
Rapport

Byregnskap for Oslo 2016: Utvikling for handel og næring

Oppdragsgiver

Plan- og bygningsetaten Oslo kommune

Emne

Byregnskapet for 2016, program for Bilfritt byliv

DATO / REVISJON: 21.05.2019 / 02

DOKUMENTKODE: 15200057-RAP-TVF-002



Denne rapporten er utarbeidet av Multiconsult i egen regi eller på oppdrag fra kunde. Kundens rettigheter til rapporten er regulert i oppdragsavtalen. Hvis kunden i samsvar med oppdragsavtalen gir tredjepart tilgang til rapporten, har ikke tredjepart andre eller større rettigheter enn det han kan utlede fra kunden. Multiconsult har intet ansvar dersom rapporten eller deler av denne brukes til andre formål, på annen måte eller av andre enn det Multiconsult skriftlig har avtalt eller samtykket til. Deler av rapportens innhold er i tillegg beskyttet av opphavsrett. Kopiering, distribusjon, endring, bearbeidelse eller annen bruk av rapporten kan ikke skje uten avtale med Multiconsult eller eventuell annen opphavsrettshaver.

Rapport

OPPDRAAG	Byregnskap 2016 - næring og handel, program for Bilfritt byliv	DOKUMENTKODE	15200057-RAP-TVF
EMNE	Byregnskapet for 2016	TILGJENGELIGHET	Åpen
OPPDRAAGSGIVER	PBE	OPPDRAAGSLEDER	Bernt Sverre Mehammer
KONTAKTPERSON	Hogne Hove	UTARBEIDET AV	Bernt Sverre Mehammer, Marianne Håland, Anne Grete Raanaa Ulvestad, Manjinder Singh, og Maren Louise Salte.
		ANSVARLIG ENHET	Multiconsult Norge AS

Sammendrag

Oslo og særlig sentrumsområdene er lokomotivet i norsk økonomi. Svært mange sysselsatte med høy produktivitet holder til i dette området, og dette er det viktigste handelsområdet i landet – særlig gjelder dette klesbransjen og spesialbutikker. I tillegg er serveringsstedene i Oslo sentrum et viktig møtested.

I denne rapporten dokumenteres utviklingen for handel og næringsliv i Oslo, med særlig fokus på tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Formålet er å utvikle et verktøy som kommunen kan bruke til å følge utviklingen av kunderettet næringsliv i Oslo, med særlig ønske om å kunne se effekten av kommunens egen politikk. Sammen med det nettbaserte *Bybarometeret* skal *Byregnskapet* fylle en slik funksjon.

2016 var et bra år for handelen i Oslo sentrum. Omsetningstall fra SSB viser en vekst på syv prosent for grunnkretsene som inngår i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Dette er en sterkere utvikling enn de fleste referanseområdene. Tall for kjøpesentrene tyder imidlertid på en noe svakere utvikling i kjøpesentrene innenfor tiltaksområdet enn for en del av referanseområdene. Forskjellen mellom tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet og resten av Oslo, tyder på at sentrum har styrket seg som handelsområde gjennom 2016.

Det var et visst spenn i utviklingen både mellom ulike deler av handelsnæringen og mellom ulike deler av sentrum. *Hus og Hjem og spesialbutikker* har gått best. *Klær og sko* som er en viktig bransje i Oslo sentrum, øker ikke for året sett under ett. De sterkeste utslagene kan skyldes avvikling eller nyetableringer, så man skal være tilbakeholden med å trekke konklusjoner basert på utviklingen fra et år til et annet.

Blant de viktigste handelsgrunnkretsene har Vaterland og Aker brygge hatt en sterk vekst i 2016, mens for eksempel Midtre Karl Johan hadde en svak utvikling.

Indikatorene for utviklingen til øvrig næringsliv i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet tyder på at området styrket sin posisjon i 2016. Antall sysselsatte økte med 4 prosent, vesentlig mer enn referanseområdene, og prisen på næringseiendom lå relativt stabilt på et høyt nivå.

02	21.05.2019	Leveranse	MH	MLS	BSM
01	16.04.2019	Revisjon 01. Fra 95% til 100% leveranse.	MH	MLS	BSM
REV.	Dato	Beskrivelse	Utarbeidet av	Kontrollert av	Godkjent av

INNHOLDSFORTEGNELSE

1	Byutvikling er viktig for verdiskaping	7
2	Byregnskap for program for Bilfritt byliv	8
2.1	Geografi og bransjer	8
2.2	Referanseområder	10
3	Datagrunnlag og forutsetninger	11
3.1	Bybarometer- og regnskap	11
3.2	Datagrunnlag	11
3.3	Forutsetninger	13
3.4	Prikkede data	13
3.5	Basisår for analyser	14
3.6	Handel i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet	15
3.6.1	Andel av omsetningen i Oslo	16
3.6.2	Utvikling i omsetning for Bilfritt byliv-programmet	17
3.6.3	Utvikling i omsetning sammenliknet med referanseområdene	18
3.6.4	Alkoholsalg	23
3.7	Utvikling i næringsvirksomhet generelt	24
3.7.1	Utvikling i antall sysselsatte	24
3.7.2	Utvikling i markedet for næringseiendom	26
3.8	Kjøpesentre i bilfritt område sammenliknet med referanseområdene	27
3.8.1	Omsetning	27
3.8.2	Antall virksomheter	32
3.9	Utvikling i ulike handelsnæringer per grunnkrets	36
3.9.1	Kvadraturen (øvre)	36
3.9.2	Midtre Karl Johan – Egertorget	38
3.9.3	Nedre Karl Johan	40
3.9.4	Kvadraturen (nedre)	42
3.9.5	St. Olavs plass – Tinghuset	44
3.9.6	Youngstorget	45
3.9.7	Vaterland	46
3.9.8	Aker Brygge	47
3.9.9	Øvre Karl Johan - Rådhuset	48
3.9.10	: Oppsummering av omsetning innenfor bilfritt bylivsområde	49
4	Oppsummering	50

Oversikt over figurer

Figur 2.1.1: Verdiskaping per sysselsatt per fylke relativt til landsgjennomsnittet. Kilde: SSBs nasjonalregnskap	7
Figur 2.1.1: Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Kilde: Oslo kommune	8
Figur 2.1.3: Kart over grunnkretsene som dekker tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet.	9
Figur 3.4.1: Oversikt over Oslo tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet.	15
Figur 3.4.2: Grunnkretsens andel av handelsomsetningen i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i 2016.	15
Figur 3.4.3: Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmets andel av samlet omsetning i Oslo etter næring i 2016.	16
Figur 3.4.4: Fordeling av handel etter bransje innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i 2016. Kilde SSB	16
Figur 3.4.5: Omsetningsutvikling Oslo tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet innen ulike næringer.	17
Figur 3.4.6: Omsetningsutvikling fra 2015 til 2016, Oslo bilfritt bylivsområde, innen ulike næringer.	17
Figur 3.4.12: Omsetningsutvikling varehandel totalt. 2015-kr. Kilde: SSB.	18
Figur 3.4.7: Omsetningsutvikling for klær, sko og vesker. Inkludert prikket data 2015-kr. Kilde: SSB.	19
Figur 3.4.8: Omsetningsutvikling spesialbutikker. Inkludert prikket data. 2015-kr. Kilde: SSB.	20
Figur 3.4.9: Omsetningsutvikling for mat og drikke. 2015-kr. Kilde SSB.	21
Figur 3.4.10: Omsetningsutvikling hus og hjem. Inkludert prikket data. 2015-kr. Kilde: SSB.	22
Figur 3.4.11: Omsetningsutvikling for hus og hjem. Ekskludert prikkede data ⁴ . 2015-kr. Kilde SSB.	22
Figur 3.5.1: Endring i antall sysselsatte fra 2015-2016 i det bilfrie området. Kilde: SSB.	24
Figur 3.5.2: Endring i antall sysselsatte fra 2015-2016	25
Figur 3.5.3: Oversikt over inndeling av Oslo sentrum i vurderingen av markedsituasjon for næringseiendom.	26
Figur 3.6.7: Endring i omsetning innenfor alle bransjer på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016.	27
Figur 3.6.1: Endring i omsetning innenfor klær, sko og vesker på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016	28
Figur 3.6.3: Endring i omsetning innenfor spesialbutikker på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016.	29
Figur 3.6.4: Endring i omsetning innenfor mat og drikke på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016.	29
Figur 3.6.5: Endring i omsetning innenfor hus og hjem på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016.	30
Figur 3.6.2: Endring i omsetning innenfor servering på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016.	30
Figur 3.6.6: Endring i omsetning innenfor service og tjenesteyting på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016. ..	31
Figur 3.6.8: Utvikling i antall virksomheter innenfor klær, sko og vesker på kjøpesentre i ulike områder	32
Figur 3.6.9: Utvikling i antall virksomheter innen servering på kjøpesentre i ulike områder.	32
Figur 3.6.10: Utvikling i antall virksomheter innenfor spesialbutikker på kjøpesentre i ulike områder. Kilde: Kvarud.	33
Figur 3.6.11: Utvikling i antall virksomheter innenfor mat og drikke på kjøpesentre i ulike områder. Kilde: Kvarud.	33
Figur 3.6.12: Utvikling i antall virksomheter innenfor hus og hjem på kjøpesentre i ulike områder. Kilde: Kvarud.	34
Figur 3.6.13: Utvikling i antall virksomheter innen service og tjenesteyting på kjøpesentre i ulike områder.	34
Figur 3.6.14: Utvikling i antall virksomheter samlet for aktuelle bransjer på kjøpesentre i ulike områder.	35
Figur 3.7.1: Oversikt over Kvadraturen (øvre).	36
Figur 3.7.2: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for Kvadraturen. Kilde: SSB.	37
Figur 3.7.3: Oversikt over Midtre Karl Johan- Egertorget.	38
Figur 3.7.4: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for midtre Karl Johan. Kilde: SSB.	39
Figur 3.7.5: Oversikt over nedre Karl Johan.	40
Figur 3.7.6: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for nedre Karl Johan. Kilde: SSB.	41
Figur 3.7.7: Oversikt over Kvadraturen (nedre).	42
Figur 3.7.8: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for Kvadraturen (nedre). Kilde: SSB.	43
Figur 3.7.9: Oversikt over St. Olavs plass - Tinghuset.	44
Figur 3.7.10: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området St. Olavs- Tinghuset. Kilde: SSB.	45
Figur 3.7.11: Oversikt over Youngstorget.	45
Figur 3.7.12: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Youngstorget. Kilde: SSB.	46
Figur 3.7.13: Oversikt over Vaterland.	46
Figur 3.7.14: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Vaterland. Kilde: SSB.	47
Figur 3.7.15: Oversikt over Aker Brygge.	47
Figur 3.7.16: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Aker Brygge. Kilde: SSB.	48
Figur 3.7.17: Oversikt over Karl Johan - Rådhuset.	48
Figur 3.7.18: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Øvre Karl Johan- Rådhuset. Kilde: SSB.	49

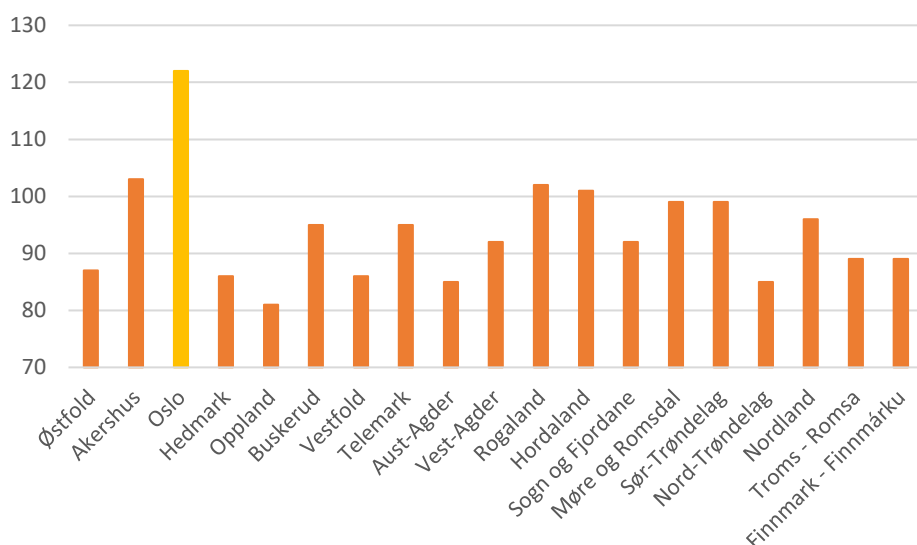
Oversikt over tabeller

Tabell 3-1: Indikatorer i bybarometeret- og byregnskapet	11
Tabell 3-2: Bransjeutvalg og NACE-inndeling.....	12
Tabell 3-3: Handledager i 2015 og 2016	13
Tabell 3-4: Oversikt over grunnkretser som inneholder prikkede data. År uten omsetningsdata.	14
Tabell 3-5: Omsetning for 2015 og 2016 i tusen (KPI-justert til 2015-kroner). Inkludert prikket data. Kilde: SSB.	18
Tabell 3-6: Omsetning for klær, sko og vesker i absolutte tall i 1000 (KPI justert til 2015-kroner). Kilde: SSB.	19
Tabell 3-7: Omsetning for spesialbutikker i absolutte tall (KPI justert). Kilde: SSB.	20
Tabell 3-8: Omsetning for mat og drikke i absolutte tall (KPI justert). Kilde: SSB.....	21
Tabell 3-9: Omsetning for hus og hjem i absolutte tall (KPI justert). Kilde: SSB.	23
Tabell 3-10: Alkoholsalg og alkoholvolum fra Vinmonopolet i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet og	23
Tabell 3-11: Antall sysselsatte i grunnkretser i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i 2015 og 2016.	24
Tabell 3-12: Antall sysselsatte i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i 2015 og 2016 sammenlignet med	25
Tabell 3-13: Total omsetning av varehandel totalt for de ulike områdene (KPI justert). Kilde: SSB.....	49

1 Byutvikling er viktig for verdiskaping

Oslo er Norges fremste økonomiske lokomotiv med en verdiskaping på om lag 20 prosent over landsgjennomsnittet. Det er derfor av nasjonal betydning at hovedstaden lykkes med å tiltrekke seg og videreutvikle et næringsliv med høy produktivitet i framtidsrettede næringer. Dette blir særlig viktig i lys av den forventede nedbyggingen av oljerelatert næringsliv i takt med synkende petroleumsinvesteringer på norsk sokkel, parallelt med at eldrebølgen gjør at andelen yrkesaktive i befolkningen synker vesentlig.

Figur 2.1.1: Verdiskaping per sysselsatt per fylke relativt til landsgjennomsnittet. Kilde: SSBs nasjonalregnskap



Areal- og transportpolitiske virkemidler er blant de mest effektive virkemidlene lokale myndigheter råder over for å legge til rette for verdiskaping. Det gir en mulighet til å påvirke virksomheters økonomiske resultat direkte, gjennom transportkostnader og kostnader til lokaler. Slike tiltak påvirker også kundegrunnlaget gjennom å endre et områdes tilgjengelighet for ulike kundegrupper.

Mer indirekte, men sannsynligvis viktigere på sikt, er det at man gjennom areal- og transportpolitikk påvirker tettheten av økonomisk aktivitet i et område. Gjennom såkalte agglomerasjonseffekter bidrar økt tetthet til økt produktivitet og dermed økt verdiskaping fra alle sysselsatte i et område. Dette er blant annet beskrevet nøyere i kapittel 7 i Produktivitetskomisjonens første rapport^[1].

Oslo kommune ønsker å utvikle et verktøy som kan måle effekten på verdiskaping av byutviklingstiltak i hovedstaden. I de første byregnskapene er Bilfritt byliv-programmet case, men byregnskapet skal være et generisk verktøy som skal fange opp hvordan tiltak innenfor areal- og transportpolitikken påvirker verdiskaping generelt, med særlig fokus på næringene som blir påvirket mest. Denne rapporten har til hensikt å legge frem en «nullpunktsmåling» for utviklingen fra 2015 til 2016, dvs. en beskrivelse av «nåsituasjonen» i Oslo før tiltakene ble besluttet. Resultatene for 2016 vil sammenlignes med utviklingen senere år, for å vurdere om det er skjedd endringer i handel og næringer i sentrum i 2017 som kan relateres til Bilfritt byliv-programmet.

^[1] NOU 2015:1, kapittel 7.

2 Byregnskap for program for Bilfritt byliv

Programmet for Bilfritt byliv ble startet opp i 2016 av Oslo kommune med mål om å legge til rette for økt byliv i Oslo sentrum gjennom å prioritere bruk av areal fra bilformål til bylivsformål. Det ble ikke gjennomført tiltak i prosjektet i 2016, så byregnskapet for 2016 beskriver referansesituasjonen før tiltakene ble iverksatt. I regnskapet vises tall for 2015, 2016 og endringen fra 2015 til 2016.

2.1 Geografi og bransjer

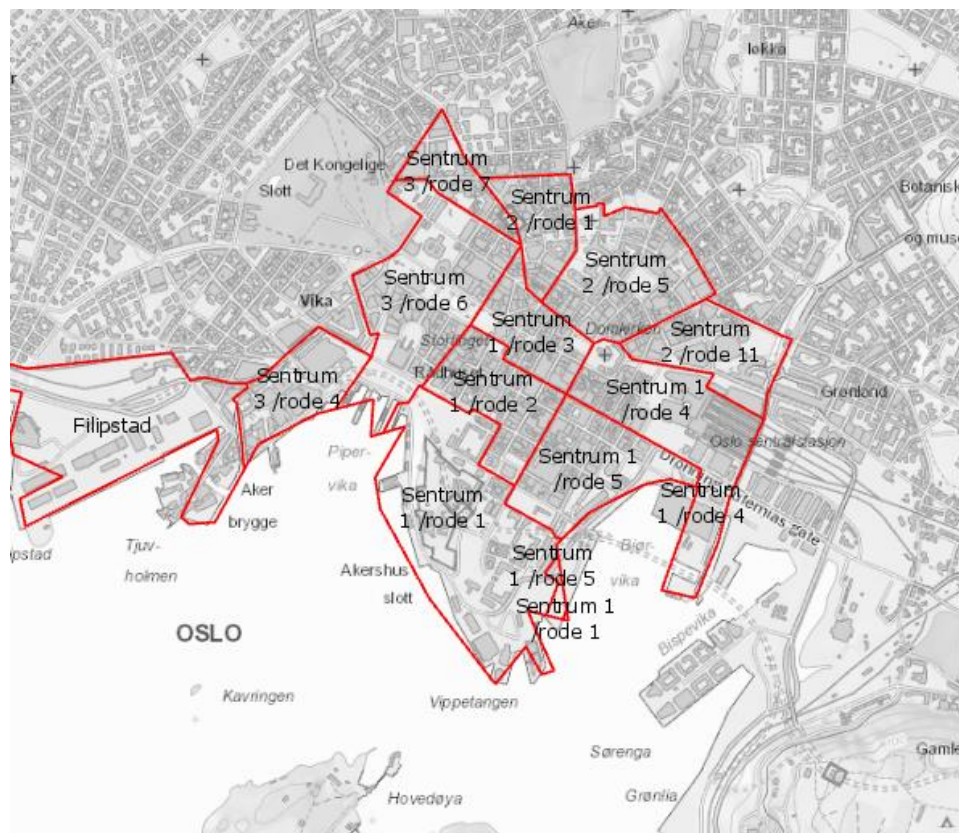
Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet er definert som i figur 2.1.1.

Figur 2.1.1: Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Kilde: Oslo kommune



Kildene til statistikk om økonomisk aktivitet i Norge er i hovedsak basert på administrative inndelinger. I byregnskapet benyttes i hovedsak statistikk på grunnkrets nivå. Disse grensene sammenfaller ikke helt med det definerte tiltaksområdet for bilfritt byliv. Figur 2.1.2 viser hvilke grunnkretser som inkluderes når tiltaksområdet omtales i dette dokumentet.

Figur 2.1.2: Kart over grunnkretsene som dekker tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet.



Grunnkretsnavn	Grunnkretsnr	Område
Sentrum 1 /rode 1	3010101	Festningen
Sentrum 1 /rode 2	3010102	Kvadraturen (øvre)
Sentrum 1 /rode 3	3010103	Midtre Karl Johan – Egertorget
Sentrum 1 /rode 4	3010104	Nedre Karl Johan
Sentrum 1 /rode 5	3010105	Kvadraturen (nedre)
Sentrum 2 /rode 1	3010201	St. Olavs plass - Tinghuset
Sentrum 2 /rode 5	3010205	Youngstorget
Sentrum 2 /rode 11	3010211	Vaterland
Sentrum 3 /rode 4	3010304	Aker Brygge
Sentrum 3 /rode 6	3010306	Øvre Karl Johan - Rådhuset
Sentrum 3 /rode 7	3010307	Tullinløkka – Holbergs plass
Filipstad	3010401	Filipstad

Grunnkretsene for Festningen og Filipstad har for lite næringsaktivitet innenfor de aktuelle næringene, mens Tullinløkka har for få virksomheter i de ulike bransjene til at vi har fått tilgang til data fra SSB. Disse grunnkretsene utelates derfor fra de delene av regnskapet som bygger på omsetningstall. I fremstillinger basert på sysselsettingstall er alle grunnkretsene inkludert. Byregnskapet rapporterer separate data for kjøpesenterutviklingen (se kapittel 0).

