
Oppdragsgiver:	Trondheim Stasjonssenter AS
Oppdrag:	534414-01 – Trh.S. Reguleringsplan med KU
Dato:	17.09.2015
Skrevet av:	Yngve Frøyen
Kvalitetskontroll:	Diana van der Meer

HANDELSVURDERINGER TRONDHEIM SENTRALSTASJON

INNHold

1	Introduksjon.....	1
2	Hva vet vi om innkjøpsreiser i den regionen som et senter på Trondheim Sentralstasjon blir en del av.....	2
2.1	Innkjøpsreisene endrer sammensetning.....	3
2.2	Reisemiddelvalg på innkjøpsreiser.....	4
3	Virkninger av nytt handelsareal på Trondheim sentralstasjon.....	6
3.1	Alternativene.....	6
3.2	Modellforutsetninger.....	6
3.3	Dagens situasjon.....	7
3.4	Hva kan skje dersom et senter etableres på Trondheim sentralstasjon?.....	8
3.5	Samlet vil trolig sentrum komme styrket ut av en etablering på Trondheim S.....	13
3.6	Hva kan reisevaneundersøkelsene og varehandelstatistikken antyde om hvordan et kjøpesenter ved Trondheim Sentralstasjon vil fungere i dette markedet?.....	14
3.7	Et nytt senter i et sentralt og tilgjengelig knutepunkt kan få gunstig reisemiddelfordeling.....	15

1 INTRODUKSJON

Foreliggende notat er utarbeidet som del av plan- og utredningsarbeidet for Trondheim sentralstasjon. Det sentrale spørsmålet som må besvares er hvordan et nytt handelstilbud på opptil 17 000 m² vil påvirke konkurranseforholdene i de ulike handelsområdene i byen. I analysen er det sett på forskjellige alternativer med ulik bruksareal og med en ulik sammensetning av type forretninger.

Handelsvurderingen omfatter to hovedproblemstillinger:

- Den første problemstillingen knytter seg til konkurranseforholdet som en handelsetablering står under. Her er vi opptatt av to delspørsmål:

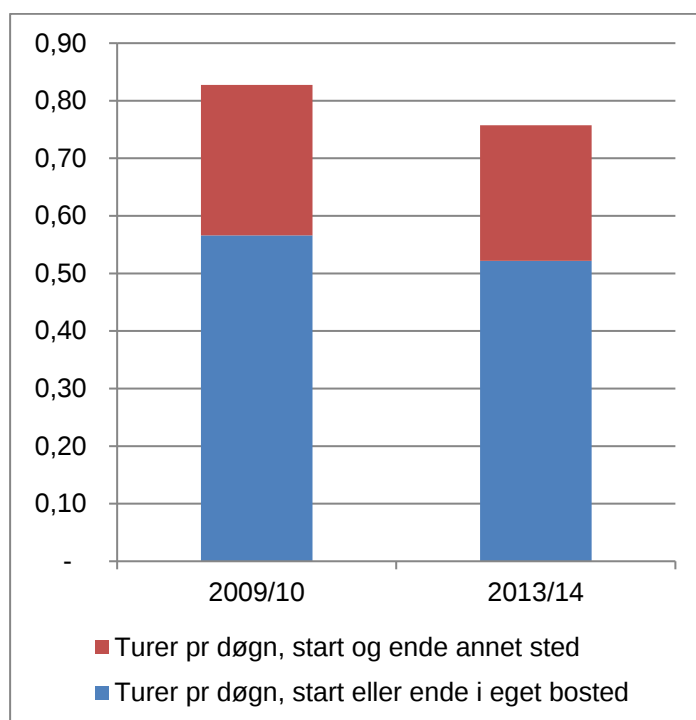
- o hvilke tilgjengelighetsvilkår får en handelsetablering ved Trondheim sentralstasjon, og hvilke markedsandeler kan et slikt senter få, gitt den bystrukturen som lokaliseringen blir en del av.
- o hvordan kan en etablering påvirke handelsvolumet i andre deler av byen
- Den andre problemstillingen dette notat berører omhandler planforslagets konsekvenser når det gjelder transportarbeid til innkjøpsreiser

Notatet tar for seg nyere statistikk om innkjøpsreiser generelt, og i Trondheim/Trondheimsregionen særskilt. I tillegg refereres noen resultater fra kjøring av handelsmodellen ATP Handel (Asplan Viak 2012), der ulike alternativer for en senteretablering er prøvd.

2 HVA VET VI OM INNKJØPSREISER I DEN REGIONEN SOM ET SENTER PÅ TRONDHEIM SENTRALSTASJON BLIR EN DEL AV

Statistisk Sentralbyrås (SSB) statistikk over varehandel viser at omsetningen pr innbygger i Trondheim økte med 4,5% fra 90.430 til 94.518 kr pr år, i perioden 2010-2014. I samme periode gikk antallet innkjøpsreiser pr person ned med 6,8 % i storbyene Trondheim, Bergen og Stavanger samlet, eller 8,4% i Trondheimsregionen, dokumentert i reisevaneundersøkelsene gjort for samme periode (Hjorthol m.fl., 2015).

Mens detaljvareomsetningen stiger moderat, skjer det altså samtidig en reduksjon i antallet reiser som er utløst av handel. Dette er et bemerkelsesverdig brudd med en årelang trend. Dersom vi dekomponerer innkjøpsreisene i to grupper: (1) de som starter eller ender i eget bosted, og (2) de som både starter og ender annet sted («underveishandling»), finner vi følgende mønster i Trondheimsregionen:



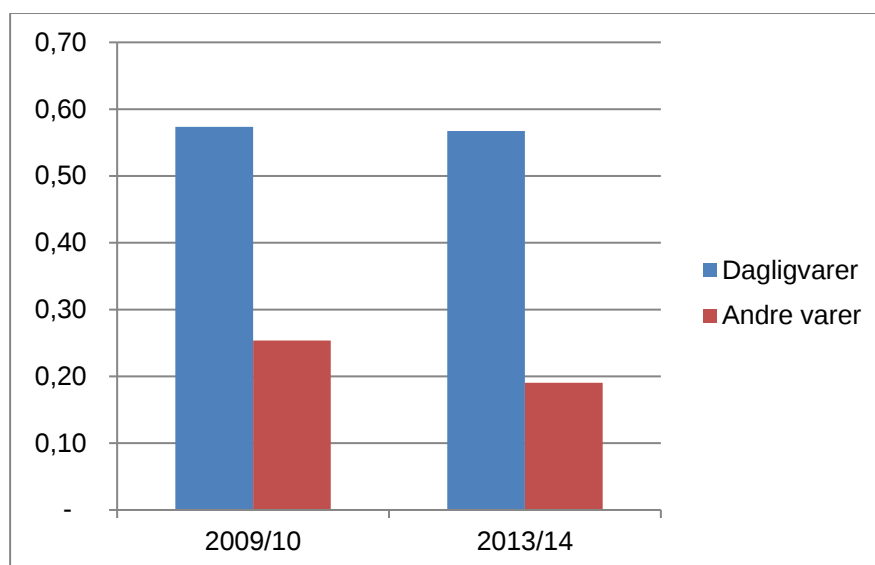
Figur 1: Antall innkjøpsturer pr person og døgn, Trondheimsregionen. Fra RVU 2009/10 og RVU 2013/14

