Byregnskap Oslo 2017: Utvikling for handel og næring

Foto: Tomasz Majewski

Multiconsult

Rapport

Byregnskap for Oslo 2017: Utvikling for handel og næring

Oppdragsgiver:

Plan- og bygningsetaten Oslo kommune

Emne:

Byregnskap for Oslo 2017, program for Bilfritt byliv

DATO / REVISJON:	**19. juni 2019 / 02**
DOKUMENTKODE:	**15200057-RAP-TVF-002**

Multiconsult

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.

Multiconsult

Rapport

OPPDRAG	**Byregnskap 2017 - næring og handel, program for Bilfritt byliv**	DOKUMENTKODE	15200057-RAP-TVF-002
EMNE	Byregnskapet for 2017	TILGJENGELIGHET	Åpen
OPPDRAGSGIVER	**PBE**	OPPDRAGSLEDER	Bernt Sverre Mehammer
KONTAKTPERSON	Hogne Hove	UTARBEIDET AV	Bernt Sverre Mehammer, Marianne Håland, Anne Grete Raanaa Ulvestad, Anders Moe og Maren Louise Salte
		ANSVARLIG ENHET	Multiconsult Norge AS

03	16.08.2019	Mindre opprettinger	Marianne Håland	Maren Louise Salte	Bernt Sverre Mehammer
02	19.06.2019	Byregnskap 2017 – korrigert for merknader	Marianne Håland	Maren Louise Salte	Bernt Sverre Mehammer
01	02.05.2019	Byregnskapet 2017 – 100 %	Marianne Håland	Maren Louise Salte	Bernt Sverre Mehammer
00	12.04.2019	Byregnskapet 2017 – 90%	Marianne Håland	Maren Louise Salte	Bernt Sverre Mehammer
REV.	Dato	Beskrivelse	Utarbeidet av	Kontrollert av	Godkjent av

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.

Svakere handelsvekst, men bedre enn referanseområdene

2017 var et mer utfordrende år for handelsnæringen i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet enn 2016. Samlet vekst ble redusert fra syv til to prosent ifølge omsetningstall fra SSB, og det var særlig høsten som hadde svak vekst. Tallene tyder på at det skjer en betydelig endring i sammensetningen av handelen i Oslo sentrum. *Klær og sko* og *mat og drikke* fortsetter den svake utviklingen fra 2016, mens *hus og hjem* og *spesialbutikker* fortsetter den sterke veksten, og der *spesialbutikker* nå har en større andel av handelen i Oslo sentrum enn *klær og sko*.

På tross av merkbart svakere vekst er utviklingen også i 2017 vesentlig bedre i tiltaksområdet enn i samtlige referanseområder som også i 2017 har en negativ utvikling i omsetning for varehandel totalt.

Siden de første tiltakene i Bilfritt byliv-programmet ble innført fra sommeren, er trenden med lavere vekst høsten 2017 i tiltaksområdet interessant. Tallgrunnlaget gir ikke grunnlag for å slå fast en årsakssammenheng. Den reduserte veksten kan for eksempel også ha sammenheng med at veksten som følge av nyetableringer høsten 2016 var uttømt. Også annet halvår hadde tiltaksområdet sterkest vekst av samtlige områder som følges.

Også kjøpesentersstatistikken viser at tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet har høyest vekst av områdene som er analysert i 2017. Det er altså overensstemmelse mellom kjøpesenterstatistikken og SSB-tallene for all handelsomsetning. Kjøpesentrene i tiltaksområdet hadde en omsetningsvekst på fire prosent i 2017. Sammenlignet med referanseområdene har Oslo sentrum styrket seg som handelsområde gjennom 2017.

Blant de viktigste handelsgrunnkretsene har Øvre Karl Johan-Rådhuset og Aker brygge hatt en sterk vekst i 2017, mens Vaterland, Midtre Karl Johan og Nedre Karl Johan har hatt en svak utvikling.

Økonomisk lokomotiv med trengselsproblemer

Analysen av forutsetningene for å drive generell økonomisk aktivitet i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet med Multiconsults agglomerasjonsmodell, viser at det er en klar sammenheng mellom økonomisk aktivitet og areal- og mobilitetspolitikken som er ført i regionen over tid.

Det har vært en forholdsvis flat utvikling i agglomerasjonsindeksen innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet, med en liten reduksjon fra 2016 til 2017. Nedgangen kan tolkes i retning av at tiltakene innenfor bilfritt byliv har gjort Oslo sentrum mindre attraktivt som etableringssted for bedrifter. Men både sysselsettingstall og utvikling i leiepriser tyder på at sentrum har blitt et mer populært sted å etablere virksomhet.

Resultatene tyder på at produktiviteten i Oslo sentrum begrenses av trengselsutfordringer som gjør det mindre attraktivt å etablere bedrifter der, enn det burde være. Tilsvarende ser særlig Bærum ut til å ha høstet fordeler av at bedrifter har valgt å etablere seg i Bærum framfor ytre by vest i Oslo etter etableringen av et eget bomsnitt på kommunegrensa mellom Oslo og Bærum.

Basert på dette anbefales det en styrking av høykapasitets kollektivtilbud til Oslo sentrum, i den grad gevinstene ved dette overstiger ulempene gjennom finansiering gjennom bompenger. Det anbefales også å satse på boligutbygging ved kollektivknutepunkter i Oslo og omkringliggende kommuner. Lykkes man med dette bør det også legges opp til fortsatt økt utnyttelse av arealene nærmest kollektivknutepunktene i Oslo sentrum til kompetansebaserte og arbeidsplassintensive virksomheter.

INNHOLDSFORTEGNELSE

1 Byutvikling viktig for verdiskaping 12
2 Byregnskap for program for Bilfritt byliv 13
2.1 Geografi og bransjer 13
2.2 Referanseområder 15
3 Datagrunnlag og forutsetninger 16
3.1 Bybarometer og -regnskap 16
3.2 Datagrunnlag 16
3.3 Forutsetninger 18
3.4 Prikkede data 19
3.5 Basisår for analyse 19
4 Utvikling i handel og næring 20
4.1 Handel i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet 20
4.1.1 Andel av omsetningen i Oslo 21
4.1.2 Utvikling i omsetning for Bilfritt byliv-området 23
4.1.3 Utvikling i omsetning sammenliknet med referanseområdene 25
4.1.1 Alkoholsalg 30
262 714 922 30
4.1.2 Servering av alkohol 30
4.2 Utvikling i næringsvirksomhet generelt 32
4.2.1 Utvikling i antall sysselsatte 32
4.2.2 Utvikling i markedet for næringseiendom 35
4.2.3 Agglomerasjon 36
4.3 Kjøpesentre i bilfritt område sammenliknet med referanseområdene 39
4.3.1 Omsetning 39
4.3.2 Antall virksomheter 45
4.4 Utvikling i ulike handelsnæringer per grunnkrets 49
4.4.1 Kvadraturen (øvre) 49
4.4.2 Midtre Karl Johan – Egertorget 51
4.4.3 Nedre Karl Johan 53
4.4.4 Kvadraturen (nedre) 55
4.4.5 St. Olavs plass – Tinghuset 57
4.4.6 Youngstorget 58
4.4.7 Vaterland 60
4.4.8 Aker Brygge 61
4.4.9 Øvre Karl Johan - Rådhuset 63
4.4.10 Oppsummering av omsetning innenfor bilfritt bylivsområde 64
4.5 Oppsummering av hovedfunn 65
4.5.1 Generell næringsvirksomhet 65
4.5.2 Handel og annen kunderettet virksomhet 66
5 Vedlegg - Agglomerasjon 67
5.1 Innledning 67

5.2 Metode 67
5.3 Bilfritt område – agglomerasjonsmessige implikasjoner 70
5.3.1 Innledning 70
5.3.2 Analyse 71
5.4 Konklusjon 73

