

LYNGBY-TAARBÆK KOMMUNE

## DETAILHANDELSANALYSE

RAPPORT

ADRESSE COWI A/S  
Parallelvej 2  
2800 Kongens Lyngby

TLF +45 56 40 00 00

FAX +45 56 40 99 99

WWW cowi.dk



PROJEKTNR.

A241099

DOKUMENTNR.

1

VERSION

2

UDGIVELSESDATO

21.09.22

BESKRIVELSE

Rapport

UDARBEJDET

LRTA

KONTROLLERET

PNTH

GODKENDT

PNTH

## INDHOLD

1	Konklusion, vurderinger og anbefalinger	4
1.1	Status på detailhandelen i Lyngby-Taarbæk Kommune	6
1.2	Anbefalinger og vurderinger	7
1.3	Fremtidens Kgs. Lyngby	8
1.4	Fremtidens lokalcentre	19
2	Bæredygtighed i detailhandelsregi	23
2.1	Fremtidig baseline for bæredygtighed	26
3	Fremtidens detailhandel i Kgs. Lyngby og Firskovvej	27
3.1	Generelle etableringskrav fra store udvalgs varebutikker	29
3.2	Store udvalgs varebutikker, der kan supplere Kgs. Lyngby	31
3.3	Udviklingsmuligheder for detailhandel i Firskovvejområdet	35
3.4	Vurderinger af de tre alternativer	39
3.5	Konsekvenser for detailhandelsomsætningen i Kgs. Lyngby i 2033	41
3.6	Udviklingen i handelsbalancen for Lyngby-Taarbæk Kommune	45
3.7	Placeringen af detailhandel i Firskovvejområdet	45
3.8	Dagligvarebutikker i Firskovvejområdet	47
3.9	Sammenfatning – Fremtidens Kgs. Lyngby	48
4	Detailhandelen i Lyngby-Taarbæk Kommune	50
4.1	Geografisk opdeling	51
4.2	Antal butikker	51
4.3	Attraktion	56
4.4	Kædetilknytning	59
4.5	Bruttoarealer	61
4.6	Omsætning	64
4.7	E-handel	66
4.8	Særligt pladskrævende butikker	67
5	Kundevendte servicefunktioner i Kgs. Lyngby bymidte og bidrag til bylivet	68
5.1	Antal kundevendte servicefunktioner i Kgs. Lyngby bymidte	69
5.2	Attraktionen af de kundevendte servicefunktioner	71
5.3	Bylivsattraktion i Kgs. Lyngby bymidte	73

6	Udviklingen i detailhandelen i Lyngby-Taarbæk Kommune 2018 til 2022	75
6.1	Udvikling i antal butikker	76
6.2	Udvikling i det samlede antal funktioner i Kgs. Lyngby bymidte	78
6.3	Udvikling i bruttoareal	81
6.4	Udvikling i gennemsnitlige butiksstørrelser	82
6.5	Udvikling i omsætning	82
7	Befolknings- og forbrugsforhold	84
8	Handelsbalance i Lyngby-Taarbæk Kommune	88
8.1	Udviklingen i handelsbalancen 2009 til 2021	89
9	Generelle udviklingstendenser	91
9.1	Betydningen af Corona for tallene i 2021	91
9.2	Udviklingen i omsætningen og antallet af butikker i Danmark	92
9.3	Dagligvarebranchen	93
9.4	Udvalgsvarerbranchen	95
9.5	Fremtidens fysiske butikker	96
9.6	Bymidten som mødested	97
9.7	Udespisning	98
9.8	Beliggenhed	98
9.9	Sammensætning af brancherne	98
10	Ordforklaring	101
11	Bilag	103
11.1	Branchefortegnelse detailhandel	103
11.2	Branchefortegnelse kundeorienterede servicefunktioner	105
11.3	Spørgeramme Bæredygtighed	107
11.4	SWOT Kgs. Lyngby bymidte	109

## 1 Konklusion, vurderinger og anbefalinger

Lyngby-Taarbæk Kommune har i samarbejde med COWI gennemført en detailhandelsanalyse af Lyngby-Taarbæk Kommune.

Formålet med detailhandelsanalysen er at komme med input til kommunes detailhandelsplanlægning og bidrage med anbefalinger til en videreudvikling af detailhandelen og bylivet i kommunen.

På baggrund af nedlukning i forbindelse med corona, stigende e-handel samt anlægsarbejdet i forbindelse med letbanen vil analysen give en status på detailhandelen i kommunen.

Analysen vil bygge på tidligere detailhandelsanalyser samt tage hensyn til de aktiviteter, der allerede er igangsat blandt andet i forbindelse med parallelopdraget Kongens Lyngby Centrum samt bidrage ind i det kommende planstrategiarbejde. Herunder vil analysen blandt andet komme med en vurdering af, om der fortsat er et behov for et aflastningsområde, og i givet fald med hvilken fysisk afgrænsning samt med hvilke størrelser af butikker.

Herudover kommer analysen ind på, hvilke parametre, der kan tages i brug for at skabe levende bydele med en god lokalforsyning med dagligvarer.

Endelig er der på baggrund af interviews med udvalgte nøglepersoner i detailhandelen i Lyngby-Taarbæk Kommune spurgt ind til forskellige emner om bæredygtighed i detailhandelen.

### 1.1 Hovedanbefalinger

Kgs. Lyngby bymidte skal arbejde på fortsat at være det største udbudspunkt i det nordlige Hovedstadsområde. Bymidten skal kunne tilbyde en spændende shopping oplevelse med et bredt udbud af både detailhandel og byliv med Storcenter, Strøg og Stormagasin i fokus.

Herudover er det vigtigt, at Lyngby-Taarbæk Kommune fortsat arbejder på at sikre en god og decentral dagligvareforsyning i kommunen og understøtter at beholde dagligvarehandelen i de enkelte bydele.

For at styrke detailhandelen i kommunen bedst muligt er det vigtigt, at alle aktører (kommunen, detailhandlerne, interesseorganisationer og ejendomsbesiddere m.fl.) aktivt samarbejder og tager fælles ansvar for at løse de enkelte opgaver.

Nogle opgaver bør som udgangspunkt løses af Lyngby-Taarbæk Kommune, mens ansvaret for andre opgaver ligger hos detailhandelen eller en af de andre aktører. Andre opgaver kan igen kun løses i et samarbejde mellem de forskellige interessenter.

Det er COWI's vurdering, at alle aktører – herunder detailhandelen, ejendomsbesiddere, interesseorganisationer og kommunen m.fl. - i fremtiden skal arbejde på at:

- > Koncentrere udvalgsvaredetailhandelen og kundevedtede servicefunktioner i Kgs. Lyngby bymidte
- > Understøtte og fastholde de unikke butikker i kommunen, samtidig med at sikre, at nye butikskoncepter har Kgs. Lyngby som første prioritet
- > Sikre muligheder for etablering af store udvalgsvarebutikker med et bruttoareal over 1.000 m<sup>2</sup> på Firskovvej som supplement til Kgs. Lyngby bymidte. Det skal være butikstyper, der ikke er hensigtsmæssige at placere i den centrale bymidte og som vil øge Kgs. Lyngbys regionale tiltrækningskraft
- > Styrke og understøtte bedre forbindelser i bymidten især mellem Lyngby Storcenter og Hovedgaden, men også forbindelsen fra Lyngby Station til Hovedgaden og til Handelstorvet, således at der arbejdes med en bedre rundgang i bymidten
- > Styrke det aktive byliv med andre oplevelser end shopping i Kgs. Lyngby, både midlertidige og permanente oplevelser
- > Sikre at Kgs. Lyngby bymidte bliver et attraktivt mødested for alle borgere ved at arbejde aktivt med de eksisterende bylivskvaliteter og fremtidige muligheder
- > Fortsat styrke og koncentrere spisesteder i Kgs. Lyngby bymidte
- > Fortsat arbejde på at styrke tilgængeligheden og parkering i Kgs. Lyngby bymidte både for biler, cykler og offentlig transport
- > Fortsat arbejde for at sikre en god lokal dagligvareforsyning i alle bydele
- > Nye dagligvarebutikker skal søges placeret i tilknytning til den eksisterende centerstruktur, så de bedst muligt støtter det nuværende udbud og sikrer lokale mødesteder i bydelene
- > Styrke dagligvareforsyningen i Lundtofte og Hjortekær bydele gennem forøgelse af de maksimale arealrammer og ændrede afgrænsninger

Foto 1.1 Lyngby Hovedgade og Magasin



## 1.1 Status på detailhandelen i Lyngby-Taarbæk Kommune

**Antallet af dagligvarebutikker i Lyngby-Taarbæk Kommune er det samme som i 2018, mens antallet af udvalgsvarebutikker er faldet markant især i Kgs. Lyngby bymidte. Samtidig er den gennemsnitlige butiksstørrelse steget især i Kgs. Lyngby bymidte. Dagligvareomsætningen er steget i kommunen, mens udvalgsvareomsætningen er faldet. Handelsbalancen for dagligvarer er fastholdt i Lyngby-Taarbæk Kommune, mens den er faldet for udvalgsvarer. En del kan tilskrives en stigende nethandel, corona-nedlukninger og anlægsarbejde i forbindelse med letbanen, men detailhandelen i Kgs. Lyngby bymidte har tabt terræn som regionalt udbudspunkt.**

### ANTALLET AF BUTIKKER ER FALDET

Der er 306 butikker i Lyngby-Taarbæk Kommune inkl. butikker med særlig pladskrævende varegrupper, heraf ligger 70 % af butikkerne i Kgs. Lyngby. Der er i alt 100 dagligvarebutikker i kommunen, heraf ligger 77 % udenfor Kgs. Lyngby. Antallet af dagligvarebutikker er fastholdt siden 2018, mens antallet af udvalgsvarebutikker er faldet med 18 % i perioden 2018 til 2022.

### DAGLIGVAREUDBUDET STYRKET

I Kgs. Lyngby bymidte er dagligvareudbuddet siden 2018 blevet styrket med etableringen af varehuset Føtex og discountbutikken Netto i den østlige del af bymidten, mens dagligvareudbuddet i Virum bymidte er styrket med etableringen af supermarkedet Føtex Food og discountbutikken Rema 1000. I Sorgenfri bymidte er dagligvareudbuddet styrket med etableringen af discountbutikken Lidl øst for Sorgenfri Station. Samtidig er antallet af dagligvarebutikker nogenlunde fastholdt i kommunen i øvrigt.

### KGS. LYNGBY BYMIDTE HAR ET BREDT UDBUD AF BUTIKKER OG SERVICEFUNKTIONER

Kgs. Lyngby bymidte har fortsat et stort og bredt udbud af både dagligvare- og udvalgsvarebutikker og servicefunktioner, mens de øvrige områder i Lyngby-Taarbæk Kommune i højere grad er præget af dagligvarebutikker og et begrænset udbud af udvalgsvarebutikker.

### SKIFT I FUNKTIONER I KGS. LYNGBY BYMIDTE

Mens antallet af udvalgsvarebutikker er faldet 20 % i perioden 2018 til 2022, er antallet af servicefunktioner steget 20 % i Kgs. Lyngby bymidte. Det er især antallet af beklædningsbutikker, der er faldet 26 %, mens antallet af restauranter, fitness og andre sundhedsfunktioner er steget.

### KÆDEANDELEN ER STEGET

Andelen af butikker i Kgs. Lyngby bymidte, som er medlem af en kæde, er 69 %. Kædeandelen er steget fra 64 % i 2018. Kgs. Lyngby bymidte har et bredt udbud af kædekoncepter, som kun findes få steder i Danmark og er dermed med til at gøre Kgs. Lyngby bymidte til en særlig destination.

### FÆRRE, MEN STØRRE BUTIKKER

Det samlede areal til detailhandel i Lyngby-Taarbæk Kommune er 175.100 m<sup>2</sup>. Strukturudviklingen er gået mod færre, men større butikker. Således er det

gennemsnitlige areal pr. butik både inden for dagligvarer og udvalgsvarer steget især i Kgs. Lyngby bymidte.

Den gennemsnitlige butiksstørrelse er steget 31 % for dagligvarer fra 300 m<sup>2</sup> til knap 400 m<sup>2</sup> i Kgs. Lyngby bymidte, mens den gennemsnitlige butiksstørrelse for udvalgsvarer i Kgs. Lyngby bymidte er steget 20 % fra 460 m<sup>2</sup> til 550 m<sup>2</sup>. Stigningen i den gennemsnitlige butiksstørrelse skyldes en kombination af etablering af nye, store butikker og nedlæggelse af en række små butikker. Definitioner på hhv. dagligvare- og udvalgsvarebutikker fremgår af branchefortegnelsen på side 103. Dagligvarebutikker er både store dagligvarebutikker som supermarkeder og discountbutikker mv. samt små dagligvarespecialbutikker.

#### DETAILHANDLEN OMSÆTTER FOR 4,41 MIA. KR. OM ÅRET

Detailhandlen i Lyngby-Taarbæk Kommune omsatte for 4,41 mia. kr. i 2021, heraf udgjorde Kgs. Lyngby bymidte 74 %. Dagligvareomsætningen var ca. 1,94 mia. kr., mens udvalgsvareomsætningen var ca. 2,47 mia. kr. Mens dagligvareomsætningen er steget med 11 % siden 2017 er udvalgsvareomsætningen faldet med 20 %. Kgs. Lyngby har stadig den højeste omsætning på Sjælland udenfor Københavns City.

#### LAVERE HANDELSBALANCE FOR UDVALGSVARER

Lyngby-Taarbæk Kommune har fastholdt handelsbalancen for dagligvarer, men handelsbalancen for udvalgsvarer er faldet markant. Handelsbalancen for dagligvarer på 99 % i 2021 viser, at dagligvareomsætningen er på niveau med dagligvareforbruget i kommunen overordnet set.

Handelsbalancen for udvalgsvarer på 133 % viser, at Lyngby-Taarbæk Kommune fortsat har et handelsoverskud, men overskuddet er svundet ind fra 215 % i 2009 og 188 % i 2017. I perioden 2017 til 2021 er handelsbalancen faldet 29 %. En del af årsagen er coronanedlukningerne i de første 3-4 måneder af 2021, anlægsarbejde i forbindelse med Letbanen og en øget e-handel. Men uanset nedlukning i 2021 vurderes det, at Lyngby-Taarbæk Kommune generelt har tabt terræn som detailhandelscenter med regional betydning.

Det er vigtigt at understrege, at den opgjorte omsætning i butikkerne i Lyngby-Taarbæk Kommune ikke omfatter e-handel. En meget stor del af butikkerne er involveret i e-handel gennem deres kædekontor, hvor e-handelen typisk registreres, selv om varen i mange tilfælde udleveres i den lokale butik. I visse tilfælde returnerer en kunde en vare købt på nettet til en lokal butik, som giver pengene tilbage, hvilket reducerer butikkens omsætningstal.

## 1.2 Anbefalinger og vurderinger

På baggrund af analyserne af detailhandelen gives nedenstående en række vurderinger og anbefalinger med særlig fokus på fremtidens Kgs. Lyngby, og hvorledes Kgs. Lyngby bedst sikres som en attraktiv destination og handelsby.

Firskovvejområdet er i Landsplandirektiv for detailhandel i Hovedstadsområdet fra 2018 udpeget til et af de 7 aflastningsområder i Hovedstadsområdet. I kapitel 3 redegøres for hvilke fremtidige behov, der er for etablering af store udvalgsvarebutikker i Kgs. Lyngby samt hvilke konsekvenser de forskellige

udviklingsmuligheder for Firskovvejområdet vil få for butikkerne i Kgs. Lyngby, (side 27).

Herudover vurderes den fremtidige centerstruktur, herunder hvorledes der kan sikres levedygtige lokalcentre.

### 1.3 Fremtidens Kgs. Lyngby

Kgs. Lyngby bymidte skal fortsat understøttes i at være det primære indkøbssted i Lyngby-Taarbæk Kommune. Her skal borgerne opleve den største koncentration af især udvalgsvarerbutikker i kommunen.

Bymidten skal kunne tilbyde et dybt og bredt udbud af udvalgsvarer, som i vid udstrækning vil kunne imødekomme borgernes behov samt skal sikre, at Kgs. Lyngby fortsat er et regionalt udbudspunkt i Hovedstadsregionen.

Detailhandelsomsætningen vil også i fremtiden i Lyngby-Taarbæk Kommune blive presset af en øget e-handel, hvilket betyder, at butikkerne skal yde noget ekstra for at sikre, at kunderne handler i de fysiske butikker. De fysiske butikker skal fremhæve deres fordele for eksempel at få varen med det samme og ikke mindst den personlige kontakt og service. Det er derfor vigtigt, at butikkerne arbejder på, at det er en oplevelse at besøge den fysiske butik, samt arbejder på at øge attraktionsniveauet. Oplevelser i butikkerne kan være mange ting – fra spændende butiksudstillinger, interaktive skærme, mulighed for at prøve varen, eller tilbyde løbestræk, klatrevæg, DJ/Live musik mv.

*Foto 1.2 Villa Vi på Kongevejen er et eksempel på et multihus med en bæredygtig tilgang og handel lokalt. Det er en butik, kaffebar, spisested, workshop og mødested*





Caféer vil i fremtidens Kgs. Lyngby bymidte blive inkluderet i højere grad i butikken både for at få kunderne til at blive længere og give en anden oplevelse. For eksempel i enkelte boghandlere kan bøgerne læses, imens kaffen nydes. Koncepter som Creative Space, som ligger på Østerbro, Frederiksberg, Århus og Odense, er et eksempel på oplevelser i kombination med mødested, cafe og butik. Her mødes kunderne og dekorerer keramik sammen med en kop kaffe.

Kravet om øgede oplevelser i butikkerne vil også betyde en øget planlægningsmæssig udfordring. Nogle butikker vil kræve større arealer for at kunne give den rette oplevelse, da de for eksempel både vil fungere som detailhandelsbutik, café, mødested og værksted, mens andre vil kunne klare sig med et mindre areal og i højere grad fungere som showroom.

Forbrugerne forventes også i fremtiden at være villige til at køre langt for det rigtige udbud af varer og oplevelser. Det forventes, at udvalgswarebutikkerne i fremtiden vil blive koncentreret yderligere i få store udbudspunkter. Ikke mindst den øgede e-handel forventes at skubbe yderligere på denne koncentrationsproces.

Kgs. Lyngby bymidte vil i fremtiden fortsat være et af de største udbudspunkter i Hovedstadsområdet, men bymidten har oplevet et fald i antal butikker. Andre udbudspunkter, som for eksempel Rødovre Centrum, Field's og BIG i Herlev har investeret og udbygget detailhandelen og har generelt øget sin betydning i Hovedstadsområdet. Butikkerne i Herlev kommune har for eksempel fra 2015 til 2021 mere end fordoblet udvalgsvareomsætningen fra 569 mio. kr. i 2015 til 1.234 mio. kr. i 2021, primært på grund af etableringen af BIG Herlev.

BIG Herlev trækker kunder hele Hovedstadsområdet, mens Herlev bykerne fortsat er det lokale udbudspunkt for Herlev-borgerne. Erfaringerne med etablering af BIG har været, at butikkerne i Herlev bykerne kun i begrænset omfang er blevet påvirket af etableringen af BIG Herlev. Samtidig med etableringen af BIG Herlev er en omfattende renovering og ombygning af Herlev bykerne i gang med forventet åbning i løbet af 2023, hvilket yderligere vil styrke Herlev bymidte.

Kgs. Lyngby bymidte har fortsat mange enestående kvaliteter at bygge videre på, men det er blevet endnu mere vigtigt, at byen i positive vendinger italesætter kvaliteterne og styrkerne, samt ikke mindst arbejder aktivt med mulighederne for at forbedre Kgs. Lyngby.

Det er vigtigt, at alle byens aktører samarbejder og tager fælles ansvar for at løse de enkelte opgaver. Nogle opgaver kan som udgangspunkt løses af Lyngby-Taarbæk Kommune, mens ansvaret for andre opgaver ligger hos detailhandelen eller en af de andre aktører. Andre opgaver kan igen kun løses i et samarbejde mellem de forskellige interessenter.

I figur 1.1. er skitseret de vigtigste Styrker, Svagheder, Muligheder og Trusler ved Kgs. Lyngby, mens den fulde SWOT er listet i bilag 11.4, side 109.

Figur 1.1 De vigtigste Styrker, Svagheder, Muligheder og Trusler (SWOT) for Kgs. Lyngby

SWOT Kgs. Lyngby	
<p><b>Styrker:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Veletableret indkøbssted</li> <li>&gt; Godt udbud af dagligvarebutikker</li> <li>&gt; Stormagasin, Strøg og Shoppingcenter</li> <li>&gt; Hyggeligt bymiljø i Hovedgaden, Handelstorvet og Lyngby Storcenter</li> <li>&gt; Mange attraktive, unikke butikker</li> <li>&gt; Bredt udbud af både butikker og kundevedtede servicefunktioner</li> <li>&gt; Bredt udbud af kædeorienterede spisesteder og caféer</li> <li>&gt; Gode parkeringsmuligheder tæt på butikkerne</li> <li>&gt; God tilgængelighed med kollektiv trafik</li> </ul>	<p><b>Svagheder</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Vanskelig trafikafvikling i bymidten</li> <li>&gt; Begrænset tilgængelighed for biler især under etableringen af Letbanen</li> <li>&gt; Begrænset udbud indenfor nogle brancher som f.eks. hårde hvidevarer, byggemarked og autoudstyr</li> <li>&gt; Ensidige muligheder for kundeflow</li> <li>&gt; Begrænset kulturelle og andre oplevelser udover biograf, bibliotek og musikstedet Templet</li> <li>&gt; Få opholdssteder for blandt andet de unge herunder ca. 10.000 studerende på DTU</li> </ul>
<p><b>Muligheder:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Koncentrere og styrke detailhandelen og de kundevedtede funktioner centralt</li> <li>&gt; Sikre at nye butikskoncepter har Kgs. Lyngby som første prioritet</li> <li>&gt; Udvikling af Firskovvej med butikker som ikke kan indpasses i bymidten</li> <li>&gt; Styrke oplevelserne i de enkelte butikker, herunder styrke service</li> <li>&gt; Bedre aktivering af butiksfacaderne i gadeplan ikke kun i dagtimerne</li> <li>&gt; Styrke oplevelserne i byrummet både midlertidige og mere permanente</li> <li>&gt; Arbejde med at styrke parkering og tilgængelighed for både biler og cykler</li> <li>&gt; Arbejde med at løse barrierevirkningerne mellem den centrale del af Kgs. Lyngby og Firskovvejområdet</li> <li>&gt; Skabe en bedre forbindelse mellem Lyngby Storcenter og Hovedgaden</li> <li>&gt; Arbejde på at styrke rundgangen i bymidten</li> <li>&gt; Positiv italesættelse af Kgs. Lyngby bymidte</li> <li>&gt; Udbygge det forpligtende samarbejde mellem aktørerne i bymidten</li> </ul>	<p><b>Trusler:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Yderligere spredning af butikker og servicefunktioner i bymidten uden funktionsopdeling især mellem bymidten og Firskovvej</li> <li>&gt; Stigende e-handel</li> <li>&gt; Byggefasen af Letbanen betyder vanskeligere fremkommelighed og færre p-muligheder</li> <li>&gt; Kunderne i højere grad vælger de øvrige regionale udbudspunkter som Rødovre Centrum, Field's, Københavns City og BIG Herlev</li> </ul>

For at sikre et spændende og alsidigt byliv i Kgs. Lyngby bymidte er det vigtigt, at detailhandelen og de kundevedtede servicefunktioner ligger koncentreret i bymidten omkring de centrale dele af Lyngby Hovedgade, Lyngby Storcenter og Magasin.

Det er vigtigt at fastholde den unikke kombination af Storcenter, Strøg og Stormagasin med gode muligheder for både inde- og udeliv. Samtidig har Kgs.

Lyngby bymidte et bredt udbud af både kædebutikker og attraktive unikke butikker.

### Alle butikskoncepter skal findes i Kgs. Lyngby

Kgs. Lyngby bymidte har mistet 39 udvalgsvarebutikker svarende til 20 % i perioden 2018 til 2022, heraf har bymidten mistet 23 % af beklædningsbutikkerne og 22 % af butikkerne med boligudstyr. De seneste opgørelser fra Danmarks statistik viser, at antallet af udvalgsvarebutikker på landsplan er faldet med 4 % fra 2018 til 2020, heriblandt er beklædning faldet med 10 %. Hermed er det ikke kun Kgs. Lyngby bymidte, som har svært ved at bibeholde beklædningsbutikkerne, men ved fortsat at arbejde på at bevare og styrke udbuddet – vil det være med til at fastholde Lyngbys unikke position i oplandet, hvor mange mindre byer mister butikker – mange af de mindre bymidter i for eksempel Holte, Bagsværd, Birkerød og Værløse, har ikke længere skobutikker, børnetøjsbutikker, boghandel og legetøjsbutikker etc.

En del af forklaringen på de færre udvalgsvarebutikker i Kgs. Lyngby skyldes sammenlægning af mindre butikker til større butikker. Det gennemsnitlige bruttoareal til udvalgsvarebutikker er steget 20 % i Kgs. Lyngby. For eksempel har Profil Optik flyttet og udvidet butikken på Lyngby Hovedgade ved at rykke ind i lokalerne fra den tidligere herretøjsbutik Jardex.

Udbuddet af beklædningsbutikker er fortsat styrende for valget af indkøbssted – især udbuddet af damebeklædningsbutikker har betydning, når der skal shoppes. Derfor er et godt udvalg af beklædningsbutikker med til at definere en bymidtes styrke og attraktion. I Kgs. Lyngby er antallet af rene damebeklædningsbutikker faldet med ca. 36 % siden 2018. Det er ikke entydigt ensbetydende med et ringere udbud, da mange mærker er repræsenteret i blandt andet Magasin, Illums Bolighus, Bahne eller en af de mange beklædningsbutikker i bymidten.

Der er en række butikskæder, som ikke er repræsenteret i Kgs. Lyngby, men som er i de øvrige regionale udbudspunkter som Københavns City, Field's og Fisketorvet som Zara, Gina Tricot, Mango, Shaping New Tomorrow, Victoria's Secret, Uniqlo, Muji, Kings and Queens, Lindex og Deichmann.

Det er vigtigt at sikre, at nye butikskoncepter har Kgs. Lyngby som en prioritet på etableringslisten. Kgs. Lyngby bymidte skal arbejde aktivt med at kunne tilbyde det bredeste og mest varierede udbud af især beklædning udenfor Københavns City, da netop beklædning har stor betydning for valget af indkøbssted. Det vil sige, at butiksudbuddet i Kgs. Lyngby fortsat skal dække mange butikstyper og varekategorier, samtidig med at der skal være mange varianter inden for samme butikstyper og varekategori. I perioden 2018 til 2022 er det især de mindre upscale nichebutikker, som kun findes i Københavns City, som ikke har en egen butik i Kgs. Lyngby mere, men mærker som oftest sælges i de øvrige beklædningsbutikker så som Baum Und Pferdgarten, Beck Søndergaard, Ilse Jacobsen, Moshi Moshi Mind, Saint Tropez og Wolford.

Foruden de kendte kædekoncepter er det vigtigt, at Kgs. Lyngby også fokuserer på at have et bredt udbud af butikker, som ikke er medlem af en kæde, som for

eksempel Palæet, PI-CPH, Asmus, Hw Hjørnet, Ward Hog, Bad Store og Touche. Kombinationen af det brede udbud af lokale og unikke butikker og kædebutikker er med til at styrke bymidten i konkurrence med de regionale shoppingcentre.

Det kan også være flere butikker, der tilbyder nye populære online brands en fysisk platform i deres fysiske butikker.

*Foto 1.3 Censuum er et eksempel på en butik, der kombinerer online brands med fysisk detailhandel inden for bæredygtige produkter*



### Firskovvej til de store udvalgswarebutikker

I takt med den øgede koncentration af detailhandel vil der være en større fokus på de største udbudspunkter både i forhold til lokalisering af nye butikker og interesse fra forbrugerne.

Kgs. Lyngby vil som det største udbudspunkt udenfor Københavns City også i fremtiden være attraktivt for etablering af nye butikskoncepter, også for store udvalgswarebutikker, som ikke naturligt kan indpasses i bymidten.

Samtidig er der brancheområder, som kun findes i begrænset udvalg i enkelte butikker. Det er brancher som hårde hvidevarer, radio/tv, elektronik, boligtekstil, dyrehandel, jagt og fiskeri, autoudstyr og byggemarkeder. Koncepter som for eksempel Jem&Fix, Skousen, Punkt 1, Biltema, Bauhaus, Silvan, Harald Nyborg og Plantorama er i begrænset omfang repræsenteret i denne del af Hovedstadsområdet. Denne type store udvalgswarebutikker kan være vanskelige at indpasse i en bymidte.

Et aflastningsområde på Firskovvej ville skabe mulighed for at få en type udvalgswarebutikker, som ikke i dag er i kommunen og ej heller i nogle af nabo-kommunerne.

En placering tæt på Kgs. Lyngby med god tilgængelighed og ikke mindst god synlighed fra motorvejen er en optimal lokalisering for store

udvalgswarebutikker. Det vil skabe mulighed for en type butikker, som vil supplere det nuværende udbud i Kgs. Lyngby og sikre Kgs. Lyngby som det fortsat største udbudspunkt i Nordsjælland. For at sikre at det ikke er bymidteorienterede butikker, der lokaliseres på Firskovvej, anbefales en fastholdelse af minimumsstørrelsen på 1.000 m<sup>2</sup> som er fastlagt i Landsplandirektivet.

Firskovvej vil kunne skabe et koncentreret supplement til detailhandelen i Kgs. Lyngby bymidte. Det vil forbedre indkøbsforholdene for udvalgsvarer for borgerne i såvel kommunen som i oplandet og samtidig være med til at fremtids-sikre Kgs. Lyngby som handelsdestination og have en positiv betydning for bylivet.

Foto 1.4 Lyngby Hovedgade, Cafe Picasso med udeservering på hævet terrasse



### Servicefunktioner er en vigtig del af bybilledet

Servicefunktioner kommer til at fylde mere i gadebilledet i fremtiden i takt med, at antallet af detailhandelsbutikker generelt mindskes. Servicefunktioner bidrager ligesom detailhandelen til den daglige kundestrøm og et varieret udbud i en bymidte.

Servicefunktioner omfatter alle typer af service, som henvender sig til kunder, dvs. alt fra caféer og restauranter til frisører, læger, tandlæger, behandlere, ejendomsmæglere, borgerservice og biblioteker etc. De fleste servicefunktioner ligger typisk i butikslignende lokaler i stueplan, men der er også nogle servicefunktioner, der er placeret på 1. sal, som også udgør en del af det samlede tilbud i en bymidte.

Denne analyse omfatter alene servicefunktioner, der er placeret i stueplan, hvor synligheden i bymidten er størst og hvor muligheden for at skifte anvendelse mellem butiksfunktion og servicefunktion umiddelbart er størst.

Spisesteder har en stor betydning for et udbudspunkts attraktion og tiltrækningskraft. De er med til at give kunderne en anden oplevelse i bymidten

samtidig med, at de øger opholdstiden væsentligt. En del tidligere butikslokaler især i den østlige del af Lyngby Hovedgade er omdannet til spisesteder siden 2018. Der er i alt kommet 8 flere restauranter i Kgs. Lyngby bymidte, blandt andet konceptrestauranterne Madklubben og Bdr. Price. over middel, mens take away-stederne gennemsnitlig har en attraktion på middel. Set i forhold til andre udbudspunkter har Kgs. Lyngby mange attraktive spisesteder, men set i lyset af en stor efterspørgsel efter spændende restauranter og caféer skal bymidten fortsat arbejde på at styrke sammensætningen af restauranter.

Andre servicefunktioner er også med til at styrke det samlede udbud i Kgs. Lyngby bymidte og kan oftest tilbyde services, som ikke kan købes på internettet. Sundheds- og skønhedsfunktioner som for eksempel frisør, massage, skønhedsbehandling, fysioterapi, tandlæger, læger og hørecenter er med til at tiltrække kunder til Kgs. Lyngby bymidte. Generelt er den gennemsnitlige bylivsattraktion lavere for servicefunktioner i Kgs. Lyngby bymidte end for detailhandelen. Især for sundheds- og skønhedsfunktioner ligger den under middel. Der kunne arbejdes mere struktureret med at få butiksfacaderne for alle funktioner til at bidrage mere positivt til bylivet i Kgs. Lyngby.

Man kunne for eksempel i højere grad stille krav i lokalplanen til udadvendte funktioner, der ligger i de mest centrale dele af bymidten i stueplan. I gældende lokalplan for Lyngby Hovedgade må ikke etableres pengeinstitutter, ejendoms-mæglere, kontorer mv. i stueplan. Det kunne være et krav, at alle servicefunktioner i stueplan i den centrale del af bymidten især i Lyngby Hovedgade og Klampenborgvej skal have en "butik", det vil sige have et salgsområde med produkter. Det kan eventuelt fastsættes i lokalplanen for området.

En anden mulighed er i højere grad at motivere butikkerne til at bidrage mere aktivt til gadelivet med åbne facader, dekorative vinduer og eventuelle gadevarer.

#### Udfordringer med butikstyper

Butikslivet er under forandring med nye butikformer som f.eks. delebutikker, hvor varesortimenter bliver sammensat på nye måder. For eksempel Censuum i Lyngby Storcenter, hvor tøj, smykker, kosmetik, boligindretning og specialiteter mv. kombineres med café. En væsentlig del af sortimentet er start-ups. Hennes & Mauritz konceptet Arket kombinerer ligeledes tøj, livsstil og café. Et andet eksempel er VinTema som udover at være en vinhandel også er en vinbar og vinklub.

Butikker vil i højere grad i fremtiden kombinere den fysiske butik med e-handel, mens andre butikker vil være showrooms, hvor man alene kan bestille varer og få dem sendt hjem bagefter.

Nye butiks- og forretningskoncepter som for eksempel kombinationen af forskellige brancher og showrooms kan give udfordringer for planlægningen af detailhandel.

Det er vigtigt for at sikre fleksibilitet, at kommuneplanens rammer i de enkelte områder i Lyngby-Taarbæk Kommune er så rummelige, at de giver mulighed for etablering af de blandede byfunktioner.

Grænsen mellem detailhandel og service vil blive mere udflydende i fremtiden, hvor det vil være en individuel vurdering, om den enkelte butik er detailhandel og dermed omfattet af planlovens bestemmelser. Det kan have betydning, da servicefunktioner ikke i samme omfang er reguleret i planloven.

I planlovens bestemmelser om detailhandel er showrooms og e-handels-virksomheder ikke at betragte som detailhandel, hvis de har en begrænset kunde-strøm eller et ubetydeligt salg til private.

Ligeledes gælder planlovens bestemmelser om detailhandel ikke kundevedtente servicefunktioner som for eksempel frisører og restauranter, der langt overvejende sælger serviceydelser. Det er en balance, hvornår en bager er overvejende bageri eller café for eksempel.

#### Arbejde med at forbedre kundeflowet

Det er vigtigt at skabe en bedre forbindelse mellem især Lyngby Storcenter og Lyngby Hovedgade, så det er mere naturligt at gå fra indemiljøet i Lyngby Storcenter til udemiljøet i Lyngby Hovedgade uden at blive mødt af varegårde og bagsider af butikkerne. Ligeledes er rundgangene begrænset fra stationen til Lyngby Hovedgade gennem både Likørstræde og langs Lyngby Torv. Her kunne man arbejde med at styrke forbindelsen ved Lyngby Torv ved at inddrage pladsen foran Rådhuset mere aktivt i bybilledet, hvilket igen vil skabe en bedre sammenhæng med de nye byrum på Klampenborgvej i forbindelse med Letbanen.

Det er vigtigt at arbejde med en bedre rundgang i bymidten. En rundgang vil ikke kun sikre et bedre kundeflow i hele bymidten, men vil også styrke mulighederne for oplevelser i bymidten og dermed styrke de enkelte butikker.

#### Trafikken i Lyngby

Tilgængelighed og parkeringsforhold vil i fremtiden være vigtige konkurrenceparametre. Tilgængelighed og parkering har naturlige begrænsninger og udfordringer i enhver bymidte, som ofte er præget af små indfaldsveje og vanskelige parkeringsmuligheder.

På trods af en øget mobilitet accepterer kunderne ikke fysisk afstand mellem de enkelte butikker i en bymidte, og ej heller afstand fra parkering til butikkerne og bylivet. Kunderne kræver, at når de er ankommet til en shopping destination, skal der umiddelbart tilbydes et spændende bymiljø.

Kgs. Lyngby bymidte har centrale parkeringspladser under en stor del af bymidten, som normalt har en god tilgængelighed fra nord med direkte nedkørsel fra Klampenborgvej.

Trafikafviklingen i Kgs. Lyngby er især på nuværende tidspunkt udfordret i forbindelse med etableringen af Letbanen. Åbningen af Firskovvej fra

Jægersborgvej har været med til at afhjælpe trafikafviklingen i forbindelse med etableringen af Letbanen, men det opleves fortsat, at der er trafikale udfordringer i Kgs. Lyngby bymidte. Hvorvidt der er reelle trafikale udfordringer og behov for afhjælpning vil kræve nærmere analyser.

Det er også vigtigt at italesætte, at Kgs. Lyngby fortsat har central parkering under store dele af byen, som er nem at tilgå, samt har Lyngby Station og snart Letbanen centralt placeret i bymidten. På trods af at tilgængeligheden sommetider er udfordret, har Kgs. Lyngby kvaliteter at bygge videre på i forhold til tilgængelighed. Især at fortsætte med at udvikle parkeringshenvisningen i Kgs. Lyngby, så kunderne bliver guidet nemmest muligt til de ledige parkeringspladser.

Betalingsparkering er et effektivt værktøj til at styre efterspørgslen af parkeringspladser i en bymidte, og begrænse den tid, den enkelte plads bliver benyttet. Ved at indføre betalingsparkering på de mest centrale parkeringspladser sikres, at pladserne bliver brugt af kunder og ikke er optaget af heldagsparkerende medarbejdere og beboere. Samtidig kan betalingsparkering være en nødvendighed ved etablering og drift af et parkeringsanlæg, som kan være en bekostelig affære især centralt i en bymidte.

Parkeringsafgifter kan få bilister til at vælge alternative transportformer som kollektiv trafik eller gang/cykel til bymidten og for høje afgifter kan betyde, at kunderne søger andre steder hen, hvor parkering er gratis. Derfor skal parkeringsafgiften afspejle de lokale forhold, og et incitament for kunden kunne være en times gratis parkering eller en parkeringsafgift, der trappevist stiger, jo længere tid man parkerer.