2.2 Referanseområder

Oslo sentrum er enestående i Norge. For likevel å kunne sannsynliggjøre om endringene som observeres der skyldes særskilte forhold i dette området, for eksempel tiltakene innenfor Bilfritt byliv-programmet, eller snarere er del av generelle trender, for eksempel økende netthandel, sammenlignes utviklingen med andre relevante områder. Følgende referanseområder benyttes:

- Resten av Oslo kommune
- Delområdet Bergen sentrum
- Delområdene i Trondheim sentrum; Rosenborg og Midtbyen
- For kjøpesentrene inkluderes i tillegg Akershus vest, sør og nord.

Til sammen gir disse et sammenligningsgrunnlag som kan sannsynliggjøre om endringene som observeres i Oslo sentrum, kan knyttes til særskilte forhold i dette området.

3 Datagrunnlag og forutsetninger

3.1 Bybarometer- og regnskap

Basert på ulike datakilders hyppighet av oppdateringer, forsinkelse i publisering og detaljeringsnivå på geografi og næring, er byregnskapet for handel og næring delt i to. Bybarometeret er basert på datagrunnlag med hyppige oppdateringer og liten forsinkelse i publiseringen, mens Byregnskapet er den årlige rapporten som gir et mest mulig fullstendig bilde av utviklingen for handel og næring i området. For bybarometeret finnes det en nettbasert dashbordløsning der tallene i utgangspunktet oppdateres månedlig.

3.2 Datagrunnlag

Byregnskapet har samlet tilgjengelige tall for utviklingen i næringslivet i Oslo sentrum. Utviklingen i handelsnæringen har hatt høyest prioritet. I tillegg har det vært fokus på serveringsnæringen og generelt næringsliv. Datakilder er SSB, Kvarud analyse og Vinmonopolet. Det har også vært hentet ut data fra foretaksregisteret, men de har ikke hatt tilfredsstillende kvalitet og vises derfor ikke i regnskapet.

Tabellen under viser en oversikt over indikatorer i henholdsvis byregnskapet og -barometeret. Alle indikatorer oppsummeres og presenteres i denne rapporten for byregnskap 2016. Rapporten redegjør for utviklingen i flere ulike indikatorer som sier noe om den økonomiske utviklingen og tilstanden i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet, samt i referanseområdene i 2015 og 2016:

Tabell 3-1: Indikatorer i bybarometeret- og byregnskapet

	Indikator	Geografi	Frekvens	Bransje	Datakilde
Bybarometer	Aggregert omsetning*	Grunnkrets	Termin (2-månedlig)	Detaljhandel	SSB
	Volum/salg av alkohol	Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet	Månedlig	Alkohol	Vinmonopolet
	Kjøpesenterstatistikk	Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet	Månedlig/kvartal	Handel og servering	Kvarud
Byregnskap	Sysselsatte	Grunnkrets	Årlig	Handel, servering, overnatting og kultur	Oslostatistikken
	Næringsstruktur – basert på omsetning	Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet	Årlig	Handel, service og overnatting	SSB

**alle omsetningsstørrelser i rapporten er inkludert merverdiavgift og angitt i 2015-kroner (se kapittel 3.5 for forklaring til prisjustering).*

Tall for omsetning for handelsnæringen er hentet fra SSB. Tabell 3-2: Bransjeutvalg og NACE-inndeling
Tabell 3-2 viser hvordan bransjekategoriene er definert i henhold til tradisjonell næringsnomenklatur.

Tabell 3-2: Bransjeutvalg og NACE-inndeling

Bransjenavn	NACE	Type virksomhet/butikk (ikke uttømmende)
Mat og drikke	NACE 47.11 + 47.2	Dagligvare, kiosker, frukt -og grønt, kjøtt, fiske, godteri, øl- og mineralutsalg, tobakk, helsekost, kaffe- og tebutikker og delikatesser
Klær, sko og vesker	NACE 47.71 + 47.72	Kles-, sko- og veskebutikker
Spesialbutikker	NACE 47.6 + 47.7, unntatt 47.71 & 47.72	Sportsbutikker, apotek, parfymier, platebutikker, bokhandlere, papir- og kontorutstyr, urmakere, smykker, foto, optikere, gullsmeder, leketøy, barneutstyr, hobbybutikker, blomster, hagesentre, dyrebutikker, erotikk, antikviteter og bruktbutikker.
Hus og hjem	NACE 47.19 + 47.4 + 47.5	Boligtekstil, garn, lampe, kjøkkenutstyr, glassmagasiner, møbel, gardin, husflid, gave- og interiør, kjøkken, hyttebutikker, radio- og TV, elektro, tele, data, byggevare, jernvare, fargehandlere, hagemaskin, trelastutsalg, flisbutikker, rørlegger, tapet og tepper
Annen detaljhandel	NACE 47.3 + 47.8	Drivstoff til motorvogner og torghandel
Internett og postordre	NACE 47.9	Postordre og handel via internett og detaljhandel utenom utsalgssted ellers
Servering	NACE 56	Kafeer, restauranter, puber, barer og bakeriutsalg
Overnatting	NACE 55	Hoteller, vandrehjem, campingplasser mm.
Personlig tjenesteyting	NACE 96	Vaskeri, kroppspløe og annen skjønnhet, begravelsesbyrå mm.
Kulturell virksomhet, museer og bibliotek	NACE 91	Drift av bibliotek, museer, historiske steder mm.

Med bakgrunn i konfidensialitetsprinsipper, datatilgjengelighet og kvalitet er det i regnskapet noe varierende hvilke bransjer det publiseres data for. I analysen vil det særlig være fokus på de største bransjene som klær og sko, mat og drikke, samt servering. For mer informasjon om tilgjengelige data se kapittel 3.4 *Prikkede data*.

For å gi et best mulig bilde av utviklingen i aktuelle områder publiserer vi både data for alle butikker fra SSB og data for kjøpesentra fra Kvarud. Kjøpesenterdata oppdateres hyppigere og med mindre forsinkelse, slik at de raskere fanger opp endringer i handelsmønsteret. SSB-data omfatter hele handelen, og bidrar til å fange opp endringer i utviklingen mellom kjøpesentra og øvrig handel, samt kan bidra til å nyansere bildet fra de smalere kjøpesenterdataene.

3.3 Forutsetninger

Ved vurdering av omsetningsendringer ett hensyn bevegelser i antall handledager og plasseringen av viktige bevegelige helligdager som påske og pinse. I tabellen nedenfor vises antall handledager per måned i 2015 og 2016. I 2016 var det for eksempel skuddår, så februar hadde en ekstra handledag denne måneden.

Tabell 3-3: Handledager i 2015 og 2016

ANTALL HANDLEDAGER		
	2016	2015
Januar	25	26
Februar	25	24
Mars	24	26
April	26	23
Mai	23	23
Juni	26	26
Juli	26	27
August	27	26
September	26	26
Oktober	26	27
November	26	25
Desember	26	25
ÅRET	306	304

Bevegelser i omsetningsutviklingen kan også skyldes kampanjer og kampanjeforskyvninger. De seneste årene har vi blant annet sett hvordan Black Friday påvirker omsetningen i enkelte bransjer både før og etter selve Black Friday markeringen. Den kraftige salgsøkningen i forbindelse med Black Friday har forskjøvet en del av julehandelen fra desember til månedene før.

Flere handelsbransjer er svært væravhengige, noe som fort merkes på omsetningen (Kvarud Analyse, 2018).

Byregnskapet for 2016 viser utviklingen i Oslo sentrum basert på statistikk for næringsvirksomhet på grunnkrets nivå. I rapporten vises endringer i omsetning på tomånedlig og månedlig nivå per bransje, samt endringer i andre økonomiske størrelser per år eller kvartal. I teksten under diagrammene er det ført opp korte beskrivelser av utviklingen og trukket fram hendelser av betydning som bidrar til å forklare større svingninger. Det har i arbeidet med rapporten ikke vært mulig å fremskaffe en fullstendig oversikt over tiltak i Oslo sentrum som har effekt på omsetning i kunderettede virksomheter. Det er derfor sannsynlig at det har vært gjennomført tiltak utover de som nevnes i rapporten.

For sammenlikning mellom år er omsetningstall inflasjon og i 2015-kroner. Alle størrelser er i 2015-kroner med mindre annet oppgis i figur- eller tabellteksten.

3.4 Prikkede data

En viktig utfordring med datagrunnlaget er at nedbryting på grunnkretser og bransjer medfører områder med få aktører og at da SSB ikke oppgir data. I disse tilfeller er data «prikket» (fjernet) fra datagrunnlaget. Data prikket dersom det er færre enn tre aktører innen en bransje i én grunnkrets. Totalsummene for der data er prikket vil derfor være for lave.

Utfordringen med prikket data gjelder også ved sammenlikning mellom år. Etableres en tredje aktør i en bransje vil data for både den nyetablerte og de eksisterende komme inn i samme år. Det gir et for høyt resultat for veksten. Motsatt blir det dersom en virksomhet legges ned, og antallet blir færre enn tre. Da blir reduksjonen for stor.

Utfordringer knyttet til prikkede data medfører at utviklingen vises både med og uten prikking for områder og bransjer der problemstillingen er relevant. Betydningen av prikking kommenteres der det er aktuelt.

I analysen av utvikling mellom 2015 og 2016 er det i figurer med prikket data utelatt omsetning dersom det mangler data for ett av de to årene. Det gjelder følgende grunnkretser/næringer:

Tabell 3-4: Oversikt over grunnkretser som inneholder prikkede data. År uten omsetningsdata.

Område	Bransje	År uten omsetningsdata	Utvikling 2015 – 2016
Nedre Karl Johan	Hus og hjem	2015	Prikket
Kvadraturen (øvre)	Mat og drikke	2015	Prikket
Kvadraturen (øvre)	Hus og hjem	2015 og 2016	Prikket
Kvadraturen (øvre)	Klær, sko og vesker	2016	Prikket
Midtre Karl Johan-Egertorget	Mat og drikke	2016	Prikket
Kvadraturen (nedre)	Klær, sko og vesker	2015 og 2016	Prikket
Kvadraturen (nedre)	Spesialbutikker	2015 og 2016	Prikket
Kvadraturen (nedre)	Hus og hjem	2015 og 2016	Prikket
St. Olavs plass - Tinghuset	Klær, sko og vesker	2015 og 2016	Prikket
St. Olavs plass - Tinghuset	Hus og hjem	2015	Prikket
Vaterland	Hus og hjem	2015 og 2016	Prikket
Aker Brygge	Mat og drikke	2015 og 2016	Prikket
Aker Brygge	Hus og hjem	2016	Prikket

Resultatene i rapporten for Byregnskap 2016 avviker noe fra resultater for Osloanalysen til Oslo Handelsstands Forening. Hovedforklaringen er ulike definisjoner av sentrum i Osloanalysen og tiltaksområdet for Bilfritt bylivs-programmet. Tiltaksområdet i Bilfritt byliv inkluderer eksempelvis Aker Brygge, som ikke inngår i sentrumsdefinisjonen i Osloanalysen.

I rapporten bruker vi tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet som geografisk betegnelse for analyseområdet, selv om dette knapt var definert i 2015 og 2016. Ettersom resultatene skal sammenlignes med utviklingen etter at tiltakene ble gjennomført, er dette et hensiktsmessig analyseområde. Av tekstlige hensyn kan området også omtales som Oslo sentrum eller lignende hvis det går klart fram av sammenhengen at det er samme området.

3.5 Basisår for analyser

Alle økonomiske verdier er prisjustert til 2015-kroner for at tallene lett skal kunne sammenliknes fra år til år. Basisåret er satt til startåret for datainnhenting, den relative endringen vil ikke være påvirket av hvilket år som brukes som basisår. Grunnlaget for prisjusteringen er årlige KPI-verdier fra SSB.

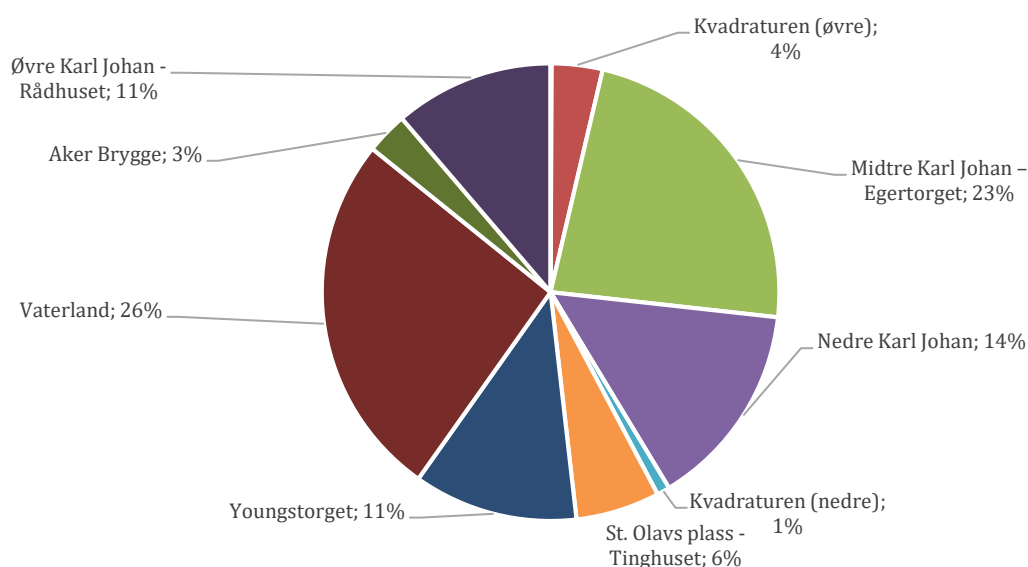
3.6 Handel i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet

I dette delkapitlet presenteres indikatorene for handel i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet.

Figur 3.6.1: Oversikt over Oslo tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet.



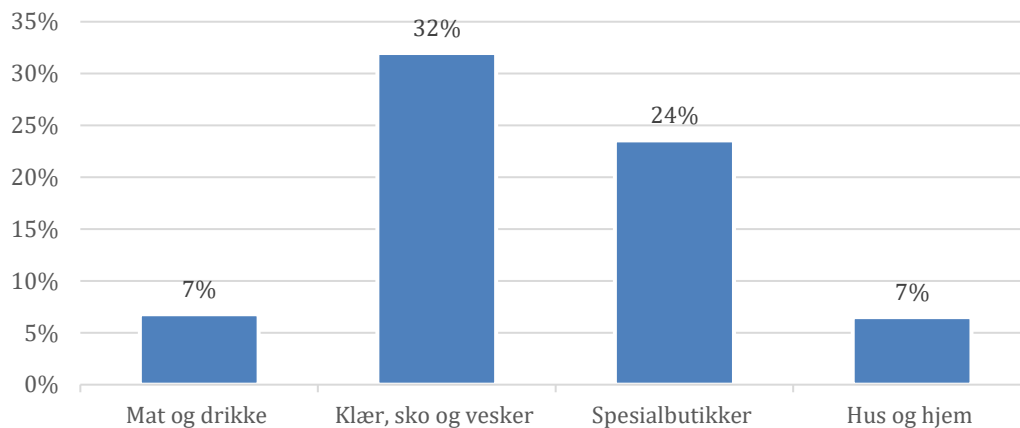
Figur 3.6.2: Grunnkretsenes andel av handelsomsetningen i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i 2016



Det er stor forskjell på hvor mye handel det er i de ulike grunnkretsene. Midtre Karl Johan og Vaterland er de største målt i omsetning med om lag en firedel av omsetningen hver. Nedre Karl Johan, Youngstorget og Øvre Karl Johan har mellom 10 og 15 prosent av omsetningen. Ingen av de øvrige grunnkretsene har noe særlig over fem prosent av samlet omsetning.

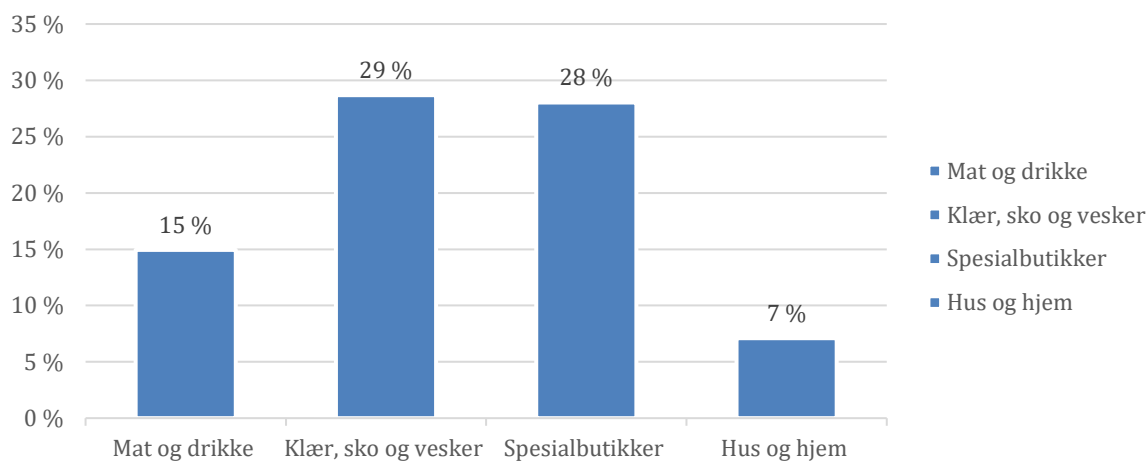
3.6.1 Andel av omsetningen i Oslo

Figur 3.6.3: Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmets andel av samlet omsetning i Oslo etter næring i 2016. Kilde SSB.



Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet er et handelsområde med typiske sentrumsfunksjoner. Det preger hvor stor andel av handel i Oslo området har innenfor ulike bransjer. I 2016 hadde området over 30 prosent av omsetningen av klær og sko i Oslo, og omtrent en fjerdedel av omsetningen i spesialbutikker. For mat og drikke, samt hus og hjem var markedsandelen under ti prosent. For handelen i Oslo er altså tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet særlig viktig for klær og sko, samt spesialbutikker.

Figur 3.6.4: Fordeling av handel etter bransje innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i 2016. Kilde SSB



Innenfor det bilfrie bylivsområdet er det *klær og sko* og *spesialbutikker* som er de viktigste næringsgruppene, med i underkant av 30 prosent av omsetningen hver. *Mat og drikke* har en andel på 15 prosent, mens *hus og hjem* står for 7 prosent av omsetningen. Øvrig handel har da en andel på 21 prosent.

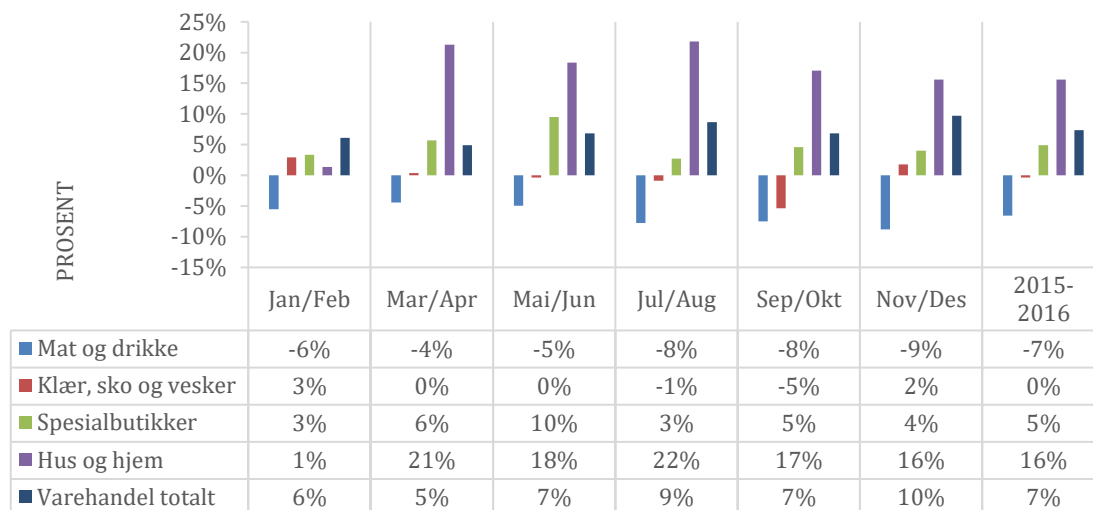
I vurderingen av utviklingen for handelsnæringen i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet er det derfor naturlig å ha fokus utviklingen innenfor *klær og sko* og *spesialbutikker*. Disse bransjene har både størst betydning for handelsnæringen i området, og det er for disse bransjene at tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet har størst andel av handelen i Oslo.

I det følgende går vi over til å se på utviklingen i omsetningen i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet, for ulike næringer og samlet.