Oversikt over figurer

Figur 2.1.1: Verdiskapning per sysselsatt, per fylke, relativt til landsgjennomsnittet i 2017. Kilde: SSBs nasjonalregnskap 12
Figur 2.1.1: Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Kilde: Oslo kommune 13
Figur 2.1.2: Kart over grunnkretsene som dekker tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Tabell med beskrivelse av koblingen mellom grunnkretsnavn og området. 14
Figur 4.1.1: Oversikt over tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. 20
Figur 4.1.2: Grunnkretsenes andel av handelsomsetningen i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i 2017. Kilde: SSB. 20
Figur 4.1.3: Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmets andel av samlet omsetning i Oslo etter næring i 2017. Kilde SSB. 21
Figur 4.1.4: Fordeling av handel etter næring innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i 2017. Kilde SSB. 22
Figur 4.1.5: Omsetningsutvikling innen ulike næringer i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet, sammenligning med samme periode året før. Inkludert prikket data. Kilde: SSB. 23
Figur 4.1.6: Omsetningsutvikling innen ulike næringer i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet, sammenligning med samme periode året før. Ekskludert prikket data[2]. Kilde: SSB. 23
Figur 4.1.7: Omsetningsutvikling for varehandel totalt i 2017 sammenlignet med samme periode året før. 2015-kr. Kilde: SSB 25
Figur 4.1.8: Omsetningsutvikling for klær, sko og vesker i 2017 sammenlignet med samme periode året før. 2015-kr, inkludert prikket data. Kilde: SSB 26
Figur 4.1.9: Omsetningsutvikling for spesialbutikker i 2017 sammenlignet med samme periode året før. 2015-kr. Kilde: SSB 27
Figur 4.1.10: Omsetningsutvikling for mat og drikke i 2017 sammenlignet med samme periode året før. 2015-kr. Kilde: SSB 28
Figur 4.1.11: Omsetningsutvikling for hus og hjem i 2017 sammenlignet med samme periode året før. 2015-kr, inkludert prikket[2] data. Kilde: SSB 29
Figur 4.1.1: Omsetningsvolum (1000 liter) fra serveringsvirksomheter i Oslo i 2017. Kilde: Næringsetaten. 30
Figur 4.2.1: Endringer i antall sysselsatte fra 2016-2017 i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Kilde: Oslostatistikken 33
Figur 4.2.2: Endringer i antall sysselsatte fra 2016-2017 i ulike områder. Kilde: SSB 34
Figur 4.2.3: Oversikt over inndeling av Oslo sentrum i vurderingen av markedsituasjon for næringseiendom. Kilde: OPAK 35
Figur 4.2.4: Agglomerasjonsindeks fra 2000-2017 for Bilfritt bylivsområde, sammenliknet med Oslo innenfor Ring 2 og utenfor Ring 2. 36
Figur 4.2.5: Agglomerasjonsindeks fra 2000-2017 for Bilfritt bylivsområde, ytre by vest og ytre by øst. 37
Figur 4.2.6: Agglomerasjonsindeks fra 2000-2017 for Bærum, Skedsmo og Ski. 37
Figur 4.3.1: Endring i omsetning innenfor alle bransjer på kjøpesentre i ulike områder fra 2016 til 2017. Kilde: Kvarud. 39
Figur 4.3.2: Endring i omsetning innenfor klær, sko og vesker på kjøpesentre i ulike områder fra 2016-2017 Kilde: Kvarud. 40
Figur 4.3.3: Endring i omsetning innenfor servering på kjøpesentre i ulike områder fra 2016 til 2017. Kilde: Kvarud. 41
Figur 4.3.4: Endring i omsetning innenfor spesialbutikker på kjøpesentre i ulike områder fra 2016 til 2017. Kilde: Kvarud. 42
Figur 4.3.5: Endring i omsetning innenfor mat og drikke på kjøpesentre i ulike områder fra 2016 til 2017. Kilde: Kvarud Analyse. 43
Figur 4.3.6: Endring i omsetning innenfor hus og hjem på kjøpesentre i ulike områder fra 2016 til 2017. Kilde: Kvarud. 43
Figur 4.3.7: Endring i omsetning innenfor service og tjenesteyting på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016. Kilde: Kvarud. 44
Figur 4.3.8: Utvikling i antall virksomheter innenfor klær, sko og vesker på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud. 45
Figur 4.3.9: Utvikling i antall virksomheter innen servering på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud. 45
Figur 4.3.10: Utvikling i antall virksomheter innenfor spesialbutikker på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud. 46
Figur 4.3.11: Utvikling i antall virksomheter innenfor mat og drikke på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud. 46
Figur 4.3.12: Utvikling i antall virksomheter innenfor hus og hjem på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud. 47

Om lag en trFigur 4.3.13: Utvikling i antall virksomheter innen service og tjenesteyting på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud. 47
Figur 4.3.14: Utvikling i antall virksomheter samlet for aktuelle bransjer på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud. 48
Figur 4.4.1: Oversikt over Kvadraturen (øvre). 49
Figur 4.4.2: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for Kvadraturen (øvre). Kilde: SSB 50
Figur 4.4.3: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.) 50
Figur 4.4.4: Oversikt over Midtre Karl Johan- Egertorget. 51
Figur 4.4.5: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for midtre Karl Johan. Kilde: SSB. 52
Figur 4.4.6: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.) 52
Figur 4.4.7: Oversikt over nedre Karl Johan. 53
Figur 4.4.8: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for nedre Karl Johan. Kilde: SSB. 54
Figur 4.4.9: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.) 54
Figur 4.4.10: Oversikt over Kvadraturen (nedre). 55
Figur 4.4.11: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for Kvadraturen (nedre). Kilde: SSB. 55
Figur 4.4.12: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.) 56
Figur 4.4.13: Oversikt over St. Olavs plass - Tinghuset. 57
Figur 4.4.14: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området St. Olavs- Tinghuset. Kilde: SSB. 57
Figur 4.4.15: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.) 58
Figur 4.4.16: Oversikt over Youngstorget. 58
Figur 4.4.17: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Youngstorget. Kilde: SSB. 59
Figur 4.4.18: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.) 59
Figur 4.4.19: Oversikt over Vaterland. 60
Figur 4.4.20: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Vaterland. Kilde: SSB. 60
Figur 4.4.21: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.) 61
Figur 4.4.22: Oversikt over Aker Brygge. 61
Figur 4.4.23: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Aker Brygge. Kilde: SSB. 62
Figur 4.4.24: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.) 62
Figur 4.4.25: Oversikt over Karl Johan - Rådhuset. 63
Figur 4.4.26: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Øvre Karl Johan- Rådhuset. Kilde: SSB. 63
Figur 4.4.27: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.) 64
Figur 5.2.1: Tverrsnitt av høydedrag målt i meter over havet. 68
Figur 5.2.2: Geografisk topografi i kart. 68
Figur 5.2.3: Økonomisk topografi i Sør-Norge. 69
Figur 5.2.4: Statistisk samvariasjon mellom agglomerasjonsindeksen (Fitted values) og verdiskapning (wi) 70
Figur 5.3.1: Utvikling i agglomerasjonsindeksverdi for grunnkretsene innenfor Bilfritt bylivsområde. 71
Figur 5.3.2: Utvikling i agglomerasjonsindeksverdi for grunnkretsene innenfor Bilfritt bylivsområde sammenliknet med Oslo innenfor og utenfor Ring 2. 72
Figur 5.3.3: Utvikling i agglomerasjonsindeksverdi for grunnkretsene innenfor Bilfritt bylivsområde sammenliknet med utenfor Ring 2 vest og øst. 72
Figur 5.3.4: Utvikling i agglomerasjonsindeksverdi for kommunen Bærum, Skedsmo og Ski. 73

Oversikt over tabeller

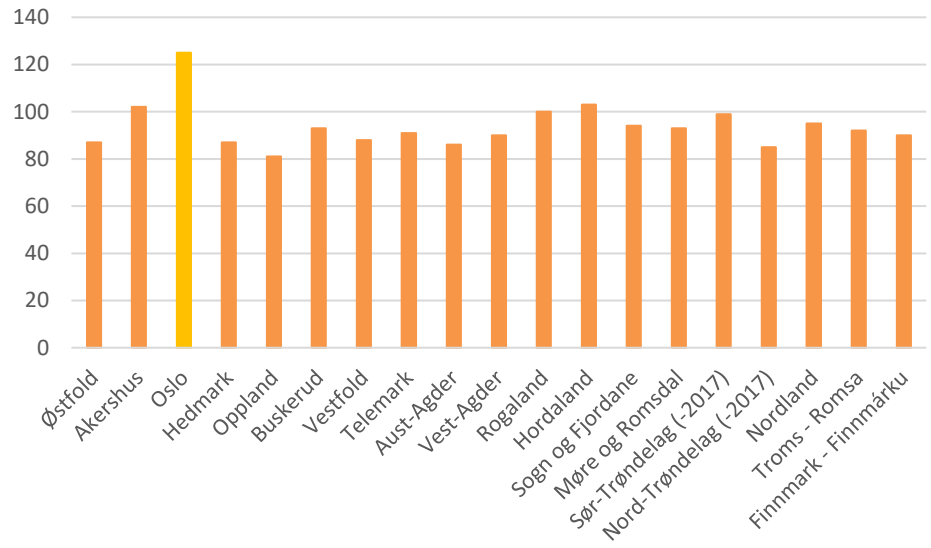
Tabell 3.2.1: Indikatorer i bybarometeret- og byregnskapet 16
Tabell 3.2.2: Bransjeutvalg og NACE-inndeling 17
Tabell 3.3.1: Handledager i 2015, 2016 og 2017 18
Tabell 3.4.1: Oversikt over grunnkretser som inneholder år uten omsetningsdata i en næring (prikkede data). 19

Tabell 4.1.1: Omsetning for 2015, 2016 og 2017 i tusen kroner (KPI-justert til 2015-kroner). Inkludert prikket data. Kilde: SSB 24
Tabell 4.1.2: Omsetning innen varehandel totalt i tiltaksområdet for bilfritt byliv 2015-2017 i 1000 2015-kroner sammenlignet med referanseområdene. Inkludert prikkede data. Kilde: SSB 25
Tabell 4.1.3: Omsetning innen klær, sko og vesker i tiltaksområdet for bilfritt byliv 2015-2017 i 1000 2015-kroner sammenlignet med referanseområdene. Inkludert prikkede data. Kilde SSB 26
Tabell 4.1.4: Omsetning innen spesialbutikker i tiltaksområdet for bilfritt byliv 2015-2017 i 1000 2015-kroner sammenlignet med referanseområdene. Inkludert prikkede data. Kilde SSB 27
Tabell 4.1.5: Omsetning for mat og drikke i absolutte tall 1000 (KPI justert til 2015-kroner). Inkludert prikkede data. Kilde: SSB. 28
Tabell 4.1.6: Omsetning for hus og hjem i absolutte tall i 1000 (KPI justert til 2015-kroner). Inkludert prikkede data. Kilde: SSB. 29
Tabell 4.1.7: Alkoholsalg og alkoholvolum fra Vinmonopolet i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet og sammenligningsområder 30
Tabell 4.1.1: Omsetningsvolum (1000 liter) fra serveringsvirksomheter i Oslo i 2017. Kilde: Næringsetaten. 31
Tabell 4.2.1: Antall sysselsatte i grunnkretser i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet 2015-2017. Kilde: SSB, via Oslostatistikken. 32
Tabell 4.2.2: Antall sysselsatte fordelt i sammenlikningsområdene. Kilde: SSB. 34
Tabell 4.4.1: Total omsetning av varehandel totalt for de ulike områdene (KPI-justert til 2015-kroner). Kilde: SSB..... 65

1 Byutvikling 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: Verdiskapning per sysselsatt, per fylke, relativt til landsgjennomsnittet i 2017. 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 Produktivitetskommisjonens første rapport[1]. I Byregnskap for 2017 er agglomerasjonseffekter viet spesiell oppmerksomhet gjennom et eget avsnitt i delen om utviklingen i generelt næringsliv. Teoretisk bakgrunn og metode er ytterligere utdypet i et eget vedlegg.