Lyngby Storcenter har første time gratis parkering og søndag er gratis hele dagen. Herudover kan kunderne via et kundeprofilprogram få 2 timer gratis. De øvrige parkeringshuse Magasin-Fog P-huset og omkring Johannes Fogs Plads er betalingsparkering. Herudover er der parkering med tidsbegrænsning i blandt andet Lyngby Hovedgade samt enkelte pladser med fri parkering i udkanten af bymidten. For at betalingsparkering skal fungere mest hensigtsmæssigt, er det vigtigt, at hele den centrale del af byen har ensartede parkeringsregler og takster for parkering.



## 1.5 Centerstruktur og restrummelighed i Lyngby-Taarbæk Kommune

Den nuværende centerstruktur og restrummelighed i Lyngby-Taarbæk Kommune er vist i Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Nuværende centerstruktur, samlet maksimal ramme til detailhandel, bruttoareal og restrummelighed

Center	Navn	Samlet arealramme i gældende KP* (m <sup>2</sup> )	Bruttoareal 2022 ** (m <sup>2</sup> )	Restrummelighed*** (m <sup>2</sup> )
Bymidte	Kgs. Lyngby	175.000	119.200	55.800
Bymidte	Virum	12.000	10.400	1.600
Bymidte	Sorgenfri	12.000	6.800	5.200
Bydelscenter	Lyngbygårdsvej	5.000	3.500	1.500
Lokalcenter	Christian X' Alle	2.000	1.100	900
Lokalcenter	Engelsborgvej	2.000	1.000	1.000
Lokalcenter	Lundtofteparken	3.000	900	2.100
Lokalcenter	Brede Torv	2.000	1.300	700
Lokalcenter	Ørholm	2.000	1.000	1.000
Lokalcenter	Eremitageparken	3.000	1.200	1.800
Særligt pladskrævende varer (SPV)	Langs Helsingørmotorvejen, syd	10.000	6.100	3.900
Særligt pladskrævende varer (SPV)	Virumgårdsvej	10.000	2.400	7.600
Særligt pladskrævende varer (SPV)	Firskovvejområdet	Ikke fastlagt	11.200	
Landsplandirektiv	Firskovvejområdet ****	67.000	11.200	55.800

\*Samlet arealramme til detailhandel i gældende Kommuneplan. Kgs. Lyngby bymidte er inkl. Fog Trælast & Byggecenter

\*\* jf. planlovens definitioner på beregningen af bruttoareal inkl. evt. personale faciliteter. Bruttoareal for eksisterende butikker 2022 og uden evt. tomme butikslokaler

\*\*\* forskellen mellem den samlede ramme og bruttoareal til eksisterende butikker 2022. Uden evt. byggeri under opførelse og tomme lokaler

\*\*\*\* Mulighed ifølge landsplandirektiv

Det anbefales, at den overordnede centerstruktur i kommunen fastholdes med Kgs. Lyngby bymidte som det væsentligste indkøbssted. Samtidig skal Virum og Sorgenfri fastholdes som bymidter.

Forholdet mellem bruttoarealet i 2022 og de samlede arealrammer i den gældende kommuneplan vurderes at give en tilstrækkelig restrummelighed i både Kgs. Lyngby, Virum og Sorgenfri bymidter samt bydelscenter Lyngbygårdsvej.

Ligeledes er restrummeligheden tilfredsstillende både i Virumgårdsvej og langs Helsingør motorvejen, hvor begge områder er udlagt til blandt andet særligt pladskrævende varer (SPV).

### God dagligvareforsyning

Samtidig med at Kgs. Lyngby bymidte skal sikres som det primære indkøbssted for dagligvarer og udvalgsvarer, skal der fortsat være en god dagligvareforsyning i lokalområderne. Der skal arbejdes på at skabe en balance i centerstrukturen, der både tilgodeser bymidten som det vigtigste udbudspunkt, samtidig med at der er begrænset afstand til indkøb af dagligvarer i lokalområderne.

Dagligvareforsyningen er blevet forbedret væsentligt i både Kgs. Lyngby, Virum og Sorgenfri, mens dagligvareforsyningen fortsat er på et relativt lavt niveau i bydelene Lundtofte, Hjortekær og Taarbæk.

Ved placering af nye dagligvarebutikker er det vigtigt, at placeringen er tilpasset de lokale markedsområder for at undgå, at balancen i centerstrukturen tipper. Planlovens intentioner er både at styrke detailhandelen i bymidten og sikre en god lokal forsyning tæt på boligerne. Derfor er det vigtigt, at der er et tilstrækkeligt stort kundeunderlag i næroplandet til en lokalbutik, uden at det får væsentlige konsekvenser for detailhandelen i bymidten. Næroplandet defineres typisk som området i gå- eller cykelafstand til butikken.

Etableringen af en discountbutik i nærområdet vil generelt øge lokalområdets forsyning. Men hvis det sker på bekostning af en væsentlig svækket detailhandel i bymidten, er det vor vurdering, at man skal tilgodese bymidtens muligheder for at opretholde en god forsyning med både daglig- og udvalgsvarebutikker.

Derfor er det vigtigt, at man foretager en helhedsvurdering for detailhandelen i et område ved placering af nye butikker og dermed tilgodeser bymidtens udviklingsmuligheder på længere sigt.

Foto 1.5 Rema 1000 og Føtex Food i Virum bymidte



## 1.4 Fremtidens lokalcentre

Lyngby-Taarbæk Kommune har en vision om levende bydele med et attraktivt byliv og et varieret udbud af kultur- og handelsliv i de 6 lokalcentre i kommunen, samtidig med at der også skal sikres levedygtige bymidter.

Rollefordelingen mellem bymidter, bydelscentret og lokalcentre skal derfor være meget skarp.

Hvor bymidten og bydelscentre skal varetage en god forsyning af både dagligvarer og udvalgsvarer til enten en kommune eller bydel, er lokalcentres rolle at varetage en god lokalforsyning alene af dagligvarer i nærområdet.

For at skabe en god lokalforsyning med dagligvarer skal et lokalcenter placeres centralt med god tilgængelighed og synlighed i forhold til boligerne i lokalområdet.

Lokalcentrene i Lyngby-Taarbæk Kommune er overordnet set meget forskelligartet både i forhold til afstand til det øvrige udbud af dagligvarer, tilgængelighed, størrelse og indhold, jf. Tabel 1.2.

Christian X's Alle indeholder alene en discountbutik på 1.100 m<sup>2</sup>, mens Eremitageparken og Ørholm har et supermarked på 1.000 m<sup>2</sup> og et pizzeria. Engelsborgvej lokalcenter indeholder en discountbutik på 1.000 m<sup>2</sup>.

Lokalcenter Brede Torv har en discountbutik på knap 800 m<sup>2</sup>, en slagter, en kiosk, en genbrugsbutik, en garnbutik samt 2 spisesteder og en frisør.

I Lundtofteparken ligger en discountbutik på 500 m<sup>2</sup>, en bager, en kiosk samt to spisesteder med take away og fire skønhed/sundhedsfunktioner.

Tabel 1.2 Samlede arealramme, bruttoareal til detailhandel og restrummelighed i lokalcentrene

Navn	Samlet arealramme i gældende KP* (m <sup>2</sup> )	Bruttoareal 2022 * (m <sup>2</sup> )	Restrummelighed (m <sup>2</sup> )	Antal dagligvarebutikker	Antal øvrige butikker	Andre funktioner
Christian X' Alle	2.000	1.100	900	1	-	-
Engelsborgvej	2.000	1.000	1.000	1	-	-
Lundtofteparken	3.000	900	2.100	3	-	5
Brede Torv	2.000	1.300	700	3	2	3
Ørholm	2.000	1.000	1.000	1	-	1
Eremitageparken	3.000	1.200	1.800	1	-	1

\* jf. planlovens definitioner på beregning af eksisterende bruttoareal til detailhandel inkl. evt. personale faciliteter

Den samlede arealramme til detailhandel i Kommuneplanen er forskellig i de enkelte lokalcentre i Lyngby-Taarbæk Kommune. Lundtofteparken og

Eremitageparken har en samlet ramme på 3.000 m<sup>2</sup>, som er den maksimale ramme til detailhandel i lokalcentre i Planloven, mens de øvrige lokalcentre har en maksimal ramme på 2.000 m<sup>2</sup> til detailhandel.

I lokalcentrene Christian X's Alle og Engelsborgvej anbefales en fastholdelse af den maksimale ramme på 2.000 m<sup>2</sup> til detailhandel, da afstanden til Kgs. Lyngby er begrænset.

I lokalcenter Brede Torv og Ørholm foreslås den maksimale arealramme sat op til 3.000 m<sup>2</sup> til detailhandel for at skabe bedre muligheder for at styrke dagligvareforsyningen. En udvidelse af arealrammen vil medføre en vurdering af en udvidelse af afgrænsningen af det enkelte lokalcenter.

Den maksimale butiksstørrelse til dagligvarer foreslås i alle lokalcentre fastholdt til 1.200 m<sup>2</sup>. Hermed har discountbutikkerne den bedste mulighed for at etablere en tidssvarende dagligvarebutik i forhold til de muligheder, der er fastsat i Planloven omkring butiksstørrelser i lokalcentre.

Foto 1.6 Lokalcenter Brede Torv



### Fremtidens lokalcenter

Fremtidens lokalcenter forventes alene at indeholde en eller to større dagligvarebutikker enten i form af en discountbutik eller et mindre supermarked med en maksimal butiksstørrelse på 1.200 m<sup>2</sup>. Mindre dagligvarespecialbutikker som blomsterhandel, grønhandel, slagter, fiskehandel mv. kan i fremtiden ikke forventes etableret i et lokalcenter, da de kræver et større kundegrundlag.

Herudover kunne et lokalcenter indeholde kundevenlige servicefunktioner og kommunale funktioner som betjener et lokalt opland så som for eksempel cafe, pizzeria, pakkebokse samt funktioner som fitness, sundhedshus, lægecenter, frisør og eventuelt et mindre bibliotek.

Dagligvarebutikkerne har fået mere fokus på netop at være det lokale mødested i nærområdet og indeholder typisk flere funktioner end "bare" at være en dagligvarebutik. Inddragelsen af andre nærfunktioner som brødsalg, blomsterudsalg, cafehjørne, apoteksudsalg, pakkeudlevering forventes at fylde mere i

dagligvarebutikkerne fremover. Det kunne eventuelt være via automater som er tilgængelige uden for normale åbningstider.

I en fremtidssikring af et lokalcenter er en god placering afgørende. Nærheden til kunderne og ikke mindst synlighed og tilgængelighed vil i fremtiden få en større betydning for dagligvarebutikkerne.

Det er ikke kun synlighed og en trafikal god placering der har betydning. Offentlige funktioner som institutioner, skoler og sportsfaciliteter er ligeledes med til at skabe kundestrøm og kan understøtte et lokalcenter. For eksempel i Brede ligger Plejecenter Bredebo og fodboldbanerne over for butikkerne i lokalcentret, hvilket er med til at understøtte kundestrømmen i området. Brede lokalcenter er placeret i et boligområde, men er ikke synlig fra hverken de overordnede veje eller fra Brede Station.

*Foto 1.7 Lokalcenter Lundtofteparken med discountbutikken Aldi i den vestligste ende af lokalcentret*



### Lundtofteparken lokalcenter

I forbindelse med at den kommende letbane får endestation i Lundtofte tæt ved lokalcenter Lundtofteparken, anbefales det at revurdere centerafgrænsningen.

I lokalcenter Lundtofteparken ligger discountbutikken Aldi på 500 m<sup>2</sup> i et lille utidssvarende lokale ved siden af en bager og en kiosk med pakkeudlevering. Herudover ligger i stueplan et pizzeria, en smørrebrøds-butik, en frisør, en fodterapeut og et ejendomskontor. Herudover ligger et lægecenter og en tandlæge.

Det nuværende lokalcenter Lundtofteparken ligger på den anden side af Lundtoftegårdsvej end det kommende Letbane-endestop, og har ringe synlighed og tilgængelighed fra andre end de beboere, der er i Lundtofteparken. Især den nuværende Aldi-discountbutik ligger længst væk fra Letbanestoppet og absolut uden synlig kontakt til de forbigående på Lundtoftegårdsvej.

Det vurderes, at afgrænsningen af lokalcenter Lundtofteparken med fordel kan udvides til at indeholde områderne på den østlige side af Lundtoftegårdsvej. Herved gives mulighed for etablering af endnu en dagligvarebutik inden for

centerstrukturen. Det vil ikke alene styrke dagligvareudbuddet i bydelen, men vil også understøtte et fremtidigt lokalcenter. Et lokalcenter ved Letbane-stoppet har en god tilgængelighed for alle trafikarter fra det overordnede vejnet med en motorvejs af- og tilkørsel og fra stisystem under motorvejen til Eremitageparken.

Etableringen af en dagligvarebutik på 1.200 m<sup>2</sup> ved Letbane-stoppet Lundtofte vil få økonomiske konsekvenser for de øvrige eksisterende dagligvarebutikker i det nærliggende opland, og især for Aldi i Lundtofteparken. Omvendt er en discountbutik på 500 m<sup>2</sup> ikke tidssvarende og fremtidssikret. Det forventes, at Aldi enten flytter til en placering med bedre synlighed og tilgængelighed tættere på Letbane-stoppet eller i yderste konsekvens lukker, og det er uanset etableringen af en yderligere en dagligvarebutik. Det er set i forhold til, hvorledes discountbutikkerne generelt trimmer butiksnettet og har større fokus på lokaliseringen af den enkelte butik. Det vurderes, at de øvrige dagligvarebutikker primært i Lundtofte, Hjortekær, Lyngby og i mindre omfang Nærum vil miste omsætning til en ny dagligvarebutik på fx 1.200 m<sup>2</sup>, men det vurderes ikke at betyde lukningstruede butikker.

Med en afstand på knap 3 km fra lokalcenter Lundtofteparken og bydelscenter Lyngbygårdsvej bliver man nødt til fortsat at foretage en skalering og prioritering af de to udbudspunkter, hvilket gøres ved hjælp af den maksimale ramme til detailhandel. Ligeledes bør det indtænkes, hvilke øvrige funktioner Lundtofte lokalcenter i fremtiden skal indeholde. Det kunne være kundevedtede servicefunktioner så som lægecenter, sundhedshus, frisør og fitness.

Letbanen får endvidere stop inde på DTU's arealer og 5 min. drift i dagtimerne bort set fra søn- og helligdage, hvor der er 10 minutters drift. Det forventes ikke, at de studerende vil stoppe og gøre ophold på hverken Lyngbygårdsvej eller Lundtofteparken til andet end dagligvareindkøb. De studerende vil i højere grad blive ansporet til at benytte det store udbud af caféer, detailhandel med udvalgsvarer samt biografen og øvrige kulturelle tilbud i Kgs. Lyngby med den forkortede rejsetid med letbanen.

Samtidig vil den enkelte stående dagligvarebutik på Kollegiebakken fortsat være en af de primære indkøbssteder for de studerende på kollegierne og DTU i øvrigt.

Foto 1.8 Netto DTU på Kollegiebakken



## 2 Bæredygtighed i detailhandelsregi

Bæredygtighed har en stigende betydning i store dele af samfundet især, når der planlægges for den fremtidige udvikling med fokus på at mindske CO<sub>2</sub> udslippet etc.

Med henblik på at kunne forholde sig til en fremtidig udvikling på bæredygtighedsområdet inden for detailhandelsregi er der gennemført interviews med udvalgte nøglepersoner i handelslivet i kommunen. Der er gennemført interviews med repræsentanter for både dagligvare- og udvalgswarebutikker samt med Lyngby Storcenter og repræsentanter fra Handelsforeningens bestyrelse, samt Lyngby-Taarbæk Kommune.

De enkelte interviews gengives ikke, men svarene indgår i en samlet beskrivelse af det nuværende stade for bæredygtighed i kommunen på dette område. Emnerne er søgt opdelt i:

- > Butiksindretning
- > Kunder og varer
- > Transport af varer og kundernes valg af transportmiddel

Endelig skal det nævnes, at nogle af de interviewede pegede på, at begrebet bæredygtighed i deres øjne mere drejede sig om miljømæssig ansvarlighed.

Spørgerammen til interviewrunden vedlægges denne rapport som bilag.

Kommunalbestyrelsen har desuden i denne valgperiode nedsat et §17, stk. 4-udvalg om bæredygtighed. Udvalget består af politisk udpegede medlemmer og repræsentanter fra virksomheder, vidensinstitutioner og boligselskaber i Lyngby-Taarbæk. Udvalget arbejder blandt andet med en ny bæredygtig vision for Kgs. Lyngby's handelsliv.

Det er første gang dette emne indgår i detailhandelsrapport for Lyngby-Taarbæk Kommune. Afsnittet kan eventuelt inspirere i forhold til nye tiltag i egen butik samt give overblik over de emner, der kan overvejes som fremtidige indsatsområder eller som kan indgå i en senere interviewrunde i en anden analyse.

### Butiksindretning

I interviewrunden blev det fremlagt, at alle butikker har eller vil udskifte til mere energivenlig belysning med anvendelse af LED og andre energibesparende lysformer, ligesom der er fokus på bæredygtige opvarmningsformer, hvor der i stigende omfang anvendes overvåget/automatisk (CTS) styring, ligesom der etableres varmepumper og genanvendes overskudsvarme fra køleanlæg.

Enkelte arbejder med solceller på taget og egentlige skybrudssikringer.

Der vil dog altid være betydelige forskelle på mindre og store virksomheder, hvor de store på et meget tidligt tidspunkt implementerer energivenlige løsninger, mens de mindre ikke har samme overblik og ressourcer til at rykke.

Julebelysningen i Kgs. Lyngby har mange år på bagen, men der er blevet arbejdet løbende for at optimere julebelysningen og udsmykningen. Siden 2010 har den været installeret med LED lyskilder, der har et meget lavt Watt forbrug pr. lyskilde. Antallet af lyskilder og forbrugstimer er dog højt. Juletræet på Lyngby Torv har ligeledes i flere år haft LED lys.

### Kunder og varer

Der er mange former for bæredygtighed; det kan være butikker, der afviser at sælge "turbokyllinger" eller varer, der ikke har et betydeligt element af genbrug. Der er eksempler på butikker, der udelukkende sælger bæredygtige varer, hvor der skeles til, hvordan produktionen af varen er foregået.

Salget af økologiske dagligvarer er stigende i disse år og generelt vokser sortimentet i de fleste store dagligvarebutikker. Usikkerheden omkring økonomien, den stigende inflation har dog fået mange forbrugere til at søge mod billigere fødevarer, som typisk ikke er økologiske.

De traditionelle genbrugsbutikker, som ofte drives af nødhjælpsorganisationer, har fået en stigende betydning i de senere år og benyttes af visse forbrugersegmenter som det foretrukne indkøbssted især i forbindelse med køb af tøj. Der er opgjort i alt 7 egentlige genbrugsbutikker i kommunen i 2022 med en samlet omsætning på ca. 9 mio. kr. i 2021.

Herudover blev det påpeget, at emballering af varer har et stigende fokus, såvel i forhold til leverancer af varer til butikkerne som i forhold til indpakningen af den enkelte vare til forbrugeren.

Affaldshåndtering og sortering er ikke et problem for de større virksomheder, men kan virke voldsomt for de mindre, som ikke har samme ressourcer at sætte ind.

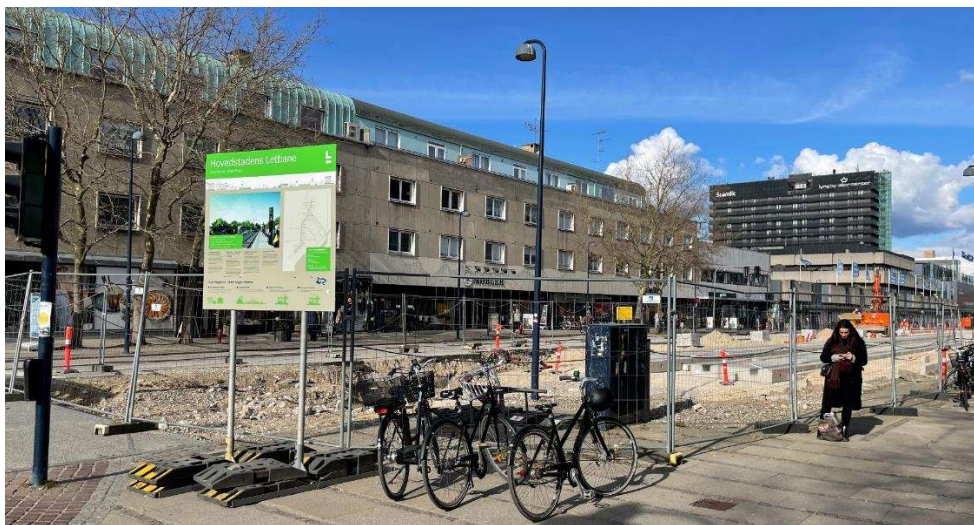
Affaldet sorteres generelt i stigende grad, men der efterspørges flere sorteringsmuligheder gennem opsætning af flere affaldscontainere til kildesortering.

Affaldshåndteringen kan dels øge genbruget af nogle produkter, dels medvirke til at nedbringe spildet af råstoffer.

Flere har nævnt den sociale bæredygtighed som et nyt fokusområde. Der er iværksat forskellige initiativer i forhold til at guide kunderne i retning af større social ansvarlighed, hvilket delvis kan være indarbejdet i marketingstrategien. Det handler eksempelvis om fokus på mental sundhed, tiltag mod ensomhed og en form for "undervisning" af kunderne i ansvarlighed.



Foto 2.1 Ombygning af Klampenborgvej til følgende anvendelser: bus- og letbanekørsel og en letbanestation samt til cykelbaner og -parkering. Desuden et bredt areal til gående og ophold/rekreation af forskellig art



### Transport af varer og kundernes valg af transportmiddel

Blandt de interviewede blev der givet udtryk for at letbanens anlæg har givet mange problemer for en række butikker. Afspærringer har givet færre besøg af kunder og dermed mistet omsætning – for nogle i drastisk omfang.

De interviewede forventer generelt ikke, at Letbanen vil øge omsætningen i butikkerne i bymidten, men ses mere som en omfordeling af passagererne mellem forskellige transportformer. Der er en vis nervøsitet for, at en reduktion i antallet af besøgende i bil vil kunne udløse en nedgang i butikkernes omsætning.

Der er opbakning til miljøvenlige vareleverancer, men især for ferskvarer (som er på køl), kan der være problemer, hvis varerne skal omlades i flere omgange. For almindelige varer er det enklere at sørge for bæredygtige leverancer fx via elbiler, hvor det ikke er afgørende, at varen skal være fremme fra morgenstunden.

Endelig kan der være tale om tunge varer (f.eks. øl leverancer), som også vil være vanskelige at omlade med henblik på, at den endelige levering skal foregå med små biler.

Det vurderes også blandt de interviewede, at økonomien spiller en vis rolle. Ikke alle virksomheder har råd til at betale for en miljøvenlig, men dyrere løsning.

Virksomheden Citylogistik tilbyder at samle alle vareleverancer til handlen på Lyngby Hovedgade på et centrallager og derefter distribuere varerne med el-lastbiler 1-2 gange ugentligt. Problemet for nogle butikker vil være leveringstiden, idet varerne typisk forsinkes et døgn i forhold til den normale distribution.

Der er planer for etablering af el-ladere til biler. Lyngby Storcenter får 36 ladepladser inden udgangen af 2023 og tilbyder desuden gratis parkering for delebiler. Det kan derudover oplyses, at der juni 2022 er opsat 156 ladestik på offentligt tilgængelige p-pladser i Lyngby-Taarbæk Kommune.

Ingen af de interviewede har peget på udnyttelsen af ladcykler til varetransport til butikkerne. Det ses mere som et tiltag, som i visse butikker vil kunne udnyttes af kunderne.

Flere blandt de interviewede nævner, at den nuværende cykelparkering i bymidten ikke er optimal. Dels fylder stativerne relativt meget i forhold til, hvor mange cykler, der kan parkeres, dels er man nervøse for, at etablering af flere cykelstativer i Hovedgaden vil mindske pladsen til andre formål.

Der er derfor fra flere sider et ønske om flere cykelparkeringer men placeret særlige steder, hvor de ikke generer butikkerne i Lyngby Hovedgade og ikke reducerer antallet af bil p-pladser i Lyngby Hovedgade.

## 2.1 Fremtidig baseline for bæredygtighed

Bæredygtighed har en øget betydning for planlægningen af detailhandel og byliv. I en fremtidig analyse kan det anbefales at stille spørgsmål om bæredygtighed til et større udvalg eller eventuelt alle butikker, ligesom det kan være hensigtsmæssigt at inddrage caféer og restauranter i baselinen.

Spørgsmålene foreslås som minimum at omhandle emnerne: Butiksindretning, Kunder og varer samt Transport af varer og kundernes valg af transportmiddel. Derudover kan indgå spørgsmål om social bæredygtighed og i øvrigt alle underpunkter, der indgår i dette afsnit.

### 3 Fremtidens detailhandel i Kgs. Lyngby og Firskovvej

Firskovvejområdet er i Landsplandirektiv for detailhandel i Hovedstadsområdet fra 2018 udpeget til et af de 7 aflastningsområder i Hovedstadsområdet. Der er udpeget aflastningsområder i Lyngby, Helsingør, Hillerød, Gentofte, Ballerup, Høje-Taastrup og Ishøj.

Ifølge Planloven er det et aflastningsområdes funktion at skabe plads til store udvalgsvarebutikker, som ikke naturligt kan indpasses i en bymidte. Samtidig kan det være hensigtsmæssigt, at kunderne kan parkere i nærheden af butikken på grund af størrelsen på de solgte varer som hårde hvidevarer, elektronik, træ og møbler mv. Det kan umiddelbart være vanskeligt at tilgodese i en bymidte.

I aflastningsområdet Firskovvej har landsplandirektivet udlagt et maksimalt bruttoareal til 67.000 m<sup>2</sup> til udvalgsvarebutikker med en minimumsstørrelse på 1.000 m<sup>2</sup> og en maksimal butiksstørrelse på 40.000 m<sup>2</sup>. Der må ikke etableres dagligvarebutikker i aflastningsområdet.

Firskovvej ligger knap 400 meter fra den væsentligste koncentration af detailhandel i Kgs. Lyngby. Området har ingen synlig sammenhæng med koncentrationen af butikker i Lyngby Hovedgade, Magasin og Lyngby Storcenter i bymidten, da blandt andet Jyske Bank og Lyngby-lokalbane ligger mellem Firskovvejområdet og den koncentrerede del af bymidten.

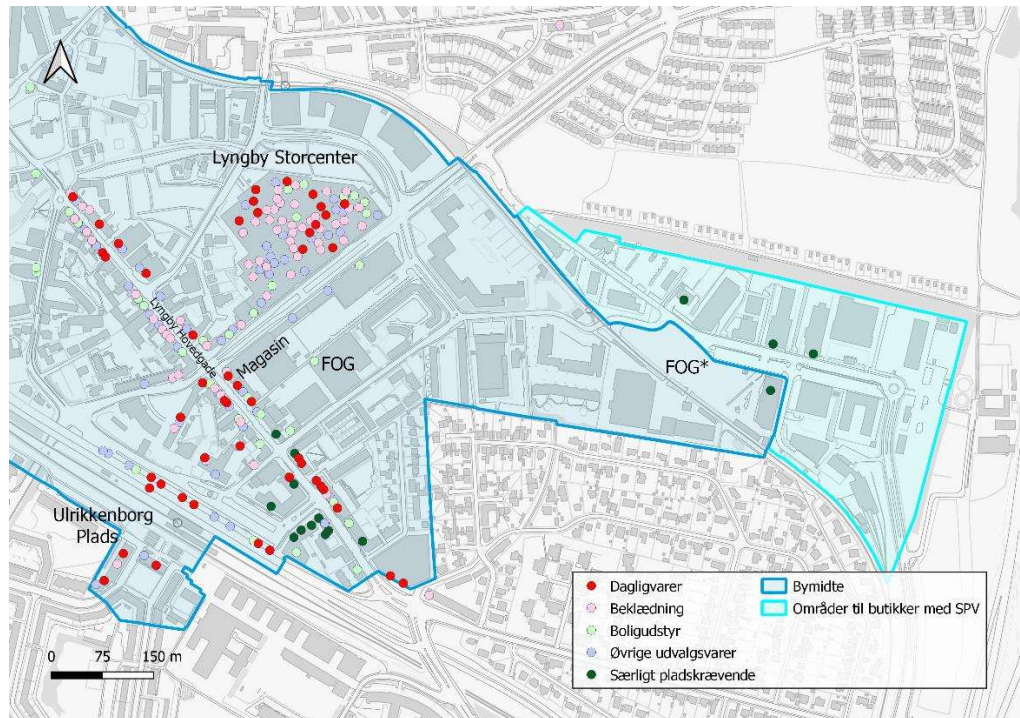
Den sydvestligste del af Firskovvej, hvor Fog Trælast & Byggecenter er placeret, indgår nu i Kgs. Lyngby bymidte. Fog Bolig & Designhus flytter til Firskovvej 14-20 til en placering sammen med Fog Trælast & Byggecenter. Den nye butik forventes at åbne primo 2023. I det nye Fog-byggeri er ligeledes mulighed for én yderligere udvalgsvarebutik på maksimalt 5.000 m<sup>2</sup> samt øvrige udvalgsvarebutikker på maksimalt 2.000 m<sup>2</sup>. Herudover forventes etableret ungdomsboliger, samt CPH-business Lyngby flytter ind i de nye bygninger på Firskovvej, som i dag har til huse på Nørgaardsvej 30.

I den tidligere Fog Bolig & Designhus på Nørgaardsvej overfor Magasin flytter auktionshuset Bruun Rasmussen ind til september 2023. Bruun Rasmussen samler sine aktiviteter i Kgs. Lyngby, og vil arbejde på at skabe et levende auktionshus.

I den del af Firskovvej, som er udpeget til aflastningsområde i Landplandirektivet lå i 2022 tre bilforhandlere og en række mindre håndværksvirksomheder og kontorer, en genbrugsplads og kommunens driftsplads. Det samlede bruttoareal til detailhandel er 11.200 m<sup>2</sup>.

Figur 3.1 viser en oversigt over den nuværende detailhandel på Firskovvej og i Kgs. Lyngby i 2022, men som nævnt vil der i fremtiden være yderligere markeringer af detailhandel inden for bymidteafgrænsningen, idet byggeriet Fog på Firskovvej 14-20 er planlagt til at åbne i 2023.

Figur 3.1 Oversigt nuværende detailhandel på Firskovvej og Kgs. Lyngby bymidte



\*det nye FOG byggeri

Lyngby-Taarbæk kommune ønsker at udvikle erhvervsområdet ved Firskovvej til en blandet by med en blanding af boliger, virksomheder og større butikker. Der er udarbejdet en Udviklings- og Helhedsplan for Firskovvej, og på baggrund af denne plan arbejdes der videre med udviklingen af området i dialog med områdets grundejere og interessenter samt byens borgere.

Den overordnede intention med Firskovvejområdet er: "At udvikle området til et attraktivt, fleksibelt og robust område med en bymæssig karakter og en moderne identitet. Området kan udvikles med en blanding af boliger, virksomheder og store udvalgsvarebutikker gennem omdannelse og fortætning."

Der redegøres i nedenstående for hvilke fremtidige behov, der er for etablering af store udvalgsvarebutikker i kommunen. Herunder hvilke store udvalgsvarebutikker, som dd ikke findes i Kgs. Lyngby, men som vurderes at detailhandlen samlet set vil kunne få gavn af i afsnit 3.1 til 3.3. Herudover redegøres for hvilke konsekvenser de forskellige udviklingsmuligheder for Firskovvejområdet vil få for butikkerne i Kgs. Lyngby bymidte i afsnit 3.4 til 3.6.

Idet udviklingsmulighederne for Firskovvejområdet endnu ikke er kommune- og lokalplanlagt, indgår der desuden i denne detailhandelsanalyse tre mulige scenarier, der kan være for udvikling med detailhandel i Firskovvejområdet. De tre scenarier vurderes og der vises tal for konsekvenserne for detailhandlen som sådan i Kgs. Lyngby bydel (det samlede billede fordelt på de to forskellige områder) og udviklingen i handelsbalancen.

Endvidere er analysen suppleret med overvejelser omkring etablering af en dagligvarebutik på op til 1.200 m<sup>2</sup> i Firskovvejområdet med hensyn til især, hvor

stort et indbyggertal der i givet fald bør være for at understøtte en dagligvare-butik i afsnit 3.8.

Afsluttende på afsnit 3 er en sammenfatning af konsekvenserne for fremtidens Kgs. Lyngby med en udvikling af Firskovvej.

### 3.1 Generelle etableringskrav fra store udvalgs varebutikker

Ved etablering af en stor udvalgs varebutik har oplandets og byens størrelse afgørende betydning. En vigtig parameter for etablering af en stor butik er antallet af indbyggere i det potentielle opland kombineret med afstanden til eventuelle egne butikker og konkurrerende udbudspunkter.

Synlighed og trafikal tilgængelighed har ligeledes afgørende betydning for butik-kens lokalisering og driftsvilkår. Ved etableringen af en butik er det ligeledes en forudsætning for butikskæden, at den enkelte butik har en optimal størrelse og butiksudformning.

Ved etablering af en ny butik er det afgørende, at kæden overordnet kan øge sin markedsandel. Desuden må en ny butik ikke i for høj grad kannibalisere på de øvrige butikker i kæden.

En del butikskæder har på nuværende tidspunkt fokus på opbygning og styrkelse af deres online-tilstedeværelse og en trimning af deres fysiske butiksnæ-t. Det har for nogle kæder betydet en opbremsning i etableringen af nye fysiske butikker.

Corona-perioden med nedlukninger og et ændret indkøbs- og forbrugsmønster har yderligere forstærket butikskædernes fokus på mere online-handel og færre fysiske butikker.

#### Butikskæderne har fokus på lokalisering og optimering af arealet

Mange butikskæder har fokus på en optimering af størrelsen på den enkelte butik. For at rumme oplevelser har nogle operatører prioriteret at have et stort areal eller øget det for at kunne rumme flere oplevelser. For eksempel bruger BR en væsentlig del af salgsarealet på mulighed for legepladser i form af f.eks. et barbiehus, en rumraket eller kreative værksteder.

Andre butikker har mindsket arealkravet. Det kan både være en tilpasning af bruttoarealet i de enkelte butikker samt etablering af mere showroom-baserede butikker. For eksempel har både Jysk etableret en mindre butik i Lyngby Stor-center og Power har i Kgs. Lyngby lokaliseret sig i det tidligere "Kulturhus" med en mindre butik. Et andet eksempel er Ikea, som arbejder med mindre og mere showroomorienterede butikker i centrale placeringer i storbyer i hele verden. Blandt andet bliver det nye Ikea-varehus på Dybbølsbro et tilpasset city-koncept uden tag-selv-lager og med mere fokus på boligtilbehørsprodukter som glas, lys, puder etc. På Vesterbrogade ligger Ikea Planning Studio. Butikken er et showroom, der alene sælger og rådgiver om Ikeas køkken- og garderobeløsninger.

Byggemarkedskæden Silvan har ligeledes i deres city-butik på Kultorvet tilpasset sortiment og butiksstørrelse til det markedsområde den befinder sig i.

Samtidig med at nogle butikskæder er begyndt at etablere mindre city-orienterede butikker ønsker kæderne fortsat at have enkelte store "flagship-stores", hvor der netop er plads og fokus på kundeoplevelser og et større udvalg. Derfor har især lokaliseringen og tilgængeligheden for de enkelte store udvalgswarebutikker endnu større betydning i fremtiden.

Det er med til at styrke og understøtte den generelle koncentrationstendens mod få og større indkøbssteder, også når det gælder store udvalgswarebutikker.

*Foto 3.1 Oplevelser i form af fx en legeplads er blevet et vigtigt elementet i BR-butikkerne – BR Legetøj Jyllingevej, Rødovre*



## 3.2 Store udvalgswarebutikker, der kan supplere Kgs. Lyngby

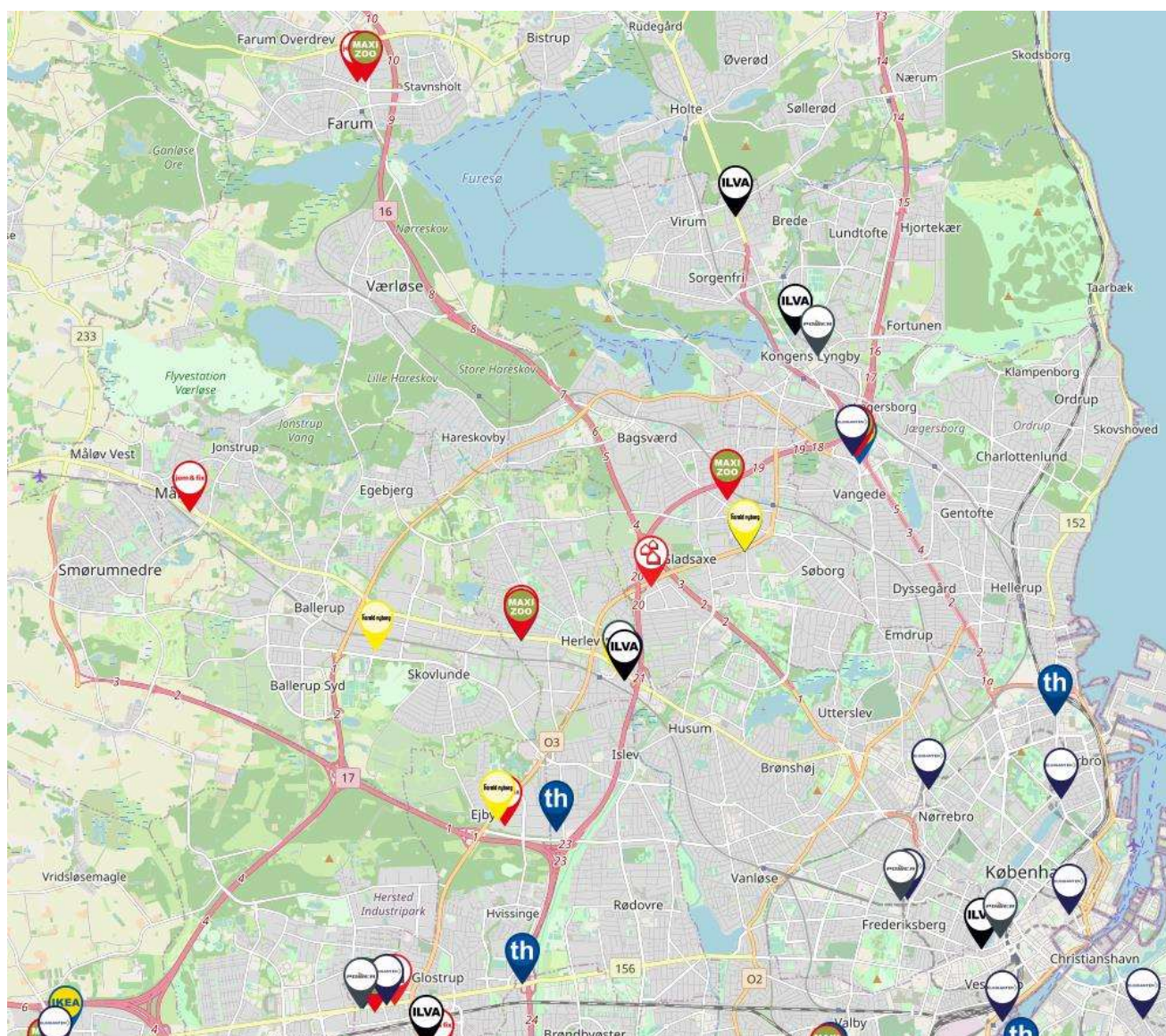
De store udvalgswarebutikker, som normalt kræver meget areal, er generelt svære at indpasse hensigtsmæssigt i den tætte struktur i Hovedstadsområdet.