3.6.2 Utvikling i omsetning for Bilfritt byliv-programmet

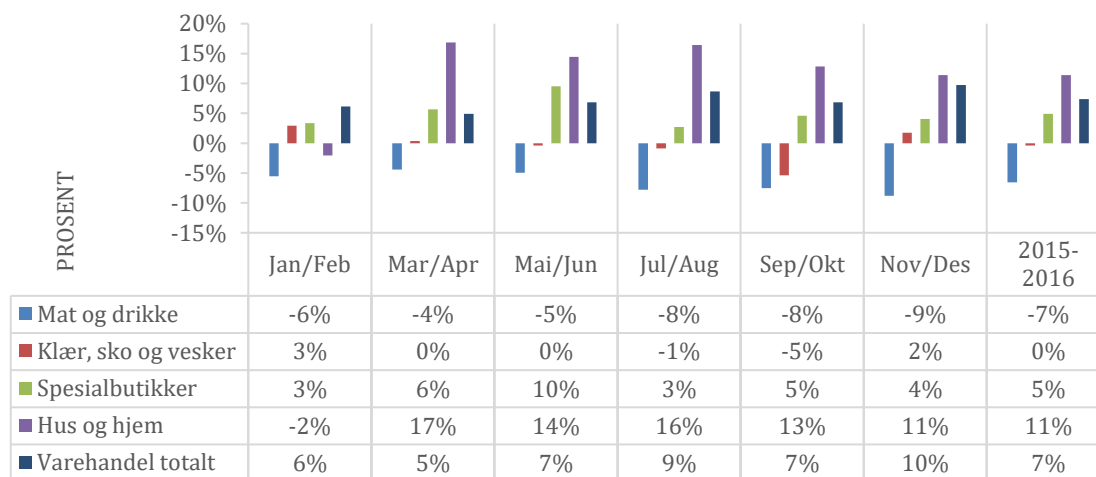
Omsetning er oppdelt i tomånedersperioder (jan/feb, mars/apr, osv.). Figurene viser derfor utviklingen fra en tomånedersperiode i 2015 til samme periode i 2016. I tillegg vises det utvikling for året under ett.

Figur 3.6.5: Omsetningsutvikling Oslo tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet innen ulike næringer. Inkludert prikket data*. 2015-kr. Kilde: SSB.



*) Prikket data er omsetningsdata utelatt fra datagrunnlaget grunnet færre enn tre aktører innen en bransje i en grunnkrets. Se kapittel 3.4 for ytterligere forklaring.

Figur 3.6.6: Omsetningsutvikling fra 2015 til 2016, Oslo bilfritt bylivsområde, innen ulike næringer. Ekskludert prikket data*. 2015-kr. Kilde: SSB.



*) Prikket data er omsetningsdata utelatt fra datagrunnlaget grunnet færre enn tre aktører innen en bransje i en grunnkrets

2016 var et godt år for næringsdrivende i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet, jf. figur 3.6.5 og figur 3.6.6. Total varehandel økte med rundt syv prosent. Termin for termin viser sterk utvikling for bransjen gjennom hele 2016, med noe sterkere vekst i annet halvår.

Hus og Hjem og spesialbutikker er bransjene med best utvikling. Klær og sko, som er en viktig bransje i Oslo sentrum, øker ikke for året sett under ett. Bransjen har noen terminer med vekst og noen med reduksjon i omsetning.

Sterk prosentvis endring fra ett år til et annet kan skyldes avvikling eller nyetableringer av virksomheter. Man skal derfor være noe forsiktig med å trekke konklusjoner basert på utviklingen fra et år til et annet. For hus og hjem påvirkes utviklingen noe av om prikkede data er inkludert eller ekskludert.

Tabell 3-5: Omsetning for 2015 og 2016 i tusen (KPI-justert til 2015-kroner). Inkludert prikket data. Kilde: SSB.

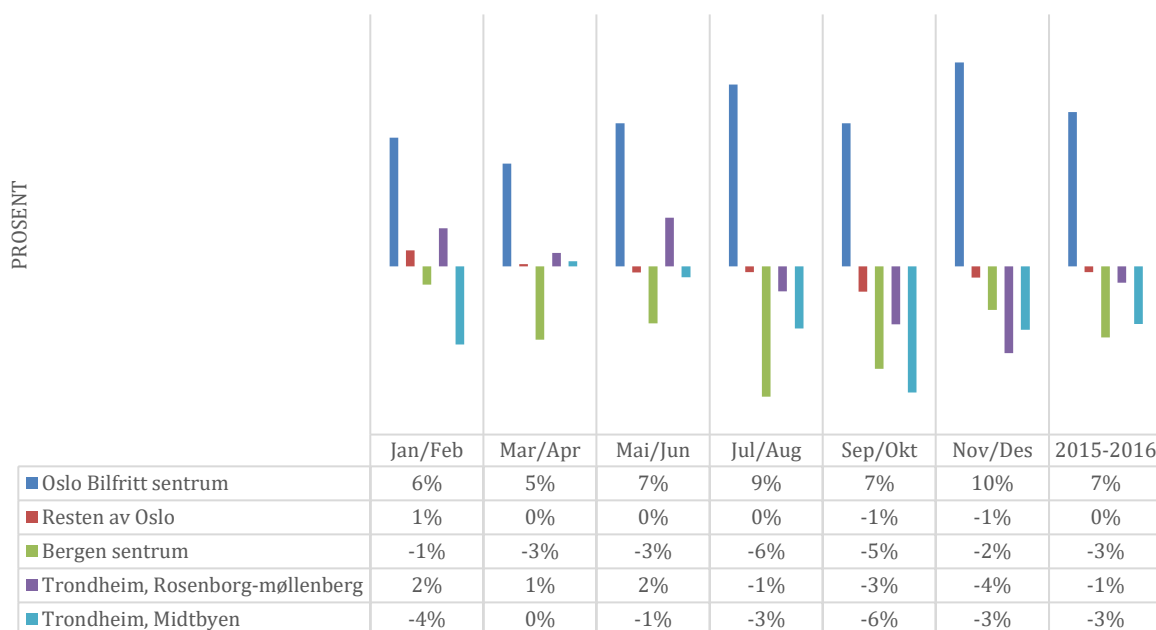
	2015	2016	Endring 2015 til 2016
Mat og drikke	1 835 456	1 715 038	- 120 418
Klær, sko og vesker	3 305 037	3 292 438	- 12 599
Spesialbutikker	3 066 871	3 217 836	150 965
Hus og hjem	704 942	814 911	109 969
Varehandel totalt	10 692 563	11 479 232	786 669

3.6.3 Utvikling i omsetning sammenliknet med referanseområdene

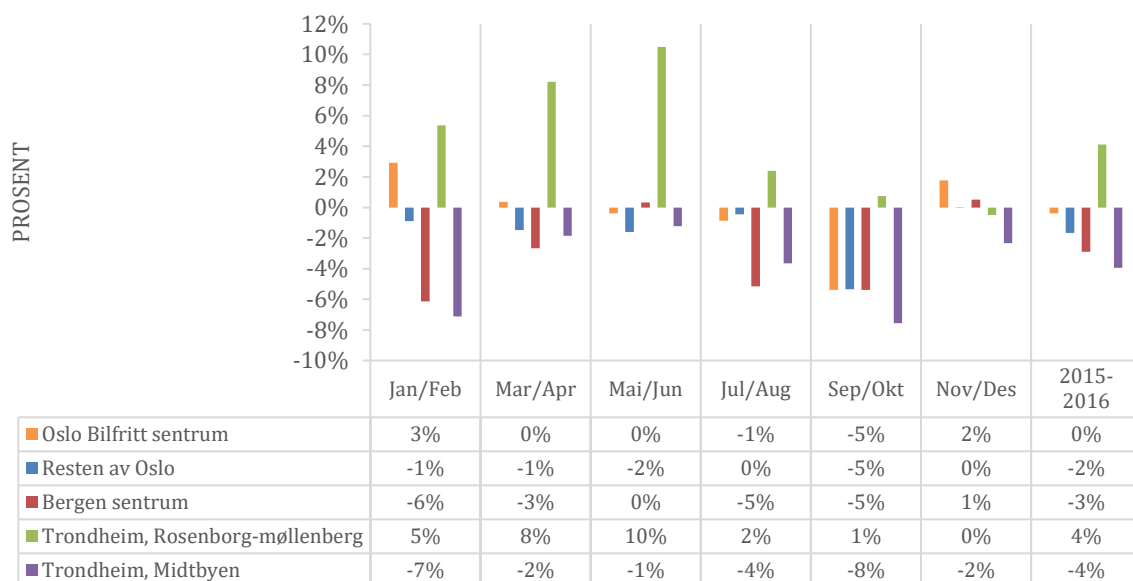
I det følgende sammenlignes utviklingen fra 2015 til 2016 for hele tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet med referanseområdene, næring for næring.

Varehandel totalt

Figur 3.6.7: Omsetningsutvikling varehandel totalt. 2015-kr. Kilde: SSB.



Oppsummert viser omsetningstall fra SSB en sterk utvikling for tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i 2016 sammenliknet med referanseområdene. Utviklingen i sammenlikningsområdene viser en nedgangstrend for varehandel. En vekst på syv prosent for tiltaksområdet for Bilfritt bylivs-programmet tyder på at Oslo sentrum har styrket seg som handelsområdet gjennom 2016 til tross for utfordringer for varehandelen.

Klær, sko og veskerFigur 3.6.8: Omsetningsutvikling for klær, sko og vesker. Inkludert prikket data² 2015-kr. Kilde: SSB.

Klær og sko har størst andel av handelen i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. 2016 var et år uten vekst i omsetning for klær- og skobutikkene i Oslo sentrum. Til tross for nullvekst for året sett under ett har omsetningen i dette området gått bedre enn i sammenligningsområdene. Unntaket er Rosenborg i Trondheim med en vekst på rundt fire prosent.

Det er interessant at forskjellen mellom tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet og resten av Oslo er tydelig for flere av terminene. Det ser ut som en økning i julehandel og januarsalget er driverne som sørger for å unngå nedgang i handel innen klær, sko og vesker fra 2015 til 2016.

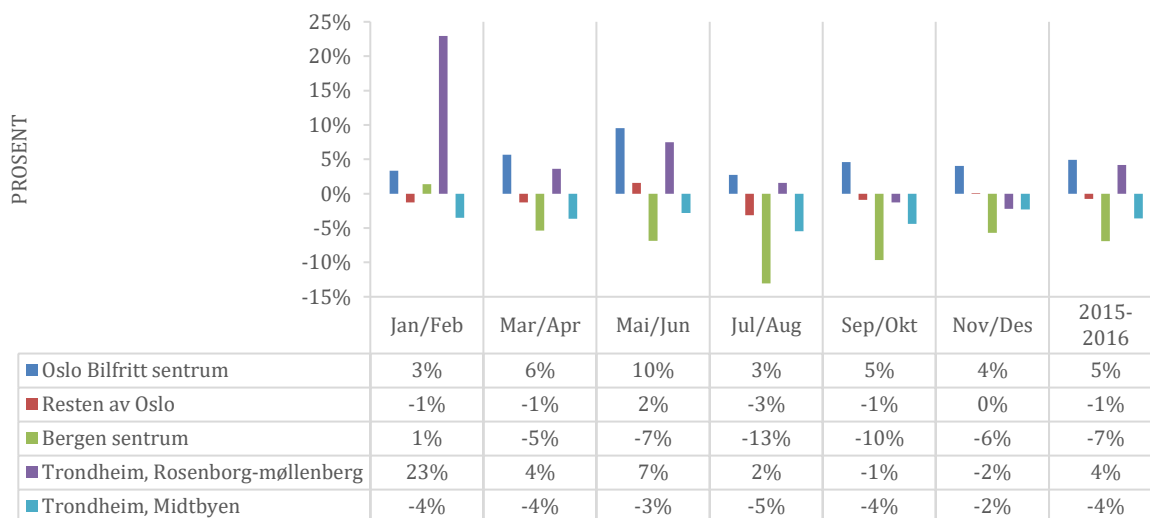
Tabell 3-6: Omsetning for klær, sko og vesker i absolutte tall i 1000 (KPI justert til 2015-kroner). Kilde: SSB.

	2015	2016	Endring fra 2015-2016
Oslo bilfritt	3 305 037	3 292 438	- 12 599
Resten av Oslo	6 938 003	6 823 270	- 114 733
Bergen sentrum	1 174 678	1 140 686	- 33 992
Trondheim, Rosenborg-Møllenberg	13 5025	140 567	5 542
Trondheim, Midtbyen	1 001 756	962 286	- 39 470

² For klær og sko er det prikket data for både 2015 og 2016 i grunnkretsene Kvadraturen (nedre), og St.Olavs plass – Tinghuset. Ettersom det er prikket data for begge år er figurene med og uten prikket data like. Figuren vises derfor kun inkludert prikket data.

Spesialbutikker

Figur 3.6.9: Omsetningsutvikling spesialbutikker. Inkludert prikket data³ 2015-kr. Kilde: SSB.



Med en økning på fem prosent i omsetningen i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet har denne bransjen hatt sterk utvikling i 2016. Eneste av referanseområdene med positiv utvikling er Rosenborg-Møllenberget i Trondheim.

Øvrige referanseområder har hatt en nedgang på mellom en og syv prosent. Ser man økningen i omsetning i Oslo sentrum i sammenheng med reduksjonen i resten av Oslo, tyder det på at sentrum styrkes som handelsområdet også innen spesialbutikker. Dersom utviklingen fortsetter blir spesialbutikker en enda viktigere del av sentrumshandelen.

Det er en positiv vekst i alle tomånedersperioder for tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Med en noe høyere vekst (10 %) i mai/juni enn i øvrige måneder.

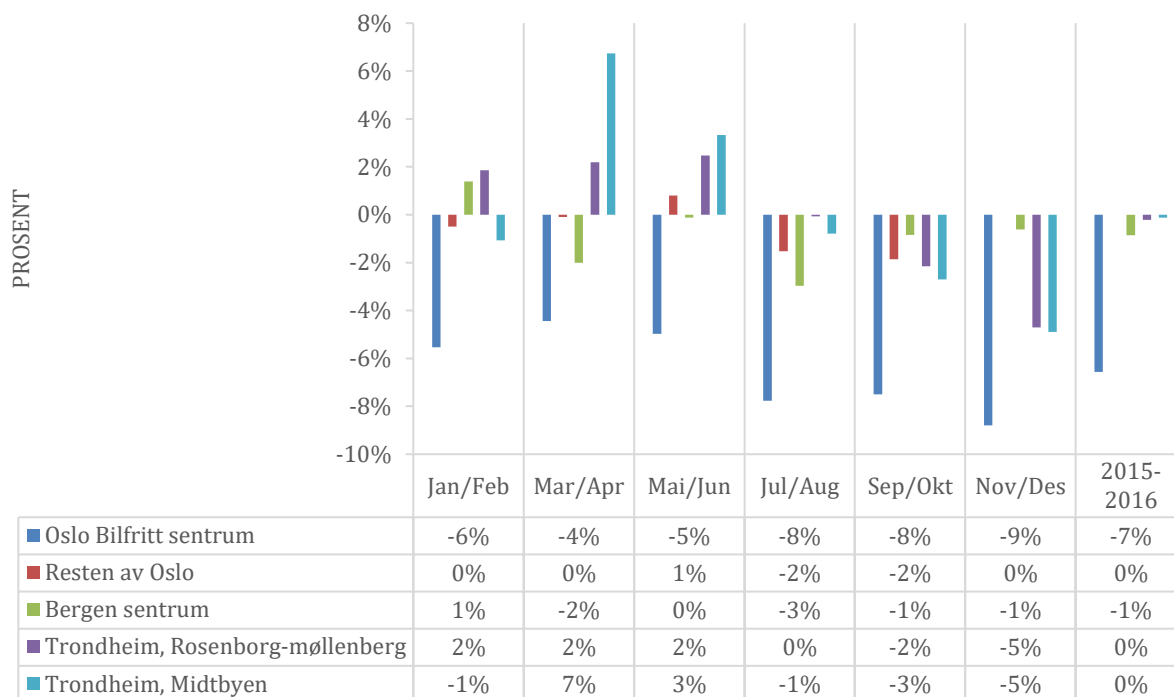
Tabell 3-7: Omsetning for spesialbutikker i absolutte tall i 1000 (KPI justert til 2015-kroner). Kilde: SSB.

	2015	2016	Endring fra 2015-2016
Oslo bilfritt	3 066 871	3 217 836	150 965
Resten av Oslo	10 035 635	9 960 183	- 75 452
Bergen sentrum	1 384 772	1 288 881	- 95 891
Trondheim, Rosenborg-Møllenberget	135 714	141 381	5 667
Trondheim, Midtbyen	888 111	855 983	- 32 128

³ For spesialbutikker er det prikket data for både 2015 og 2016 i grunnkretsen Kvadraturen (nedre). Ettersom det er prikket data for begge år er figurene med og uten prikket data like. Figuren vises derfor kun inkludert prikket data.

Mat og drikke

Figur 3.6.10: Omsetningsutvikling for mat og drikke. 2015-kr. Kilde SSB.



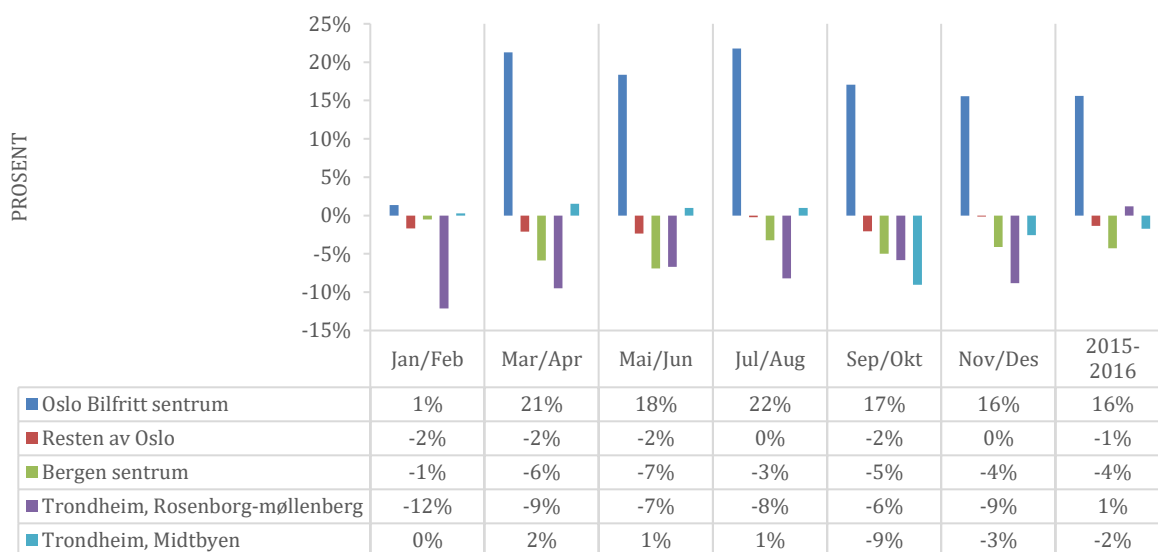
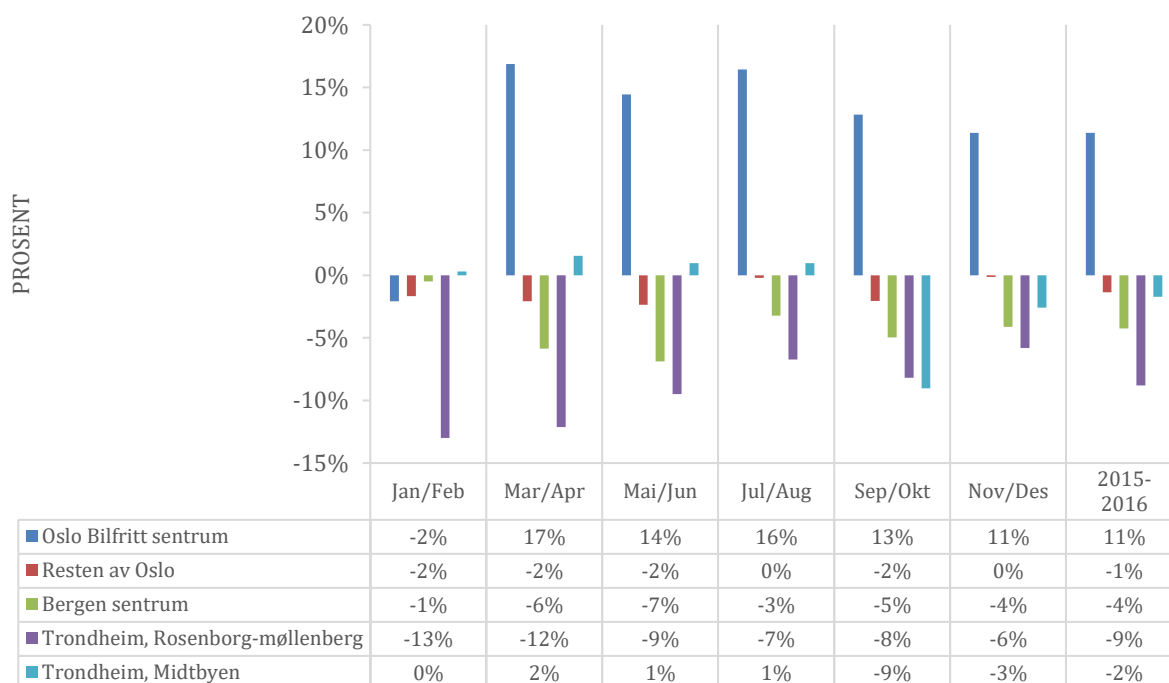
For mat og drikke var det en svak utvikling i 2016 med samlet nedgang på syv prosent i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Utviklingen i Oslo sentrum var svakere enn i referanseområdene. Bransjen er den eneste med svakere utvikling i Oslo sentrum enn i øvrige områder.

Gjennom 2016 ser andre halvår ut å ha en noe svakere utvikling enn første halvår for alle områder i analysen og virker derfor til å være en generell trend. Denne utviklingen er det naturlig å se i sammenheng med nye forretningsmodeller der matkasser med hjemlevering og konsepter som Kolonial.no har tatt deler av matmarkedet.

For mat og drikke er det ingen grunnkretser der det er prikking bare ett av årene.