Oslo kommune ønsker å utvikle et verktøy som kan måle effekten på verdiskaping av byutviklingstiltak i hovedstaden. 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 legger frem status i handel og næring i 2017, samt endringer fra 2016. Tiltak innen program for Bilfritt byliv ble startet sommeren 2017.

[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. Fra sommeren 2017 ble gjennomføring av tiltak i programmet innført. Utviklingen fra 2016 til 2017 sees derfor i sammenheng med utviklingen fra 2015 til 2016, og vi er særlig på jakt etter indikasjoner på at tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet utvikler seg annerledes enn referanseområdene.

For en fullstendig gjennomgang av status for 2016, henvises det til Byregnskap 2016.

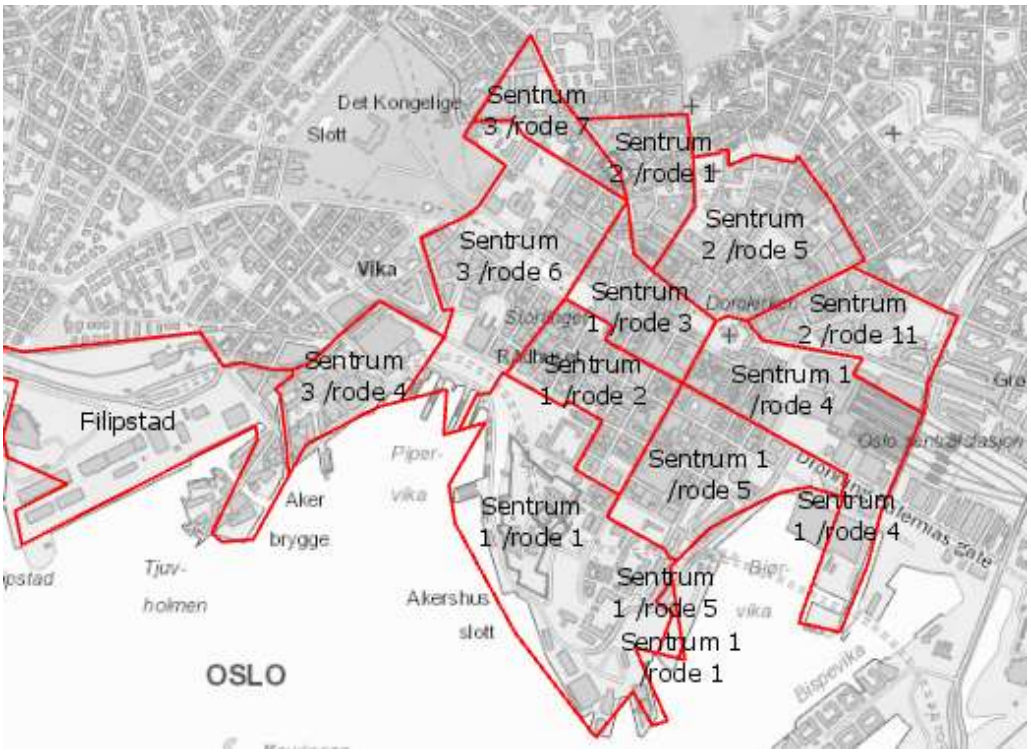
2.1 Geografi og bransjer

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 for statistikk om økonomisk aktivitet i Norge er i hovedsak basert på administrative inndelinger. I byregnskapet benyttes i hovedsak statistikk på grunnkretsnivå. Disse grensene sammenfaller ikke helt med det definerte tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. 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. Tabell med beskrivelse av koblingen mellom grunnkretsnavn og området.



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 4.3). I denne delen benyttes faktiske grenser for tiltaksområdet for Bilfritt byliv.

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 egenskaper knyttet til hyppighet av oppdatering, forsinkelse i publisering og detaljeringsnivå på geografi og næring er byregnskapet for handel og næring strukturert i to deler. Bybarometeret er basert på datagrunnlag med hyppige oppdateringer og lite forsinkelse i publiseringen, mens Byregnskapet er den årlige rapporten som gir mest mulig fullstendig bilde av utviklingen for handel om næring i området. For Bybarometeret finnes en nettbasert dashboardløsning der tallene i utgangspunktet kan 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 2017. 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 2016 og 2017.

Tabell 3.2.1: Indikatorer i bybarometeret- og byregnskapet

	Indikator	Geografi	Frekvens	Bransje	Datakilde
Bybarometer	Aggregert omsetning*	Grunnkrets	Termin (2-måndlig)	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 omstening	Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet	Årlig	Handel, service og overnatting	SSB

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

Tabell 3.2.2: 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 delikatesse
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, parfymerier, platebutikker, bokhandlere, papir- og kontorutstyr, urmakere, smykker, foto, optikere, gullsmeder, leketøy, barneutstyr, hobbybutikker, blomster, hagesentre, dyrebutikker, erotikk, antikvitet 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, kroppspleie 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, sko og vesker, mat og drikke,* samt *servering.* For mer informasjon om tilgjengelige data se kapittel 0.

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

3.3 Forutsetninger

Ved vurdering av omsetningsendringer er 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 perioden 2015-2017. I februar 2016 var det skuddår, noe som ga en ekstra handledag i den perioden. Påsken var i april i 2015 og 2017, men i mars i 2016. Det gir opphav til en del forstyrrelser i månedsstatistikken for disse månedene.

Tabell 3.3.1: Handledager i 2015, 2016 og 2017

ANTALL HANDLEDAGER			
	2017	**2016**	**2015**
Januar	26	25	26
Februar	24	25	24
Mars	27	24	26
April	22	26	23
Mai	24	23	23
Juni	25	26	26
Juli	26	26	27
August	27	27	26
September	26	26	26
Oktober	26	26	27
November	26	26	25
Desember	24	26	25
ÅRET	**303**	**306**	**304**

Bevegelser i omsetningsutviklingen kan også skyldes 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 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 2017 viser utviklingen i Oslo sentrum basert på statistikk for næringsvirksomhet på grunnkretsnivå. I rapporten vises endringer i omsetning på tomånedlig og månedlig nivå per bransje, samt endringer i andre økonomiske størrelser per år eller kvartal for Oslo sentrum. 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.

Alle omsetningstall er justert for inflasjon og indeksjustert til 2015-kroner. Alle størrelser er i 2015-kroner med mindre annet oppgis i figur- eller tabellteksten.

Se rapporten *Metode for måling av effekter for handel og næring* for ytterligere beskrivelsen og redegjørelser for datagrunnlaget.

3.4 Prikkede data

En viktig utfordring med datagrunnlaget er at nedbrytning på grunnkrets og bransjer medfører områder med få aktører, og at SSB da ikke oppgir data. I disse tilfeller er data «prikket» (fjernet) fra datagrunnlaget. Data prikkes dersom det er færre enn tre aktører innen en bransje i en grunnkrets. Totalsummene for grunnkretser 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 gjenværende i grunnkretsen 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 2016 og 2017 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 3.4.1: Oversikt over grunnkretser som inneholder år uten omsetningsdata i en næring (prikkede data).

Område	Bransje	År uten omsetningsdata	Utvikling 2015 – 2017
Nedre Karl Johan	Hus og hjem	2015	Prikket
Kvadraturen (øvre)	Mat og drikke	2015	Prikket
Kvadraturen (øvre)	Klær, sko og vesker	2016	Prikket
Kvadraturen (øvre)	Hus og hjem	2015, 2016 og 2017	Prikket
Midtre Karl Johan-Egertorget	Mat og drikke	2016 og 2017	Prikket
Kvadraturen (nedre)	Klær, sko og vesker	2015, 2016 og 2017	Prikket
Kvadraturen (nedre)	Spesialbutikker	2015, 2016 og 2017	Prikket
Kvadraturen (nedre)	Hus og hjem	2015 og 2016	Prikket
St. Olavs plass - Tinghuset	Hus og hjem	2015, 2016 og 2017	Prikket
St. Olavs plass- Tinghuset	Klær, sko og vesker	2015, 2016 og 2017	Prikket
Vaterland	Hus og hjem	2015 og 2016	Prikket
Aker Brygge	Mat og drikke	2015, 2016 og 2017	Prikket
Aker Brygge	Hus og hjem	2016 og 2017	Prikket

Resultatene i rapporten for Byregnskap 2017 avviker noe fra resultater for Osloanalysen til Oslo Handelsstands Forening. Hovedforklaringen er ulike definisjoner av sentrum 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. Resultatene for 2017 sammenlignes med resultatene for 2016 og 2015, med sikte på å avdekke trendbrudd som følge av tiltak i Bilfritt byliv-programmet. 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 analyse

Alle økonomiske verdier er prisjustert til 2015-kroner for at tallene lett skal kunne sammenliknes fra år til år. Basisåret er satt til startår for datainnhentingen. Den relative endringen vil ikke påvirkes av hvilket år som brukes som basisår. Grunnlaget for prisjusteringen er årlige KPI-verdier fra SSB.

