fremme af bæredygtige og aktive transportformer også er en vigtig dagsorden. Meget cykelparkering kan desuden også være en styrke for handelslivet, da mange kunder og besøgende i butikkerne er cyklister. Den seneste analyse af indkøb og cyklisme på Frederiksbergs handelsstrøg fra 2018 viste, at omkring 38 % af de besøgende på handelsstrøgene på Frederiksberg kommer på cykel, mens 36 % er gående og 11 % kom med offentlig transport. Analysen viste desuden, at kun 15 % af de besøgende kom med bilen til handelsstrøgene. Andelen af bilister var størst til Falkoner Allé med Frederiksberg Centret. Analysen konkluderede, at bilisterne på Frederiksberg havde et højere gennemsnitskøb, men set i forhold til optimering af de sparsomme arealer ville en parkeringsplads med en bilist have et gennemsnitsforbrug på 600 kr.,

mens en konvertering til cykelparkering med plads til 6 cykler betyde i alt 2.100 kr. forbrug. I alt viste analysen at 2/3 af forbruget på handelsstrøgene kom fra cykellister og fodgængere.

Samarbejde er vigtigt

Handelslivet er ikke uvant med at samarbejde. Tidligere var ansvaret for udviklingen lagt i hænderne på relativt få nøglepersoner i en handelsstandsforening, butiksdrivende eller hos de enkelte ejendomsjere. Den centrale styring er i dag mange steder afløst af mere lokale grupperinger, og der er blevet bedre plads til de handlendes individuelle behov. Også andre typer af organiseringer, som for eksempel BID-samarbejder¹, hvor alle aktører i et begrænset område er forpligtet også økonomisk til at understøtte og udvikle bylivet. I takt med, at detailhandlen bliver stadig mere presset, er vigtigheden af, at handelslivet står sammen blevet større. De forretningsdrivende bruger derfor mere og mere tid på at udvikle ikke kun egen forretning, men også opbygge et fællesskab, der kan stå imod presset fra et vigende marked. Det er afgørende, at der fortsat arbejdes med skabes gode rammer for et sådant fællesskab og samarbejde i Frederiksberg Kommune. Derfor er det vigtigt, der fortsat afsættes kommunale ressourcer til at understøtte fællesskaberne bedst muligt – men på en måde, så ejerskabet til udviklingen stadig ligger hos detailhandlen og de enkelte forretningsdrivende selv. Processer, der kan facilitere samarbejdet og opkvalificere den enkelte forretningsdrivende efter behov, er vigtige at fastholde. Kun gennem et tæt og forpligtende samarbejde mellem detailhandlere, grundejere og kommune skabes positive resultater.

For at styrke detailhandlen, funktionerne og oplevelserne i kommunen bedst muligt er det vigtigt, at alle aktører, herunder detailhandlere, ejendomsbesiddere, interesseorganisationer, andre erhvervsdrivende, frivillige organisationer og Frederiksberg Kommune, aktivt samarbejder og tager

fælles ansvar for at løse opgaverne omkring at skabe et godt byliv med plads både til detailhandel og servicefunktioner.

Frederiksberg har et godt udgangspunkt med opbakning fra detailerhvervet til Frederiksberg Erhverv kombineret med et tæt samarbejde med Frederiksberg Kommunes Center for Digital Udvikling og Erhverv. I kommunen er tiltag som Erhvervspuljer med til at styrke erhvervsnetværk og samarbejder, forankring af "This is Frederiksberg" kernefortællingen samt byens værtskab og turistinformation. Formålet med puljerne er at styrke bylivet og tiltrække flere besøgende til udvalgte veje og byrum.

Ejendomsbesidderne skal i høj grad være aktive medspillere i udviklingen af bymidten – også økonomisk, ligesom større markedsføringstiltag og events skal koordineres. Det er ikke kun vigtigt, der investeres inde i butikkerne, det er også vigtigt, at ejendomsbesidderne investerer i bygningerne, så de tager sig godt ud og ikke går i forfald.

For eksempel i Holstebro er Cityvækst et partnerskab, som samler alle aktører i Holstebro bymidte. Her er der, udover BID-projekter, også ansat en ekstern konsulent, som binder trådene sammen mellem ejendomsjere, ejendomsmæglere, lejere og andre interessenter. Ligeledes har Silkeborg Kommune og HandelSilkeborg udviklet "Derfor skal du åbne butik i Silkeborg", som bruges af HandelSilkeborg i dialog med mæglere og ejere af tomme lokaler. I Vejle Kommune er der ligeledes stærke samarbejder på mange forskellige niveauer om at udvikle handelsmiljøet for eksempel at sikre det rigtige butiksmiks, håndtering af tomme lokaler, events og bosætning. Samarbejdet er sammensat ud fra BID-tankegangen og bliver hele tiden videreudviklet.

Derfor er det vigtigt at holde fast i det forpligtende samarbejde for at sikre, at gode idéer følges til dørs, så bymidten også i fremtiden er et attraktivt sted at besøge både for de lokale borgere og turister – og et attraktivt sted at drive virksomhed.

¹ BID – Business Improvement Districts er en samarbejdsmodel, hvor private aktører gennem et forpligtende samarbejde tager mere ansvar for de byrum de bor i. Et BID-initiativ bliver finansieret af et obligatorisk kontingent fra ejendomsjere og erhvervslejerne i kvarteret, men bygger ofte også i høj grad på frivillig arbejdskraft og frivillige initiativer.

4 Detailhandlen på Frederiksberg



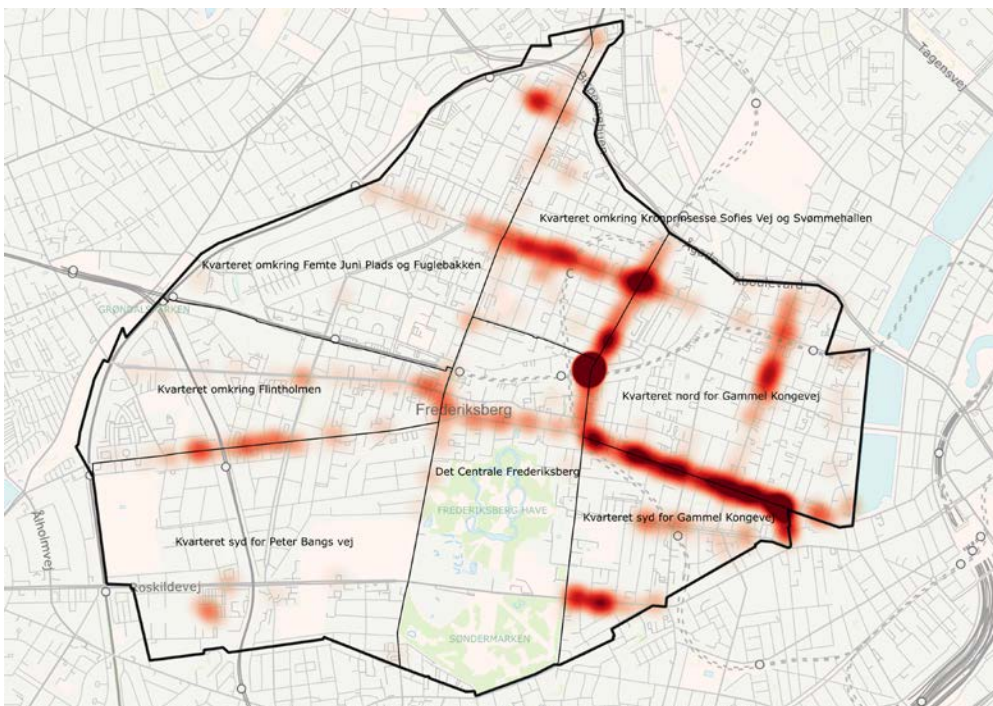
4 Detailhandlen på Frederiksberg

Detailhandlens udvikling fra 2008 til 2024

Der er fortsat intensivering af konkurrencen for detailhandlen. Det er især på grund af den øgede konkurrence fra e-handel, de ændrede forbrugsmønstre og en øget konkurrence mellem de større udbudspunkter. Mens dagligvarer bliver købt så tæt på bopælen som muligt, er forbrugerne fortsat villige til at køre længere for det rigtige udbud og de bedste oplevelser. Det er med til at udfordre den fysiske detailhandel. Det gælder også på Frederiksberg.

På landsplan falder antallet af butikker, og siden 2008 er næsten hver femte butik forsvundet. Den samme tendens ses også i Frederiksberg Kommune, hvor antallet af butikker er faldet 19 % siden 2008. Siden 2020 er 5 % af butikkerne forsvundet. Arealet til detailhandel er samtidig nogenlunde fastholdt, hvilket også ses på landsplan. Butikkerne bliver generelt større. Detailhandelsomsætningen er steget 16 % i Frederiksberg Kommune opgjort i årets priser.

I nedenstående afsnit beskrives udviklingen for henholdsvis dagligvarer og udvalgsvarer i Frederiksberg Kommune i perioden 2008 til 2024.



Figur 4-1
Koncentrationen af detailhandel i Frederiksberg Kommune

Dagligvarer

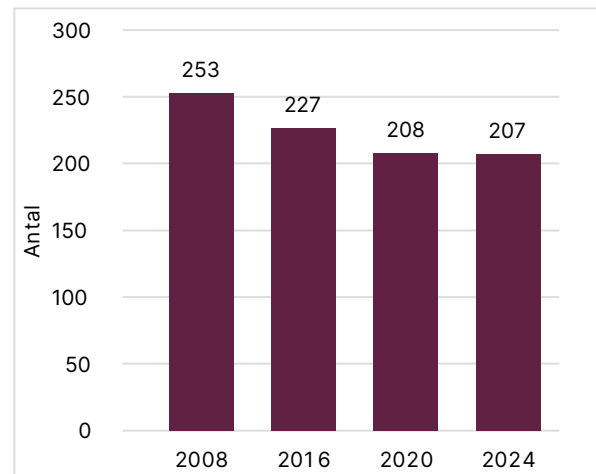
Der er i alt 618 butikker i Frederiksberg Kommune. Ud af de 618 butikker er 207 af dem dagligvarebutikker. Dagligvarebutikkerne udgør dermed 33 % af det samlede antal butikker i Frederiksberg Kommune. Udviklingen i antal dagligvarebutikker fra 2008 og frem til 2024 ses på nedenstående graf.

Antal

Som det ses på grafen, er antallet af dagligvarebutikker nogenlunde fastholdt fra 2020 til 2024. Antallet af dagligvarebutikker er dog faldet over en længere periode, når vi ser på antallet af dagligvarebutikker tilbage fra 2008. Fra 2008 og frem til 2024 er antallet af dagligvarebutikker faldet med 18 %, hvilket er lidt over landsgennemsnittet på 14 %, men på niveau med udviklingen i København i samme periode. Samlet set er knap halvdelen af dagligvarebutikkerne medlem af et kædesamarbejde, hvilket er uændret siden 2020.

Ser vi nærmere på de forskellige områder i Frederiksberg Kommune, kan vi se, at flest dagligvarebutikker ligger på de centrale handelsstrøg eller i bydels- og lokalcentrene. Vi kan desuden se, at forskellene fra 2020 og frem til 2024 er små.

Antallet af dagligvarebutikker har haft en lille stigning på 3 % i den centrale bymidte og de centrale centerstrøg, hvilket svarer til tre butikker. Samtidig er antallet faldet 2 % i bydels- og lokalcentre, hvilket svarer til to butikker. Uden for centerområderne er antallet faldet med 10 %, hvilket svarer til to butikker.

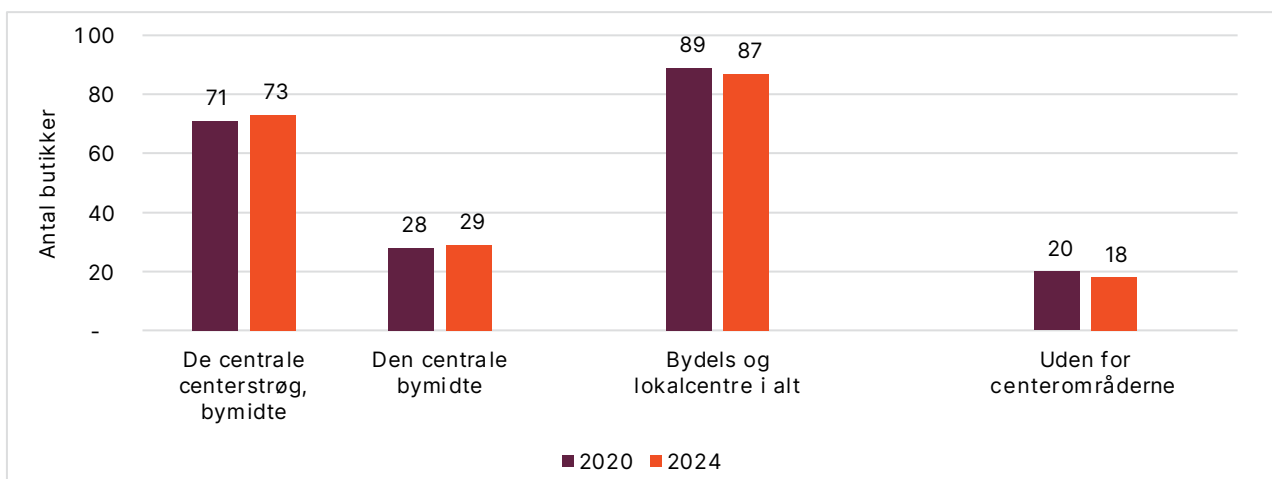


Figur 4-2 Antal dagligvarebutikker i Frederiksberg Kommune fra 2008 til 2024

Areal

Arealet for dagligvarebutikker er 69.500 m² i 2024, hvilket udgør 45 % af det samlede areal for butikker i Frederiksberg Kommune. Det samlede areal for butikker er 155.200 m². Fra 2020 og frem til 2024 er arealet for dagligvarebutikker nogenlunde fastholdt. Over en længere periode fra 2008 og frem til 2020 er arealet for dagligvarebutikker samlet set steget med 25 %.

Overordnet set har dagligvarebutikkerne nogenlunde fastholdt deres gennemsnitlige størrelse på 340 m² på Frederiksberg. Dagligvarebutikkerne er fortsat generelt mindre på Frederiksberg end i de fleste andre kommuner, hvilket hænger sammen med den tætte bystruktur, som Frederiksberg er den



*Afgrænsningen af de centrale centerstrøg, den centrale bymidte er vist på figur 1-1 side 4

Figur 4-3 Udviklingen i antal dagligvarebutikker fordelt på centerstrukturen i 2020 og 2024

del af. Dette giver udfordringer ved etablering af store dagligvarebutikker. Omvendt giver det også nogle andre muligheder for dagligvarebutikkerne på Frederiksberg, da både indkøbs- og forbrugsmønstret på mange måder er anderledes end i et mere traditionelt parcelhuskvarter i provinsen. Butikssammensætningen på Frederiksberg har fortsat et bredt udbud af mange små og mindre dagligvarebutikker. I alt er 83 % af dagligvarebutikkerne på Frederiksberg mindre dagligvarebutikker som kiosker, minimarkeder, apoteker, materialister eller dagligvarespecialbutikker som blomster, slagter, vin, chokolade eller fiskehandel. Nedenstående graf viser udviklingen i areal og antal dagligvarebutikker fordelt på centerområder i Frederiksberg Kommune.

Som det ses på grafen, har nogle gader og områder haft en stigning i både areal og antal dagligvarebutikker. Herunder Falkoner Alle, hvor f.eks. det glutenfri bageri For Emma og butikken Get active m.fl. er åbnet for nyligt. På Borups Alle er der også åbnet et par nye dagligvarebutikker, og det samme er gældende for Godthåbsvej Vest.

Omvendt har andre gader og områder fået færre dagligvarebutikker. Selvom de procentvise udsving synes store, handler det blot om, at områderne svinger mellem at have mistet én til tre dagligvarebutikker.

Herunder Godthåbsvej (-1 dagligvarebutik), Bymidten ved Flintholm (-2 dagligvarebutikker), Finsensvej (-1 dagligvarebutik), Peter Bangsvej (-3 dagligvarebutikker), H.C Ørstedsvej (-1 dagligvarebutik), Frederiksberg Alle (-1 butik), omvendt har Nordens Plads fået 3 selvstændige dagligvarespecialbutikker sammen med supermarkedet Meny.

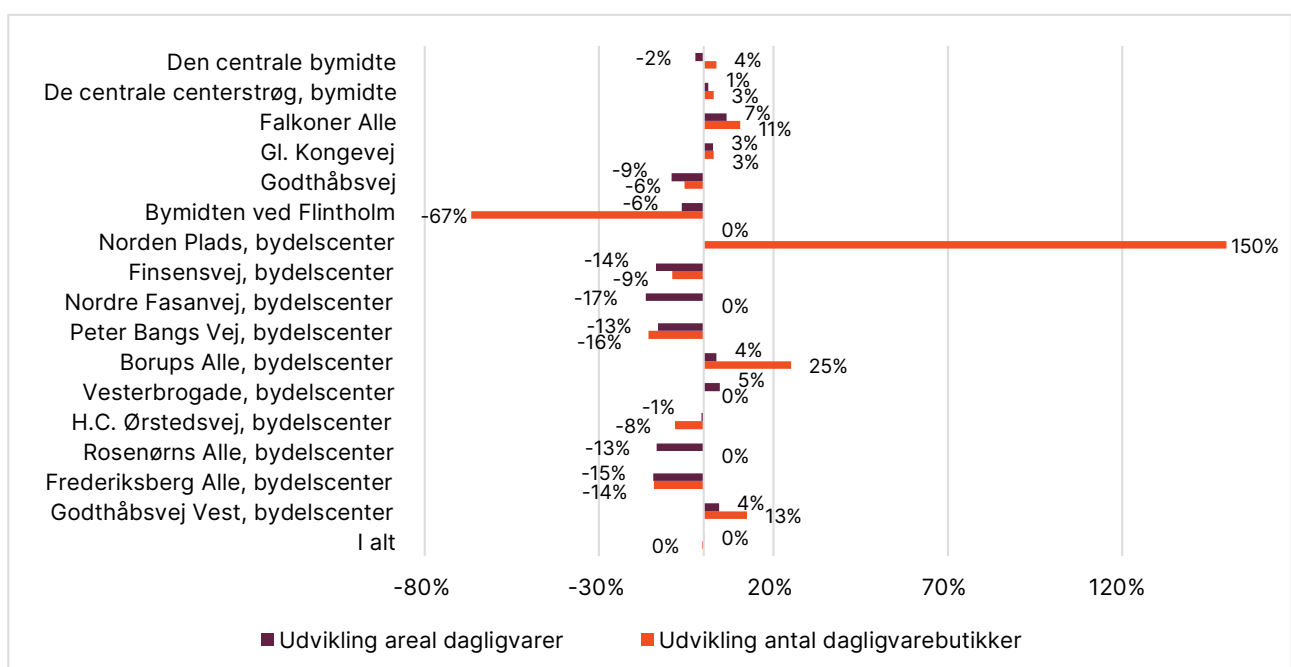
Omsætning

Omsætningen for dagligvare er på 3,13 mia. kr. i 2024. Dette udgør 58 % af den samlede omsætning for butikker i Frederiksberg Kommune, som er 5,43 mia. kr.

Omsætningen for dagligvarer har været stigende fra 2008 og frem til 2024 opgjort i årets priser. Fra 2008 og frem til 2024 er omsætningen samlet set steget 29 %. Fra 2020 til 2024 er omsætningen steget cirka 6 %.

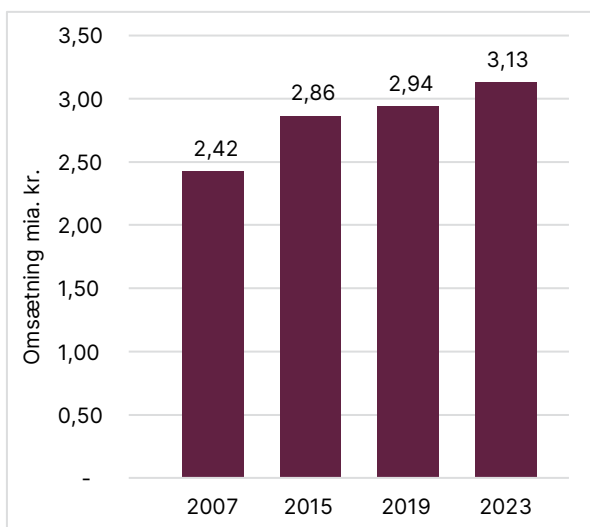
Samtidig er det samlede befolkningstal i kommunen nogenlunde uændret.

Set i forhold til at dagligvareomsætningen på landsplan er steget 16 %, mens befolkningstallet er steget 5 %, er dagligvareomsætningen i Frederiksberg kommune ikke steget i takt med landsgennemsnittet. Dette kan skyldes, at forbrugere på Frederiksberg i højere grad end



Figur 4-4 Udvikling i antal og areal til dagligvarebutikker fordelt på centerområder fra 2019 til 2024

landsgennemsnittet køber dagligvarer online gennem forskellige udbydere eller i form af måltidkasser. Herudover bruger borgerne på Frederiksberg i højere grad de mange spisesteder i kommunen både som "sitdowndinner" eller som takeaway. Spisesteder udgør en stadig større del af gadebilledet på Frederiksberg. På de centrale centerstrøg udgør spisesteder 21 % af alle funktioner, mens dagligvarebutikkerne udgør 15 %.



Figur 4-5 Udviklingen i dagligvareomsætningen i Frederiksberg Kommune 2007 til 2023 - i årets priser

E-handel med dagligvarer vurderes at udgøre 4-6 % af det samlede dagligvareforbrug på Frederiksberg, mens det på landsplan vurderes at udgøre 3 %. Forskellen skal ses i sammenhæng med, at distributionsnettet for e-handel med dagligvarer er mere udbygget både på Frederiksberg og i København. Især har distributionskoncepter såsom WOLT-Market, Nemlig.com og tidligere GORILLA m.fl., som leverer dagligvarer direkte til kunderne med en leveringstid helt ned til 30 minutter, en betydning for konkurrencen for dagligvarebutikkerne. Etablering af "dark stores", som er butikslokaler uden udadvendte funktioner og derimod med lukkede butiksfacader, udfordrer den fysiske detailhandel med dagligvarer. Da lagrene ikke er detailhandelsbutikker, kan de ikke reguleres i detailhandelsplanlægningen.

Frederiksberg har øget antallet af dagligvarespecialbutikker siden 2020

På landsplan er antallet af dagligvarebutikker faldet ca. 14 % siden 2008. Dette dækker dog over, at

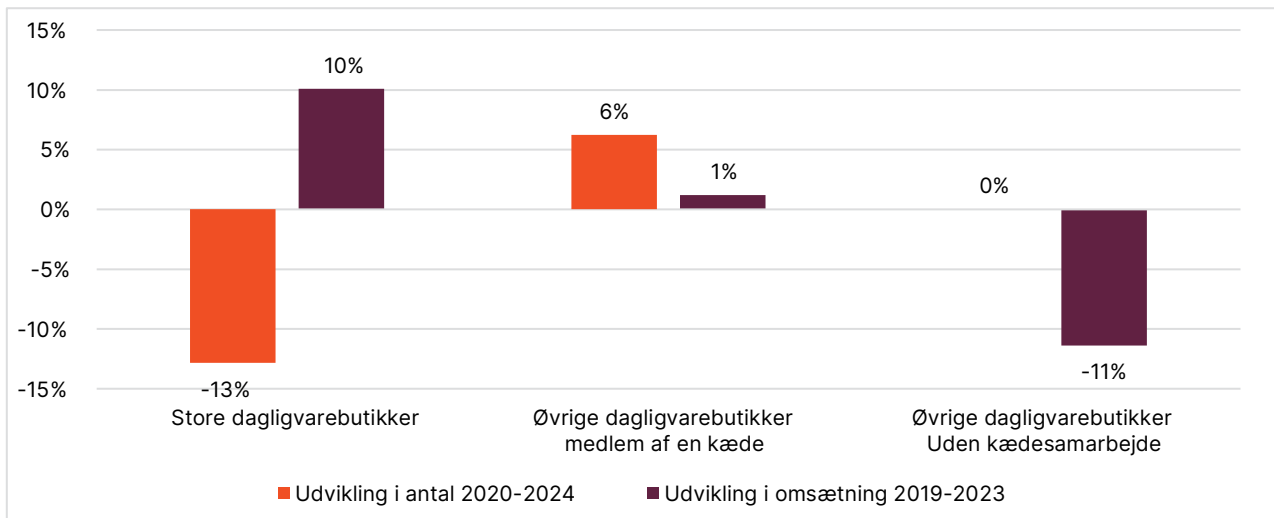
antallet af discountbutikker er steget 23 %.

I perioden 2008 til 2015 blev der etableret godt 300 discountbutikker i Danmark. Samtidig er antallet af døgnkiosker, tankstationer med kiosk og små købmænd faldet med 41 %. I mange tilfælde er de mindre købmænd og kiosker på landsplan blevet erstattet med færre og større discountbutikker. De mindre dagligvarespecialbutikker såsom bagere, slagtere, fiskehandlere, grønhandlere, vinhandlere og delikatesser har ikke oplevet det samme drastiske fald, da de samlet set kun er faldet med 9 % siden 2008.

På Frederiksberg er antallet af store dagligvarebutikker som varehuse (Føtex og Kvickly), supermarkeder (Meny og SuperBrugsen) og discountbutikker (Netto, Rema 1000, Lidl og Coop 365) faktisk fastholdt siden 2008, mens antallet af øvrige typer af dagligvarebutikker samlet set er faldet med 20 %. De store dagligvarebutikker udgjorde 13 % af dagligvarebutikkerne i 2008, men de udgør i dag 16 % af det samlede antal dagligvarebutikker.

Ser man alene på perioden 2020 til 2024, er antallet af øvrige dagligvarebutikker steget med 2 % fra 169 butikker til 173 butikker. Antallet af store dagligvarebutikker er derimod faldet fra 39 butikker til 34 butikker svarende til et fald på 13 %, som vises i figur 4-3. Der er især kommet flere dagligvarespecialbutikker, som er medlem af et kædesamarbejde i Frederiksberg Kommune såsom Peter Beier, Lagkagehuset, Matas Life, Buka og BEAUTYCOS. Samlet set er antallet af øvrige dagligvarebutikker, der er medlem af en kæde, steget med 6 %. Antallet af øvrige dagligvarebutikker uden et kædesamarbejde er uændret. I denne kategori ligger også de lokale butikker, som enten kun findes på Frederiksberg eller i én til to andre byer. Det er for eksempel Hart Bageri og Olivers & co. på Gammel Kongevej, Slagter Lund og Ard Bakery på Peter Bangs Vej og Daniali & Schiøtz Food Shop og S-Mart på Falkoner Alle.

Set i forhold til dagligvareomsætningen er billedet dog lidt et andet. Siden 2020 er dagligvareomsætningen steget 10 % for de store dagligvarebutikker i kommunen og 1 % for de øvrige dagligvarebutikker, som er medlemmer af et kædesamarbejde. Dog er dagligvareomsætningen faldet 11 % for de dagligvarebutikker, som er uafhængige og kun findes på Frederiksberg.