Det ser altså ut til at innkjøpsreiser til eller fra eget bosted reduseres noe mer enn underveisturene. Vi har ikke data som setter oss i stand til å se om disse endringene gjenspeiles i omsetningsfordelingen, men på aggregert nivå kan statistikken indikere at omsetning pr reise øker, altså at folk husholderer med transportbudsjettet sitt. Men samtidig kan vi ikke utelukke at vi ser to andre effekter i funksjon: dersom vi har vekst i innkjøp som *ikke* er forbundet med privatreiser (internetthandel mest aktuelt, eller abonnementsordninger med tilkjørte dagligvarer), vil det kunne gi tilsvarende virkning på statistikken. Endelig følger det av måten reiser defineres på i statistikken at også hjemreisen etter et innkjøp regnes som en innkjøpsreise. Både «ens-ærend»-turen til butikken, og innkjøpet som tas på veg hjem fra arbeid, vil dermed avstedkomme to turer i statistikken, mens andre innkjøp, for eksempel underveis i arbeidsdagen, eller turer i kjede mellom flere butikker, bare genererer en tur hver gang. En innkjøpsreise til et kjøpesenter registreres bare en gang, selv om en besøker flere butikker innenfor senteret, mens en innkjøpsrunde i bysentrum kan bli ført opp med flere reiser dersom man besøker flere butikker. De tendensene som den overordna statistikken viser kan derfor både forklares ved at flere legger innkjøpene sine til kjøpesentre med flere målpunkt i hvert, og ved at en større andel av innkjøpene tas i kjede eller som «underveis»-innkjøp.

Det er av flere påvist at bysentrum har vedvarende tapt omsetningsandeler, bl.a. til kjøpesentre mange steder (Strand m.fl, 2014) gjennom en årrekke. Denne tendensen vil kunne ha gjennomslag i statistikken slik vi har sett over, ved at vareomsetningen øker samtidig som antallet turer registrert i RVU går ned. Men dette betyr ikke nødvendigvis at transportarbeidet går tilsvarende ned, for i samme periode som antallet innkjøpsreiser ble redusert med 6,8% i storbyregionene, økte gjennomsnittlig reiselengde med nær 10%.

2.1 Innkjøpsreisene endrer sammensetning

Mønsteret vi har vist over, at antallet innkjøpsturer går noe ned samtidig som omsetningen vokser, er ikke like sterkt for alle typer handel. I det neste diagrammet framgår det at nedgangen i innkjøpsreiser i liten grad gjelder dagligvareinnkjøpene, først og fremst berøres annen handel av dette.

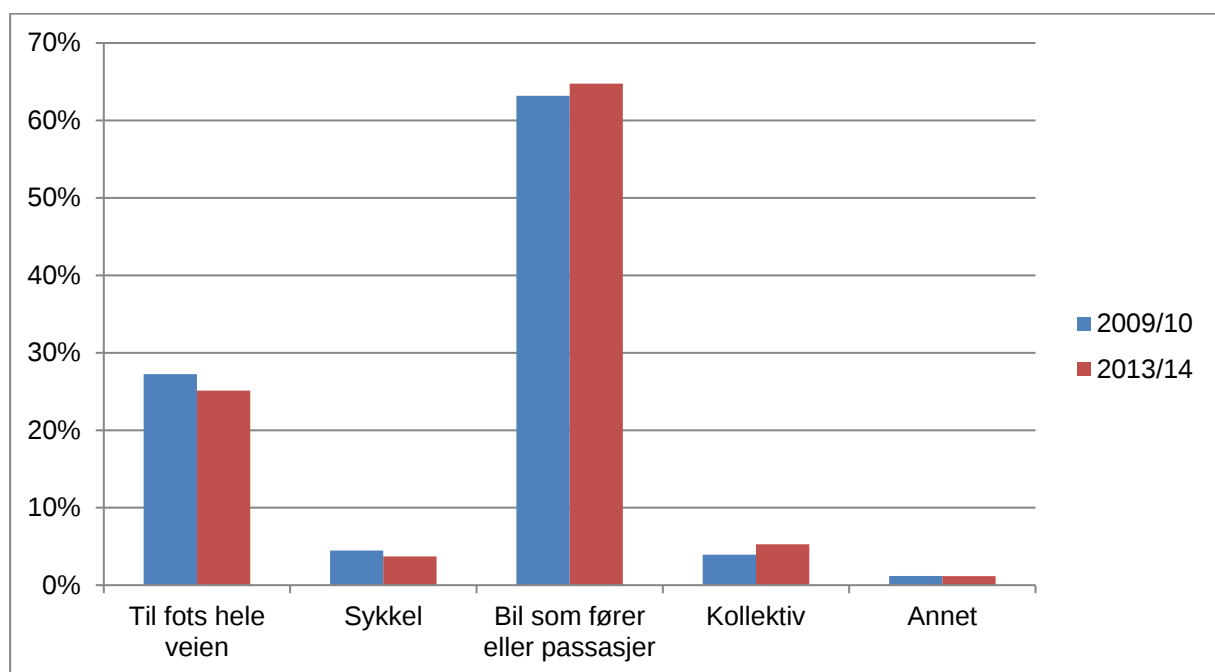


Figur 2: Innkjøpsreiser pr person og døgn, fordelt på type handel. RVU 2009/10 og RVU 2013/14

Nasjonal statistikk over varehandelen (SSB) viser at tendensen er synlig der også. Mens samlet detaljhandel økte i snitt med 13% fra 2010-2014, hadde matvarer og såkalt «bredt vareutvalg» henholdsvis 18% og 16% vekst i samme periode. Alle andre varegrupper – her fagvarer og plasskrevende varer, hadde lavere vekst enn snittet.

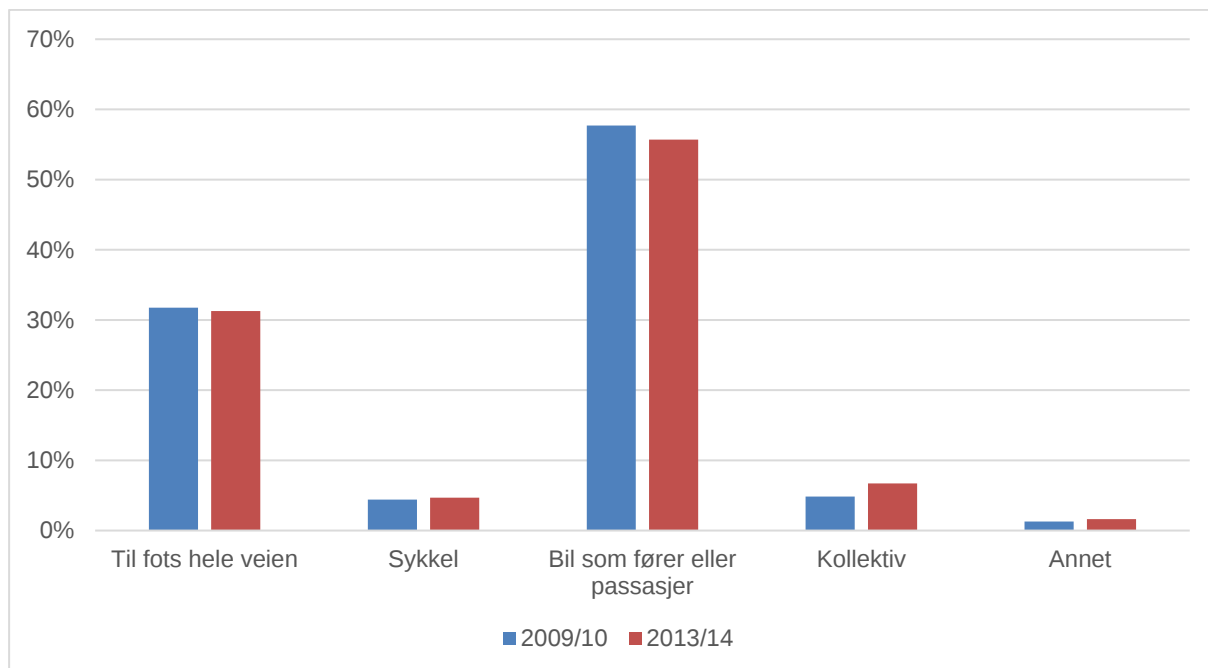
2.2 Reisemiddelvalg på innkjøpsreiser

På landsbasis skjedde det i samme periode som vi har sett på hittil (2009/10 til 2013/14) en entydig overgang til mer bilkjøring på innkjøpsreisene (fra 55% til 61 %), på bekostning av alle andre reisemidler – gange, sykling og kollektiv. Dette rimer med tendensen til at reisene blir lengre, og innebærer jevnt over høyere energibruk og klimagassemissjon til tross for at antallet innkjøpsreiser går litt ned. Tallene på landsbasis er nokså gjenkjennbare i Trondheimsregionen, som vist i følgende diagram:



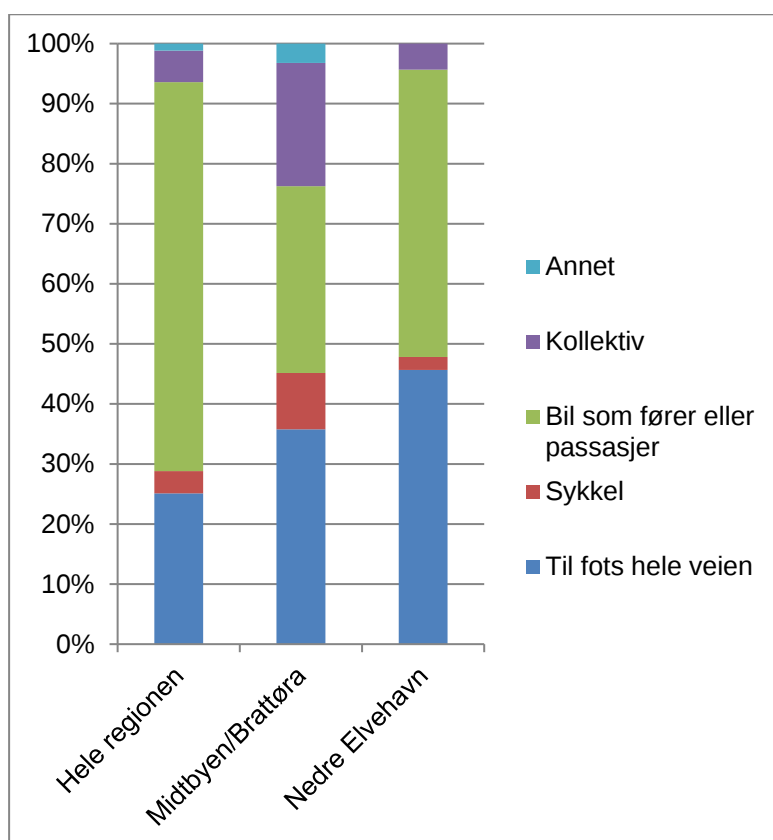
Figur 3: Reisemiddelfordeling på innkjøpsreiser i Trondheimsregionen. Fra RVU 2009/10 og RVU 2013/14

Men om vi tar for oss Trondheims bidrag alene, har perioden mellom de to siste RVU faktisk medført et brudd med andre trender, både i regionen og nasjonalt. Det er en nærliggende hypotese å tenke at dette kan ha sammenheng med tiltak i Miljøpakken, bl.a. prising av bilreiser og endringer i kollektivsystemet, men så vidt vi vet er ikke temaet fullt belyst ennå.



Figur 4: Reisemiddelfordeling på innkjøpsreiser i Trondheim kommune. Fra RVU 2009/10 og RVU 2013/14

Ser vi endelig på handel i bysentrum isolert, viser etterfølgende diagram at der er reisemiddelvalget helt forskjellig fra i resten av byregionen, med høye andeler gående, og (i Midtbyen) også høye kollektivandeler:



Figur 5: Reisemiddelfordeling på innkjøpsturer til sentrale deler av Trondheim, sammenlignet med Trondheimsregionens tall. RVU 2013/14

Oversikten kan bl.a. tolkes slik at handel i et bysentrum «skaper» områdeinterne turer, som gjerne er gåing, der kjøpesenteret bare genererer turene til og fra, med bil. Bilandelen for innkjøp i Midtbyen er nede i 31%, mens høy kollektivandel tilsier at en del av innkjøpene i Midtbyen tas av folk som reiser gjennom sentrum med buss, for eksempel når en likevel må ha bussbytte. Mønsteret på Nedre Elvehavn indikerer at området også er nærsentrum for ganske store befolkningskonsentrasjoner, så gunstig beliggende at mer enn 4 av 10 reiser foretas pr bein.

3 VIRKNINGER AV NYTT HANDELSAREAL PÅ TRONDHEIM SENTRALSTASJON

3.1 Alternativene

Det er utredet tre alternativer ved hjelp av handelsmodellen ATP Handel:

- Alt 1: 6000 kvadratmeter salgsflate, av dette 3000 til dagligvarer
- Alt 2: 12000 kvadratmeter salgsflate, av dette 3000 til dagligvarer
- Alt 3: 17000 kvadratmeter salgsflate, av dette 3000 til dagligvarer

Alle alternativene er beregnet for år 2020. Det er forutsatt en volumvekst i omsetningen proporsjonalt med befolkningmengden i modellområdet, samt en antatt konsumvekst på 1,49 % pr år. Det betyr at den samlede omsetningen i modellområdet, og i alle modellens delområder, vil vise nominell økning fra eksisterende situasjon, mens den relative veksten vil variere med de konkurranseforskyvningene som skjer på grunn av utbyggingen.

3.2 Modellforutsetninger

3.2.1 *Modellen har to hovedvariabler: avstand og senterstørrelse*

I den versjonen av ATP Handel som nå er tilgjengelig og har grunnlagsdata (se bl.a. Asplan Viak, 2012 for detaljer om virkemåten), er det to variabler som samlet uttrykker sentrenes relative attraktivitet: senterstørrelse og avstandsforholdene. Modellen kan i liten grad formulere at sentre kan ha ulik attraktivitet som følge av merkevaresammensetning, trender og mote, som i sin tur innebærer at ulike forbrukersegmenter tiltrekkes ulikt til sentrene. Den har heller ingen variabel som representerer prisnivået i sentrene. De estimatene som modellen gir oss er følgelig relativt enkle, og har som basisforutsetning at sentrene, både eksisterende og nye etableringer, har gjennomsnittskarakteristika både når det gjelder varemiks og prisnivå.

Modellen opererer med inndeling i tre vareslag: dagligvarer, såkalte fagvarer (som klær, skotøy, ulike spesialforretninger i alle bransjer unntatt dagligvarer) og plasskrevende varer (byggevarer, møbler bl.a.), og disse vareslagene skiller seg fra hverandre ved at deres avstandsfunksjon er ulik. Jo mer en vare er etterspurt daglig (dagligvarer – mat og drikke), jo mer følsom er varen for avstand. Melk og brød foretrekker vi stort sett å handle over korte avstander, møbler kan vi reise mye lengre for å kjøpe (og for å undersøke utvalget av).

I de beregningseksemplene som er stilt opp her, inngår bare dagligvarer og «annen handel», fordi det ikke er regnet med at Trondheim S-senteret vil inneholde plasskrevende varer.

3.2.2 Avstandsf forholdene

Modellen tar utgangspunkt i dagens situasjon når det gjelder geografisk fordeling av butikker og omsetning, og av befolkning og arbeidsplasser, samt avstander i dagens transportnettverk. Transportnettverket er hentet fra Statens vegvesen, Elveg, ajour pr januar 2015.