Kgs. Lyngby vil som det største udbudspunkt udenfor Københavns City også i fremtiden være attraktivt for etablering af nye butikskoncepter, også for store udvalgswarebutikker, som ikke naturligt kan indpasses i bymidten.

Der er en generel tendens til at butikskæderne både arbejder med at etablere mindre butikker eller showrooms, samtidig med at de har enkelte store flagship-stores, som kan noget udover det sædvanlige og som tiltrækker kunder fra et stort opland.

Set i forhold til Kgs. Lyngbys størrelse, styrke og placering vil en placering af flagshipstores være interessant for alle typer af butikskæder.

Figur 3.2 Illustration af den overordnede placering af udvalgte store udvalgswarebutikker i Hovedstadsområdet



Tabel 3.1 ses eksempler på store udvalgswarebutikker, som i dag ikke er lokaliseret i Kgs. Lyngby. Tabellen viser kædernes normale gennemsnitlige arealkrav til bruttoarealet på butikken og hvor den nærmeste nuværende butik er placeret i forhold til Kgs. Lyngby.

Det er en oversigt og beskrivelse af store udvalgswarebutikker, som dd ikke findes i Kgs. Lyngby, men som vurderes at detailhandlen samlet set vil kunne få gavn af, og en oversigt over hvilke krav butikskoncepterne har til etablering af en ny butik.

Herudover kunne det ikke udelukkes at butikskæder indenfor special sport så som jagt & fiskeri, golf og cykel kunne være interesseret i en etablering i et område udlagt til store udvalgswarebutikker. Disse er ikke oplistet i nedenstående, da de har typisk en lav kædeandel og typisk har et meget svingende arealkrav.

Tabel 3.1 Eksempler på store udvalgswarebutikker, som ikke ligger i Kgs. Lyngby samt deres etableringskrav med hensyn til arealbehov

Butikskæde	Arealkrav M <sup>2</sup>	Nærmeste butik for borgerne i Lyngby
<b>Bauhaus</b>	10-15.000	Gladsaxe, Glostrup, Hillerød
<b>Silvan</b>	5.000 (Citykoncept 1.000)	Gladsaxe, Herlev (BIG), Farum, Birkerød, Kultorvet (Citykoncept)
<b>Harald Nyborg</b>	2.-3.000	Gladsaxe, Herlev (BIG), Glostrup, Hillerød
<b>Jem &amp; Fix</b>	1.-1.200	Herlev, Farum, Ejby, Kokkedal
<b>Biltema</b>	6.-8.000	Glostrup
<b>Plantorama</b>	5.-15.000	Hørsholm, Hillerød
<b>Elgiganten</b>	1.-4.000	Gentofte, Herlev (BIG), Glostrup, Hillerød
<b>BR</b>	1.-2.000	Gentofte, Rødovre, Hillerød
<b>Maxi Zoo</b>	500-1.000	Gentofte, Herlev (BIG), Gladsaxe, Farum, Hørsholm, Hillerød
<b>Thansen</b>	500-1.000	Gladsaxe, Herlev m.fl.
<b>BilligBlomst</b>	3.-8.000	Ikke i hovedstadsregionen
<b>BIG Dollar</b>	3.000	Ikke i hovedstadsregionen

Bauhaus har i dag 18 varehuse i Danmark, heriblandt Gladsaxe, Glostrup, Valby og Hillerød. Arealkravet for en ny Bauhaus er 10-15.000 m<sup>2</sup>. Bauhaus åbnede i Gladsaxe i 2019. Bauhaus er en international byggemarkedskæde med et bredt



udbud med mere end 160.000 varenumre til både private og professionelle kunder.

Byggemarkedskæden Silvan har mere end 22.000 varenumre inden for byggemarkedsvarer, have og fritid. Bruttoareal er omkring 5.000 m<sup>2</sup>, og butikkerne er typisk placeret i de større byer. Kæden er i gang med en omfattende turnaround med en re-positionering og trimning af butiksnettet. I Danmark er i alt 42 Silvan byggemarkeder, blandt andet i Gladsaxe, Herlev, Farum og Birkerød.

Silvan har i 2021 åbnet et citykoncept på Kultorvet på ca. 1.100 m<sup>2</sup> for at nå gør-det-selv-kunderne i city. Butikkerne har et særligt fokus på byboernes behov og tilbyder forskellige services som værktøjsudlejning, savværk, nøgleservice og pakkeshop. Herudover kan kunderne gratis låne en el-ladcykel. Samme koncept findes på Fisketorvet samt i Aarhus og Vejle.

Harald Nyborg er primært en byggemarkedskæde, men har et alsidigt sortiment af andre varer som for eksempel cykler, hvidevarer, legetøj, dyreartikler, fritidsudstyr og endda enkelte dagligvarer som personlig pleje og toiletpapir. Kæden har i alt 44 butikker i Danmark, blandt andet i Gladsaxe, Herlev og Hillerød. Arealkravet til en Harald Nyborg er 2-3.000 m<sup>2</sup>.

Jem&Fix er en byggemarkedskæde med en lavpris-profil og et begrænset varesortiment. Kæden er ejet af Harald Nyborg. Jem&Fix fokuserer på at have faste lave priser på de 8.000 mest omsættelige varenumre inden for byggemarkedsvarer til haven, huset og fritid. Byggemarkedet har et bruttoareal på 1.200 m<sup>2</sup> samt en mindre udendørs trælastgård. Kæden har i alt 124 butikker fordelt i hele Danmark, også i de mindre byer. De nærmeste Jem&Fix for borgerne i Lyngby ligger i Herlev, Ejby, Kokkedal og Farum.

Biltema er en svensk kæde med i alt 14 varehuse i Danmark og i alt ca. 150 butikker i Skandinavien. Biltema etablerer butikker på typisk 6-8.000 m<sup>2</sup> og har i Hovedstaden butik i Glostrup og Roskilde.

Plantorama arbejder med at blive opfattet som et oplevelsescenter frem for et havecenter. Butikkerne tilbyder mere end de traditionelle havecenterprodukter. Her er blandt andet dyrecenter med levende dyr, dyremad og tilbehør samt en afdeling med boligtilbehør, der er tilpasset årets gang. Kaffekæden Espresso House er en del af butikken. Der arbejdes desuden med et spisekoncept "Restorama", som skal være en vigtig del af kundeoplevelsen. Kæden har i dag 13 butikker i Danmark. I Hovedstadsområdet er Plantorama i Hillerød, Hørsholm, Amager og Vallensbæk. Plantoramas butikker er 5-10.000 m<sup>2</sup>, men i Høje Taastrup åbner i 2023 en oplevelsesbutik på 15.000 m<sup>2</sup>.

I modsætning til Plantorama satser BilligBlomst primært på at være billig. Den første BilligBlomst ligger i Aarhus. Kæden har i alt 7 butikker i Danmark. BilligBlomst er på nuværende tidspunkt alene placeret udenfor Hovedstadsområdet. BilligBlomst etablerer typisk nye butikker med et bruttoareal på omkring 4.500 m<sup>2</sup> og et udendørs havecenter af samme størrelse.

Elektronikkæden Elgiganten har i alt 39 varehuse i Danmark. Elgiganten har fokuseret på en placering i de største byer i Danmark med et bruttoareal på

omkring 4.000 m<sup>2</sup>. Elgiganten har en butik i aflastningsområde på Nybrovej i Gentofte. Herudover ligger Elgiganten i blandt andet Herlev, Glostrup og Hillerød.

Legetøjskæden BR er ikke repræsenteret i Kgs. Lyngby, men ligger i aflastningsområde Gentofte. Efter Salling Group i 2019 overtog Top Toys varelager og rettighederne til Fætter BR-brandet er 26 BR-butikker genåbnet fordelt over hele landet. Målet er, at de fysiske butikker skal give kunderne en unik oplevelse. Butikkerne skal som udgangspunkt være store og rummelige for at gøre plads til leg og overraskelser i børnehøjde. BR-butikkerne er omkring 1.000 m<sup>2</sup> og ligger bl.a. i Gentofte, Rødovre og i Hillerød.

Maxi Zoo dyrehandel har et bredt udbud af foder, tilbehør og plejeartikler til kæledyr. I januar 2021 købte Maxi Zoo konkurrenten Petworld, og er nu den eneste egentlige kæde inden for dyrehandel. Kæden har i alt 62 butikker i Danmark, heraf ligger Maxi Zoo i Gentofte, Gladsaxe, Herlev, Farum og Hørsholm. Maxi Zoo's arealkrav er 500-1.000 m<sup>2</sup>.

Thansen sælger reservedele og udstyr til biler og andre køretøjer. Herudover sælges blandt andet cykler, knallerter, scootere samt udstyr til camping, både og fritid. Kæden har 83 butikker i Danmark. De nærmeste butikker i forhold til Lyngby er i Gladsaxe, Herlev og Hillerød. Bruttoarealet for en Thansen er 500-1.000 m<sup>2</sup>.

Den svenske butikskæde BIG Dollar har planer om at etablere godt 50 butikker i Danmark inden for de næste 3 år. De første butikker åbner i Brønderslev, Næstved og Hjørring i løbet af 2022. Butikkerne har et bredt vareudvalg, som dækker mange varekategorier lige fra dagligvarer, haveredskaber, hårvoks, smykker, dyremad og fiskestænger til computerudstyr. Kædens produkter er typisk egen import eller parallelimport. Arealkravet for en Big Dollar er 3.200 m<sup>2</sup> og er i planlægningsmæssig forstand en udvalgswarebutik.

Foto 3.2 Eksempel på citykoncept. Silvan på Kultorvet



### 3.3 Udviklingsmuligheder for detailhandel i Firskovvejområdet

I det følgende er der opstillet tre alternativer for udviklingen af detailhandel i Firskovvejområdet. Alternativerne skal forstås som illustrative eksempler for at få et billede af konsekvenserne ved etablering af detailhandel på Firskovvejområdet.

Der er beskrevet tre alternativer for den fremtidige udvikling af Firskovvejområdet.

- > 0-alternativ – ingen udbygning
- > Alternativ A – begrænset udbygning
- > Alternativ B – fuld udbygning i forhold til mulighederne fastlagt i Landsplandirektivet for Hovedstadsområdet

Det er vigtigt at understrege, at detailhandelen på Firskovvej skal være et supplement til det øvrige udbud i Kgs. Lyngby, og skal indeholde butikstyper som ikke naturligt kan indpasses i bymidten. Derfor er der fastsat en minimumsstørrelse til udvalgsvarebutikkerne på 1.000 m<sup>2</sup> i både alternativ A og B, hvilket svarer til bestemmelserne i Landsplandirektivet for Hovedstadsområdet.

#### 3.3.1 Fremtidige butiksstørrelser i Firskovvejområdet

For at sikre en god fleksibilitet i planlægningen vurderes det ikke at være hensigtsmæssigt at hæve minimumsarealgrænsen yderligere end 1.000 m<sup>2</sup> i Firskovvejområdet. En arealgrænse over 1.000 m<sup>2</sup> vil forhindre en lang række butikskoncepter, som ikke er hensigtsmæssige at etablere i Kgs. Lyngby bymidten, i en placering i Firskovvejområdet. For eksempel Thansen og Jem&Fix, som borgerne i Lyngby-Taarbæk Kommune i dag skal køre ud af kommunen for at besøge, er umiddelbart ikke hensigtsmæssige at etablere centralt i Kgs. Lyngby.

Det er vigtigt, at der fortsat og samtidigt skabes plads til udvalgsvarebutikker over 1.000 m<sup>2</sup> i de centrale dele af Kgs. Lyngby på Hovedgaden og i Lyngby Storcenter. Den type udvalgsvarebutikker over 1.000 m<sup>2</sup>, der placerer sig centralt i Kgs. Lyngby, vurderes at være en anden type butik end de store udvalgsvarebutikker, der vil vælge Firskovvej som en mere attraktiv placering. Butikkerne i Kgs. Lyngby er mere fashion-præget og typisk beklædnings- og livsstilsbutikker som for eksempel H&M, Bahne, Illums Bolighus og Magasin, mens butikkerne på Firskovvej kan være udvalgsvarebutikker som for eksempel Bauhaus, Plantorama, Biltema, Elgiganten, Jem & Fix, Thansen, Maxi Zoo og Harald Nyborg.

Landsplandirektivet muliggør en udvalgsvarebutik på op til 40.000 m<sup>2</sup> i Firskovvejområdet. Set i forhold til den nuværende og fremtidige konkurrencesituation og i forhold til de enkelte udvalgsvarebutikkers arealkrav vurderes det ikke at være realistisk, at der etableres en stor udvalgsvarebutik på 40.000 m<sup>2</sup> i aflastningsområdet på Firskovvej. Det vurderes, at en maksimal butiksstørrelse for en enkelt udvalgsvarebutik på 15.000 m<sup>2</sup> bruttoareal og en generel maksimal butiksstørrelse på 10.000 m<sup>2</sup> på Firskovvej vil skabe mulighed for en gunstig

udvikling af området med tilstrækkelig rummelighed til de butikstyper, som kunne supplere butiksudbuddet i Kgs. Lyngby bedst muligt.

Landsplandirektivets minimumsstørrelse på 1.000 m<sup>2</sup> vil være med til at sikre, at det ikke er bymidteorienterede butikker, som etableres i Firskovvejområdet.

Omvendt vurderes en yderligere regulering af butiksstørrelserne at låse de fremtidige muligheder for udviklingen af Firskovvejområdet. For at sikre den bedst mulige udvikling er det vigtigt, at der er plads og rummelighed til attraktive butikstyper og at det ikke på forhånd er låst for nye koncepter, som måtte dukke op.

### 3.3.2 De tre alternativer for Firskovvejområdet

De tre alternativer er illustreret i Tabel 3.2 i forhold til forskellene i samlet bruttoareal, maksimal og minimal størrelse på butikkerne samt i forhold til hvilke typer af butikker og andre funktioner der etableres i alternativerne.

Tabel 3.2 Oversigt over alternativerne for fremtidens Firskovvej. Alternativerne skal forstås som illustrative eksempler for at få et billede af konsekvenserne ved etablering af detailhandel på Firskovvej.

	Alternativ 0 Ingen udbygning	Alternativ A Begrænset udbygning*	Alternativ B Fuldt udbygget**
<b>Kvm til detailhandel i alt</b>	11.200 m <sup>2</sup>	38.200 m <sup>2</sup> ***	67.000 m <sup>2</sup> ***
<b>Typer af udvalgswarebutikker</b>	Bilforhandlere (særligt pladskrævende)	Store udvalgswarebutikker og særligt pladskrævende	Store udvalgswarebutikker og særligt pladskrævende
<b>Dagligvarebutikker</b>	-	-	-
<b>Minimumsstørrelse udvalgswarebutikker</b>	-	1.000 m <sup>2</sup>	1.000 m <sup>2</sup>
<b>Maksimal størrelse udvalgswarebutikker</b>	-	En på 15.000 m <sup>2</sup> øvrige 10.000 m <sup>2</sup>	En på 15.000 m <sup>2</sup> øvrige 10.000 m <sup>2</sup>
<b>Typer af andre funktioner</b>	-	Boliger, kontor, konferencefaciliteter og uddannelse	Boliger, kontor, konferencefaciliteter og uddannelse

\* Alternativ A er hvilke butikskoncepter, som minimum vil supplere det nuværende udbud i Kgs. Lyngby i etape 1 frem til 2033.

\*\*Maksimal m<sup>2</sup> til detailhandel ifølge Landsplandirektiv for Hovedstadsområdet

\*\*\* Mulighed for én butik på op til 40.000 m<sup>2</sup> jf. Landsplandirektiv for Hovedstadsområdet, men COWI anbefaler en maksimal butiksstørrelse på 15.000 m<sup>2</sup> samt den øvrige maksimale størrelse er 10.000 m<sup>2</sup>

### Alternativ 0 – Ingen udbygning

I alternativ 0 etableres ikke yderligere detailhandel på Firskovvej. Det vil sige, at der etableres hverken udvalgswarebutikker eller flere butikker med særligt pladskrævende varer, som har en udvalgswareomsætning. Det vil sige butikker med for eksempel byggemarkedsvarer, køkkener og planter.

Det forudsættes derfor, at de eksisterende bilforhandlere med et samlet bruttoareal fastholdes på omkring 11.200 m<sup>2</sup>.

### Alternativ A – Begrænset udbygning

Alternativ A er butiksmikset som et minimum anbefales etableret i 1. etape frem til 2033. Butiksmikset er fastlagt på baggrund af, hvilke enkelte store udvalgswarebutikker, som et minimum mangler i Kgs. Lyngby set ud fra placeringen i Hovedstadsområdet i øvrigt og ikke mindst i forhold til det øvrige udbud i Kgs. Lyngby.

Alternativ A ses som udtryk for, hvilke butikskoncepter Firskovvej, som et minimum skal indeholde for at understøtte Kgs. Lyngby som regionalt udbudspunkt. I alternativ A er derfor indeholdt et byggemarked og en planteskole på i alt 25.000 m<sup>2</sup> yderligere bruttoareal. Den minimale butiksstørrelse til udvalgswarebutikker fastholdes på 1.000 m<sup>2</sup>, mens den maksimale butiksstørrelse er én på 15.000 m<sup>2</sup> og de øvrige 10.000 m<sup>2</sup> for Firskovvejområdet.

Det vurderes, at en placering i Firskovvejområdet vil være interessant for både et byggemarked og en planteskole især set i forhold til konkurrencesituationen med den relativt lange afstand til de øvrige byggemarkeder og planteskoler.

### Alternativ B – Fuldt udbygget

Alternativ B illustrerer en fuld udnyttelse af arealrammerne fastlagt i Landsplan-direktivet. Det vil sige, der etableres i alt 67.000 m<sup>2</sup> store udvalgswarebutikker og særligt pladskrævende butikker med en størrelsesbegrænsning på minimum 1.000 m<sup>2</sup>, samt maksimalt 10.000 m<sup>2</sup> dog én butik på maksimalt 15.000 m<sup>2</sup>.

### 3.3.3 Sammenligning af de tre alternativer

Figur 3.3 viser forskellene i de fremtidige bruttoarealer til detailhandel i Kgs. Lyngby og Firskovvej i henholdsvis Alternativ 0, alternativ A og alternativ B.

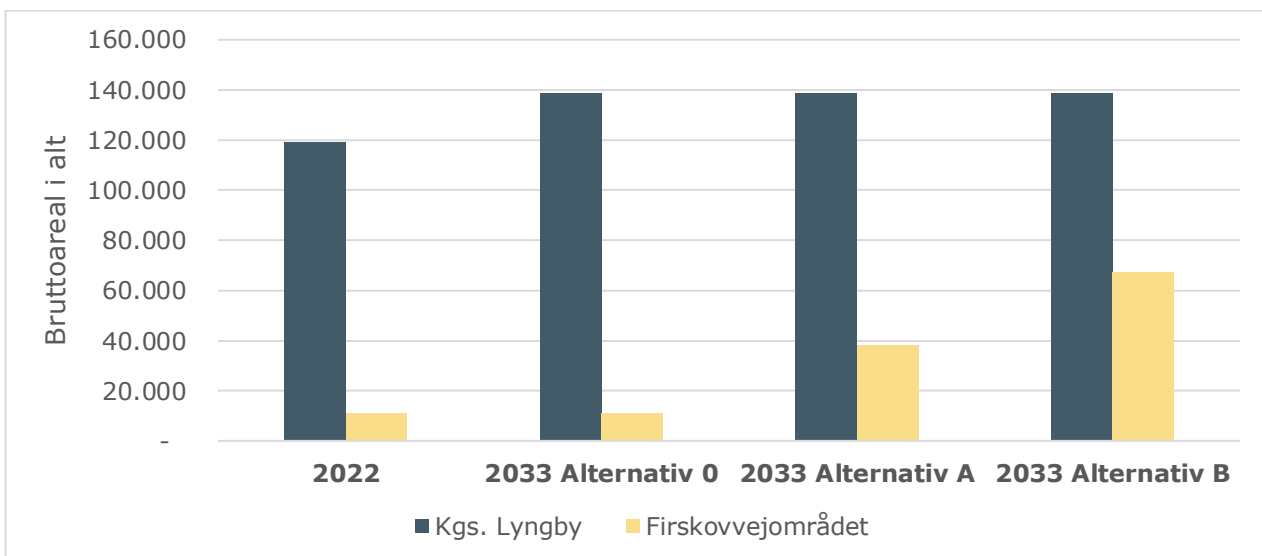
Det samlede bruttoareal til detailhandel i Kgs. Lyngby og Firskovvej var 130.400 m<sup>2</sup> i 2022. I Alternativ 0 forventes det at stige 15 % til knap 150.000 m<sup>2</sup> i 2033. Det er inklusive etableringen af Illums Bolighus i Lyngby Storcenter (som ikke forøger detailhandelsarealet i Lyngby Storcenter) samt flytningen af Fog Bolig & Designhus til nybyggeri på Firskovvej 14-20 og en udnyttelse af de 10.000 m<sup>2</sup> til øvrige udvalgswarebutikker bygget sammen med Fog Trælast & Byggecenter på Firskovvej.

Hvis alternativ A realiseres i 2033, forventes det samlede bruttoareal i Kgs. Lyngby og Firskovvejområdet at være knap 177.000 m<sup>2</sup>, hvilket svarer til en stigning på 18 % i forhold til Alternativ 0 i 2033.

Hvis alternativ B realiseres, forventes det samlede bruttoareal at stige med 37 % til ca. 206.000 m<sup>2</sup>.

I alternativ A vil Firskovvejområdet udgøre 22 % af det samlede bruttoareal i Kgs. Lyngby bymidte og Firskovvejområdet i alt, mens i alternativ B vil Firskovvej anvende 33 % af det samlede bruttoareal.

Figur 3.3 Bruttoareal til detailhandel i de tre alternativer for Firskovvejområdet\*



\*Bruttoareal Kgs. Lyngby 2033 inkl. ombygning af Lyngby Storcenter og mulighed for placering af udvalgswarebutikker ved Fog, Firskovvej 14-20

Tabel 3.3 viser forslag og eksempler på butiksmix i alternativ A og B. Disse forslag til butikssammensætninger i alternativ A og B er illustrationer på udviklingsmuligheder for Firskovvej. De anvendes i det følgende til at beregne konsekvenserne ved de forskellige scenarier. Der er derfor anvendt butikskoncepter, som vurderes at være realistiske at placere på Firskovvej inden for overskuelig fremtid både set i forhold til den nuværende og fremtidige konkurrencesituation.

Tabel 3.3 Eksempler på butiksmix i alternativ A og B samt størrelser på de enkelte butikker

	Alternativ A Begrænset udbygget (m <sup>2</sup> )	Alternativ B Fuldt udbygget* (m <sup>2</sup> )
Eksisterende detailhandel	11.200	11.200
Udvidelse af bilforhandler	2.000	2.000
Byggemarked	15.000	15.000
Byggemarked	-	1.300
Byggemarked	-	3.000
Elektronik og hvidevarer	-	3.500
Sport/autoudstyr	-	8.000
Planteskole	10.000	10.000
Møbler	-	7.000
Boligtekstil/møbler	-	3.000
Udvalgsvarer	-	3.000
<b>Detailhandel i alt</b>	<b>38.200</b>	<b>67.000</b>

### 3.4 Vurderinger af de tre alternativer

Nedenstående vurderes konsekvenserne for den eksisterende detailhandel i Kgs. Lyngby ved etablering af de tre alternativer for Firskovvejområdet ud fra den foreslåede butikssammensætning beskrevet i ovenstående.

Konsekvenserne for den eksisterende detailhandel er beregnet for 2033.

#### 3.4.1 Forudsætninger

Konsekvenserne vurderes ud fra følgende forudsætninger om den fremtidige konkurrencesituation i regionen:

- > Fog Bolig & Designhus flytter til Firskovvej og samler byggemarked og trælast til en samlet butik. Butikken ligger i Kgs. Lyngby bymidte. Butikken forventes at åbne marts 2023. Herudover udnyttes muligheden for yderligere 10.000 m<sup>2</sup> til etableringen af store udvalgswarebutikker med et bruttoareal over 1.000 m<sup>2</sup>. Hovedsageligt vil det være en flytning af eksisterende store udvalgswarebutikker på Klampenborgvej til mere tidssvarende lokaler på Firskovvej.
- > I Firskovvej området etableres udover detailhandel også boliger, videns erhverv (kontorer) og uddannelsesinstitutioner jf. helhedsplanen.
- > I Lyngby Storcenter bliver detailhandelen styrket med en ombygning med etablering af Illums Bolighus.

- > I Hillerød udnyttes muligheden for etablering af op til 57.000 m<sup>2</sup> i alt til detailhandel i aflastningsområdet.
- > Kokkedal bymidte (Fredensborg Kommune - nord for Cirkelhuset langs Helsingør Motorvejen) udnytter muligheden for etablering af op til 27.000 m<sup>2</sup> primært store udvalgswarebutikker og særligt pladskrævende butikker.
- > Herlev bymidte moderniseres og styrkes som udbudspunkt.
- > Ikea åbner på Kalvebod Brygge i 2023; samtidig udnyttes mulighederne for etablering af yderligere detailhandel på Kalvebod Brygge.
- > Farum Bytorv vil foretage en mindre udvidelse af antallet af detailhandelsbutikker og en generel modernisering af centret inden 2033.
- > Der etableres ikke andre større detailhandelskoncentrationer i Hovedstadsområdet frem til 2033.
- > Detailhandelen i markedsområdet i almindelighed tilpasses og udvikles løbende med hensyn til butikkernes størrelse og sortimentssammensætning.
- > Kontinuerligt arbejdes på mere byliv, optimering af butiksmix og forbedring af tilkørselsforhold, P-søgering og parkering i Kgs. Lyngby.
- > Letbanen fra Lundtofte til Ishøj forventes at være i drift i 2025.
- > Befolkningsudviklingen følger den gældende befolkningsprognose for henholdsvis Lyngby-Taarbæk Kommune og Danmarks Statistik. En mulig boligudbygning udover det lokalplanlagte på Firskovvej er ikke medregnet.
- > Der regnes i forbindelse med fremskrivningen af det potentielle forbrug med en årlig mængdemæssig stigning i forbruget pr. person frem til 2033 på 1,25 % for udvalgsvarer. Forbrugsprognosen er beregnet i faste priser.
- > Alle omsætningstal er i 2021-priser, så forandringer i omsætningen frem til 2033 kan tages som udtryk for reelle forandringer.
- > Handel via internettet – især for en række udvalgswaregrupper - vil betyde en reduktion i den omsætning, der genereres i den traditionelle detailhandel. Det forudsættes, at ca. 30 % af udvalgswareforbruget dækkes ved e-handel i 2033.

### 3.4.2 Metode

Med udgangspunkt i forbrugsberegningerne og viden om de forskellige udbudspunkters konkurrencemæssige styrker udarbejdes på grundlag af de foreliggende oplysninger samt vurderinger og erfaringer fra lignende analyser et indkøbsmønster for 2021 for Kgs. Lyngby.

I indkøbsmønsteret for 2021 indarbejdes herefter forbrugsforudsætningerne for 2033, og der fås et niveau for en omsætning i 2033, såfremt scenarierne ikke



etableres. Ved forbrugsforudsætninger menes forudsætningerne om det fremtidige forbrug og befolkningsstigningen.

Derefter vurderes ændringerne i detailhandelsstrukturen, de konkurrerende projekters indflydelse og den generelle forventning til forbrugernes indkøbsorientering frem til 2033, som er beskrevet i Alternativ 0 og forudsætningerne. Herunder vurderes ændringerne i borgernes indkøbsmønster frem til 2033. Det vurderes, hvorledes etableringen af det enkelte alternativ vil ændre borgernes indkøbsorientering.

Med udgangspunkt i denne beregning foretages vurderinger af, i hvor høj grad udbygningen af Firskovvejområdet vil påvirke dette indkøbsmønster i Kgs. Lyngby i 2033 i henholdsvis alternativ A og alternativ B.

### 3.5 Konsekvenser for detailhandelsomsætningen i Kgs. Lyngby i 2033

I nedenstående vises konsekvenserne ved etablering af de tre alternativer for Firskovvejområdet.

Konsekvenserne er alene beregnet for udvalgsvareomsætningen.

De fremtidige omsætninger i 2033 i samtlige modeller er udtryk for et omsætningsniveau for det enkelte udbudspunkt og skal ikke opfattes som præcise tal. Alle omsætningstal er eksklusive e-handel. Alle tal er i 2021 priser.

Tabel 3.4 og

Figur 3.4 viser den forventede udvikling i udvalgsvareomsætningen i Kgs. Lyngby og Firskovvejområdet fra 2021 til 2033 i de tre alternativer. Begrundelserne for, det viste billede, uddybes i nedenstående afsnit.

Tabel 3.4 viser, at udvalgsvareomsætningen var 2,41 mia. kr. i Kgs. Lyngby i 2021. Den forventes at stige til 2,93 mia. kr. i 2033, hvis der ikke etableres yderligere detailhandel i Firskovvejområdet (Alternativ 0).

I alternativ A (begrænset), forventes udvalgsvareomsætningen i Kgs. Lyngby at falde til 2,92 mia. kr. i 2033, hvilket svarer til et fald på 27 mio. kr. eller et fald på 1 %.

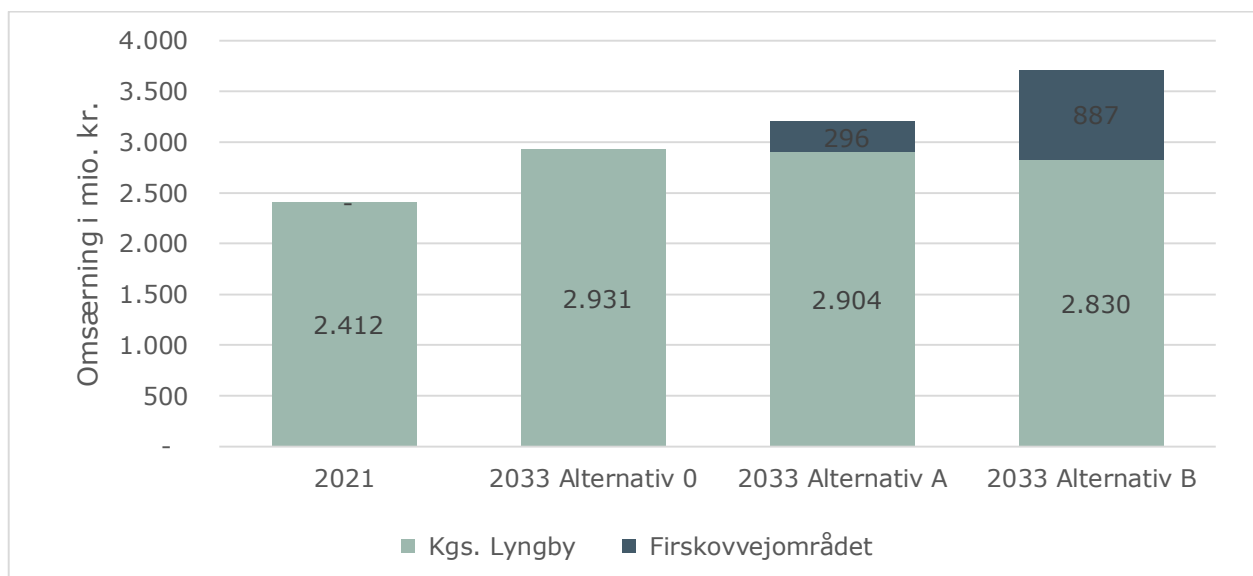
Hvis alternativ B (fuldt) realiseres, vurderes udvalgsvareomsætningen at være 2,79 mia. kr. i Kgs. Lyngby i 2033. Hermed vil konsekvensen af alternativ B for Kgs. Lyngby være et fald i udvalgsvareomsætningen på 101 mio. kr. svarende til et fald på 3 % i forhold til Alternativ 0.

Samtidig viser tabellen, at 269 mio. kr. bliver taget fra butikker udenfor Kgs. Lyngby i alternativ A og 787 mio. kr. i alternativ B.

Tabel 3.4 Forventet udvikling i udvalgsvareomsætningen i Kgs. Lyngby og Firskovvejområdet i 2021 samt i 2033 i 0-alternativ, alternativ A og alternativ B (i mio. kr. inkl. moms)

	Omsætning 2021	Omsætning 2033 0-alternativ	Omsætning 2033 Alternativ A Begrænset udbygning	Omsætning 2033 Alternativ B Fuld udbygning	Konsekvens 0-alternativ til alternativ A	Konsekvens Scenarie A til alternativ B
Firskovvejområdet	-	-	296	887	+296	+887
Kgs. Lyngby bymidte	2.412	2.931	2.904	2.830	-27	-101
<b>Kgs. Lyngby i alt</b>	<b>2.412</b>	<b>2.931</b>	<b>3.200</b>	<b>3.718</b>	<b>+269</b>	<b>+787</b>

Figur 3.4 Udvalgsvareomsætning i Kgs. Lyngby og Firskovvejområdet 2021 og 2033 i de tre alternativer



\*Udvalgsvareomsætning til detailhandel i de fysiske butikker i Kgs. Lyngby bymidte og Firskovvejområdet

### Alternativ 0

Forbrugerne vil også i fremtiden lægge vægt på, at der er et stort vareudbud og/eller butiksudbud i det enkelte udbudspunkt. Konkurrencituationen vil blive skærpet i fremtiden med færre, men stærkere udbudspunkter. Især de større udbudspunkter Kgs. Lyngby, Hillerød, Københavns City, Rødovre Centrum og Field's vil fortsat kæmpe om at tiltrække forbrugerne. Herudover vil de mindre byer fortsat forsøge at være attraktive udbudspunkter for det lokale opland.

I Alternativ 0, hvor detailhandelen ikke udbygges, forventes den samlede udvalgsvareomsætning i Kgs. Lyngby at stige ca. 22 % fra 2,41 mia. kr. i 2021 til 2,93 mia. kr. i 2033. Det skyldes blandt andet flytningen af Illums Bolighus til

Lyngby Storcenter og flytningen af Fog Bolig & Designhus til Firskovvej 14-20, suppleret med etableringen af op til i alt 10.000 m<sup>2</sup> detailhandel til store udvalgswarebutikker kombineret med en fortsat optimering af detailhandelen og bylivet i Hovedgaden og på Klampenborgvej. Herudover forventes den øgede koncentrationstendens at betyde en øget tiltrækning og omsætning til de største udbudspunkter som Kgs. Lyngby trods en øget e-handel. Omvendt forventes de mindre bymidter med mere begrænset udbud i fremtiden at have færre udvalgswarebutikker og derfor få en markant mindre udvalgswareomsætning.

I Alternativ 0 vurderes Kgs. Lyngby dog ikke i samme grad at få øget positionen som et regionalt detailhandelscenter som i de øvrige alternativer. Det vil sige, at Kgs. Lyngby ikke i samme omfang vil tiltrække kunder fra oplandet som i alternativ A og B. Da der kun er enkelte butikker inden for blandt andet byggemarkedsvarer, autoudstyr og planter i Kgs. Lyngby, vil udbuddet fortsat være relativt begrænset. Derfor vil forbrugerne i Lyngby og opland fortsat søge især de store udvalgswarebutikker udenfor kommunen for at få dækket forbruget af visse varegrupper.

### Alternativ A – begrænset udbygning

De to store udvalgswarebutikker i Firskovvejområdet i alternativ A forventes at opnå en udvalgswareomsætning på ca. 296 mio. kr. i 2033. Samlet set vil detailhandelen i Firskovvejområdet i Alternativ A udgøre 9 % af den samlede omsætning i Kgs. Lyngby og Firskovvejområdet i alt.

Hovedparten af omsætningen forventes flyttet fra de øvrige store udvalgswarebutikker i Hovedstadsregionen. Det forventes omkring 90 % af udvalgswareomsætningen at blive taget fra butikker udenfor Lyngby-Taarbæk Kommune.

Samlet set forventes kun en mindre del af omsætningen at blive taget fra Kgs. Lyngby, som vist i søjlediagram, Figur 3.5. I alternativ A (begrænset udbygning) vurderes den samlede udvalgswareomsætning at være 2,91 mia. kr. i 2033, hvilket er ca. 27 mio. kr. mindre end Alternativ 0, svarende til et fald på 3 %. Det skyldes, at Kgs. Lyngby ikke i væsentligt omfang har denne type butikker (byggemarked, planter og autoudstyr) i dag, og dermed ikke i væsentlig grad dækker forbruget af disse varetyper. Etableringen af endnu et byggemarked i byen vil tilføre det eneste eksisterende byggemarked konkurrence, og betyde, at borgerne får forbedret indkøbsforholdene med et bredere og mere varieret udbud. Samtidig vurderes det at betyde, at flere kunder i oplandet vil tilvælge Kgs. Lyngby som udbudspunkt, da byen samtidigt vil kunne tilbyde en kombination af et stort udbud af butikker og oplevelser i bymidten med kort afstand til de store udvalgswarebutikker på Firskovvej.

Samlet set vil udvalgswareomsætningen i Kgs. Lyngby inklusive Firskovvejområdet stige 9 % i forhold til Alternativ 0, hvor de 2 store udvalgswarebutikker ikke etableres. Alternativ A vil kunne supplere Kgs. Lyngby med to butikskoncepter, som ikke i dag findes i markedsområdet og som er vanskelige at indpasse i en bymidte.

### Alternativ B – fuld udbygning

Alternativ B, som er en maksimal udnyttelse af Landsplandirektivets rammer, vurderes Firskovvejområdet at opnå en samlet omsætning på 887 mio. kr. i 2033. Firskovvejområdet forventes således at udgøre 24 % af den samlede omsætning i Kgs. Lyngby og Firskovvejområdet i alt.