Figur 4-6 Udviklingen i antal dagligvarebutikker og omsætning fra 2020 til 2024 fordelt på typer af butikker (omsætning 2019 til 2023 i årets priser)

Selvom de store dagligvarebutikker er faldet siden 2020, og nu udgør 16 % af det samlede antal dagligvarebutikker, udgør de stadig hovedparten af den samlede dagligvareomsætning i kommunen. De store dagligvarebutikker udgør nemlig hele 77 % af dagligvareomsætningen i kommunen. Arealbelastningen betegner omsætning pr. kvadratmeter i en butik. Arealbelastningen er i gennemsnit 54.000 kr. pr. m², og den er steget 14 % siden 2020.

Dagligvarebutikker, som er uafhængige, udgør halvdelen af det samlede antal dagligvarebutikker i kommunen, men de udgør kun 9 % af den samlede dagligvareomsætning. De små selvstændige dagligvarebutikker, der indgår i denne gruppering af dagligvarebutikker, er særlige for Frederiksbergs identitet. De lokale uafhængige butikker, som enten kun findes på Frederiksberg eller i én til to andre byer, bidrager nemlig til den helt specielle frederiksbergske DNA. De uafhængige dagligvarebutikkers gennemsnitlige arealbelastning er faldet 12 % til 24.000 kr. pr. m².

Discountbutikkerne, og andre store dagligvarebutikker, dækker også på Frederiksberg en større andel af forbruget på dagligvareområdet, mens de mere lokale kiosker, små købmænd, minimarkeder og andre mindre specialbutikker som for eksempel slagtere og blomsterhandlere lukker – oftest på grund af manglende rentabilitet,

og fordi konkurrencen fra de store og mere effektive kædebutikker øges.

Udvalgsvarer

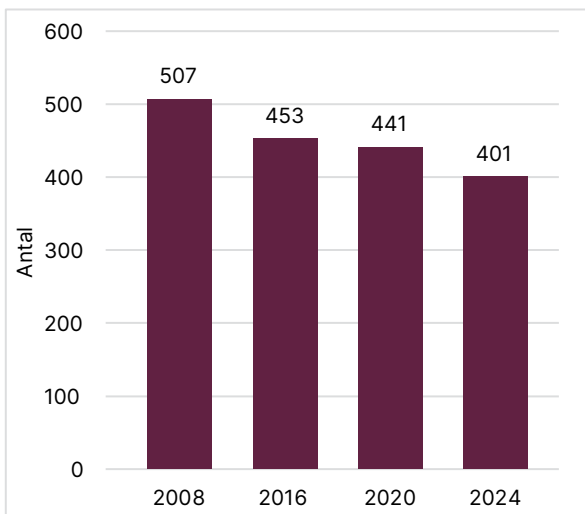
65 % af butikkerne i Frederiksberg Kommune er udvalgsvarerbutikker. Det svarer til 401 udvalgsvarerbutikker. Udviklingen i antal udvalgsvarer fra 2008 og frem til 2024 ses i nedenstående graf.

Antal

Antallet af udvalgsvarerbutikker er faldende fra 2008 og frem til 2024. Samlet set er antallet af udvalgsvarerbutikker faldet med 26 % i Frederiksberg Kommune. Fra 2020 og frem til 2024 er antallet af udvalgsvarerbutikker faldet med 10 %, og antallet er derfor nu på 401 udvalgsvarerbutikker i kommunen.

Set i forhold til landsgennemsnittet er 20 % af udvalgsvarerbutikkerne forsvundet siden 2008, og i Københavns Kommune er 23 % af udvalgsvarerbutikkerne forsvundet siden 2008.

Det er især tøjbutikkerne, der er forsvundet. Siden 2008 er 28 % af beklædningsbutikkerne forsvundet i Danmark, mens i alt 16 % af andre udvalgsvarerbutikker er forsvundet. Siden 2020 er antallet af udvalgsvarerbutikker på landsplan steget svagt – især under og lige efter Corona-nedlukninger. Det vurderes især, at de forskellige hjælpepakker har haft en betydning for antallet af butikker. Under



Figur 4-7 Udvikling i antal udvalgs varebutikker i alt fra 2008 til 2024

Corona var der også en større velvillighed for både fastholdelse i butikkerne ved hjælp af for eksempel reduktion i husleje og for etablering af midlertidige lejemaal.

På Frederiksberg er antallet af beklædningsbutikker faktisk det samme i 2024 som i 2008, så kommunen har klaret sig bedre end landsgennemsnittet, når der sammenlignes over en længere årrække. En af årsagerne er dog, at Frederiksberg Centret i denne periode er blevet styrket med flere butikker – og især flere tøjbutikker. Et bredt udbud af tøjbutikker er oftest styrende for valget af indkøbssted, og

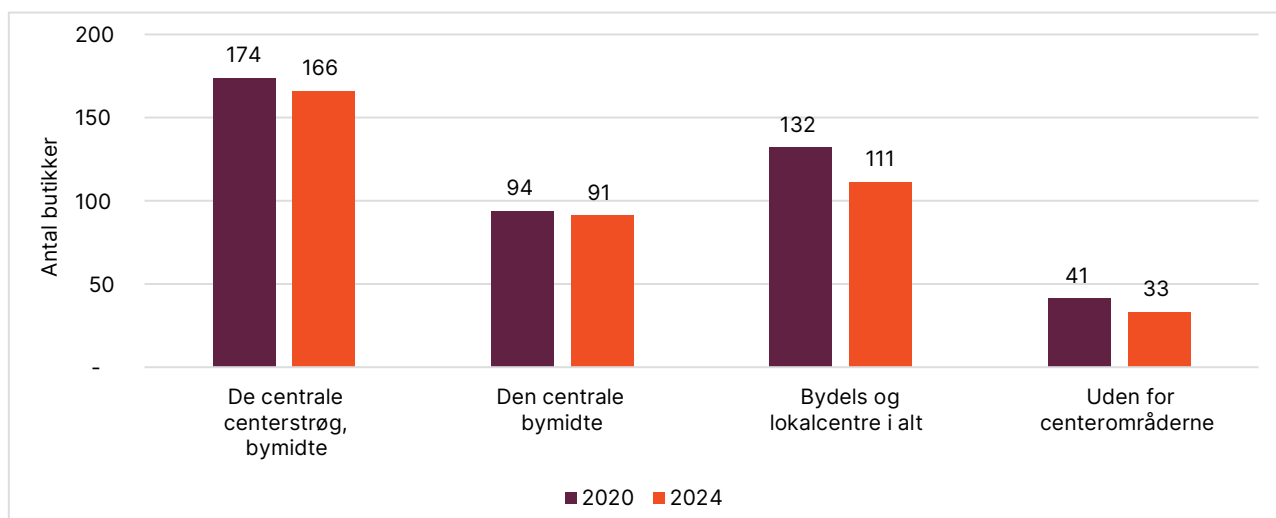
hovedparten af tøjbutikkerne er fortsat koncentreret på Gammel Kongevej og Frederiksberg Centret i den centrale bymidte. Siden 2020 har Frederiksberg Kommune dog mistet 14 % af tøjbutikkerne. Tøjbutikkerne er især forsvundet på Gammel Kongevej, som har mistet 13 % siden 2020.

Ser vi nærmere på de forskellige områder i Frederiksberg Kommune, bliver det tydeligt, at flest udvalgs varebutikker ligger på de centrale centerstrøg. Det er dog også på de centrale centerstrøg at, udvalgs varebutikkerne er forsvundet. De enkelte bydelscentre har et mere begrænset udbud af både tøjbutikker og andre udvalgs varebutikker. Den største forskel i udviklingen for udvalgs varebutikker ses i bydels- og lokalcentre, hvor antallet af udvalgs varebutikker er faldet med 16 %, hvilket svarer til 21 butikker. I de centrale centerstrøg ses et fald på 4 %, hvilket svarer til otte butikker.

Areal

Det samlede areal til udvalgs varebutikker er 73.500 m² i 2024. Dette udgør 48 % af det samlede bruttoareal i kommunen. Arealet for udvalgs varebutikker er over en længere periode fra 2008 og frem til 2024 samlet set faldet med 13 % svarende til 8.000 m². Der var en lille stigning fra 2016 til 2020 på 1 %, men fra 2020 til 2024 ses igen et fald på 6 % svarende til 3.200 m².

I takt med den generelle koncentrationstendens inden for detailhandlen, ændrede forbrugsmønstre



Figur 4-8 Udviklingen i antal udvalgs varebutikker fordelt på centerstruktur i 2020 og 2024



og nye måder at handle på, er der et øget fokus på at optimere de enkelte butikker. Forbrugerne stiller større krav til butikkerne som for eksempel flere oplevelser, indretning af butikken og god service. Dette betyder, at butikkerne har et fokus på at optimere størrelsen på den enkelte butik. Nogle butikker har mindsket arealkravet. Dette gælder for eksempel Ikea, Jysk, H&M, Silvan og Power. De etablerer mindre tilpassede butikker, som i højere grad er tilpasset det nærområde, som butikken er placeret i. Et eksempel er byggemarkedet STARK på Falkoner Alle, som både har et tilpasset sortiment og en tilpasset butiksstørrelse. Samtidig etableres enkelte "flagship-stores", hvor der netop er mere plads og fokus på kundeoplevelser samt et større udvalg. På Frederiksberg er det særligt smykke- eller boliginteriørforretninger, som har valgt at placere deres flagship-store her. For eksempel Pernille Corydon og Trine Tuxen på Gammel Kongevej og Tom Rossau på Frederiksberg Alle.

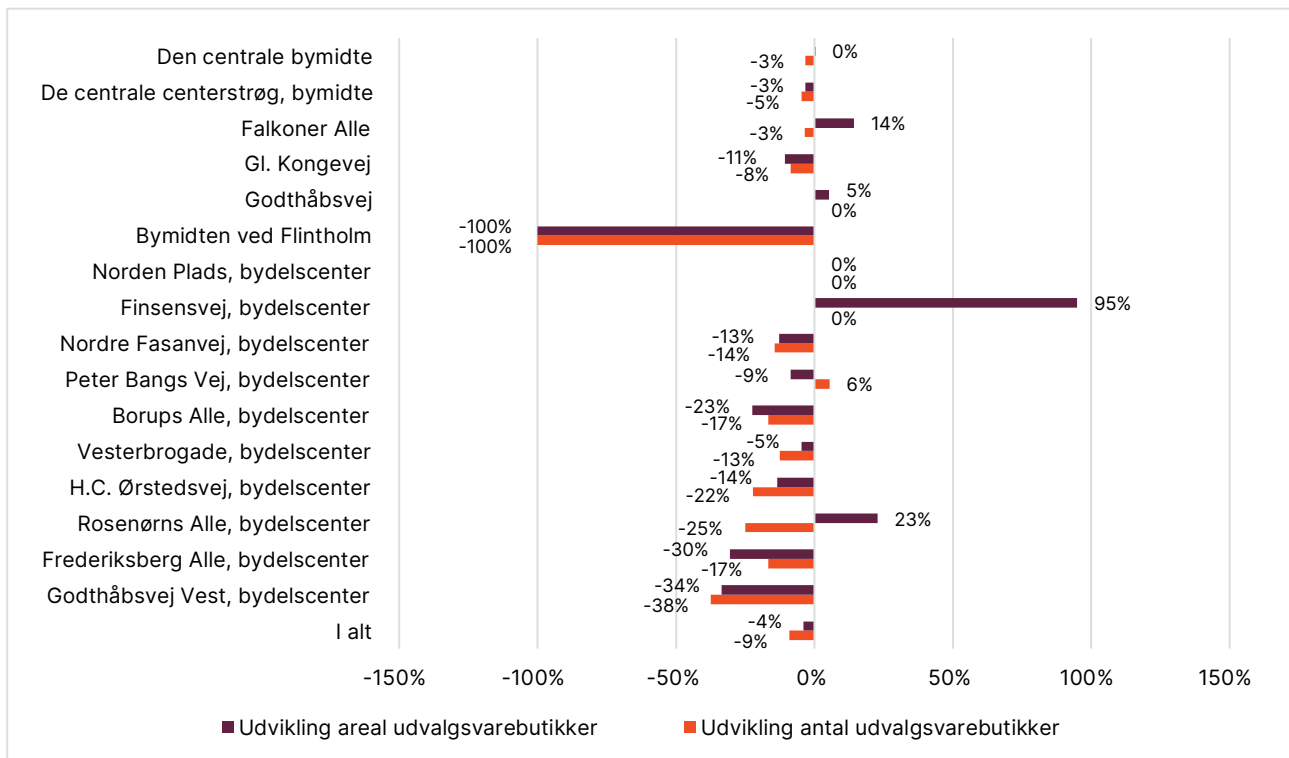
Generelt er den gennemsnitlige butiksstørrelse steget på landsplan, og den er også steget for udvalgswarebutikkerne i Frederiksberg Kommune. I 2024 var den gennemsnitlige butiksstørrelse knap 190 m², hvilket er 6 % højere end i 2020. Det skyldes især, at udvalgswarebutikkerne er blevet færre men større i bydelscentrene, da den gennemsnitlige butiksstørrelse steget med 13 % til 170 m².

Udvalgswarebutikkerne er gennemsnitligt større i den centrale bymidte. Her er den gennemsnitlige størrelse knap 280 m², hvilket især er på grund af Frederiksberg Centret. Til sammenligning er

udvalgswarebutikkerne markant mindre og med en gennemsnitlig størrelse på 160 m² i de centrale centerstrøg.

Gennemsnitsstørrelsen for udvalgswarebutikker i de forskellige områder har udviklet sig således: I de centrale centerstrøg er gennemsnitsstørrelsen steget med 2 %, og den er nu på 160 m²; I den centrale bymidte er gennemsnitsstørrelsen steget med 4 %, og den er nu på 276 m²; I bydels- og lokalcentrene er gennemsnitsstørrelsen steget med hele 13 %, og den er nu på 171 m²; Uden for centerområderne er gennemsnitsstørrelsen steget med 6 %, og den er nu på 122 m².

Figur 4-9 viser udviklingen i antal udvalgswarebutikker og butiksareal til udvalgsware i de enkelte centerområder. Udviklingen for bymidten ved Flintholm skyldes, at der er lukket et par cykelhandlere. På Finsensvej er der åbnet en Jysk i de lokaler, hvor der tidligere lå en Irma. På Rosenørns Alle er butiksarealet blevet større, mens antallet af butikker er blevet mindre. Det skyldes en sammenlægning af to butikslokaler til et større butikslokale. På Frederiksberg Alle er antallet af udvalgswarebutikker faldet med tre butikker. Det samme er gældende for Godthåbsvej Vest, hvor antallet af udvalgswarebutikker også er faldet med tre butikker. På Nordens Plads ligger fortsat byggemarkedet Silvan og en dyrehandel.

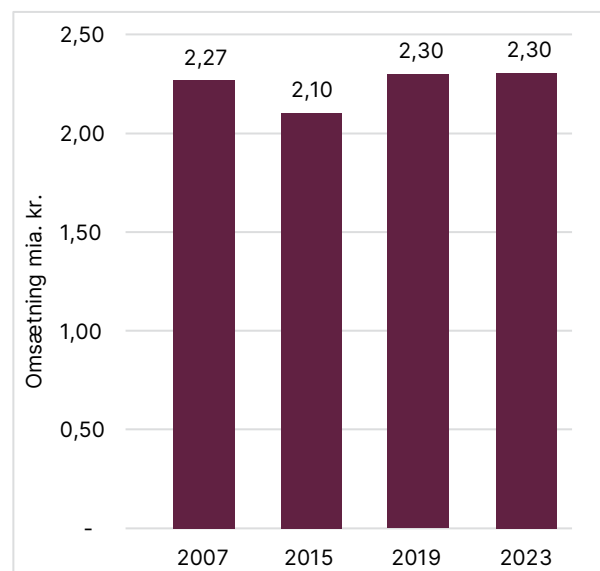


Figur 4-9 Udviklingen i antal udvalgswarebutikker og butiksareal til udvalgsvarer i de enkelte centerområder fra 2020 til 2024

Omsætning

Omsætningen for udvalgsvarer er på 2,3 mia. kr. i 2023. Dette udgør 46 % af den samlede omsætning for butikker i Frederiksberg Kommune, som er 5,43 mia. kr. Omsætningen for udvalgsvarer er samlet set fastholdt fra 2007 og frem til 2023. Dog var der et fald i omsætningen fra 2007 til 2017 på 8 %. Fra 2015 og frem til 2020 steg omsætningen igen med 9 %, og fra 2019 til 2023 har udvalgswareomsætningen været fastholdt i Frederiksberg Kommune.

Den samlede udvalgswareomsætning er i perioden 2007 til 2023 steget med 33 % på landsplan i årets priser, og fra 2019 til 2023 er omsætningen steget 15 %. Det er ikke muligt at skille internethandel ud fra den samlede detailhandelsomsætningstal på landsplan, da en lang række detailhandelsvirksomheder både har fysisk handel og e-handel. Som en indikation på udviklingen i e-handel er omsætningstallet faldet for beklædning med 16 %, mens branchens internethandel og postordre i samme periode er mere end 6-doblet. Det vurderes, at en stor del af væksten i udvalgsvarerhandlen på landsplan er gået gennem e-handelskanaler.



Figur 4-10 Udviklingen i udvalgswareomsætning i Frederiksberg Kommune 2007 til 2023 i årets priser

Det vurderes, at den fysiske detailhandel på landsplan generelt ikke har mærket væksten i forbruget. Den samlede konklusion fra enkelte detailhandelsanalyser i kommunerne er, at især omsætningen i bymidterne er under pres, mens etablering af boksbutikker og aflastningsområder uden for bymidterne betyder en øget omsætning. Dette billede ses også i Hovedstadsområdet, hvor etableringen af flere storbutiksområder og opgradering af de eksisterende storbutiksområder i f.eks. Herlev, Glostrup og Ishøj har en betydning for konkurrencesituationen. Samtidig er flere regionale shoppingcentre i hovedstaden blevet moderniseret og udbygget, hvilket har haft en betydning for især City som regionalt udbudspunkt.

Set i forhold til den øgede konkurrencesituation i Hovedstadsområdet – og især en øget e-handel – vurderes udvalgsvareomsætningen til at være nogenlunde fastholdt i Frederiksberg Kommune fra 2007 til 2023. Især det, at den er fastholdt fra 2019 til 2023, er en indikator på, at den samlede udvalgsvaredetailhandel står et godt sted på Frederiksberg. Til sammenligning er udvalgsvareomsætningen faldet 16 % i perioden 2007 til 2022 i Københavns Kommune. Det er dog vigtigt at gøre opmærksom på, at detailhandelsanalysen alene har opgjort den samlede omsætning i butikkerne i kommunen. Detailhandelsanalysen har derfor fokus på, om kommunen har et bredt og godt udbud af butikker, der kan servicere borgerne i kommunen. Den samlede omsætning viser intet om den samlede indtjening eller overskud i de enkelte butikker, hvilket i mange sammenhænge kan være en helt anden historie.

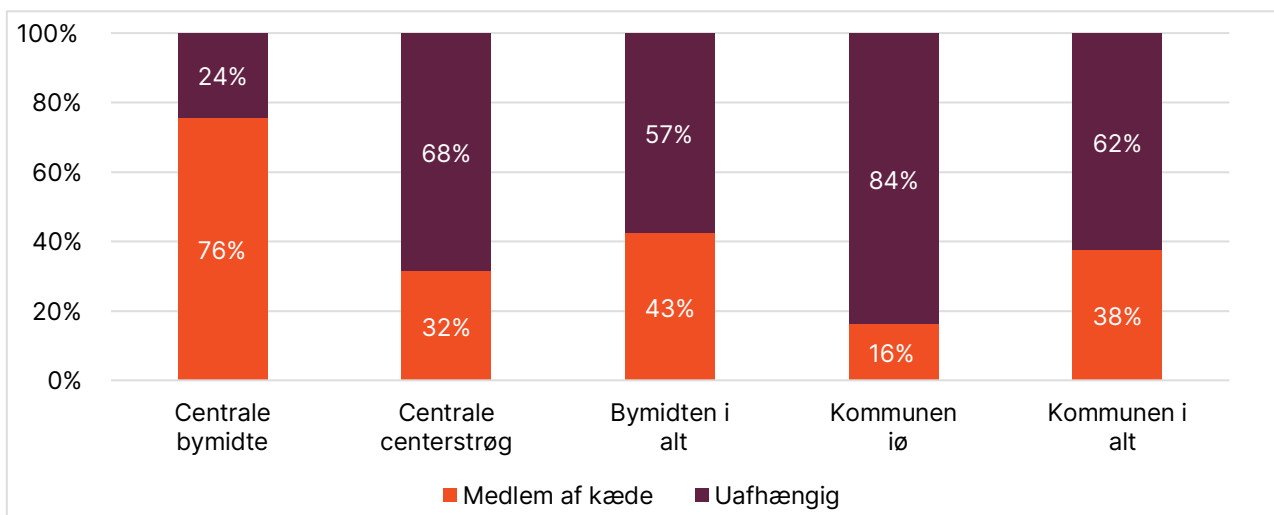
Kædetilknytning

Andelen af butikker, der er tilknyttet en kæde, har betydning for, hvor attraktiv en by er for kæderne at etablere sig i. På normalvis skaber det nemlig større sikkerhed for butikkerne at være en del af en kæde. Det, at butikker er tilknyttet kæder, gør blandt andet, at der kan tilbydes landsdækkende bytteservice og gavekort til kunderne, ensartede butiksudtryk samt mulighed for et større markedsføringsprogram. Dette er ikke nødvendigvis en mulighed for en enkeltstående butik. Omvendt har de uafhængige butikker frihed til at tilpasse deres sortiment og personlige service til de lokale forhold. Dette kan medvirke til, at en bymidte skiller sig ud fra det, der findes i andre byer, og det, der er let at købe på nettet.

Det er vigtigt at understrege, at kædebutikkerne ikke i sig selv giver en attraktiv bymidte. Det er ligeledes vigtigt at have et rigt udbud af lokale butikker, som ikke nødvendigvis ligner de kædebutikker, der findes alle andre steder. De lokale butikker er med til at gøre butikslivet specielt og særegent, hvorfor det er med til at profilere et udbudspunkt.

I figur 4-11 er det illustreret, hvor stor en andel af butikkerne, der er del af et profileret kædesamarbejde i den centrale bymidte, på de centrale centerstrøg og i Frederiksberg kommune i øvrigt samt i kommunen i alt.

Frederiksberg er kendetegnet ved et bredt udvalg af mange specialbutikker, som netop ikke er medlemmer af en kæde.



Figur 4-11 Kædeandel i de forskellige områder af Frederiksberg Kommune

Kædeandelen for butikkerne i Frederiksberg kommune ligger i alt på 38 %. Det er steget siden 2019, hvor andelen var 35 %.

Den centrale bymidte har fastholdt kædeandelen på 75 %, hvilket især er på grund af koncentrationen af kæder i Frederiksberg Centret.

Kædeandelen i de centrale centerstrøg er 32 %, hvilket faktisk er højere end i 2019, hvor den var 29 %. Kædeandelen i Frederiksberg er dog fortsat relativt lav sammenlignet med udbudspunkter. I shoppingcentre er kædeandelen typisk relativt høj, mens handelsbyer og handelstrøg har en lavere kædeandel. Det skyldes især handelsbyerne har et bredere udbud af selvstændige butikker. Til sammenligning har Københavns City en kædeandel på 32 %, hvilket er det samme som de centrale centerstrøg, mens Østerbrogade har en højere kædeandel på 38 % og Nørrebrogade har en lavere kædeandel på 23 %.

I Frederiksberg kommune i øvrigt er kædeandelen 25 %, hvoraf hovedparten er dagligvarebutikker.

Servicefunktioner – i bymidter og bydelscentre

Foruden detailbutikker så indeholder Frederiksberg en lang række kundeorienterede servicefunktioner, som også er en vigtig del af det kommercielle byliv. Sammen med detailbutikkerne udgør de kundeorienterede servicefunktioner en bymidtes attraktion. Ligesom det gør sig gældende med detailbutikker, er det væsentligt, at der er et bredt og attraktivt udbud af kundeorienterede servicefunktioner.

Servicefunktionerne består blandt andet af erhverv såsom frisørsaloner, skønhedssaloner og andet indenfor personlig pleje samt restauranter og caféer, der i høj grad fungerer på samme vilkår som detailhandlen. Serviceerhvervene består også af erhverv såsom banker og læger, der i højere grad har karakter af gøremål, men som sikrer en kundestrøm og er vigtige for udbuddets bredde.

Mens der er kommet færre butikker, er antallet af servicefunktioner steget på Frederiksberg.

Servicefunktioner får en stadig større betydning og fylder mere i bybilledet. Hvilket også er gældende i andre byer.

På Frederiksberg er andelen af butikker faldende både i de centrale centerstrøg, den centrale bymidte og i bydelscentre samt lokalcentre. Mens antallet af butikker er faldet 4 % i de centrale centerstrøg er antallet af servicefunktioner steget 5 %. Fra at udgøre over halvdelen af det samlede antal funktioner i 2020 udgør detailhandel nu under halvdelen i 2024.

Sammensætningen af de publikumsorienterede funktioner har også ændret sig. Der er kommet flere behandlere (frisører, wellness, skønhed m.fl.) og flere spisesteder, som det fremgår af nedenstående graf. Derimod er antallet af andre funktioner faldet. Det dækker blandt andet over, at antallet af pengeinstitutter er faldet, hvilket er en tendens, som også ses på landsplan.