Tabell 3-8: Omsetning for mat og drikke i absolutte tall 1000 (KPI justert til 2015-kroner). Kilde: SSB.

	2015	2016	Endring fra 2015-2016
Oslo bilfritt	1 835 456	1 715 038	- 120 418
Resten av Oslo	22 681 278	22 467 261	- 214 017
Bergen sentrum	1 856 416	1 840 491	- 15 925
Trondheim, Rosenborg-Møllenberg	503 746	502 669	- 1 077
Trondheim, Midtbyen	888 928	887 840	- 1 088

Hus og hjemFigur 3.6.11: Omsetningsutvikling hus og hjem. Inkludert prikket data⁴. 2015-kr. Kilde: SSB.Figur 3.6.12: Omsetningsutvikling for hus og hjem. Ekskludert prikkede data⁴. 2015-kr. Kilde SSB.

Det var en betydelig økning i omsetningen innenfor *hus og hjem* i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i 2016. Veksten er betydelig fra mars/april og vedvarer ut året. Utviklingen har sannsynligvis sammenheng med etablering av nye virksomheter i denne bransjen i mars/april.

⁴ For hus og hjem er det prikket data i flere grunnkretser. For både 2015 og 2016 i grunnkretsene Kvadraturen (øvre), Kvadraturen (nedre), Vaterland. For 2015 i grunnkretsene St. Olavsplass – Tinghuset og Nedre Karl Johan, og i 2015 i grunnkretsen Aker Brygge. På grunn av grunnkretser med prikket data i ett av årene vises figurene både med og uten prikking.

På årsbasis er det ingen av referanseområdene som har vekst i denne perioden, så veksten på mellom 11 og 16 prosent i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet må regnes som betydelig. Dersom veksten vedvarer kan det være et tegn på at bransjen blir en viktigere del av sentrumshandelen over tid.

Tabell 3-9: Omsetning for hus og hjem i absolutte tall i 1000 (KPI justert til 2015-kroner). Kilde: SSB.

	2015	2016	Endring fra 2015-2016
Oslo bilfritt	3 066 871	3 217 836	150 965
Resten av Oslo	10 035 635	9 960 183	- 75 452
Bergen sentrum	875 784	838 526	- 37 258
Trondheim, Rosenborg-Møllenberg	185 764	169 399	- 16 365
Trondheim, Midtbyen	484 275	47 599	- 436 676

3.6.4 Alkoholsalg

Omsetningstall fra Vinmonopolet viser at verdien av omsetningen av vin og brennevin øker med 2,7 prosent i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i Oslo og volumet med 2,4 prosent. Sammenlignet med referanseområdene er dette en sterk utvikling. I Bergen og Trondheim går både volum og omsetning ned, mens det i Oslo for øvrig er en tilnærmet flat utvikling.

I likhet med utviklingen for varehandel generelt viser omsetningstall for alkoholsalg at tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet styrker seg som handelsområde sammenliknet med referanseområdene. Utviklingen avviker dermed fra det som ser ut til å være en generell trend for handel med ingen eller svak vekst.

Tabell 3-10: Alkoholsalg og alkoholvolum fra Vinmonopolet i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet og referanseområder. 2015-kr.

	Alkoholsalg (i mill. kr)			Alkoholvolum		
	2015	2016	Endring %	2015	2016	Endring %
Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet	472 148 711	484 812 916	2,7 %	2 209 980	2 263 770	2,4 %
Resten av Oslo	2 023 936 660	2 032 584 042	0,4 %	10 337 657	10 378 268	0,4 %
Bergen sentrum	263 187 258	259 993 404	-1,2 %	1 299 524	1 290 137	-0,7 %
Trondheim sentrum	246 509 704	243 584 013	-1,2 %	1 231 995	1 226 765	-0,4 %

3.7 Utvikling i næringsvirksomhet generelt

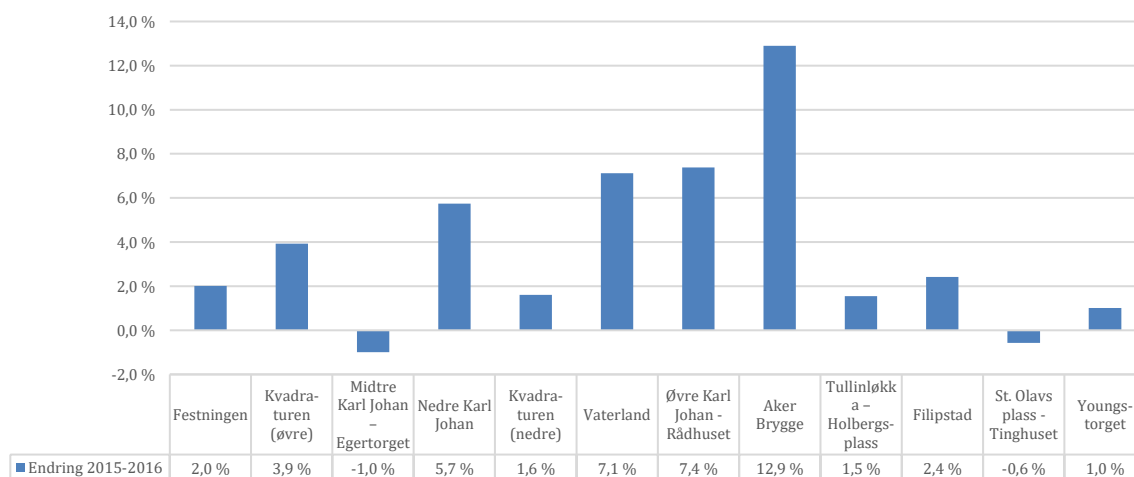
I dette avsnittet utvides perspektivet fra fokus på handelsnæringen til å se på utviklingen for generelt næringsliv. Det inkluderer utviklingen i antall sysselsatte og utviklingen i markedet for næringseiendom.

3.7.1 Utvikling i antall sysselsatte

Tabell 3-11: Antall sysselsatte i grunnkretser i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i 2015 og 2016. Kilde: SSB (formidlet via Oslostatistikken).

Bilfritt		2015	2016	Endring 2015-2016
Sentrum 1 /rode 1	Festningen	1 752	1 788	2,0 %
Sentrum 1 /rode 2	Kvadraturen (øvre)	9 554	9 944	3,9 %
Sentrum 1 /rode 3	Midtre Karl Johan – Egertorget	7 234	7 163	-1,0 %
Sentrum 1 /rode 4	Nedre Karl Johan	8 134	8 630	5,7 %
Sentrum 1 /rode 5	Kvadraturen (nedre)	7 179	7 296	1,6 %
Sentrum 2 /rode 11	Vaterland	9 546	10 278	7,1 %
Sentrum 3 /rode 6	Øvre Karl Johan - Rådhuset	11 354	12 259	7,4 %
Sentrum 3 /rode 4	Aker Brygge	3 780	4 340	12,9 %
Sentrum 3 /rode 7	Tullinløkka – Holbergsplass	3 878	3 939	1,5 %
Filipstad	Filipstad	3 988	4 087	2,4 %
Sentrum 2 /rode 1	St. Olavs plass - Tinghuset	8 042	7 996	-0,6 %
Sentrum 2 /rode 5	Youngstorget	11 295	11 410	1,0 %
Sum		81 858	85 191	3,8 %

Figur 3.7.1: Endring i antall sysselsatte fra 2015-2016 i det bilfrie området. Kilde: SSB (formidlet via Oslostatistikken).



Med om lag 20 prosent av de sysselsatte i Oslo er tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet kjernen i det økonomiske lokomotivet som Oslo er for hele Norge. Mange av næringene i området har svært høy produktivitet. Tabell 3-11 viser at antall sysselsatte i området har økt med fire prosent fra 2015 til 2016. Det tyder på at området stadig øker sin betydning for verdiskapingen i hovedstaden.

Det er to tyngdepunkt i den økonomiske aktiviteten i Oslo sentrum. Vika med øvre del av Kvadraturen og Aker brygge har lenge vært det mest attraktive området for kontorlokaler i Oslo, og har til sammen om lag 25 000 sysselsatte. Området rundt Oslo S og i retning regjeringskvartalet (grunnkretsene Vaterland, Youngstorget og Nedre Karl Johan) er også et viktig område for kontorlokaler. Utbyggingen av Bjørvika har forsterket dette tyngdepunktet, og disse områdene har om lag 30 000 sysselsatte. Bjørvika ligger utenfor tiltaksområdet, men kombinasjonen av nærhet og aktiviteten i området skaper naturlige ringvirkninger til Bilfritt bylivsområde.

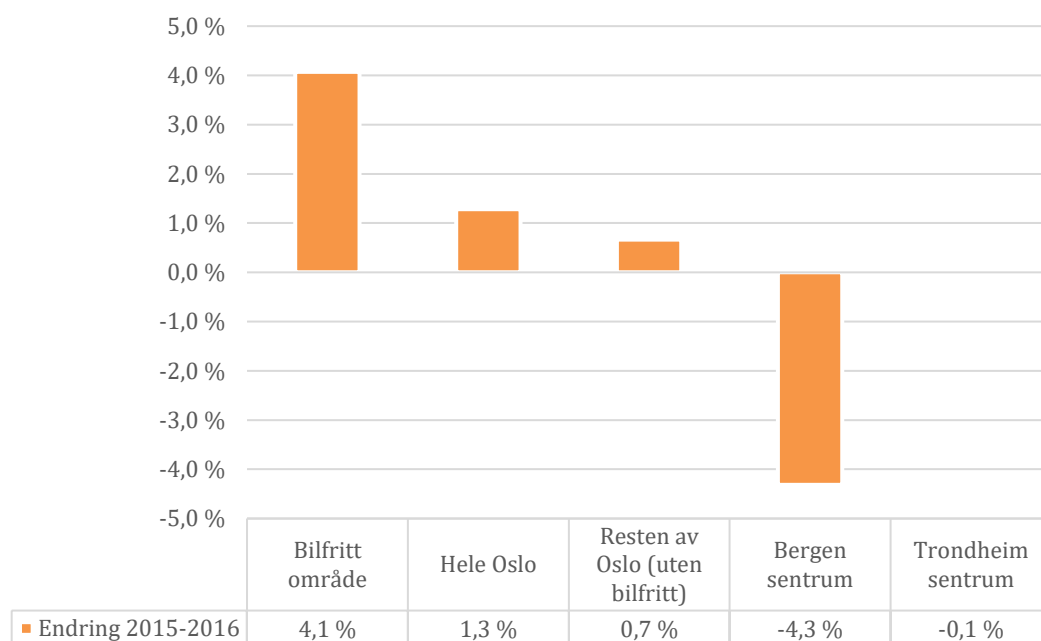
Det er innenfor de to tyngdepunktene det er sterke vekst. Den største relative veksten i antall sysselsatte er på Aker Brygge med om lag 13 prosent. I andre tunge grunnkretser, som Øvre Karl Johan – Rådhuset, Vaterland og Nedre Karl Johan, øker antall sysselsatte med 5-8 prosent. I absolutte tall har veksten vært høyest i området Øvre Karl Johan-Rådhuset.

Tabell 3-12: Antall sysselsatte i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i 2015 og 2016 sammenlignet med referanseområdene. Kilde: SSB

	2015	2016	Endring
Bilfritt område	85 736	89 130	4,1 %
Resten av Oslo	365 741	367 646	0,5 %
Bergen sentrum	8 137	7 786	-4,0 %
Trondheim sentrum	7 122	7 118	-0,1 %

*) For Bergen og Trondheim ligger følgende grunnkretser til grunn for tallene: Bergen – Torgalmeningen, Torget, Marken. Trondheim – Midtbyen 13, Midtbyen 11, Midtbyen 10.

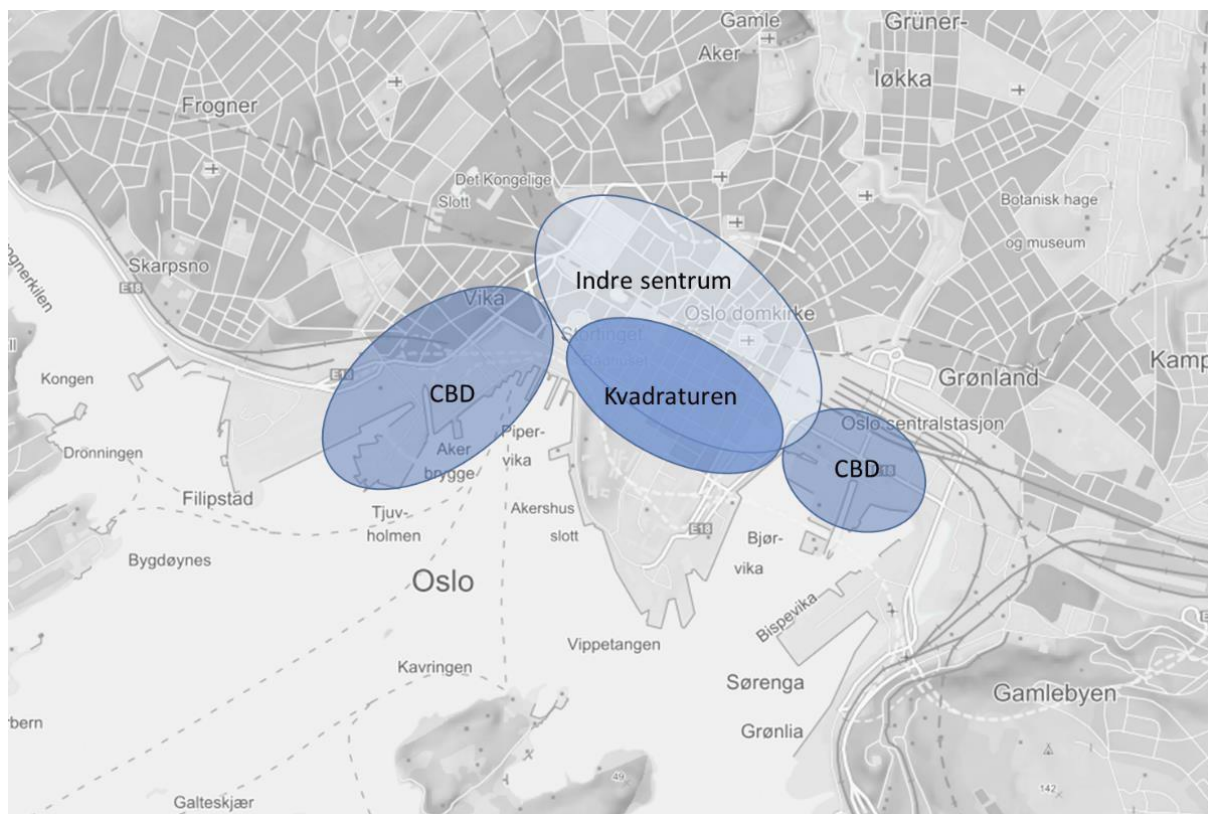
Figur 3.7.2: Endring i antall sysselsatte fra 2015-2016 i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet og referanseområder. Kilde: SSB



Veksten i sysselsatte har vært klar sterkere i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet enn i referanseområdene. Det tyder på at Oslo sentrum styrker sin posisjon som Norges viktigste økonomiske lokomotiv.

3.7.2 Utvikling i markedet for næringseiendom

OPAK har gått gjennom markedsrapporter for næringseiendom for perioden 2015-2016 fra Akershus Eiendom, DNB, Newsec og Union med tanke på å vurdere utvikling i leiepris og ledighetsnivå i ulike deler av Oslo sentrum og referanseområder. I rapportene skiller det mellom Central Business District (Vika, Aker brygge, Tjuvholmen og Bjørvika), Indre sentrum og Kvadraturen, jf. figur 3.7.3.



Figur 3.7.3: Oversikt over inndeling av Oslo sentrum i vurderingen av markedsituasjon for næringseiendom.
Kilde: OPAK

I markedsrapportene oppgis det typisk et intervall for leiepriser i de ulike områdene, der de høyeste prisene oppnås for de mest attraktive eiendommene – nybygg, høy standard, god beliggenhet. I Vika, Aker brygge og Tjuvholmen ligger prisene fra i underkant av 3000 til i overkant av 4000 kroner per m2 BTA per år. I Bjørvika ligger prisene omtrent 1000 kroner lavere per m2 BTA per år, mens sentrum for øvrig ligger om lag 3-500 kroner under dette.

Prisutviklingen har vært flat i indre sentrum og Kvadraturen, mens den har falt litt i CBD fra 2015 til 2016. I markedsrapportene forklares prisetilfallet med nedturen i oljebransjen. Tilgang på parkering nevnes ikke som relevant i noen av markedsrapportene.

3.8 Kjøpesentre i bilfritt område sammenliknet med referanseområdene

I dette avsnittet rapporteres det utvikling i omsetningstall og antall virksomheter for kjøpesentrene innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i Oslo sentrum. Det dreier seg om følgende sju kjøpesentre: Aker Brygge, Arkaden Shopping, Eger Karl Johan, GlasMagasinet, NAF-Huset, Paleet og Steen & Strøm Department Store. Merk at for kjøpesentrene følges faktiske grenser for tiltaksområdet, mens for SSB-data brukes grunnkretsgrensene, som

Utviklingen i dette området sammenlignes med følgende syv handelsområder:

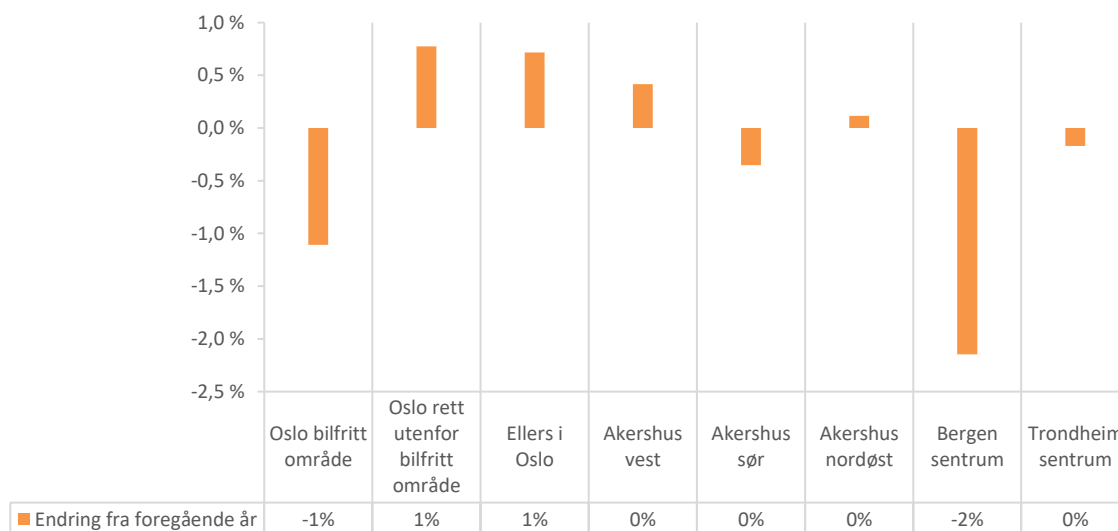
- Akershus Vest med 6 kjøpesentre i Asker og Bærum
- Akershus Sør med 4 kjøpesentre i Ski, Ås, Oppegård og Nesodden
- Akershus Nord/Øst med 6 kjøpesentre i Lørenskog, Skedsmo og Nittedal
- Bergen sentrum med 5 kjøpesentre
- Trondheim sentrum med 6 kjøpesentre
- Oslo rett utenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet med kjøpesentrene Oslo City, Oslo S Shopping, Vika Handelsområde (House of Oslo +Vikaterassen), Gunerius og Byporten Shopping.
- Resten av Oslo kommune der statistikkgrunnlaget omfatter tall fra 18 kjøpesentre

3.8.1 Omsetning

Figurene under viser utviklingen i omsetningen på kjøpesentre innenfor ulike næringer. Data er hentet fra Kvarud Analyse.

Kjøpesenteromsetning totalt

Figur 3.8.1: Endring i omsetning innenfor alle bransjer på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016. Kilde: Kvarud Analyse.



Samlet for alle bransjer går omsetningen for kjøpesentrene innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet ned med om lag en prosent. Dette er en noe svakere utvikling enn sammenligningsområdene, foruten Bergen sentrum.

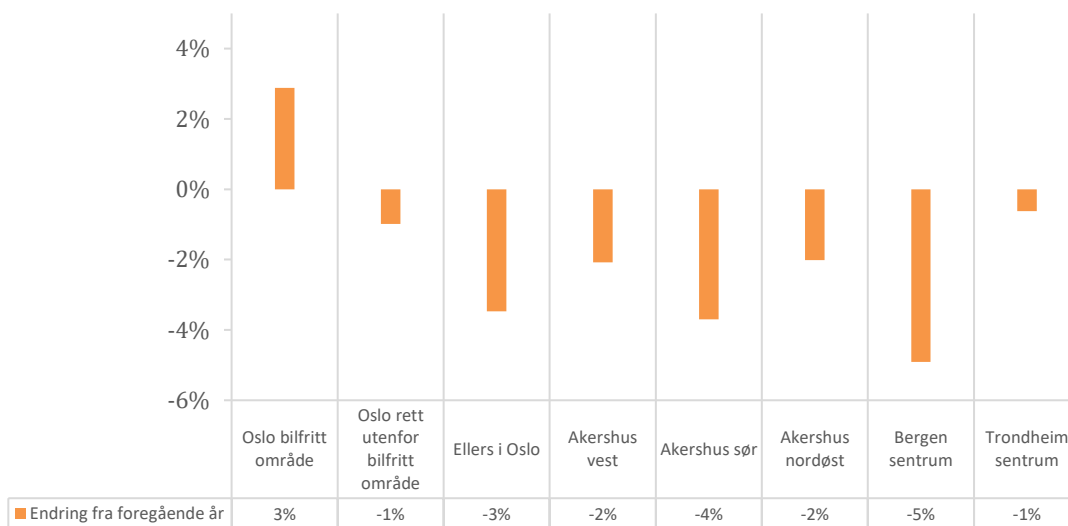
Totalt sett er det liten eller ingen vekst i omsetning for kjøpesentrene i analysen. Omsetningen for kjøpesentre innen tiltaksområdet for Bilfritt bylivs-programmet følger dermed den generelle trenden for omsetning for kjøpesentre og varehandel generelt (jf. kapittel 3.6.3).