Det vurderes, at omkring 101 mio. kr. vil blive taget fra de øvrige butikker i Kgs. Lyngby, da omsætningen i Kgs. Lyngby vil falde fra 2,93 mia. kr. i Alternativ 0 til 2,83 mia. kr. i alternativ B, svarende til et samlet fald på 3 %. En stor del af omsætningen vil dog komme fra en flytning af eksisterende udvalgswarebutikker fra udkanten af bymidten til en bedre og mere central beliggenhed i Firskovvejområdet med mulighed for nutidsvarende lokaler, synlighed og tilgængelighed. Det forventes at de fraflyttede lokaler genanvendt til andre formål end detailhandel især på grund af den yderlige placering i forhold til tyngden i detailhandelen i Kgs. Lyngby. Dele af det vurderes at kunne være til kundeorienterede servicefunktioner så som sundhedsfunktioner og skønhedsfunktioner, men en stor del af det vurderes at blive udnyttet til kontorformål uden kundeorienterede funktioner.

Det vurderes, at alternativ B vil styrke Kgs. Lyngby markant som indkøbssted og øge den regionale tiltrækningskraft, og dermed vende udviklingen med en dalende handelsbalance.

Samlet set forventes udvalgswareomsætningen i Kgs. Lyngby og Firskovvejområdet i alt at stige med 787 mio. kr. svarende til en stigning på 27 % i alternativ B i forhold til Alternativ 0. Det vil sige 787 mio. kr. vil blive flyttet fra butikker udenfor Kgs. Lyngby og Firskovvejområdet, hvis Alternativ B realiseres.

### Betydningen af hvis der alene etableres bilforhandlere

Da bilforhandlernes omsætning ikke er indbefattet i den samlede detailhandelsomsætning, vil det ikke umiddelbart have samme betydning for hverken dagligvare eller udvalgswareomsætningen i Kgs. Lyngby at fastholde eller udbygge bruttoarealet på Firskovvej alene til bilforhandlere som hvis alternativ A eller B realiseres.

Bilforhandlere er ikke indbefattet i den samlede detailhandelsomsætning, da en væsentlig del af omsætningen hos en bilforhandler er afgifter. Ligeledes er køb af biler ikke indbefattet i det samlede detailhandelsforbrug.

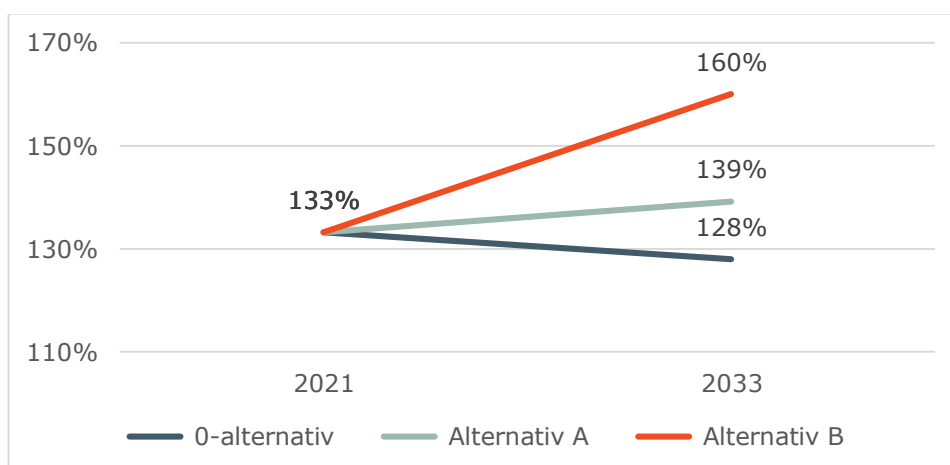
Etableringen og en eventuel koncentration af flere bilforhandlere på Firskovvej vil have en positiv betydning for den generelle kundestrøm til området og til kendskabet til området, men vurderes ikke i mærkbart omfang at øge det regionale opland til Kgs. Lyngby.

### 3.6 Udviklingen i handelsbalancen for Lyngby-Taarbæk Kommune

De tre alternative udviklingsmuligheder for Firskovvejområdet kan opsummeres i den forventede udvikling i handelsbalancen i Lyngby-Taarbæk Kommune, jf. Figur 3.5.

Handelsbalancen er et udtryk for forholdet mellem omsætningen i butikkerne og forbruget hos borgerne i kommunen.

Figur 3.5 Handelsbalance i Lyngby-Taarbæk Kommune 2021 og 2033 i de tre alternativer



Hvis Alternativ 0 realiseres, forventes handelsbalancen for udvalgsvarer at falde fra 133 % i 2021 til 128 % i 2033. Faldet skyldes især den forventede øgede e-handel. Men set i forhold til handelsbalancen for udvalgsvarer i Lyngby-Taarbæk kommune på 188 % i 2017 forventes Kgs. Lyngby ikke at øge den regionale betydning i Alternativ 0.

Hvis Kgs. Lyngby styrkes med to store udvalgsvarerbutikker i Firskovvejområdet på i alt 25.000 m<sup>2</sup> i alternativ A, vurderes handelsbalancen for Lyngby-Taarbæk kommune at udgøre 139 % i 2033, hvilket er 9 % højere end handelsbalancen i Alternativ 0. Hermed øges kommunens handelsbalance i forhold til 2021 med knap 5 %. Det vil sige Kgs. Lyngby på trods af den fremtidige øgede e-handel vil øge den regionale betydning som udbudspunkt.

I alternativ B med en fuld udnyttelse af Landsplandirektivets rammer forventes handelsbalancen at være 160 % i 2033, hvilket er 25 % højere end den forventede handelsbalance i Alternativ 0. Det vil sige, at Kgs. Lyngby vil i væsentligt omfang øge sin betydning som et vigtigt udbudspunkt i Hovedstadsområdet i 2033.

### 3.7 Placeringen af detailhandel i Firskovvejområdet

De fysiske forhold gør det vanskeligt at skabe en god fysisk sammenhæng mellem tyngden af detailhandelen i Lyngby Hovedgade og Lyngby Storcenter og eventuelle store udvalgsvarerbutikker i Firskovvejområdet.

Det er ikke nødvendigvis hver gang, at de store udvalgswarebutikker og bymid-tens butikker bliver besøgt på samme indkøbstur, da det oftest er to forskellige formål. Samtidig er køb i de store udvalgswarebutikker generelt langvarige for-brugsgoder, som ofte kræver mulighed for at parkere en bil tæt på butikken.

Placeringen af de store udvalgswarebutikker i Firskovvejområdet giver mulighed for både at italesætte den korte afstand til det største udbudspunkt udenfor Kø-benhavns City, samtidig med en unik placering med god synlighed fra Lyngby-motorvejen og en god tilgængelighed fra især Jægersborgvej.

Derfor anbefales de store udvalgswarebutikker placeret i områderne langs mo-torvejen, mens områderne tættest på bymidteafgrænsningen ved Kanalvej i hø-jere grad udvikles i overensstemmelse med Helhedsplanen med blandede boliger og virksomheder.

En placering langs motorvejen vil både opfylde kravene fra de store udvalgsva-rebutikker om en god synlighed, samtidig med at bygningerne kan være med til at skærme for støjen i forhold til boligområderne.

Det er vigtigt, at butikkerne planlægges med mulighed for en fremtidig udvik-ling. Hvis det ikke er muligt at etablere alle butikker på én gang, skal området langs motorvejen til detailhandel indtænkes i etaper, hvor man planlægger inde fra og ud. Det vil sige fra det nordøstlige Firskovvej og ned mod Jægersborgvej.

Figur 3.6 Afgrænsningen af aflastningsområdet Firskovvej i gældende landsplandirektiv for Hovedstadsområdet (kilde: Plandata.dk)



### 3.8 Dagligvarebutikker i Firskovvejområdet

Kunderne er oftest ikke villige til at køre langt for dagligvareindkøb, og handler oftest så tæt på bopælen som muligt. Synlighed og tilgængelighed til den enkelte dagligvarebutik er vigtige parametre både for kunderne og den enkelte dagligvarebutik.

Erfaringer fra dagligvarebutikker etableret i forbindelse med koncentrationer af store udvalgsvarebutikker viser, at en væsentlig del af omsætningen i disse dagligvarebutikker hovedsageligt er fra lokalområdet. Kunderne til de store udvalgsvarebutikker anvender typisk dagligvarebutikken til suppleringskøb. Med suppleringskøb menes enkelte mindre dagligvareindkøb, som den liter mælk og boller der mangles eller lidt snacks på vejen.

Ifølge Landsplandirektivet for Hovedstadsområdet er det ikke muligt at etablere dagligvarebutikker i selve aflastningsområdet Firskovvej.

Hvis der skal etableres en dagligvarebutik, skal det alene være til områdets lokalforsyning til de planlagte boliger i området.

Firskovvejområdet har ingen boliger i dag, men intentionen i helhedsplanen for området er at skabe en levende, tæt og blandet bydel med gode naboskaber, hvor der også skal skabes plads til boliger. Samtidig skal der i etableringen af lokal dagligvareforsyning tages hensyn til den korte afstand til det store udbud af store dagligvarebutikker i Kgs. Lyngby.

På baggrund af den nuværende og fremtidige konkurrencesituation, udviklingen i e-handel og en gennemsnitlig omsætning i en discountbutik på ca. 41 mio. kr. vurderes Firskovvejområdet at skulle indeholde 2.500-3.000 indbyggere for at kunne understøtte en lokal dagligvarebutik. Afhængig af boligstørrelsen svarer det til 1.200-1.500 boliger.

Herudover er det vigtigt, at dagligvarebutikken er placeret, hvor langt hovedparten af indbyggerne i området naturligt kommer forbi. Det skal være en placering med god synlighed og tilgængelighed for alle trafikarter. En mulig placering kunne være ved Nørgaardsvej Station, som er indgangen til Firskovvejområdet fra Kgs. Lyngby bymidte via Nørgaardsvej. Det ville desuden være med til at styrke sammenkoblingen til bymidten og styrke Nørgaardsvej Station og vil samtidig være tæt på de kommende boliger.

Foto 3.3 Bylivet i Lyngby Hovedgade



### 3.9 Sammenfatning – Fremtidens Kgs. Lyngby

Siden 2009 er handelsbalancen for udvalgsvarer faldet fra 215 % til 133 % i 2021. Handelsbalancen i 2021 er både påvirket af en øget e-handel, anlægsarbejde i forbindelse med Letbanen og ikke mindst coronanedlukningerne i de første 3-4 måneder af 2021. Konkurrencesituationen er desuden yderligere skærpet i Hovedstadsområdet med blandt andet etableringen af nye butikskoncentrationer som BIG i Herlev og langs Roskildevej i Glostrup samt en optimering af de øvrige regionale shoppingcentre Rødovre Centrum, Fields, Fisketorvet, Frederiksberg Centret og Waves. Kgs. Lyngby har på trods af at være det næststørste udbudspunkt i Hovedstadsområdet generelt mistet regional betydning.

Den samlede udvalgsvareomsætning i Kgs. Lyngby forventes at stige i fremtiden i forhold til 2021, som var præget af både tvungen nedlukning af al detailhandel på grund af Corona kombineret med trafikale udfordringer i forbindelse med etableringen af Letbanen, men Kgs. Lyngbys fremtidige regionale betydning afhænger også af hvilket alternativ, der realiseres i forbindelse med udbygningen på Firskovvej.

#### Firskovvejområdet har en unik placering

Firskovvej er i Landsplandirektivet for Hovedstadsområdet udpeget til et af de 7 aflastningsområder i Hovedstadsregionen og har derfor mulighed for at etablere store udvalgsvarebutikker.

Herudover har Firskovvejområdet en unik placering tæt på det næststørste udbudspunkt i Hovedstadsområdet samtidig med en god synlighed og tilgængelighed fra motorvejen.

Det kan umiddelbart være vanskeligt at skabe en god fysisk sammenhæng mellem detailhandelen i Firskovvejområdet og Kgs. Lyngby bymidte samtidig med, at den gode synlighed fra motorvejen udnyttes. Da lokalisering, tilgængelighed og synlighed har en afgørende betydning for de store udvalgsvarebutikker, kunne de eventuelt placeres langs Helsingørmotorvejen, samtidig med at der arbejdes med en optimering af den trafikale tilgængelighed til bymidten fra Firskovvejområdet både fra Firskovvej og Jægersborgvej. Herved kunne området omkring Nørgaardsvej udvikles i overensstemmelse med Helhedsplanen med blandede boliger og virksomheder.

Den unikke placering indebærer også, at Lyngby-Taarbæk Kommune kan tillade sig at sætte krav til udformningen af detailhandelen i Firskovvejområdet ikke mindst i forhold til den arkitektoniske udformning.

#### Rollefordelingen mellem bymidten og Firskovvej er vigtig

I fremtidens Kgs. Lyngby sikres et spændende og alsidigt byliv ved at koncentrere detailhandelen og de kundevedtente servicefunktioner centralt i bymidten omkring Lyngby Hovedgade, Klampenborgvej og Lyngby Storcenter.

Kgs. Lyngby har allerede i dag et bredt udbud af butikker og oplevelser, men der er butikskoncepter, som ikke i dag findes og som er vanskelige at indpasse i den



nuværende bymidte. Store udvalgswarebutikker som for eksempel Plantorama, Bauhaus og Biltema er ikke lokaliseret i det nordlige København og forbrugerne skal i dag køre relativt langt for at besøge disse butikstyper.

Uanset en eventuel udbygning med store udvalgswarebutikker er det vigtigt, at rollefordelingen tydeliggøres mellem Kgs. Lyngby bymidte og Firskovvejområdet. Firskovvej giver mulighed for etablering af koncepter, som ikke i dag findes i hverken Kgs. Lyngby eller i Lyngby-Taarbæk Kommune i øvrigt.

### I 0-alternativet vil Kgs. Lyngby vil blive svækket yderligere som regionalt udbudspunkt

Hvis Lyngby-Taarbæk Kommune ikke giver mulighed for etablering af store udvalgswarebutikker, som i dag ikke er i Lyngby, vil oplandskunderne i højere grad fravælge Kgs. Lyngby som udbudspunkt og det vil også få betydning for den øvrige detailhandel i byen. Når kunderne fravælger Kgs. Lyngby for at handle i de store udvalgswarebutikker, som ikke findes i Kgs. Lyngby, er der en stor risiko for, at kunderne også fravælger Kgs. Lyngby, når de skal shoppe andre varettyper så som tøj, sko, isenkram, smykker, briller etc.

Det vil medføre en svækkelse af detailhandelen i Kgs. Lyngby. Det betyder blandt andet, at handelsbalancen vil fortsætte med at falde i takt med, at kunderne vil søge mod andre udbudspunkter samtidig med at e-handelen vokser. Hermed vil Kgs. Lyngbys position som et stærkt regionalt udbudspunkt i fremtiden blive svækket.

### Store udvalgswarebutikker vil supplere udbuddet i Kgs. Lyngby bymidte

Etableringen af store udvalgswarebutikker vil få konsekvenser for detailhandelen, men konsekvenserne afhænger af indholdet og lokaliseringen af de store udvalgswarebutikker. Afhængig af indholdet vurderes konsekvenserne for Kgs. Lyngby at være begrænsede. Butikkerne i Kgs. Lyngby bymidte har hovedsageligt et bredt udbud af beklædning, sportstøj, briller, smykker, kosmetik mv., mens de store udvalgswarebutikker primært sælger langvarige forbrugsgoder som biltillbehør, hårde hvidevarer, byggematerialer og planter.

Omsætningen i Firskovvejområdet vil primært blive taget fra lignende butikker andre steder end i Kgs. Lyngby og i alternativ B vil en væsentlig del af omsætningen i Kgs. Lyngby stamme fra en eller flere af de nuværende boligudstyrebutikker i Kgs. Lyngby, som vurderes at ville flytte fra en decentral placering til Firskovvejområdet.

Det er derfor vigtigt at fokusere på rollefordelingen i byen og sikre, at de store udvalgswarebutikker så vidt muligt bliver et supplement til Kgs. Lyngbys butikker og ikke en konkurrent. Både alternativ A og B vil kunne supplere Kgs. Lyngby med koncepter og butikstyper, som ikke i dag findes i markedsområdet. De vil øge Kgs. Lyngbys position som et regionalt detailhandelscenter, øge den samlede detailhandelsomsætning og få positiv betydning for bylivet.

## 4 Detailhandelen i Lyngby-Taarbæk Kommune

**Der er 306 butikker i Lyngby-Taarbæk Kommune inklusive butikker med særlig pladskrævende varegrupper. 70 % af butikkerne ligger i Kgs. Lyngby, heraf er hovedparten udvalgswarebutikker. I alt ligger 77 % af dagligvarebutikkerne udenfor Kgs. Lyngby. Derudover er der samlet set 146 kundevedtede serviceerhverv i Kgs. Lyngby.**

### ANVENDT METODE

Der er i marts 2022 ved en rekognoscering foretaget en opgørelse over antallet af butikker i kommunen, indsamlet oplysninger om butikkernes bruttoareal og omsætning for 2021, ligesom den enkelte butiks kædestatus er registreret.

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

Resultaterne omfatter samtlige butikker i Lyngby-Taarbæk Kommune i drift i marts 2022. Herudover vil der periodevis være enkelte butiksljemål, der er under ombygning eller ændring.

Butikkerne er kategoriseret i hovedbranchegrupperne dagligvarer, beklædning, boligudstyr og øvrige udvalgsvarer (for definition se bilag 1) på baggrund af deres hovedaktivitet. Herudover indgår butikker, der forhandler særlig pladskrævende varegrupper.

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

Bemærk, at omsætningen til private fra møbelforretninger, der alene sælger møbler, planteforhandlere, byggemarkeder, køkkenbutikker samt butikker med udstyr til camping og både indgår, selvom planloven definerer disse grupper som særlig pladskrævende. Dette skyldes, at disse varegrupper indgår i de senere forbrugsberegninger.

Køkkenbutikker, planteforhandlere, byggemarkeder samt forhandlere af campingvogne, både og motorcykler tæller dog kun med én gang med antal og bruttoareal, hvilket sker under forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper.

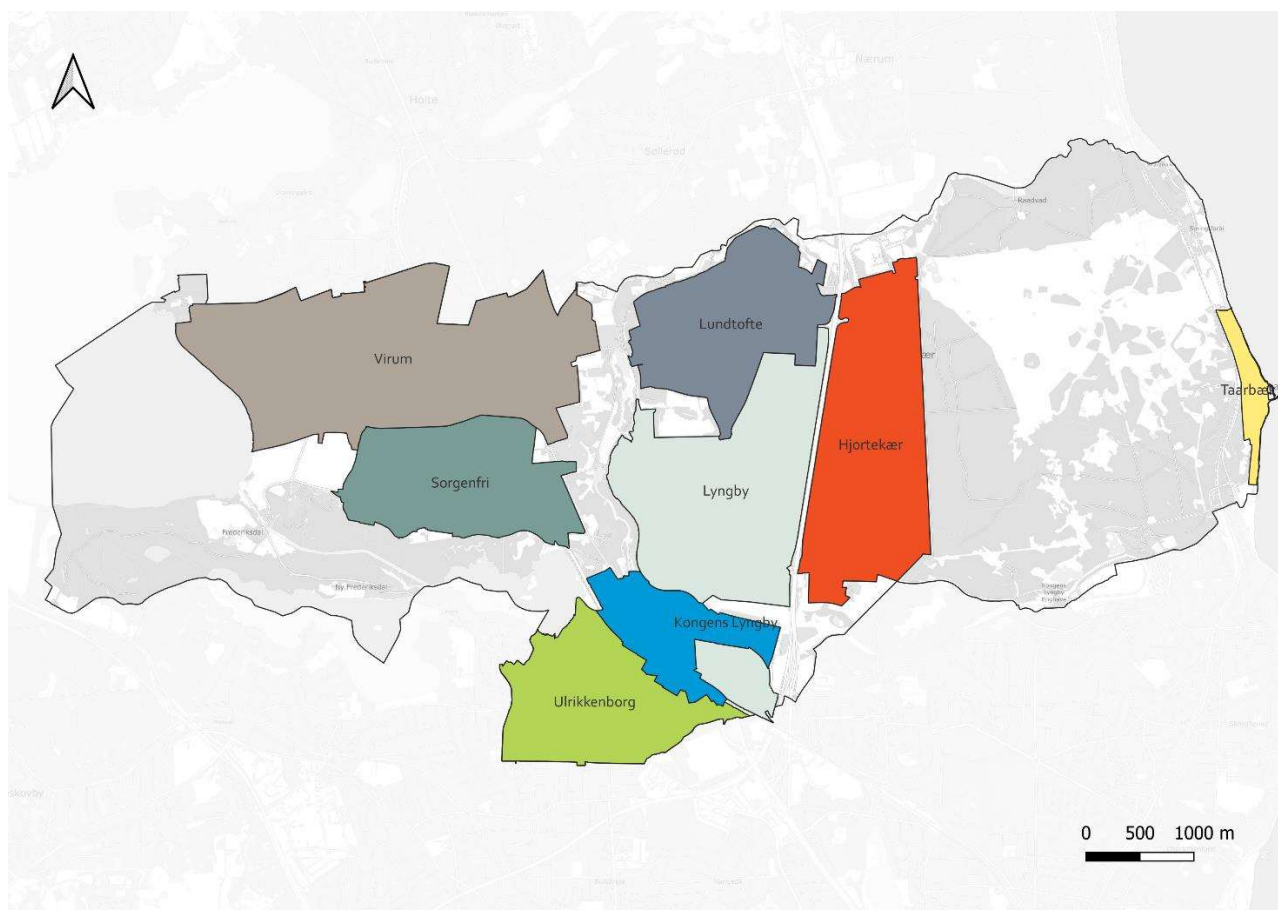
Alle omsætninger er eksklusiv eventuel e-handel og omfatter kun salg til private. Hermed vises alene omsætningen i de fysiske butikker i kommunen til private.

## 4.1 Geografisk opdeling

Geografisk er analyseresultaterne opdelt på otte bydele.

- > Kgs. Lyngby
- > Lyngby
- > Sorgenfri
- > Virum
- > Lundtofte
- > Ulrikkenborg
- > Hjortekær
- > Taarbæk

Figur 4.1 Den geografiske opdeling af Lyngby-Taarbæk Kommune i bydele



## 4.2 Antal butikker

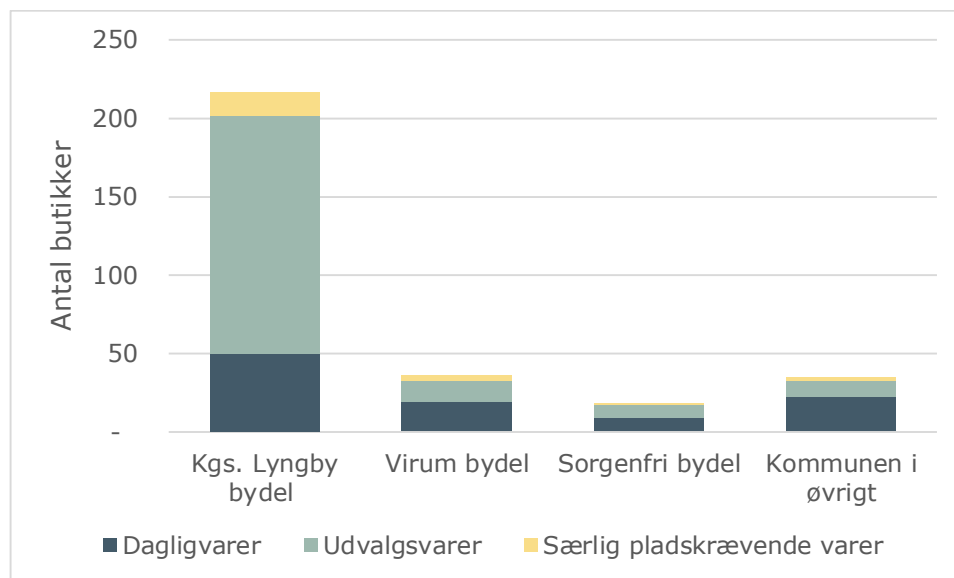
**Samlet set ligger der 305 butikker i Lyngby-Taarbæk Kommune, heraf udgør dagligvarebutikkerne 33 %, udvalgswarebutikkerne 60 % og de resterende 7 % er butikker med særlig pladskrævende varegrupper.**

70 % af butikkerne ligger i Kgs. Lyngby bymidte, som har 215 butikker, hvoraf udvalgswarebutikker udgør 71 %. Detailhandelen er koncentreret i Lyngby Storcenter og Lyngby Hovedgade samt i ankerbutikkerne Magasin og Fog Bolig & Designhus.

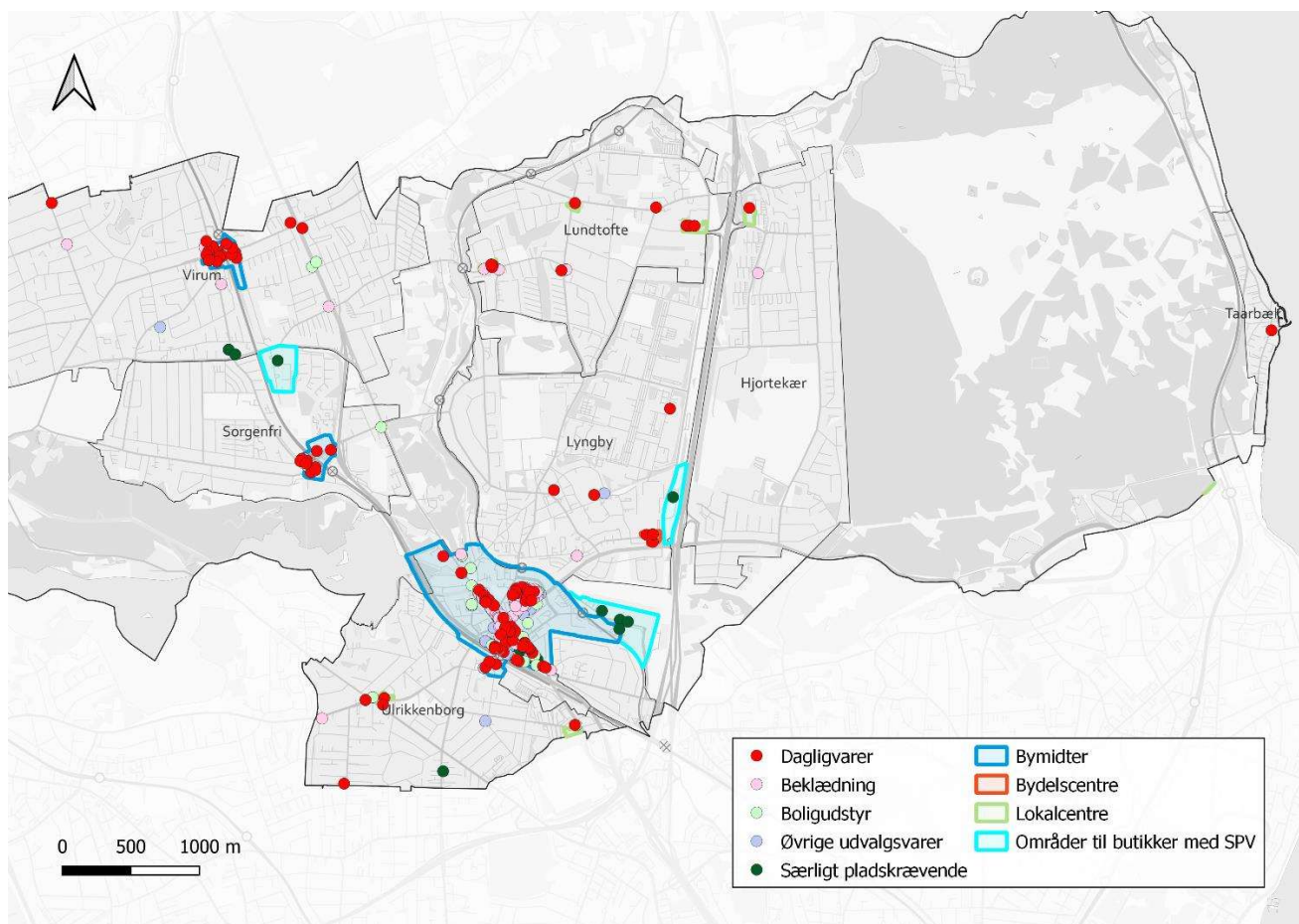
Tabel 4.1 Antal butikker 2022 fordelt på brancher og områder

Antal butikker	Daglig- varer	Ud- valgs- varer i alt	Beklæd- ning	Bolig- udstyr	Øvrige Ud- valgs- varer	Særligt plads- kræ- vende (SPV)	I alt	Andel af kommunens butikker %
<b>Kgs. Lyngby bymidte</b>	<b>50</b>	<b>152</b>	<b>64</b>	<b>36</b>	<b>52</b>	<b>12</b>	<b>214</b>	<b>70 %</b>
Kgs. Lyngby bydel iø.	-	-	-	-	-	3	3	1 %
<b>Kgs. Lyngby i alt</b>	<b>50</b>	<b>152</b>	<b>64</b>	<b>36</b>	<b>52</b>	<b>15</b>	<b>217</b>	<b>71 %</b>
Lyngbygårdsvej bydelsc.	3	-	-	-	-	-	3	1 %
Lyngby bydel iø.	3	4	2	1	1	1	11	3 %
<b>Lyngby i alt</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>4 %</b>
Sorgenfri bymidte	9	6	1	2	3	-	15	5 %
Sorgenfri bydel iø.	-	2	1	1	-	1	3	1 %
<b>Sorgenfri i alt</b>	<b>9</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>18</b>	<b>6 %</b>
Virum bymidte	16	10	4	2	4	-	26	8 %
Virum bydel iø.	3	4	1	2	1	2	10	3 %
<b>Virum i alt</b>	<b>19</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>36</b>	<b>11 %</b>
Brede lokalc.	3	2	2	-	-	-	5	2 %
Lundtofteparken lokalc.	3	-	-	-	-	-	3	1 %
Ørholm lokalc.	1	-	-	-	-	-	1	<1 %
Lundtofte bydel iø.	2	1	1	-	-	-	3	1 %
<b>Lundtofte i alt</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>12</b>	<b>4 %</b>
Christian X's Alle lokalc.	1	-	-	-	-	-	1	<1 %
Engelsborgvej lokalc.	1	-	-	-	-	-	1	<1 %
Ulrikkenborg bydel iø.	3	2	1	2	-	1	7	2 %
<b>Ulrikkenborg i alt</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>3 %</b>
Eremitageparken lokalc.	1	-	-	-	-	-	1	<1 %
Hjortekær bydel iø.	-	1	1	-	-	-	1	<1 %
<b>Hjortekær i alt</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2</b>	<b>1 %</b>
<b>Taarbæk i alt</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>&lt;1 %</b>
<b>Kommunen i alt</b>	<b>100</b>	<b>185</b>	<b>78</b>	<b>46</b>	<b>61</b>	<b>20</b>	<b>305</b>	<b>100%</b>

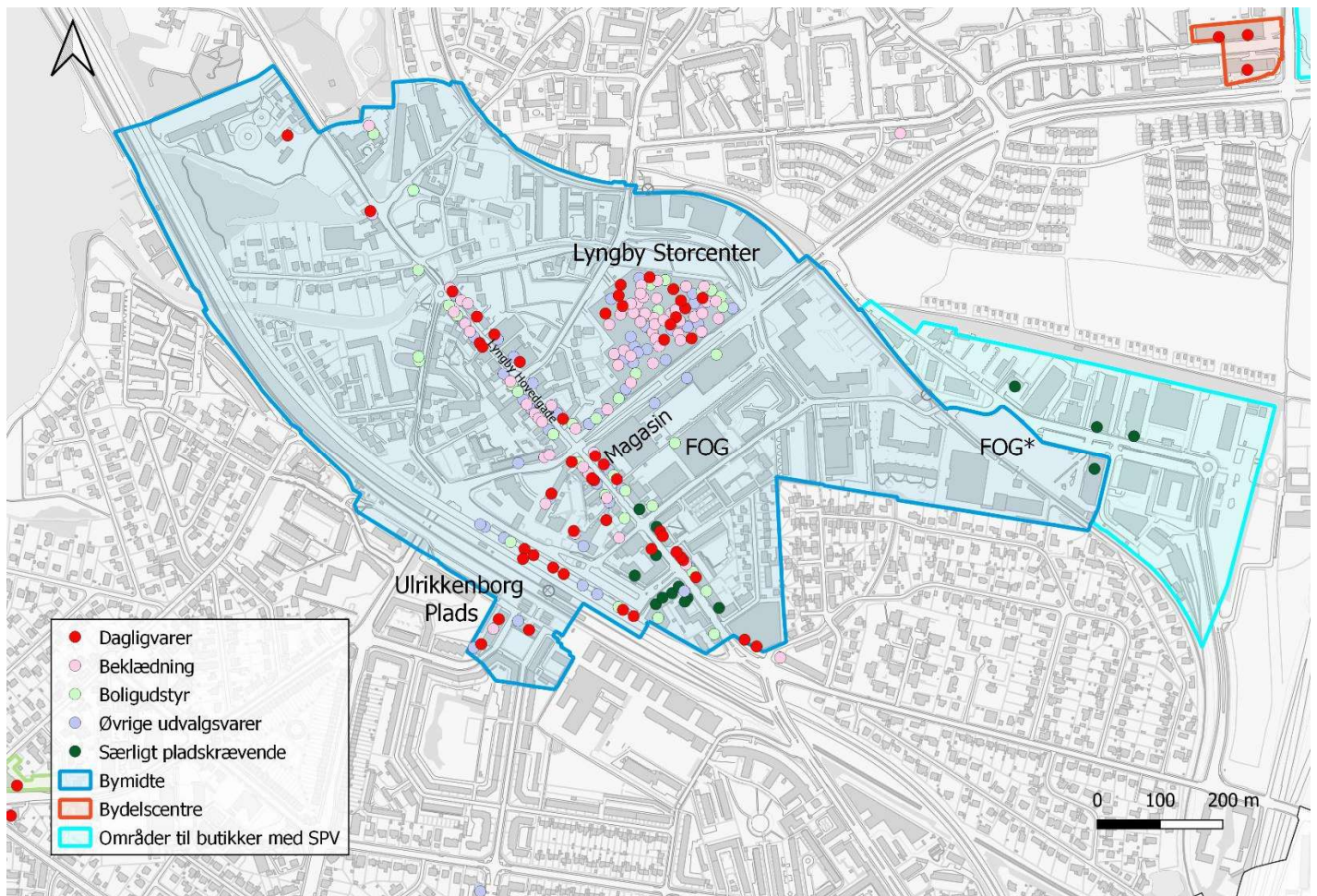
Figur 4.2 Antal butikker i bydelene Kgs. Lyngby, Virum, Sorgenfri og kommunen i øvrigt



Figur 4.3 Placering af samtlige detailhandelsbutikker i Lyngby-Taarbæk Kommune



Figur 4.4 Placering af detailhandelsbutikkerne i Kgs. Lyngby bymidte



\* Fog Trælast & Byggecenter

### Kgs. Lyngby bymidte

Kgs. Lyngby bymidte er med 214 butikker det største udbudspunkt i kommunen. Her ligger 70 % af det samlede antal butikker i Lyngby-Taarbæk Kommune. I Kgs. Lyngby ligger der især mange udvalgswarebutikker, svarende til 82 % af det samlede antal udvalgswarebutikker i kommunen.

Ud af de 152 udvalgswarebutikker i Kgs. Lyngby bymidte udgør beklædningsbutikker 42 %, boligudstørsbutikker 24 % og butikker med øvrige udvalgsvarer 34 %.

Butikkerne i Kgs. Lyngby bymidte er koncentreret i Lyngby Storcenter samt i Lyngby Hovedgade og på Klampenborgvej. Kombinationen af shoppingcentret Lyngby Storcenter, stormagasinet Magasin, Fog Bolig & Designhus og bygge marked på Nørgaardsvej samt butikkerne på Lyngby Hovedgade giver Kgs. Lyngby et bredt og varieret udvalg af både dagligvare- og udvalgswarebutikker og er et særkende ved Kgs. Lyngby bymidte. Herudover ligger Fog Trælast & Byggecenter (Firskovvej 14-20) inden for bymidteafgrænsningen.

### **Kgs. Lyngby bydel i øvrigt**

I Kgs. Lyngby bydel i øvrigt ligger på Firskovvej 3 butikker med særligt pladskrævende varegrupper, som alle er bilforhandlere.

### **Lyngby bydel**

I Lyngby bydel ligger i alt 6 dagligvarebutikker, 4 udvalgswarebutikker og 4 butikker med særligt pladskrævende varer.

Det største udbudspunkt er bydelscenter Lyngbygårdsvej. Her ligger supermarkedet SuperBrugsen, discountbutikken Netto samt en tankstation.

Herudover ligger der bilforhandler ved Lundtoftegårdsvej med synlighed fra Lyngby motorvejen.

### **Virum bydel**

I Virum bymidte findes i alt 26 butikker, heraf er 16 dagligvarebutikker og 10 udvalgswarebutikker. Her er de største dagligvarebutikker supermarkedet Meny, Føtex Food samt discountbutikkerne Rema1000 og Fakta. Herudover ligger en række dagligvarespecialbutikker blandt andet apotek, blomster, materialist, vin og chokolade samt udvalgswarebutikker som optiker, farvehandel, cykler og genbrugsbutikker.

I Virum bydel i øvrigt ligger supermarkedet LokalBrugsen på Parcelvej samt enkelte udvalgswarebutikker langs Kongevejen samt 2 bilforhandlere i krydset Grønnevej og Virumvej.

### **Sorgenfri bydel**

Sorgenfri bymidte har 15 butikker, heraf er 9 dagligvarebutikker og 6 udvalgswarebutikker. Her er de største dagligvarebutikker supermarkedet Irma og discountbutikkerne Lidl og Netto. Derudover ligger der en række dagligvarespecialbutikker i form af apotek, bager, fiskehandel, blomster, vinhandel og tankstation. Herudover ligger en cykelhandel, optiker, boghandler, et par forhandlere med gaveartikler og en dametøjsbutik.

I Sorgenfri bydel i øvrigt ligger et par udvalgswarebutikker langs Kongevejen. Herudover ligger en bilforhandler på Virumgårdsvej.

### **Lundtofte bydel**

I Lundtofte bydel ligger i alt 9 dagligvarebutikker og 3 udvalgswarebutikker.

I Brede lokalcenter ligger i alt 5 butikker. Her ligger discountbutikken Netto, en slagter, en kiosk, en genbrugsbutik samt en garnbutik. Herudover ligger enkelte servicefunktioner.

I Lundtofteparken lokalcenter ligger 3 dagligvarebutikker. Her ligger discountbutikken Aldi samt en bager og en kiosk. Aldi i Lundtofteparken har et bruttoareal

på 500 m<sup>2</sup>, hvilket er markant mindre end tidsvarende discountbutikker på 1.200 m<sup>2</sup>.