Udespisning har en fortsat øget betydning

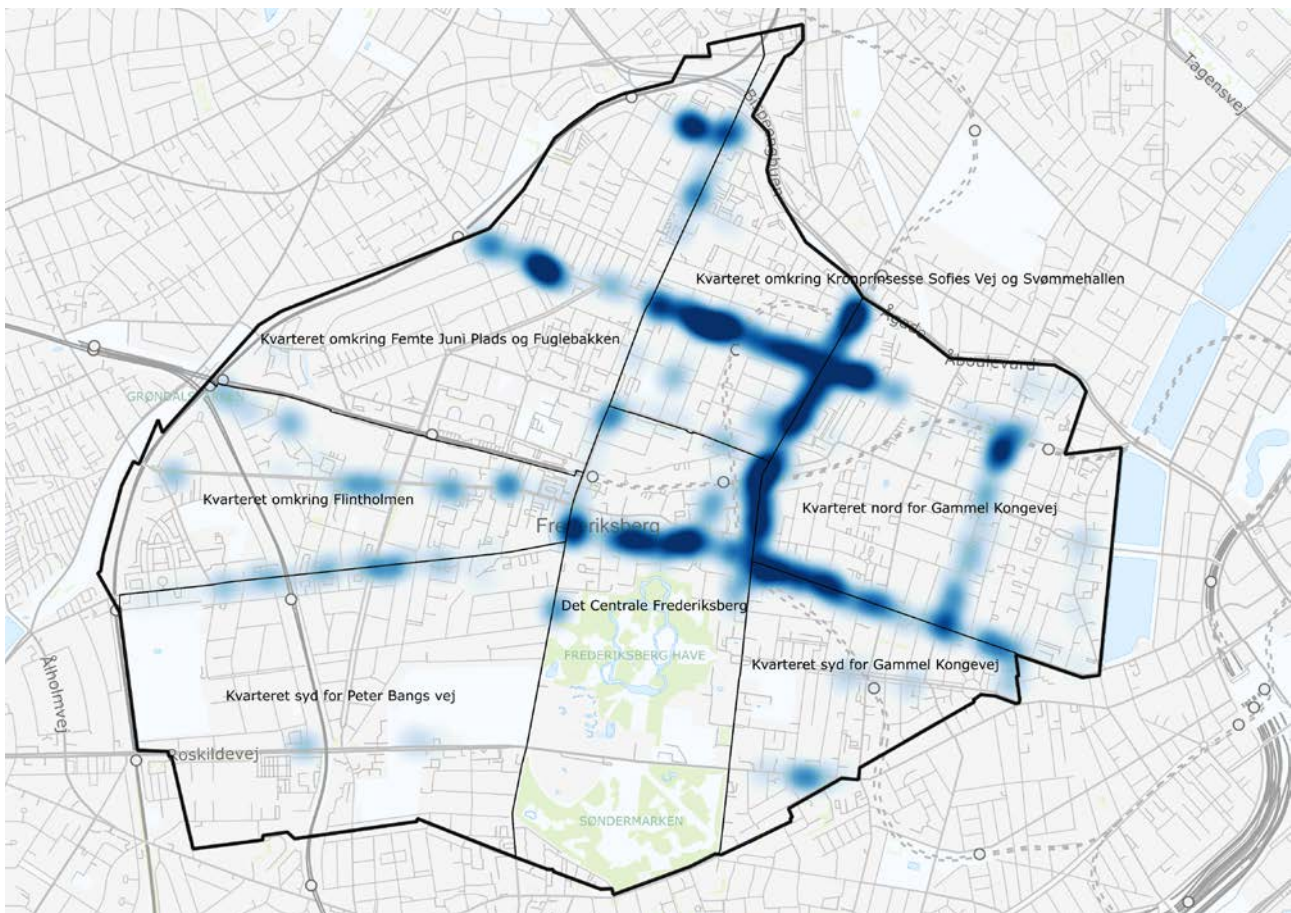
Singlehusstande udgør en stigende andel af de danske husstande og over 1 mio. danskere bor alene. Denne tendens – kombineret med et fokus på, at det gode liv i dag skal rumme karriere, frihed og valgmulighed til spontant at gøre, hvad man har lyst til – har betydet, at markedet for udespisning, færdigretter og halvfabrikata er steget voldsomt. Fastfood, takeaway og udespisning er på landsplan steget ca. 28 % siden 2019, og der forventes en fortsat vækst i de kommende år. Udespisning har erstattet en stadigt større del af forbrugernes indkøb af fødevarer.

Især på Frederiksberg vurderes udespisning at fylde en væsentlig del af forbruget, hvilket også afspejles i stigningen af antal spisesteder. Der er i alt placeret 233 spisesteder i de forskellige bymidter og bydelscentre i Frederiksberg Kommune. To ud af tre spisesteder ligger i de centrale centerstrøg og den centrale bymidte. Nedenstående graf viser, hvor stor en andel af det samlede antal funktioner, som er spisesteder.

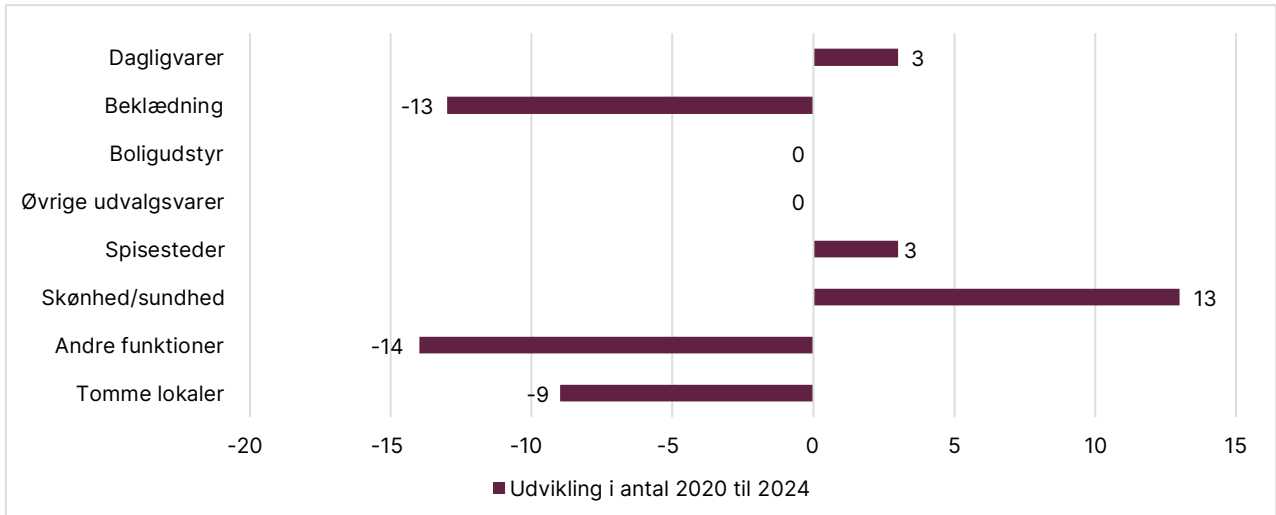
På Falkoner Alle er der 33 spisesteder ud af i alt 131 funktioner, hvilket svarer til 25 %. På Gammel Kongevej er der også 33 spisesteder ud af i alt 207 funktioner, hvilket svarer til 16 %. På Godthåbsvej

er der hele 41 spisesteder ud af i alt 154 funktioner, hvilket svarer til 27 %. På Godthåbsvej ligger f.eks. *Den blå hund*, *Mad&Kaffe* og *Morsel Bao* samt mange andre spisesteder. I bymidten ved Flintholm er det 38 % af det samlede antal funktioner, som er spisesteder. Dog er der samlet set et lavt antal funktioner, hvilket forklarer den høje procentandel af spisesteder her.

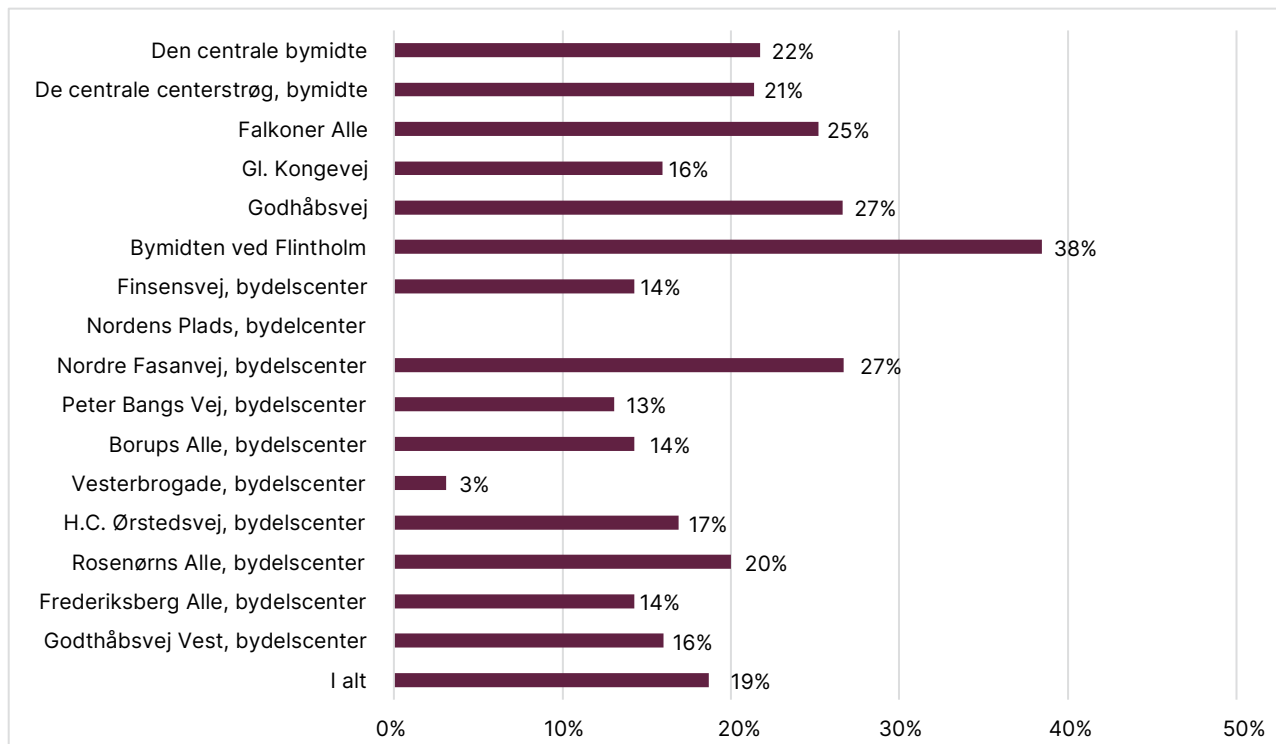
I gennemsnit er det 19 % af det samlede antal funktioner, som er spisesteder. Det svarer til, at hver femte funktion er et spisested. Derfor fylder spisesteder meget i gadebilledet, og udeserveringen er med til at skabe liv og ophold på gader og stræder. For nogle områder er det særligt i aftentimerne, at spisestederne fylder i gadebilledet, mens restaurationslivet er i gang hele dagen på f.eks. Gammel Kongevej. Her er spisesteder såsom *Polly*, *Ipsen & co.* og *Maudes Salon* placeret. I andre områder såsom bymidten ved Flintholm er det i højere grad takeaway-steder og servering indendørs, som er karakteriserende for området.



Figur 4-12 Heatmap af servicefunktioner i den centrale bymidte, de centrale centerstrøg og bydelscentrene på Frederiksberg



Figur 4-13 Udvikling i antal funktioner i den centrale bymidte og de centrale centerstrøg i alt



Figur 4-14 Andel af spisesteder i bymidten og bydelscentre forhold til samlede antal funktioner

Attraktion

For at give en karakteristik af butiks- og servicefunktionsudbuddet i kommunen er der, i forbindelse med rekognosceringen af butikkerne, foretaget en overordnet bedømmelse af hver enkelt butiks attraktion.

Butikkernes attraktion er en vurdering af, hvor attraktive butikkerne fremstår i kundernes øjne vurderet ud fra en skala fra 1-5, hvor 1 er en meget lav attraktion, 5 er en meget høj attraktion og 3 er et udtryk for en gennemsnitlig butik. Det er vurderet ud fra butikkernes størrelse, sortiment, branche og disponeringen af arealerne samt butikkernes indretning og fremtoning – herunder skilte og facader. Der er også lagt vægt på, om der løbende er foretaget investeringer i butikkens indretning, og om fremtoningen af butikken er opdateret eller om butikken virker utidssvarende.

Vurderingen skal derfor opfattes som en forbrugers bedømmelse af den enkelte butik. Vurderingen afspejler derved, hvor attraktiv en forbruger vil opfatte den enkelte butik. Attraktionen for den enkelte butik er et pejlepunkt for, om forbrugerne finder den enkelte butik attraktiv i forhold til andre butikker inden for samme branche.

Den samlede attraktion for butikkerne i Frederiksberg Kommune ligger generelt over middel både for dagligvarer og udvalgsvarerbutikkerne. Samlet set har

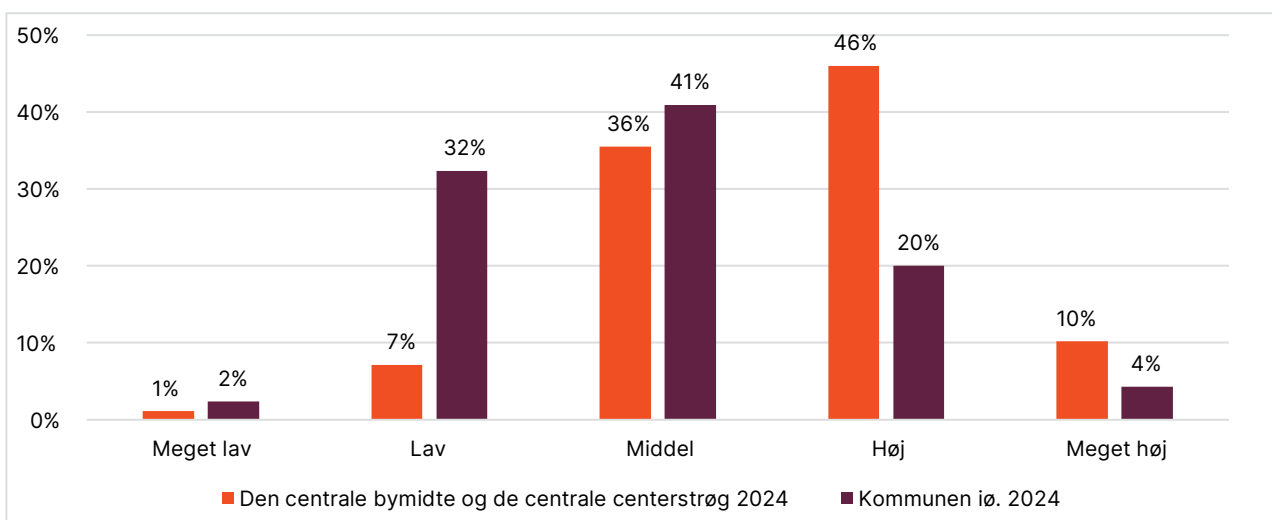
82 % af butikkerne på Frederiksberg en attraktion på middel eller derover. Det er flere end i 2020, hvor 78 % af butikkerne havde en attraktion på middel eller derover.

Det er især i de centrale centerstrøg og den centrale bymidte, at de gennemsnitlige attraktioner for butikkerne er høje. Nedenfor ses, hvordan de forskellige detailbutikkernes attraktion er vurderet i den centrale bymidte og centerstrøgene samt i kommunen i øvrigt.

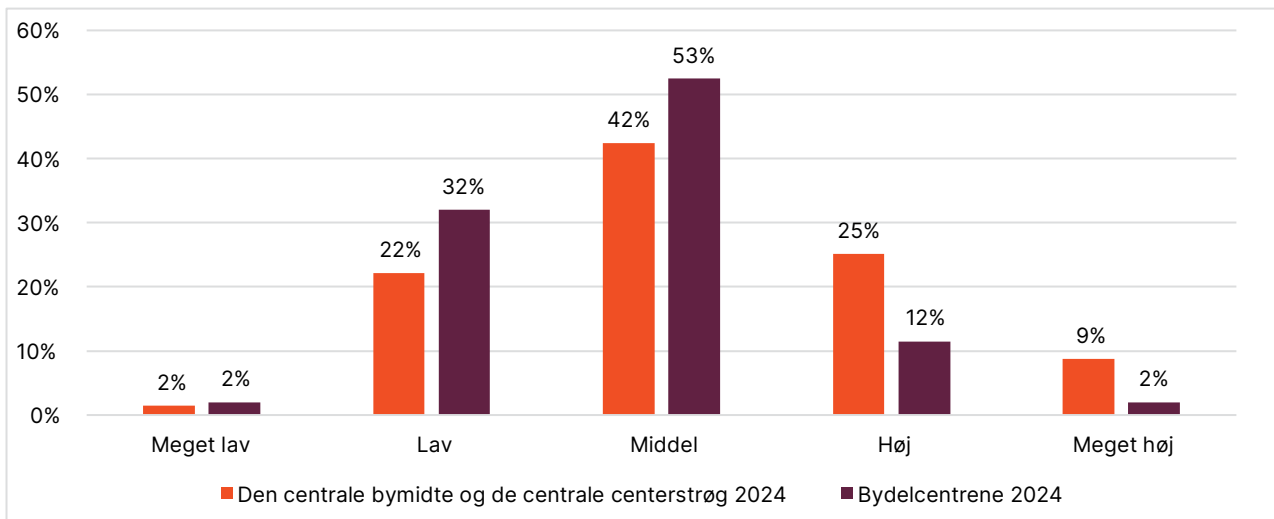
I den centrale bymidte og de centrale centerstrøg er 56 % af butikkerne vurderet til at have en *Høj* eller *Meget høj* attraktion. 36 % af butikkernes attraktion er *Middel*, mens blot 8 % af butikkernes attraktion er *Lav* eller *Meget lav*.

I kommunen i øvrigt er 24 % af butikkerne vurderet til en *Høj* eller *Meget høj* attraktion, mens 34 % af butikkerne har en *Lav* eller *Meget lav* attraktion.

Butikkerne i Frederiksberg Kommune ligger relativt højt på denne skala. Frederiksberg har mange attraktive butikker i den centrale bymidte og i centerstrøgene. Attraktionen har desuden forbedret sig sammenlignet med 2020. Siden 2020 og frem til 2024, har 4 % færre butikker en *Lav* attraktion og 3 % flere butikker har en *Meget høj* attraktion. Samlet set har 92 % af butikkerne i den centrale bymidte og centerstrøgene en attraktion på middel eller derover, mens andelen var 88 % i 2020. I kommunen i øvrigt har omkring to ud af tre



Figur 4-15 Butikkernes attraktionsspredning i den centrale bymidte og centerstrøgene og i kommunen i øvrigt i procent



Figur 4-16 Servicefunktionernes attraktionsspredning i den centrale bymidte og centerstrøgene og i bydelscentrene i procent

af butikkerne en attraktion på middel eller derover både i 2020 og 2024. Det er mange typer af butikker, som bidrager til den høje attraktion, men særligt beklædningsbutikker og dagligvarebutikker trækker attraktionen op.

Servicefunktionernes attraktion

Nedenfor ses, hvordan de forskellige servicefunktioners attraktion er vurderet i den centrale bymidte og centerstrøgene samt i bydelscentrene.

I den centrale bymidte og de centrale centerstrøg er 34 % af servicefunktionerne vurderet til at have en *Høj* eller *Meget høj* attraktion, mens 22 % af servicefunktionerne har en *Lav* eller *Meget lav* attraktion. I bydelscentrene er attraktionen for servicefunktionerne generelt lavere end i bymidterne. I bydelscentrene har blot 14 % en attraktion over middel, mens 34 % har en attraktion under middel.

Herudover har servicefunktionerne en lavere attraktion end butikkerne i kommunen. Der er særligt flere servicefunktioner, der placerer sig i kategorien *Lav*. Der er dog også mange servicefunktioner, som scorer højt på skalaen, og derfor er med til at styrke servicefunktionernes samlede attraktion i den centrale bymidte og i centerstrøgene. Attraktionen har desuden forbedret sig for servicefunktioner sammenlignet med 2020 for den centrale bymidte og de centrale centerstrøg. Siden 2020 og frem

til 2024 har 7 % færre servicefunktioner en *Lav attraktion* og 4 % flere servicefunktioner har en *Meget høj* attraktion. I 2020 blev servicefunktioner ikke registreret i bydelscentrene. Der er mange typer af butikker, som bidrager til attraktionen, men særligt restauranter udmærker sig positivt.

Facadeattraktion

Butikkerne og servicefunktionerne er i sig selv en vigtig grund til, hvorfor forbrugerne og borgerne færdes eller tiltrækkes et udbudspunkt. De enkelte facader bidrager til oplevelserne i byrummet og hermed til de enkelte gadestrøgs profiler. Derfor er de enkelte butikker og servicefunktioners facadeattraktion blevet vurderet i forhold til deres evne til at skabe liv i bymiljøet. Facadeattraktionen er blevet vurderet ud fra en skala på 1-5, hvor 1 er en meget lav facadeattraktion, 5 er en meget høj facadeattraktion, og 3 er et udtryk for en gennemsnitlig facadeattraktion.

I vurderingen af butiksfacadernes attraktion er der lagt vægt på hvorledes facaden og butikken understøtter bylivet. Her er bl.a. taget hensyn til indblik gennem vinduespartiet til butikken, vinduesudstilling og gadeudstilling samt brug af udendørs arealer til varer, bænke, blomsterkummer, lys og facadeskiltning m.fl. For eksempel giver det en høj facadeattraktion, hvis butikken har blomsterkummer ved indgangen, lanterner og en

bænk. Omvendt giver det en lav facadeattraktion, hvis butikken er gemt bag tillukkede vinduer uden vinduesudstilling. Vurderingen af facadeattraktionen er således en vurdering af, i hvilken grad den enkelte facade bidrager positivt til bylivet.

Det er dog vigtigt at gøre opmærksom på, at alle butikker ikke har samme muligheder for at gøre brug af arealet foran deres butik. Det handler f.eks. om regler og opmåling for butikkens afgrænsning og plads til forbipasserende mm., hvilket begrænser muligheden for en høj facadeattraktion for de butikker, som ikke kan gøre brug af arealerne foran deres butik.

Nedenfor ses, hvordan de forskellige butikkers facadeattraktion og evne til at skabe liv i bymiljøet er vurderet i den centrale bymidte og de centrale centerstrøg samt for bydelscentrene for henholdsvis butikkerne og servicefunktionerne.

Den samlede facadeattraktion for butikkerne i Frederiksberg Kommune ligger generelt over middel. Samlet set har 77 % af butikkerne på Frederiksberg en attraktion på middel eller derover, hvilket nogenlunde er på niveau med 2020.

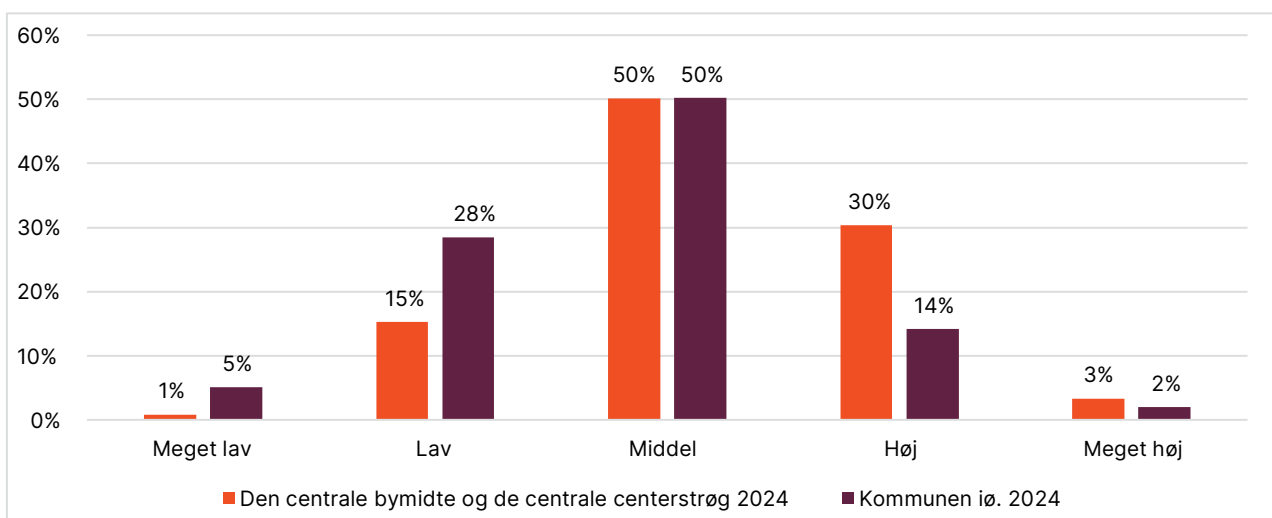
Det er især i de centrale centerstrøg og den centrale bymidte, at de gennemsnitlige facadeattraktioner for butikkerne er høje. Nedenfor ses, hvordan de forskellige detailbutikkers attraktion er vurderet i den centrale bymidte og centerstrøgene samt i kommunen i øvrigt.

I alt har halvdelen af butikkerne i Frederiksberg Kommune en gennemsnitlig facadeattraktion. Det vil sige, at de hverken bidrager negativt eller positivt til bylivet.

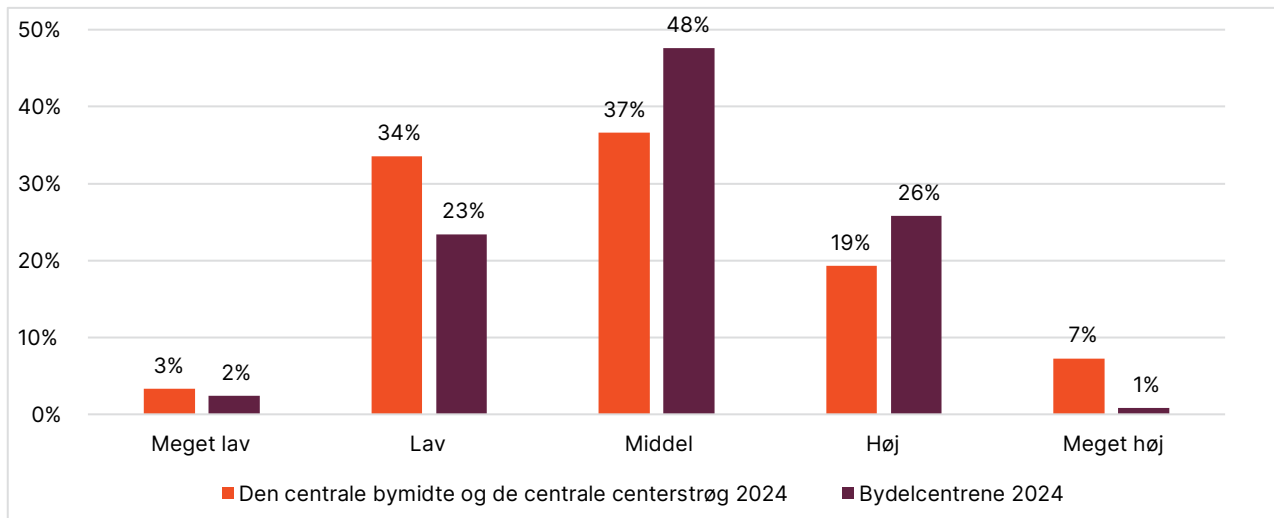
I den centrale bymidte og de centrale centerstrøg er der flere butikker, der bidrager positivt til bymiljøet. Her har 34 % af butikkerne en facadeattraktion over middel, mens kun 16 % af butikkerne i kommunen i øvrigt har en *Høj* eller *Meget høj* facadeattraktion. På centerstrøgene er der dermed flere butikker med store attraktive glaspartier, vinduesudstillinger og ikke mindst udearealer, som bruges aktivt til udstilling af varer og ophold.

Butikkerne i Frederiksberg Kommune placerer sig mellem *Middel* og *Høj* på skalaen. Der er derfor mange butikkers facader i den centrale bymidte og i centerstrøgene, som bidrager til at skabe liv i bymiljøet. Der er desuden et potentiale for at skabe endnu flere attraktive facader, hvis de mange butikker, der placerer sig i kategorien *Middel* formår at flytte sig over i kategorierne *Høj* eller *Meget høj*. Det er mindre forbedringer, der skal til, i og med at butikkerne allerede opnår en middel vurdering af deres facadeattraktion.

Der er mange typer af butikker, som bidrager til at skabe liv i bymiljøet, men særligt dagligvarebutikker såsom bagere og blomsterhandlere udmærker sig positivt i denne vurdering.



Figur 4-17 Butikkens facadeattraktionsspredning i den centrale bymidte og centerstrøgene i procent



Figur 4-18 Servicefunktioners facadeattraktionsspredning i den centrale bymidte og centerstrøgene og bydelscentrene i %

Servicefunktionernes facadeattraktion

Nedenfor ses, hvordan de forskellige servicefunktioners facadeattraktion og evne til at skabe liv i bymiljøet er vurderet i den centrale bymidte og centerstrøgene samt i bydelscentrene.