Når det innføres et nytt butikkalternativ med gitt størrelse og plassering, beregner modellen hvilke endringer som kan forventes i konkurranseforholdet til all annen handelsvirksomhet i hele regionen. I praksis vil det si at bare konkurrerende tilbud på relativt liten avstandsskala, som regel innenfor kommunen, spiller en rolle for den nye fordelingen. Modellen refordeler befolkningens innkjøpsturer i henhold til butikktilbudenes attraktivitet, og antar at gjennomsnittlig omsetning pr tur er den samme (for hvert vareslag), over hele modellområdet. For eksempel et handelsområde som taper 5% av sine innkjøpsturer til et konkurrerende tilbud i nærheten, vil derfor pr forutsetning også tape 5% av sin omsetning (såfremt besøksnedgangen er like stor for alle vareslag).

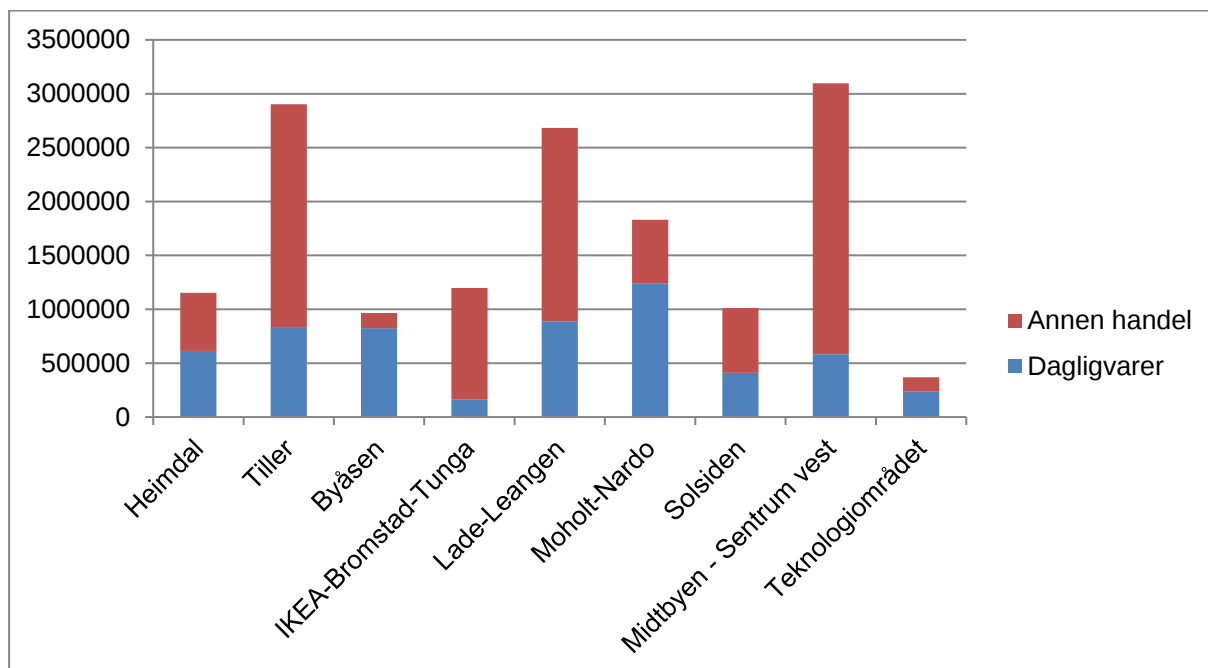
3.2.3 Modellparametre

Modellparametre ellers er de samme som Trondheim kommune har brukt i forbindelse med bakgrunnsrapport om handel og senterstruktur (til gjeldende Kommuneplanens arealdel). Dette gjelder også avstandsfunksjonen.

Transportrelaterte parametre i modellen er beregnet på nytt med utgangspunkt i siste reisevaneundersøkelse.

3.3 Dagens situasjon

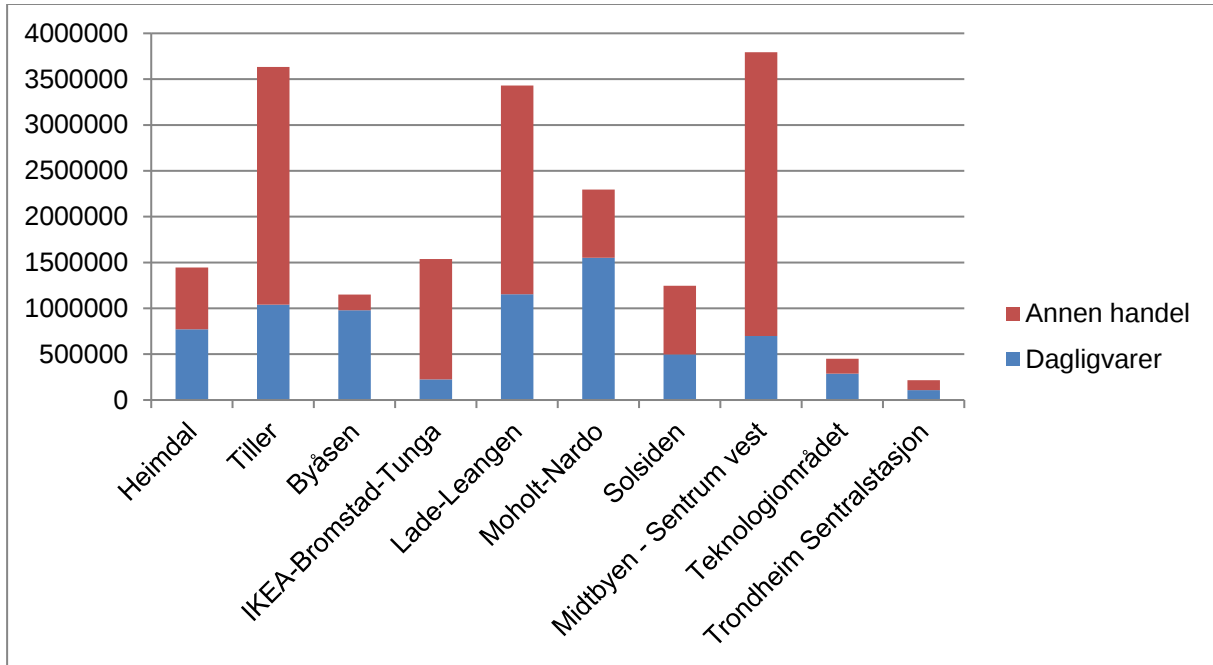
Dette er dagens omsetningsfordeling i Trondheim (data fra 2013):



Figur 6: Bydelsvis omsetning (data fra 2013)

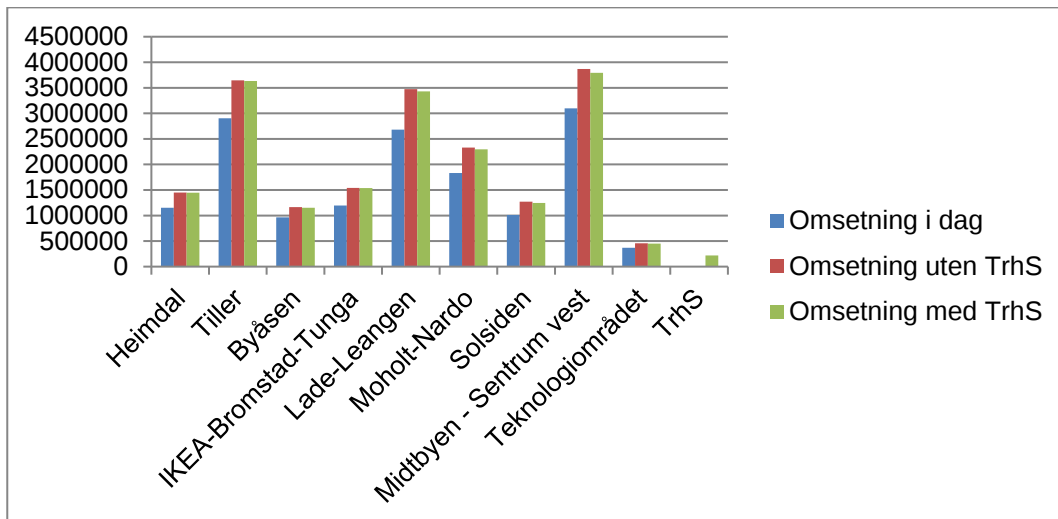
3.4 Hva kan skje dersom et senter etableres på Trondheim sentralstasjon?
I dette og etterfølgende avsnitt presenteres modellberegninger med ATP Handel, med de forutsetninger som er vist tidligere i notatet.