Utviklingen i omsetning for kjøpesentre innen tiltaksområdet for Bilfritt bylivs-programmet skiller seg fra utviklingen av total omsetning (jf. kapittel 3.6.2) i samme område. Det tyder på at omsetningen i 2016 flytter fra kjøpesentrene til virksomheter utenfor kjøpesentre. Prosentvis er veksten i omsetning i det bilfrie området

større enn reduksjonen i omsetning i kjøpesentre. For resten av Oslo er bildet mer sammenfallende. Her er det en svak reduksjon på en prosent for total omsetning, mens kjøpesentrene vokser med en prosent.

Klær, sko og vesker

Figur 3.8.2: Endring i omsetning innenfor klær, sko og vesker på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016. 2015-kr. Kilde: Kvarud.



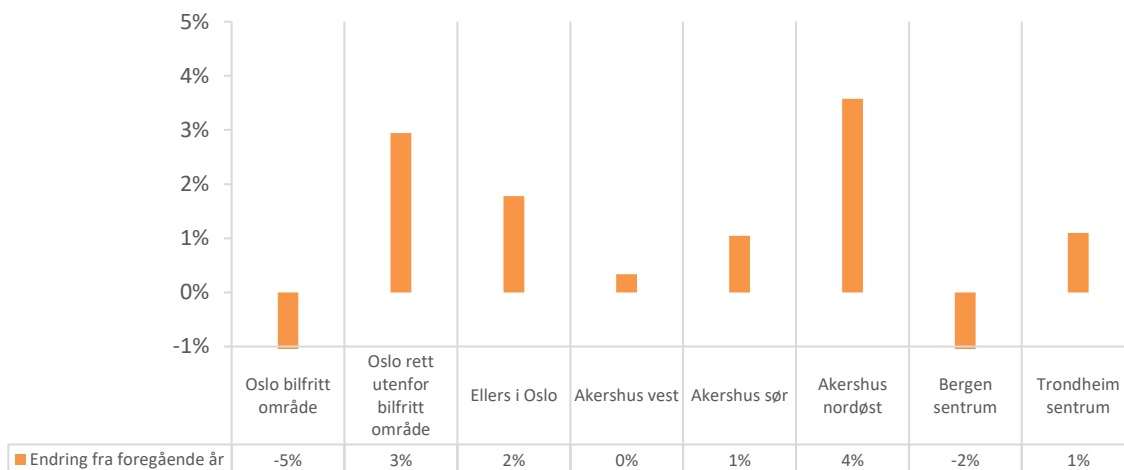
Klær, sko og vesker er den største varegruppen for kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet med en samlet omsetning på nesten 1,2 milliarder 2016-kroner. Den totale omsetningen for hele Bilfritt bylivsområde innenfor denne kategorien er 3,4 milliarder 2016-kroner. Omsetning av klær, sko og vesker på kjøpesentre er utgjør da omtrent 35 prosent av omsetningen for denne kategorien.

Kjøpesentrene i Oslo sentrum hadde en vekst i omsetning på tre prosent for klær, sko og vesker. Totalt i Oslo sentrum viser tallene fra SSB ingen vekst for denne kategorien i samme periode (jf. kapittel 3.6.2). Det tyder på at handel med klær, sko og vesker trekker mot kjøpesentre.

Innen klær, sko og vesker har kjøpesentrene i Oslo sentrum en vesentlig sterkere utvikling enn referanseområdene. Samtlige referanseområder opplevde nedgang for denne kategorien. Denne trenden sammenfaller i stor grad med det omsetningstall fra SSB viser.

Spesialbutikker

Figur 3.8.3: Endring i omsetning innenfor spesialbutikker på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016. Kilde: Kvarud.



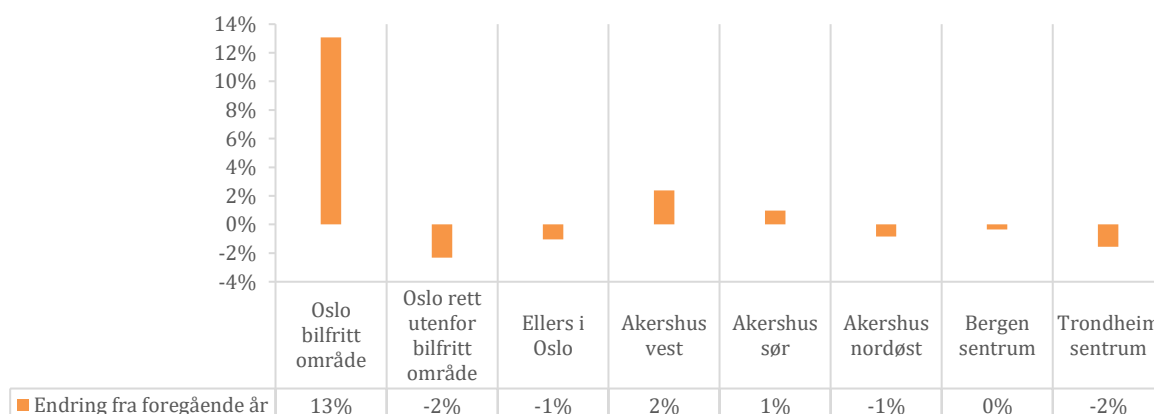
Den totale omsetningen i tiltaksområdet er på 3,3 milliarder i 2016-kroner. Kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet har en omsetning på spesialbutikker på drøyt 800 millioner i 2016-kroner. Omsetningen på kjøpesentre i denne kategorien utgjør dermed rundt 24 prosent av totalen.

Fra 2015-2016 er det en nedgang på fem prosent for omsetning i spesialbutikker på kjøpesentrene i tiltaksområdet. Området har totalt sett hatt en økning på fem prosent i samme kategori (jf. kapittel 3.6.3). Dette tyder på at spesialbutikker er en kategori hvor handel flyttes fra kjøpesentre til butikker i sentrumsgater.

Kjøpesentrene i Oslo utenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet har derimot vekst i samme periode. Det samme gjelder flere av sammenlikningsområdene.

Mat og drikke

Figur 3.8.4: Endring i omsetning innenfor mat og drikke på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016. Kilde: Kvarud Analyse.

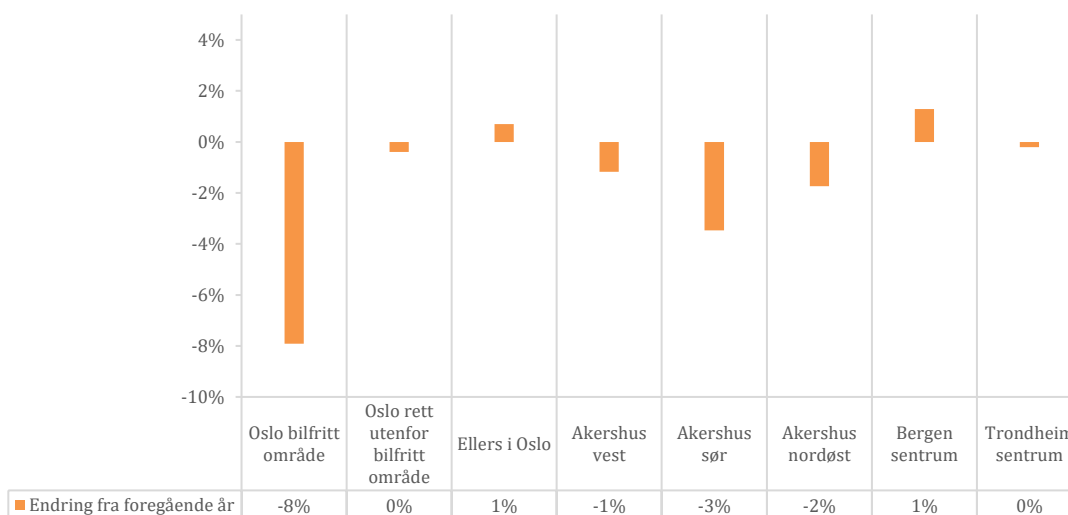


Kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet omsetter mat og drikke for om lag 450 millioner 2016-kroner. Den totale omsetningen i tiltaksområdet var på 1,8 milliarder 2016-kroner. Kjøpesentrenes andel av omsetning i kategorien utgjør da omtrent 25 prosent.

For mat og drikke på kjøpesentre har tiltaksområdet en vesentlig sterkere utvikling enn samtlige sammenligningsområder. Den høye vekstraten skyldes først og fremst åpning av to nye konsepter ved ett av kjøpesentrene.

Hus og hjem

Figur 3.8.5: Endring i omsetning innenfor hus og hjem på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016. Kilde: Kvarud.



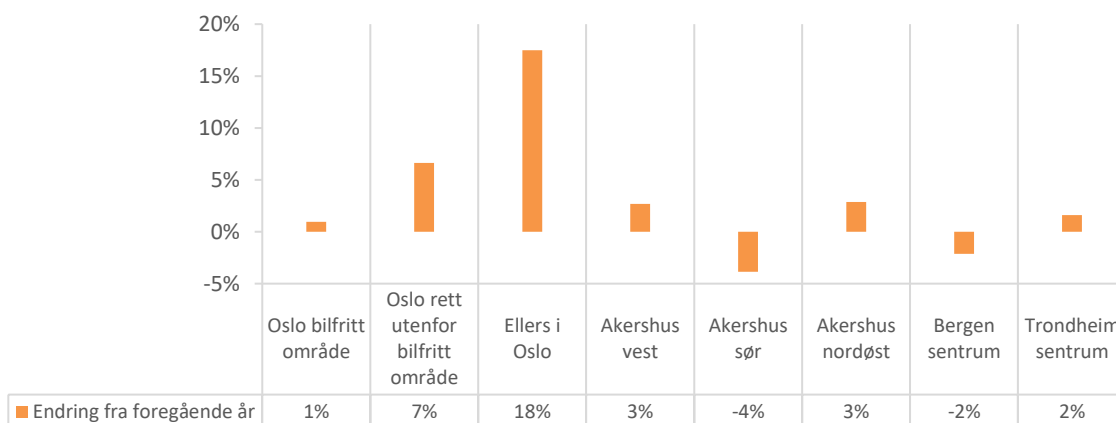
Varegrupper innenfor hus og hjem har en omsetning på i underkant av 170 millioner 2016-kroner på kjøpesentre, mot 844 millioner 2016-kroner totalt. Om lag 20 prosent av handel i denne kategorien i området foregår på kjøpesentrene.

Utviklingen er svak med en nedgang på åtte prosent

, og dette er også vesentlig svakere enn referanseområdene som også opplever negativ eller svak vekst. For Hus og Hjem totalt var omsetningen på 844 millioner kroner i 2016 krone innenfor tiltaksområdet.

Servering

Figur 3.8.6: Endring i omsetning innenfor servering på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016. Kilde: Kvarud.

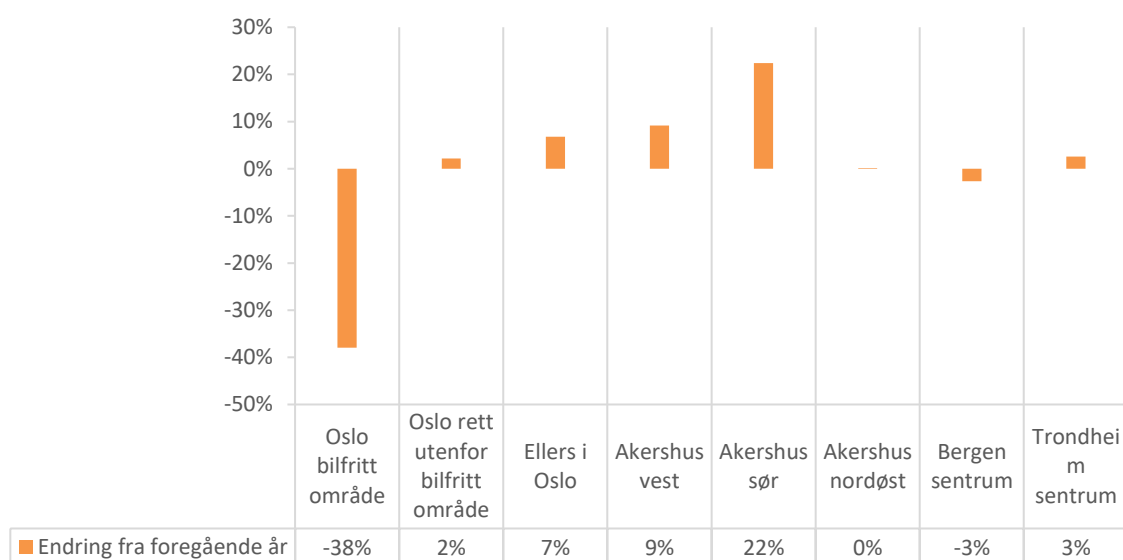


Servering er nest største sektor på kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet med en samlet omsetning på drøyt 1,1 milliarder kroner i 2016-kroner. For servering er det ikke total tall for hele Bilfritt bylivsområde fra SSB, så utviklingen for denne bransjen kan ikke sammenliknes med den generelle utviklingen i området.

Serveringsstedene har sterk vekst på kjøpesentrene ellers i Oslo og rett utenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. For tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet er det en relativ svak vekst i servering på kun en prosent. En mulig årsak til svakere vekst for servering på kjøpesentre i tiltaksområdet enn i sammenlikningsområdene kan være at sentrum har alternative serveringssteder utenfor kjøpesentrene.

Service og tjenesteyting

Figur 3.8.7: Endring i omsetning innenfor service og tjenesteyting på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016. Kilde: Kvarud.

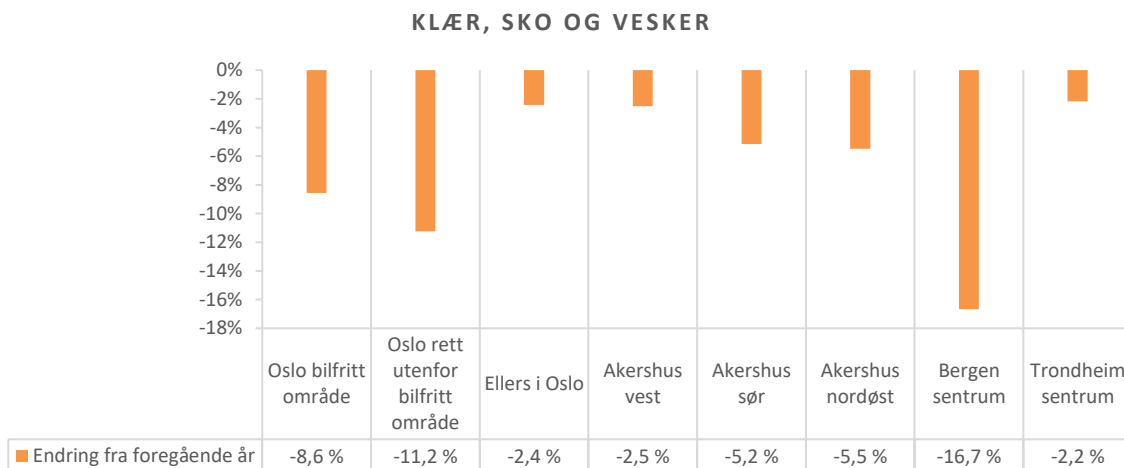


Service og tjenesteyting ser ut til å være på vei ut av kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Utflytting av en større aktør ga betydelig salgsnedgang fra mai 2016, og omsetningen utgjør etter dette 135 millioner kroner i 2016 krone. Den sterkeste veksten finner vi i Akershus sør. Ellers i Oslo og i Oslo rett utenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet er det positiv vekst.

3.8.2 Antall virksomheter

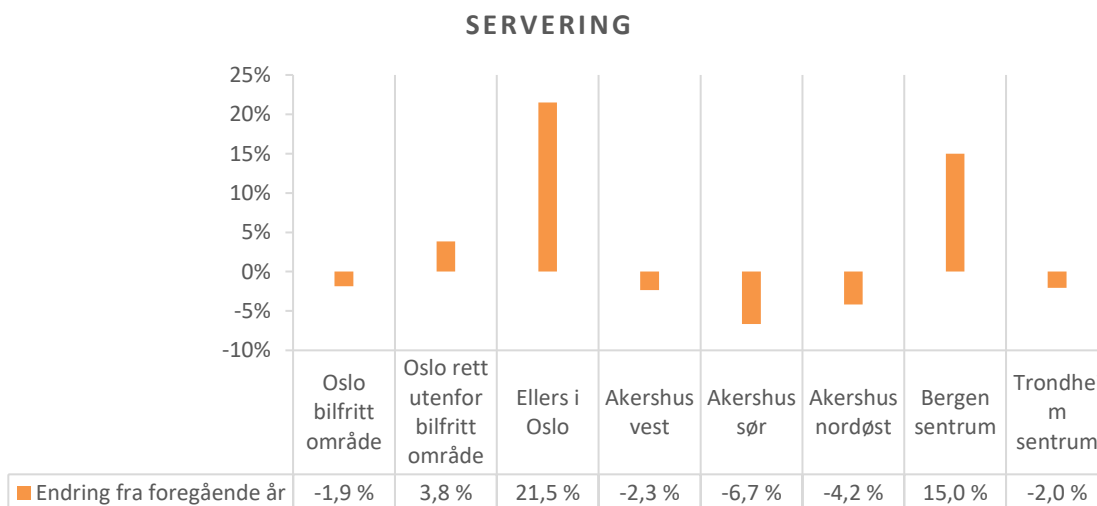
Figurene under viser utviklingen i antall virksomheter på kjøpesentre innenfor ulike næringer. Data er hentet fra Kvarud Analyse.

Figur 3.8.8: Utvikling i antall virksomheter innenfor klær, sko og vesker på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud.



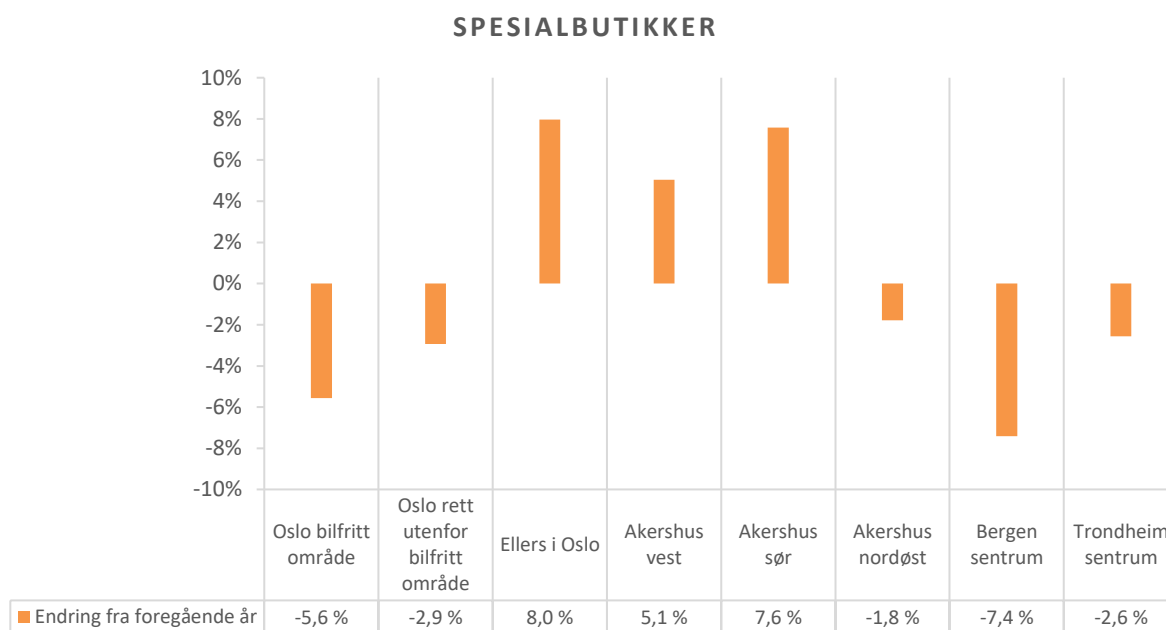
Antall butikker som selger klær og sko i kjøpesentrene er redusert i alle områdene. Både tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet og rett utenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet har en svakere utvikling enn de fleste sammenligningsområdene. Den svakeste utviklingen er i Bergen sentrum, mens den minst svake utviklingen er i Trondheim sentrum.

Figur 3.8.9: Utvikling i antall virksomheter innen servering på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud.