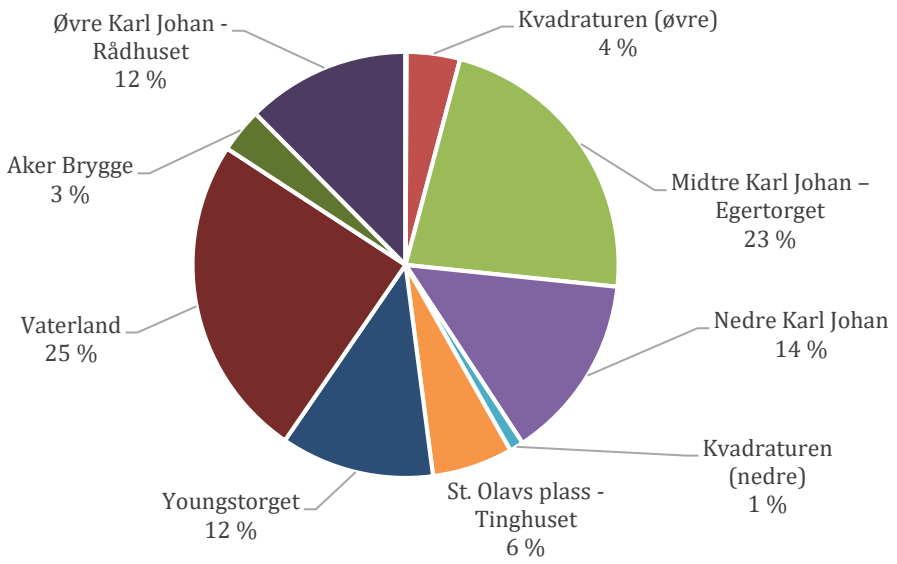
4 Utvikling i handel og næring

4.1 Handel i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet

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

Figur 4.1.1: Oversikt over tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet.

Figur 4.1.2: Grunnkretsenes andel av handelsomsetningen i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i 2017. Kilde: SSB.

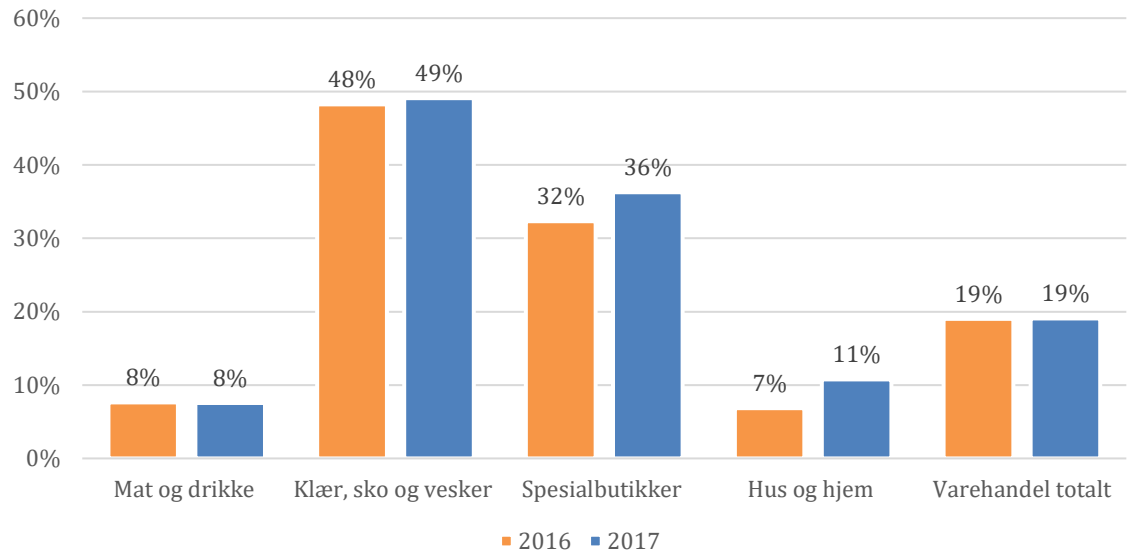


Det er stor forskjell på hvor mye handel det er i de ulike grunnkretsene. Midtre Karl Johan og Vaterland er de to største målt i omsetning med om lag en firedel av omsetningen hver, mens Nedre Karl Johan, Youngstorget og Øvre Karl Johan har mellom 10 og 15 prosent av omsetningen. Ingen av de øvrige grunnkretsene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

Sammenlignet med 2016 er forskjellene små. For Vaterland og Midtre Karl Johan reduseres andelen noe, mens Youngstorget og Øvre Karl Johan øker.

4.1.1 Andel av omsetningen i Oslo

Figur 4.1.3: Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmets andel av samlet omsetning i Oslo etter næring i 2017. Kilde SSB.

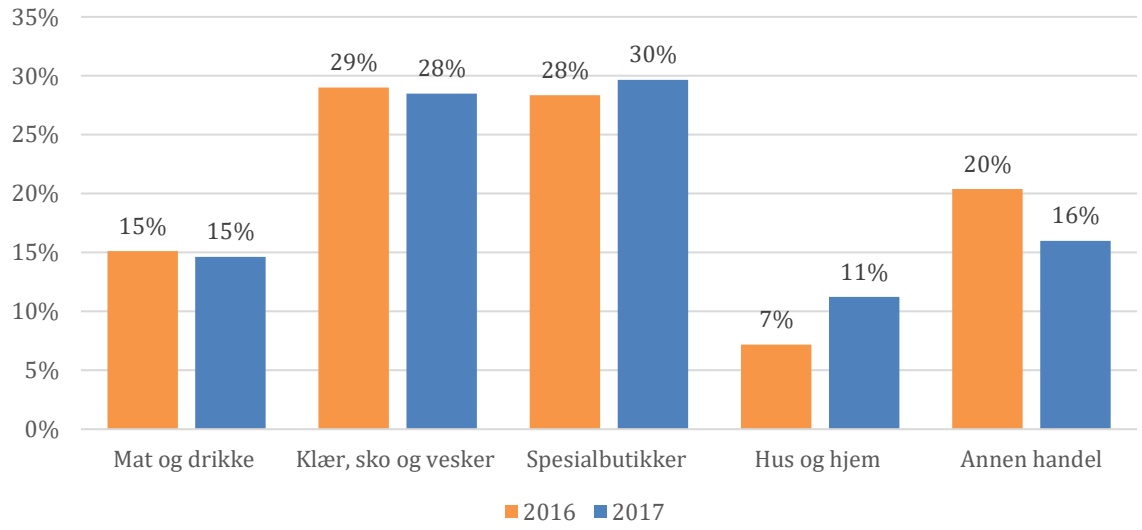


Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet er et handelsområde med typiske sentrumsfunksjoner. Det preger hvor stor andel av handelen i Oslo området har innenfor ulike bransjer. Andelen av total varehandel ligger stabilt på om lag en femtedel i 2017. Innen klær og sko var andelen nesten halvparten, og drøyt en tredel av omsetningen i spesialbutikker. For mat og drikke, samt hus og hjem var markedsandelen rundt en tidel.

Fra 2016 til 2017 gikk andelen for både *spesialbutikker* og *hus og hjem* opp med fire prosentpoeng hver, mens *klær, sko og vesker* økte fra 48 til 49 prosent. Dette tyder på at tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet ble viktigere for handelen i Oslo i 2017.

Det gjøres oppmerksom på at tallene for varehandel totalt inkluderer flere næringer enn de fire hovednæringene som det rapporteres tall for i denne rapporten. Det medfører at det ikke er en til en sammenheng mellom totaltallet og summen av de rapporterte næringene.

Figur 4.1.4: Fordeling av handel etter næring innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i 2017. Kilde SSB.



Innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet er det *klær og sko* og *spesialbutikker* som er de viktigste næringsgruppene, med i om lag 30 prosent av omsetningen hver. *Mat og drikke* har en andel på 15 prosent, mens *hus og hjem* står for elleve prosent av omsetningen. Fra 2016 har *hus og hjem* økt sin andel med fire prosentpoeng og *spesialbutikker* har økt med to. I øvrige bransjer er det lite endringer. Det er verdt å merke seg at *spesialbutikker* har passert *klær og sko* som bransjen med størst andel av handelen i Oslo sentrum.

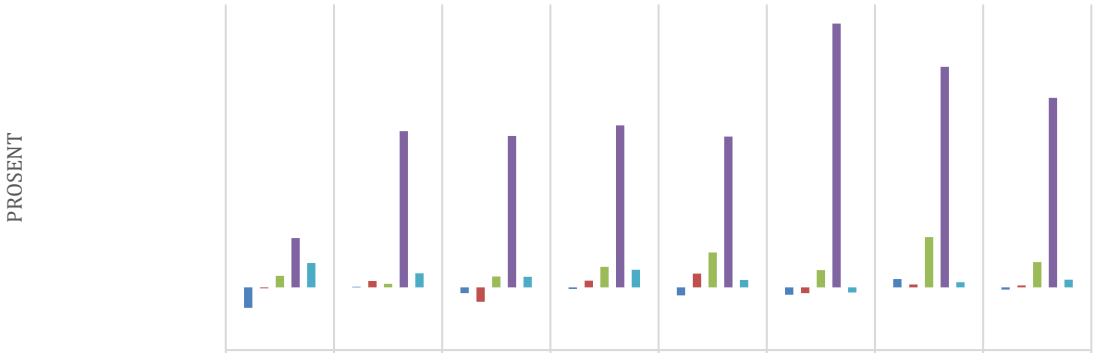
I vurderingen av utviklingen for handelsnæringen i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet er det derfor naturlig å ha fokus utviklingen innenfor *klær og sko* og *spesialbutikker*. Disse bransjene har både størst betydning for handelsnæringen i området, og det er for disse bransjene at tiltaksområdet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

4.1.2 Utvikling i omsetning for Bilfritt byliv-området

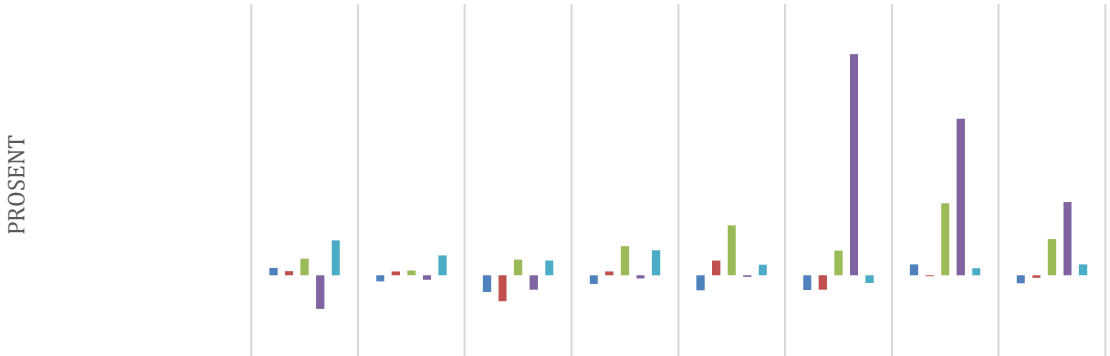
Omsetning er oppdelt i tomånedersperioder (jan/feb, mars/apr, osv.). Figurene viser derfor utviklingen fra en tomånedersperiode i 2016 til samme periode 2017. I tillegg utviklingen for årene under ett, 2015-2016 og 2016-2017.