Derudover ligger supermarkedet DagliBrugsen i Ørholm lokalcenter.

I Lundtofte bydel i øvrigt ligger enkelte detailhandelsbutikker på Kulsviervej samt et blomsterværksted med salg på Lundtoftevej.

### Ulrikkenborg bydel

Ulrikkenborg bydel har 9 butikker, heraf er 5 dagligvarebutikker, 3 udvalgsvarer-butikker samt en forhandler af køkkener.

I lokalcenter Christian X's Alle ligger discountbutikken Lidl, mens discountbutikken Netto ligger i lokalcenter Engelsborgvej. Derudover ligger supermarkedet Irma ved Stengårds Alle.

### Hjortekær bydel

I Hjortekær bydel er i alt 2 butikker. Discountbutikken Netto ligger i Eremitageparkens lokalcenter og en livsstilsbutik med specialiteter, tøj- og boligudstyr samt café på Bjælkevangen.

### Taarbæk bydel

I Taarbæk bydel ligger en dagligvarebutik med kombineret kaffebar, herudover ligger et par butikslokaler med antikviteter, som dog ikke er medtaget i analysen, da de ikke er vurderet som detailhandel i planlovens forstand.

## 4.3 Attraktion

**Den gennemsnitlige attraktion for butikkerne i Lyngby-Taarbæk Kommune ligger over middel. Den gennemsnitlige attraktion er især høj i Kgs. Lyngby bymidte.**

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

I vurderingen er der bl.a. taget hensyn til kvaliteten og bredden i butikkens sortiment, butikkens størrelse i forhold til sortimentet og branchen, disponeringen af arealerne samt butikkens indretning og fremtoning – herunder skilte og facader.

Følgende skala er anvendt:

- > 5: Meget høj
- > 4: Høj
- > 3: Middel
- > 2: Lav
- > 1: Meget lav



Vurderingen skal derfor opfattes som en forbrugers bedømmelse af den enkelte butiks attraktion.

Af Tabel 4.2 fremgår den gennemsnitlige attraktionsværdi for butikkerne for henholdsvis dagligvarer og udvalgsvarer.

Tabel 4.2 Gennemsnitlig attraktion i Lyngby-Taarbæk Kommune 2022

Karakter 1-5	Dagligvarer	Udvalgsvarer	I alt
Kgs. Lyngby bymidte	3,4	3,6	3,6
Sorgenfri bymidte	3,1	2,8	2,8
Virum bymidte	3,3	2,4	2,0
Bydelscentre og lokalcentre	3,8	2,0	3,4
Kommunen i øvrigt	3,1	2,9	3,0
<b>Kommunen i alt</b>	<b>3,4</b>	<b>3,4</b>	<b>3,4</b>

Som det ses af tabellen, ligger den gennemsnitlige attraktion lidt over middel for dagligvarebutikkerne og udvalgsvarebutikkerne, når kommunen betragtes under et. Det fremgår dog også, at der er stor forskel de enkelte områder og brancher imellem. Således ligger attraktionen for udvalgsvarebutikkerne væsentligt højere i Kgs. Lyngby bymidte i forhold til de øvrige områder i Lyngby-Taarbæk kommune.

Den samlede gennemsnitlig attraktion i udvalgsvarebutikkerne ligger ligeledes højt i de store regionale udbudspunkter som f.eks. Københavns City, Rødovre Centrum, Field's, Fisketorvet og Hillerød bymidte, mens de gennemsnitlige attraktioner typisk er lavere i de mindre bymidter som Birkerød og Holte.

Det ses også i tabellen, at dagligvarebutikkerne i Lyngby-Taarbæk Kommune har en gennemsnitattraktion omkring middel og lidt over middel i hele kommunen. I både bydelscentre og lokalcentrene er den gennemsnitlige attraktion for dagligvarer relativ høj, hvilket især skyldes enkelte store dagligvarebutikker. I Kgs. Lyngby er et stort udbud af alle typer af dagligvarebutikker, og i Virum bymidte er ligeledes er bredere udbud af dagligvarebutikker samtidig med der er et stort udbud af attraktive supermarkeder og discountbutikker.

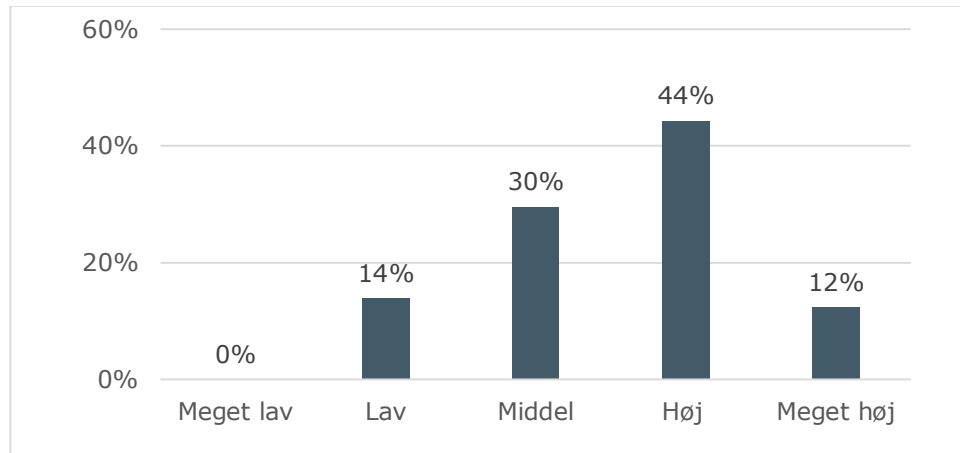
I Figur 4.5 til Figur 4.7 ses spredningen i attraktionerne for hhv. butikkerne og servicefunktionerne i Kgs. Lyngby og kommunen i øvrigt.

I Kgs. Lyngby har 56 % af butikkerne en attraktion, som er vurderet til at være enten høj eller meget høj. Til sammenligning vurderes 30 % af servicefunktionerne i Kgs. Lyngby at have en attraktion, der er enten høj eller meget høj.

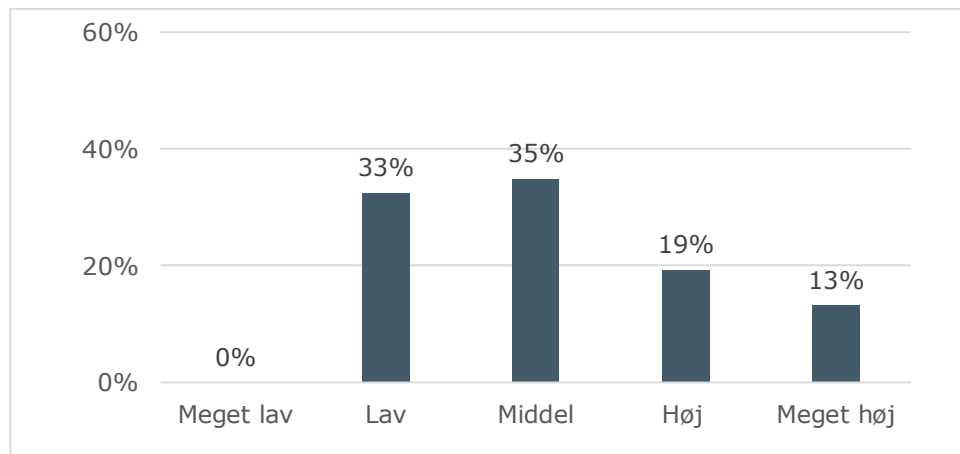
I kommunen i øvrigt har 32 % af butikkerne i kommunen i øvrigt en attraktion, som er vurderet til at være enten høj eller meget høj.

Samlet set har halvdelen af butikkerne i Lyngby-Taarbæk kommune i alt en enten høj eller meget høj attraktion. Omvendt har 19 % en lav attraktion og der er ingen butikker i kommunen med en meget lav attraktion.

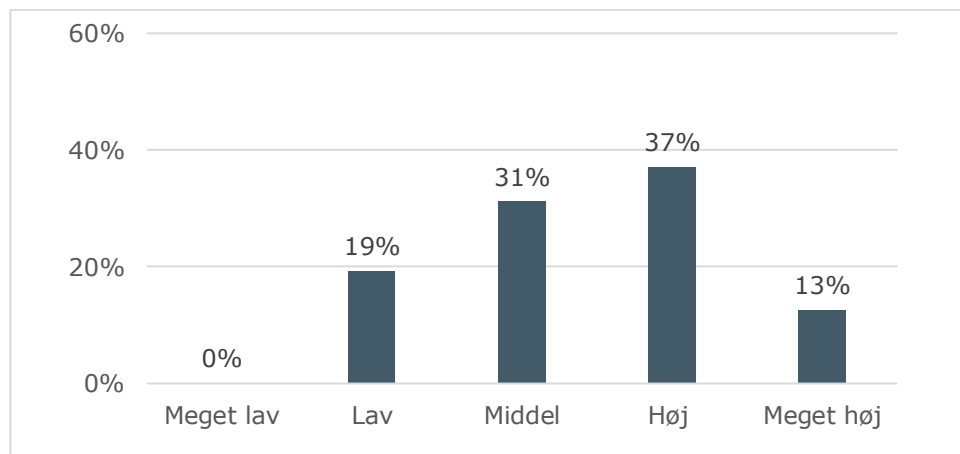
Figur 4.5 Spredning i attraktionen for detailhandelsbutikkerne i Kgs. Lyngby bymidte



Figur 4.6 Spredning i attraktionen for detailhandelsbutikkerne kommunen i øvrigt



Figur 4.7 Spredning i attraktionen for detailhandelsbutikkerne i alt i Lyngby-Taarbæk Kommune



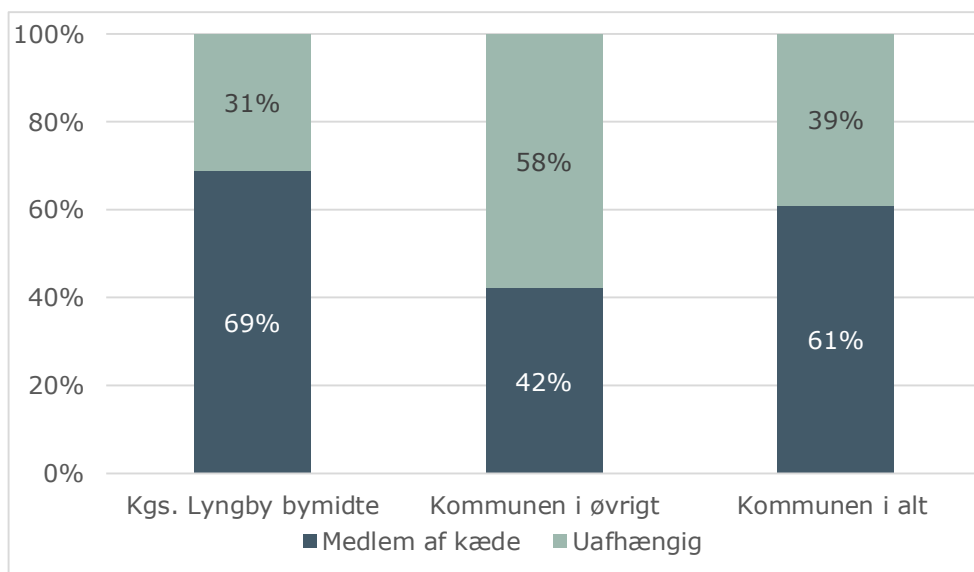
## 4.4 Kædetilknytning

**Andelen af butikker i Lyngby-Taarbæk indenfor kædesamarbejde er ca. 61%, således ligger der et stort udvalg af kædebutikker. Tilstedeværelsen af kædebutikker er til dels afgørende ift. at afholde forbrugere fra at køre andre steder eller fra at handle på nettet.**

Antallet af butikker med tilknytning til kapitalkæder eller en frivillig kæde er normalt udtryk for butiksbestandens samlede attraktion og styrke i oplandet. Kædebutikkerne appellerer til en bredere forbrugerskare og tiltrækker normalt kunder fra et større opland end de uafhængige butikker.

Samtidig er det også vigtigt for byen, at de forholdsvis ensartede kædebutikker suppleres af butikker udenfor kædesamarbejde, som bidrager til variation og specialisering i butiksudbuddet, til uventede oplevelser og giver handelsbyen identitet. Mens kæderne typisk har et større udvalg og mere fleksible bytteordninger, er de selvstændige forretningsdrivende ofte bedre til at tilpasse forretningen til lokale forhold.

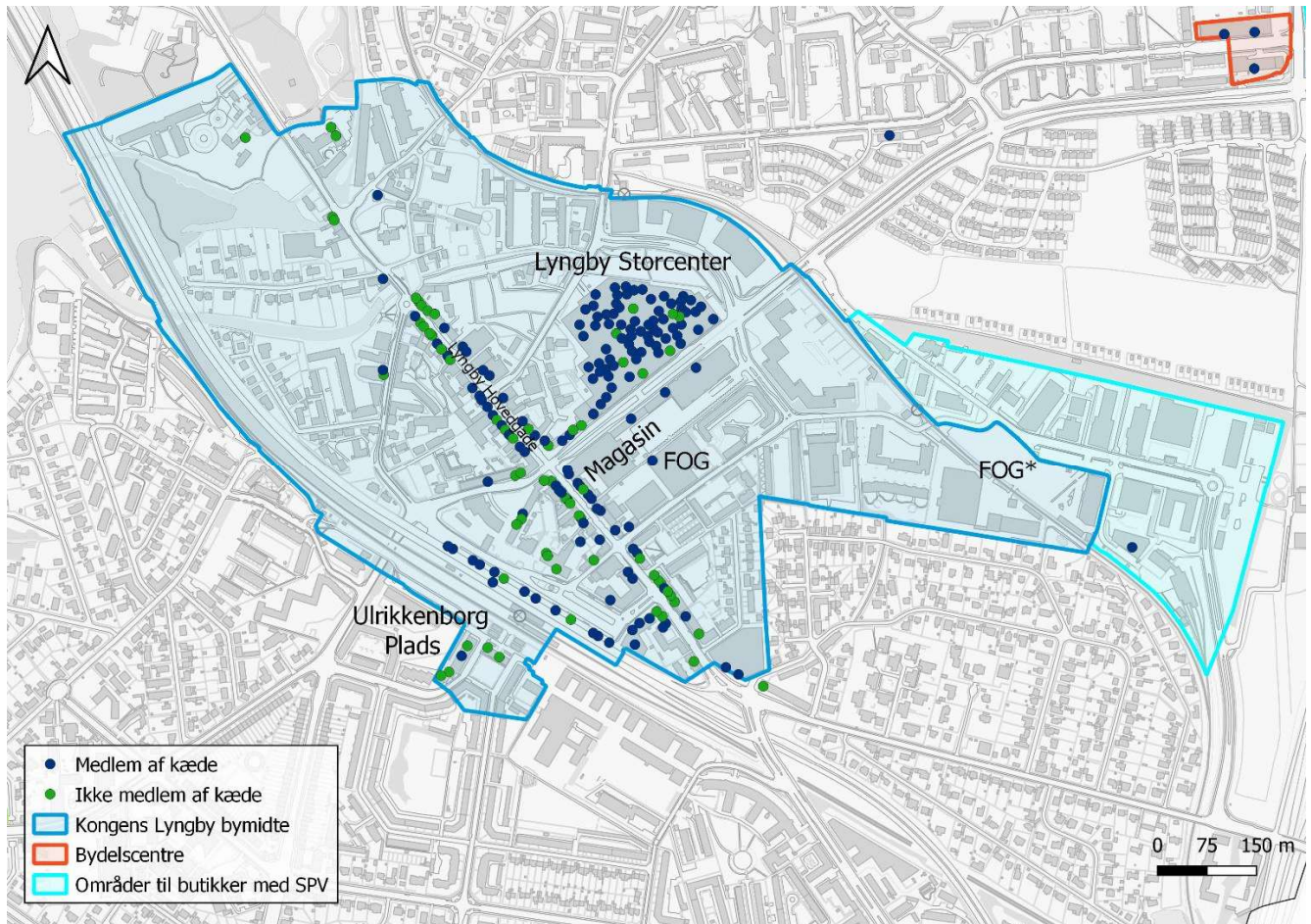
Figur 4.8 Kædeandelen i Lyngby-Taarbæk Kommune 2022



I Kgs. Lyngby bymidte er kædeandelen 69 %, mens kædeandelen er 42 % i kommunen i øvrigt. Kædeandelen i Kgs. Lyngby er relativt høj sammenlignet med andre handelsbyer. I Hørsholm bymidte er kædeandelen 65 %, i Frederiksberg bymidte er kædeandelen 44 % og i Herlev bymidte er kædeandelen 61 %. I Herlev udgør shoppingcentret BIG med de store udvalgswarebutikker en væsentlig del af udbuddet.

Kædebutikkerne i Kgs. Lyngby bymidte er primært koncentreret i Lyngby Storcener samt den centrale del af Lyngby Hovedgade og Klampenborgvej. I de yderste dele af Lyngby Hovedgade og Ulrikkenborg Plads er kædeandelen lavere, jf. Figur 4.9

Figur 4.9 Placeringen af kædebutikkerne i Kgs. Lyngby bymidte



\* Fog Træløst & Byggecenter

Foto 4.1 COS og &amp;OtherStories er internationale koncepter i Lyngby Storcenter



## 4.5 Bruttoarealer

**Det samlede areal til detailhandel i Lyngby-Taarbæk Kommune er ca. 174.600 m<sup>2</sup>. 68 % af bruttoarealet til butikkerne ligger i Kgs. Lyngby bymidte, 6 % i Virum bymidte og 4 % i Sorgenfri bymidte.**

### ANVENDT METODE

Bruttoarealet for samtlige aktive butikker i Lyngby-Taarbæk kommune er opgjort. Enkelte butikslejemål kan periodevis stå tomme eller være under ombygning og medtages ikke i bruttoarealet i analysen.

Oplysninger om arealet er indsamlet direkte fra den forretningsdrivende, ved vurdering under besigtigelsen eller ved opslag i BBR.

Bruttoarealet er defineret som det samlede areal, der hører til butikken, hvilket vil sige salgsareal og eventuelle kontorer, lager- og personalerum.

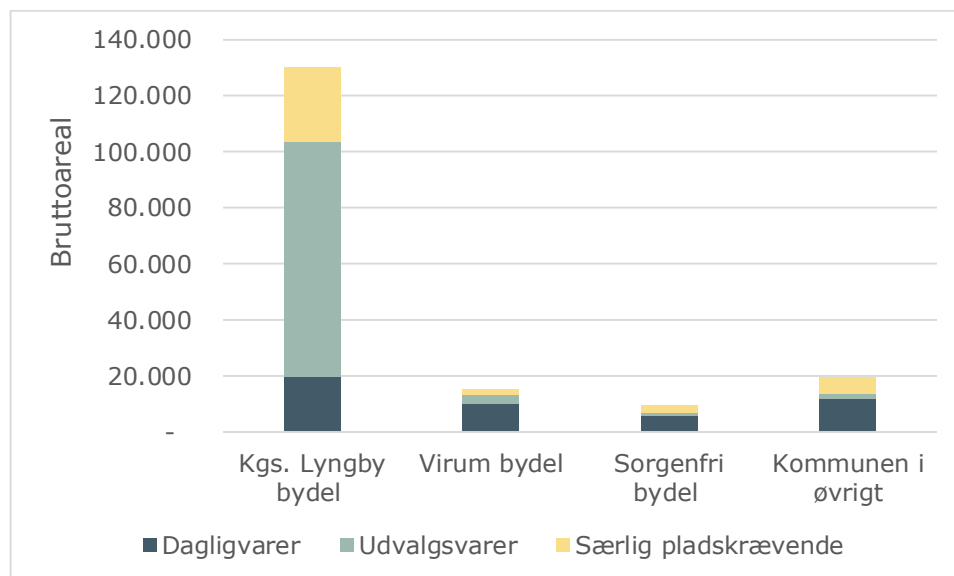
Bruttoarealerne er opgjort efter butikkens hovedbranche, det vil sige, at for eksempel i dagligvarebutikker med aktiviteter inden for flere branchekategorier bliver bruttoarealet henvist til hovedbranchen dagligvarer.

Kortlægningen er udtryk for et øjebliksbillede, og det anbefales, at der ved f.eks. lokalplanlægning for detailhandel gennemføres en opdatering. Ved planlægning skal der desuden også tages højde for udlagte, men ikke udnyttede byggeretter.

Tabel 4.3 Bruttoareal primo 2022 i m<sup>2</sup>

I m <sup>2</sup>	Daglig- varer	Ud- valgs- varer i alt	Beklæd- ning	Boligud- styr	Øvrige Ud- valgs- varer	Særligt plads- kræ- vende (SPV)	I alt	Andel %
<b>Kgs. Lyngby bymidte</b>	<b>19.700</b>	<b>84.000</b>	<b>39.500</b>	<b>31.100</b>	<b>13.400</b>	<b>15.400</b>	<b>119.100</b>	<b>68 %</b>
Kgs. Lyngby bydel iø.	-	-	-	-	-	11.200	11.200	6 %
<b>Kgs. Lyngby i alt</b>	<b>19.700</b>	<b>84.000</b>	<b>39.500</b>	<b>31.100</b>	<b>13.400</b>	<b>26.600</b>	<b>130.300</b>	<b>75 %</b>
Lyngbygårdsvej bydelsc.	3.300	-	-	-	-	-	3.300	2 %
Lyngby bydel iø.	700	700	400	200	100	6.000	7.400	4 %
<b>Lyngby i alt</b>	<b>4.000</b>	<b>700</b>	<b>400</b>	<b>200</b>	<b>100</b>	<b>17.200</b>	<b>10.700</b>	<b>6 %</b>
Sorgenfri bymidte	5.600	1.200	300	200	700	-	6.800	4 %
Sorgenfri bydel iø.	-	300	200	100	-	2.400	2.700	2 %
<b>Sorgenfri i alt</b>	<b>5.600</b>	<b>1.500</b>	<b>500</b>	<b>300</b>	<b>700</b>	<b>2.400</b>	<b>9.500</b>	<b>5 %</b>
Virum bymidte	8.900	1.500	800	200	500	-	10.400	6 %
Virum bydel iø.	1.000	1.900	100	1.700	100	1.800	5.200	3 %
<b>Virum i alt</b>	<b>9.900</b>	<b>3.400</b>	<b>900</b>	<b>1.900</b>	<b>600</b>	<b>1.800</b>	<b>15.100</b>	<b>9 %</b>
Brede lokalc.	1.000	300	300	-	-	-	1.300	1 %
Lundtofteparken lokalc.	900	-	-	-	-	-	900	1 %
Ørholm lokalc.	1.000	-	-	-	-	-	1.000	1 %
Lundtofte bydel iø.	200	100	100	-	-	-	300	< 1%
<b>Lundtofte i alt</b>	<b>3.100</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>3.500</b>	<b>2 %</b>
Christian X's Alle lokalc.	1.100	-	-	-	-	-	1.100	1 %
Engelsborgvej lokalc.	1.000	-	-	-	-	-	1.500	1 %
Ulrikkenborg bydel iø.	1.100	500	100	400	-	100	1.600	1 %
<b>Ulrikkenborg i alt</b>	<b>3.200</b>	<b>500</b>	<b>100</b>	<b>400</b>	<b>-</b>	<b>100</b>	<b>3.800</b>	<b>2 %</b>
Eremitageparken lokalc.	1.200	-	-	-	-	-	1.200	1 %
Hjortekær bydel iø.	-	400	400	-	-	-	400	< 1%
<b>Hjortekær i alt</b>	<b>1.200</b>	<b>400</b>	<b>400</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1.600</b>	<b>1 %</b>
<b>Taarbæk i alt</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100</b>	<b>&lt; 1%</b>
<b>Kommunen i alt</b>	<b>46.800</b>	<b>90.900</b>	<b>42.200</b>	<b>33.900</b>	<b>14.800</b>	<b>36.900</b>	<b>174.600</b>	<b>100%</b>

Figur 4.10 Bruttoareal i bydelene Kgs. Lyngby, Virum, Sorgenfri og kommunen i øvrigt



### Kgs. Lyngby

Koncentrationen af butikker i Kgs. Lyngby kommer til udtryk i fordelingen af bruttoarealet i Lyngby-Taarbæk Kommune. Således er det samlede bruttoareal til detailhandel i Kgs. Lyngby bymidte 119.100 m<sup>2</sup> og udgør 68 % af det samlede bruttoareal til detailhandel i hele kommunen. Især udvalgsvarebutikkerne udgør en stor andel af bruttoarealet i Kgs. Lyngby ca. 84.000 m<sup>2</sup>, hvilket svarer til 93 % af kommunens samlede bruttoareal til udvalgsvarer.

På Firskovvej er i alt 11.200 m<sup>2</sup> bruttoareal til særligt pladskrævende varer.

### Virum

Virum bymidte har et samlet bruttoareal til detailhandel på 10.400 m<sup>2</sup>. Heraf udgør dagligvarebutikkerne 86 % af bruttoarealet.

I Virum bydel i alt er et samlet bruttoareal på 15.100 m<sup>2</sup>.

### Sorgenfri

Sorgenfri bymidte har 6.800 m<sup>2</sup> bruttoareal til detailhandel, hvoraf dagligvarebutikkerne udgør 82 % af bruttoarealet.

I Sorgenfri bydel i alt er et samlet bruttoareal på 9.500 m<sup>2</sup>.

### Kommunen i øvrigt

I de øvrige bydele i kommunen i øvrigt udgør bruttoarealet 19.700 m<sup>2</sup> heraf udgør bruttoarealet til dagligvarebutikker 59 %, udvalgsvarebutikker 10 % og butikker med særligt pladskrævende varegrupper 31 %.

## 4.6 Omsætning

**Detailhandlen i Lyngby-Taarbæk Kommune omsatte for godt 4.413 mio. kr. i 2021. Dagligvareomsætningen var ca. 1.941 mio. kr., mens udvalgsvareomsætningen var ca. 2.473 mio. kr. Omsætningen i Kgs. Lyngby udgjorde 74 % af detailhandelsomsætning hele i kommunen.**

### ANVENDT METODE

Tal for butikernes omsætning i 2021 er indhentet ved direkte henvendelse til de enkelte butiksdrevende. 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 brændstofs salg hos tankstationer med kiosker, receptpligtig medicin på apoteker, elinstallatørers servicearbejde mv. give fejlagtig stor omsætning i butikkerne.

Omsætningen i butikker med særligt pladskrævende varegrupper, eksklusive forhandlere af motorkøretøjer, indgår i udvalgsvareomsætningen.

Af anonymitetshensyn er det ikke muligt at vise omsætningstallene for alle områder.

Omsætningen i 2021 i Lyngby-Taarbæk Kommune var påvirket af, at alle udvalgsvarebutikker, restauranter og servicefunktioner i hele Danmark var tvangslukket på grund af Corona fra den 23. december 2020 til den 15. marts 2021, hvor de mindre udvalgsvarebutikker i gågader og uden overdækning måtte åbne igen. Serviceerhverv måtte først åbne 6. april 2021.

Shoppingcentre, stormagasiner og store udvalgsvarebutikker så som Lyngby Storcenter og Magasin havde strengere regler, da de blev tvangslukket med få timers varsel den 17. december 2020 og først åbnede den 21. april 2021.

Dette har en klar betydning for omsætningen i 2021 i Lyngby-Taarbæk Kommune. Den generelle dagligvareomsætning i Danmark steg som en konsekvens af corona-krisen, hvilket uddybes i afsnit 9 Generelle udviklingstendenser side 91, mens en væsentlig del af udvalgsvareomsætningen blev flyttet til e-handel.

Herudover var der markant ændrede forbrugsmønstre i både 2020 og 2021 både på grund af forsamlingsforbud, mere hjemmearbejde og forbud mod rejser og fester. Nogle brancher oplevede en øget omsætning så som fritid og sportsudstyr og ikke mindst boligindretning og byggematerialer som maling, køkkener, møbler etc. Derimod faldt tøjsalget især af festtøj og kontortøj, mens salget af hygetøj og joggingbukser steg.



Tabel 4.4 Detailhandelsomsætning i Lyngby-Taarbæk Kommune 2021 (mio. kr.)

I mio. kr.	Dagligvarer	Udvalgsvarer	I alt
Kgs. Lyngby bymidte	833	2.412	3.245
Virum/Sorgenfri bydele*	580	61	1.168
Kommunen i øvrigt*	528		
<b>Kommunen i alt</b>	<b>1.941</b>	<b>2.473</b>	<b>4.413</b>

\*kan ikke vises for de enkelte bydele grundet anonymitetshensyn

Den samlede detailhandelsomsætning i Lyngby-Taarbæk Kommune var 4.413 mio. kr. incl. moms i 2021, heraf udgjorde dagligvareomsætningen 44 %.

I Kgs. Lyngby bymidte var den samlede omsætning 3.245 mio. kr., svarende til knap 74 % af den samlede omsætning i kommunen. Udvalgsvareomsætningen i Kgs. Lyngby var 2.412 mio. kr. og udgjorde godt 74 % af den samlede omsætning i bymidten.

Den samlede udvalgsvareomsætning i kommunen i øvrigt var 61 mio. kr. i 2021.

Den samlede dagligvareomsætning i Virum og Sorgenfri bydele var 580 mio. kr. i 2021, hvilket udgjorde 30 % af den samlede dagligvareomsætning i kommunen. Dagligvareomsætningen i kommunen i øvrigt var 528 mio. kr., hvilket udgjorde 27 % af den samlede dagligvareomsætning i kommunen.

Grundet anonymitetshensyn er det ikke muligt at vise omsætningerne for de enkelte bydele.

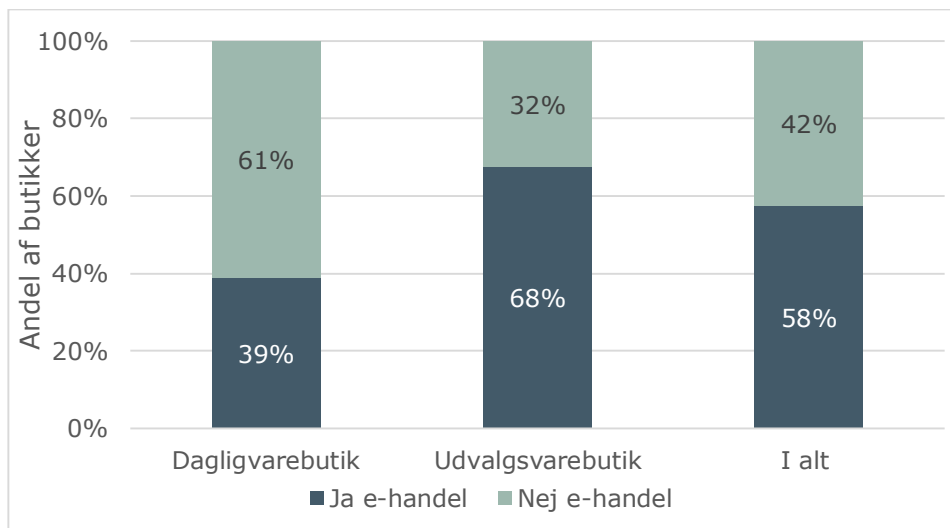
Foto 4.2 Stormagasinet Magasin



## 4.7 E-handel

COWI har herudover undersøgt, hvorvidt butikkerne har e-handel foruden den fysiske butik. Nedenstående viser udbredelsen af e-handelen blandt butikkerne i Lyngby-Taarbæk Kommune.

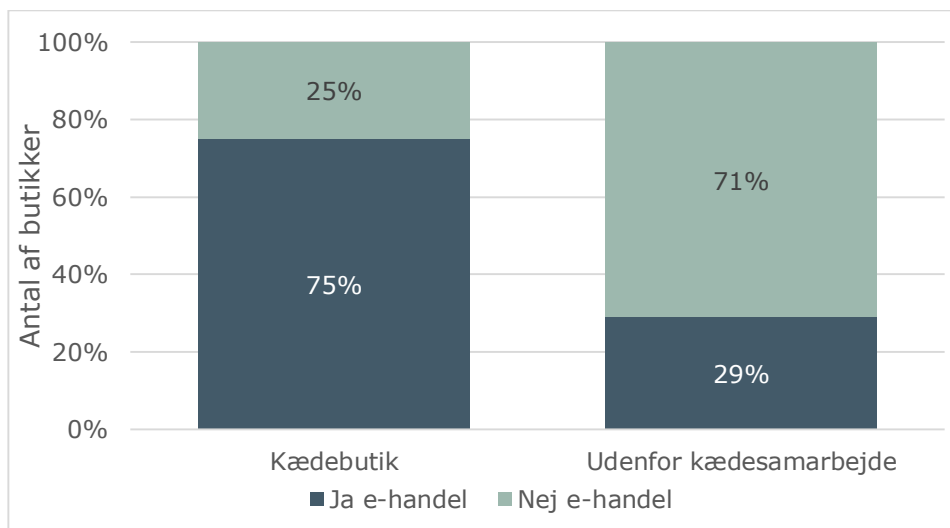
Figur 4.11 Andel af butikker med e-handel i Lyngby-Taarbæk Kommune fordelt på dagligvarer og udvalgsvarer



I alt har 58 % af butikkerne i Lyngby-Taarbæk Kommune e-handel tilknyttet den fysiske butik. Udbredelsen af e-handel er højere for udvalgsvarebutikkerne end for dagligvarebutikkerne. I alt har 68 % af udvalgsvarebutikkerne i kommunen e-handel tilknyttet den fysiske butik, mens 39 % af dagligvarebutikkerne kan tilbyde e-handel, fj. Figur 4.11.

Det er primært kædebutikkerne, der tilbyder e-handel. 75 % af kædebutikkerne i kommunen tilbyder e-handel, mens 29 % af butikkerne, som ikke er med i et kædesamarbejde, tilbyder e-handel, jf. Figur 4.12.

Figur 4.12 Andel af butikker med e-handel i Lyngby-Taarbæk Kommune fordelt på kædebutikker og udenfor kædesamarbejde



## 4.8 Særligt pladskrævende butikker

I Lyngby-Taarbæk Kommune er i alt 20 butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper.

Særligt pladskrævende varer er defineret som butikker, der forhandler planter, biler, campingvogne, lystbåde, køkkener samt bygge- og trælastartikler til private. Møbelbutikker er omvendt defineret som boligudstyr.

For at indgå i denne detailhandelsanalyse skal forhandlere af biler, både og campingvogne have et egentligt udstillingslokale. Møbelbutikker er defineret som boligudstyr.

Der er i alt et byggemarked/trælasthandel, 7 bilforhandlere og 12 køkkenforhandlere i kommunen med et samlet bruttoareal på 36.900 m<sup>2</sup>.

Tabel 4.5 Særligt pladskrævende butikker fordelt på antal og bruttoareal

	Antal	Bruttoareal i m <sup>2</sup>
Bilforhandlere m. salgslokale	7	21.400
Byggemarkeder inkl. trælast, byggeart	1	11.200
Køkkenforhandlere	12	4.300
<b>Kommunen i alt</b>	<b>20</b>	<b>36.900</b>

## 5 Kundevedte servicefunktioner i Kgs. Lyngby bymidte og bidrag til bylivet

### ANVENDT METODE

I forbindelse med rekognosceringen af butikkerne i Kgs. Lyngby bymidte er antallet af kundevedte servicefunktioner i Kgs. Lyngby bymidte opgjort, ligesom de enkelte funktioners attraktionsværdi og facadeattraktion i forhold til forbrugerne er blevet vurderet.

De kundevedte servicefunktioner er opdelt i hovedbrancherne: Spisesteder (restaurant, caféer, bar, take away mv.), finansiel (pengeinstitutter, ejendomsmægler mv.), skønhed og sundhed (frisører, skønhed, massage, høreklub, læger mv.), underholdning (biograf, bibliotek, museum mv.) samt anden service (bedemand, vaskeri, renseri, køreskole mv.).

Samtlige kundevedte servicefunktioner er noteret i stueplan, da de er en vigtig del af det samlede udbud og bidrag til bylivet i Kgs. Lyngby bymidte.

Herudover er tomme lokaler i stueplan registreret.

Udover butikkerne er de kundevedte servicefunktioner også vigtige dele af det kommercielle byliv. Servicefunktionerne består af erhverv som frisører, saloner mv. indenfor personlig pleje samt restauranter, caféer mv., der i høj grad fungerer på samme vilkår som detailhandlen. Serviceerhvervene består også af erhverv som f.eks. banker og læger, der i højere grad har karakter af gøremål, men som sikrer en kundestrøm og er vigtige for udbuddets bredde.

Tidligere var der en tendens til, at pengeinstitutter i kraft af deres huslejevne optog mange centrale placeringer i en bymidte. Pengeinstitutterne er ofte karakteriseret ved at have forholdsvis kedelige facader, som ikke bidrager meget til bylivet, hvorfor mange kommuner har planlagt for at begrænse antallet af pengeinstitutter i en bymidte. De senere års nedlukning af mange af pengeinstitutternes filialer har dog ændret en del på dette forhold.

Det kan ikke udelukkes, at andre typer af servicefunktioner som f.eks. forskellige typer af behandlere, som ofte skærmer for indblik i deres lokaler, vil vokse i antal i de kommende år. Det kan medføre et ønske om at begrænse udbredelsen af servicefunktioner, som er karakteriseret ved "døde" facader, som ikke bidrager til bylivet.

I nedenstående analyse er fokuseret på kundevedte funktioner i stueplan, da de er påvirkende og bidrager til bylivet.

Herudover kan der være enkelte kundevedte funktioner i en bymidte på 1. sal, som også bidrager positivt til kundestrømmen i Kgs. Lyngby. Men de er forholdsvis anonyme i bybilledet. Herudover er hovedparten af funktionerne på 1. sal oftest funktioner, der kræver tidsbestilling eller et specifikt ærinde typisk

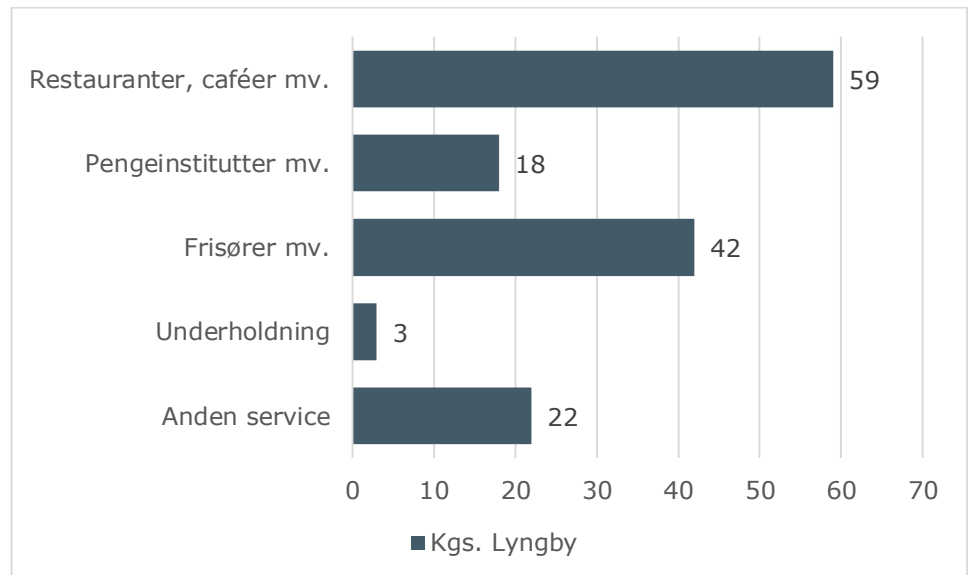
sundhedsfunktioner som tandlæger, læge mv. Enkelte funktioner på 1. sal eller i gårdene kan have skiltning i form af sandwichskilte på gaden, som er en hjælp for kunderne, men også kan virke forstyrrende i gadebilledet.