Alternativ 1 vil gi slik omsetningsfordeling i 2020:

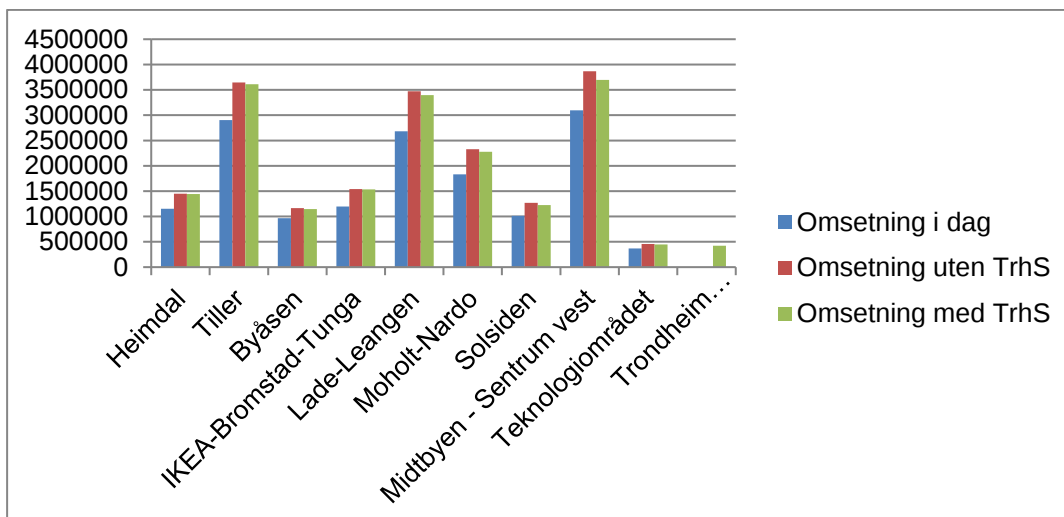


Figur 7: Bydelsvis omsetning i 2020, med alternativ 1

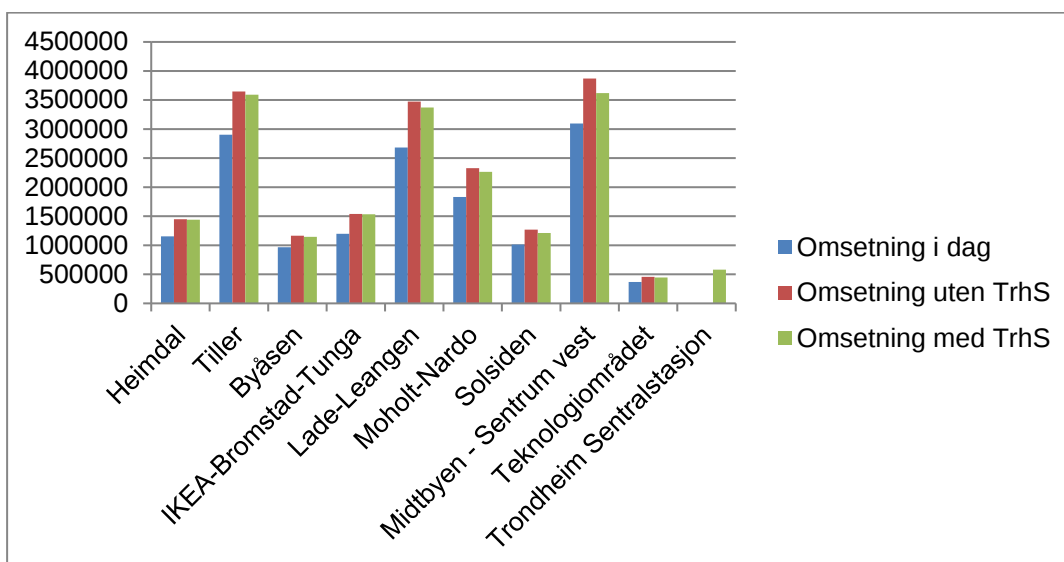
I de etterfølgende oversiktene vil vi se på resultatene for alternativ 1-3 i absolutte tall, slik at både dagens situasjon, og framtidig resultat med og uten senter på Trondheim sentralstasjon er vist.



Figur 8: Omsetning i dagens situasjon og i 2020, med og uten utbygging etter alternativ 1.

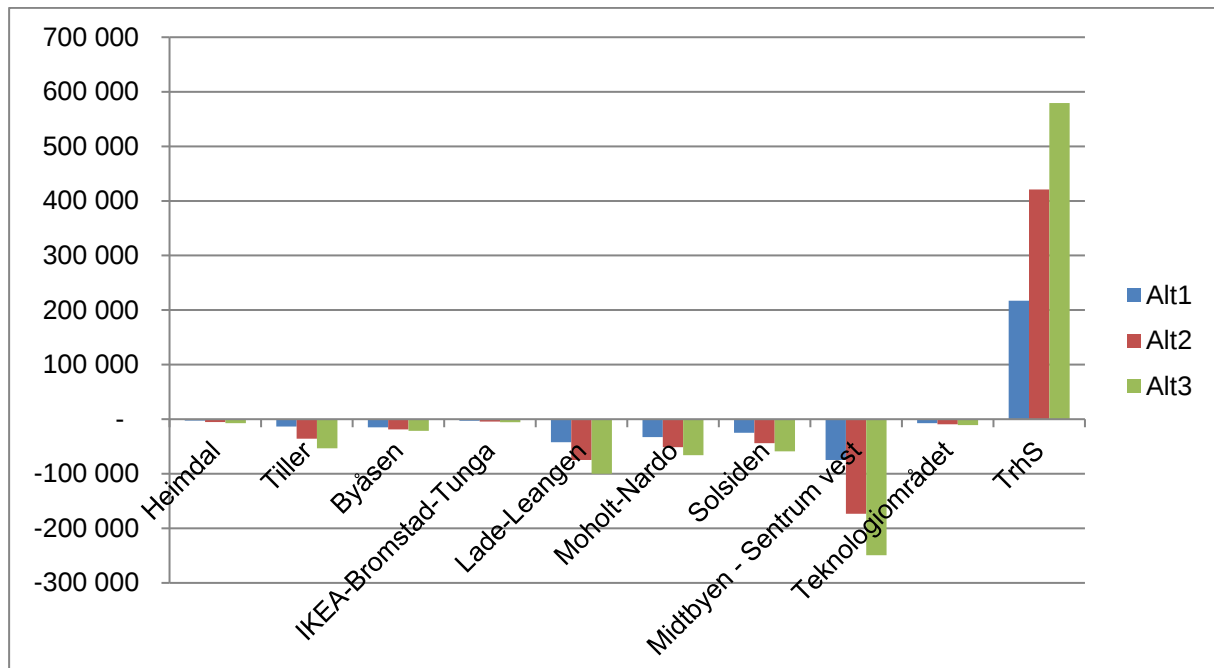


Figur 9: Omsetning i dagens situasjon og i 2020, med og uten utbygging etter alternativ 2.