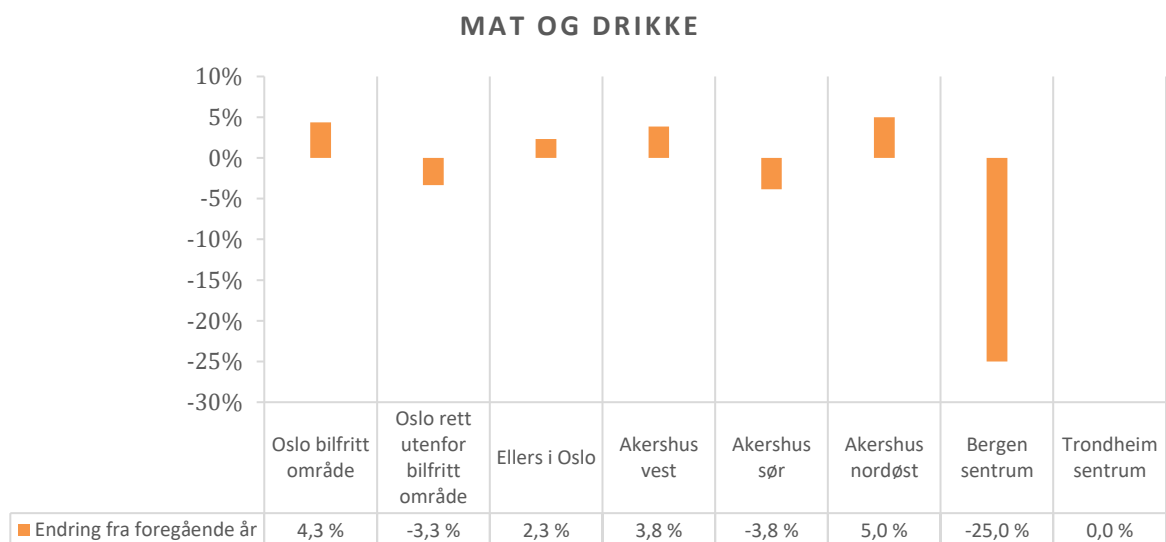
Antall serveringssteder på kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet har gått svakt ned i fra 2015 til 2016. Ellers i Oslo og rett utenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet har antallet gått opp, og det samme er tilfelle i Bergen sentrum.

Figur 3.8.10: Utvikling i antall virksomheter innenfor spesialbutikker på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud.



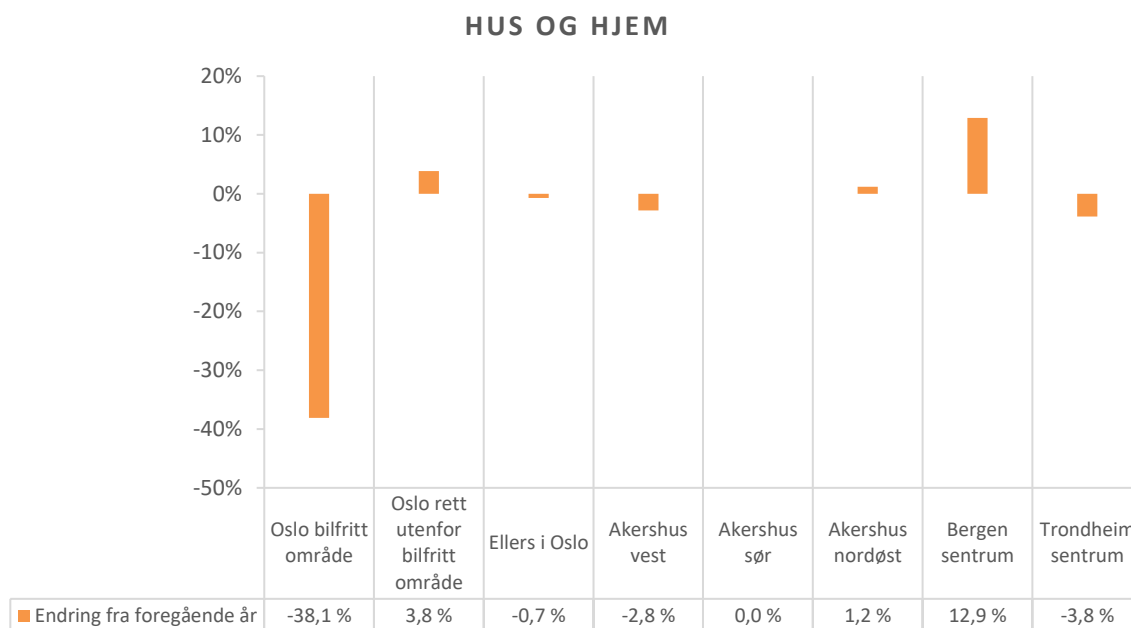
Det ser ut til å være en trend at antallet spesialbutikker går ned i sentrumsnære kjøpesentre, mens utenfor sentrumsområdene er det vekst.

Figur 3.8.11: Utvikling i antall virksomheter innenfor mat og drikke på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud.



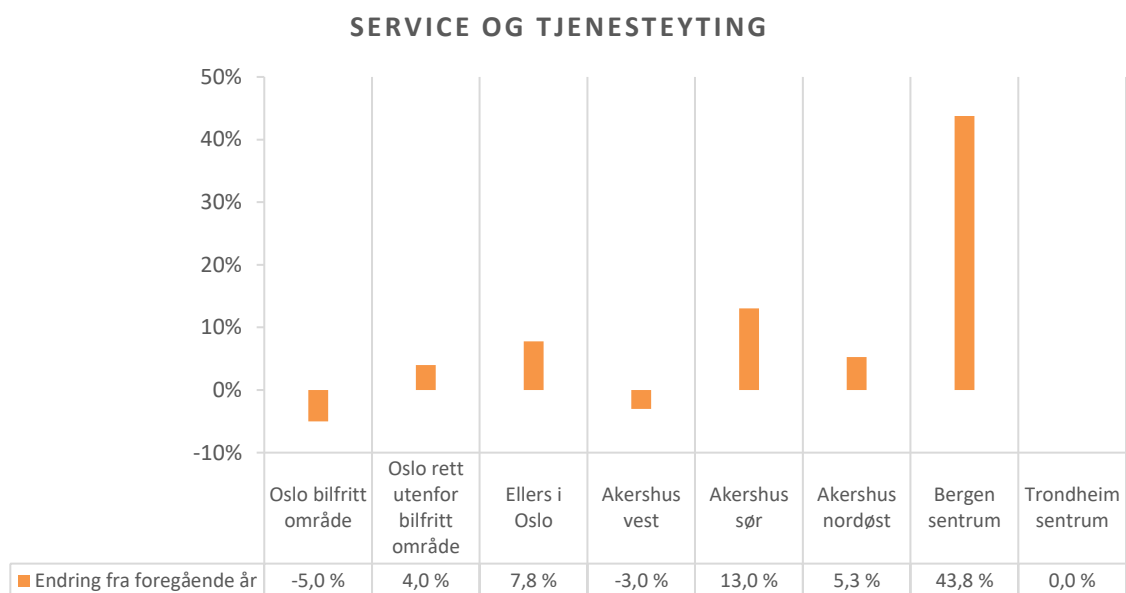
På mat og drikke er det en god vekst i antall virksomheter innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i forhold til referanseområdene.

Figur 3.8.12: Utvikling i antall virksomheter innenfor hus og hjem på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud.



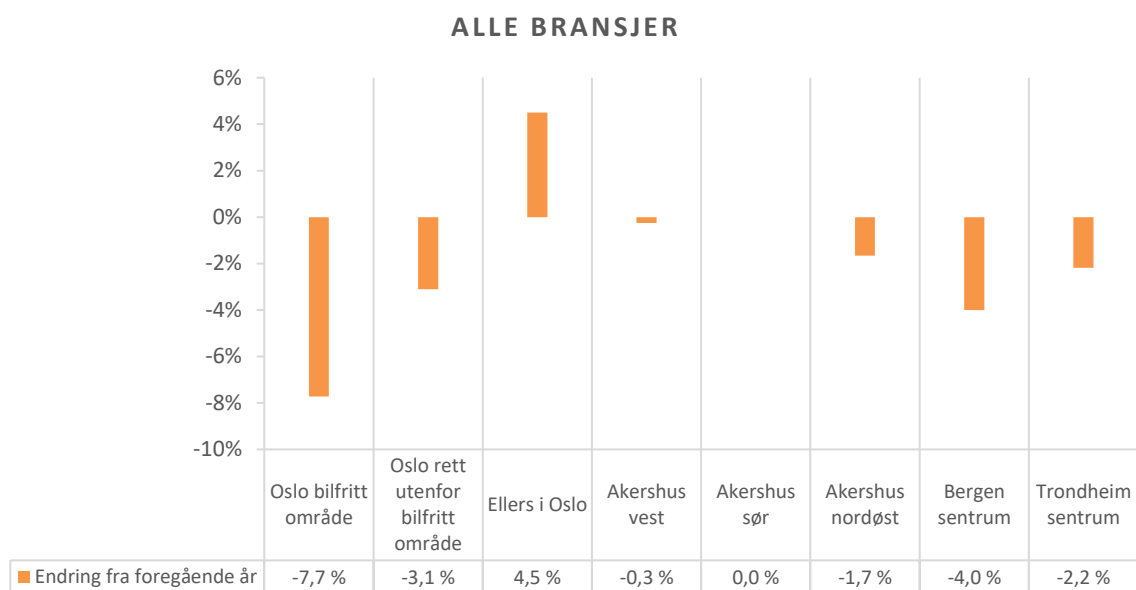
Antall virksomheter innenfor hus og hjem har gått betydelig ned på kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet, mens det ligger relativt stabilt i de øvrige områdene.

Figur 3.8.13: Utvikling i antall virksomheter innen service og tjenesteyting på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud.



Innen service og tjenesteyting har det vært en nedgang i antall bedrifter på kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Utviklingen er svakere enn i sammenligningsopprådene der særlig Bergen sentrum har en svært sterk vekst.

Figur 3.8.14: Utvikling i antall virksomheter samlet for aktuelle bransjer på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud.



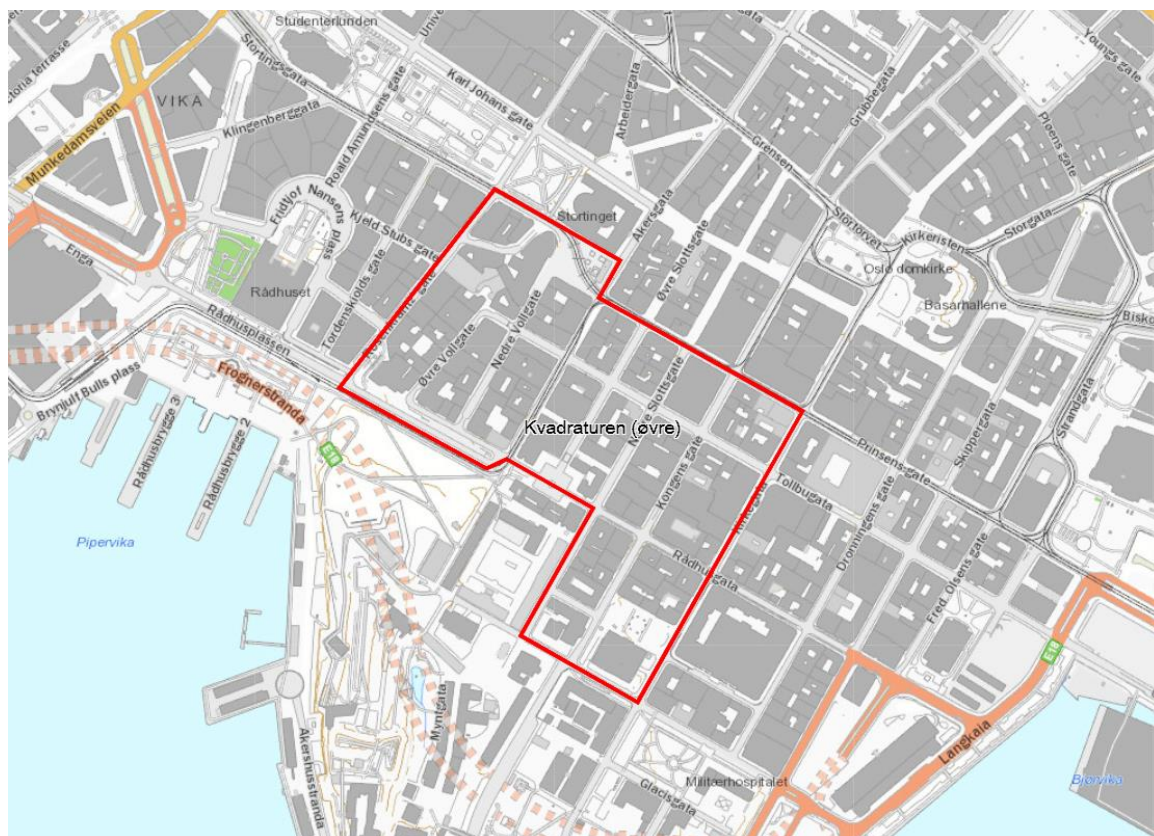
For alle de aktuelle næringene samlet og sett under ett, er det en relativt sterk negativ vekst i antall virksomheter på kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet, som er svakere enn i alle referanseområdene. Med unntak av Ellers i Oslo er det nedgang eller stillstand i antallet virksomheter i kjøpesentrene.

3.9 Utvikling i ulike handelsnæringer per grunnkrets

I dette avsnittet presenteres utvikling i omsetning i handel i de ulike grunnkretsene som inngår i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Det vises resultater fordelt på ulike varegrupper og for varehandel totalt, og er basert på SSBs merverdiavgiftstatistikk. Merverdiavgift forfaller hver annen måned, så det vises resultater for utvikling for to måneder om gangen. Tallene sammenlignes med tilsvarende periode i 2015.

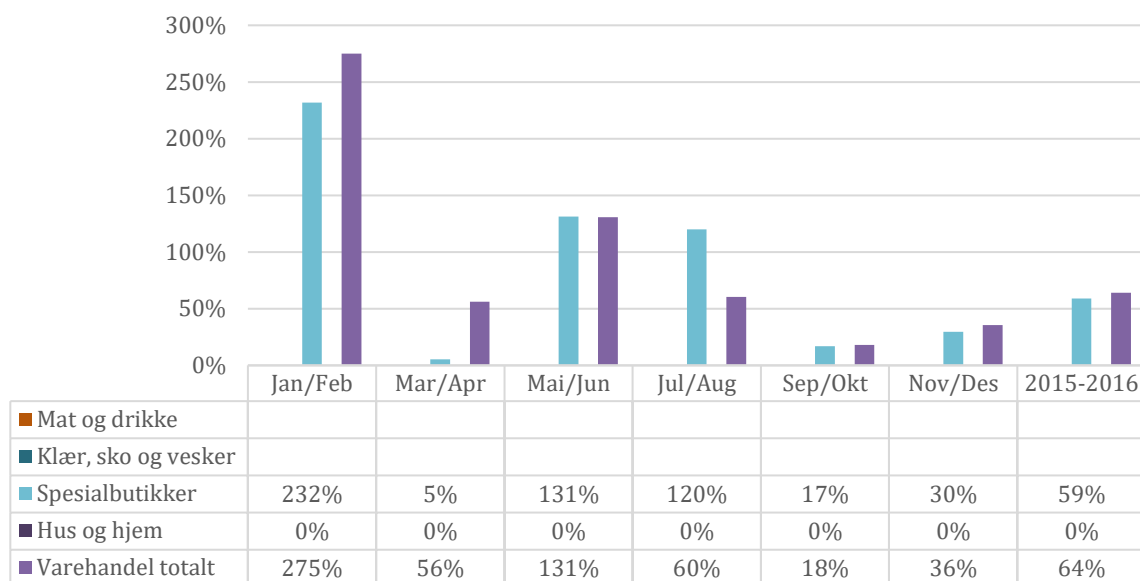
3.9.1 Kvadraturen (øvre)

Figur 3.9.1: Oversikt over Kvadraturen (øvre).



Dette er et område som preges av kontorer, men med en del servering særlig rundt Christiania torg og nærmest Karl Johan. I Prinsens gate med sidegater er det noe handel, mest klær og sko.

Figur 3.9.2: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for Kvadraturen. Kilde: SSB.

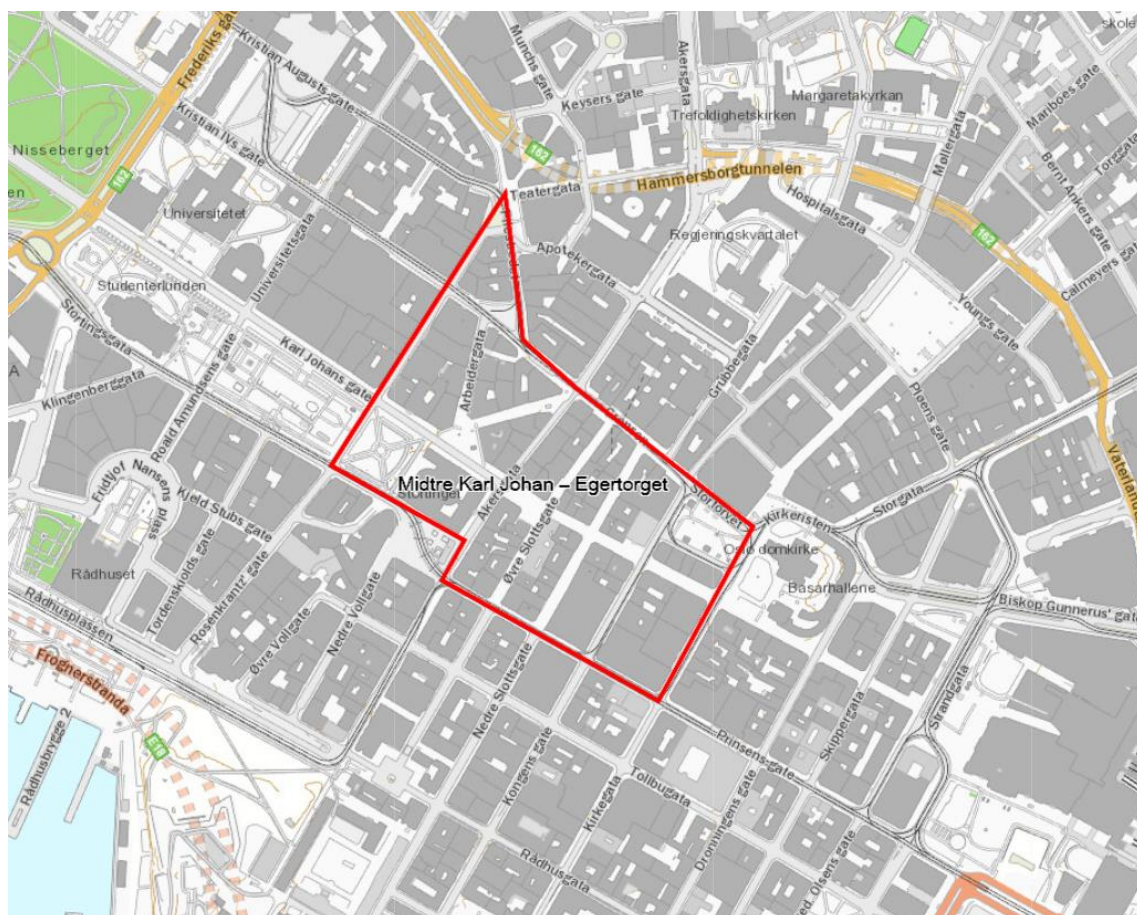


I denne grunnkretsen var det store endringer i omsetning i 2016, og med svært forskjellig utvikling i ulike næringer. Det var sterk nedgang i omsetning av klær og sko, mens det var sterk økning i *mat og drikke* og *spesialbutikker*. Anleggsarbeid i Prinsens gate og Tollbugata i forbindelse med omlegging av kjøremønstre for trikk og buss antas å forklare nedgangen for klær og sko, mens endringene for øvrig handel er vanskeligere å forklare.

I denne grunnkretsen er det prikkede data for *Mat og drikke* i 2015 og *Klær, sko og vesker* i 2016.

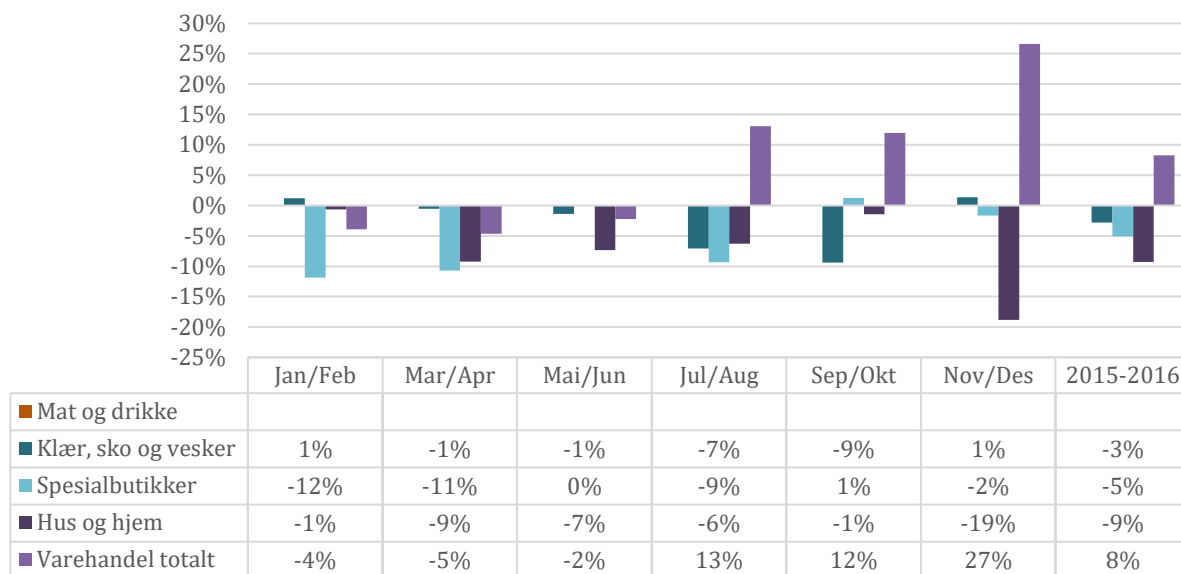
3.9.2 Midtre Karl Johan – Egertorget

Figur 3.9.3: Oversikt over Midtre Karl Johan- Egertorget.