Facadeattraktionerne er generelt lavere for servicefunktionerne end for butikkerne i den centrale bymidte og de centrale centerstrøg. Mens 84 % af butikkerne har en facadeattraktion på *Middel* eller over, har kun 63 % af servicefunktionerne en facadeattraktion på *Middel* eller over.

I alt er 27 % af servicefunktionerne vurderet til at have en *Høj* eller *Meget høj* facadeattraktion, mens 37 % har en facadeattraktion under *Middel* i den centrale bymidte og de centrale centerstrøg.

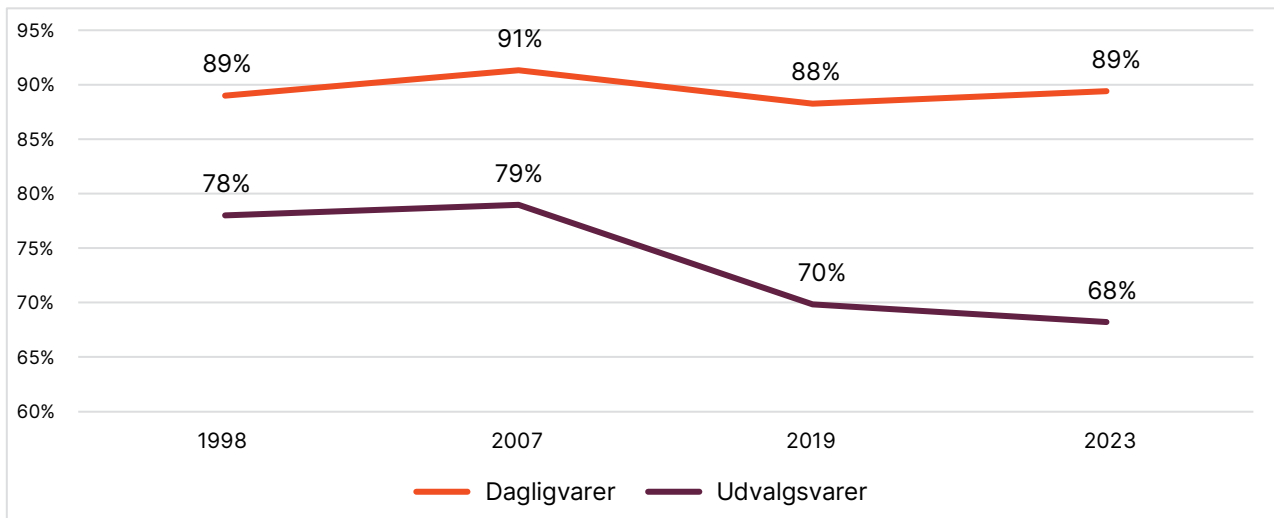
I bydelscentrene er der flere servicefunktioner med en facadeattraktion på *Middel*, mens der er færre servicefunktioner, der har en *Lav* eller *Meget lav* facadeattraktion. I alt har 27 % en facadeattraktion over *Middel*, mens 25 % af facadeattraktionerne er under *Middel*.

Servicefunktionerne i Frederiksberg Kommune placerer sig mellem *Middel* og *Lav* på skalaen. Der er derfor færre af servicefunktionernes facader i den centrale bymidte og i centerstrøgene, som bidrager til at skabe liv i bymiljøet, sammenlignet med butikkernes facadeattraktion. For

servicefunktionernes facadeattraktion og evne til at skabe liv i bymiljøet er der derfor plads til forbedring.

Det er særligt servicefunktioner såsom personlig pleje (herunder mindre frisørsaloner, neglesaloner, massagesaloner og solcentre), ejendomsmæglere, banker og fastfoodrestauranter samt takeaway-steder, som gennem facade og udemiljø i mindre grad bidrager til at skabe liv i bymiljøet. De servicefunktioner, der udmærker sig positivt i forhold til at skabe liv i bymiljøet med en høj facadeattraktion, er især restauranter men også større frisørsaloner.

Set i forhold til 2020 er der dog sket forbedringer i den centrale bymidte og de centrale centerstrøg. Der er kommet færre servicefunktioner med en *Meget lav* facadeattraktion. I 2020 havde 9 % af servicefunktionerne med en *Meget lav* facadeattraktion, hvilket kun er 3 % i 2024. I alt er andelen af servicefunktionerne med en facadeattraktion på *Middel* eller over steget fra 59 % i 2020 til 63 % i 2024.



Figur 4-19 Udviklingen i handelsbalancen Frederiksberg Kommune fra 1998 til 2023

Handelsbalance

Handelsbalancen er forholdet mellem den faktiske omsætning i samtlige butikker i Frederiksberg kommune og det samlede forbrug hos borgerne i kommunen. Handelsbalancen afspejler således ikke, hvorledes omsætningen er sammensat af køb fra lokale forbrugere og forbrugere bosat i andre områder, men den er alene udtryk for, om der er overskud eller underskud på handelsbalancen.

På nedenstående figur beskrives handelsbalancen for henholdsvis dagligvarer og udvalgsvarer.

Øget betydning på dagligvarer

Handelsbalancen for dagligvarer var 89 % i 2023, hvilket vil sige, at dagligvareomsætningen i butikkerne i Frederiksberg Kommune havde et samlet underskud på 11 % i forhold til det samlede dagligvareforbrug hos kommunens borgere.

Generelt købes dagligvarer så tæt på bopælen som muligt, men især andelen af udespisning, måltidsløsninger og e-handel med dagligvarer har betydning for dagligvareforbruget på Frederiksberg og dermed på handelsbalancen for dagligvarer. Herudover har det også en betydning, at kommunen ligger i en tæt bystruktur, hvor forbrugerne ikke nødvendigvis skelner til kommunegrænser. Dette

afspejles i handelsbalancen for dagligvarer i Frederiksberg.

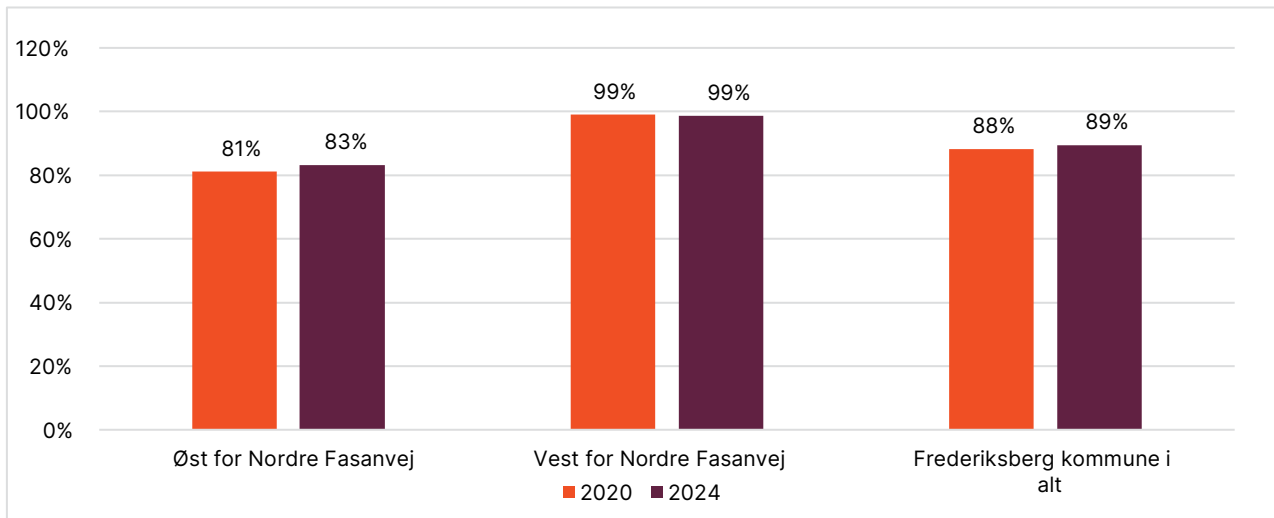
Set i forhold til de ændrede forbrugsmønstre med især en væsentligere betydning fra e-handel med dagligvarer, måltidskasser mv. har Frederiksberg Kommune siden 2019 øget sin position for dagligvarer. Handelsbalancen er samlet set steget med 1 procentpoint fra 88 % i 2019 til 89 % i 2023, mens e-handel med dagligvarer vurderes at være steget fra 3 % i 2019 til at udgøre 4-6 % i 2023.

Fortsat god dækning i lokalområderne med dagligvarer

Handelsbalancen for dagligvarer, i området øst og vest for Nordre Fasanvej, indikerer, at der generelt er en god dagligvareforsyning. Vest for Nordre Fasanvej er handelsbalancen på 99 %, hvilket betyder, at dagligvareomsætningen stort set er på niveau med forbruget i området.

I område øst for Nordre Fasanvej er handelsbalancen 83 %, hvilket betyder, at dagligvareomsætningen ligger 17 % under det samlede dagligvareforbrug i området.

Området øst for Nordre Fasanvej indeholder størstedelen af den centrale bymidte og de



Figur 4-20 Handelsbalance for dagligvarer fordelt på områder i Frederiksberg Kommune

centrale centerstrøg, men størstedelen af de store dagligvarebutikker, ligger vest for Nordre Fasanvej. Her ligger blandt andet Føtex Nordre Fasanvej, Meny Nordens Plads og Borups Allé samt SuperBrugsen Finsensvej og Peter Bangs Vej.

Siden sidste detailhandelsanalyse har området øst for Nordre Fasanvej øget handelsbalancen fra 81 % i 2019 til 83 % i 2023. Det betyder, at den overordnede dagligvareforsyning i området er marginalt forbedret.

Frederiksberg har fastholdt sin markedsposition for udvalgsvarer

Handelsbalancen for udvalgsvarer var 68 % i Frederiksberg Kommune i 2023. Det vil sige, at udvalgsvareomsætningen i de fysiske butikker i Frederiksberg Kommune er 32 % lavere end udvalgsvareforbruget i kommunen.

Set i forhold til Frederiksberg Kommunes placering i den tætte bystruktur, kommunens butikssammensætning og konkurrencen fra e-handel vurderes handelsbalancen for udvalgsvarer at være på et forventeligt niveau.

Frederiksberg Kommunes placeringen i den tætte bystruktur betyder, at kommunegrænserne ikke har betydning for forbrugernes indkøbsorientering. Det vil sige, at forbrugerne handler på begge sider af

kommunegrænserne. Nogle gadestrækninger som for eksempel Værnedamsvej, Vesterbrogade og Gammel Kongevej ligger dele af handeleggaderne enten i København eller Frederiksberg Kommuner.

Herudover har især den korte afstand til Københavns City og de regionale udbudspunkter såsom Fisketorvet, Field's og Rødovre Centrum betydning for detailhandelen på Frederiksberg. Der er en række udvalgsvarerbrancher og storbutikskæder, som ikke er til stede eller kun i begrænset omfang er til stede i Frederiksberg kommune. Det er især de store udvalgsvarebutikker og særligt pladskrævende butikker, der er vanskelige at placere i den tætte bystruktur, som i dag ikke er repræsenteret på Frederiksberg. Det er kæder som Ikea, Ilva, Bauhaus, Plantorama, Biltema, Jem & Fix og Harald Nyborg, men det er også stormagasiner som Magasin.

Set i forhold til den generelle udvikling med en øget konkurrence og en markant øget e-handel kombineret med ændrede forbrugsmønstre har Frederiksberg Kommune klaret sig relativt godt siden 2019. På trods af en øget e-handel og en fortsat øget konkurrence i Hovedstadsområdet, er der kun sket et mindre fald i handelsbalancen på 2%, da handelsbalancen var 70 % i 2019.

Tallene indikerer, at Frederiksberg fortsat er god til at holde den lokale handel på Frederiksberg samtidig med, at butikkerne på Frederiksberg fortsat tiltrækker kunder til de unikke butikker på Frederiksberg.

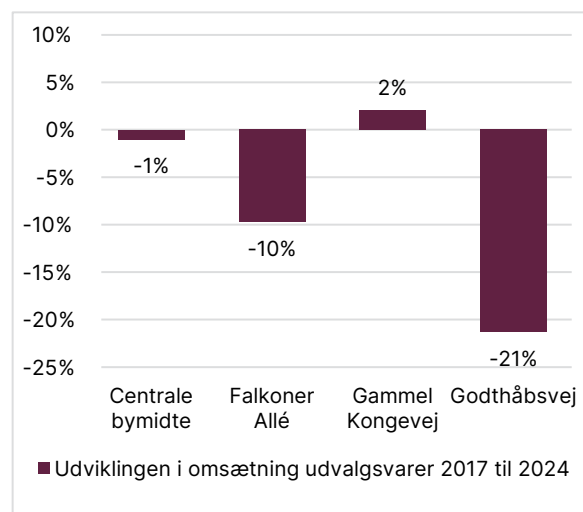
Udviklingen på udvalgte handelsstrøg

I nedenstående figur sammenlignes udviklingen i antal funktioner på Gammel Kongevej med bymidten i øvrigt. Herunder Falkoner Alle, Godthåbsvej og den centrale bymidte. Gennem denne sammenligning bliver det tydeligt, at Gammel Kongevej har udviklet sig anderledes end den resterende bymidte.

Gammel Kongevej har mistet 16 % af beklædningsbutikkerne, men har derimod fået 18 % flere spisesteder. Den resterende bymidte har både mistet beklædningsbutikker og spisesteder. Den resterende bymidte har fået 5 % flere af det, der kan kategoriseres som personlig pleje (f.eks. skønhedssaloner). Dette er slet ikke tilfældet på Gammel Kongevej. Den resterende bymidte har desuden mistet nogle funktioner i kategorien *Andet*, som dækker over både underholdning, kultur/fritid mm. Dette er heller ikke tilfældet på Gammel Kongevej. Gammel Kongevej har desuden seks færre tomme lokaler.

Ser vi nærmere på udvalgsvareromsætningen på Gammel Kongevej sammenlignet med de andre handelsstrøg, så er udviklingen også anderledes.

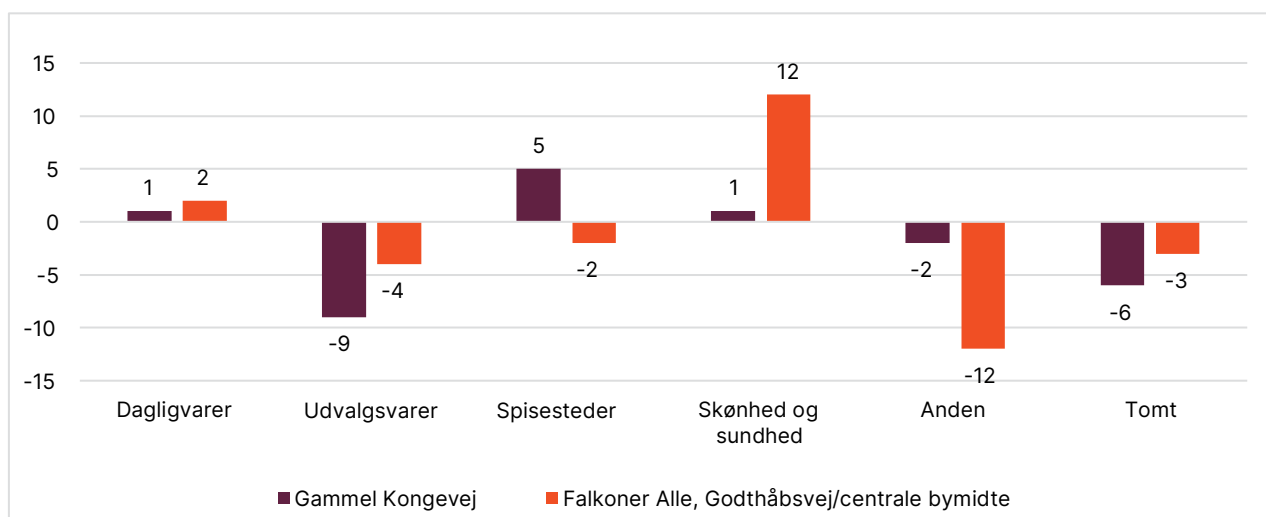
Ovenstående graf viser, at selvom Gammel Kongevej har mistet 6 % udvalgsvarerbutikker, så er udvalgsvareromsætningen steget med 2 %. Den centrale bymidte har mistet 2 % af butikkerne, og omsætningen er steget med 1 %.



Figur 4-22 Udviklingen i udvalgsvareromsætningen fra 2017 til 2024

På Falkoner Alle og Godthåbsvej har udviklingen taget en anden drejning. På Falkoner Alle er antallet af butikker fastholdt, men omsætningen er faldet med 10 %. På Godthåbsvej er antallet af butikker faldet med 2 %, og omsætningen er faldet med 21 %.

Selvom Gammel Kongevej har mistet 6 % af udvalgsvarerbutikkerne, så er omsætningen ikke faldende. Det kan også skyldes, at nogle udvalgsvarerbutikkeres lokaler er slået sammen, så der er kommet færre men større udvalgsvarerbutikker. Dette er f.eks. tilfældet med *Pico* på Gammel Kongevej, som har udvidet butiksarealet ved at slå to lokaler sammen til én butik.



Figur 4-21 Udviklingen i antal funktioner på Gammel Kongevej sammenlignet med Falkoner Alle, Godthåbsvej og den centrale bymidte sammensat

5 Handelsstrøgenes profil



5 Handelsstrøgenes profil

“

Din' øjne fortæller, vi ta'r det næste skridt
På Godthåbsvej, hvor mit hjerte blev til dit
Og jeg blev lidt forelsket i dig
Den nat, hvor vi dansede og gik den samme vej

(Uro / 2023)

Frederiksberg – det grønne hjerte midt i storbyen

Frederiksberg er den tættest befolkede kommune i Danmark. Alligevel lykkes det at være en by, der ikke mindst er kendt for sine parker, grønne stisystemer og blomstrende haver: Det grønne hjerte midt i storbyen. Her er der rum for både ro og aktivitet.

Men Frederiksberg er i høj grad også de karakteristiske, brede gader med imposante bygninger og en stærk, historisk karakter. Her er bylivet helt anderledes: Biler, cykler og fodgængere kæmper om pladsen, mens butikkerne kæmper for sin berettigelse i en tid, hvor de fleste kan mærke presset fra ændrede indkøbsvaner. Byens puls kan høres, og dynamikken er til at få øje på.

Selv om der findes lukkede butikker på Frederiksberg, og mange forretningsdrivende har det svært, viser detailhandelsanalysen, at det ikke er gået så galt, som det ses mange andre steder i landet. Endnu. Frederiksberg Kommune er opmærksom på udfordringerne, og som

led i arbejdet for at fastholde Frederiksbergs betydning som handelsdestination og skabe de bedst mulige rammer for detailhandlen, er der brug for at undersøge mere end tallene, der er omdrejningspunkt for detailhandelsanalysens resultat.

Ikke bare kvantitet – men også kvalitet

Som led i detailhandelsanalysen har Frederiksberg Kommune bedt COWI om at grave et spadestik dybere og gennemføre en mere kvalitativ analyse af syv udvalgte handelsstrøg:

- Falkoner Allé
- Gl. Kongevej
- Godthåbsvej
- H.C. Ørstedesvej
- Rolighedsvej
- Smallegade
- Værnedamsvej (nordlig side)

Analysen er gennemført i foråret 2024, og der er anvendt to forskellige analysemetoder: Interviews med udvalgte forretningsdrivende og en kvalitativ vurdering af gaderummene. Målet for analysen er at skabe grundlag for drøftelser – både internt i kommunen og eksternt med handelslivet – om Frederiksbergs fremtidige butikssammensætning og de rammer, der skaber grundlag for detailhandlen.

I de følgende afsnit redegøres for resultaterne af de to delanalyser. Efterfølgende konkluderer vi samlet på resultaterne på tværs af dem.

Interview-undersøgelse

Hvad mener de butiksdrevende?

COWI har været på gaden for at spørge de butiksdrevende om, hvordan det går med handelslivet. Spørgsmålene er blevet til efter dialog med Frederiksberg Kommune. De rummer dels en vurdering på en skala fra 1 til 5, hvor 5 er bedst, og muligheden for at afgive formulerede svar på åbne spørgsmål. Spørgsmålene er inddelt i tre niveauer: byen, gaden og butikken. Spørgsmålene blev stillet ved besøg i 60 butikker, hvor svarene blev indtastet og indtalt i en app på en mobiltelefon og gemt i en database. Vi har registreret adressen, men navne er ikke blevet registreret i databasen. Tilsvarende gengives resultaterne i denne rapport i helt

anonymiseret form. De 60 butikker var valgt ud fra et ønske om en bred sammensætning af butikstyper og -størrelser.

COWIs interviewere blev overvejende mødt af imødekommende butiksdrevende, der gerne ville dele deres holdninger med os. Når man spørger så mange, er meningene selvfølgelig meget forskellige. Svarene præges naturligt nok af den enkelte butiks situation.

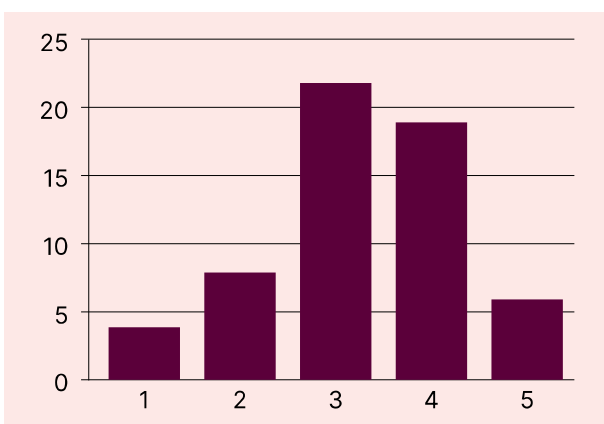
Nedenunder gengiver vi de ord, der er blevet anvendt flest gange i de mange gode svar. En meget forenklet tolkning af svarene på de 60 interviews kan formuleres således:

Tak! Vi er her endnu! Og vi tror på fremtiden! Men...

På de kommende sider folder vi besvarelsene ud i forhold til de tre niveauer, byen, gaden og butikken



Handelslivet på Frederiksberg



Når vi spørger til tilfredsheden med handelslivet generelt på Frederiksberg, ligger den gennemsnitlige karakter på 3,2. Størstedelen (37 %) har givet karakteren 3, altså middel. Men det er værd at hæfte sig ved, at endnu flere (42 %) har givet karaktererne 4 og 5, som er over middel. Dermed er mindre end hver femte besvarelse (19 %) negativ. Så selv om vi her har givet handelslivet på Frederiksberg en mellemfornøjet smiley (ud fra gennemsnittet), så er der faktisk grund til at trække på smilebåndet og dele respondenternes relativt positive holdning.

Efterfølgende har vi stillet spørgsmålet om, hvad det største ønske til kommunen i forhold til at gøre Frederiksberg til en endnu bedre handelsby er. Det er der naturligvis mange holdninger til. I konklusionen summerer vi de holdninger op, der har været mest toneangivende.

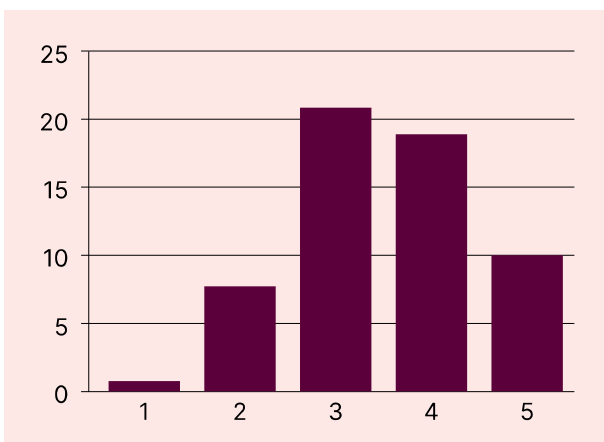
Men for at give et indtryk af de butiksdrivendes ønsker til kommunen i forhold til udvikling af handelsbyen kan nævnes (i vilkårlig rækkefølge):

- Der skal være opmærksomhed på balancen mellem detailhandel og serviceerhverv for at få et mangfoldigt butiksudbud.

- Tilsvarende er der et ønske om, at kommunen bidrager til at sikre, at de små butikker, der ligger uden for Frederiksberg Centret, kan blive markedsført, så de fortsat kan eksistere.
- Flere nævner også den positive effekt af store og små events i gaderne, der kan tiltrække kunder og bidrage til et fællesskab blandt de forretningsdrivende.
- Parkering bliver nævnt som en gennemgående udfordring. Men besvarelserne er ikke entydige. Nogle vil gerne have flere parkeringspladser lige uden for døren. Andre synes, at bilerne hindrer udsigten til butikkerne.
- Nogle uddyber, at det er vigtigt, at der generelt tænkes i god tilgængelighed for ældre og handicappede og peger derfor på muligheden for butiksnær parkering.
- Og generelt er der et ønske om, at kommunen påtager sig en mere aktiv rolle i at støtte og fremme detailhandlen.

Vi skal her pege på, at en del af besvarelserne overlapper mellem de tre niveauer. Det er helt naturligt, at det kan være vanskeligt ikke at tage afsæt i det nære, altså gaden og butikken, når man skal svare. Derfor vil en del af svarene i forhold til byen reelt have lige så meget – eller mere – berettigelse inden for de øvrige niveauer.

Gademiljøet



Når vi bevæger os ind på gadeniveau, er den generelle tilfredshed omtrent tilsvarende – faktisk en lille smule mere positiv. Her er gennemsnitskarakteren 3,5, altså over middel. Det er især næsten fordoblingen af topkarakteren 5, der trækker resultatet op. Faktisk er det næsten halvdelen af de adspurgte, der udtrykker sig tilfredse eller meget tilfredse. Gennemsnitsresultatet udløser fortsat en middel tilfreds smiley – men den er så tæt på at smile, som den kan være.

Efterfølgende har vi spurgt om, hvordan gademiljøet kan forbedres for at skabe bedre vilkår for den enkelte butik. Her er det som sådan ikke kommunens rolle, der spørges til, men i mere generel forstand. Som nævnt er der gentagelser i forhold til udsagnene om byen. Også her rummer svarene mange forskellige vinkler:

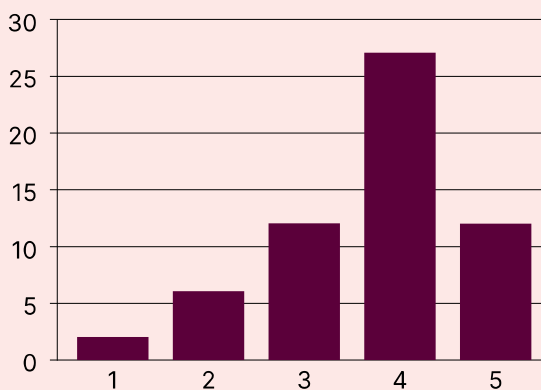
- Det foreslås, at der arbejdes for at fremme samarbejdet mellem butikkerne i gaden, blandt andet for at være fælles om arrangementer.