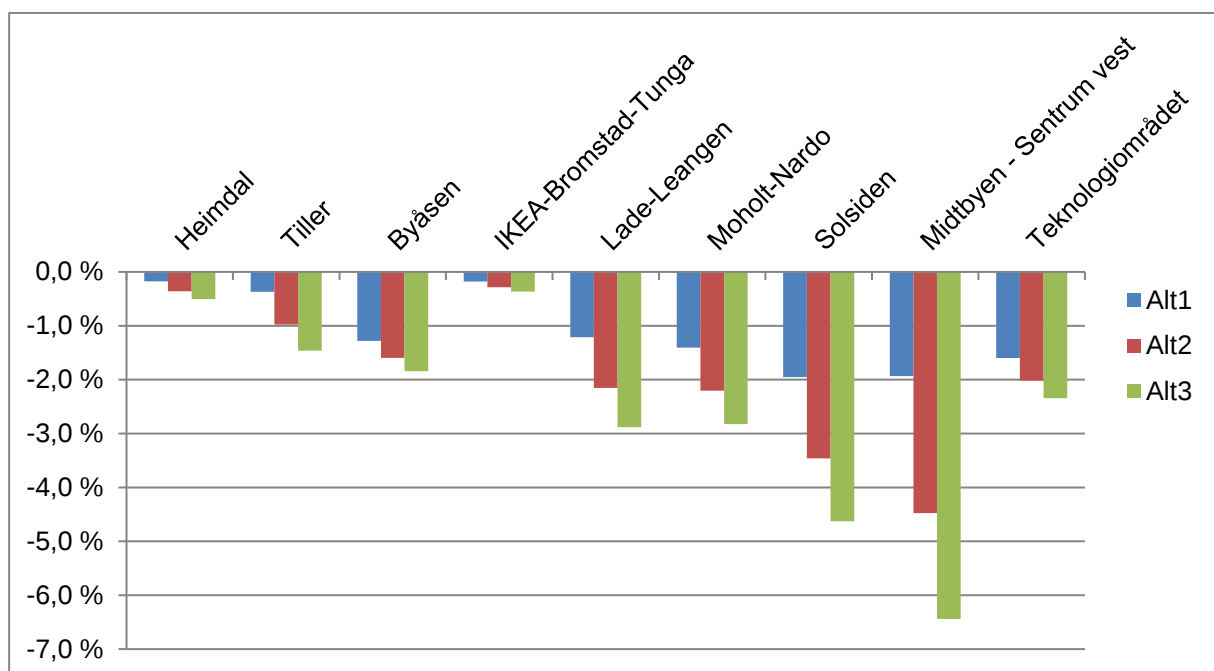


Figur 10: Omsetning i dagens situasjon og i 2020, med og uten utbygging etter alternativ 3.

De absolute og relative forskyvningene er vist fordelt på bydelsnivå i de etterfølgende diagrammene:



Figur 11: Endring i omsetning (i 1000 kr) i 2020, som følge av utbygging etter alternativ 1-3

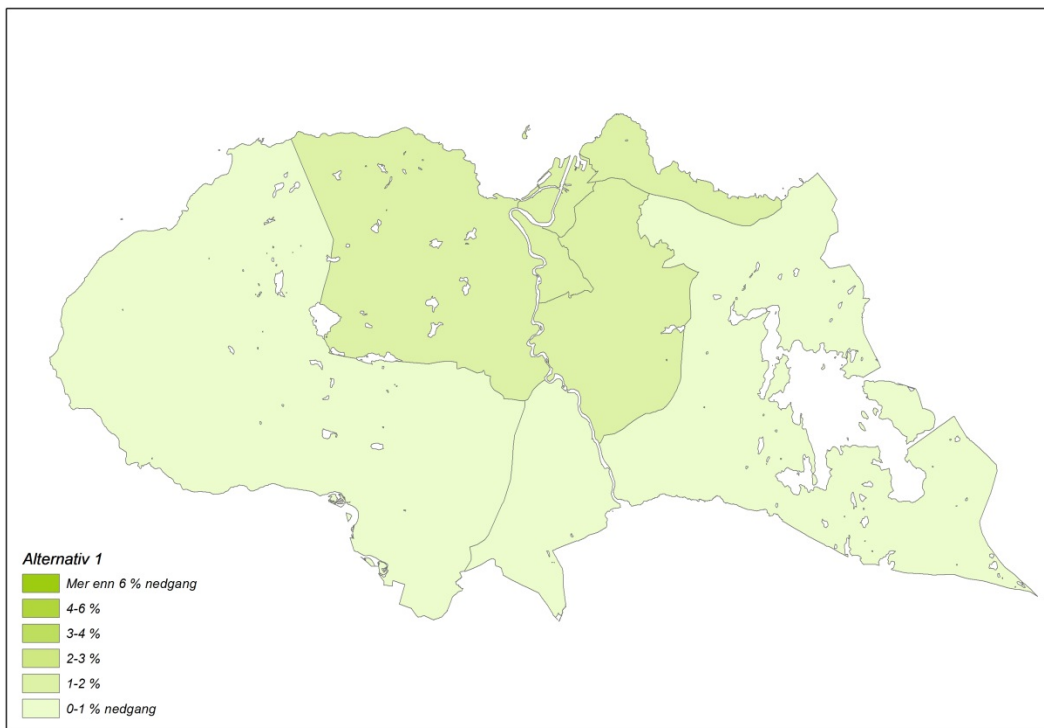


Figur 12: Relativ endring i omsetning (i %) i 2020, som følge av utbygging etter alternativ 1-3

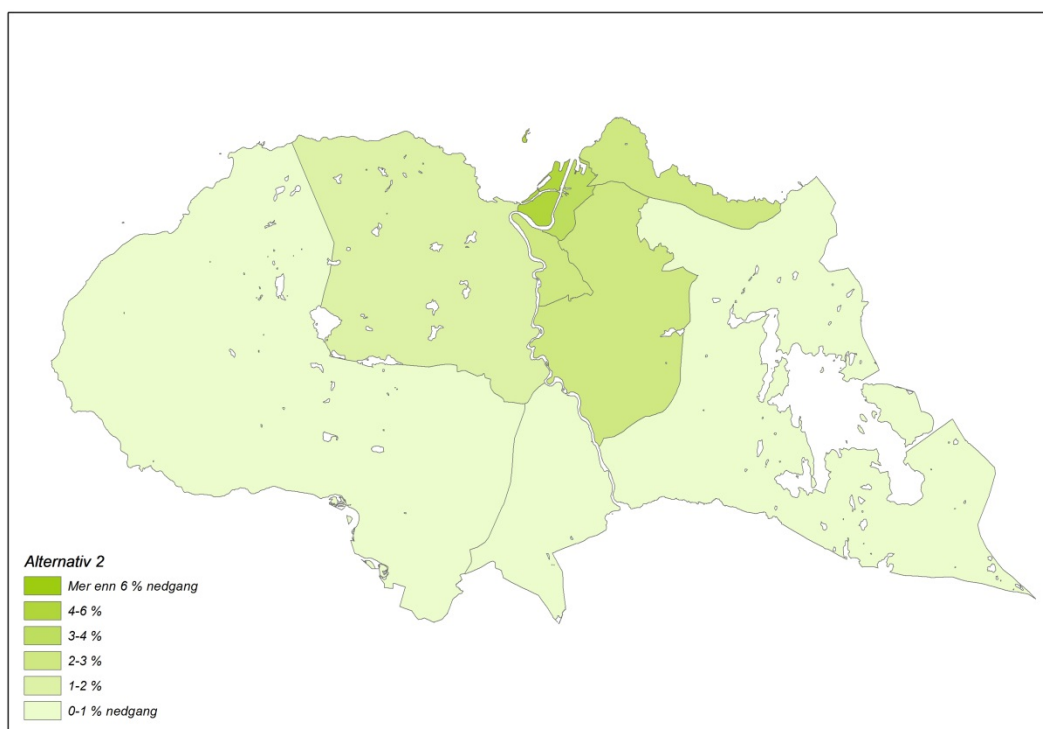
Konkurransesfalten er som forventet størst mellom områder som ligger nær hverandre, slik at de andre handelsområdene i Midtbyen og på Solsiden/Nedre Elvehavn kan forventes å tape noe i omsetning som følge av Trondheim S. En lokalisering som er tilgjengelighetsmessig gunstig gjør imidlertid at Trondheim S kan forventes å ta noen markedsandeler også fra områder som ligger lenger unna, som Lade-Leangen og Moholt-Nardo. Når IKEA-Bromstad-Tunga ser ut til å tape mindre i markedsandeler enn områder i omtrent tilsvarende avstand, skyldes det at varesammensetningen er helt forskjellig i de to områdene: Trondheim S-