### 5.1 Antal kundevedte servicefunktioner i Kgs. Lyngby bymidte

**De kundevedte servicefunktioner udgør ca. 40 % af det samlede antal funktioner i Kgs. Lyngby bymidte i stueetagen.**

De forskellige kundevedte serviceerhverv er opgjort for Kgs. Lyngby bymidte

Figur 5.1 Antal servicefunktioner i Kgs. Lyngby bymidte



Der ligger 144 kundevedte servicefunktioner i Kgs. Lyngby og udgør en stor del af bybilledet. Servicefunktionerne udgøres af 41 % spisesteder, 30 % er frisører og anden skønhed/sundhed og 12 % er pengeinstitutter, ejendomsmægler mv. Blandt de kulturelle og underholdnings-oplevelser i Kgs. Lyngby bymidte ligger Nordisk Film Biograferne, musikstedet Templet og Stadsbiblioteket i udkanten af Lyngby Hovedgade.

Figur 5.2 Placering af servicefunktioner i Kgs. Lyngby bymidte

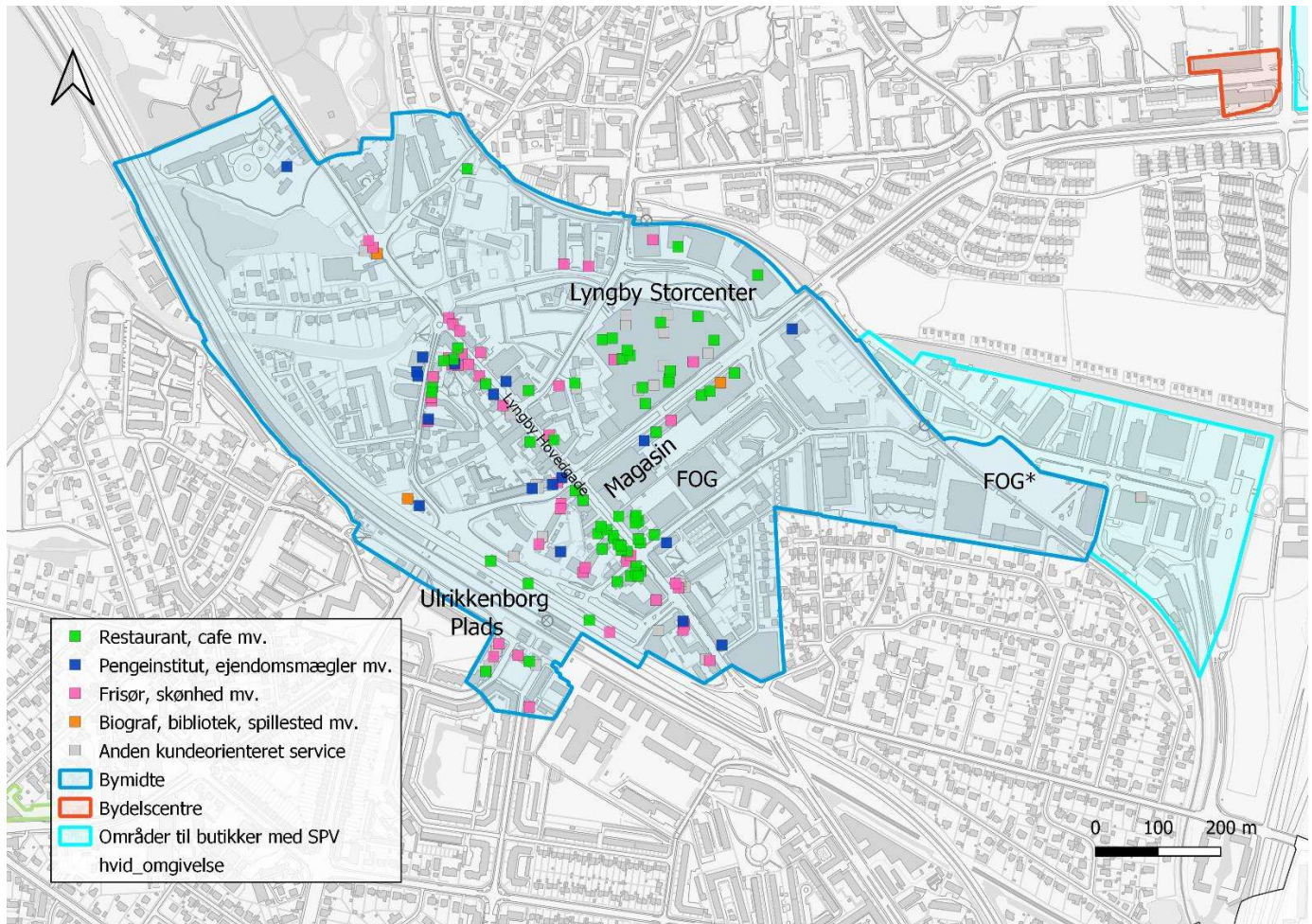


Foto 5.1 Handelspladsen blev brugt til midlertidige madboder. Her er pavilion med Homemate

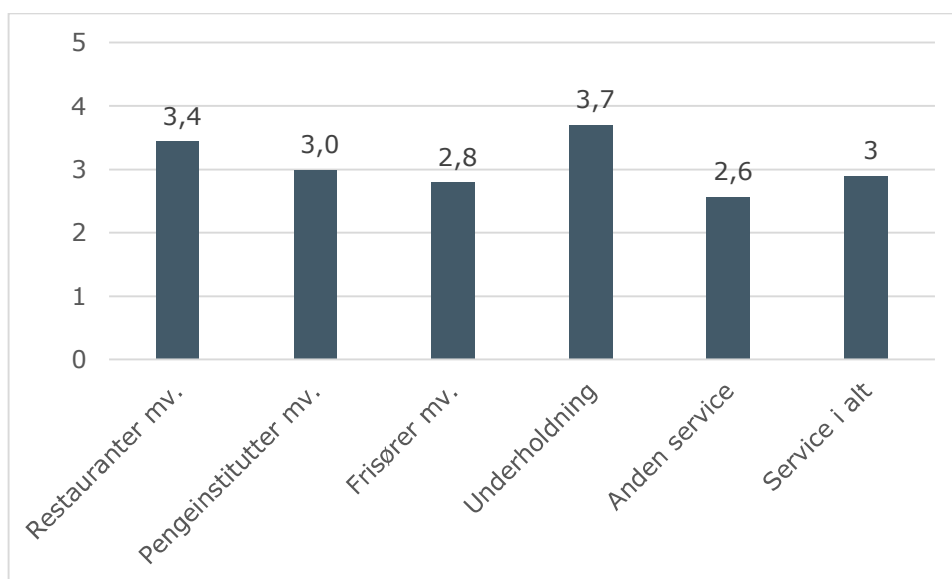


## 5.2 Attraktionen af de kundevedte servicefunktioner

Der er foretaget en vurdering af attraktionerne for hver enkelt servicefunktion på en skala fra 1-5, hvor 1 er en meget lav attraktion og 5 er en meget høj attraktion. Attraktionen er en vurdering af en kundes opfattelse af servicefunktionen efter samme princip som attraktionerne for detailhandelsbutikkerne.

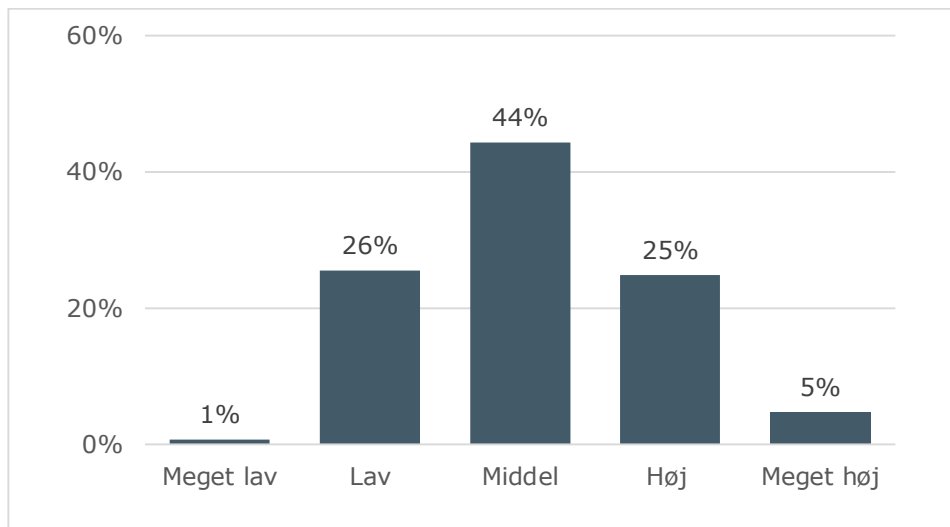
Den gennemsnitlige attraktion for servicefunktionerne ligger på middel, der er dog stor forskel på de forskellige brancher. Den gennemsnitlige attraktion for skønhed og anden service ligger gennemsnitlig under middel, omvendt ligger den gennemsnitlige attraktion for spisesteder et stykke over middel og pengeinstitutter ligger på middel.

Figur 5.3 Gennemsnitlig attraktion for servicefunktionerne i Kgs. Lyngby bymidte



Spredningen i attraktionen af de kundevedte servicefunktionerne i Kgs. Lyngby viser, at 30 % af servicefunktionerne i Kgs. Lyngby bymidte har enten en høj eller meget høj attraktion.

Figur 5.4 Spredning i attraktionen for servicefunktionerne i Kgs. Lyngby bymidte



En stadig stigende andel af danskernes forbrug dækkes ved besøg på restaurant, caféer, take away eller andre måltidsløsninger, derfor har udvalget af spisesteder en stigende betydning for et udbudspunkts attraktion og tiltrækningskraft for kunderne. Specielt caféer og restauranter er med til at give kunderne en anden indkøbsoplevelse, samtidig med at de øger opholdstiden væsentligt.

### 5.2.1 Typer af spisesteder

Tabel 5.1 Typer af spisesteder i Kgs. Lyngby bymidte - antal og gns. attraktion

	Antal	Andel	Gns. attraktion
Restauranter	18	31 %	3,7
Caféer/kaffebar	15	25 %	3,7
Grill, pizza, take away	20	34 %	3,2
Is	3	5 %	3,0
Bodega, pub, bar, diskotek	1	2 %	*
Hotel	2	3 %	*
<b>Spisesteder i alt</b>	<b>59</b>	<b>100 %</b>	<b>3,4</b>

\*kan ikke oplyses grundet anonymitetshensyn

I Kgs. Lyngby bymidte er 17 % af samtlige funktioner/enheder i bymidten spisesteder. Til sammenligning er 22 % af samtlige funktioner i Frederiksberg centrale bymidte spisesteder, mens andelen af spisesteder i forhold til det samlede antal funktioner er 19 % i Herlev bymidte og 12 % i Hørsholm bymidte.

Funktioner som restauranter og natteliv så som barer og diskoteker giver en anden dimension på bylivet og skaber liv i bymidten også udenfor detailhandelens



almindelige åbningstider. Kgs. Lyngby har kun én egentlig pub/bar som har aften/natteåbent. Herudover tilbyder spillestedet Templet koncerter med forskellige kunstnere i løbet af året.

I Kgs. Lyngby bymidte er 31 % af spisestederne restauranter, mens 25 % er caféer eller kaffebarer, mens 34 % er take away og grill/pizzariaer (fastfood).

Spisestederne har en samlet attraktion på 3,4, men der er forskel imellem de forskellige typer. Restauranterne og caféerne i Kgs. Lyngby har en gennemsnitlig attraktion over middel, mens take away-stederne gennemsnitlig har en attraktion på middel. Set i forhold til andre udbudspunkter har Kgs. Lyngby mange attraktive spisesteder.

### 5.3 Bylivsattraktion i Kgs. Lyngby bymidte

I forbindelse med rekognosceringen af butikkerne og de kundevendte servicefunktioner er der foretaget en bedømmelse af hver enkelt butiksfacades evne til at understøtte bylivet i Kgs. Lyngby bymidte.

Følgende skala er anvendt:

- > 5: Meget høj
- > 4: Høj
- > 3: Middel
- > 2: Lav
- > 1: Meget lav

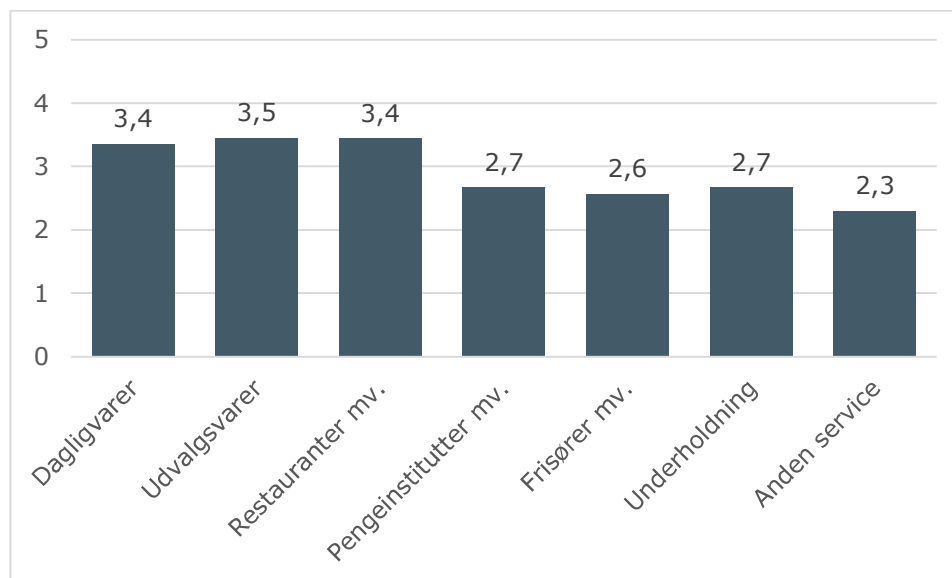
I vurderingen af butiks- og servicefunktionernes facade attraktion er der lagt vægt på, hvorledes facaden understøtter bylivet.

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 etc.

For eksempel giver det en høj bylivsattraktion, hvis butikken har blomsterkummer ved indgangen, lanterner og en bænk. Omvendt giver det en lav bylivsattraktion, hvis butikken eller servicefunktionen er gemt bag tillukkede vinduer uden vinduesudstilling.

Vurderingen af bylivsattraktionen er således en vurdering af, i hvilken grad den enkelte facade bidrager positivt til bylivet, hvilket ses i Figur 5.5.

Figur 5.5 Bylivsattraktion i Kgs. Lyngby bymidte fordelt på brancher



Bylivsattraktionen viser at både dagligvarebutikkerne, udvalgsvarerbutikkerne og restauranterne har en god evne til at skabe byliv og er vurderet til en attraktion over middel i Kgs. Lyngby bymidte. Således bidrager disse branchers butiksfacader meget positivt til at skabe byliv. Her ligger mange butikker med store glaspartier og udearealer bruges aktivt til udstilling af varer.

Dagligvarebutikkerne, der er vurderet til at have facader, der i høj grad bidrager til bylivet, skyldes primært de mange specialbutikker f.eks. blomsterforretninger, bagerbutikker med udendørs servering, vinhandlere og delikatessebutikker, som bidrager positivt til bylivet.

De øvrige kundevedtente servicefunktioner er vurderet til at have en bylivsattraktion lidt under middel.

Foto 5.2 Eksempel på en attraktiv facade på Illums Bolighus på Lyngby Hovedgade



## 6 Udviklingen i detailhandelen i Lyngby-Taarbæk Kommune 2018 til 2022

**Der er blevet færre udvalgswarebutikker især i Kgs. Lyngby bymidte, mens det samlede antal af dagligvarebutikker er det samme i kommunen i alt. Dagligvareudbuddet er styrket i både Kgs. Lyngby, Virum og Sorgenfri med etablering af flere store dagligvarebutikker. Det samlede bruttoareal til dagligvarer er steget 25 % fra 2018 til 2022, mens bruttoarealet til udvalgsvarer nogenlunde er det samme. Dagligvareomsætningen er steget 11 % fra 2017 til 2021, mens udvalgswareomsætningen er faldet 20 %.**

Generelt falder antallet af både dagligvare- og udvalgswarebutikker, mens der har været en tendens til øget koncentration i færre og større udbudspunkter.

Især de mindre dagligvarebutikker forsvinder på bekostning af discountbutikker, supermarkeder og varehuse. Antallet af dagligvarebutikker er siden 1969 faldet med 75 % på landsplan. Omvendt er der en klar tendens til, at butikkerne bliver større. Mens antallet af supermarkeder og varehuse er faldet med 20 %, er salgsarealet steget med 46 % på landsplan.

I perioden 2018 til 2020 er antallet af dagligvarebutikker i hele Danmark faldet ca. 4 %, mens antallet af udvalgswarebutikker er faldet ca. 2 %.

De seneste år har detailhandelen været påvirket af nedlukninger på grund af Corona. Det har især ramt shoppingcentre og store udvalgswarebutikker som ufri-villigt har været tvangslukket i længere tid. Lyngby Storcenter og Magasin var lukket fra midt i december 2020 til april 2021, hvilket har afgørende betydning for deres omsætning i de fysiske butikker.

Den samlede dagligvareomsætning i Danmark steg 12 % i perioden 2017 til 2021, mens den samlede udvalgswareomsætning i Danmark steg 29 %. Disse omsætninger er dog inklusive e-handel, som er vokset betragteligt i denne periode. Det er umuligt at skille internethandel ud fra de samlede omsætningstal opgjort af Danmarks Statistik. Som en indikation på udviklingen i e-handel er omsætningstallet faldet 12 % for branchen Beklædning generelt i perioden 2017 til 2021, mens branchen internethandel og postordre i samme periode er steget 93 %.

### ANVENDT METODE

Resultaterne for detailhandelsanalysen 2022 sammenlignes med detailhandelsanalysen foretaget i 2018.

Omsætningen vil blive beskrevet for henholdsvis 2017 og 2021.

Tallene fra analysen 2018 er justeret, så de følger samme kategorisering som i 2022. Johannes Fog på Firskovvej er siden 2018 blevet en del af Kgs. Lyngby bymidte.

## 6.1 Udvikling i antal butikker

Siden 2018 er det samlede antal butikker incl. butikker til særligt pladskrævende varer i Lyngby-Taarbæk kommune faldet 10 % fra 340 butikker i 2018 til 305 butikker i 2022.

Det samlede antal dagligvarebutikker i kommunen er omkring 100 butikker både i 2018 og 2022, mens antallet af udvalgsvarebutikker er faldet med 17 % svarende til 40 færre udvalgsvarebutikker i 2022 end i 2018 i kommunen.

I Kgs. Lyngby bymidte er dagligvareudbuddet blevet styrket med etableringen af varehuset Føtex og discountbutikken Netto i den sydøstlige del af bymidten, mens dagligvareudbuddet i Virum er styrket med etableringen af supermarkedet Føtex Food og discountbutikken Rema 1000 i Virum bymidte. I Sorgenfri bymidte er dagligvareudbuddet styrket med etableringen af discountbutikken Lidl øst for Sorgenfri Station og Sorgenfri Torv.

Samtidig er antallet af dagligvarebutikker nogenlunde fastholdt i kommunen i øvrigt.

Fastholdelsen i antallet af dagligvarebutikker i Lyngby-Taarbæk kommune er således modsat landsgennemsnittet som i perioden 2018 til 2020 har vist et fald i antal dagligvarebutikker på 4 %.

Omvendt er faldet i antallet af udvalgsvarebutikker i kommunen i alt på 17 % markant højere sammenlignet med landsgennemsnittet på 2 %.

Tabel 6.1 Antal butikker 2018 og 2022 fordelt på bydele

Antal i bydelene	Daglig varer		Udvalgs varer		SPV*		I alt	
	2018	2022	2018	2022	2018	2022	2018	2022
<b>Kgs. Lyngby bymidte</b>	51	<b>50</b>	191	<b>152</b>	8	<b>12</b>	250	<b>214</b>
<b>Lyngby **</b>	7	<b>6</b>	6	<b>4</b>	3	4	16	<b>14</b>
<b>Sorgenfri</b>	10	<b>9</b>	6	<b>8</b>	-	1	16	<b>18</b>
<b>Virum</b>	15	<b>19</b>	14	<b>14</b>	3	2	32	<b>35</b>
<b>Lundtofte</b>	10	<b>9</b>	3	<b>3</b>	-	-	13	<b>12</b>
<b>Ulrikenborg</b>	4	<b>5</b>	5	<b>3</b>	1	1	10	<b>9</b>
<b>Hjortekær/Taarbæk</b>	3	<b>2</b>	-	<b>1</b>	-	-	3	<b>3</b>
<b>Kommunen i alt</b>	100	<b>100</b>	225	<b>185</b>	15	<b>20</b>	340	<b>305</b>

\* SPV – særligt pladskrævende varer

\*\* Firskovvejområdet – område til særligt pladskrævende varer (beliggende i Kgs. Lyngby bydel), indgår her i Lyngby bydel

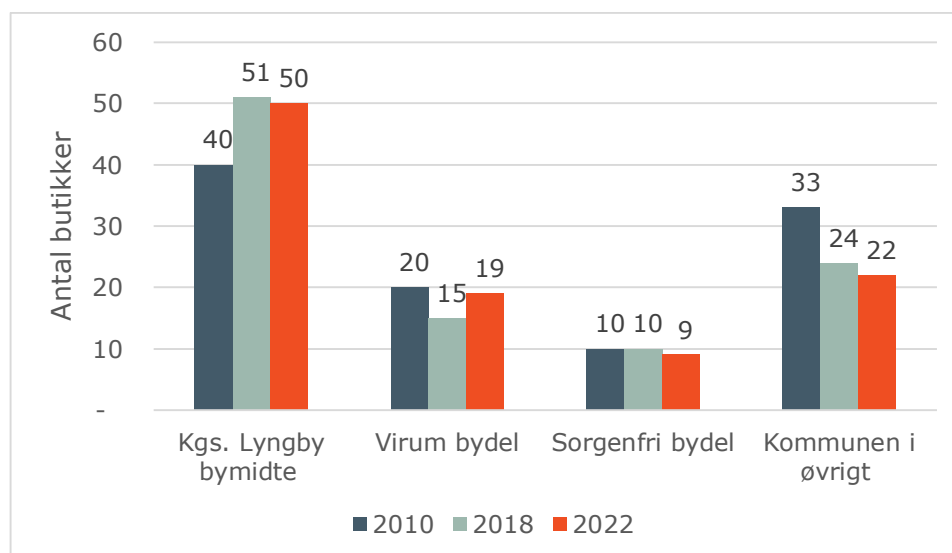
I kommunen uden for Kgs. Lyngby bymidte er det samlede antal dagligvarebutikker steget med 1 butik fra 49 dagligvarebutikker i 2018 til 50 dagligvarebutikker i 2022, mens antallet af udvalgsvarebutikker er nogenlunde fastholdt

niveauet. I 2018 var der 34 udvalgswarebutikker i kommunen uden for Kgs. Lyngby, mens der i 2022 var 33 butikker.

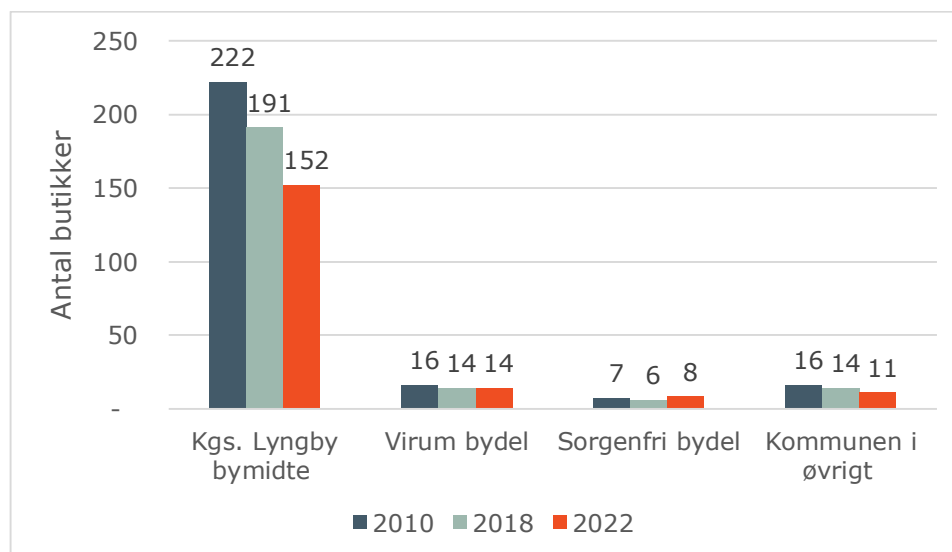
Det er især Virum bydel med etableringen af FøtexFood og Rema 1000, som har oplevet en stigning i antal dagligvarebutikker fra 15 butikker i 2018 til 19 butikker i 2022, samtidig med, at bydelen har fastholdt antallet af udvalgswarebutikker på 14.

Antallet af dagligvarebutikker og udvalgswarebutikker er nogenlunde uændret i den øvrige del af kommunen. Der er sket enkelte mindre forskydninger for eksempel er dagligvareudbuddet styrket i Sorgenfri med etableringen af Lidl på trods af at der er samlet set er mistet en dagligvarebutik i bydelen. I Hjortekær er den tidligere DagligBrugsen på Bjælkevungen er blevet til et livsstilshus med café, butik og et lokalt mødested.

Figur 6.1 Udviklingen i antal dagligvarebutikker 2010 til 2022



Figur 6.2 Udviklingen i antal udvalgswarebutikker 2010 til 2022



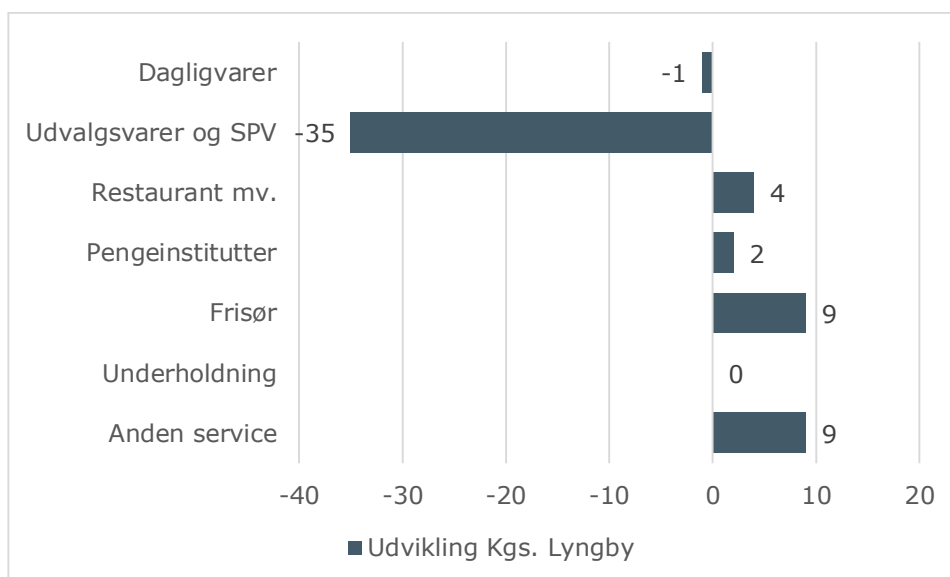
## 6.2 Udvikling i det samlede antal funktioner i Kgs. Lyngby bymidte

I Kgs. Lyngby bymidte er det samlede antal butikker faldet 14 % fra 250 butikker i 2018 til 214 butikker i 2022. Kgs. Lyngby bymidte har mistet 1 dagligvarebutik og mistet 39 udvalgsvarebutikker, mens antallet af særligt pladskrævende butikker er steget med 4 butikker i perioden 2018 til 2022.

Antallet af udvalgsvarebutikker er således fortsat med at falde i Kgs. Lyngby bymidte, som i 2010 havde 261 udvalgsvarebutikker, hvilket er faldet til 152 butikker i 2022, svarende til et fald på 32 % siden 2010.

Omvendt er antallet af servicefunktioner steget 20 % med 24 enheder. Kgs. Lyngby bymidte har i alt fået 4 spisesteder, 9 funktioner inden for frisør, skønhed og sundhed samt 11 andre servicefunktioner.

Figur 6.3 Udvikling i det samlede antal funktioner i Kgs. Lyngby bymidte fra 2018 til 2022



\*SPV – butikker med særligt pladskrævende varer

Antallet af udvalgsvarebutikker i 2022 er præget af, at Lyngby Storcenter er i gang med en større ombygning af den nordøstlige del af centret. Lyngby Storcenter har 13 udvalgsvarebutikker færre i 2022 end i 2018, heraf har centret mistet 10 beklædningsbutikker siden 2018.

Illums Bolighus flytter fra en lille butik på 700 m<sup>2</sup> på Lyngby Hovedgade til en flagship store på 4.500 m<sup>2</sup> i tre etager i Lyngby Storcenter. Butikken forventes at åbne i 2023. Samlet set vil det betyde færre butikker, men udvidelsen og flytningen af Illums Bolighus vil omvendt øge attraktiviteten for hele Kgs. Lyngby, da den vil blive landets næststørste Illums Bolighus og vil kunne tilbyde samme sortiment som Illums Bolighus på Amagertorv.

De færre udvalgsvarebutikker i både Lyngby Storcenter og Hovedgaden skyldes desuden sammenlægning af mindre butikker til større butikker. Herudover er en del tidligere butikslokaler især i den østlige del af Lyngby Hovedgade omdannet til spisesteder.

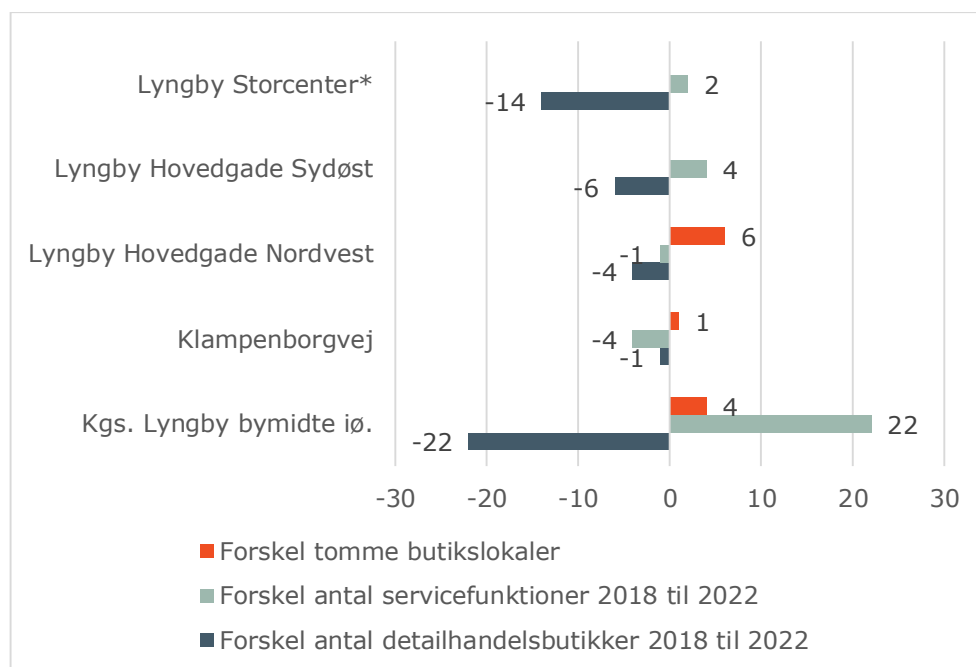
Den sydøstlige del af Lyngby Hovedgade, øst for Klampenborgvej, har mistet 12 udvalgsvarebutikker, men har til gengæld fået 4 yderligere spisesteder, 3 køkkenbutikker, de 2 store dagligvarebutikker Føtex og Netto samt 2 øvrige servicefunktioner. Blandt andet er køkkenbutikkerne Reform, Kvänum og Smedstorp Snedkeri etableret siden 2018 samt spisestederne Cocks n Cows, Olli Olli, Wedo og Da Basso. Antallet af tomme lokaler i den østlige del af Lyngby Hovedgade er uændret, jf. Figur 6.4.

Den nordvestlige del af Lyngby Hovedgade, nordvest for Klampenborgvej, har omvendt generelt mistet funktioner. Her er mistet 4 detailhandelsbutikker og én kundeorienteret servicefunktion i forhold til 2018, samtidig er registreret yderligere 6 tomme butikslokaler.

Klampenborgvej har mistet i alt 5 funktioner og har et tomt lokale mere i 2022 end i 2018.

Der skal dog gøres opmærksom på at især Klampenborgvej og Lyngby Torv er præget af Letbanebyggeriet, hvilket kan være skyld i midlertidige tomme lokaler.

Figur 6.4 Forskel det samlede antal funktioner og tomme butikslokaler 2018 og 2022 i forskellige områder af Kgs. Lyngby bymidte



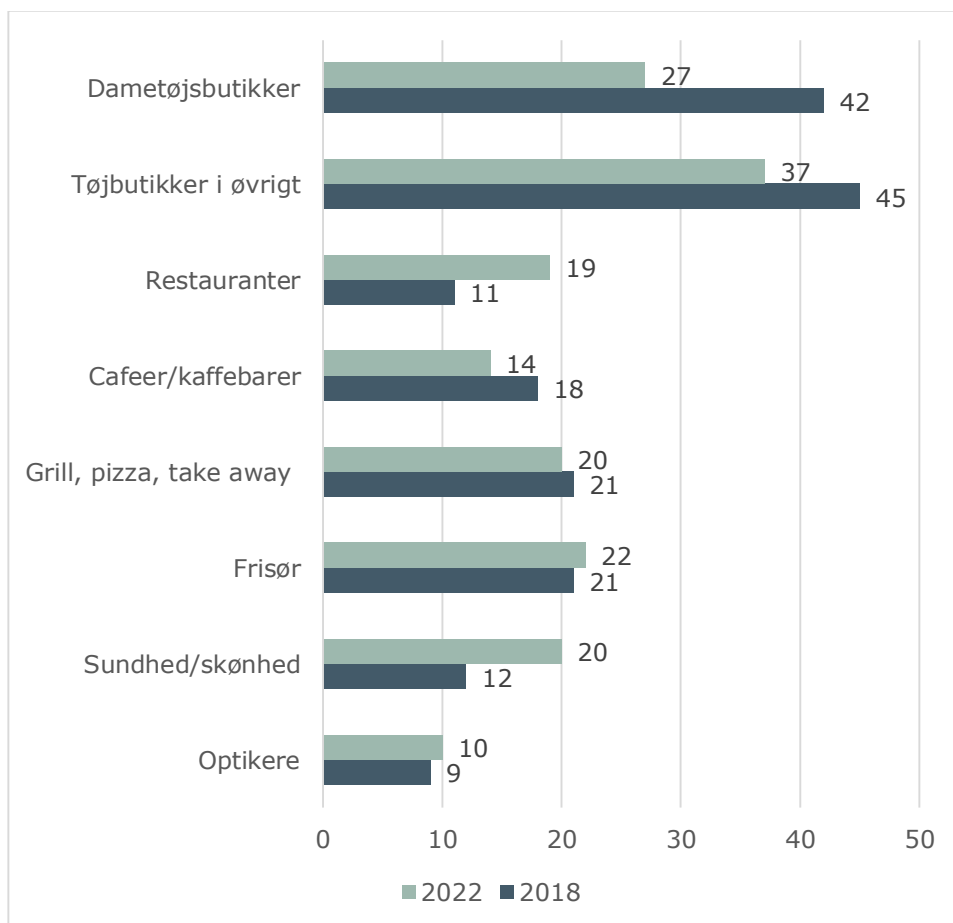
\* Antal tomme butikslokaler er ikke vist i Lyngby Storcenter på grund af ombygning både i 2018 og i 2022

Kgs. Lyngby bymidte i øvrigt, som blandt andet er området omkring stationen, Ulrikkenborg Plads, Jernbanevej og Kanalvej, har mistet 22 detailhandelsbutikker, men har fået 20 servicefunktioner i perioden 2018 til 2022. Samtidig er der registreret 9 tomme lokaler i 2022, hvilket er 4 flere end i 2018.

### 6.2.1 Udviklingen i antal butikker på udvalgte underbrancher

Nedenstående figur viser udviklingen i antal butikker for udvalgte underbrancher. Det er især antallet af dametøjsbutikker, der er faldet i Kgs. Lyngby bymidte. I 2018 var der 42 dametøjsbutikker i bymidten, mens der i 2022 var 27 dametøjsbutikker svarende til et fald på 36 %, jf. Figur 6.5. De øvrige underbrancher af tøjbutikker er faldet 26 % i samme periode. Da tøjbutikker og især dametøjsbutikker er styrende for kundernes valg af indkøbssted, kan et fald i antal beklædningsbutikker have en effekt. Det er især de mindre highscale nichebutikker, som kun findes i Københavns City, som ikke har en egen butik i Kgs. Lyngby mere, men mærker som oftest sælges i de øvrige beklædningsbutikker så som Baum Und Pferdgarten, Beck Søndergaard, Ilse Jacobsen, Moshi Moshi Mind, Saint Tropez og Wolford.

Figur 6.5 Antal butikker i udvalgte underbrancher i 2018 og 2022 i Kgs. Lyngby bymidte



Samlet set er der kommet 8 yderligere restauranter i Kgs. Lyngby bymidte, mens antallet af caféer og kaffebarer er faldet med 4 enheder. Samtidig er antallet af enheder med take away a la pizza, kebab, sandwich nogenlunde uændret. Blandt andet er konceptrestauranterne Madklubben og Bdr. Price åbnet i Kgs. Lyngby bymidte siden 2018.