- Også her bliver parkering nævnt som noget, der bør arbejdes med – og generelt bedre trafikforhold og trafiksikkerhed, der bliver oplevet som et problem.
- Flere nævner et ønske om bredere fortove og et bedre gademiljø med mere grønt og pænere facader.
- Nogle nævner også, at der er behov for en bredere butikssammensætning.

Butikken



3.7



De butikksdrivendes tilfredshed med deres egne butikker udløser lige akkurat en glad smiley. Her er gennemsnitskarakteren 3,7, og reelt er det kun 13 % af respondenterne (1 for hver 7,5 svar), der har givet en karakter under middel. Lidt firkantet sat op, er der større tilfredshed med egen butik end med både gademiljøet og byen. Det kan man se som et godt fundament for udvikling; hvis butikkerne havde mistet al tro på sig selv, vil det være vanskeligt at mobilisere tilstrækkelig energi.

Når vi spørger ind til, hvad de butikksdrivendes ønske er for deres egen butik, drejer svarene sig – naturligt nok – om at omsætte mere og for nogen blot om overlevelse:

- Flere taler om behovet for samarbejde og kommunikation for at styrke den enkelte virksomhed.
- Nogen synes, at der skal arbejdes mere målrettet på at få sænket lejeniveauet i de små butikker.
- Relativt mange nævner, at de føler sig slidt, men ikke har mulighed for at ansætte medhjælp.

Sammenfatning på interviews

Næsten alle interviews blev, som nævnt, optaget og efterfølgende auto-transskriberet for til sidst at være blevet kvalitetssikret af interviewerens. På den baggrund har vi en række relativt nøjagtige udsagn; i hvert fald er mængden af udsagn tilstrækkelige til at danne validt grundlag for de efterfølgende konklusioner.

Vi har bedt COWIs AI-værktøj om at læse udsagnene igennem og efterfølgende sammenfatte de udsagn, der er hyppigst forekommende. Vi har efterfølgende tjekket sandsynligheden ved at sammenholde udsagnene med en ordoptælling. På den baggrund kan vi sammenfatte, at følgende 10 udsagn – i prioriteret rækkefølge – har været mest toneangivende i de samtaler, vi havde med de butikksdrivende:

1. Behov for bedre parkeringsmuligheder og parkeringsforhold.
2. Ønske om at støtte og bevare butikker uden for centret.
3. Ønske om flere mindre detailbutikker for at bevare variationen og forhindre tomme lokaler.
4. Ønske om mere marketing og branding for at støtte lokale virksomheder.
5. Krav om renere gader og bekæmpelse af hundelort og uautoriseret parkering.
6. Ønske om bedre adgang og trafikforhold.
7. Ønske om flere kunder og billigere husleje.
8. Fokus på behovet for bedre kommunikation og information fra kommunen.
9. Ønske om bredere fortove og flere opholdsområder.
10. Bekymring for vejarbejde og byggerier, der påvirker parkeringsmulighederne.

Hvis vi sorterer og sammenstiller udsagnene en smule mere, kan vi konkludere, at følgende tre punkter samlet set er vigtige for flertallet af de detailhandlende, på tværs af de undersøgte gader:



S M M U U R R

Parkering

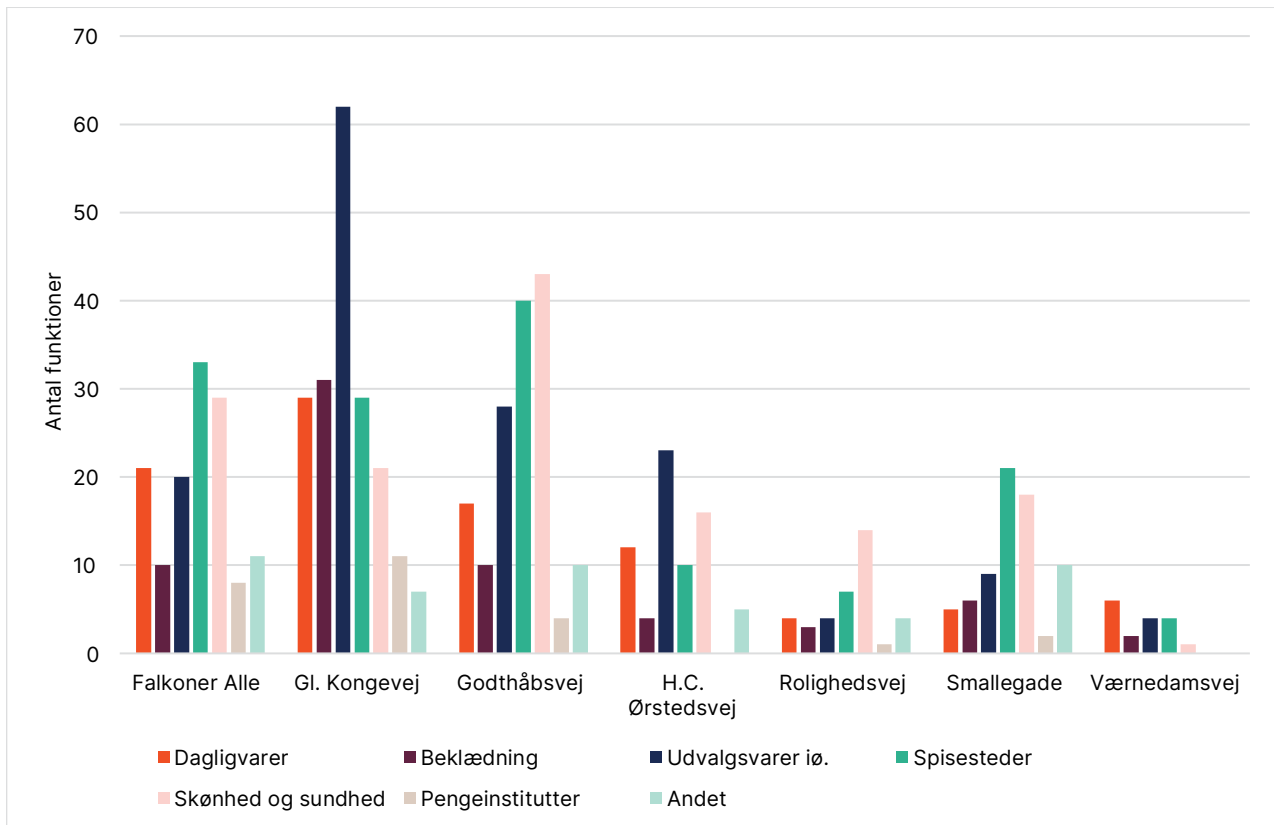
Parkering er et emne, der ligger butikkerne meget på sinde. Men de interviewede er ikke nødvendigvis enige i, hvad betydningen af 'bedre parkeringsforhold' er. For nogen er det flere parkeringspladser lige uden for døren. For andre er det færre, så der bliver bedre plads til fodgængere, cykler og andre aktiviteter. Men fælles er holdningen til, at parkeringspladserne især skal tilgodese ældre og andre, der har svært ved at gå langt. (Pkt. 1, 5, 6, 10).

Bedre branding og markedsføring

Mange ser branding og markedsføring som en udfordring – ikke mindst når man er en mindre, ejerledet butik. Når vi folder udsagnene ud, kan vi se, at mange gerne vil have flere events på Frederiksberg, og ikke kun de store men også nogle mindre, man måske selv har indflydelse på, altså på gadeniveau. Men der efterspørges i den forbindelse støtte – ikke mindst fra kommunen – til at gennemføre og ikke mindst markedsføre disse. (Pkt. 2, 4, 8).

Mere attraktive byrum

Det har været et relativt gennemgående træk, at de fysiske rammer bliver nævnt som et indsatsområde. Oftest er det driftsmæssige problemer, der bliver nævnt, f.eks. renholdelse, men også de mere strukturelle udfordringer nævnes, bl.a. at der er for lidt plads til fodgængere og et behov for at kunne få plads til at lave events i ens egen gade. Disse udsagn kobles i flere tilfælde til forhold omkring trafik og parkering. Samlet set er der – naturligvis – fokus på, at rammerne skal være i orden. (Pkt. 1, 5, 6, 9).



Figur 5-1 Oversigt antal funktioner i de enkelte handelsstrøg 2024

Gadeprofiler af udvalgte handelsstrøg

Hvordan er gaderne undersøgt?

En af COWIs bymidteeksperter har besøgt de syv udvalgte gader på henholdsvis en onsdag og en torsdag eftermiddag i godt vejr i foråret 2024. Han har gennemgået gaderne og foretaget en subjektiv, faglig vurdering af en række kvalitetsparametre, der har betydning for oplevelsen af handelsstrøgene. For at sikre en ensartet vurdering, er vurderingen udfyldt online i en app – og med samme tjekliste for alle syv handelsstrøg. Han har ikke sin daglige gang i de udvalgte gader og oplever derfor Frederiksberg og gaderne som 'gæst' og har dermed ikke en forudfattet mening om stederne.

Der er tale om en screening, altså en overordnet vurdering og ikke en dybdegående analyse. Resultatet er udtryk for et øjebliksbillede. Sammenholdt med undersøgelsens kontekst,

altså som en del af detailhandelsanalysen, og suppleret med udsagn fra de butiksdrevende, giver vurderingen tilsammen et billede af de enkelte gaders kvalitative værdi.

Hver gade er blevet kvalitetsvurderet (fra 1 til 5) på en række parametre inden for trafik, arkitektur og gademiljø.

COWI har samtidig registreret butikstyperne i gaderne. Resultatet fremgår i figur 5-1 og bruges som bidrag til vurderingen af de enkelte gadestrågs karakteristika.

På den baggrund har det været muligt at lave en samlet vurdering af den enkelte gade.

I de følgende afsnit sammenfattes resultatet af vurderingen af de enkelte handelsstrøg, herunder typiske udsagn fra de butiksdrevende (som citater). For hver gade giver vi COWIs bud på gadens særkende eller profil. Det skal nævnes, at vores konklusion er subjektiv – om end den bygger på et datagrundlag. Den skal derfor mere ses som et oplæg til dialog om gadernes rolle og betydning i fremtiden, snarere end en facitliste.



Falkoner Allé

Falkoner Allé er en hovednerve på Frederiksberg med mange destinationer. Det bør være en fordel for butikkerne, og butiksejerne har gode visioner for deres gademiljø. Men de oplever at være begrænsede af manglen på plads.

Det siger de butikksdrivende:

“ Det kunne være rigtig rart med noget mere natur til at gøre den brede vej hyggeligere. Vi ønsker mere Allé-look her på Falkoner Alle”

(Butiksejer på Falkoner Alle)

“ Fortovene her på Falkoner Alle er alt for smalle”

(Butiksejer på Falkoner Alle)

“ Hvis der var mere plads på fortovet, så kunne vores kunder sidde der og vi kunne lave det rigtig hyggeligt udenfor til dem, men det kan ikke lade sig gøre, som det er nu”

(Butiksejer på Falkoner Alle)

“ Butikker må kun have ét skilt på gaden. Men vi vil gerne have flere skilte ude på gaden. Vi vil gerne have mere frihed til arealet ude foran butikken. Parkeringspladserne bliver inddraget, og det går ud over kunder. Vi vil have 2 timer gratis parkering eller bare 1 times gratis parkering tilbage”

(Butiksejer på Falkoner Alle).

Det mener arkitekten:

Falkoner Allé fremstår som en lang handelsgade og en vigtig forbindelse gennem Frederiksberg med mange større destinationer fra Frederiksberg Rådhus, til Frederiksberg Centret, Metro og CBS, for blot at nævne nogle. Det gør i høj grad gaden til et stykke vigtig infrastruktur i lige så høj grad som en handelsgade. Gaderummet bærer præg af denne rolle: Der er god plads til biler og til dels cyklister – men noget mindre plads på fortovene. Med sine relativt harmoniske facader i typisk 4-5 etager, og gadens trods alt begrænsede bredde, opleves en god rumfornemmelse på store dele af Falkoner Allé. Trafikken opleves dog som en barriere, både visuelt og i forhold til tryghed og fremkommelighed.

Ser vi på butikkerne, opleves Falkoner Allé sammen med Frederiksberg Centret som et særdeles stærkt

udbudspunkt. Uden for centret finder man en blanding af butikker i et omtrent ubrudt butiksforløb. Desværre fylder trafikken relativt meget. Det betyder, at butikkerne opleves ensidigt – altså at det er svært at forholde sig til butiksudbuddet på den modsatte side, fordi det kan forekomme vanskeligt at komme derover. Der er registreret en overvægt af spisesteder men også personlig pleje fylder forholdsmæssigt en del i gadebilledet. Detailhandelsanalysen påviser, at der kun er sket et marginalt fald i antallet af udvalgswarebutikker fra 2020 til 2024 (-1 butik).

Den byarkitektoniske vurdering scorer middel på alle parametre – der er meget lidt, der skiller sig ud. Byinventaret ser slidt ud flere steder, og der er en markant mangel på muligheder for at tage en pause, altså bænke. Til gengæld forekommer beplantningen i gaden sparsom men i relativ god stand.

Samlet set giver arkitekten de butik drivende medhold i, at trafikken opleves som dominerende, og at indkøbsoplevelsen er presset på plads.

Handlingsgreb:

Et handlingsgreb på Falkoner Allé kan være at undersøge mulighederne for at skabe mere rum for fodgængere og forholde sig til, om især fortovene kan forbedres, så de i højere grad understøtter detailhandlen.



Gl. Kongevej

Den positive selvforståelse har det ind i mellem svært på Gl. Kongevej. Der er en udbredt fornemmelse af, at det går ned ad bakke – og både gaden og butiksudvalget er ikke, hvad det var engang. Men det giver anledning til at vende stemningen.

Det siger de butik drivende:

“ Der må ikke lukke flere butikker her på Gl. Kongevej. Det smitter! Der er måske 40 lokaler til salg, men det er ikke dem alle, der skriver “ophørsudsalg” i vinduet for så sælger de ikke noget”

(Butiksejer på Gl. Kongevej).

“ Cyklister susser forbi og kommer ikke herind. De strøgekunder, jeg får ind, er spadserekunder – altså gående. Derfor ville lørdage og søndage, hvor man lukker af for biltrafikken være godt, så der kom flere gående! Man skal kunne parkere i bil på normale dage”

(Butiksejer på Gl. Kongevej).

“ Det sidste halve år er der mange butikker, der er lukker. Det har været undervejs længe, men førhen kom der hurtigt nye ejere, men nu kommer der ikke nye ejere længere. Der er ikke det samme flow i, at butikkerne åbner igen. Nu forbliver de bare tomme”

(Butiksejer på Gl. Kongevej).

“ Kommunen kunne finansiere små flotte messing cigaretskod etui. Der ligger ti cigaretskod hver dag foran butikken. Lad os fortsat brande Frederiksberg som en eksklusiv by. Ja, vi er sgu lidt finere end de andre. I virkeligheden er vi ligesom alle andre, men man kan i hvert fald lege, at vi er lidt smartere”

(Butiksejer på Gl. Kongevej).

Det mener arkitekten:

Gl. Kongevej fremstår med en harmonisk profil med en meget klar rumfornemmelse. Facaderne er typisk 4-5 etager, der sammen med et relativt smalt vejprofil giver en oplevelse af et nærmest smal gadestrøg. Generelt er det en gade med mange oplevelser – både fordi butikkerne er placeret

skulder ved skulder, og fordi man har en god visuel forbindelse til den modstående facade. Gaden forløber øst-vest, og sammenstillet med de høje facader og smalle gaderum, betyder det, at der kastes en del skygge i gaden. Det kan være både en fordel og en ulempe, men i hvert fald har Gl. Kongevej en tydelig skyggeside.

Dertil kommer et varieret butiksudbud med mange specialbutikker og meget få kædebutikker. Faktisk er der registreret flere 'øvrige udvalgswarebutikker' og 'beklædningsbutikker' på Gl. Kongevej end på de øvrige gader. Også butikker med 'boligudstyr' er stærkt repræsenteret. Derimod er andelen af butikker med 'personlig pleje' forholdsmæssig beskeden på Gl. Kongevej.

Selv om Gl. Kongevej på mange måder synes at være et ideelt handelsstrøg, er det også en gade, der er presset. I forhold til gadens historie og betydning som hovedstrøg ind mod det centrale København, er det påfaldende, at der her er sket et tydeligt fald i antallet af udvalgswarebutikker – faktisk tæt på 10 %. Det er en udvikling, der også italesættes kraftigt af flere af de butiksdrivende, vi har talt med. I praksis ser det dog ikke helt så galt ud, fordi omsætningen er fastholdt. Altså er der kommet færre men større butikker. Det kan have negativ indvirkning på variationen og butiksmixet.

Som hovedfærdselsåre er Gl. Kongevej belastet – ikke mindst i myldretiden. Cykelstierne er ret smalle i forhold til det store antal cykler. Tilsvarende er der ikke meget plads til fodgængere på fortovene, og det forværres yderligere af butikkernes behov for at stille skilte og udstilling op langs facaderne. Alt i alt kan man godt føle sig utryk og presset i det smalle

gaderum, hvor busser og biler fylder meget. Det er især ved sidegaderne, at gaderummet opleves mere rummeligt og giver bedre plads til ophold, udeservering etc.

Den faglige vurdering af gaderummets kvaliteter ligger generelt på middel og lidt over. Den bedste score gives for, at indgangene er mange og ligger tæt – altså at der er tale om ubrudte butiksføløb. Til den negative side forekommer en del facader og skilte lidt 'trætte', lige som en del tomme butikker skaber huller i oplevelsen, til trods for det ellers sammenhængende forløb. Der mangler også her mulighed for, at man kan tage et hvil.

Umiddelbart synes udsagnene fra de butiksdrivende at matche den faktiske oplevelse i gaden. Men det er vigtigt, at der mobiliseres en tro på fremtiden, og at butikkerne understøttes i egne initiativer, der kan bidrage til fællesskabet og identiteten.

Handlingsgreb:

Der skal stilles skarpt på Gl. Kongevejs udfordringer som et særligt handelsstrøg. Måske er der brug for et stærkere sammenhold og samarbejde butikkerne i mellem, så der opstår en fælles tro på fremtiden – i stedet for at tale gaden ned. Der foreslås mulighed for at lukke gaden delvist på enkelte dage for at skabe rum for events, der kan bidrage til bylivet. Hvis de lokalt funderede tiltag understøttes af kommunen i forhold til at styrke byrummets kvaliteter, har Gl. Kongevej gode muligheder for at genvinde fordums storhed. Det bliver ikke det samme – men det kan blive noget andet godt... eller bedre.



Godthåbsvej

Godthåbsvej er det lokale handelsstrøg, der først og fremmest betjener nærområdet med et jævnt fordelt udbud af butikker. Men først og fremmest er Godthåbsvej hele Frederiksbergs spisestrøg med et stort og varieret udbud af spiseoplevelser.

Det siger de butik drivende:

“ De ældre er meget glade for, vi er her. Det er derfor vigtigt, at kommunen støtter butikkerne, som ikke er i centret, så de ældre stadig kan komme ud og handle selvom de ikke kan gå så langt. Hvis de bor herude, så er der faktisk langt at gå hen til centeret”

(Butiksejer på Godthåbsvej).

“ Det er føles som man driver et velgørenhedsprojekt. Jeg samler alle de kunder op, som ikke er på internettet, og som synes der er for langt ind til Frederiksberg Centret (...) kunderne gør sig ekstremt umage for at handle her. Alle ønsker jo, at vi fortsætter og det er svært nogle gange at vide, at det ikke engang er nok”

(Butiksejer på Godthåbsvej).

“ Der er behov for flere parkeringsmuligheder her på gaden, så kunderne kan holde længere. Mange af mine kunder er jo ældre. Men vi har grønne oaser, vi har caféer og restauranter – så hvis man reklamerede mere til omegnene og gjorde kommunens naboer opmærksomme på, at vi har et rigtig godt gadebillede her. Så kunne vi få flere fra Østerbro, Nørrebro og Hvidovre og Valby til at blive opmærksomme på Godthåbsvej”

(Butiksejer på Godthåbsvej).

Det mener arkitekten:

Gaderummet opfattes nogle steder som ret smalt – men andre steder forsvinder den rumlige fornemmelse, fordi facadeforløbet bliver brudt. Generelt forekommer den arkitektoniske kvalitet en smule mindre sammenhængende og flere steder lidt forsømt. Det gælder også skiltningen, der scorer under middel. Der er lidt mindre 'stil' over Godthåbsvej. Til gengæld vinder Godthåbsvej på den dynamik, der opstår på grund af de mange spisesteder. Set lidt ovenfra skyldes en del af bylivet, at gadens DNA i høj grad formes af restauranterne.

Faktisk opleves trafikken på Godthåbsvej – i hvert fald da arkitekten var forbi – som mindre anmassende. Dels synes trafikmængden at være lidt mindre, og dels er der strækninger, der er friholdt for kantstensparkerings. Dermed forstyrrer bilerne gadebilledet i mindre grad end de fleste andre steder. Der er endda enkelte strækninger, hvor fortovet er bredere end gennemsnitligt, hvilket bidrager til en oplevet tryghed som fodgænger – primært fordi du kan holde lidt større afstand til cyklisterne.

I vurderingen af kvalitetskriterierne fremstår langt det meste som gennemsnitligt. Facader og skilte scorer under middel, som nævnt, mens parkering scorer over middel, fordi den ikke er så dominerende, som det ellers accepteres i området.

Godthåbsvej kan godt betragtes lidt som en modvægt til Frederiksberg Centret. Her betjener butikkerne fortrinsvist lokalområdet, og der findes ganske mange butikker registreret til 'personlig pleje' og som 'restauranter' – altså typer, der kun findes i beskedent omfang. Der er ikke sket større forskydninger i butiksantallet gennem de seneste 4 år, men udvalgsvareomsætningen er faldet. Det er væsentligt, at Godthåbsvej er positioneret som noget andet end både centret og de fleste andre gader. Det giver grundlag for at dyrke sin identitet over for primært lokalområdet. Som 'spisestrøg' betragtet, er der belæg for også at se Godthåbsvej som en destination.

Handlingsgreb:

Godthåbsvej finder i høj grad sin identitet som spisested – og spisestrøg. Det er vigtigt, at det understøttes bedst muligt, f.eks. ved at skabe stadig bedre rammer for f.eks. udeservering i gaderummet. Desuden vil en målrettet indsats for bedre vedligeholdelse af skilte og facader også kunne bidrage til en bedre indkøbsoplevelse.



H.C. Ørsteds Vej

H.C. Ørsteds Vej er en rar og grøn gade, hvor træerne får mere plads end de fleste andre steder. Det giver en særlig karakter, og især den midterste del af forløbet opleves som et rigtigt handelsstrøg med små butikker – men der skal arbejdes for et bredere butiksudbud, hvis gaden skal være en gåtur værd.

Det siger de butik drivende:

“ Det er meget de samme butikker, der ligger heropad H.C. Ørsteds Vej, synes jeg. Så der er ikke så stor variation. Men det er en stille og rolig gade, og det er til gengæld fedt”

(Butiksejer på H.C. Ørsteds Vej).

“ Det ville være dejligt, hvis der kom mere liv hertil. Engang kom der lige pludselig en hel masse små blomsterbutikker og nogen, der solgte gamle ting og børnetøjsforretninger. Gaden levede fuldstændig op, men det er altså dødt igen nu. Nu er det bare mad, der sælges”

(Butiksejer på H.C. Ørsteds Vej).

“ Så mange frisører. 18 i alt. Alle butikkerne er lukket”

(Butiksejer på H.C. Ørsteds Vej).

Det mener arkitekten:

H.C. Ørsteds Vej er karakteriseret af et homogent gadeprofil, med 4-5 etagers ejendomme omkring. Mange af ejendommene er relativt store og skaber lange forløb. Men på dele af strækningen ligger butikkerne tæt, mens de mod Gl. Kongevej forekommer at ligge mere spredt. Det svækker oplevelserne, når man færdes ad H.C. Ørsteds Vej som fodgænger.

Gadeprofilet er forholdsvis smalt, hvilket giver et godt overblik over gaden, fornemmelsen af rumlighed og god mulighed for at krydse gaden for at udforske butikkerne på den modsatte side.

Strækningen fungerer som forbindelse mod Vesterbro, og trafikken opleves som markant men ikke nødvendigvis så dominerende som i flere af de øvrige handlegader. Nogle steder – hvor der er parkering – er der begrænset plads til fodgængerne. Enkelte steder er der cykelparkering, hvilket er positivt. Men det ændrer ikke på oplevelsen af henstillede cykler i gadebilledet.

Når det kommer til gademiljøet som helhed, scorer H.C. Ørsteds Vej gennemsnitligt – men gadetræerne tilføjer en ekstra grøn dimension i gaden.

Det umiddelbare indtryk er, at gaden som helhed er velfungerende. Især mellem Thorvaldsensvej og Rosenørns Allé opleves gaderummet og butikkerne som et handelsstrøg. Der findes ganske mange udvalgswarebutikker i gaden – men der er en forholdsmæssig overvægt af skønheds- og sundhedstilbud. Samme fordeling ses også på Godthåbsvej, men modsat Godthåbsvej er der forholdsmæssigt få spisesteder.

Handlingsgreb:

Et bredere butiksudbud ville løfte H.C. Ørsteds Vej. Det er vanskeligt at anvise handlinger, der kan sikre det. Det er i virkeligheden en samarbejdsøvelse mellem udlejere, kommune, handelsstandsforeningen og de øvrige handlende i gaden. Det bør overvejes at sætte en proces i gang, som involverer flest mulige i en fælles indsats for at sikre, at H.C. Ørsteds Vej bliver så interessant, at den bliver en reel indkøbsdestination.



Rolighedsvej

Rolighedsvej er et handelsstrøg, som har set bedre tider. Der er ikke mange butikker tilbage, og butiksmixet er stærkt begrænset. Trafikken opleves som gennemkørende og en generel udfordring. Måske skal Rolighedsvej slet ikke defineres som en presset handelsegade – men som noget helt andet, der kan skabe ny identitet.

Det siger de butik drivende:

“ Vi vil have flere butikker og cafeer på Rolighedsvej, som skaber mere liv. Vi har brug for et bedre mix af forskellige butikker og cafeer her, så det ikke kun er frisører og negleshops, der ligger her. Lige nu er det mere en gennemkørselsgade. Man skal kunne bruge Rolighedsvej som et strøg og ikke kun til gennemkørsel”

(Butiksejer på Rolighedsvej).

“ Gademiljøet bløder jo. Fjerner man parkering så fjerner man også det liv, der er. Sådan er det bare. Kommunen har jo fjernet bilparkeringen herude foran og sat cykelparkering op, men det er kun gamle ubrugte cykler som står der”

(Butiksejer på Rolighedsvej).

“ Butikkerne lukker. En god idé kunne være at genindføre de to timers gratis parkering. Vi havde mange kunder fra Nordsjælland af før, men det har vi ikke længere. Når de ikke kan parkere her, så kommer der ikke nogen, der bor længere væk. Kommunen siger jo, det de har gjort med parkering, har haft en god effekt, men jeg tror ikke på dem (...) Her er for voldsom trafik på Rolighedsvej. Når man lukker vejene omkring, så kommer der jo mere trafik her på Rolighedsvej. Det er klart”

(Butiksejer på Rolighedsvej).