Figur 4.1.5: Omsetningsutvikling innen ulike næringer i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet, sammenligning med samme periode året før. Inkludert prikket data[2]. Kilde: SSB.



	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Mat og drikke	-7%	0%	-2%	-1%	-3%	-2%	3%	-1%
Klær, sko og vesker	0%	2%	-5%	2%	4%	-2%	1%	1%
Spesialbutikker	4%	1%	3%	6%	11%	5%	16%	8%
Hus og hjem	16%	50%	48%	52%	48%	84%	70%	60%
Varehandel totalt	8%	4%	3%	6%	2%	-2%	2%	2%

Figur 4.1.6: Omsetningsutvikling innen ulike næringer i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet, sammenligning med samme periode året før. Ekskludert prikket data[2]. Kilde: SSB.



	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Mat og drikke	2%	-1%	-4%	-2%	-3%	-3%	2%	-2%
Klær, sko og vesker	1%	1%	-6%	1%	3%	-3%	0%	-1%
Spesialbutikker	4%	1%	3%	6%	11%	5%	16%	8%
Hus og hjem	-7%	-1%	-3%	-1%	0%	49%	35%	16%
Varehandel totalt	8%	4%	3%	6%	2%	-2%	2%	2%

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

2017 var et mer utfordrende år for handelsnæringen i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet enn 2016. Samlet vekst ble redusert fra syv til to prosent. Det var særlig høsten som hadde svak vekst. Tallene tyder på at det skjer en betydelig endring i sammensetningen av handelen i Oslo sentrum. *Klær, sko og vesker* og *mat og drikke* fortsetter den svake utviklingen fra 2016, mens *spesialbutikker* fortsetter den sterke veksten. At *spesialbutikker* nå har en større andel av handelen i Oslo sentrum enn *klær og sko* sammenfaller med denne trenden. Innenfor *hus og hjem* forklares den sterke økningen fra september med at Illums Bolighus flyttet inn i GlasMagasinet.

Tallene for h*us og hjem* påvirkes av prikking, men handelen innen denne bransjen har sterk vekst uavhengig av om grunnkretser med prikkede data er med eller ikke. Øvrige resultater er tilnærmet likt, med unntak av klær og sko som går fra svak positiv vekst med prikking til svak negativ vekst uten prikking. Det tyder på at veksten for *klær og sko* er tilnærmet null.

Tabell 4.1.1: Omsetning for 2015, 2016 og 2017 i tusen kroner (KPI-justert til 2015-kroner). Inkludert prikket data. Kilde: SSB

	2015	2016	2017	Endring fra 2015-2016	Endring fra 2016-2017
Mat og drikke	1 835 456	1 715 038	1 702 289	(-120 418)	(-12 749)
Klær, sko og vesker	3 305 037	3 292 438	3 312 382	(-12 599)	19 944
Spesialbutikker	3 066 871	3 179 442	3 434 726	112 571	255 284
Hus og hjem	704 942	814 911	1 306 209	109 969	491 298
Internett og postordre	757 155	253 387	587 467	(-503 768)	334 080
Overnatting	1 580 008	1 470 196	2 190 010	(-109 812)	719 814
Service og tjenesteyting	3 718 303	4 136 134	4 228 201	417 831	92 067
Varehandel totalt	10 538 951	11 354 235	11 631 616	815 284	277 382

Tabell 4.1.1 oppsummerer utviklingen i ulike næringer innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Innenfor tradisjonell sentrumshandel bekrefter dette at veksten i 2017 kom innenfor *hus og hjem* og *spesialbutikker*.

Tabellen inkluderer også noen flere bransjer. Det framgår at det var en svært sterk vekst for hoteller i 2017, mens service og tjenesteyting har hatt en forsiktig vekst. Tallene for internett og postordre er svært volatile, noe som tyder på at det kan være utfordringer med kvaliteten på statistikken.

4.1.3 Utvikling i omsetning sammenliknet med referanseområdene

I det følgende sammenlignes utviklingen fra 2016 til 2017 for hele tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet med referanseområdene, næring for næring.

Varehandel totalt

Figur 4.1.7: Omsetningsutvikling for varehandel totalt i 2017 sammenlignet med samme periode året før. 2015-kr. Kilde: SSB

	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Oslo Bilfritt sentrum	4%	0%	0%	1%	3%	-1%	2%	1%
Resten av Oslo	0%	-4%	-3%	-2%	-3%	-4%	-3%	-3%
Trondheim Midtbyen	-3%	-4%	-6%	-3%	-5%	-6%	-5%	-5%
Rosenborg-møllenberg	-1%	-1%	0%	2%	-1%	-3%	0%	-1%
Bergen sentrum	-3%	-4%	-4%	-2%	0%	-3%	-4%	-3%

Oppsummert viser omsetningstall fra SSB en moderat utvikling for varehandel i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet på to prosent. Veksten er lavere enn for 2015-2016, men fortsatt positiv. Utviklingen er klart sterkest første halvår, og vesentlig bedre enn i samtlige referanseområder.

Til tross for en svakere vekst i 2017 enn i 2016 viser dette at Oslo sentrum fortsetter å styrke seg som handelsområde.

De første tiltakene i Bilfritt byliv-programmet ble innført fra sommeren 2017. Derfor er lavere vekst høsten 2017 i tiltaksområdet et interessant funn man bør følge videre med på. Tallgrunnlaget gir ikke grunnlag for å slå fast en sammenheng. Lavere vekst høsten 2017 enn foregående år kan for eksempel ha sammenheng med nyetableringer høsten 2016 som bidro til en ekstra vekst i 2016, som vanskelig kan gjenskapes i 2017. Til tross for lavere veksttakt i andre enn første halvår er veksten sterkere i tiltaksområdet enn i samtlige referanseområder.

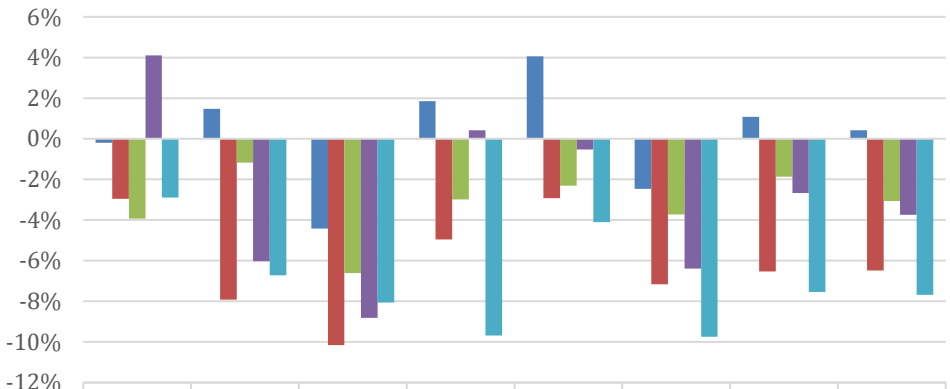
Tabell 4.1.2: Omsetning innen varehandel totalt i tiltaksområdet for bilfritt byliv 2015-2017 i 1000 2015-kroner sammenlignet med referanseområdene. Inkludert prikkede data. Kilde: SSB

	2015	2016	2017	2015-2016	2016-2017
Oslo Bilfritt sentrum	12 985 111	13 468 571	13 590 911	483 460	122 339
Resten av Oslo	107 135 812	106 919 335	103 482 634	(216 477)	(3 436 701)
Trondheim sentrum	4 257 798	4 160 383	4 002 358	(97 415)	(158 025)
Bergen sentrum	5 401 864	5 219 349	5 066 819	(182 515)	(152 530)

Tabell 4.1.2 med absolutte tall viser i tillegg til utviklingen over tid, også Oslos betydning for handel. Oslo sentrum har større omsetning enn Bergen og Trondheim til sammen, og har en langt sterkere utvikling.