Det samlede antal frisører er nogenlunde uændret fra 2018 til 2022, mens antallet af funktioner til skønhed og sundhed er steget med 8 enheder. Det er især antallet af fitnesscentre, der er steget i Kgs. Lyngby bymidte. I 2018 var der kun



FitnessWorld på Jernbaneplassen, mens der i 2022 var 4 fitnesscentre i Kgs. Lyngby.

Antallet af optikere er steget med en butik, da Poul Stig Brilller er etableret i Lyngby Hovedgade. Bruttoarealet er øget væsentligt i både Profiloptik og Louis Nielsen på Lyngby Hovedgade.

### 6.3 Udvikling i bruttoareal

Selv om Lyngby-Taarbæk Kommune samlet set har mistet 10 % af butikkerne svarende til i alt 34 butikker, er det samlede bruttoareal i kommunen steget med 15.300 m<sup>2</sup>, svarende til en stigning på 10 %.

Det samlede bruttoareal til dagligvarer i kommunen er steget 25 % fra 37.300 m<sup>2</sup> i 2018 til 46.800 m<sup>2</sup> i 2022. Det er især på grund af etableringen af Føtex og Netto i Kgs. Lyngby, Lidl i Sorgenfri samt FøtexFood og Rema 1000 i Virum.

Det samlede bruttoareal til udvalgsvarer i alt er faldet 3 % svarende til et fald på 3.200 m<sup>2</sup> fra 94.100 m<sup>2</sup> i 2018 til 90.900 m<sup>2</sup> i 2022. Både bruttoarealet primo 2018 og primo 2022 er ikke indregnet de periodevise tomme arealer i Lyngby Storcenter på grund af ombygninger. I 2018 var en ombygning af 1. salen, mens i 2022 er en ombygning med etablering af Illums Bolighus i den nordlige del af centret.

Tabel 6.2 Bruttoareal til detailhandel i 2018 og 2022 (m<sup>2</sup>) \*

I m <sup>2</sup> i bydelene	Daglig varer		Udvalgs varer		SPV**		I alt	
	2018	2022	2018	2022	2018	2022	2018	2022
<b>Kgs. Lyngby bymidte</b>	15.300	<b>19.700</b>	87.600	<b>84.000</b>	14.800	<b>15.400</b>	117.700	<b>119.100</b>
<b>Lyngby***</b>	4.100	<b>4.000</b>	800	<b>700</b>	11.200	<b>17.200</b>	16.100	<b>21.900</b>
<b>Sorgenfri</b>	4.200	<b>5.600</b>	1.300	<b>1.500</b>	-	<b>2.400</b>	5.500	<b>9.500</b>
<b>Virum</b>	6.200	<b>9.900</b>	3.400	<b>3.400</b>	2.300	<b>2.300</b>	11.900	<b>15.600</b>
<b>Lundtofte</b>	3.300	<b>3.100</b>	400	<b>400</b>	-	-	3.700	<b>3.500</b>
<b>Ulrikkenborg</b>	2.500	<b>3.200</b>	600	<b>500</b>	100	<b>100</b>	3.200	<b>3.800</b>
<b>Hjortekær/Taarbæk</b>	1.700	<b>1.300</b>	-	<b>400</b>	-	-	1.700	<b>1.700</b>
<b>Kommunen i alt</b>	37.300	<b>46.800</b>	94.100	<b>90.900</b>	28.400	<b>37.400</b>	159.800	<b>175.100</b>

\* afrundede tal

\*\* SPV – særligt pladskrævende varer

\*\* Firskovvejområdet – område til særligt pladskrævende varer (beliggende i Kgs. Lyngby bydel), indgår her i Lyngby bydel

## 6.4 Udvikling i gennemsnitlige butiksstørrelser

Den gennemsnitlige butiksstørrelse er steget i Lyngby-Taarbæk Kommune med 22 % i perioden 2018 til 2022 fra godt 450 m<sup>2</sup> til godt 550 m<sup>2</sup>.

Det er især det gennemsnitlige bruttoareal til dagligvarebutikker, der er steget selv om Lyngby-Taarbæk Kommune samlet set har mistet 10 % af butikkerne svarende til i alt 34 butikker, er det samlede bruttoareal i kommunen steget med 15.300 m<sup>2</sup>, svarende til en stigning på 10 %.

Det samlede bruttoareal til dagligvarer i kommunen er steget 25 % fra 37.300 m<sup>2</sup> i 2018 til 46.800 m<sup>2</sup> i 2022. Det er især på grund af etableringen af Føtex og Netto i Kgs. Lyngby, Lidl i Sorgenfri samt FøtexFood og Rema 1000 i Virum.

Det samlede bruttoareal til udvalgsvarer er faldet 3 % svarende til et fald på 3.200 m<sup>2</sup> fra 94.100 m<sup>2</sup> i 2018 til 90.900 m<sup>2</sup> i 2022. Både bruttoarealet primo 2018 og primo 2022 indeholder ikke de periodevise tomme arealer i Lyngby Storcenter på grund af ombygninger.

Tabel 6.3 Gennemsnitlige butiksstørrelser 2018 og 2022 (m<sup>2</sup>) \*

I m <sup>2</sup> i bydelene	Daglig varer		Udvalgs varer		SPV**		I alt	
	2018	2022	2018	2022	2018	2022	2018	2022
<b>Kgs. Lyngby bymidte</b>	300	<b>400</b>	500	<b>550</b>	1.850	<b>1.300</b>	500	<b>550</b>
Lyngby ***	600	<b>650</b>	150	<b>200</b>	3.700	<b>4.300</b>	1.000	<b>1.550</b>
Virum	400	<b>500</b>	250	<b>250</b>	700	<b>700</b>	350	<b>450</b>
Sorgenfri	400	<b>600</b>	200	<b>200</b>	-	<b>2.400</b>	350	<b>550</b>
Lundtofte	350	<b>350</b>	150	<b>150</b>	-	-	300	<b>300</b>
Ulrikkenborg	600	<b>650</b>	100	<b>150</b>	100	<b>100</b>	300	<b>400</b>
Hjortekær/Taarbæk	850	<b>1.250</b>	-	<b>400</b>	-	-	850	<b>850</b>
<b>Kommunen i alt</b>	400	<b>500</b>	450	<b>500</b>	1.900	<b>1.800</b>	450	<b>550</b>

\*afrundede tal

\*\*SPV – særligt pladskrævende varer

\*\*\* Firskovvejområdet – område til særligt pladskrævende varer (beliggende i Kgs. Lyngby bydel), indgår her i Lyngby bydel

## 6.5 Udvikling i omsætning

Detailhandelsomsætningen i Lyngby-Taarbæk Kommune er faldet 11 % fra 4.845 mio. kr. i 2017 til 4.413 mio. kr. i 2021 i årets priser.

Den samlede dagligvareomsætning i kommunen er steget fra 1.746 mio. kr. i 2017 til 1.941 mio. kr. i 2021, svarende til en stigning på 10 %.

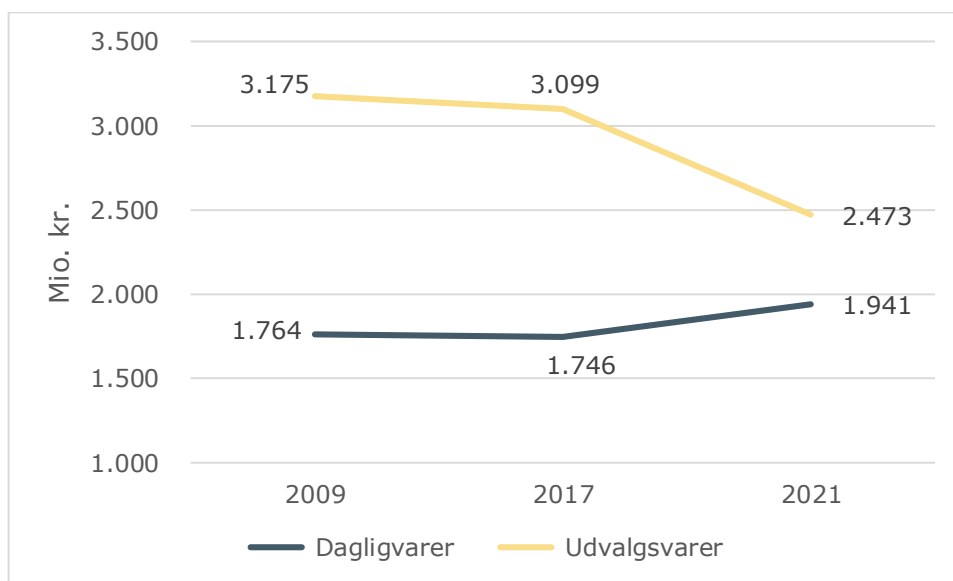
Udvalgsvareomsætningen i kommunen er derimod faldet 22 % fra 3.099 mio. kr. i 2017 til 2.473 mio. kr. i 2021. Her skal dog gøres opmærksom på Corona nedlukninger, hvor hele den fysiske detailhandel med udvalgsvarer var

tvangslukket fra ultimo 2020 til midt i marts 2021. Shoppingcentre, stormagasiner og udvalgswarebutikker med et bruttoareal over 5.000 m<sup>2</sup> heriblandt Lyngby Storcenter og Magasin var lukket fra midt i december 2020 til 21. april 2021.

Den generelle dagligvareomsætning i Danmark er steget 12 % i samme periode, mens udvalgswareomsætningen er steget 28 %. Den generelle dagligvare- og udvalgswareomsætning er dog inklusive e-handel, mens samtlige omsætninger for Lyngby-Taarbæk Kommune er eksklusive e-handel.

Lyngby-Taarbæk Kommune ligger hermed under stigningstakten for udvalgsvarer, men på niveau med landsgennemsnittet for dagligvarer i samme periode.

Figur 6.6 Omsætning i detailhandel Lyngby-Taarbæk Kommune 2009 - 2017 - 2021 (i mio. kr.)



Tabel 6.4 Omsætning 2017 og 2021 i mio. kr.

I mio. kr.	Daglig varer		Udvalgs varer		I alt	
	2017	2021	2017	2021	2017	2021
<b>Kgs. Lyngby bymidte</b>	716	<b>833</b>	2.956	<b>2.412</b>	3.672	<b>3.245</b>
<b>Virum/Sorgenfri*</b>	433	<b>580</b>	143	<b>61</b>	1.173	<b>1.168</b>
Kommunen i øvrigt	597	<b>528</b>				
<b>Kommunen i alt</b>	1.746	<b>1.941</b>	3.099	<b>2.473</b>	4.845	<b>4.413</b>

\*Vist som et samlet tal for Virum og Sorgenfri bydele grundet diskretionshensyn

## 7 Befolknings- og forbrugsforhold

Til vurdering af udviklingsmulighederne for detailhandelen i Lyngby-Taarbæk Kommune belyses størrelsen af det nuværende og fremtidige forbrug af detailhandelsvarer i kommunen. Forbruget er opgjort for de 7 bydele. Kgs. Lyngby bydel og Lyngby bydel er slået sammen, idet der kun findes en samlet befolkningsprognose for de to bydele.

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

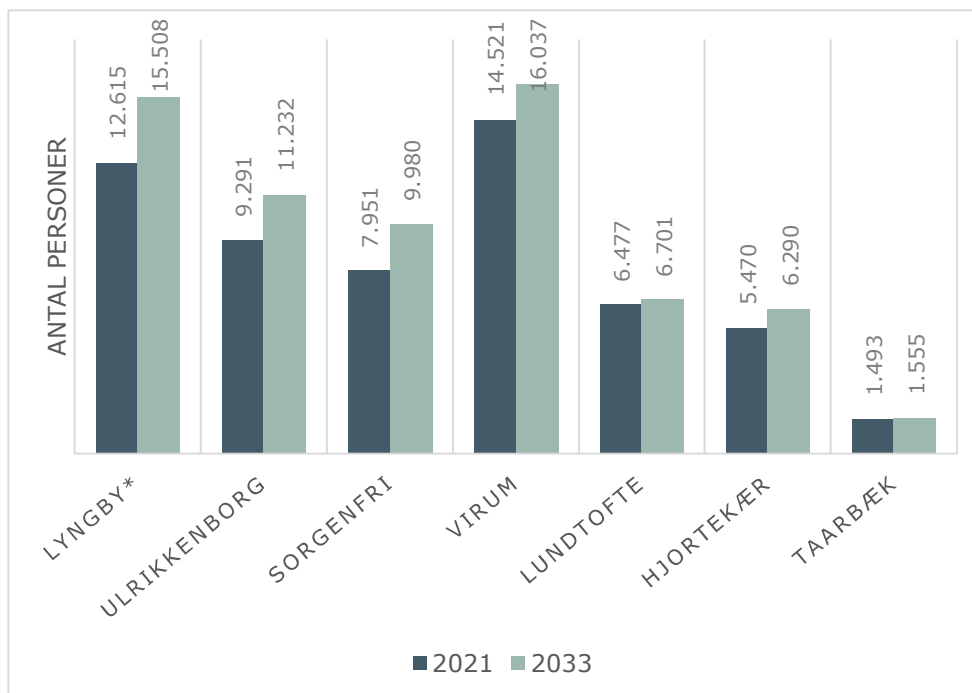
Herudover er den seneste befolkningsprognose – Lyngby-Taarbæk Kommunes befolkningsprognose 2022 – blevet anvendt. I befolkningsprognosen er seneste horisontår 2033, hvilket også er valgt i denne detailhandelsanalyse.

Forbruget er beregnet for dagligvarer og udvalgsvarer, hvor sidstnævnte indeholder branchegrupperne beklædning, boligudstyr og øvrige udvalgsvarer. Ved forbrug forstås det beløb, borgerne i kommunen forventes at anvende på henholdsvis dagligvarer og udvalgsvarer uden at tage hensyn til, hvor forbrugerne køber varen (fysiske butikker, online eller i udlandet).

Det fremtidige forbrug af dagligvarer og udvalgsvarer i 2033 er ligeledes beregnet for hvert område.

I Lyngby-Taarbæk Kommune boede der samlet set ca. 57.800 borgere i 2021 og antallet forventes at stige til ca. 67.300 i 2033, hvilket svarer til en befolkningsstigning på 16 %.

Figur 7.1 Befolkningsudviklingen i Lyngby-Taarbæk Kommune 2021-2033 fordelt på bydele



\* Lyngby er inklusive Kgs. Lyngby bydel

I Lyngby bydel, som også indbefatter Kgs. Lyngby, boede der ca. 12.600 personer i 2021, hvilket svarer til 22 % af kommunens indbyggere. Her forventes en befolkningsstigning på ca. 2.900 personer frem til 2033 svarende til en stigning på 23 %.

I Ulrikkenborg bydel boede der ca. 9.300 personer i 2021, her forventes en befolkningstilvækst på 21 % således, at der vil bo ca. 11.200 personer i 2033.

I Sorgenfri bydel boede der knap 8.000 personer i 2021, hvilket svarer til 14 % af kommunens borgere. Her forventes en befolkningstilvækst på 26 %, således vil der bo knap 10.000 personer i bydelen i 2033.

Virum bydel har det højeste indbyggertal, her boede 25 % af kommunens borgere i 2021 svarende ca. 14.500 personer. Her forventes en befolkningstilvækst på 10 % frem til 2033, således vil der bo ca. 16.000 personer i bydelen.

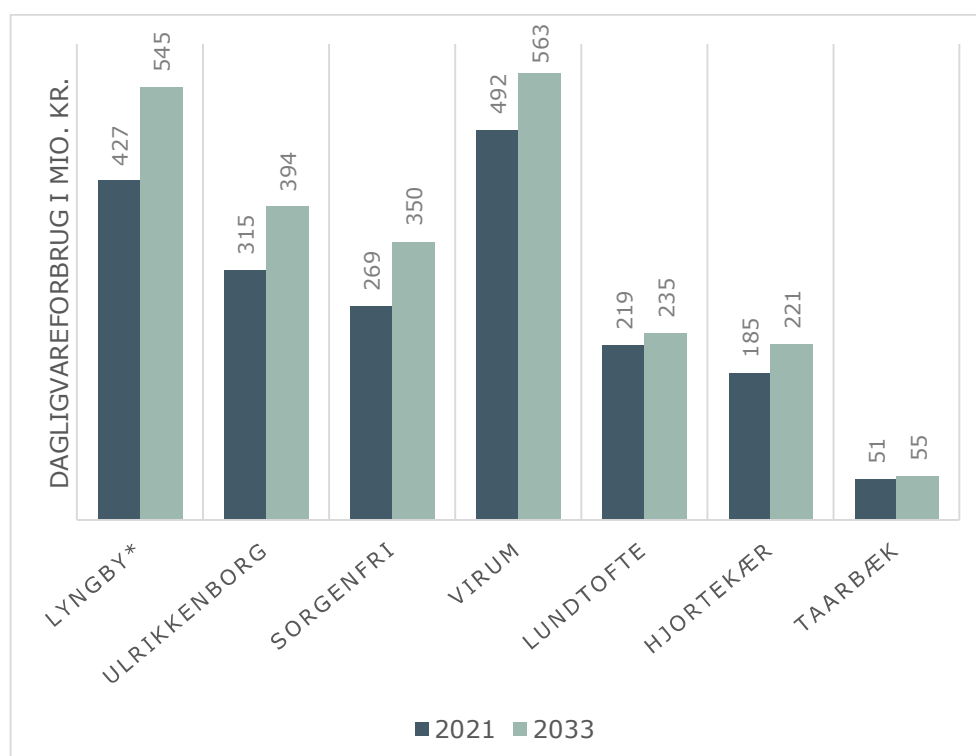
I Lundtofte bydel boede der knap 6.500 personer i 2021 svarende til 11 % af kommunens borgere, her forventes en vækst på ca. 200 personer frem til 2033.

I Hjortekær bydel forventes en befolkningsstigning på 15 % i perioden 2021 til 2033 fra knap 4.500 personer i 2021 til 6.900 personer i 2030.

Taarbæk bydel har det laveste indbyggertal med ca. 1.500 personer. Her forventes en befolkningsstigning på 4 % frem til 2033.

Dagligvareforbruget hos borgerne i Lyngby-Taarbæk Kommune ses i Figur 7.2.

Figur 7.2 Dagligvareforbruget i mio. kr. i Lyngby-Taarbæk Kommune 2021-2033 fordelt på bydele



\* Lyngby er inklusive Kgs. Lyngby bydel

Det samlede dagligvareforbrug i Lyngby-Taarbæk Kommune var 1.957 mio. kr. i 2021, hvilket forventes at stige til 2.363 mio. kr. i 2033 svarende til en stigning på 21 %.

I Lyngby bydel inkl. Kgs. Lyngby var dagligvareforbruget 427 mio. kr. i 2021 og forventes at stige til 545 mio. kr. i 2033 – en stigning på 28 %.

I Sorgenfri bydel forventes en stigning i dagligvareforbruget 30 % fra 269 mio. kr. til 350 mio. kr. i 2033.

I Virum bydel forventes var dagligvareforbruget 492 mio. kr. og forventes at stige med 15 %, således vil dagligvareforbruget være 563 mio. kr. i 2033.

I Ulrikkenborg bydel forventes dagligvareforbruget at stige med 79 mio. kr. fra 315 mio. kr. i 2021 til 394 mio. kr. i 2021, svarende til en stigning på 25 %.

I Lundtofte bydel var dagligvareforbruget 219 mio. kr. i 2021 og her forventes en stigning på 16 mio. kr. i 2033.

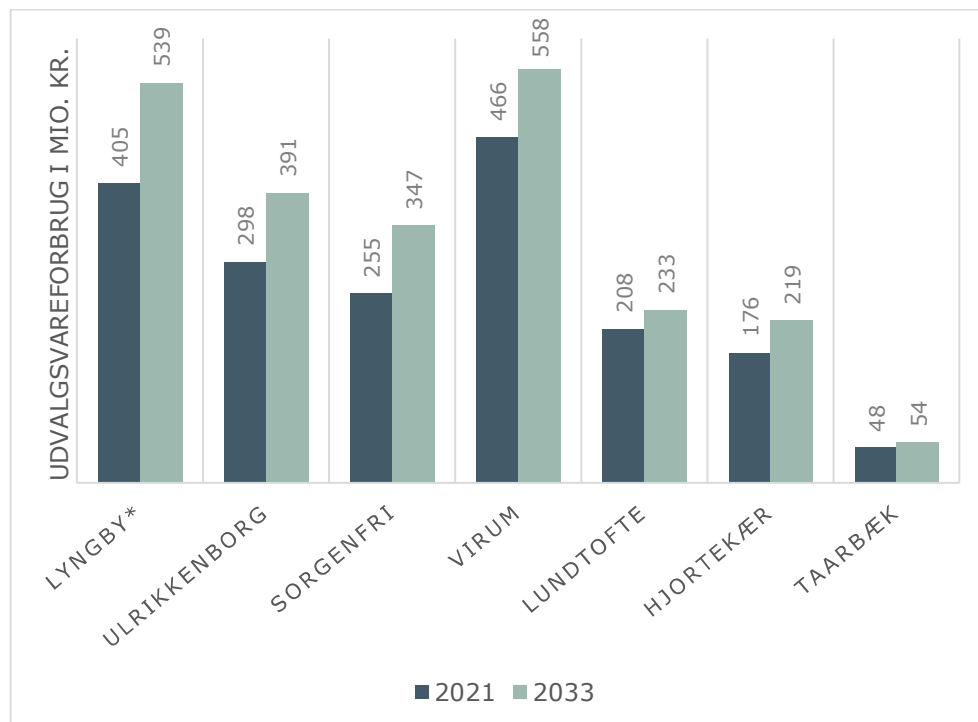
I Hjortekær bydel var dagligvareforbruget 185 mio. kr. i 2021 og forventes at stige med 19 %, svarende til en forbrugsstigning på 36 mio. kr.

I Taarbæk bydel forventes dagligvareforbruget at være nogenlunde konstant.

*Foto 7.1 Føtex og Netto på Lyngby Hovedgade*



Figur 7.3 Udvalgsvarerforbruget i mio. kr. i Lyngby-Taarbæk Kommune 2021-2033 fordelt på bydele



\* Lyngby er inklusive Kgs. Lyngby bydel

Det samlede udvalgsvarerforbrug hos borgerne i Lyngby-Taarbæk Kommune var ca. 1.857 mio. kr. i 2021 og forventes at stige til 2.363 mio. kr. i 2033 – en stigning på 26 %.

I Lyngby bydel inkl. Kgs. Lyngby var udvalgsvarerforbruget 405 mio. kr. i 2021 og forventes at stige til med 33 %, så forbruget er 539 mio. kr. i 2033.

I Sorgenfri bydel forventes en stigning i udvalgsvarerforbruget på 36 % fra 255 mio. kr. i 2021 til 347 mio. kr. i 2033.

I Ulrikkenborg bydel var udvalgsvarerforbruget 298 mio. kr. i 2021 og stiger til 391 mio. kr. i 2033, svarende til en stigning på 31 %.

I Virum bydel forventes en stigning i udvalgsvarerforbruget på 20 %, således stiger udvalgsvarerforbruget fra 466 mio. kr. i 2021 til 558 mio. kr. i 2033.

I Lundtofte bydel forventes udvalgsvarerforbruget at stige fra 208 mio. kr. i 2021 til 233 mio. kr. i 2033.

I Hjortekær bydel forventes en stigning i udvalgsvarerforbruget på 43 mio. kr. – fra 176 mio. kr. i 2021 til 219 mio. kr. i 2033.

I Taarbæk bydel forventes udvalgsvarerforbruget en mindre stigning fra 48 mio. kr. i 2021 til 54 mio. kr. i 2033.

Således var det samlede detailhandelsforbrug i Lyngby-Taarbæk Kommune knap 3.815 mio. kr. i 2021 og forventes at stige 23 % til 4.704 mio. kr. i 2033.

## 8 Handelsbalance i Lyngby-Taarbæk Kommune

### DEFINITION

Handelsbalancen er defineret som forholdet mellem omsætningen og forbruget. Ved at sætte den realiserede omsætning i butikkerne i Lyngby-Taarbæk kommune i forhold til forbruget blandt borgerne i kommunen fås et udtryk for handelsbalancen, som viser, hvor stor en andel af forbruget i kommunen, der svarer til omsætningen i kommunens butikker.

Når 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 dækket ved køb i butikker udenfor kommunen. Tilsvarende betyder en handelsbalance over 100 %, at butikkerne i kommunen tiltrækker kunder udenfor kommunen, f.eks. besøgende og turister. Handelsbalancen er en måde at vurdere detailhandlens styrke og tiltrækningskraft.

Lyngby-Taarbæk Kommune havde et overskud på handelsbalancen på 16 % i 2021, hvilket svarer til et overskud på ca. 600 mio. kr.

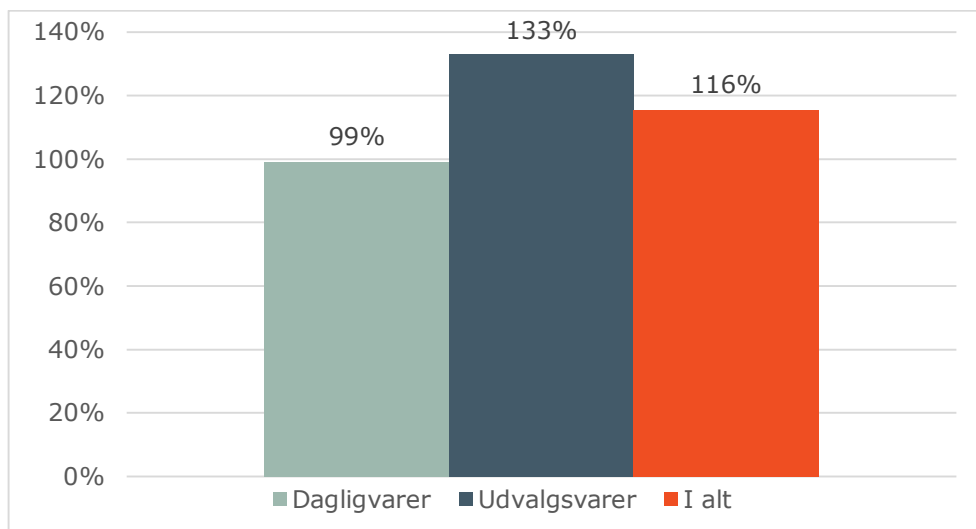
Handelsbalancen for dagligvarer var 99 % i 2021, således 1 % lavere end det samlede dagligvareforbrug i kommunen. Handelsbalancen er hermed nogenlunde på niveau med forbruget i kommunen, hvilket også hænger sammen med, at dagligvarer oftest købes så tæt på bopælen som muligt.

Handelsbalancen for udvalgsvarer var 133 % i 2021, hvilket svarer til et overskud på 615 mio. kr. Således tiltrækker kommunen en del forbrugere, som er bosat udenfor kommunen.

Kgs. Lyngby er et af de største udbudspunkter i Hovedstadsområdet, som tiltrækker forbrugere fra et stort opland for at shoppe udvalgsvarer og især beklædning. Omvendt er der butikskæder, som ikke er repræsenteret i særlig stor udstrækning Lyngby-Taarbæk Kommune – primært en række butikskæder med storbutiksformat som for eksempel Bauhaus, Biltema, Plantorama, Harald Nyborg, Elgiganten, Jem & Fix og T Hansen.



Figur 8.1 Handelsbalancen i Lyngby-Taarbæk Kommune 2021

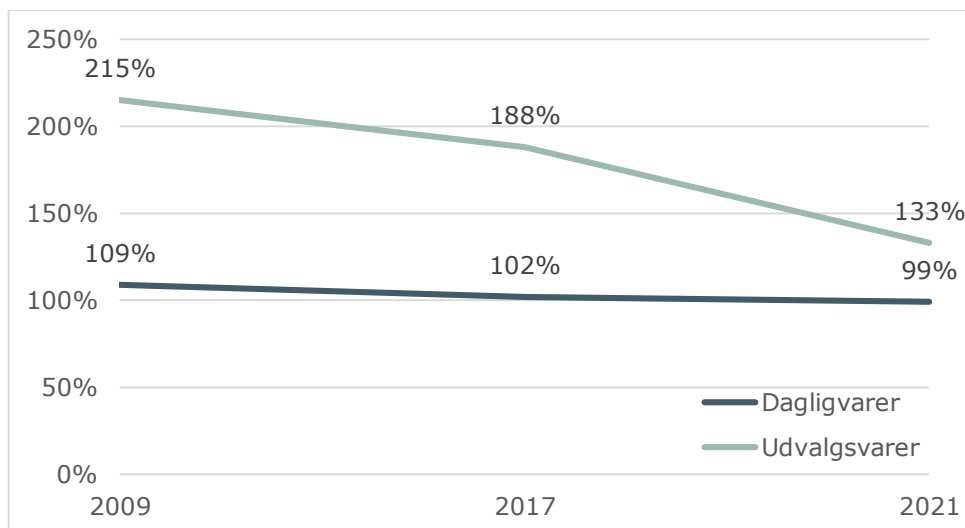


### 8.1 Udviklingen i handelsbalancen 2009 til 2021

Siden 2009 er handelsbalancen i Lyngby-Taarbæk Kommune faldet for både dagligvarer og udvalgsvarer. Handelsbalancen for dagligvarer er faldet fra 109 % til 99 %, mens handelsbalancen for udvalgsvarer er faldet fra 215 % i 2009 til 133 % i 2021.

Siden 2017 er handelsbalancen for udvalgsvarer faldet markant, hvilket er påvirket af flere parametre.

Figur 8.2 Handelsbalance i Lyngby-Taarbæk Kommune 2009 til 2021



Corona har en væsentlig betydning for faldet i handelsbalancen i Lyngby-Taarbæk Kommune. De fysiske butikker, med undtagelse af dagligvarebutikkerne, var nedlukket de første 3 måneder af 2021 pga. restriktioner. De adskillige restriktioner, nedlukninger og begrænsninger forandrede i hvert fald for en stund indkøbs- og forbrugsmønstrene.

Der har blandt andet været en tendens til, at kunderne har handlet mere lokalt og fået øjnene op for deres lokale butikker ofte på bekostning af de store regionale udbudspunkter. De fysiske butikker har også fundet nye salgskanaler som Live-shopping oftest via direkte salg via de sociale medier som Facebook. Generelt har nethandlen været stigende i hele perioden, men Corona har for alvor sat skub i denne udvikling.

Derudover har tilgængeligheden til Kgs. Lyngby været vanskeliggjort på grund af anlægsarbejdet i forbindelse med letbanen, som bl.a. omfatter, at Klampenborgvej i centrum af Kgs. Lyngby er lukket for al kørende trafik. Derudover har der været vejarbejde i områderne omkring Kgs. Lyngby, som også har konsekvenser for tilgængeligheden til bymidten.

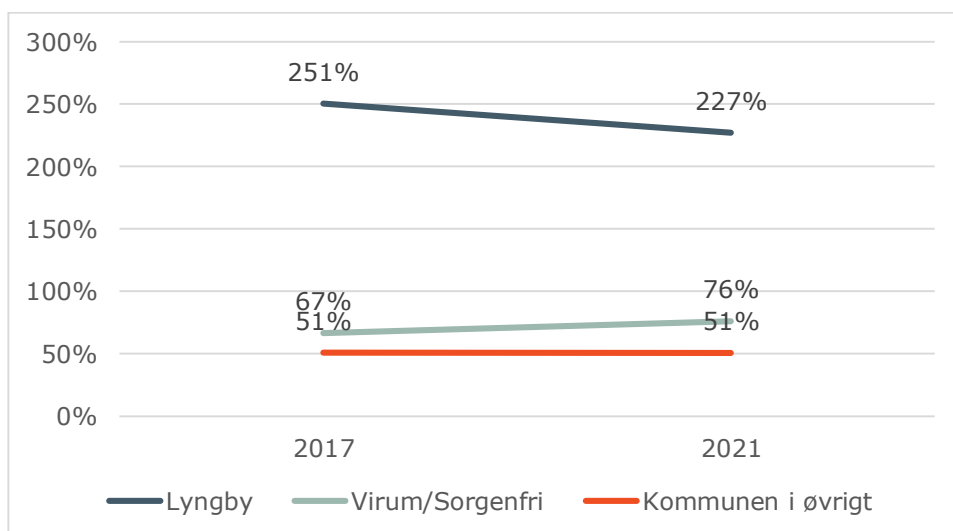
På lidt længere sigt er det vanskeligt at forudsige, hvordan forbrugernes adfærd vil ændre sig - om der fortsat vil være fokus på at handle mere lokalt og hvorvidt handel på nettet vil fortsætte med at stige.

Udviklingen i handelsbalancen for dagligvarer siden 2017 fordelt på Lyngby bydel, Virum/Sorgenfri bydel og kommunen i øvrigt ses i Figur 8.3.

Handelsbalancen for dagligvarer i Kgs. Lyngby/Lyngby bydel er faldet fra 251 % i 2017 til 227 % i 2021. Dette til trods for at der i perioden er åbnet en Føtex og en Netto i Lyngby Hovedgade.

Samtidig dagligvareudbuddet i både Lyngby, Sorgenfri og Virum er udbygget, er handelsbalancen for dagligvarer i kommunen i øvrigt fastholdt omkring 51 % i perioden 2017 til 2021.

Figur 8.3 Udviklingen i handelsbalancen for dagligvarer 2017-2021 fordelt på områderne Kgs. Lyngby/Lyngby\*, Virum/Sorgenfri og kommunen i øvrigt



\*Kgs. Lyngby og Lyngby bydele er slået sammen

## 9 Generelle udviklingstendenser

Generelt har detailhandelen i Danmark været og er igennem nogle turbulente år. Corona har haft og har stadig en betydning for hele verdensøkonomien og senest har krig i Europa og en truende energikrise betydning også for detailhandelen i Lyngby-Taarbæk Kommune.

Nedenstående er en række forhold som markant vil påvirke detailhandelen i Danmark i de nærmeste år.

### 9.1 Betydningen af Corona for tallene i 2021

Som et lyn fra en klar himmel ramte virussen Covid-19 Danmark og resten af verden i starten af 2020. Adskillige restriktioner, nedlukninger og begrænsninger forandrede for en stund forbrugsmønstrene i Danmark. Nedlukningerne af de fysiske udvalgswarebutikker, shoppingcentre, spisesteder, andre serviceerhverv, kultur og idrætslivet i både 2 måneder i foråret 2020 og fra midt i december 2020 til medio april 2021 samt ændringerne af arbejdslivet med flere hjemmearbejdsdage, online skole og uddannelse har haft en stor betydning for både indkøbsmønstret og forbrugsmønstret.

Især tvangsnedlukningen fra den 17. december 2020 af samtlige shoppingcentre og store udvalgswarebutikker og den 23. december 2020 af alle udvalgswarebutikker indtil den 21. april 2021, hvor alle butikker var åbne igen, har haft betydning for omsætningen. I Kgs. Lyngby var butikkerne i Hovedgaden tvangslukket de første 3 måneder af 2021, mens Lyngby Storcenter og Magasin først åbnede i slutningen af april 2021. Det vil sige, at de mistede knap 4 måneders omsætning.

Der har været en tendens til, at kunderne har handlet mere lokalt, samtidig med at flere har handlet digitalt. E-handelen er steget 15 % i 2020 i forhold til 2019. Samtidig har de fysiske butikker fundet nye salgskanaler som Live-shopping og salg via sociale medier.

Endvidere ændredes forbrugsmønstrene på grund af restriktionerne med mere hjemmearbejde, ingen sociale begivenheder som fester, middage og dermed megen tid hjemme uden aftaler. Desuden har de lukkede grænser og dermed begrænset rejseaktivitet haft en afgørende betydning for forbruget i både 2020 og 2021.

Corona har skubbet til nogle af de tendenser, der allerede var i gang. Blandt andet er e-handelen især med dagligvarer blevet speedet op med en mere aktiv rolle af de større aktører Salling Group og Coop.

De langsigtede konsekvenser og ændringer af Corona er stadig ukendte. De forskellige hjælpepakker har utvivlsomt været medvirkende til, at mange detailhandlere og restauratører har klaret sig igennem indtil nu, men der vil formentlig også være en række butikker og restauranter, som ikke klarer det trods hjælpepakker. Herudover har Ruslands invasion af Ukraine og den følgende energikrise været endnu en begivenhed, som har påvirket forbrugsmønstrene.

På lidt længere sigt er det vanskeligt at forudsige, hvordan forbrugernes adfærd vil ændre sig. Vil der fortsat være fokus på at handle mere lokalt? Vil handel på nettet accelerere til et højere niveau? Hvordan vil vore byers indretning blive påvirket? Hvad kan vi lære af hele coronakrisen?

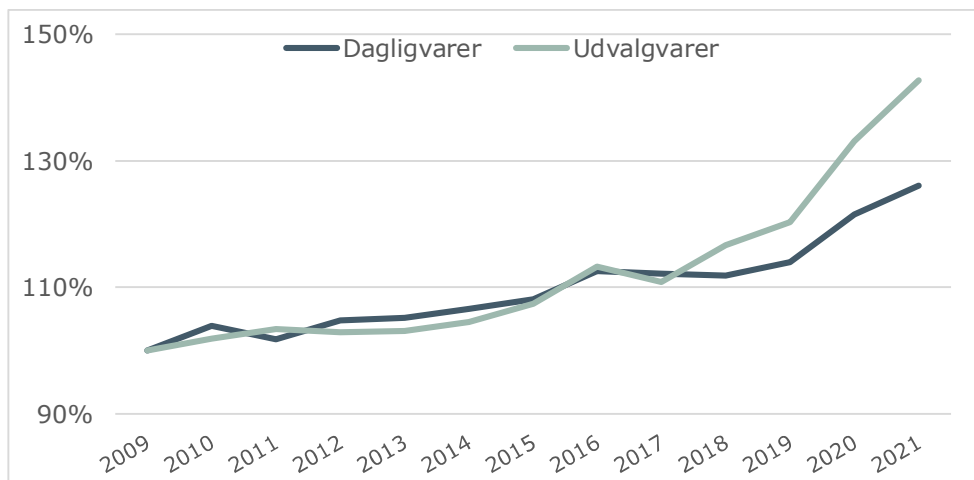
## 9.2 Udviklingen i omsætningen og antallet af butikker i Danmark

Udviklingen i detailhandelsomsætning fra 2008 til 2021 er illustreret i Figur 9.1.

Siden 2009 er den generelle dagligvareomsætning i Danmark steget 26 %, mens udvalgsvareomsætningen er steget med 43 %.

Det er ikke muligt at adskille e-handelsomsætningen fra omsætningsudviklingen i Danmarks Statistisk tal. Men det vurderes at stigningen i e-handel udgør en væsentlig del af den generelle omsætningsstigning. E-handelen er steget fra at udgøre ca. 5 % af det samlede udvalgsvareforbrug i 2009 til at udgøre omkring 23-24 % af det samlede udvalgsvareforbrug i 2021. Omvendt vurderes udvalgsvareomsætning i de fysiske butikker ikke at være steget væsentligt i perioden 2009 til 2021.