Midtre Karl Johan er Norges handelssentrum med særlig stor vekt på klær og sko i den mer eksklusive delen av markedet. Utviklingen i denne grunnkretsen har derfor stor betydning for utvikling i klesbransjen totalt. Også andre varegrupper er godt representert i området.

Figur 3.9.4: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for midtre Karl Johan. Kilde: SSB.

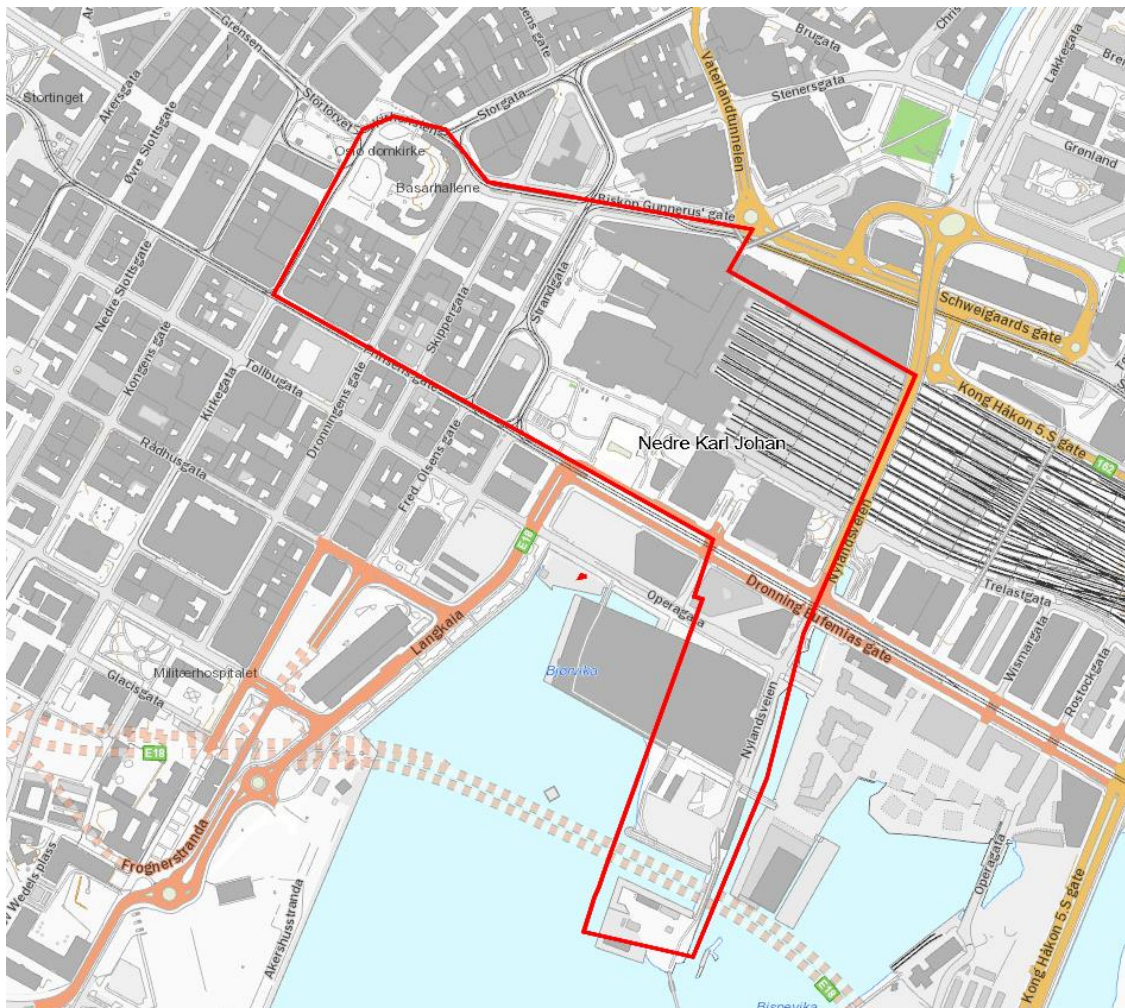


Utviklingen for klesbransjen i 2016 sett under ett ga svak nedgang, med klar nedgang i perioden juli til oktober, og en svak økning i januarsalget og julehandelen. Ellers er det påfallende stor nedgang i bransjen *hus og hjem*, men denne har ikke veldig stor andel av samlet omsetning i grunnkretsen.

Utvikling for varehandel totalt viser en samlet økning i grunnkretsen på 8 prosent, mens alle næringene viser nedgang. Det skyldes at totaltallene forstyrres av at *mat og drikke* er prikket i deler av perioden, men ikke på slutten.

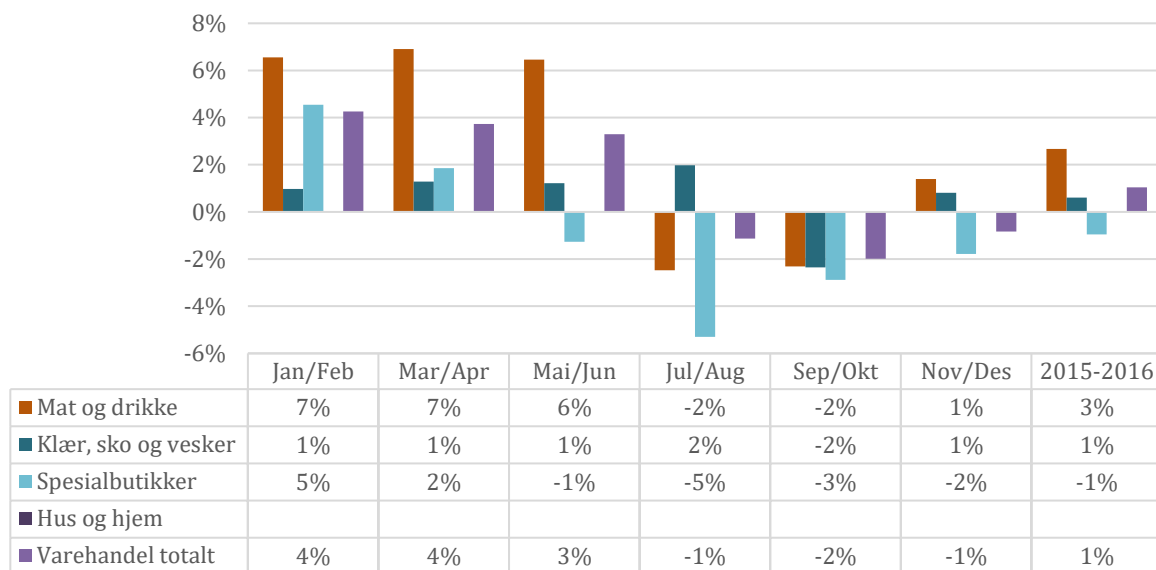
3.9.3 Nedre Karl Johan

Figur 3.9.5: Oversikt over nedre Karl Johan.



Nedre Karl Johan omfatter også Byporten, Oslo S og deler av Bjørvika. Klær er dominerende i varehandelen også i denne grunnkretsen, men vareutvalget er relativt variert.

Figur 3.9.6: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for nedre Karl Johan. Kilde: SSB.



Varehandel totalt startet med en klart positiv utvikling første halvår 2016, men det snudde til nedgang i andre halvår. Året under ett havnet så vidt i pluss. Både *mat og drikke* og *spesialbutikker* hadde samme utvikling, men mat og drikke kom ut med en vekst i 2016 på 3 prosent. Klær og sko har en relativt flat utvikling i denne grunnkretsen i 2016, med variasjon fra -2 til 2 prosent i ulike terminer.

Nyetablering innenfor *hus og hjem* medfører at denne bransjen ikke lenger prikket i denne grunnkretsen fra 2016.

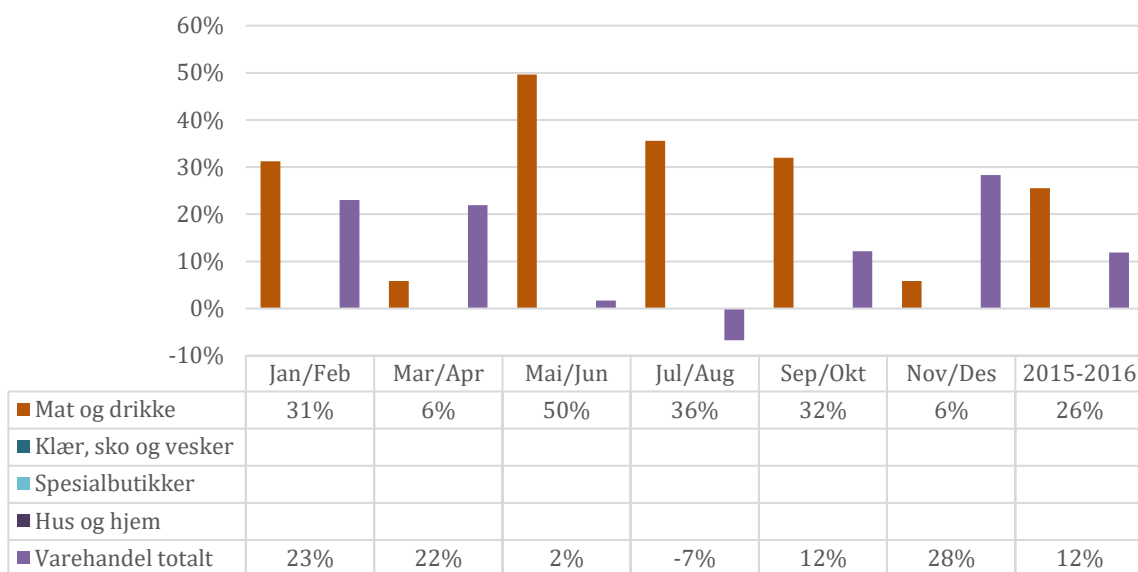
3.9.4 Kvadraturen (nedre)

Figur 3.9.7: Oversikt over Kvadraturen (nedre).



Nedre del av Kvadraturen domineres av kontorer. Grunnkretsen er utenfor hovedhandelsområdet i Oslo sentrum, men har en del spesialbutikker spredt i området. Posthallen i det nordvestre hjørnet er viktigste handelslokasjon. Grunnkretsen preges i 2016 av anleggsarbeider i Prinsens gate og Tollbugata som følge av omlegging av trikke trasé og busslinjer gjennom Kvadraturen.

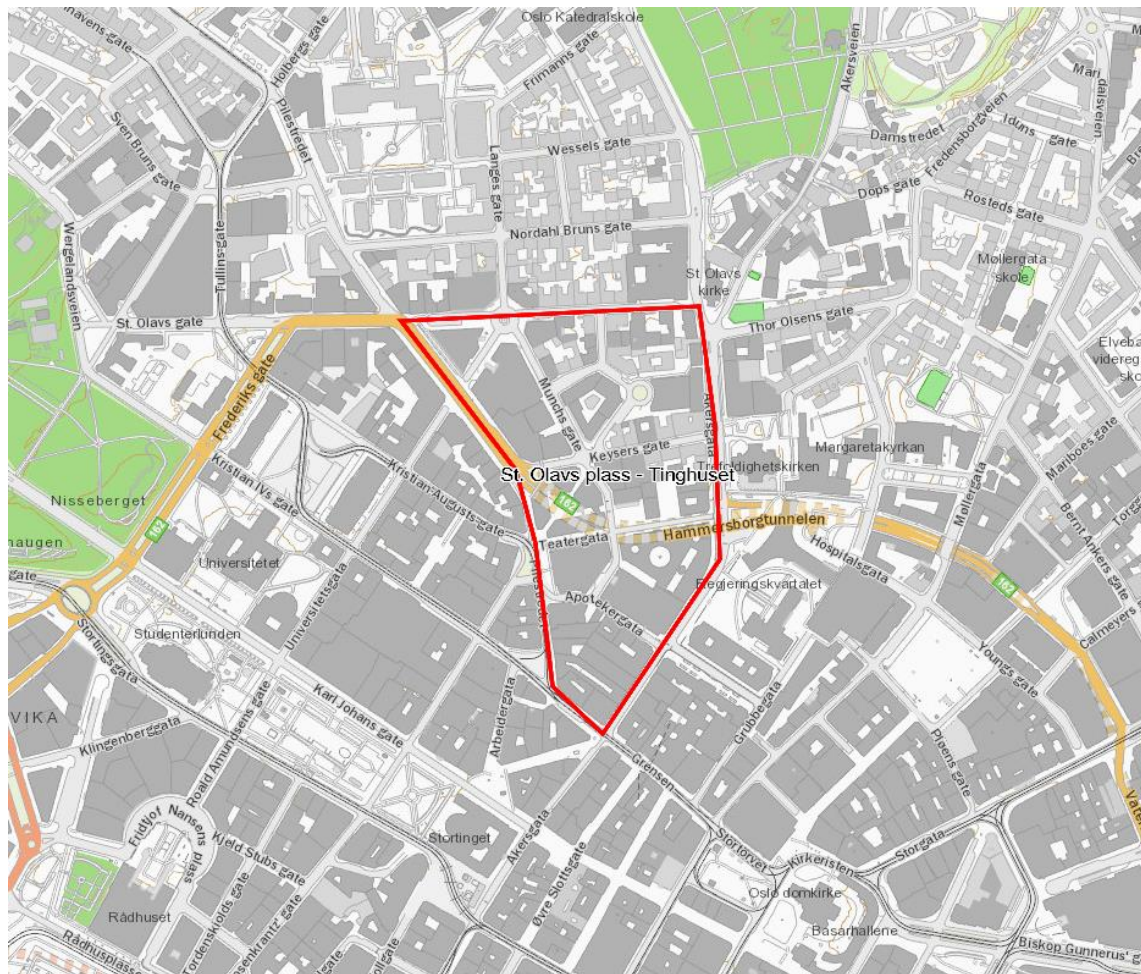
Figur 3.9.8: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for Kvadraturen (nedre). Kilde: SSB.



Det er store utslag i omsetningen i denne grunnkretsen med stor økning innenfor *mat og drikke*. I denne grunnkretsen er det prikkede data for *klær, sko og vesker*, *spesialbutikker* og *hus og hjem*. Dette bidrar til at omsetningsutviklingen for varehandelen er vanskelig å vurdere for denne grunnkretsen.

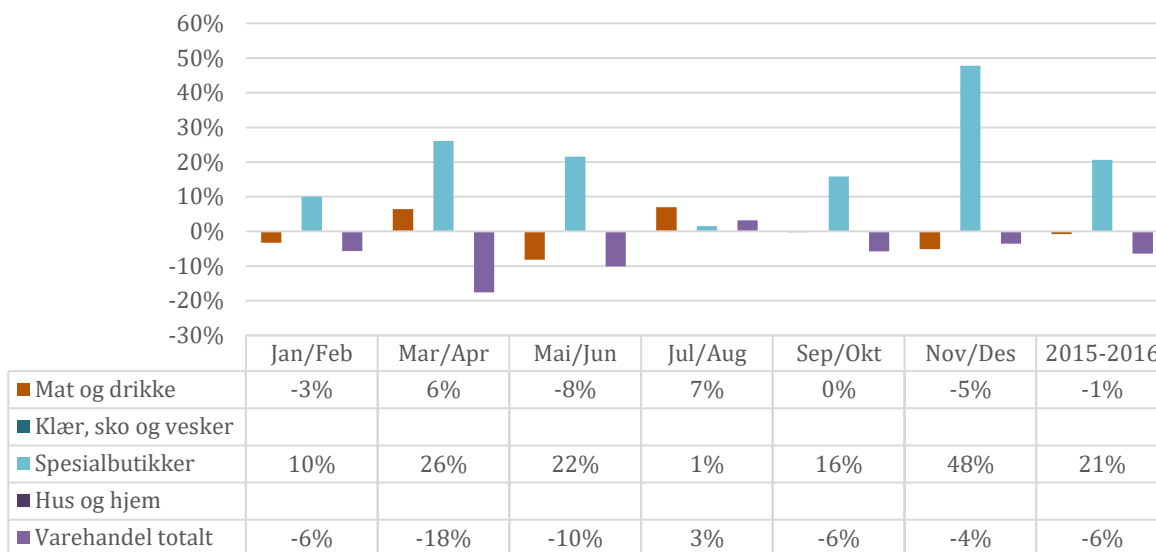
3.9.5 St. Olavs plass – Tinghuset

Figur 3.9.9: Oversikt over St. Olavs plass - Tinghuset.



Dette er en lite ensartet grunnkrets som inneholder sentrumspreget handel mot Grensen, tunge kontorområder med regjeringsbygg og Tinghuset som tyngdepunkt og eldre bebyggelse lenger opp i Akersgata og mot St. Olavsgate. Grunnkretsen er ikke veldig tung på handel.

Figur 3.9.10: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området St. Olavs- Tinghuset. Kilde: SSB.

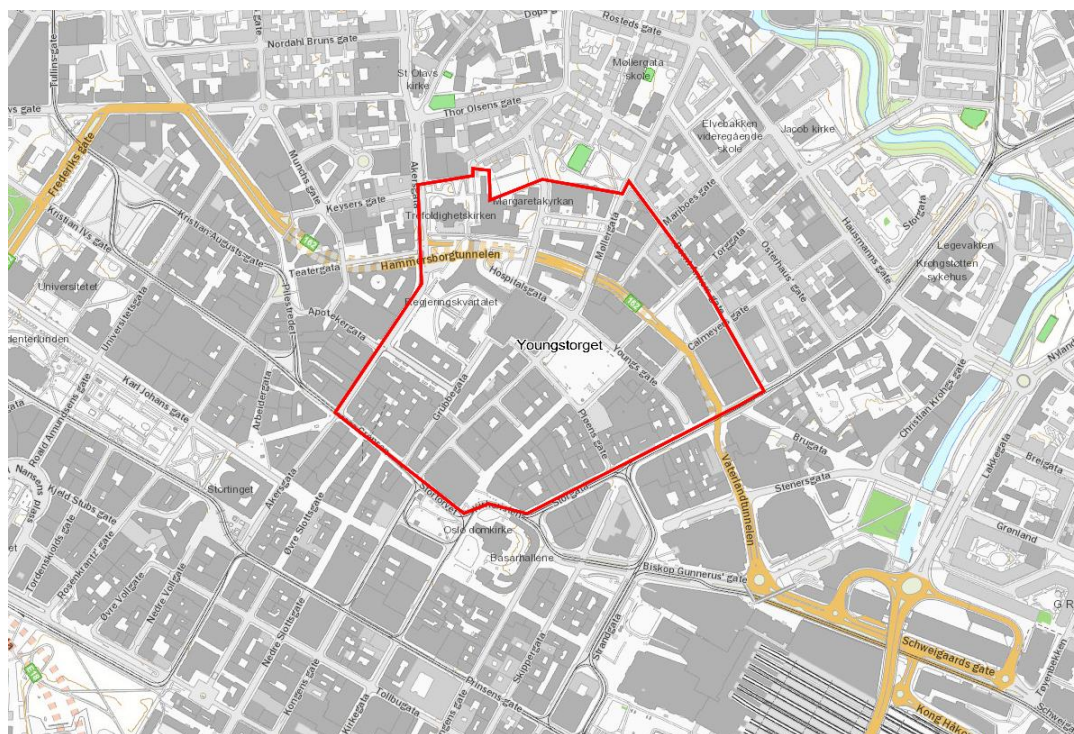


Basert på litt tynt datagrunnlag ser det ut til at samlet varehandel i denne grunnkretsen har hatt en negativ utvikling i 2016. Dette er på tross av en betydelig vekst på over 20 prosent innenfor spesialbutikker.

I denne grunnkretsen er data for *hus og hjem* prikket i 2015, men ikke i 2016.

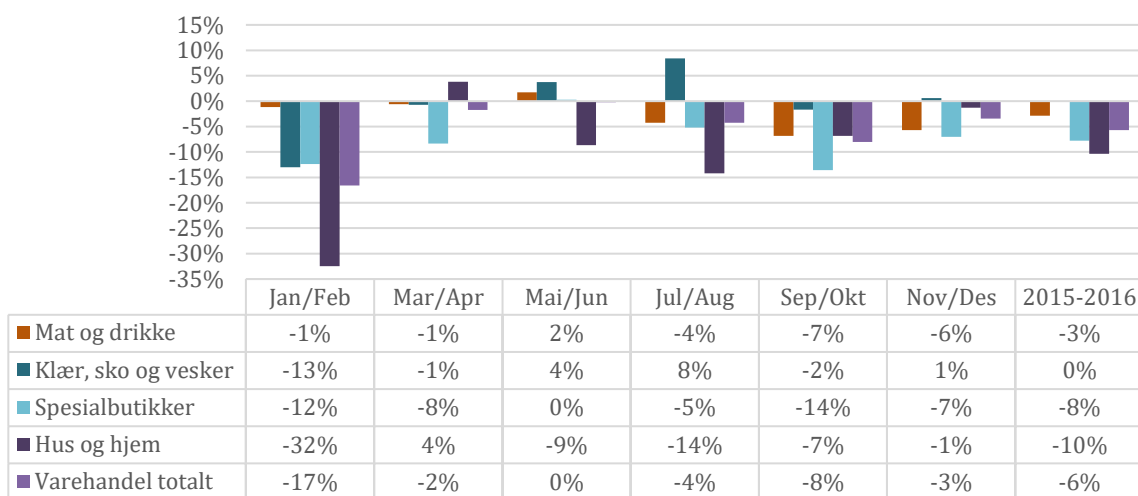
3.9.6 Youngstorget

Figur 3.9.11: Oversikt over Youngstorget.