Det mener arkitekten:

Rolighedsvej opleves som helhed ikke som et attraktivt handelsmiljø. Bygningerne er sammensat af både nyere og ældre arkitektur og med lange facadeforløb. At en del af butikkerne enten er lukkede eller har tildækkede facader, bidrager ikke positivt til indkøbsoplevelsen. I praksis kan man kun tale om et handelsstrøg på den vestligste del af strækningen, op imod Falkoner Allé. Resten er mere opløst og karakteriseres af andre bygningstyper og funktioner. Et tydeligt defineret gaderum findes derfor kun i den vestlige del af gaden.

Det er ikke kun arkitektur og butikker, der – generelt set – trænger til et løft. Det gør den

Øvrige del af bymiljøet også. Inventaret, som der ikke er meget af, forekommer slidt.

Trafik og parkering opleves som dominerende.

Butikssammensætningen er karakteriseret af en forholdsmæssig stor andel, der er registreret som 'personlig pleje'. Det er ikke befordrende for udvalgsvarebutikkerne – blandt andet fordi denne type butik sjældent åbner sig op udadtil og på ingen måde opfordrer til spontane besøg uden aftale.

Rolighedsvej er udfordret!

Handlingsgreb:

Rolighedsvej bør sættes på dagsordenen til en drøftelse af dens fremtidige betydning som handelsegade. Fortjener den i virkeligheden ikke, at der tages stilling til, om den kan få nyt liv og ny identitet, hvis der arbejdes for at tilføje andre kvaliteter? De lokale – både beboere og butik drivende – bør tages med på råd, og måske skal der laves en særskilt idéproces, der kan give Rolighedsvej en helt ny berettigelse og en ny betydning for lokalområdet.



Smallegade

Smallegade har meget at tilbyde. Den er bare klempt en lille smule inde og presset af de nærliggende, større handelsgader og centret. Med et styrket samarbejde blandt de mange små forretningsdrivende, bør det være muligt at styrke gadens identitet, så Smallegade udfolder sit potentiale og bliver en særlig destination i byen.

Det siger de butik drivende:

“ Man skulle tænke mere i infrastruktur synes jeg. Det vil hjælpe butikkerne. Kundernes mobilitet skal være nemmere, da det giver mere salg. Måske også, hvis kollektiv transport var nemmere og billigere. Det handler ikke kun om bilparkering”

(Butiksejer på Smallegade).

“ Det kommunen kan gøre, er at promovere os små selvstændige. I stedet for kun at promovere centret. Vi små selvstændige har virkelig brug for omtalen. Ellers kommer man ikke bare lige forbi. Står man af på Frederiksberg Metro station, så går man ind i centeret. Selvom butikken er tæt på metroen, så kommer menneskerne ikke lige her forbi. De ved ikke, at de skal gå denne vej”

(Butiksejer på Smallegade).

“ Jeg tror, at min butik ligger i den forkerte ende af Smallegade. Der kommer jo ikke så mange mennesker forbi her”

(Butiksejer på Smallegade).

Det mener arkitekten:

Smallegade er i virkeligheden sammensat af flere forskellige strækninger med forskellig identitet – hvoraf primært det midterste forløb opfattes tydeligt som handelsstrøg. Den østlige del rummer kun butikker på den ene side, og den vestlige del indeholder kun enkelte butikker. Vi har forholdt os til Smallegade som helhed, men det er primært den midterste strækning, vi betragter som et egentligt handelsstrøg.

Denne opdeling betyder også, at handelseoplevelserne bliver tilsvarende varierende. Når man træder ind på Smallegade tættest på Falkoner Allé fristes man faktisk til at synes, at Smallegade er alt andet end smal. Der er god plads, og rådhusets facade får lov at dominere. Længere mod vest opfattes gaden som smallere, og længst mod øst hænger gadenavnet bedre sammen med oplevelsen af gaderummet. Som kobling mellem Peter Bangs Vej og Gammel Kongevej bliver Smallegade også til en vigtig trafikforbindelse, hvilket præger trafiktrykket i gaden. Ikke desto mindre opleves trafikken kun som en udfordring længere mod vest.

Butiksubuddet i gaden er præget af en overvægt af tilbud til 'personlig pleje' og spisesteder. Men derudover findes en række små, typisk ejerledede, butikker med forskelligt vare- og serviceudbud. Der findes også forskellige typer dagligvarebutikker, så selv om der er relativt få butikker, er der stadig en vis bredde i sammensætningen. Der er ingen tvivl om, at Smallegade oplever konkurrencen fra både Falkoner Allé og Gammel Kongevej – og selvfølgelig Frederiksberg Centret. Og her forringes gadens situation af, at koblingen mod de to gader svækkes af det lange forløb langs rådhuset, hvor der ikke er mange oplevelser for fodgængere.

Den generelle oplevelse af gademiljøet er overvejende positivt. Der er ingen af de undersøgte kvalitetsparametre, der er vurderet til under middel. Til den positive side finder man dels gademiljøet som helhed og dels acceptable forhold for fodgængere.

Handlingsgreb:

Smallegade har brug for at styrke sin identitet i konkurrencen med de omkringliggende gader og Frederiksberg Centret. Men der er gode kvaliteter at bygge på: Mange fine butikker, et rimeligt udbud af spisesteder og et gaderum, der rummer flere positive træk. Det østlige forløb og koblingen til krydset ved Frederiksberg Rådhus kan overvejes styrket ved hjælp af nye oplevelser i gaden – f.eks. i forhold til nudging/wayfinding. Og dertil kan det overvejes at understøtte fællesskabet i gaden, f.eks. ved at skabe aktiviteter.



Værnedamsvej

Værnedamsvej skiller vandene. Det er Frederiksbergs boheme-gade, der har en helt særlig charme, der trækker tråde til f.eks. franske byer med sit smalle gaderum, levende facader og et par velplacerede træer. Men det er også gennemkørende trafik, hvor biler, cyklister og fodgængere deles om pladsen, henslængte cykler og parkerede biler. Nogen elsker larm og kaos – andre vil hellere have ro og orden.

Det siger de butik drivende:

“ Vi har en helt bestemt stemning her. Det er en helt magisk gade. Men vi har ikke mulighed for at parkere. Måske man kunne få sådan en parkeringskælder nedenunder jorden, så bilerne heller ikke er i gaden. Hvis man kan bygge metroer dernede, så kan man vel også bygge flere parkeringskældre”

(Butiksejer på Værnedamsvej).

“ Vi gad godt åbne kl. 10 i stedet for 11, hvis folk gad hænge ud her. Men det ville jo nok også gå hånd i hånd med, hvis gaden lagde endnu mere op til den slags”

(Butiksejer på Værnedamsvej).

“ Intet skal laves om. Vi kalder det “kontrolleret kaos”. Mange af mine naboer ønsker jo, at vejen enten ensrettes eller afskærmes helt for biler. Vi handler med tunge varer, så det ønsker vi bestemt ikke. Her er også et helt særligt miljø og stemning, som er fantastisk. Der er en bestemt Værnedamsvej-ånd”

(Butiksejer på Værnedamsvej).

“ Noget mindre larm og færre biler. I stedet kunne man lave noget mere rart at kigge på som noget natur. Det er jo sådan en gade, hvor folk kommer for at hænge ud og drikke en drink. Folk kommer ikke bare for at gå igen”

(Butiksejer på Værnedamsvej).

Det mener arkitekten:

På Værnedamsvej må tingene gå, som de går. For en stund glemmer man de store strøg, som Værnedamsvej forbinder. Her er gaderummet smalt, nærmest intimt, og livet leves på kryds og tværs. Hvis man kan er til det mindre polerede og lettere kaotiske – men meget charmerende – gadebillede, så er Værnedamsvej stedet at gå hen.

For god ordens skyld skal det nævnes, at undersøgelsen kun omfatter den vestlige del af gaden, som hører til Frederiksberg Kommune. Men i praksis er det vanskeligt at kende forskel på højre og venstre, når det handler om at vurdere gaden som helhed.

Facadelængderne er korte og varierede, og butikkerne ligger tæt. Skulle der være en enkelt lukket butik, så forsvinder den i mængden af åbne butikker, der byder sig til med tilpas stor variation. Livet på Værnedamsvej styrkes yderligere af de relativt mange spisesteder – gadens størrelse taget i betragtning.

I vurderingen af kvalitetskriterierne ligger Værnedamsvej lidt over middel. Den højeste score gives for gademiljøet som helhed, godt understøttet af, at det har været muligt at prioritere beplantningen i den smalle gade.

Fortovene er smalle, og flere butikker indtager kantzonen. Det forventer man sådan set her. Men det efterlader kun begrænset plads til fodgængerne. Bilerne parkerer i stor stil langs fortovet, og kørebanen bliver så trang, at modkørende trafik må give plads for hinanden. På den måde sikrer man, at bilerne kører med lav hastighed.

I det hele taget opfører Værnedamsvej sig lidt som om, den hellere ville være en gågade. Det sker da også – ved særlige lejligheder – at gaden spærres af, så bylivet kan leves i gadens fulde bredde. Og det er faktisk et fornuftigt greb: Der vil næppe være belæg for at gaden gøres permanent til gågade. Men det er attraktivt, at Værnedamsvej er fleksibel.

Man kunne nok forvente en smule mere detalje i byrummet – når gaden i så høj grad lægger op til at være anderledes. Men asfalten og profilen med københavner-fortovene føres videre. Der er al mulig grund til at have lidt større ambitioner for Værnedamsvej i fremtiden.

Handlingsgreb:

Af alle de undersøgte gader er Værnedamsvej det handelsstrøg, der – trods sin begrænsede størrelse – synes at skille sig positivt ud og derved opnår en særlig identitet. Der er meget at bygge videre på. Et greb kan være, hvis det er nødvendigt at understøtte gadens butikker i at styrke samarbejdet på langs og tværs af gaden, så der fortsat tages initiativer til at lave events. Og ellers vil en generel opdatering af belægninger og byinventar kunne understøtte den lidt friere færdsel i gaden – samtidig med at æstetikken ville blive hævet. I praksis kunne man forestille sig muligheden for at afspærre gaden periodisk ved hjælp af et par ambassadepullerter i hver side (de kan køre ned i jorden, når man har brug for at komme ind).

6 Fremtidigt arealbehov



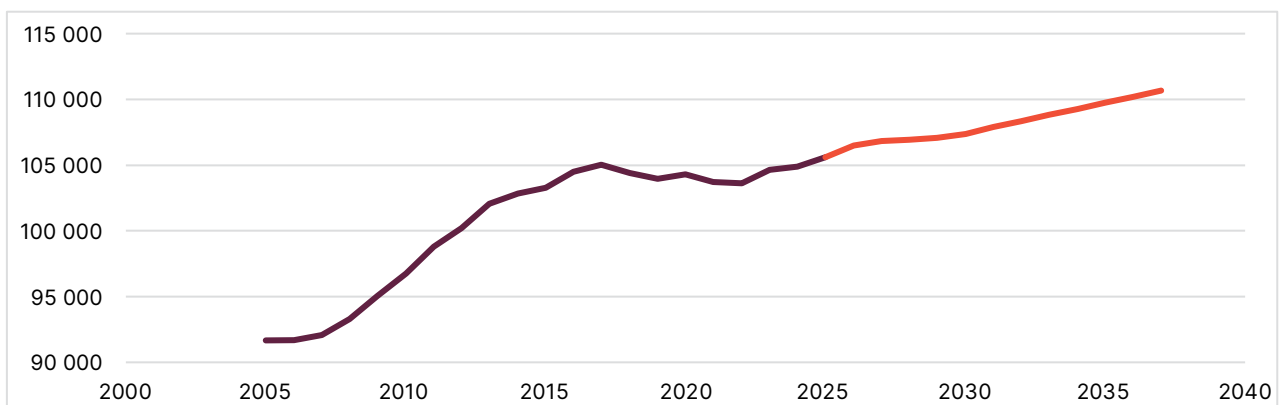
6 Fremtidigt arealbehov

Der er udsigt til fortsat vækst i indbyggertallet i Frederiksberg Kommune, men nethandlen overtager fortsat en stigende del af vores indkøb. Samtidig har udviklingen i privatforbruget været svag i mange år og inflationen er tilbage, men senest er inflationen er faldet til et mere normalt niveau og der igen udsigt til vækst i privatforbruget.

Det giver alt sammen et billede af, at behovet for areal til udvidelser af detailhandlen er vanskeligt at forudsige. Der vil i sagens natur være usikkerhed om vurderinger af behovet for detailhandelsareal en planperiode frem på 12 år.

Frederiksberg Kommune har frem til udgangen af 2016 haft betydelig vækst i indbyggertallet. I 2016 nåede indbyggertallet 105.000. Fra starten af 2008 til

udgangen af 2016 voksede indbyggertallet med knap 12.000 eller ca. 1.300 om året. Siden er væksten stagneret, og der er i 2023 omtrent det samme antal indbyggere, som da indbyggertallet toppede i 2016 og som i 2020, da som er året for seneste detailhandelsanalyse. Flere indbyggere betyder flere lokale forbrugere, og derfor har det stigende indbyggertal frem til 2016 bidraget væsentligt til at styrke handelslivet i Frederiksberg Kommune.



Figur 6-1 Befolkningsudviklingen i Frederiksberg Kommune fra 2008 til 2023.

Kilde: Danmarks Statistik

Der er ifølge Frederiksberg Kommunes befolkningsprognose udsigt til fornyet vækst i indbyggertallet. Frem til 2037 forventes en vækst på knap 6.000 indbyggere svarende til ca. 5,5 %.

Fremskrivning af arealbehovet

COWI har gennemført beregninger af arealbehovene 12 år frem. Beregningerne kan bl.a. bruges som baggrund for planlovens krav om, at der skal redegøres for behovet for areal til detailhandel i planperioden.

Der er udarbejdet to scenarier, som afspejler de usikkerheder, der i sagens natur vil være, når behovene for areal til udvikling af detailhandlen skal vurderes mange år frem. Der er i scenarierne lagt vægt på, at udviklingen skal ses i et langt tidsperspektiv, hvor der vil være perioder med både høj- og lavkonjunkturer, som både påvirker forbruget i detailhandlen direkte via ændringer i privatforbruget og indirekte via påvirkninger af boligbyggeri, flyttemønstre mv. Herudover påvirkes udviklingen i detailhandlen af udbredelsen af nethandlen, udvikling af nye koncepter inden for detailhandlen og beslægtede brancher. F.eks. har takeaway overtaget noget af omsætningen i dagligvarebutikkerne, men hvor dagligvarebutikkerne tilpasser sig for at få del i markedet for det lette og hurtige måltid. Endelig påvirkes behovet for detailhandelsareal af, hvordan detailhandlen på Frederiksberg klarer sig i konkurrencen mod detailhandlen i hovedstadsområdet.

De to scenarier er ganske forskellige og afspejler den usikkerhed, der er, når der ses 12 år frem. Kun små forskelle i forudsætningerne slår stærkt igennem over en længere årrække. Frederiksberg Kommunes befolkningsprognose er brugt i begge scenarier. De bygger dermed på den samme befolkningsudvikling.

To scenarier for arealbehovet

Minimumsscenarioet illustrerer en udvikling, hvor privatforbruget, nethandlen og andet, der påvirker detailhandlen, udvikler sig til ulempe

for detailhandlen, og et maksimumsscenarioet der illustrerer en udvikling, hvor de bagvedliggende rammebetingelser udvikler sig til fordel for detailhandlen. De to scenarier illustrerer dermed yderpunkterne i den udvikling, der må forventes.

Det må forventes, at den mest sandsynlige udvikling vil blive et sted mellem minimums- og maksimumsscenarioet, men det er vigtigt at understrege, at scenarierne er det bedste bud på, hvad de fremtidige behov vil blive, og at der i sagens natur er stor usikkerhed om, hvordan udviklingen reelt vil blive.

Ændret behov for areal i Frederiksberg kommune frem mod 2037

	Dagligvarer	Udvalgsvarer og SPV*
Minimumsscenarioet	+1.500 m ²	-
Maksimumsscenarioet	+8.800 m ²	+18.300 m ²

Tablet 6-1 Behov for detailhandelsareal i Frederiksberg Kommune frem mod 2037

Som det fremgår af tabellen, kan der forventes en udvikling, der går fra et behov for dagligvareareal fra kun 1.500 m² til 8.800 m² og et behov for udvalgsvareareal, der spænder fra, at der den fremtidige omsætning kan klares på det nuværende areal til, at der vil blive behov for en udvidelse af arealet på godt 18.000 m². I alt er der i maksimumsscenarioet et behov for detailhandelsareal på 27.100 m² til både dagligvare- og udvalgsvarebutikker.

Det hører med til billedet, at der fra detailhandelsanalysen i 2020 til detailhandelsanalysen i 2024 var et stort set uændret detailhandelsareal. I 2020 blev der registreret et areal på 156.900 m². I 2024 var det faldet med 1.800 m² til 155.100 m² svarende til en lille tilbagegang på 1,1 %. Stilstanden i detailhandelsarealet er sket i en periode, hvor befolkningstallet var stort set uforandret, og hvor detailhandlen generelt var under pres.

7 Centerstruktur



7 Centerstruktur

Butikker skal ifølge planloven placeres i områder, der i kommuneplanen er udlagt til detailhandel. Planloven giver mulighed for at udlægge bymidter, bydelscentre, lokalcentre, aflastningsområder og områder til butikker med særligt pladskrævende varer. Udlæg af bymidter, bydelscentre og aflastningsområder sker i et landsplandirektiv for Hovedstadsområdet (Fingerplanen). Lokalcentre udpeges i kommuneplanlægningen. I Frederiksberg Kommune er der ikke udlagt aflastningsområder og områder til særligt pladskrævende varer.

Centerstrukturen i Frederiksberg Kommune

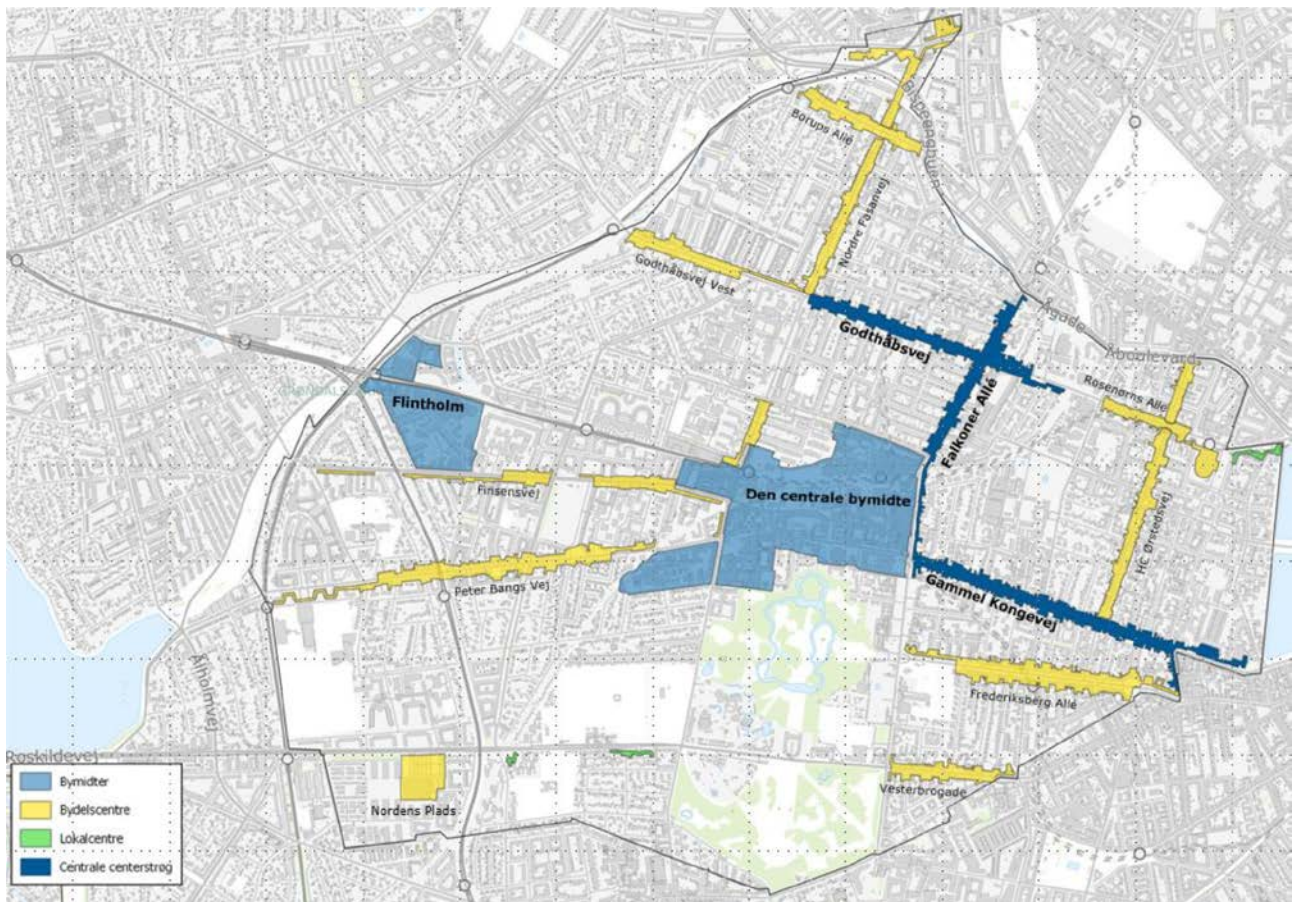
Centerstrukturen i Frederiksberg Kommune er kendetegnet ved, at det centrale Frederiksberg omkring Frederiksberg Centret og de centrale centerstrøg, Falkoner Allé, Godthåbsvej, Gammel Kongevej og Smallegade udgør Frederiksberg bymidte. Der er herudover udpeget en ny bymidte ved Flintholm Station. En række øvrige handeleggader er udpeget som bydelscentre. Det gælder f.eks. Vesterbrogade, Frederiksberg Allé, H. C. Ørsteds Vej, Rosenørns Allé, Peter Bangs Vej, Finsensvej, Nordre Fasanvej, den ydre del af Godthåbsvej og Borups Allé. Endelig er der udpeget lokalcentre ved Rosenørns Allé og Roskildevej.

Kommuneplanens arealrammer

Som det fremgår af tabel 7-1, er den samlede arealramme i kommuneplanen på 257.400 m². Med et eksisterende detailhandelsareal på i alt 155.100 m² er der plads til udvidelse af detailhandelsarealet i kommunen som helhed på 110.100 m². Der er dermed god plads til udvidelser, som klart overstiger det beregnede behov i maksimumssceneriet på 27.000 m². Da arealrammen er fordelt på tre bymidter, 10 bydelscentre og to lokalcentre, vil der være behov for en samlet arealramme for hele kommunen, som overstiger behovet, da udviklingen ikke vil komme til at ske i alle områder. I nogle områder vil rammerne ikke blive udnyttet, og derfor vil der være overskydende ramme. Desuden giver det ikke mening at fastlægge små arealrammer, der er mindre end de butikker, der typisk vil være interesserede i at etablere sig i områderne.

Centertype	Område	Areal i eksisterende butikker 2024	Arealramme i KP 2021	Restrummelighed 2024	Restrummelighed i procent af arealrammen
1. Bymidte	Den centrale bymidte	39.600	57.000	17.400	31%
2. Bymidte	De centrale centerstrøg	48.000	57.700	9.700	17%
3. Bymidte	Bymidten ved Flintholm	8.500	39.700	31.200	79%
I alt i bymidter		96.100	154.400	58.300	38%
4. Bydelscenter	Nordens Plads	4.000	16.900	12.900	76%
5. Bydelscenter	Finsensvej	6.200	9.600	3.400	35%
6. Bydelscenter	Nordre Fasanvej	6.000	16.100	10.100	63%
7. Bydelscenter	Peter Bangs Vej	6.900	11.700	4.800	41%
8. Bydelscenter	Borups Alle	4.700	7.000	2.300	33%
9. Bydelscenter	Vesterbrogade	4.600	9.100	4.500	49%
10. Bydelscenter	H.C. Ørstedsvej	9.500	11.700	2.200	19%
11. Bydelscenter	Rosenørns Alle	1.600	3.100	1.500	48%
12. Bydelscenter	Frederiksberg Alle	2.700	7.100	4.400	62%
13. Bydelscenter	Godthåbsvej Vest	3.100	5.400	2.300	43%
I alt i bydelscentre		49.000	97.700	48.700	50%
14. Lokalcenter	Rosenørns Alle Øst	1.600	2.300	700	30%
15. Lokalcenter	Roskildevej	600	3.000	2.400	80%
I alt i lokalcentre		2.200	5.300	3.100	58%
Udenfor centerstrukturen		7.800			
I alt for alle områder		155.400	257.400	110.100	43%

Tabel 7-1 Samlet ramme til butiksformål i Frederiksberg Kommune i centerstrukturen, butiksareal 2024, rammen for butiksarealet er i kommuneplan 2021, og hvor meget areal, der er til rest til udvidelse af detailhandlen inden for kommuneplanens ramme



Figur 7-1 Centerstrukturen i kommuneplanen for Frederiksberg Kommune med beliggenheden af bymidter, bydelscentre og lokalcentre

Plads til udvikling i de enkelte områder

Ser vi på restrummelighederne i de enkelte områder, så viser tabel 7-1, at der er plads til udvidelse i alle områder. Tabellen viser også, at der er mindst restrummelighed tilbage i de centrale centerstrøg i bymidten, hvor der er 17 % tilbage af kommuneplanens arealramme, og i bydelscentret langs H. C. Ørstedtsvej, hvor der er 19 % tilbage af arealrammen. I alle øvrige områder er der mere end 30 % tilbage af arealrammerne. Samlet vurderes det, at der eventuelt kan blive behov for en større ramme til udvikling i de centrale centerstrøg, mens det vurderes som sandsynligt, at de gældende arealrammer i de øvrige områder vil dække behovene i planperioden.

Ser vi på, hvordan udviklingen i butiksareal har været siden 2020, er det som udgangspunkt vigtigt

at være opmærksom på, at kortlægningen af areal i detailhandelsanalyserne ikke er præcise opmålinger. Der er derfor en vis unøjagtighed i arealopgørelserne, som er vigtig at tage i betragtning – specielt fordi der, som det fremgår af tabel 7-2, er tale om små ændringer.

Som det fremgår af tabel 7-2, er der fra 2020 til 2024 kun sket en beskedent ændring af det samlede detailhandelsareal i form af en mindre tilbagegang på 1.800 m². Ud af det samlede areal på ca. 157.000 m² svarer det til en tilbagegang på 1,1 %. Udviklingen i de forskellige typer af områder har været, at bymidteområderne har fået lidt mere areal (+ 2 %), og at der har været tilbagegang i bydelscentrene (- 7 %) og lokalcentrene.