Figur 9.1 Omsætningsudviklingen i Danmark 2009 til 2021 inkl. e-handel, Kilde: Danmarks Statistik juni 2022



Samtidigt har butiksstrukturen ændret sig og antallet af fysiske butikker er generelt faldet. Der er en tendens til færre, men større butikker.

Udviklingen i antallet af dagligvarebutikker og udvalgsvarebutikker fra 2009 til 2020 er illustreret i Figur 9.2.

Siden 2009 er antallet af dagligvarebutikker faldet med 10 %, mens antallet af udvalgsvarebutikker er faldet med 18 % i Danmark. Til sammenligning er antallet af dagligvarebutikker i Lyngby-Taarbæk Kommune faldet 3 % i perioden 2010 til 2022 og antallet af udvalgsvarebutikker er faldet 29 %.

Figur 9.2 Udviklingen i antallet af butikker Danmark 2010 til 2020, Kilde: Danmarks Statistik – juni 2022

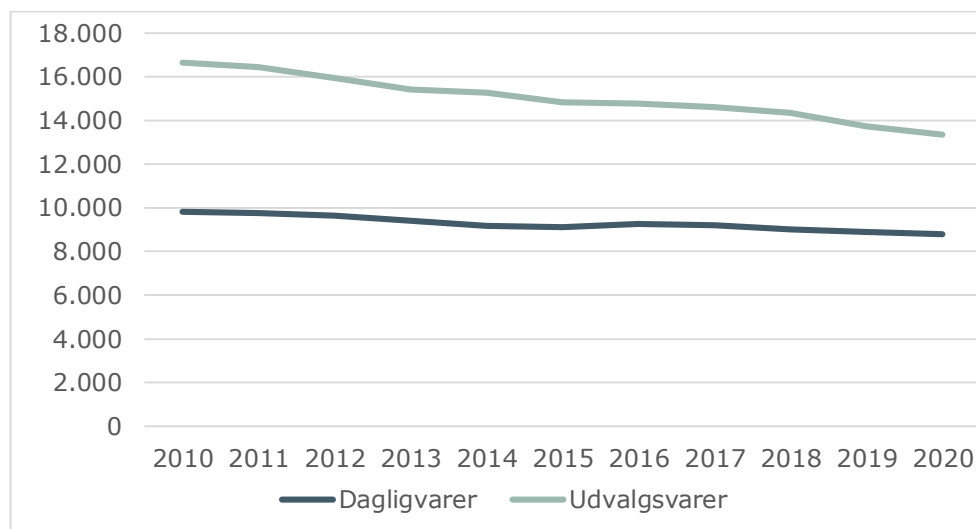


Foto 9.1 Netto Sorgenfri Torv



### 9.3 Dagligvarebranchen

Inden for dagligvareområdet har etableringen af flere discountbutikker i lokalområderne skærpet konkurrencesituationen generelt. Discountbutikkerne (Netto, Fakta, Rema 1000, Aldi og Lidl), som markedsfører sig prisaggressivt, har opnået en omsætning på omkring 40 % af den totale kolonial-sektor.

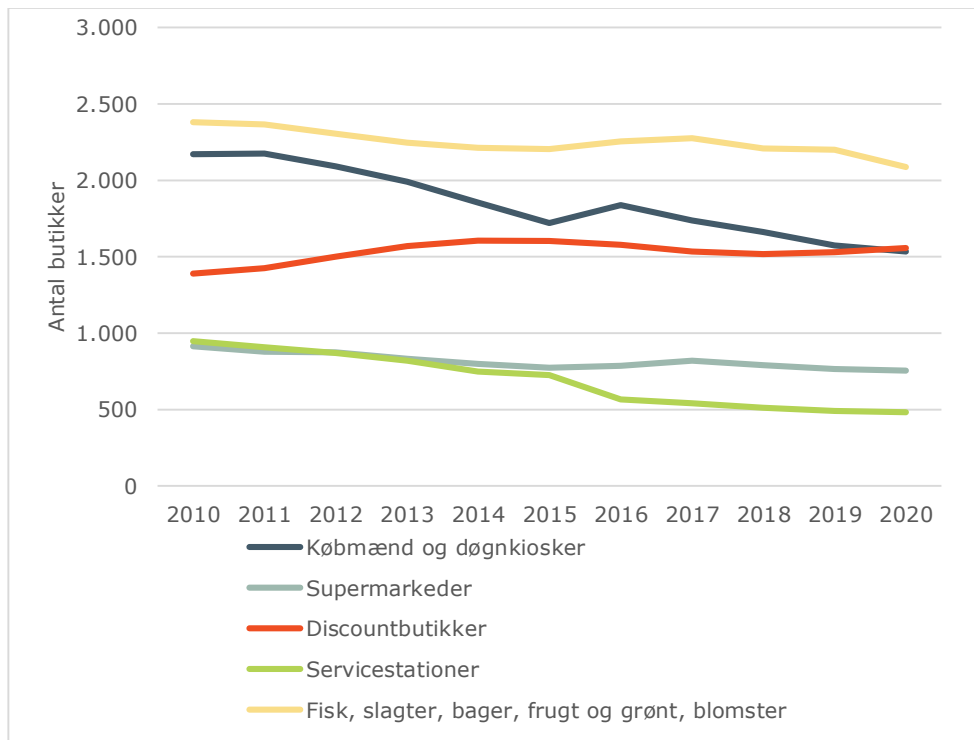
Samtidig har discountbutikken fået en udbredelse, hvor den nu forekommer i alle byer over 5.000 indbyggere samt i mere end tre fjerdedele af byerne med mellem 3.000 og 5.000 indbyggere.

Discountbutikken dækker så stor en andel af forbruget på dagligvareområdet, at den i mange byer fungerer som en nærbutik, som i sit udviklingsforløb som

butikstype efterhånden har forøget sit butiksareal, udvidet sit sortiment og forbedret sit serviceniveau.

Det forventes, at discountbutikkernes antal og betydning vil øges, hvilket vil ske på bekostning af især mindre supermarkeder, kiosker og fødevarer specialbutikker. Dette betyder, at der mange steder har været et øget pres på hele dagligvaresektoren.

Figur 9.3 Udviklingen i antal butikker i udvalgte brancher indenfor dagligvarer fra 2010 til 2020, Kilde: Danmarks Statistik – juni 2022



Ligeledes er der i branchen en række tendenser og tiltag, der yderligere kan have betydning for konkurrencen på dagligvaremarkedet fremover.

Covid-19 har generelt sat gang i øget e-handel med dagligvarer på bl.a. platforme som nemlig.com o.lign.

Bilka tilbyder f.eks. kunderne click 'n collect, så man kan handle dagligvarer på Bilkas hjemmeside og hente dem pakket i varehusene. Ligesom de har opstillet en række containere, hvor man kan afhente bestilte varer. Coop.dk har i august 2020 lanceret et egentligt alternativ til nemlig.com. Derudover har Føtex lanceret en e-handelsløsning med levering af dagligvarer i Storkøbenhavn samt en Køb og Hent løsning flere steder i landet.

Markedet for måltidskasser er bredt ud, så virksomheder som aastiderne.com har fået konkurrence af f.eks. simplefeast.com (amerikansk – dansk stifter) og hellofresh.com (Europas største måltidskasseoperatør).

Det vurderes, at e-handel med dagligvarer i dag udgør omkring 3 % af den samlede omsætning og at e-handelen om 10 år vil udgøre ca. 10 % af det samlede dagligvaremarked.

## 9.4 Udvalgsvarerbranchen

Inden for udvalgsvarer er der fortsat en intensivering af konkurrencen mellem de større udbudspunkter, heriblandt Kgs. Lyngby bymidte. Forbrugerne er stadig mere mobile og er villige til at køre langt for det rigtige udbud og de bedste oplevelser.

Indenfor for især udvalgsvaresektoren forventes der i fremtiden at være en stærk koncentrationstendens mod placeringer i større butikcentre og centralt i de største bymidter.

Samtidig vokser e-handelen med udvalgsvarer. Også her har Covid-19 været med til at accelerere udviklingen. I dag udgør e-handelen 23 – 24 % af det samlede udvalgsvareforbrug. Det vurderes, at denne andel i løbet af de næste ti år vil ligge på ca. 30 %.

De udvalgsvarer, som danskerne køber mest af på internettet, er tøj og sko, elektronik, isenkram og bøger.

Såfremt der ikke gøres noget aktivt og ekstraordinært, vil man 12-13 år frem i tiden opleve, at der i en række især mindre byer og udbudspunkter ikke længere kan siges at være en udvalgsvareforsyning, der dækker de fleste husholdningers grundlæggende behov.

En øget e-handel betyder, at en væsentlig del af forbruget vil blive dækket ved køb uden for de fysiske butikker. Det vil betyde, at konkurrencesituationen yderligere bliver skærpet for alle udbudspunkter.

*Foto 9.2 Censuum i Lyngby Storcenter*

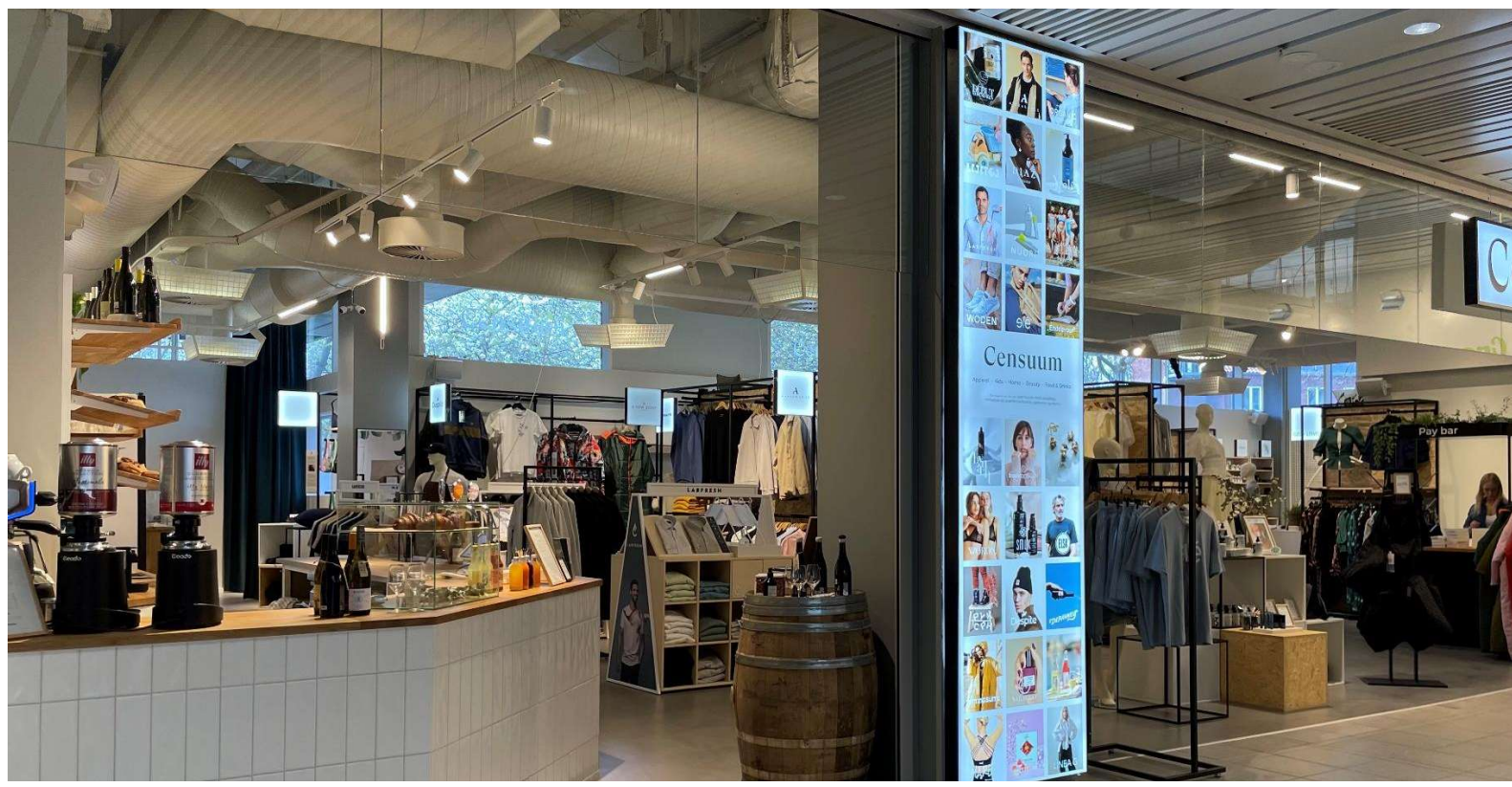
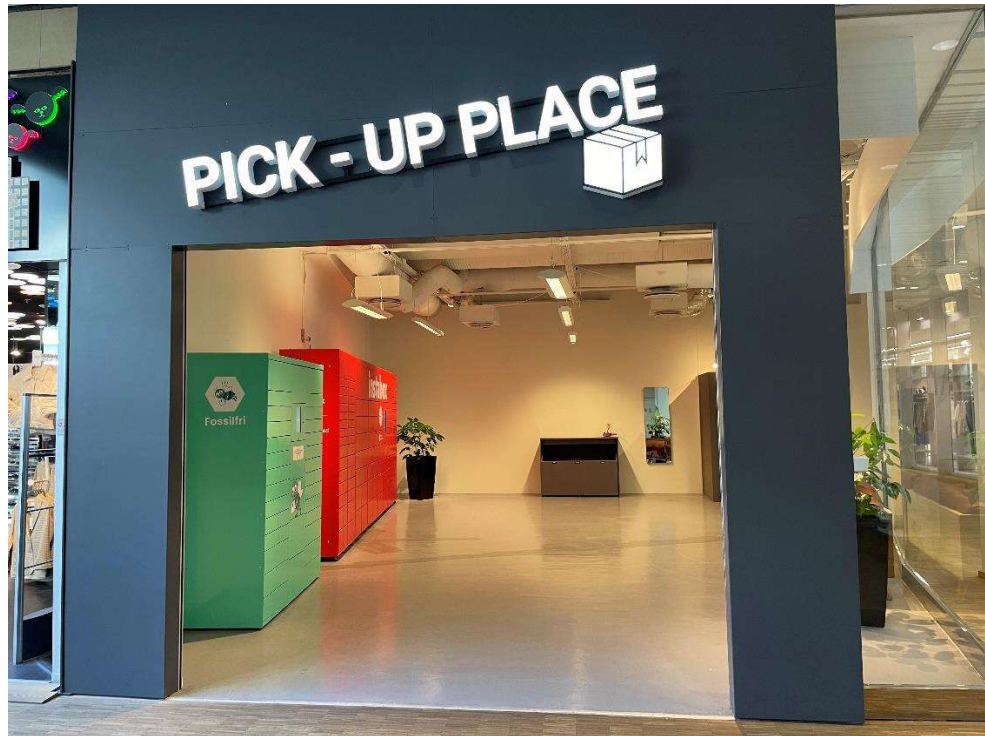


Foto 9.3 Pakkeudlevering i Lyngby Storcenter



## 9.5 Fremtidens fysiske butikker

Den øgede udbredelse af e-handel vil naturligvis ændre den måde, forbrugerne handler og tænker på.

Der vil fortsat være et stort behov for fysiske butikker, da shopping indeholder et socialt element, men forbrugerne vil i højere grad stille krav til oplevelser i forbindelse med købet. Rollen for detailhandlerne ændrer sig, bl.a. skal de skabe flere oplevelser.

Butikkerne vil i fremtiden måske i højere grad stå for oplevelser og introduktioner i forbindelse med produkter.

Standardvarerne vil i højere grad overgå til nettet. Sanserne skal sættes i spil, kunderne vil se, føle, dufte, høre, smage og prøve – hvilket adskiller de fysiske butikker fra nettet.

Et godt eksempel på dette er torvedage, der er med til at skabe en oplevelse for kunden i bymidten.

Totaloplevelsen får i fremtiden større betydning for de fysiske butikker. Her spiller personalet og servicen en stor rolle. Men også indretningen af butikkerne kan få stor betydning i fremtiden.

Onlinehandel vil blive en integreret del af butikkerne. For at imødekomme kundes krav til at kunne handle når det passer dem, vil detailhandlere i stigende grad være at finde online. Der vil være mindre butikker i sekundære placeringer,



der har webshop som sin primære omsætningskilde, men hvor de kunder, der vil se produkterne i 1:1, har mulighed for det.

Det vil blive udbredt at have onlinestandere i butikkerne, hvorfra kunderne kan bestille et bredere sortiment end det, der kan ses og opleves i butikken. I det hele taget vil grænserne mellem online handel og de fysiske butikker være sværere at skelne imellem.

Muligheden for at bestille online i butikken giver mindre arealbehov, men stiller ikke nødvendigvis mindre krav til butikspersonalet, som skal hjælpe kunderne og rådgive omkring bestillinger.

Omnichannel (sammensmeltning af den fysiske platform og e-handel) vil i fremtiden være med til at udviske grænserne mellem den fysiske butik og online.

Den nye generation af forbrugere vil vokse op med omnichannel og vil i fremtiden ikke skelne, om varen er købt på nettet eller i de fysiske butikker, men vil fokusere på oplevelsen, på varemærket og prisen.

## 9.6 Bymidten som mødested

Bymidten vil i endnu højere grad blive et mødested og der vil man i fremtiden kunne finde alle former for servicefunktioner. Det er især Kgs. Lyngby bymidte, som ikke kun er det største samlingssted i kommunen, men også det største udbudspunkt i Nordsjælland. Samme tendenser gælder også for de to øvrige bymidter Sorgenfri og Virum samt for lokalcentrene. De skal være lokale mødesteder for det omkringliggende næropland.

Shopping er blevet en udflugt, en social foreteelse og en oplevelse. Shopping er ikke kun opfyldelse af et enkelt behov for en vare. Mens dagligvarer i højere grad bliver købt tæt på bopælen, er kunderne mere villige til at køre længere for det rigtige udbud af udvalgsvarer og oplevelser. Til gengæld opholder de sig så længere i udbudspunktet.

Det er derfor af stor betydning, at byerne bliver bedre til at udforme og tilbyde et aktivt bymiljø, som giver kunderne en helhedsoplevelse med kulturtilbud som f.eks. bespisning, underholdning og andre bløde værdier som vand, belysning, beplantning og kunst.

Bymidten skal fungere som et attraktivt mødested for alle borgere.

Det bliver derfor mere væsentligt, at bymiljøet visuelt skal være hyggeligt og rart at færdes i.

Det er vigtigt, at der arbejdes på at skabe et spændende bymiljø bl.a. med udeservering, træer, bænke og kunst.

En anden faktor, der kan være med til at øge bymidtens attraktion yderligere, er flere opholdsrum og naturlige oaser, hvor besøgende og kunder har lyst til at opholde sig uden nødvendigvis at skulle have penge op af lommen.

Bymiljøet består også af kundernes oplevelse af en gåtur i byen. Her er butikernes facader og udstillinger samt brug af udendørs arealer til varer, blomsterkummer, lys og facadeskiltning med til at skabe et attraktivt byliv. Dog uden at det skal være et forhindringsløb mellem skilte og udstillingskasser.

## 9.7 Udespisning

Fastfood, take-away og udespisning er steget knap 60 % siden 2009 og der forventes en fortsat positiv vækst i de kommende år. Udespisning har erstattet en stadigt større del af forbrugernes indkøb af fødevarer.

Det faktum, at singlehusstande udgør en stigende andel med over 1 million danskere, der bor alene i Danmark kombineret med 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.

Der hersker generel enighed om, at udespisning i Danmark vil stige, men i hvilken grad vil afhænge af de generelle konjunkturer, modestrømninger og holdninger til madlavning.

## 9.8 Beliggenhed

Generelt er beliggenheden den altafgørende faktor i detailhandelens vurderinger i forbindelse med investeringer i nye butikker.

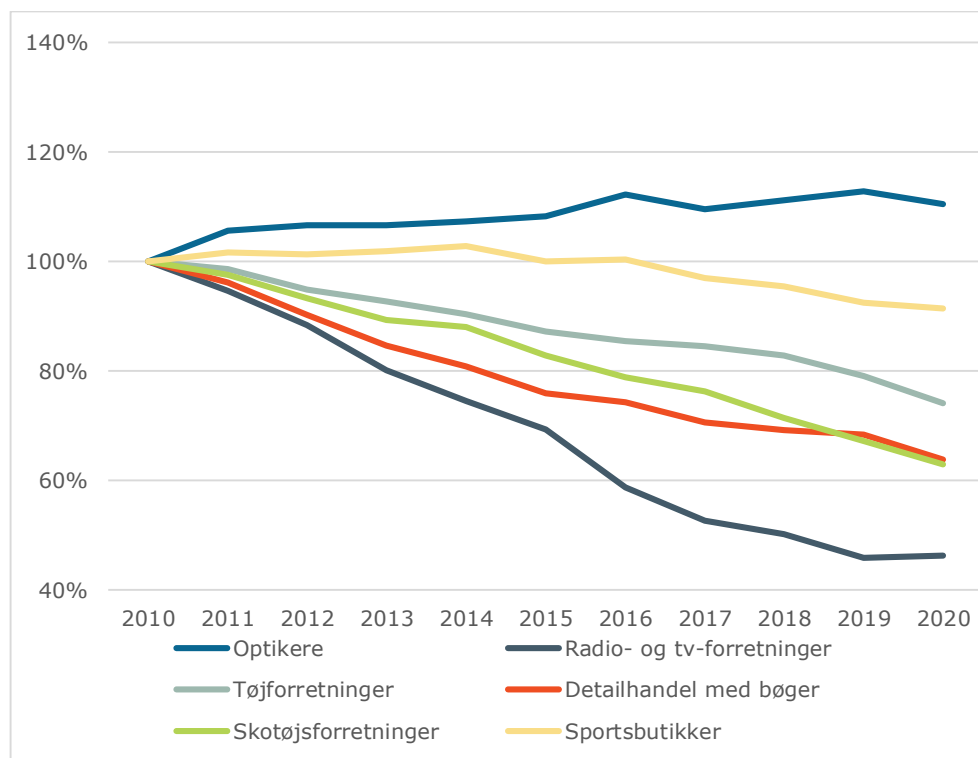
Kravet til en god beliggenhed, en god tilgængelighed og en god synlighed er for mange butikker har afgørende betydning. Især for placeringen af store dagligvarebutikker er beliggenheden væsentlig. I takt med den øgede konkurrence på dagligvareområdet er alle dagligvarekæderne i gang med en trimning af butiksnettet og især de dagligvarebutikker med en dårlig tilgængelighed og synlighed bliver flyttet eller lukket.

## 9.9 Sammensætning af brancherne

Den detailhandelsmæssige udvikling med den øgede koncentrationstendens har betydet, at mange små og mellemstore bymidter mister traditionelle udvalgsvarebutikker. Som tidligere beskrevet er antallet af udvalgsvarebutikker i Danmark faldet 18 % i perioden 2009 til 2020. Der er forskel på udviklingen i antal butikker inden for de forskellige brancher.

For eksempel er antallet af optikere steget 8 % i perioden 2009 til 2020, mens antallet af radio- og tv-forretninger er faldet 56 % i samme periode.

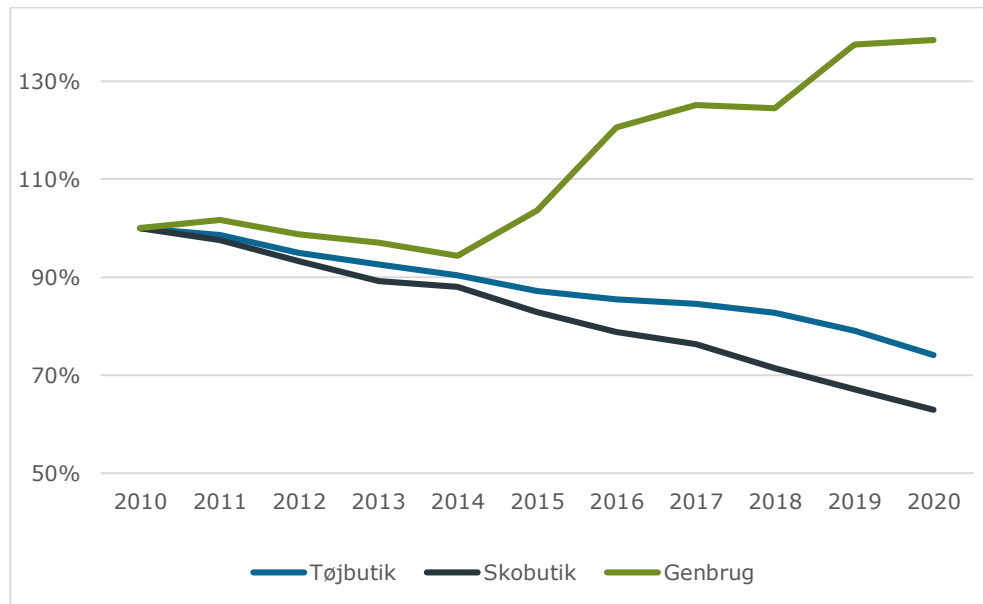
Figur 9.4 Udviklingen i antal butikker i udvalgte brancher indenfor udvalgsvarer i % fra 2010 til 2020, Kilde: Danmarks Statistik – marts 2022



Udvalget af især damebeklædning har betydning for valget af indkøbssted, når der skal shoppes, derfor er et godt udvalg af beklædningsbutikker med til at definere en bymidtes styrke og attraktion.

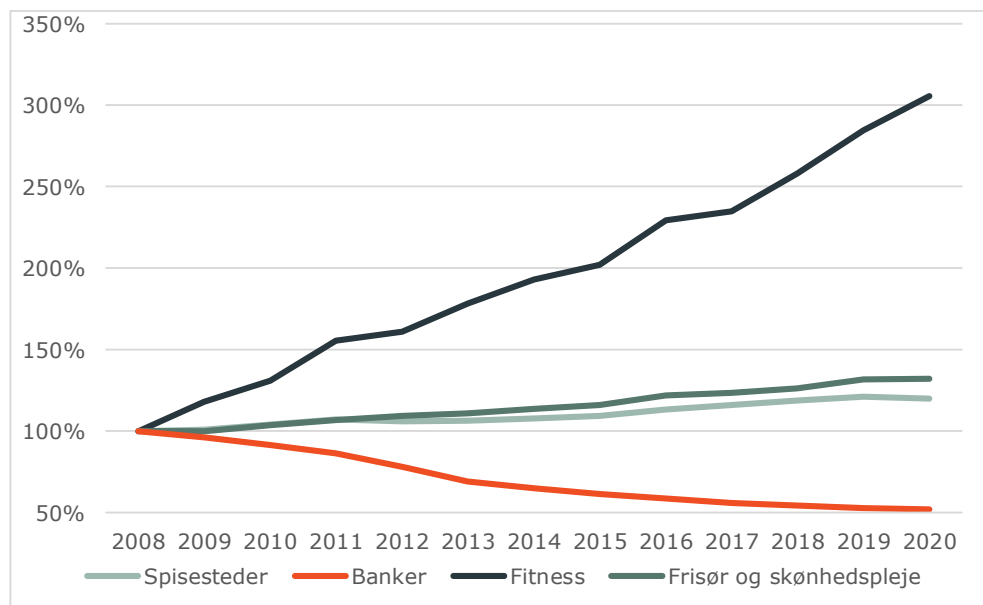
Antallet af beklædningsbutikker er dog faldet på landsplan, samtidigt med at udbuddet generelt er blevet centraliseret i de større byer, som Kgs. Lyngby bymidte. Således oplever især mange mindre byer et markant fald i antallet af traditionelle tøjbutikker. Omvendt er antallet af genbrugsbutikker stigende. Antallet af genbrugsbutikker er steget 47 % i perioden 2009 til 2020.

Figur 9.5 Udviklingen i antal butikker i udvalgte brancher indenfor beklædning i % fra 2010 til 2020, Kilde: Danmarks Statistik – juni 2022



Mens detailhandelen fylder mindre i bymidterne, har antallet af servicefunktioner været stigende, men det er ikke nødvendigvis de samme servicefunktioner som tidligere. Således fylder caféerne mere og mere i gadebilledet og fitness overtager mange steder store tomme lokaler; omvendt bliver der færre banker. Hvilket er samme tendens som ses i Kgs. Lyngby.

Figur 9.6 Udviklingen i antal i udvalgte brancher indenfor forskellige servicefunktioner i % fra 2010 til 2020, Kilde: Danmarks Statistik – juni 2022



## 10 Ordforklaring

### 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 butikksformål 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. m<sup>2</sup> 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 butiksklokal.

### 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.

### 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 Kvikly samt hypermarkedet Bilka, som har et betydeligt salg af udvalgsvarer.

### 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.

### EKSISTERENDE BRUTTOETAGEAREAL

Arealet af den eksisterende, aktive detailhandel. Butiksareal, personalefaciliteter, overdækket lager mv. til butikksformål medregnes i *bruttoetagearealet*. Tomme butiksklokal samt kundevendte servicefunktioner er således ikke medtaget i *bruttoetagearealet* til detailhandel.

### FORBRUGSGRUNDLAG

Borgerne bosiddende i et opland har et samlet forbrug på varer, som betegnes *forbrugsgrundlaget*. Det primære opland er det område, hvor forbrugerne primært vil vælge dette udbudspunkt eller butik.

### 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 udenfor kommunen. Tilsvarende betyder en handelsbalance over 100 %, at butikkerne i kommunen tiltrækker kunder fra udenfor 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 et område er gået frem. Handelsbalancen kan f.eks. stige, hvis omsætningen ikke falder lige så meget som forbrugsgrundlaget.

#### SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER (SPV) OG BUTIKKER MED SPV

Butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper i Planloven er ikke udtømmende. Listen over særligt pladskrævende varegrupper eller varer, som frembyder særlige sikkerhedsmæssige forhold, er f.eks. motorkøretøjer, lystbåde, campingvogne, trailere, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer, samt køkkener og i princippet møbler. Af Vejledning om detailhandelsplanlægning fremgår, at arealer til særligt pladskrævende varegrupper ikke omfatter arealudlæg til andre store butikker med mange varer eller butikker, der både forhandler pladskrævende og ikke-pladskrævende varer, som f.eks. dagligvarer, tøj, legetøj, babyudstyr, elektronik, hårde hvidevarer, boligtilbehør mv. I byggemarked må der også forhandles udvalgsvarer. 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 møbelbutikker er kategoriseret som en udvalgswarebutik.

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

#### UDVALGSVARER OG UDVALGSVAREBUTIKKER

Udvalgsvarer er en fælles betegnelse 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 "boligudstyr" dvs. isenkram, boligtilbehør, elektronik og hårde hvidevarer samt "øvrige udvalgsvarer", dvs. f.eks. 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.

## 11 Bilag

### 11.1 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 Babyudstyrs- og børnetøjsforretninger
- 477210 Skotøjsforretninger
- 477900 Forhandlere af brugt tøj

#### 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 UDVALGTVARER

- 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 Bogantikvarier
- 477900 Andre forhandlere af brugte varer

#### SÆRLIG PLADSKRÆVENDE

- 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 Planterforhandlere og havecentre
- 477890 Detailhandel med køkken og badeværelseselementer



## 11.2 Branchefortegnelse kundevedtede 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

### FRISØRER, LÆGER MV.

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

### 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

### 11.3 Spørgeramme Bæredygtighed

Lyngby-Taarbæk Kommune har igangsat en detailhandelsanalyse, som COWI gennemfører. Som led i arbejdet kortlægger vi detailhandlen og andre kommercielle byerhverv i kommunen og indsamler en lang række data fra butikkerne.

Analysen vil give en status for handelslivet – både på kommuneniveau, men også på de enkelte handlegader og områder – og vil vise, hvordan det er gået siden sidste analyse fra 2018. Analysen vil give anbefalinger til en udvikling af handelslivet og skal bidrage til, at Lyngby-Taarbæk gennem bl.a. byplanlægningen kan sætte de bedste rammer for udviklingen af handelslivet.

Som led i analysen undersøger vi bæredygtighed i handelslivet i Lyngby-Taarbæk Kommune. Det har vi valgt at gøre gennem interviews med udvalgte nøglepersoner i handelslivet.

Formålet med "interviewet" er at få de butiksdrivendes blik på bæredygtighed i detailhandlen.

Interviewet omfatter spørgsmål, der relaterer sig til temaerne (1) butiksindretning, (2) kunder og varer og (3) transport.

#### Tema 1: Butiksindretning

- > Har I tiltag i butikken, der mindsker forbruget af energi eller vand? F.eks. lavenergi-belysning, som LED-belysning, eller energieffektiv køling i form af lukkede kølemontre eller naturlig aircondition.
- > Har I varmepumper eller producerer I energi? F.eks. med solceller, udnyttelse af restvarme.
- > Anvender I klimatilpasningsløsninger? F.eks. til forsinkelse af regnvand med grønne tage eller regnvandsbede.

#### Tema 2: Kunder og varer

- > Sælger bæredygtige varer? F.eks. økologiske varer, genbrugsvarer, danskproducerede varer eller andre certificerede varer. Hvordan vælger I, hvilke varer I sælger?
- > Hvad efterspørger kunderne? Hvordan vægter kunderne klima-, miljømæssig og social bæredygtighed ift. prisen på varen? Kan det betale sig?
- > Hvordan kommunikerer I med kunderne om varerne og bæredygtighed?
- > Sorterer I jeres affald? Foretager I affaldssortering ud over det påkrævede?

#### Tema 3: Transport

##### Kundetransport

- > Hvordan ligger jeres butik ift. kunders og ansattes muligheder for at transportere sig helt eller delvist til og fra butikken med kollektiv transport?

- > Hvilke alternative transportformer end bilen, kan jeres kunder anvende? Oplever I, at der i dag er gode muligheder for alternative transportformer end bilen til jeres butik.
- > Forventer I, at letbanen vil forbedre mulighederne for at transportere sig på en bæredygtig måde til jeres butik?
- > Hvordan er mulighederne for at cykle til butikken og parkere cyklen?
- > Gør I noget særligt for rejsende med kollektiv transport, cyklende eller gående?
- > Har I el-ladestandere ved butikken eller planer om el-ladestandere? Almindelige eller superchargere?

#### Varetransport

- > Bæredygtig logistik: Får I leveret varer på anden vis end i bil eller lastbil?
- > Har I erfaringer med varelevering på alternative måder, f.eks. lad cykler?

## 11.4 SWOT Kgs. Lyngby bymidte

Figur 11.1 Styrker, Svagheder, Muligheder og Trusler (SWOT) for Kgs. Lyngby

<b>SWOT Kgs. Lyngby</b>	
<p><b>Styrker:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Veletableret indkøbssted</li> <li>&gt; Godt udbud af dagligvarebutikker</li> <li>&gt; Stormagasinet, Strøg og Shoppingcenter</li> <li>&gt; Mulighed for inde- og udeliv</li> <li>&gt; Hyggeligt bymiljø i Hovedgaden, Handelspladsen og Lyngby Storcenter</li> <li>&gt; Mange attraktive, unikke butikker</li> <li>&gt; Bredt udbud af både butikker og kundeorienterede servicefunktioner</li> <li>&gt; Bredt udbud af specielle boligindretningsbutikker</li> <li>&gt; Bredt udbud af kædeorienterede spisesteder og caféer</li> <li>&gt; Nordisk Film biograf</li> <li>&gt; Godt udvalg af beklædning til hele familien</li> <li>&gt; Gode parkeringsmuligheder tæt på butikkerne</li> <li>&gt; God tilgængelighed med kollektiv trafik</li> </ul>	<p><b>Svagheder</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Vanskelig trafikafvikling i bymidten</li> <li>&gt; Begrænset tilgængelighed for biler især under etableringen af Letbanen</li> <li>&gt; Begrænset udbud indenfor nogle brancher som f.eks. hårde hvidevarer, byggemarked og autoudstyr</li> <li>&gt; Ensidede muligheder for kundeflow</li> <li>&gt; Begrænset kulturelle og andre oplevelser udover biograf, bibliotek og musikstedet Templet</li> <li>&gt; Få opholdssteder for blandt andet de unge herunder ca. 10.000 studerende på DTU</li> </ul>
<p><b>Muligheder:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Koncentrere og styrke detailhandelen og de kundeorienterede funktioner</li> <li>&gt; Sikre at nye butikskoncepter har Kgs. Lyngby som første prioritet</li> <li>&gt; Udbygge udvalget af beklædningsbutikker</li> <li>&gt; Fastholde og støtte både lokale unikke butikker og kædebutikker</li> <li>&gt; Udnytte e-handel i butikkerne</li> <li>&gt; Styrke oplevelserne og service i de enkelte butikker</li> <li>&gt; Styrke oplevelserne i byrummet</li> <li>&gt; Tilføje yderligere aktiviteter og byliv centralt både midlertidige og mere permanente, som f.eks. Torvedage</li> <li>&gt; Arbejde aktivt med eksisterende og nye bylivskvaliteter og muligheder</li> <li>&gt; Arbejde med at Kgs. Lyngby er et attraktivt mødested for alle borgere</li> <li>&gt; Styrke og koncentrere spisestederne</li> <li>&gt; Bedre aktivering af butiksfacaderne i gadeplan ikke kun i dagtimerne</li> <li>&gt; Udvikling af Firskovvej med butikker som ikke kan indpasses i bymidten</li> <li>&gt; Arbejde med at løse barrierenvirkningerne mellem den centrale del af Kgs. Lyngby og Firskovvejområdet</li> <li>&gt; Skabe en bedre forbindelse mellem Lyngby Storcenter og Hovedgaden</li> <li>&gt; Arbejde på at styrke rundgangen i bymidten, herunder styrke forbindelserne fra stationen, Hovedgaden, Lyngby Storcenter og Handelspladsen</li> <li>&gt; Klampenborgvej kan sikres et trafikvenligt miljø for alle trafikarter</li> <li>&gt; Arbejde med at styrke parkering og tilgængelighed for både biler og cykler, samt adgangene fra P-plads og til butikkerne, så bagsider og varegårde undgås</li> <li>&gt; Positiv italesættelse af Kgs. Lyngby bymidte</li> <li>&gt; Øget bosætning centralt i bymidten</li> <li>&gt; Bedre tilknytning af turismen i Kgs. Lyngby</li> <li>&gt; Udbygge det forpligtende samarbejde mellem aktørerne i bymidten</li> </ul>	<p><b>Trusler:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Yderligere spredning af butikker og servicefunktioner i bymidten uden funktionsopdeling især mellem bymidten og Firskovvej</li> <li>&gt; Stigende e-handel</li> <li>&gt; Byggefaser af Letbanen betyder vanskeligere fremkommelighed og færre p-muligheder</li> <li>&gt; Kunderne i højere grad vælger de øvrige regionale udbudspunkter som Rødovre Centrum, Field's, Københavns City og BIG Herlev</li> </ul>