alternativene er satt opp helt uten såkalte plasskrevende varer, og konkurranseflaten mot IKEA-Bromstad-Tunga blir dermed mindre.

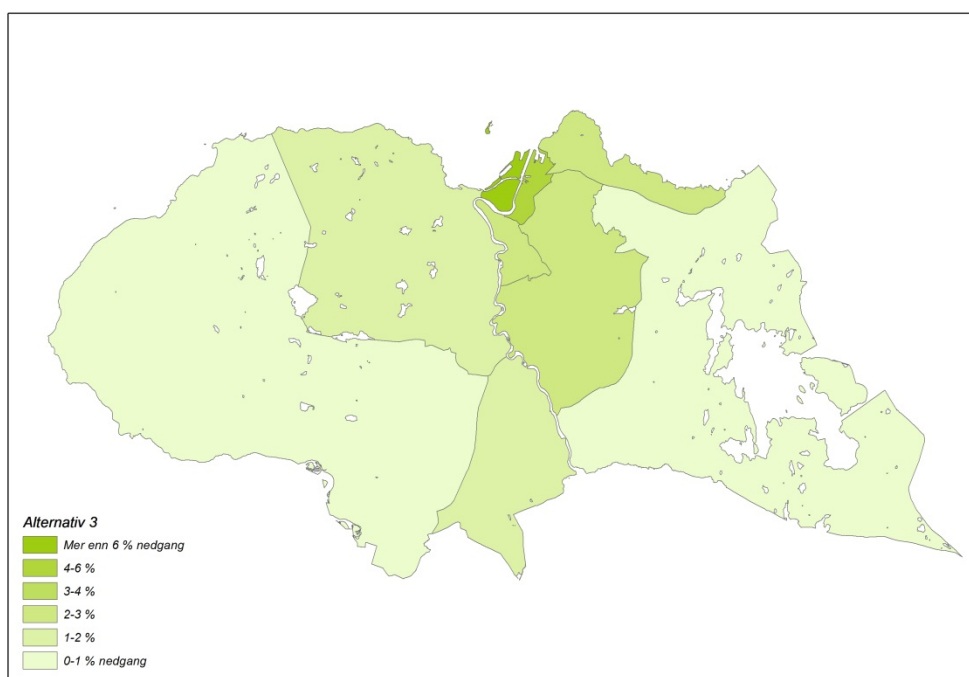
De relative endringene fra Figur 12 er også vist i de tre etterfølgende kartskissene.



Figur 13: Endret omsetning bydelsvis i 2020, som følge av etablering etter alternativ 1



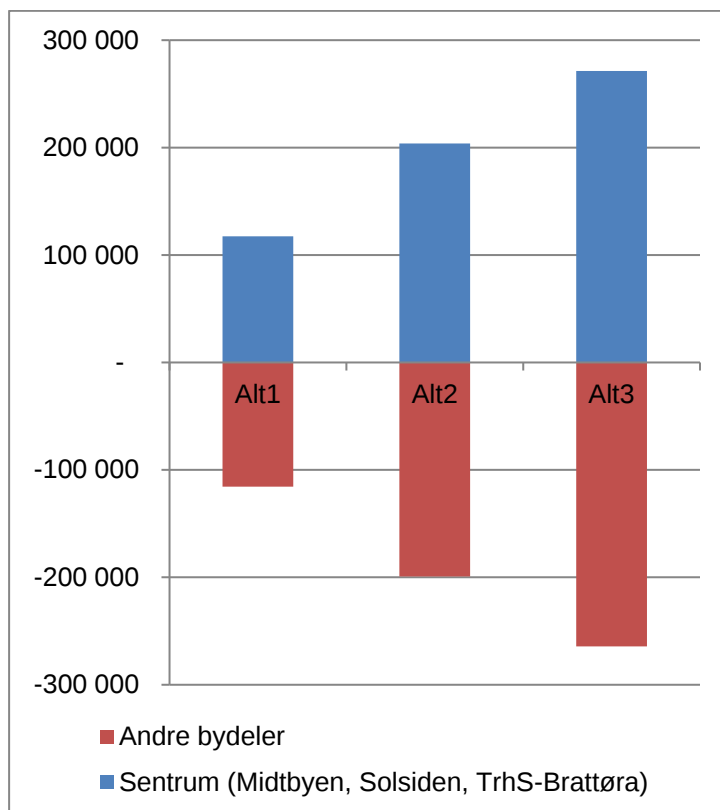
Figur 14: Endret omsetning bydelsvis i 2020, som følge av etablering etter alternativ 2



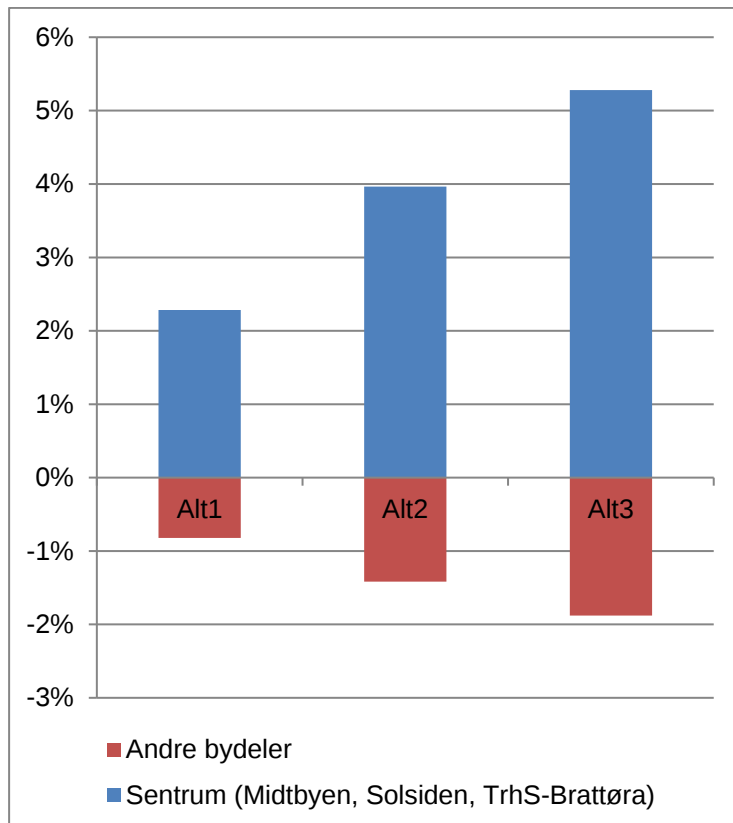
Figur 15: Endret omsetning bydelsvis i 2020, som følge av etablering etter alternativ 3