Grunnkretsen omfatter store deler av regjeringkvartalet, som i 2015 og 2016 og årene framover vil være en stor byggeplass. Området består også av Torggata og Youngstorget som er et område som har hatt en god utvikling for handel og servering siden opprustningen som ble ferdigstilt i august 2014.

Figur 3.9.12: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Youngstorget. Kilde: SSB.

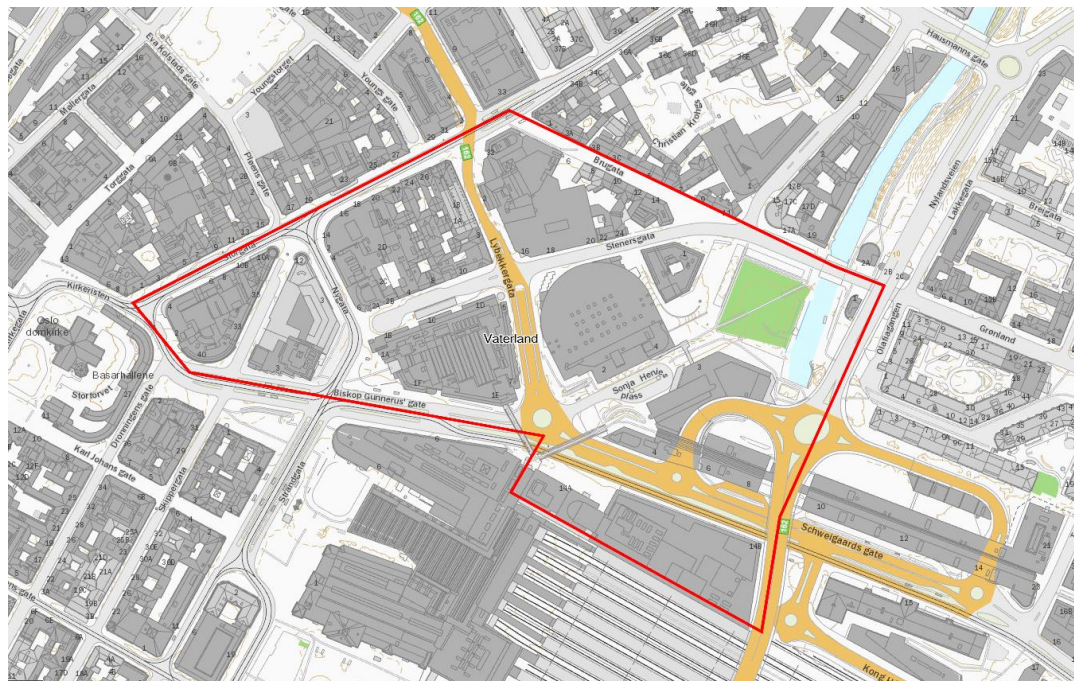


Youngstorget har en synkende omsetningsutvikling totalt sett for varehandel med en nedgang på 6 prosent i 2016. Bransjen som står for den mest negative utviklingen er *hus og hjem* og *spesialbutikker* med nedgang på 10 og 8 prosent. Klær og sko er den bransjen som har den minst negative utviklingen med nullvekst for året under ett, etter en sterk sommersesong.

Det er ikke noe problem med prikking i denne grunnkretsen.

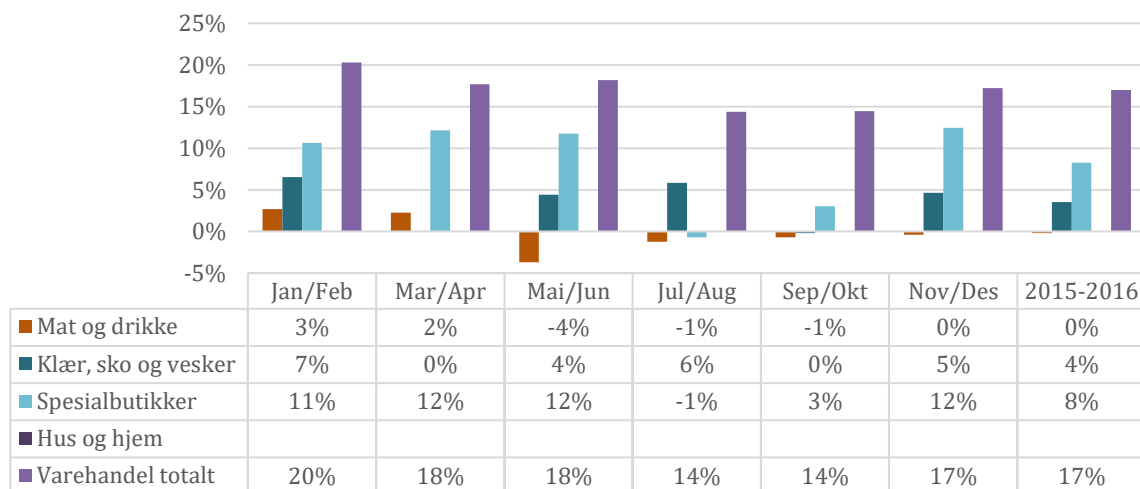
3.9.7 Vaterland

Figur 3.9.13: Oversikt over Vaterland.



Vaterland preges av kjøpesentrene Oslo City, Gunerius, Galleri Oslo og NAF-huset, og er med det en viktig handelsgrunnkrets. Av disse er kun NAF-huset formelt innenfor tiltaksområdet i Bilfritt byliv, men alle vil påvirkes av programmet. I tillegg er Oslo Spektrum, Plaza og Posthuset viktige målpunkter i grunnkretsen.

Figur 3.9.14: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Vaterland. Kilde: SSB.

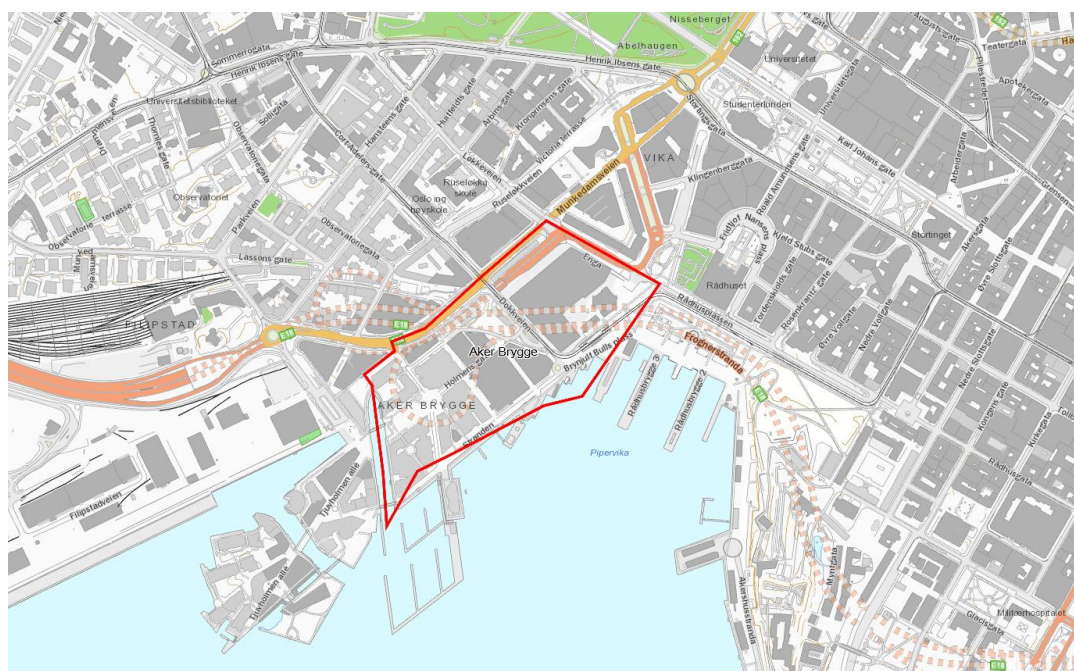


Klær og sko har hatt en sterk utvikling i kjøpesenterne på Vaterland, og det samme gjelder spesialbutikker. Til sammen har det gitt en god vekst for varehandel i denne grunnkretsen.

Data for *hus og hjem* er prikket både i 2015 og 2016.

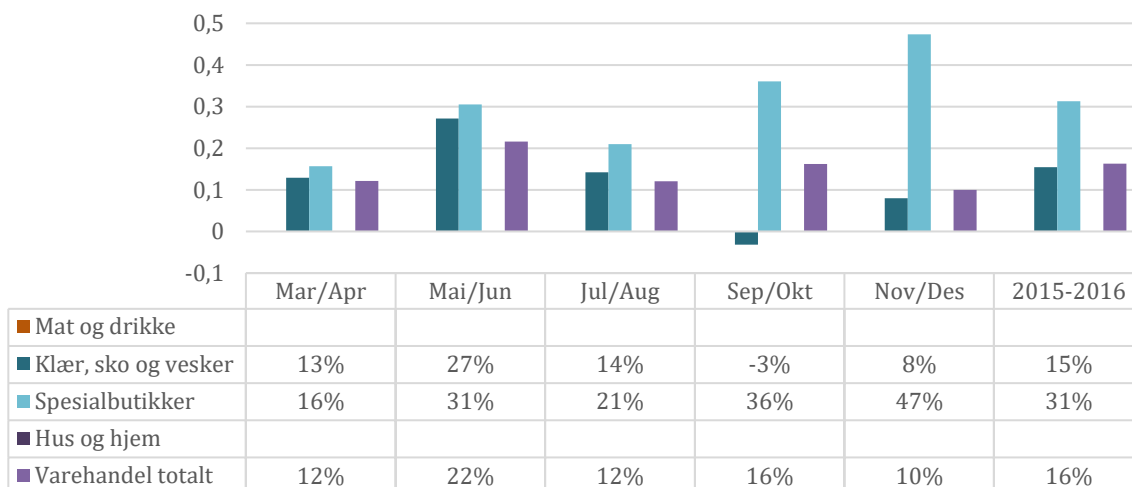
3.9.8 Aker Brygge

Figur 3.9.15: Oversikt over Aker Brygge.



Aker brygge utgjør en egen grunnkrets som fremstår som ganske ensartet med en blanding av handel, servering, kontor og bolig. Handelen er i hovedsak klær i prisklasser over gjennomsnittet. Aker brygge var gjennom en femårig oppussing som ble avsluttet i 2015. Området har vært bilfritt siden det ble transformert, og påvirkes i så måte lite av tiltakene i bilfritt byliv, selv om området kan fremstå som eksempel på hva man ønsker å få til i andre deler av sentrum.

Figur 3.9.16: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Aker Brygge. Kilde: SSB.

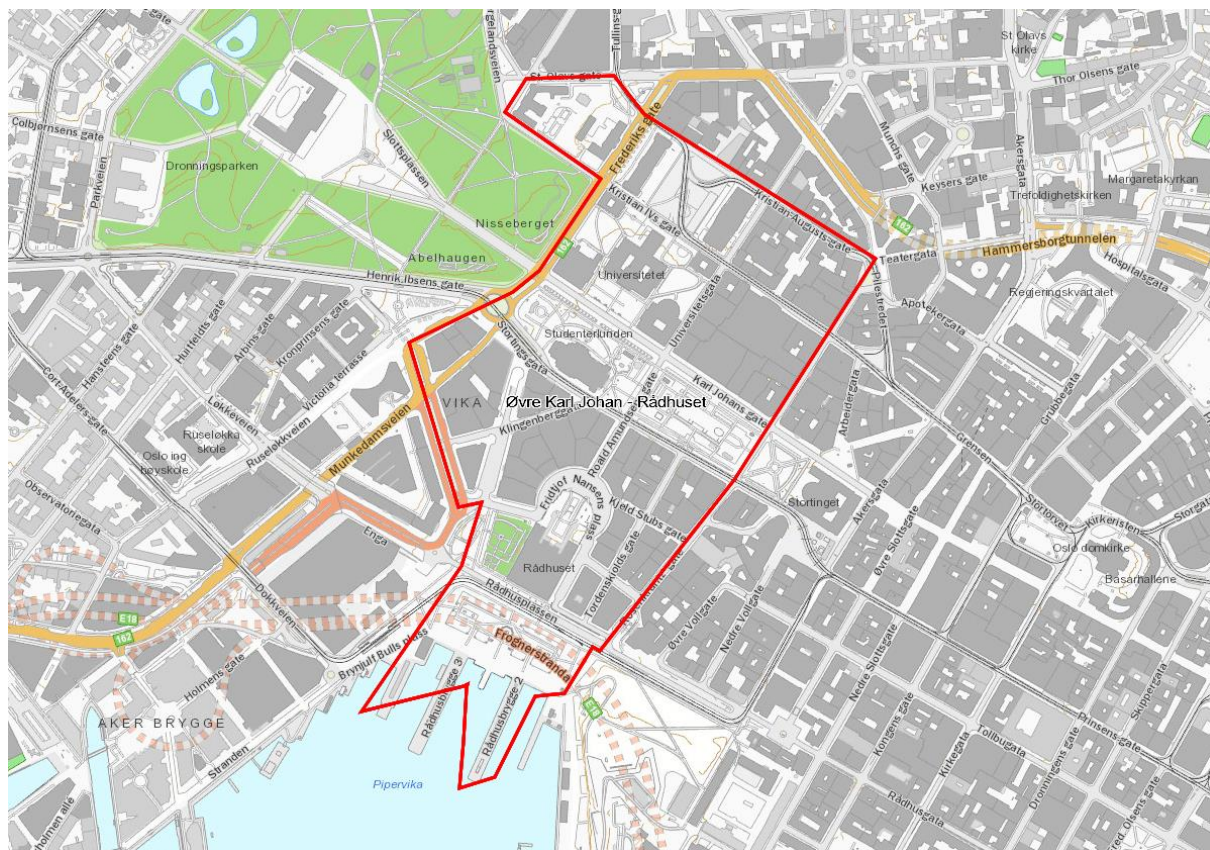


Oppussingen har gitt svært gode tall for Aker brygge i 2016. Alle bransjer har gått bra gjennom det meste av året, med en litt svakere høst når det gjelder klær, sko og vesker. Særlig har spesialbutikker hatt en sterk utvikling.

Det er registrert prikkede butikker innen hus og hjem i 2016.

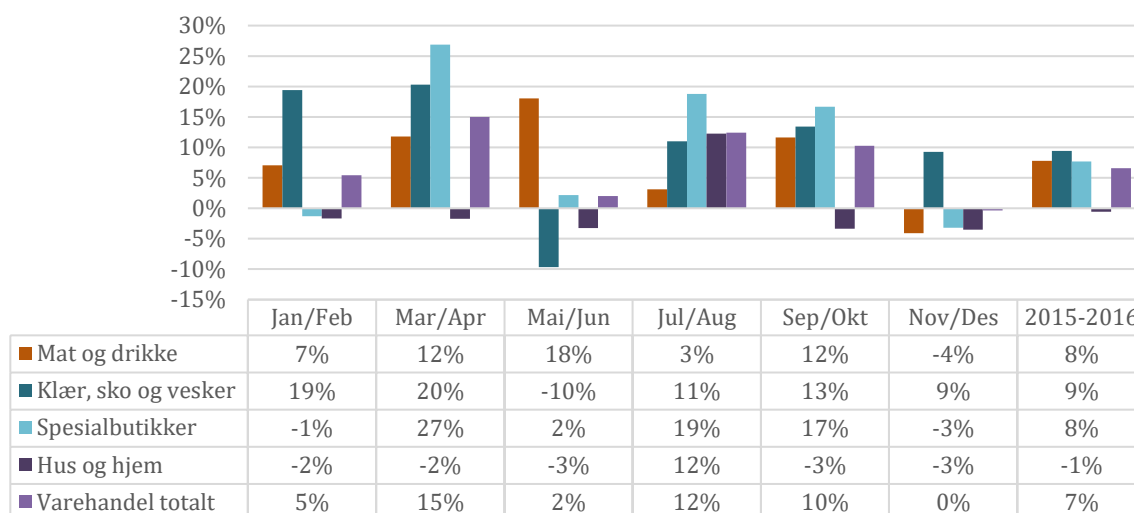
3.9.9 Øvre Karl Johan - Rådhuset

Figur 3.9.17: Oversikt over Karl Johan - Rådhuset.



Denne grunnkretsen inkluderer Paléet kjøpesenter, Stortingsgata og områdene nord og sør for Studenterlunden. Særlig har området mellom Rådhusplassen og Studenterlunden vært i fokus i forbindelse med program for Bilfritt byliv. Handelsmessig er klær og spesialbutikker viktigst, og grunnkretsen er den som påvirkes mest av turistene.

Figur 3.9.18: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Øvre Karl Johan- Rådhuset. Kilde: SSB.



Omsetningsutviklingen for varehandel har gjennomgående vært god i dette området. Både *mat og drikke*, *klær, sko og vesker* og *spesialbutikker* har hatt vekst på 8-10 prosent. Bransjene har stor variasjon i utviklingen fra termin til termin, der spesialbutikker kan se ut til å være mest påvirket av økt turisme i 2016.

Det er ikke registrert noen prikkede data i denne grunnkretsen.

3.9.10 Oppsummering av omsetning innenfor bilfritt bylivsområde

Tabellen under viser total omsetning for varehandel totalt innenfor de ulike grunnkretsene. Tallene viser at jevnt over har det vært en god omsetningsutvikling fra 2015 til 2016 innenfor Bilfritt bylivsområde. Kvadraturen (øvre) har hatt den sterkeste utviklingen i total omsetning, mens St. Olavs plass- Tinghuset og Youngstorget har hatt en nedgang i total omsetning for varehandel.

Tabell 3-13: Total omsetning av varehandel totalt for de ulike områdene (KPI justert til 2015-kroner). Kilde: SSB.

Grunnkrets navn	Omsetning 2015 (1000 kr)	Omsetning 2016 (1000 kr)	Endring 2015 - 2016	Endring i % 2015 - 2016
Kvadraturen (øvre)	248 546	407 646	159 100	64 %
Midtre Karl Johan – Egertorget	2 421 389	2 621 256	199 867	8 %
Nedre Karl Johan	1 638 803	1 655 883	17 080	1 %
Kvadraturen (nedre)	92 034	102 956	10 922	12 %
St. Olavs plass - Tinghuset	721 255	674 642	- 46 613	-6 %
Youngstorget	1 399 959	1 319 830	- 80 129	-6 %
Vaterland	2 520 745	2 948 791	428 046	17 %
Aker Brygge	287 963	334 896	46 933	16 %
Øvre Karl Johan - Rådhuset	248 546	407 646	159 100	7 %

4 Oppsummering

I denne rapporten dokumenteres utviklingen for handel og næringsliv i Oslo, med særlig fokus på tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Formålet er å utvikle et verktøy som kommunen kan bruke til å følge utviklingen av kunderettet næringsliv i Oslo, med særlig ønske om å kunne se effekten av kommunens egen politikk. Sammen med det nettbaserte *Bybarometeret* skal *Byregnskapet* fylle en slik funksjon.

Oslo og særlig sentrumsområdene er lokomotivet i norsk økonomi. Svært mange sysselsatte med høy produktivitet holder til i dette området, og dette er det viktigste handelsområdet i landet – særlig gjelder dette klesbransjen og spesialbutikker. I tillegg er serveringsstedene i Oslo sentrum et viktig møtested.

2016 var et bra år for handelen i Oslo sentrum. Omsetningstall fra SSB viser en vekst på syv prosent for grunnkretsene som inngår i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Dette er en sterkere utvikling enn de fleste referanseområdene. Tall for kjøpesentrene tyder imidlertid på en noe svakere utvikling i kjøpesentrene innenfor tiltaksområdet enn for en del av referanseområdene. Forskjellen mellom tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet og resten av Oslo, tyder på at sentrum har styrket seg som handelsområde gjennom 2016.

Det var et visst spenn i utviklingen både mellom ulike deler av handelsnæringen og mellom ulike deler av sentrum. *Hus og Hjem og spesialbutikker* har gått best. *Klær og sko* som er en viktig bransje i Oslo sentrum, øker ikke for året sett under ett. De sterkeste utslagene kan skyldes avvikling eller nyetableringer, så man skal være tilbakeholden med å trekke konklusjoner basert på utviklingen fra et år til et annet.

Blant de viktigste handelsgrunnkretsene har Vaterland og Aker brygge hatt en sterk vekst i 2016, mens for eksempel Midtre Karl Johan hadde en svak utvikling.

Indikatorene for utviklingen til øvrig næringsliv i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet tyder på at området styrket sin posisjon i 2016. Antall sysselsatte økte med fire prosent, vesentlig mer enn referanseområdene, og prisen på næringseiendom lå relativt stabilt på et høyt nivå.