Klær, sko og vesker

Figur 4.1.8: Omsetningsutvikling for klær, sko og vesker i 2017 sammenlignet med samme periode året før. 2015-kr, inkludert prikket data. Kilde: SSB



	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Oslo Bilfritt sentrum	0%	1%	-4%	2%	4%	-2%	1%	0%
Resten av Oslo	-3%	-8%	-10%	-5%	-3%	-7%	-7%	-6%
Trondheim Midtbyen	-4%	-1%	-7%	-3%	-2%	-4%	-2%	-3%
Rosenborg-møllenberg	4%	-6%	-9%	0%	-1%	-6%	-3%	-4%
Bergen sentrum	-3%	-7%	-8%	-10%	-4%	-10%	-8%	-8%

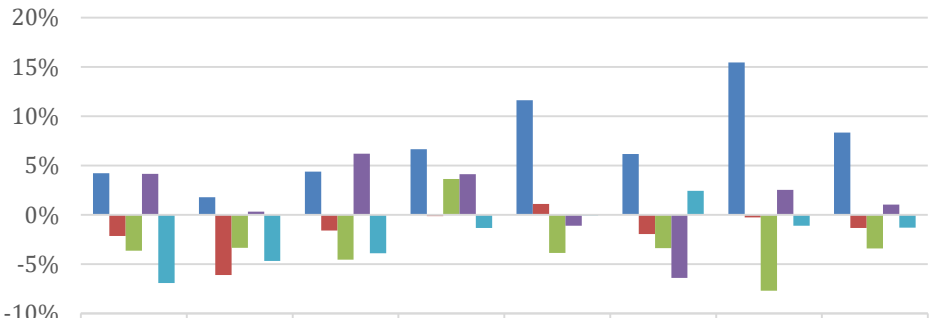
Klær, sko og vesker har størst andel av handelen i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Utviklingen i denne bransjen er derfor av stor betydning. Fra 2016-2017 er tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet det området med mest positive tall for utvikling omsetning innen klær, sko og vesker, til tross for en tilnærmet nullvekst. Øvrige områder har hatt reduksjon i omsetning for denne bransjen.

Tabell 4.1.3: Omsetning innen klær, sko og vesker i tiltaksområdet for bilfritt byliv 2015-2017 i 1000 2015-kroner sammenlignet med referanseområdene. Inkludert prikkede data. Kilde SSB

	2015	2016	2017	2015-2016	2016-2017
Oslo Bilfritt sentrum	3 395 213	3 388 554	3 402 642	(6 659)	14 088
Resten av Oslo	10 157 815	9 858 008	9 218 338	(299 807)	(639 669)
Trondheim sentrum	1 136 781	1 102 852	1 068 115	(33 929)	(34 738)
Bergen sentrum	1 174 678	1 140 686	1 052 968	(33 992)	(87 719)

Spesialbutikker

Figur 4.1.9: Omsetningsutvikling for spesialbutikker i 2017 sammenlignet med samme periode året før. 2015-kr. Kilde: SSB



	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Oslo Bilfritt sentrum	4%	2%	4%	7%	12%	6%	15%	8%
Resten av Oslo	-2%	-6%	-2%	0%	1%	-2%	0%	-1%
Trondheim Midtbyen	-4%	-3%	-5%	4%	-4%	-3%	-8%	-3%
Rosenborg-møllenberg	4%	0%	6%	4%	-1%	-6%	3%	1%
Bergen sentrum	-7%	-5%	-4%	-1%	0%	2%	-1%	-1%

Spesialbutikker er den nest største bransjen innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. En årlig vekst på åtte prosent forsterker veksten fra året før, og styrker områdets posisjon for handel innen denne bransjen. Utviklingen innen spesialbutikker betydelig sterkere for tiltaksområdet enn i sammenlikningsområdene. Av øvrige områder er det kun Rosenborg-Møllenberg med positiv vekst i omsetning.

Tabell 4.1.4: Omsetning innen spesialbutikker i tiltaksområdet for bilfritt byliv 2015-2017 i 1000 2015-kroner sammenlignet med referanseområdene. Inkludert prikkede data. Kilde SSB

	2015	2016	2017	2015-2016	2016-2017
Oslo Bilfritt sentrum	3 170 295	3 303 993	3 580 218	133 698	276 225
Resten av Oslo	16 362 446	16 012 248	15 797 755	(350 198)	(214 494)
Trondheim sentrum	1 023 825	997 364	969 778	(26 461)	(27 586)
Bergen sentrum	1 384 772	1 288 881	1 272 192	(95 891)	(16 689)

Mat og drikke

Figur 4.1.10: Omsetningsutvikling for mat og drikke i 2017 sammenlignet med samme periode året før. 2015-kr. Kilde: SSB

	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Oslo Bilfritt sentrum	0%	-1%	-2%	1%	-2%	-2%	1%	-1%
Resten av Oslo	-1%	-5%	-4%	-5%	-5%	-6%	-3%	-5%
Trondheim Midtbyen	0%	-4%	-8%	-7%	-8%	-12%	-10%	-8%
Rosenborg-møllenberg	0%	-2%	0%	1%	-2%	-1%	1%	-1%
Bergen sentrum	-1%	-1%	-2%	-1%	0%	-1%	-2%	-1%

Mat og drikke viderefører en flat utvikling der nullvekst i 2016 har blitt til svak nedgang i 2017. I mai-juni og november-desember var det vekst i forhold til 2016, resten av året var det svak nedgang. Det var nullvekst eller reduksjon i omsetning for alle sammenlikningsområder. Det er naturlig å se denne utviklingen i sammenheng med nye forretningsmodeller der matkasser med hjemlevering og konsepter som Kolonial.no har tatt deler av matmarkedet.

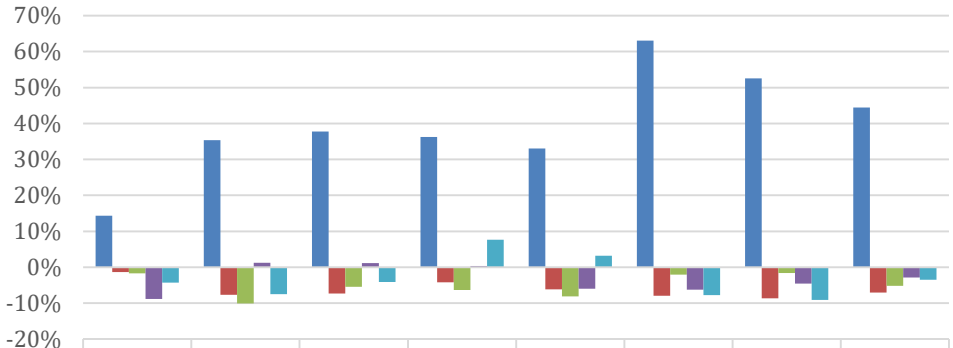
For mat og drikke er det ingen grunnkretser der det er prikking bare ett av årene.

Tabell 4.1.5: Omsetning for mat og drikke i absolutte tall 1000 (KPI justert til 2015-kroner). Inkludert prikkede data. Kilde: SSB.

	2015	2016	2017	2015-2016	2016-2017
Oslo Bilfritt sentrum	2 198 904	2 189 003	2 170 898	(9 901)	(18 105)
Resten av Oslo	42 351 460	41 946 099	39 969 771	(405 361)	(1 976 329)
Trondheim sentrum	1 392 674	1 390 509	1 316 450	(2 165)	(74 058)
Bergen sentrum	1 856 416	1 840 491	1 820 287	(15 925)	(20 204)

Hus og hjem

Figur 4.1.11: Omsetningsutvikling for hus og hjem i 2017 sammenlignet med samme periode året før. 2015-kr, inkludert prikket[2] data. Kilde: SSB



	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Oslo Bilfritt sentrum	14%	35%	38%	36%	33%	63%	53%	44%
Resten av Oslo	-1%	-8%	-7%	-4%	-6%	-8%	-9%	-7%
Trondheim Midtbyen	-2%	-10%	-5%	-6%	-8%	-2%	-2%	-5%
Rosenborg-møllenberg	-9%	1%	1%	0%	-6%	-6%	-5%	-3%
Bergen sentrum	-4%	-8%	-4%	8%	3%	-8%	-9%	-3%

Hus og hjem fortsetter den sterke veksten i omsetning i 2017. Den positive veksten henger sammen med nyetableringer, men påvirkes også av prikking. Etablering av Illums Bolighus på GlasMagasinet i september 2017 gir sterk vekst fra september. Foruten denne veksten er det omtrent nullvekst for bransjen. Effekten av denne nyetableringen er trolig ikke tilstede neste år. Det er derfor interessant å se om den positive veksten vedvarer inn i neste år.

En tosifret vekst er sterkt, sammenlignet med referanseområdene. Av referanseområdene er det kun resten av Oslo som har positiv vekst i 2017. Øvrige områder fortsetter trenden med reduksjon i omsetning. Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet med positiv vekst skiller seg klart fra referanseområdene. Næringen har økt sin andel av samlet handel i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet fra syv til elleve prosent fra 2016 til 2017, og blir dermed en viktigere del av handelen i området.

Tabell 4.1.6: Omsetning for hus og hjem i absolutte tall i 1000 (KPI justert til 2015-kroner). Inkludert prikkede data. Kilde: SSB.

	2015	2016	2017	Endring fra 2015-2016	Endring fra 2016-2017
Oslo Bilfritt sentrum	978 511	1 119 121	1 616 560	140 610	497 440
Resten av Oslo	21 431 052	21 143 690	19 660 571	(287 362)	(1 483 120)
Trondheim sentrum	670 039	645 397	615 766	(24 642)	(29 631)
Bergen sentrum	875 784	838 526	809 443	(37 258)	(29 083)

4.1.1 Alkoholsalg

Det er små endringer i alkoholsalg fra 2016 til 2017 i Oslo, både innenfor det bilfrie området og for Oslo som helhet. Bergen Sentrum er området med størst positiv utvikling, men dette kompenserer for et tilsvarende fall i omsetning i 2015.

Endringen i alkoholsalg og -volum i Trondheim er markant. Denne utviklingen er det naturlig å se i sammenheng med at det åpnet et nytt utsalg på Byåsen i november 2016. Nedgangen i omsetning i sentrum var markant fra den måneden det nye vinmonopolet åpnet.

For perioden 2015 – 2017 har omsetning i volum og salg økt noe mer i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet i Oslo, enn i sammenlikningsområdene, men forskjellene er små.