Bag fremgangen i bymidteområderne ligger det, at der har været en større vækst i de centrale centerstrøg og en mindre tilbagegang i de øvrige

Centertype	Område	Areal i eksisterende butikker 2020	Areal i eksisterende butikker 2024	Udvikling 2020-2024
1. Bymidte	Den centrale bymidte	39.900	39.600	-300
2. Bymidte	De centrale centerstrøg	45.500	48.000	2.500
3. Bymidte	Bymidten ved Flintholm	8.800	8.500	-300
I alt i bymidter		94.200	96.100	1.900
4. Bydelscenter	Nordens Plads	4.000	4.000	-
5. Bydelscenter	Finsensvej	5.700	6.200	500
6. Bydelscenter	Nordre Fasanvej	7.100	6.000	-1.100
7. Bydelscenter	Peter Bangs Vej	7.500	6.900	-600
8. Bydelscenter	Borups Alle	4.700	4.700	0
9. Bydelscenter	Vesterbrogade	4.700	4.600	-100
10. Bydelscenter	H.C. Ørstedsvvej	10.400	9.500	-900
11. Bydelscenter	Rosenørns Alle	1.700	1.600	-100
12. Bydelscenter	Frederiksberg Alle	3.500	2.700	-800
13. Bydelscenter	Godthåbsvej Vest	3.300	3.100	-200
I alt i bydelscentre		52.600	49.000	-3.600
14. Lokalcenter	Rosenørns Alle Øst	2.000	1.600	-400
15. Lokalcenter	Roskildevej	600	600	0
I alt i lokalcentre		2.600	2.200	-400
Udenfor centerstrukturen		8.700	7.800	-900
I alt for alle områder		156.900	155.400	-1.800

Tablet 7-2 Udviklingen i det samlede detailhandelsareal i de udlagte centerområder

bymidteområder, og som det også fremgår af tabel 7-2, har udviklingen været forskellig i bydelscenterområderne.

Med usikkerheden in mente er pointen, at der er en tendens mod koncentration i de mest centrale områder og tilbagegang i de øvrige områder med betydelige forskelle mellem områderne.

Anbefaling vedrørende arealrammerne

På den baggrund anbefales det at fastholde de nuværende arealrammer. Samlet vurderes de som

fuldt ud tilstrækkelige til at dække behovene i planperioden, og der er i alle områder god plads til udvikling. Udviklingen siden 2020 har vist, at centerområderne klarer sig forskelligt, og det er ikke muligt at forudsige, hvordan interessen for butikker i de enkelte områder vil være fremover. Det kan derfor også anbefales at fastholde fordelingen af de nuværende arealrammer på de enkelte områder.

Som en undtagelse kan det overvejes at hæve rammen i de centrale centerstrøg i bymidten, som har haft en større vækst i butiksareal, og som har en begrænset tilbageværende arealramme til fortsat vækst i butiksarealet.

Butiksstørrelser

De maksimale butiksstørrelser i kommuneplanen fremgår af tabel 7-3, og de svarer til de maksimale størrelser i tidligere gældende regler i planloven. Der er efter en ændring af planloven blevet mulighed for dagligvarebutikker på op til 5.000 m² i bymidter og bydelscentre og 1.200 m² i lokalcentre. Der er ikke længere en begrænsning på udvalgsvarebutikkernes størrelse i planloven, men kommuneplanerne skal fortsat fastsætte maksimale størrelser på udvalgsvarebutikkerne.

Anbefalinger vedrørende butiksstørrelser

Det vurderes, at de gældende maksimale butiksstørrelser giver gode og passende rammer for fremtidige butiksetableringer og udvidelser. Hvis der opstår behov for større butikker, som planloven giver mulighed for, vil der i det tæt bebyggede området, som kendetegner Frederiksberg Kommune, sandsynligvis være behov for en individuel vurdering af og planlægning for den enkelte butik og dermed en stillingtagen til, om der skal gives mulighed for en butik, der er større end de nuværende maksimale størrelser.

Centertype	Område	Maks. størrelse for dagligvarebutikker	Maks. størrelse for udvalgsvarebutikker
Bymidter			
1. Bymidte	Den centrale bymidte	2.500	2.000
2. Bymidte	De centrale centerstrøg	2.500	2.000
3. Bymidte	Bymidten ved Flintholm	2.500	2.000
Bydelscentre			
4. Bydelscenter	Nordens Plads	3.500	2.000
5. Bydelscenter	Finsensvej	3.500	2.000
6. Bydelscenter	Nordre Fasanvej	3.500	2.000
7. Bydelscenter	Peter Bangs Vej	3.500	2.000
8. Bydelscenter	Borups Alle	3.500	2.000
9. Bydelscenter	Vesterbrogade	3.500	2.000
10. Bydelscenter	H.C. Ørstedsvej	3.500	2.000
11. Bydelscenter	Rosenørns Alle	3.500	2.000
12. Bydelscenter	Frederiksberg Alle	3.500	2.000
13. Bydelscenter	Godthåbsvej Vest	3.500	2.000
Lokalcentre			
14. Lokalcenter	Rosenørns Alle Øst	1.200	1.000
15. Lokalcenter	Roskildevej	1.200	1.000
Udenfor centerstrukturen			
Øvrige områder		1.200	500

Tabel 7-3 De maksimale størrelser for dagligvare- og udvalgsvarebutikker i de forskellige områder

Anbefalinger vedrørende konkrete områder

Det følgende indeholder anbefalinger til ændring af de udpegede detailhandelsområder i kommuneplanen.

Overførsel af arealramme fra Nordre Fasanvej til de centrale centerstrøg

Som nævnt tidligere foreslås det, at der overføres en arealramme fra bydelscentret langs Nordre Fasanvej til de centrale centerstrøg i bymidten.

Bydelscentret ved Nordre Fasanvej har i den gældende kommuneplan en betydelig arealramme på 16.100 m², men der har siden 2020 været en tilbagegang i arealet på 1.100 m². Med et eksisterende detailhandelsareal på 6.000 m² er der en ramme til vækst i detailhandelsarealet på 10.100 m². Dette svarer til mere end en fordobling af detailhandelsarealet.

Det vurderes på den baggrund, at der med fordel kan overføres 5.000 m² af arealrammen i bydelscentret langs Nordre Fasanvej til de centrale centerstrøg i bymidten. Her har der været betydelig vækst i detailhandelsarealet på 2.500 m² siden 2020, og der er samtidigt en ramme til vækst på 9.700 m², som har begrænset størrelse set i sammenhæng med, at området rummer 48.000 m² detailhandelsareal.

Arealrammen for bydelscentret ved Nordre Fasanvej vil dermed blive på 5.100 m², og arealrammen for de centrale centerstrøg i bymidten vil blive på 14.700 m².

Udvidelse af bydelscenter Godthåbsvej Vest og Nordre Fasanvej

Det foreslås, at bydelscentret Godthåbsvej vest og Nordre Fasanvej udvides, så det kommer til at inkludere en række ejendomme, som i dag rummer detailhandel (blomsterbutik) eller serviceerhverv, hvor der på sigt kunne være interesse for at ændre fra service til detailhandel. Forslaget til udvidelse af bydelscenteret fremgår af figur 7-2.

Det foreslås også, at arealrammer og maksimale butiksstørrelser for bydelscentret ved Godthåbsvej fastholdes som nu. Den nuværende restrummelighed på 2.300 m² vurderes at være tilstrækkelig til den fysiske udvidelse af centerområdet. Arealrammen for bydelscenter Nordre Fasanvej nedbringes som beskrevet i afsnit 7.2.2.

Udvidelsen af bydelscentrene vil betyde, at der sammen med forslaget om at udlægge en del af hospitalsgrunden til lokalcenter skabes et sammenhængende strøg langs både Nordre Fasanvej og Godthåbsvej.

Lokalcenter på Frederiksberg Hospital

I forbindelse med omdannelse af Frederiksberg Hospital indgår planer om fremtidige anvendelser og aktiviteter som f.eks. kultur, værksteder, mindre gallerier, iværksætter mv. For at åbne muligheder for de ønskede anvendelser foreslås det, at den del af Frederiksberg Hospital, der ønskes anvendt til publikumsrettede erhverv, udlægges til detailhandel. Det vil skabe muligheder for gallerier, kunsthåndværkere eller andre former for værksteder med detailsalg.

En mulighed vil være at udpege hospitalsgrunden som lokalcenter. Planloven giver mulighed for, at der i et lokalcenter kan være op til 3.000 m² detailhandelsareal. Dagligvarebutikker kan være op til 1.200 m². Der er ingen øvre grænse på udvalgswarebutikkernes størrelse, men i et lokalcenter kan de i sagens natur ikke være større end 3.000 m². I kommuneplanen kan arealrammen og butiksstørrelserne tilpasses behovet og de faktiske pladsforhold, og ved at udpege området til lokalcenter kan Frederiksberg Kommune fastlægge retningslinjer og rammer for områdets udnyttelse til detailhandel, som harmonerer med de intentioner, der er for hospitalsgrunden som helhed.

Udstrækningen af et lokalcenter kan afgrænses som vist på figur 7-2. Udvikling af det afgrænsede område med forskellige former for publikumsorienterede erhverv og funktioner vil betyde, at Nordre Fasanvej vil blive et langt og sammenhængende strøg med butikker, service, spisesteder og andre publikumsorienterede funktioner.



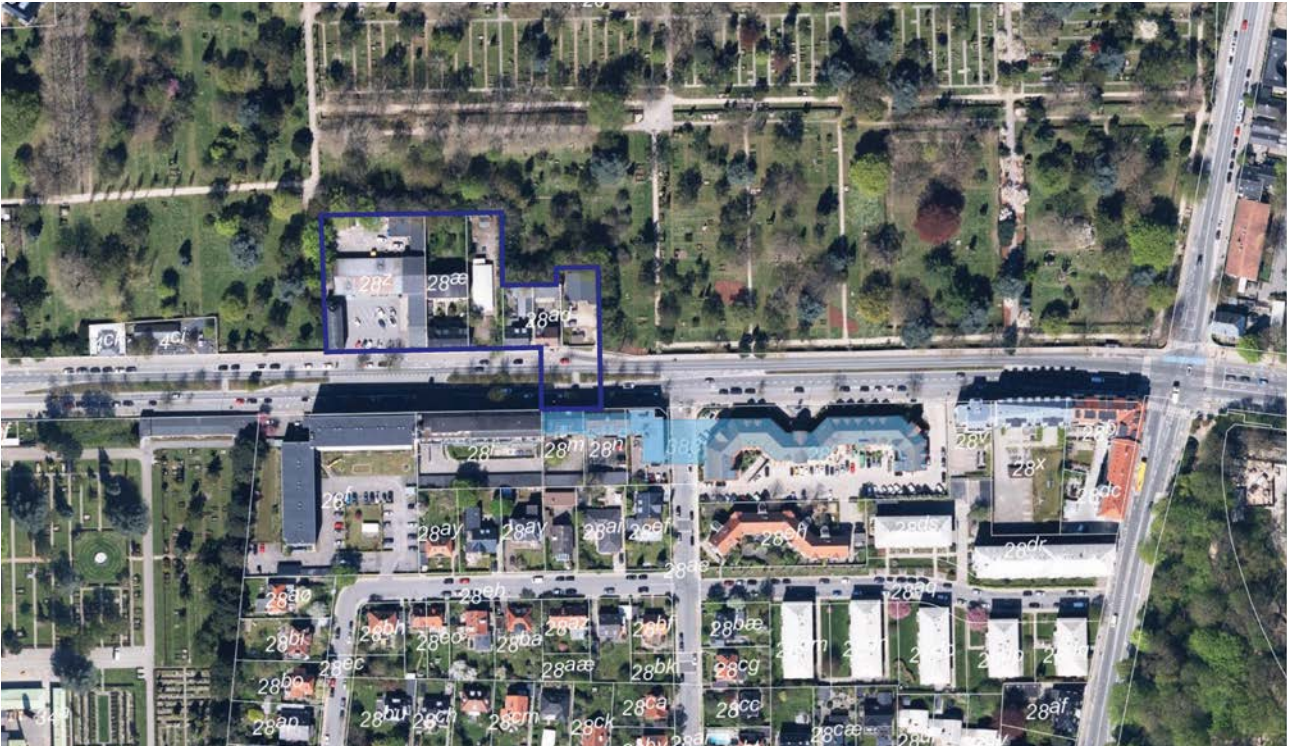
Figur 7-2 Forslag til afgrænsning af et lokalcenter på hospitalsgrunden og en udvidelse af bydelscentret langs Godthåbsvej og Nordre Fasanvej. Kilde: Plandata.dk. (justering af bydelscenter er vist med blå, og lokalcenter er vist med rødt)

Udvidelse af lokalcenter ved Roskildevej

Det foreslås, at lokalcentret langs Roskildevej udvides med en række ejendomme nord for vejen. Ejendommene rummer i forvejen detailhandel (vinhandel) og en lukket Aldi samt en række servicefunktioner. Ejendommene vil som lokalcenter fortsat kunne rumme butikker, og forretningslokaler, der i dag anvendes til service eller står tomme, vil kunne udnyttes til detailhandel. I forslaget indgår, at den gældende arealramme og de maksimale butiksstørrelser fastholdes.

Bydelscentret ved Vesterbrogade

Der foreslås en mindre justering af afgrænsningen af bydelscentret ved Vesterbrogade, sådan at bagarealet bag SuperBrugsen på hjørnet af Vesterbrogade og Platanvej også inkluderes i bydelscentret. Arealramme og maksimale butiksstørrelser fastholdes.



Figur 7-3 Forslag til udvidelse af lokalcentret ved Roskildevej med en række ejendomme, der ligger nord for Roskildevej. Kilde: Plandata.dk. (justering er vist med blåt)



Figur 7-4 Forslag til justering af bydelscentret langs Vesterbrogade ved SuperBrugsen ved hjørnet af Platanvej. Kilde: Plandata.dk. (justeringen vist med orange, og er en illustration)

Øvrige anbefalinger

Ud over en kommuneplan, der fastlægger tilstrækkelige velegnede rammer for udvikling i de enkelte områder og velmotiverede afgrænsninger af detailhandelsområderne, vil detailhandlens udvikling først og fremmest blive bestemt af, hvordan handelslivets rammebetingelser udvikler sig.

Der er udsigt til, at der igen bliver vækst i indbyggertallet i Frederiksberg Kommune, hvilket vil styrke handelslivet. Herudover er der en række udefrakommende rammevilkår, som Frederiksberg Kommune ikke har indflydelse på som f.eks. udviklingen i privatforbruget, nethandlen og nye butikskoncepter. Frederiksberg Kommune kan dog understøtte handelslivet på andre måder.

Frederiksberg Kommune kan f.eks. støtte op om koncentrationstendenserne, som i en vis grad kan ses i den udvikling, der har været siden 2020, og som kendetegner den generelle udvikling. Kommunen kan dertil understøtte udviklingen mod et bredere handels- og byliv med mere udespisning og større efterspørgsel på alt, hvad der vedrører skønhed, sundhed og velvære, kulturoplevelser og aktiv brug af byens rum til samvær og udfoldelse.

Det kan f.eks. handle om at sikre god tilgængelighed for alle trafikarter, der hvor detailhandlen trives, og skabe attraktive byrum, hvor der er særlige forudsætninger for udespisning og udeliv.

Frederiksberg Kommune samarbejder allerede med foreninger, der har betydning for handelslivet, men der er altid mere at hente gennem et tættere samarbejde. Erfaringer viser, at især samarbejdet mellem handelslivet, grundejerne og kommunen har stor betydning, men også kulturlivet spiller en betydelig rolle i at skabe det attraktive by- og handelsliv.

8 Metode og ordforklaring



8 Metode og ordforklaring

Detailhandelsbutik

En detailhandelsbutik er et fast fysisk forretningssted, hvorfra der sælges varer til private. Permanente showrooms eller udstillinger af varer, hvor private kan se og evt. prøve varer, som enten kan bestilles i forretningen, eller som efterfølgende kan bestilles via nettet, betragtes også som detailhandel. Der skal dog være synlige og ugentlige åbningstider for at blive betragtet som en detailhandelsbutik.

Dagligvarer og dagligvarebutikker

Dagligvarer er varer, der forbruges samtidig med, at de bruges, dvs. kortvarige forbrugsgoder. Dagligvarer er f.eks. madvarer, drikkevarer og rengøringsmidler, og dagligvarebutikker er f.eks. supermarkeder, tankstationskiosker, apoteker og blomsterhandlere. Butikker, der har et mere end ubetydeligt salg af dagligvarer, betragtes som dagligvarebutikker, herunder også varehuse som Føtex og Kvickly, som har et betydeligt salg af udvalgsvarer.

Udvalgsvarer og udvalgswarebutikker

Udvalgsvarer er en fællesbetegnelse for varer, som kan anvendes flere gange og gennem en længere periode, dvs. langvarige forbrugsgoder. Udvalgsvarer er typisk opdelt i "beklædning", dvs. f.eks. tøj og sko og "øvrige udvalgsvarer", dvs. isenkram, boligtilbehør, elektronik og hårde hvidevarer, legetøj, babyudstyr, optikere, smykker mv. Hvis en butik, har mere end et ubetydeligt salg af udvalgsvarer, så er den at betegne som en udvalgswarebutik. En møbelbutik, der sælger møbler, som er en særligt pladskrævende varegruppe, og øvrige udvalgsvarer, f.eks. lamper, puder og andet boligtilbehør, i mere end et ubetydeligt omfang, er at betegne som en udvalgswarebutik. En butik, der fortrinsvist sælger dagligvarer, er at betegne som en dagligvarebutik – uanset om der sker et mere end ubetydeligt salg af udvalgsvarer.

Særligt pladskrævende varegrupper (SPV) og butikker med SPV

Butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper, er ifølge Planloven butikker, der alene forhandler særligt pladskrævende varer eller varer, som frembyder særlige sikkerhedsmæssige forhold. Butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper, er f.eks. motorkøretøjer, lystbåde, campingvogne, trailere, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer og møbler samt ammunition og eksplosiver.

Et byggemarked klassificeres på trods af et evt. salg af udvalgsvarer som en butik med særligt pladskrævende varegrupper. Ligeledes er køkkenforhandlere kategoriseret som en butik med særligt pladskrævende varer. Omvendt er de fleste møbelbutikker kategoriseret som udvalgswarebutikker, da de har et ikke ubetydeligt salg af udvalgsvarer.

For at være en butik, der forhandler særligt pladskrævende varer, skal enheden have et egentligt salgsløkkale. Det vil sige, at for eksempel bilforhandlere med et mindre kontor og et uoverdækket p-areal til biludstilling, ikke regnes som butik.

Kundeorienterede serviceerhverv

Kundeorienterede serviceerhverv omfatter:

- Restauration: Restaurant, pizzeria, café, bar, kaffebar, take away mv.
- Personlig pleje: Frisør, solcenter, hudpleje, massage, fitnesscenter mv.
- Finansiell service: Bank, ejendomsmægler o.lign.
- Sundhed: Læge, tandlæge, speciallæge o.lign.
- Kultur: Biograf, bibliotek, museum mv.
- Andet: Renseri, køreskole, bedemand, tankstation uden kiosk mv.

Areal til butikker

Bruttoetagearealet er den eksisterende, aktive detailhandel. Butiksareal, personalefaciliteter, overdækket lager mv. til butiksformål medregnes i *bruttoetagearealet jf. Planlovens bestemmelser*. Tomme butikslokaler samt kundeorienterede servicefunktioner er således ikke medtaget i *bruttoetagearealet* til detailhandel.

Omsætning

Tal for butikkernes omsætning i 2023 er indhentet ved direkte henvendelse til de enkelte butiksdrivende. Omsætningen er alene salg ud af den enkelte fysiske butik til private, hvorfor eventuel e-handel ikke indgår i omsætningen. For butikker, der har aktiviteter, der ikke er relateret til detailhandel, er den del af omsætningen fratrukket. F.eks. vil omsætning fra brændstofsalg hos tankstationer med kiosker, receptpligtig medicin på apoteker, elinstallatørers servicearbejde. Omsætningen i butikker med særligt pladskrævende varegrupper på nær forhandlere af motorkøretøjer indgår i udvalgsvareomsætningen.

Omsætningen er i opgjort i årets priser. Det vil sige den faktiske opgjorte omsætning i det enkelte år. En sammenligning af omsætningerne i årets priser tager således ikke højde for forskellen i pris- og mængdeudvikling i de enkelte brancher i de enkelte år. Den samlede inflation var været knap 14 % i perioden 2019 til 2023, men både pris- og mængdeudviklingen varierer meget fra branche til branche. Derfor sammenlignes alene i årets priser

Arealbehov

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

Arealramme og restrummelighed

Arealrammen for et centerområde angiver det maksimalt tilladte bruttoetageareal til detailhandel i et centerområde. *Restrummeligheden/udbygningsrammen* i et centerområde beregnes

ved at trække bruttoetagearealet af den eksisterende detailhandel fra arealrammen for centerområdet. Restrummeligheden er uden eventuelle projekter og byggeretter i lokalplanerne omfattet af centerområderne samt eventuelle tomme butikslokaler.

Centerområde

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

Forbrugsgrundlag

Borgerne bosiddende i et afgrænset område har et samlet forbrug af varer, som betegnes *forbrugsgrundlaget*.

Opland

Definitionen på et opland er det geografiske område til en bymidte, bydelscenter eller et lokalcenter, som forventes at henvende sig til og tiltrække kunder fra. Et opland kan herudover opdeles i et primært og sekundært opland. Det primære opland defineres som det område, hvor forbrugerne fortrinsvist vil vælge netop denne butik til indkøb. Hvis det er en dagligvarebutik, vil det ofte være på grund af kortest afstand fra bopælen. Det sekundære opland er det område, hvor forbrugerne af og til vil vælge at handle i denne butik. Der kan dog ikke opstilles ensartede definitioner på et oplands størrelse og udformning, da oplandet afhænger af blandt andet afstand og tilgængelighed til konkurrenter.

Handelsbalance

Handelsbalancen er defineret som forholdet mellem omsætningen og forbruget i det samme område. Hvis handelsbalancen for en kommune er under 100 %, betyder det, at butikkerne i kommunen omsætter for mindre end kommunens borgere køber for. En del af borgernes forbrug bliver således lagt i butikker uden for kommunegrænsen. Tilsvarende betyder en handelsbalance over 100 %, at butikkerne i kommunen tiltrækker kunder fra uden for kommunen, f.eks. pendlere eller turister. Handelsbalancen er således en måde at vurdere detailhandlens styrke og tiltrækningskraft. En stigning i handelsbalancen er ikke nødvendigvis udtryk for, at detailhandlen i

Bilag A

Baggrundstal – Detailhandlen i Frederiksberg Kommune

Indledning

Der er i vinteren 2024 ved en rekognoscering foretaget en opgørelse over antallet af butikker i kommunen, indsamlet oplysninger om butikkernes bruttoareal og omsætning for 2023, ligesom den enkelte butiks kædestatus er registreret.

For at give en karakteristik af butiksudbuddet er de enkelte butikkers attraktionsværdi for forbrugerne vurderet i hele kommunen.

Resultaterne omfatter samtlige butikker i Frederiksberg Kommune i drift i februar 2024. Herudover vil der periodevis være enkelte butiksljemål, der er under ombygning eller ændring.

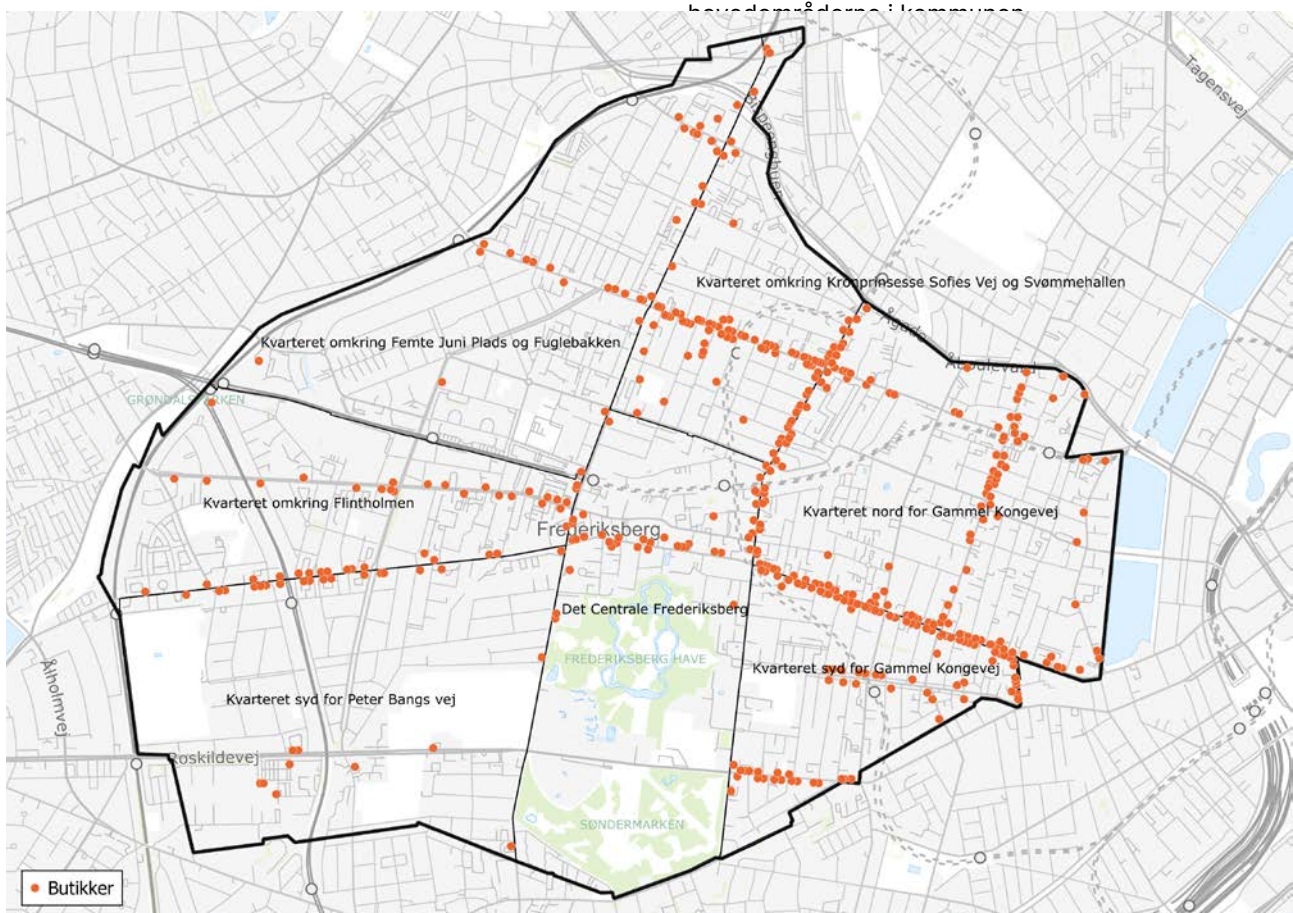
Butikkerne er kategoriseret inden for fem hovedbrancher afhængig af, hvilke varegrupper der fortrinsvist sælges fra butikken:

- Dagligvarer (mad og andet til det daglige forbrug)
- Beklædning (tøj og sko)
- Boligudstyr (f.eks. elektronik og isenkram)
- Øvrige udvalgsvarer (f.eks. optiker og guldsmed)
- Særligt pladskrævende varegrupper (f.eks. biler og byggematerialer)

Har en butik aktiviteter inden for flere hovedbrancher, er omsætningen fordelt inden for disse. Omsætningen i butikker med særligt pladskrævende varer på nær forhandlere af motorkøretøjer indgår i omsætningen af boligudstyr.

Resultaterne for detailhandelsanalysen 2024 sammenlignes med detailhandelsanalysen fra 2020. Omsætningen beskrives for henholdsvis 2019 og 2024 i årets priser.