3.5 Samlet vil trolig sentrum komme styrket ut av en etablering på Trondheim S

Konkurransen med et nytt kjøpesenter på Trondheim Sentralstasjon vil virke sterkest i de områdene der avstander og tilgjengelighet gjør et nytt senter til en reell konkurrent, altså i Midtbyen og på Nedre Elvehavn. Men tilgjengelighetsforholdene mellom disse bydelene er under endring (og flere planer foreligger som ytterligere vil styrke integrasjonen). Det er derfor ikke urimelig å se de tre områdene under ett som «sentrumsområdet». Til tross for at en etablering på Trondheim S. vil kunne ta noen andeler av Midtbyens og Nedre Elvehavns omsetning, så er likevel totalvirkningen slik at sentrumsområdet forstått som de tre bydelene samlet, kommer styrket ut. Dette er illustrert i de etterfølgende diagrammene:



Figur 16: Omsetningsendring i sentrum og andre bydeler i 2020, ved etableringsalternativ 1-3, absolutte tall



Figur 17: Relativ omsetningsendring i sentrum og andre bydeler i 2020, ved etableringsalternativ 1-3, i prosent

3.6 Hva kan reisevaneundersøkelsene og varehandelstatistikken antyde om hvordan et kjøpesenter ved Trondheim Sentralstasjon vil fungere i dette markedet?

Nedgangen i antall innkjøpsreiser de senere årene kan dels være en følge av at flere innkjøpsturer går til kjøpesentre (med flere butikkbesøk under samme tak), dels kan det ha sammenheng med at innkjøpsreiser oftere skjer underveis mellom andre reisemål enn som ens ærend-turer. Begge tendenser kan vise seg å favorisere kjøpesentre som lokaliseres strategisk i transportsystemet, i knutepunkter for kollektivtransport, og steder med flere reisemål.

Slik «klassiske» handelsanalyser har vært formulert har generering av innkjøpsreiser først og fremst hatt to kilder: boliger og arbeidsplasser. Nærhet til konsentrasjoner av en eller begge av disse har sikret tilgjengelighet og følgelig attraktivitet, men vi har samtidig hatt et transportsystem som (for bilreiser) har ytt høy tilgjengelighet, relativt lave transportkostnader og god tilgang til parkeringsmuligheter i det meste av byen, også i de byperifere områdene. Dette har redusert avstandsurempene, relativt sett økt stordrift- og agglomerasjonsfordelene, og slik bidratt til at sentrum har tapt andeler av handelen til fordel for mer perifere storsentre.

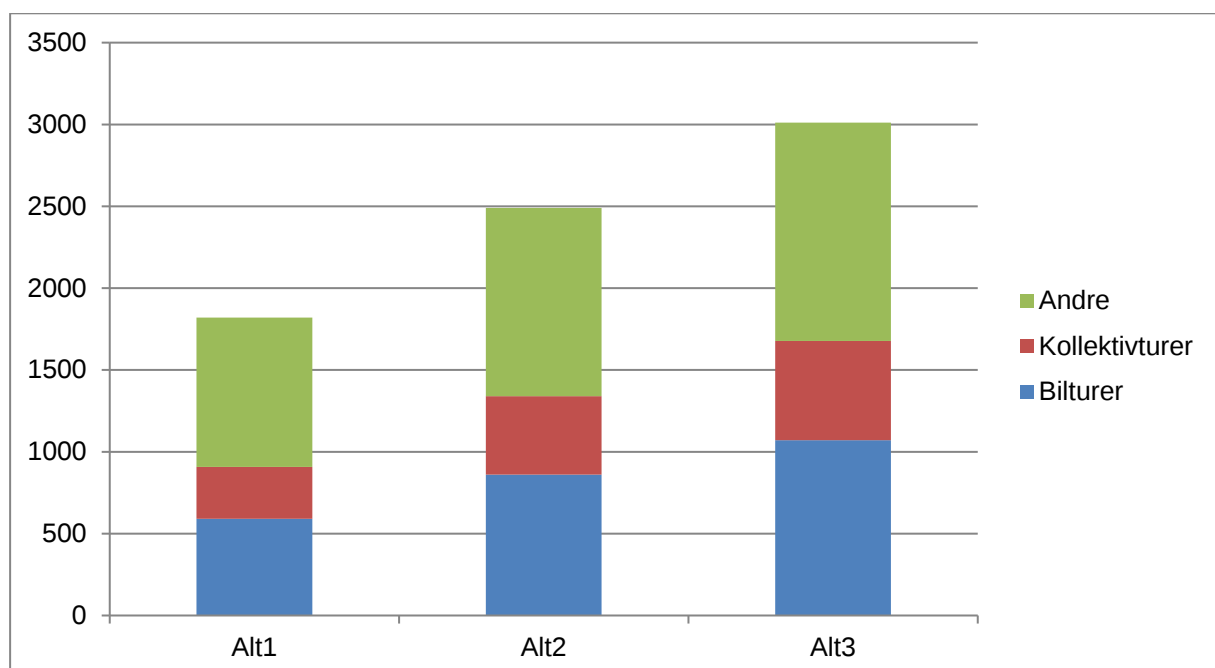
Dersom bypolitikken også rettes inn mot å avdempe bilhegemoniet ved å påføre bilalternativet høyere avstandskostnader (gjennom bompenger, vegprising) og dertil regulative ordninger for parkeringstilgjengeligheten, vil det i noen grad kunne favorisere lokalsentre/nærsentra (med korte avstander og høy gang/sykkelandel til lokalt bosatte), og

handel i/ved kollektivknutepunkt der transportsystemet i seg selv sikrer ferdsel, f.eks fordi der skjer overgang mellom transportmidler.

3.7 Et nytt senter i et sentralt og tilgjengelig knutepunkt kan få gunstig reisemiddelfordeling

Reisemiddelfordelingen i det øvrige sentrum har langt høyere andeler gåing, sykkel- og kollektivbruk enn det vi finner for innkjøpsreiser generelt i Trondheim og Trondheimsregionen. Det som bestemmer reisemiddelvalget er først og fremst avstandsforholdene, parkeringstilgjengeligheten, og tilgjengelighet til kollektivsystemet. Med den beliggenheten et senter på Trondheim S. får, er det sannsynlig at relativt høye andeler av kundemassen reiser kollektivt til senteret («underveishandling»), eller kombinerer kollektiv og gåing fra andre deler av sentrum eller sentrumsnære områder. Beliggenheten er imidlertid ikke optimal i forhold til befolkningens lokalisering sentralt; det er ingen bosatte på Brattøra, og få bosatte i Midtbyens nord-østre kvadrant som ville kunne ha senteret som «nærbutikk». De høye befolkningskonsentrasjonene på Nedre Elvehavn/Solsiden og Møllenberg har alle kortere veg til forretningsområdene på Nedre Elvehavn enn til Trondheim S. Boligutbygging på Brattøra, kombinert med bedre tilgjengelighet internt i bydelen, vil kunne gi Trondheim S. funksjon som nærbutikk, og dermed ytterligere styrke gåing og sykling lokalt.

Med dagens reisemiddelfordeling i sentrale bystrøk som utgangspunkt, er det estimert en reisemiddelfordeling for de tre alternativene i 2020:



Figur 18: Forventet reisemiddelfordeling, innkjøpsturer til Trondheim Sentralstasjon i 2020. Turer pr døgn. «Andre» er vesentlig gåing og sykkel.