Tabell 4.1.7: Alkoholsalg og alkoholvolum fra Vinmonopolet i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet og sammenligningsområder

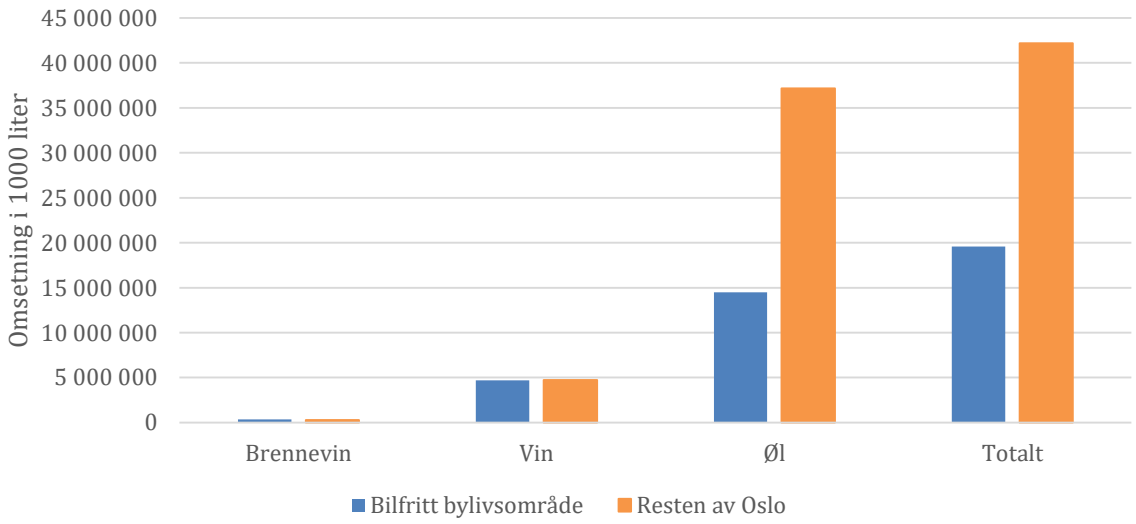
Alkoholsalg	Verdi (kroner)			Volum		
	2016	2017	Endring %	2016	2017	Endring %
Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet	484 812 916	487 808 974	0,6 %	2 263 770	2 247 561	-0,7 %
Resten av Oslo	2 032 584 042	2 035 304 375	0,1 %	10 378 268	10 251 732	-1,2 %
Bergen sentrum	259 993 404	262 714 922	1,0 %	1 290 137	1 294 258	0,3 %
Trondheim sentrum	30 407 295	221 110 114	-9,2 %	1 226 765	1 100 125	-10,3 %

4.1.2 Servering av alkohol

Dette avsnittet er basert på omsetningsvolumer for alkohol i serveringsvirksomheter fra Næringsetaten.

Figuren under viser omsetningsvolum av alkoholholdig drikke solgt i 2017.

Figur 4.1.1: Omsetningsvolum (1000 liter) fra serveringsvirksomheter i Oslo i 2017. Kilde: Næringsetaten.



Det er omtrent like stort salg av vin i serveringsvirksomheter innenfor tiltaksområdet for Bilfritt bylivs-programmet, som i resten av Oslo. Bilfritt bylivsområdet har noe mer salg av brennevin enn resten av Oslo (361 109 000 liter, mot 297 628 000 liter). Salgsvolumet av øl er over dobbelt så høyt i resten av Oslo sammenliknet med tiltaksområdet.

Tabell 4.1.1: Omsetningsvolum (1000 liter) fra serveringsvirksomheter i Oslo i 2017. Kilde: Næringsetaten.

		Bilfritt bylivsområde	Resten av Oslo
Omsetning i 1000 liter	Brennevin	361 103	297 628
	Vin	4 710 173	4 738 379
	Øl	14 501 275	37 156 113
	Totalt	**19 572 551**	**42 192 120**

4.2 Utvikling i næringsvirksomhet generelt

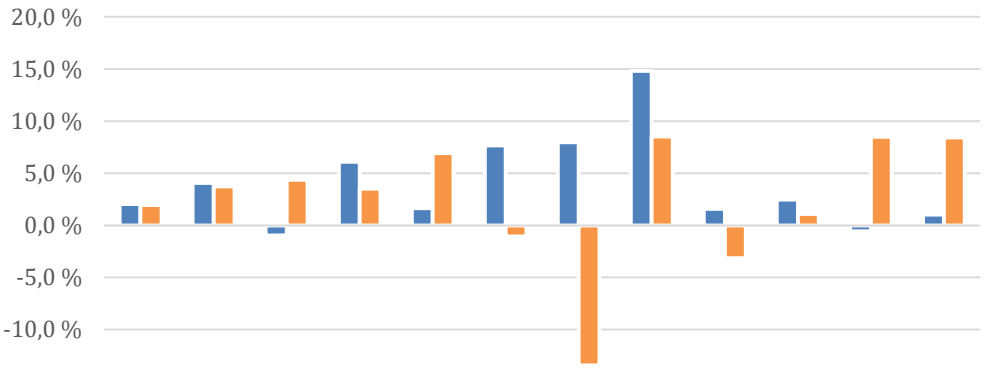
I dette avsnittet utvides perspektivet fra fokus på handelsnæringen til å se på utviklingen for generelt næringsliv. Det inkluderer utviklingen i antall sysselsatte og utviklingen i markedet for næringseiendom.

4.2.1 Utvikling i antall sysselsatte

Tabell 4.2.1: Antall sysselsatte i grunnkretser i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet 2015-2017. Kilde: SSB, via Oslostatistikken.

		Status			Utvikling		
Grunnkrets	**Område**	**2015**	**2016**	**2017**	**2015-2016**	**2016-2017**	**2015-2017**
Sentrum 1 /rode 1	Festningen	1 752	1 788	1 823	2,1 %	2,0 %	4,1 %
Sentrum 1 /rode 2	Kvadraturen (øvre)	9 554	9 944	10 315	4,1 %	3,7 %	8,0 %
Sentrum 1 /rode 3	Midtre Karl Johan – Egertorget	7 234	7 163	7 477	-1,0 %	4,4 %	3,4 %
Sentrum 1 /rode 4	Nedre Karl Johan	8 134	8 630	8 934	6,1 %	3,5 %	9,8 %
Sentrum 1 /rode 5	Kvadraturen (nedre)	7 179	7 296	7 801	1,6 %	6,9 %	8,7 %
Sentrum 2 /rode 11	Vaterland	9 546	10 278	10 170	7,7 %	-1,1 %	6,5 %
Sentrum 3 /rode 6	Øvre Karl Johan - Rådhuset	11 354	12 259	10 611	8,0 %	-13,4 %	-6,5 %
Sentrum 3 /rode 4	Aker Brygge	3 780	4 340	4 710	14,8 %	8,5 %	24,6 %
Sentrum 3 / rode 7	Tullinløkka – Holbergsplass	3 878	3 939	3 815	1,6 %	-3,1%	-1,6%
Filipstad	Filipstad	3 988	4 087	4 131	2,5 %	1,1 %	3,6 %
Sentrum 2 /rode 1	St. Olavs plass - Tinghuset	8 042	7 996	8 674	-0,6 %	8,5 %	7,9 %
Sentrum 2 /rode 5	Youngstorget	11 295	11 410	12 371	1,0 %	8,4 %	9,5 %
Sum		**81 858**	**85 191**	**87 017**	**4,1 %**	**2,1 %**	**6,3 %**

Figur 4.2.1: Endringer i antall sysselsatte fra 2016-2017 i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Kilde: Oslostatistikken



	Festningen	Kvadraturen (øvre)	Midtre Karl Johan – Egertorget	Nedre Karl Johan	Kvadraturen (nedre)	Vaterland	Øvre Karl Johan - Rådhuset	Aker Brygge	Tullinløkka	Filipstad	St. Olavsplass - Tinghuset	Youngstorget
Endring 2015-2016	2,1 %	4,1 %	-1,0 %	6,1 %	1,6 %	7,7 %	8,0 %	14,8 %	1,6 %	2,5 %	-0,6 %	1,0 %
Endring 2016-2017	2,0 %	3,7 %	4,4 %	3,5 %	6,9 %	-1,1 %	-13,4	8,5 %	-3,1 %	1,1 %	8,5 %	8,4 %

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 4.2.1 viser at antall sysselsatte i området har økt med litt over to prosent fra 2016 og hele seks prosent fra 2015.

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.

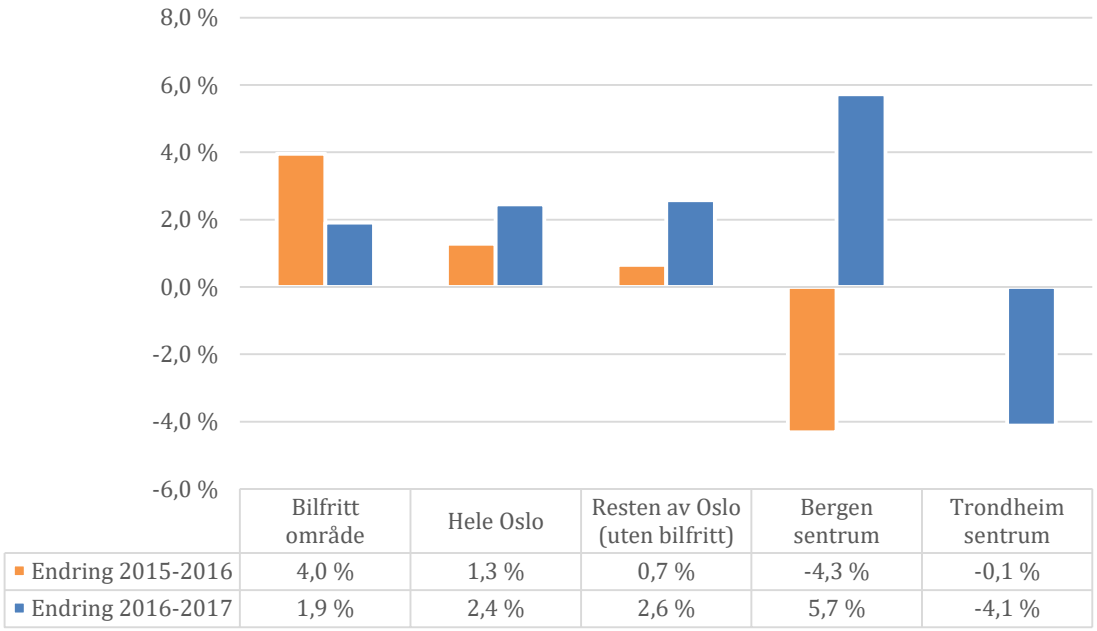
Vekstvinneren siden 2015 er Aker brygge som etter oppussing har opplevd sterk vekst. 25 prosent økning i sysselsatte siden 2015 er i særklasse. I 2017 er det områdene nord for Karl Johan som har hatt sterkest vekst utenom Aker brygge – både relativt og i absolutte tall. Vekstvinneren fra 2016, Øvre Karl Johan – Rådhuset, har hatt en sterk negativ utvikling i antall sysselsatte i 2017.