Nedenstående viser antal butikker, bruttoetageareal fordelt på de enkelte centerområder i Frederiksberg Kommune. Herudover vises omsætning for hovedbrancherne i kommunen.



Figur A.1-1 Placering af butikkerne i Frederiksberg Kommune

Antal butikker

Områder	Dagligvarer	Udvalgsvarer i alt	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	SPV*	I alt
Den centrale bymidte	29	91	39	28	24	0	120
Falkoner Allé	21	28	9	7	12	1	50
Gammel Kongevej	35	97	37	21	39	3	135
Godthåbsvej	17	39	12	12	15	0	56
Centrale bymidte og centerstrøg i alt	73	164	40	68	66	5	243
Flintholmen	1	0	0	0	0	1	2
Nordens plads bydelc.	5	1	0	0	1	1	7
Finsensvej bydelsc.	10	5	0	3	2	1	16
Nordre Fasanvej bydelsc.	9	6	1	0	5	0	15
Peter Bangs Vej bydelsc.	16	19	2	8	9	1	36
Borups Alle bydelsc.	10	5	0	4	1	0	14
Vesterbrogade bydelsc.	6	21	4	12	5	0	27
H.C. Ørstedvej bydelsc.	11	28	4	11	13	0	39
Roseørns Alle bydelsc.	3	3	1	1	1	0	6
Frederiksberg Alle bydelsc.	6	15	3	5	7	0	21
Godthåbsvej bydelsc.	9	5	1	1	3	0	14
Rosenørns Alle Øst lokalc.	0	3	0	2	1	0	3
Roskildevej lokalc.	1	0	0	0	0	0	1
Uden for centerområderne	18	33	9	16	11	2	53
Kommunen i alt	207	401	119	133	149	10	618

Tabel A.1-1 Antal butikker fordelt på hovedbrancher og områder i Frederiksberg Kommune 2024

Udviklingen i antal butikker

Områder	Dagligvarer	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Udvalgsvarer	SPV*	SPV*	I alt	I alt
Årstal	2020	2024	2020	2024	2020	2024	2020	2024
Den centrale bymidte	28	29	94	91	0	0	122	120
Falkoner Allé	19	21	29	28	1	1	49	50
Gammel Kongevej	34	35	106	97	1	1	141	135
Godthåbsvej	18	17	39	39	0	0	57	56
Centrale bymidte og centerstrøg i alt	99	102	268	255	2	2	369	361
Flintholmen	3	1	2	0	1	1	6	2
Nordens Plads bydelc.	2	5	1	1	1	1	4	7
Finsensvej bydelsc.	11	10	5	5	0	1	16	16
Nordre Fasanvej bydelsc.	9	9	6	6	0	0	16	15
Peter Bangs Vej bydelsc.	19	16	18	19	0	1	37	36
Borups Alle bydelsc.	10	10	6	5	0	0	16	14
Vesterbrogade bydelsc.	6	6	24	21	0	0	30	27
H.C. Ørstedvej bydelsc.	12	11	36	28	0	0	48	39
Roseørns Alle bydelsc.	3	3	4	3	0	0	7	6
Frederiksberg Alle bydelsc.	7	6	18	15	0	0	25	21
Godthåbsvej bydelsc.	8	9	8	5	0	0	16	14
Rosenørns Alle Øst lokalc.	0	0	3	3	0	0	3	3
Roskildevej lokalc.	1	1	0	0	0	0	1	1
Uden for centerområderne	20	18	41	33	2	2	63	53
Kommunen i alt	208	207	441	401	6	10	655	618

Table A.1-2 Udviklingen i antallet af butikker fra 2020 til 2024 i Frederiksberg Kommune

Areal

Områder	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Beklædning	Boligudstyr	Øvrige udvalgsvarer	SPV*	I alt
Den centrale bymidte	14.500	25.000	10.000	10.200	4.900	-	39.600
Falkoner Allé	8.100	5.600	1.700	1.400	2.500	200	13.800
Gammel Kongevej	7.700	15.100	3.800	5.800	5.400	1.700	24.400
Godthåbsvej	3.900	5.900	1.600	2.400	1.900	0	9.800
Centrale bymidte og centerstrøg i alt	34.200	51.600	17.100	19.800	14.700	1.800	87.600
Flintholmen	1.500	-	-	-	-	7.000	8.500
Nordens Plads bydelc.	2.400	600	-	-	600	1.000	4.000
Finsensvej bydelsc.	4.000	2.100	-	1.900	300	100	6.200
Nordre Fasanvej bydelsc.	5.200	800	100	0	700	-	6.000
Peter Bangs Vej bydelsc.	4.000	2.600	100	1.300	1.200	250	6.900
Borups Alle bydelsc.	4.300	500	0	300	100	-	4.700
Vesterbrogade bydelsc.	1.800	2.900	700	1.400	800	-	4.600
H.C. Ørstedvej bydelsc.	3.900	5.600	600	2.600	2.400	-	9.500
Roseørns Alle bydelsc.	1.100	500	200	100	200	-	1.600
Frederiksberg Alle bydelsc.	1.300	1.400	250	600	500	-	2.700
Godthåbsvej bydelsc.	2.500	600	300	-	300	-	3.100
Rosenørns Alle Øst lokalc.	-	1.600	-	1.500	100	-	1.600
Roskildevej lokalc.	600	-	-	-	-	-	600
Uden for centerområderne	3.300	4.000	800	1.500	1.700	500	7.800
Kommunen i alt	69.900	74.800	20.100	31.100	23.600	10.700	155.400

Tabel A.1-3 Areal 2024 fordelt på hovedbrancher og områder i Frederiksberg Kommune

Områder	Dagligvarer		Udvalgsvarer		SPV*		I alt	
	2020	2024	2020	2024	2020	2024	2020	2024
Den centrale bymidte	14.900	14.500	25.000	25.000	-	-	39.900	39.600
Falkoner Allé	7.600	8.100	4.900	5.600	200	200	10.400	13.800
Gammel Kongevej	7.500	7.700	16.900	15.100	600	1.700	24.400	24.400
Godthåbsvej	4.300	3.900	5.600	5.900	-	-	9.900	9.800
Centrale bymidte og centerstrøg i alt	32.200	34.187	52.400	51.600	800	1.800	84.600	87.600
Flintholmen	1.600	1.500	200	-	7.000	7.000	8.800	8.500
Nordens Plads bydelc.	2.400	2.400	600	600	1.000	1.000	4.000	4.000
Finsensvej bydelsc.	4.600	4.000	1.100	2.100	-	100	5.700	6.200
Nordre Fasanvej bydelsc.	6.200	5.200	900	800	-	-	7.100	6.000
Peter Bangs Vej bydelsc.	4.600	4.000	2.900	2.600	-	250	7.500	6.900
Borups Alle bydelsc.	4.100	4.300	600	500	-	-	4.700	4.700
Vesterbrogade bydelsc.	1.700	1.800	3.000	2.900	-	-	4.700	4.600
H.C. Ørstedvej bydelsc.	3.900	3.900	6.500	5.600	-	-	10.400	9.500
Roseørns Alle bydelsc.	1.300	1.100	400	500	-	-	800	1.600
Frederiksberg Alle bydelsc.	1.500	1.300	2.000	1.400	-	-	3.500	2.700
Godthåbsvej bydelsc.	2.400	2.500	900	600	-	-	3.300	3.100
Rosenørns Alle Øst lokalc.	-	-	800	1.600	-	-	800	1.600
Roskildevej lokalc.	600	600	-	-	-	-	600	600
Uden for centerområderne	2.800	3.300	5.400	4.000	500	500	8.700	7.800
Kommunen i alt	69.900	69.900	77.700	74.800	9.300	10.700	156.900	155.400

Table A.1-4 Udvikling i areal fordelt på centerområder 2020 til 2024

Omsætning

Områder	Dagligvarer	Udvalgsvarer	I alt
Den centrale bymidte	791	1.280	2.070
De centrale centerstrøg	632	652	1.283
Bydels- og lokalcentre	1.604	305	1.911
Uden for centerstruktur	98	65	163
Kommunen i alt	3.125	2.302	5.427

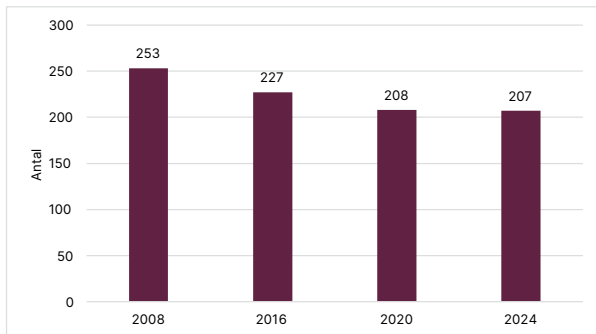
Tabel A.1-5 Omsætning 2023 fordelt på områder

Områder	Dagligvarer 2019	Dagligvarer 2024	Udvalgsvarer 2019	Udvalgsvarer 2024	I alt 2019	I alt 2024
Den centrale bymidte	734	791	1.293	1.280	2.027	2.070
De centrale centerstrøg	632	632	617	652	1.248	1.283
Bydels- og lokalcentre	1.498	1.604	317	305	1.815	1.911
Uden for centerstruktur	76	98	70	65	146	163
Kommunen i alt	2.940	3.125	2.297	2.302	5.236	5.427

Tabel A.1-6 Udvikling i omsætning fordelt på områder 2020 til 2024 - i årets priser

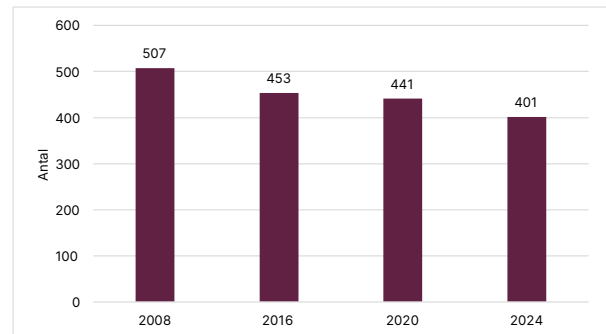
Udvikling 2008 til 2024

Dagligvarer

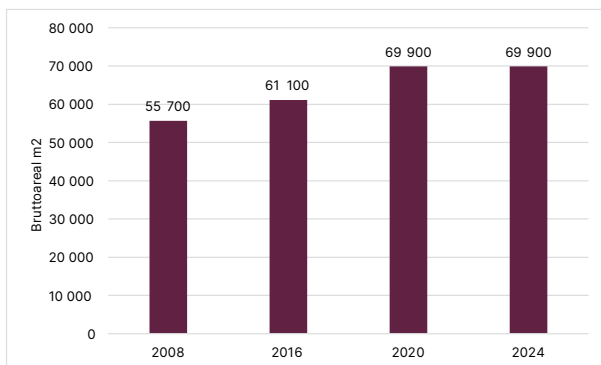


Figur A.1-2 Antal dagligvarebutikker i Frederiksberg Kommune 2008 til 2024

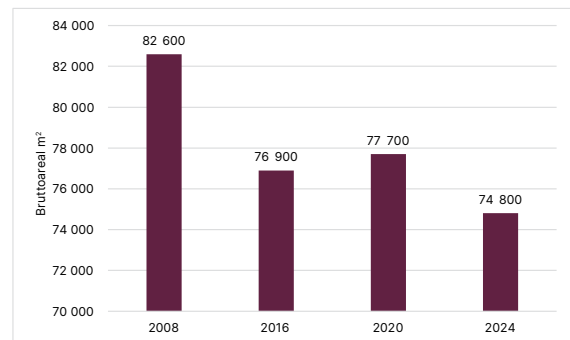
Udvalgsvarer



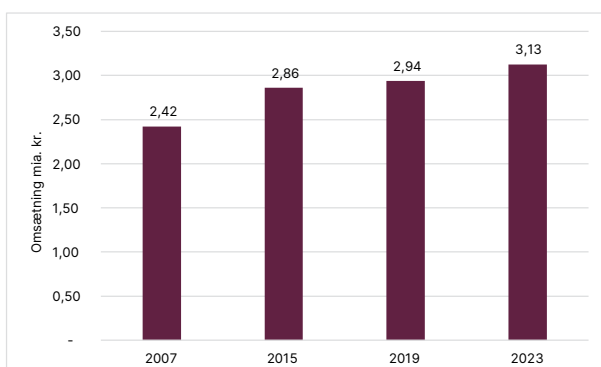
Figur A.1-5 Antal udvalgsvarebutikker i Frederiksberg Kommune 2008 til 2024



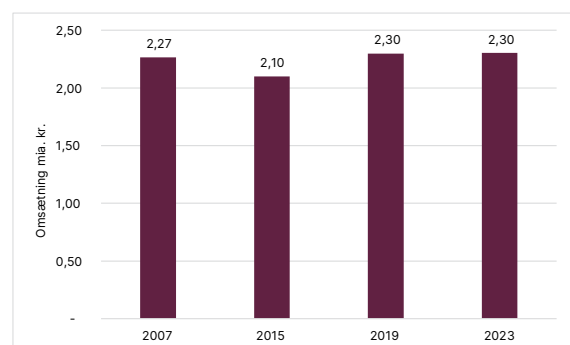
Figur A.1-3 Udvikling i areal til dagligvarer i Frederiksberg Kommune 2008 til 2024



Figur A.1-6 Udvikling areal for udvalgsvarer 2008 til 2024 Frederiksberg Kommune

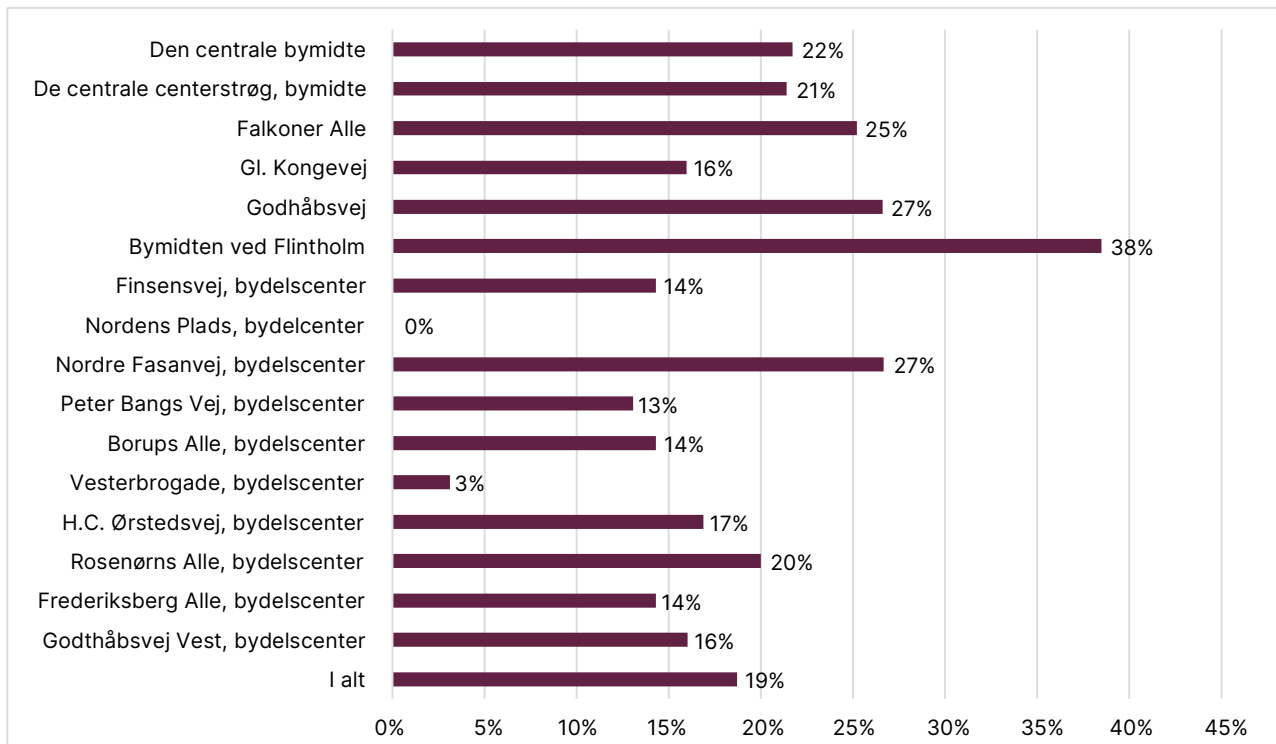


Figur A.1-4 Udvikling i omsætning for dagligvarer i Frederiksberg Kommune 2007 til 2023 - i årets priser

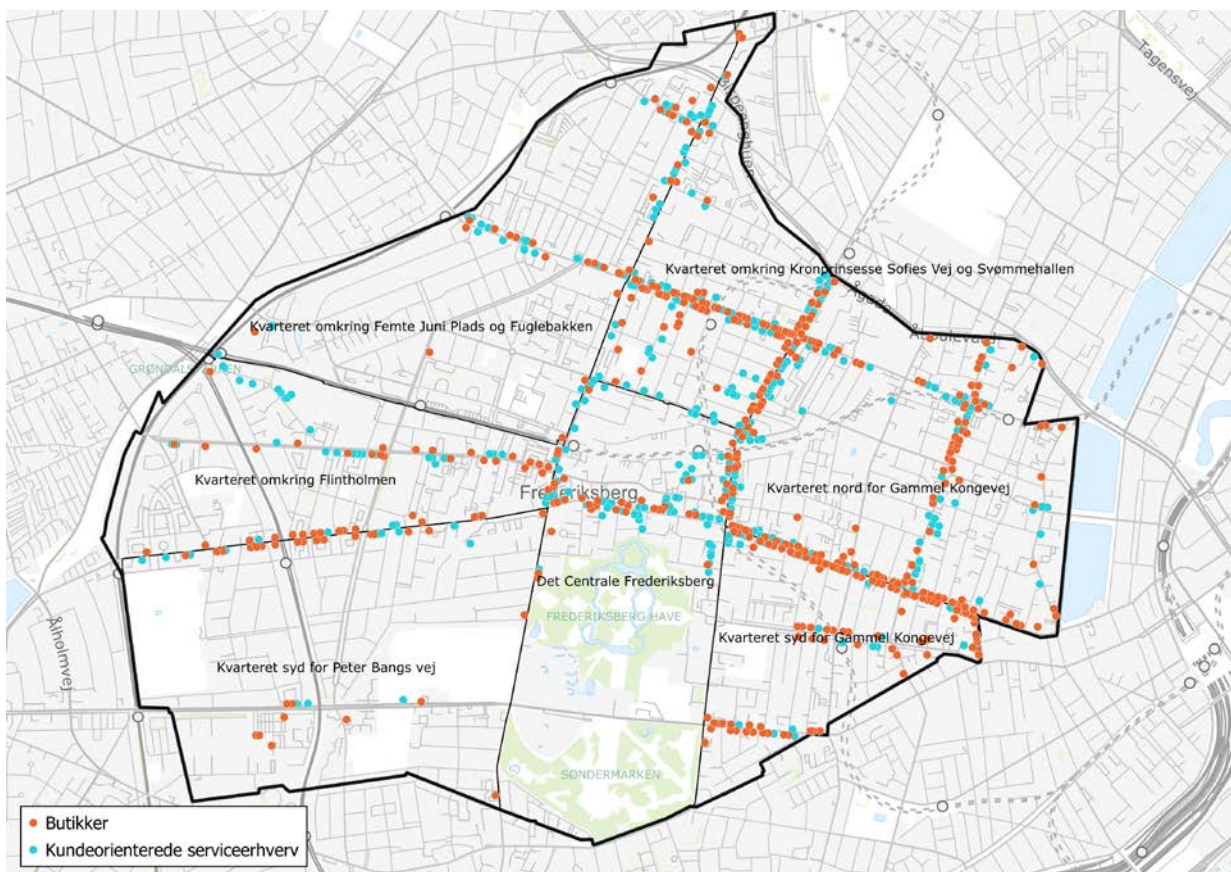


Figur A.1-7 Udvikling i omsætning til udvalgsvarer i Frederiksberg Kommune 2007 til 2023 - i årets priser

Øvrige grafer og tabeller



Figur A.1-8 Andel af spisesteder i bymidterne og bydelscentrene i forhold til det samlede antal funktioner 2024



Figur A.1-9 Placering af antal butikker og servicefunktioner

Bilag B

Branchefortegnelse detailhandel

Dagligvarer

- 471110 Købmænd og døgnkiosker
- 471120 Supermarkeder
- 471130 Discountforretninger
- 471900 Anden detailhandel fra ikke-specialiserede forretninger
- 472100 Frugt- og grøntforretninger
- 472200 Slagter- og viktualieforretninger
- 472300 Fiskeforretninger
- 472400 Detailhandel med brød, konditori- og sukkervarer
- 472500 Detailhandel med drikkevarer
- 472600 Tobaksforretninger
- 472900 Anden detailhandel med fødevarer i specialforretninger
- 473000 Servicestationer med kiosk
- 477300 Apoteker
- 477400 Detailhandel med medicinske og ortopædiske artikler
- 477500 Detailhandel med kosmetikvarer og produkter til personlig pleje
- 477610 Blomsterforretninger

Beklædning

- 475100 Detailhandel med kjolestoffer, garn, broderier mv.
- 477110 Tøjforretninger
- 477120 Babyudstys- og børnetøjsforretninger
- 477210 Skotøjsforretninger
- 477900 Forhandlere af brugt tøj
- 476410 Forhandlere af sports- og campingudstyr (hvis alene de sælger beklædning)

Boligudstyr

- 474100 Detailhandel med computere, ydre enheder og software
- 474200 Detailhandel med telekommunikationsudstyr
- 474300 Radio- og tv-forretninger
- 475210 Farve- og tapetforretninger
- 475300 Detailhandel med tæpper, vægbeklædning og gulvbelægning
- 475400 Detailhandel med elektriske husholdningsapparater
- 475910 Møbelforretninger
- 475920 Boligtekstilforretninger

- 475930 Detailhandel med køkkenudstyr, glas, porcelæn, bestik, vaser, lysestager mv.
- 475990 Detailhandel med møbler og belysningsartikler samt husholdningsartikler i.a.n.
- 477830 Forhandlere af gaveartikler og brugskunst
- 477840 Kunsthandel og gallerivirksomhed
- 477900 Detailhandel med brugte varer i forretninger
- 952900 Låsesmede, hvis salglokale
- 477900 Andre forhandlere af brugte varer

Øvrige udvalgsvarer

- 453200 Detailhandel med reservedele og tilbehør til motorkøretøjer
- 475940 Forhandlere af musikinstrumenter
- 476100 Detailhandel med bøger
- 476200 Detailhandel med aviser og papirvarer
- 476300 Detailhandel med musik- og videooptagelser
- 476410 Forhandlere af sports- og campingudstyr
- 476420 Cykel- og knallertforretninger
- 476500 Detailhandel med spil og legetøj
- 477220 Lædervareforretninger
- 477630 Dyrehandel
- 477700 Detailhandel med ure, smykker og guld- og sølvvarer
- 477810 Optikere
- 477820 Fotoforretninger
- 477890 Detailhandel med andre varer i.a.n.
- 477900 Bogantikvariater
- 477900 Andre forhandlere af brugte varer

Særligt pladskrævende (SPV)

- 451120 Detailhandel med personbiler, varebiler og minibusser
- 451910 Engros- og detailhandel med campingkøretøjer, små trailere mv.
- 451920 Engros- og detailhandel med lastbiler og påhængsvogne mv.
- 454000 Salg, vedligeholdelse og reparation af motorcykler og reservedele og tilbehør hertil
- 475220 Byggemarkeder og værktøjsmagasiner
- 476430 Forhandlere af lystbåde og udstyr hertil
- 477620 Planteforhandlere og havecentre
- 477890 Detailhandel med køkken og badeværelseselementer

Bilag C

Branchefortegnelse kundevendte servicefunktioner

Restauranter, cafe MV.

- 55.10.10 Hoteller med restauranter
- 55.10.20 Konferencecenter og kursusjendomme
- 55.10.10 Hoteller uden restauranter
- 56.10.10 Restauranter
- 56.10.20 Cafeterier, pølsevogne, grillbarer
- 56.10.10 Selskabslokaler
- 56.29.00 Forsamlingshuse mv.
- 56.30.00 Værtshuse, bodegaer mv.
- 56.30.00 Diskoteker og natklubber
- 56.30.00 Kaffebarer
- 56.21.00 Catering og diner transportable

Pengeinstitutter, ejendomsmægler MV.

- 53.10.00 Postvæsen
- 64.19.00 Pengeinstitutter
- 64.92.10 Realkreditinstitutter
- 65.12.00 Skadesforsikringsvirksomhed
- 68.31.10 Ejendomsmæglere

Personlig pleje

- 96.02.10 Frisørsaloner
- 96.02.20 Skønheds- og hudpleje
- 96.04.00 Sol- og motionscentre mv.

Sundhed

- 86.21.00 Praktiserende læger
- 86.21.00 Alment praktiserende læger
- 86.23.00 Praktiserende tandlæger
- 86.90.20 Fysioterapeutiske klinikker og praktiserende fysioterapeuter
- 86.90.40 Kiropraktorer
- 86.90.90 Fodplejere
- 86.90.90 Kuranstalter, naturlæger mv.
- 75.00.00 Dyrlæger

Biografer, bibliotek MV.

- 59.14.00 Biografer
- 90.01.10 Teater- og koncertvirksomhed
- 93.21.00 Forlystelsesparker
- 91.01.10 Folkebiblioteker
- 91.02.00 Museer
- 91.04.00 Botaniske og zoologiske haver

Anden service

- 58.13.00 Udgivelse af dagblade med eget trykkeri
- 18.12.00 Bogtrykkerier og offsettrykkerier
- 45.20.10 Autoreparationsværksted
- 45.20.40 Dækservice
- 55.20.00 Vandrehjem
- 55.30.00 Campingpladser
- 55.20.00 Feriecentre
- 55.90.00 Andre faciliteter til korttidsophold
- 79.90.00 Turistbureauer
- 79.12.00 Rejsebureauer, turarrangerende
- 79.11.00 Rejsebureauer, billetudstedende
- 68.31.20 Ferieboligudlejning
- 79.90.00 Biludlejning
- 69.10.00 Advokatvirksomhed
- 74.20.00 Fotografer
- 84.11.00 Offentlig administration
- 84.24.00 Politiet
- 85.53.00 Køreskoler mv.
- 94.20.00 Fagforeninger
- 94.99.00 Andre organisationer og foreninger i øvrigt
- 93.11.00 Idræts- og svømmehaller
- 93.11.00 Andre sportsanlæg
- 93.12.00 Idrætsklubber
- 92.00.00 Lotteri og anden spillevirksomhed
- 96.01.20 Selvbetjeningsvaskerier mv.
- 96.01.20 Renserier mv.
- 96.03.00 Bedemænd
- 96.03.00 Begravelsesvæsen

Adresse

COWI A/S
Parallelvej 2
2800 Kongens Lyngby
Danmark

Telefon

+45 56 40 00 00

E-mail

cowi@cowi.com

www.cowi.com

Sammen med vores kunder, partnere og kollegaer skaber vi en fremtid, hvor mennesker og samfund kan blomstre og gro. Det gør vi ved i fællesskab at udvikle bæredygtige og smukke løsninger, der øger livskvaliteten for mennesker i dag og mange generationer frem.