Tabell 4.2.2: Antall sysselsatte fordelt i sammenlikningsområdene. Kilde: SSB.

	2015	2016	2017	2015-2016	2016-2017
Oslo Bilfritt bylivsområde	85 736	89 130	90 832	4,0 %	1,9 %
Hele Oslo	451 379	457 177	468 375	1,3 %	2,4 %
Resten av Oslo (uten bilfritt område)	365 643	368 047	377 543	0,7 %	2,6 %
Snitt Bergen	8 137	7 786	8 232	-4,3 %	5,7 %
Snitt Trondheim	7 122	7 118	6 825	-0,1 %	-4,1 %

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

Figur 4.2.2: Endringer i antall sysselsatte fra 2016-2017 i ulike områder. Kilde: SSB



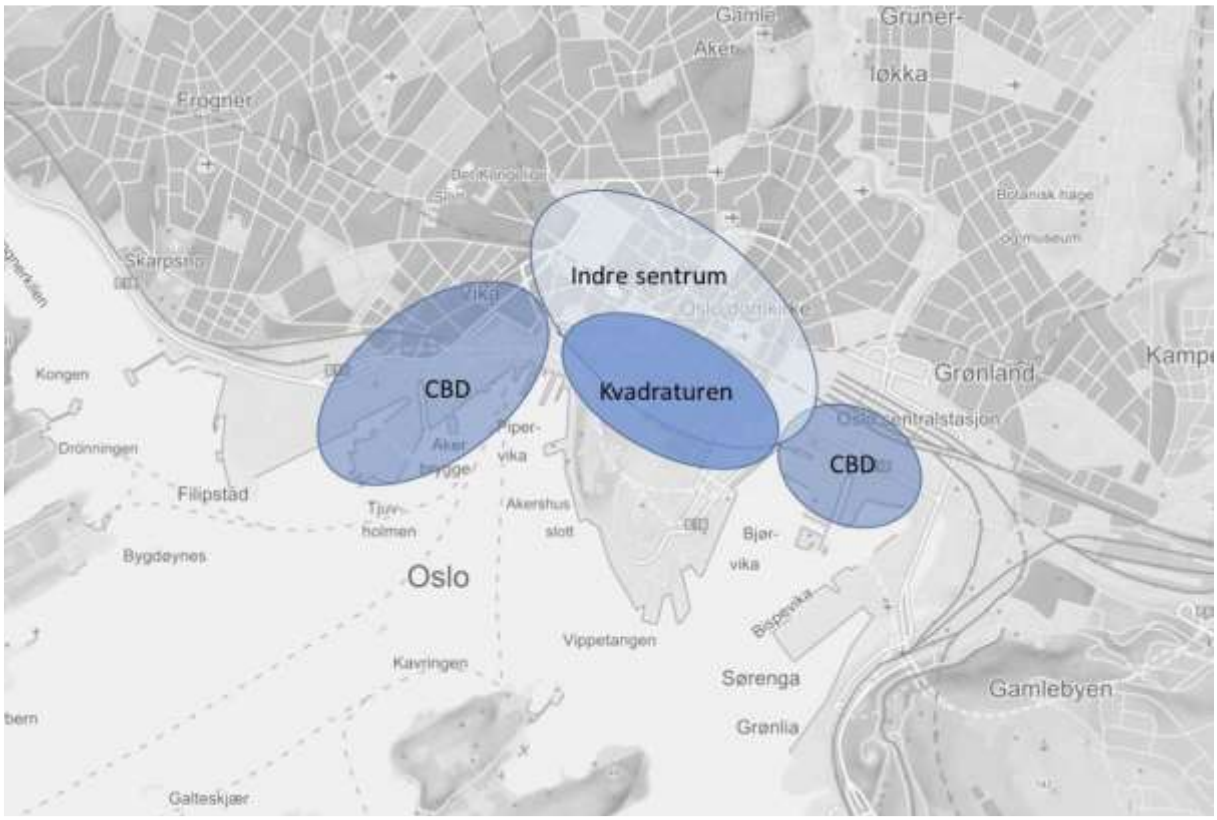
Utviklingen i antall sysselsatte fra 2016-2017 er noe lavere innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet enn for resten av Oslo, med 1,9 mot 2,4 prosent. For 2015-2016 var bildet motsatt, med en vesentlig sterkere utvikling i tiltaksområdet.

Bergen sentrum er området med høyest vekst i sysselsatte med en økning på 5,7 prosent, mens Trondheim har hatt en nedgang på 4,1 prosent. Tiltaksområdet var den klare vekstvinneren i 2016, men bildet er vesentlig jevnere i 2017. Noe svakere vekst i tiltaksområdet, kombinert med sterkere vekst i sammenligningsområdene, bidrar til at det ikke er noen åpenbar tendens.

Siden det er vesentlig færre sysselsatte i Bergen sentrum og Trondheim sentrum, er det sannsynlig at sentrumsdefinisjonen mangler viktige sysselsettingskonsentrasjoner. Det gir grunn til å være varsom i sammenligningene med disse byene.

4.2.2 Utvikling i markedet for næringseiendom

OPAK har gått gjennom markedsrapporter for næringseiendom for 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 skilles det mellom Central Business District (Vika, Aker brygge, Tjuvholmen og Bjørvika), Indre sentrum og Kvadraturen, jf. figur 4.2.3. Multiconsult har oppdatert leiepriser og ledighetsnivåer i de samme områdene basert på markedsrapporter for 2017 fra DNB og Union.



Figur 4.2.3: 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 200-300 kroner lavere enn Bjørvika.

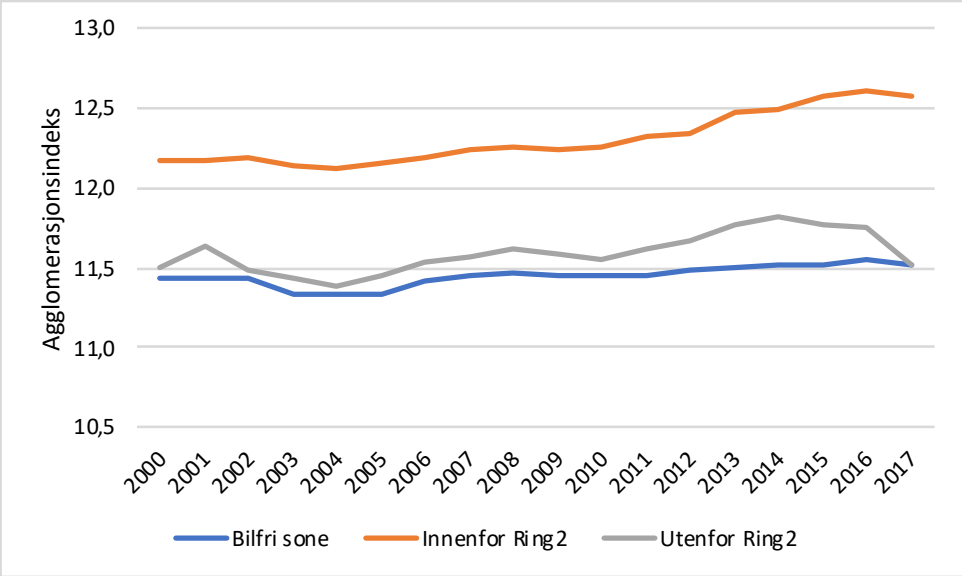
Prisene har økt noe i indre sentrum og Kvadraturen, mens den har vært stabil i CBD fra 2016 til 2017. I markedsrapportene forventes det at nedgangen grunnet oljeprisfallet er over, og at det i årene fremover vil være noe vekst i leiepriser og reduksjon i ledighetsnivå i Oslo sentrum. Tilgang på parkering nevnes ikke som relevant i noen av markedsrapportene.

4.2.3 Agglomerasjon

Agglomerasjon er ofte et sentralt begrep i analyser av drivkrefter bak økonomisk utvikling i urbane områder. Med agglomerasjon menes økonomisk tetthet, og at et områdes tetthet påvirker verdiskapningen. Desto høyere tetthet desto mer verdiskapning. For ytterligere beskrivelse av agglomerasjon og metode for å beregne agglomerasjonsindeks se kapittel 5 Vedlegg – Agglomerasjon.

Ved beregning av agglomerasjonsindeksen er verdiskapning i ulike deler av Oslo analysert. Dersom mange arbeidsplasser flytter inn/ut av et område grunnet transporttiltak, som restriksjoner på bilbruk, vil indeksen vise dette. Tiltakene i bilfritt bylivsområdet er implementert fra og med 2017. Ettersom oppdatering av sysselsettingsstatistikken tar litt tid, kan man ikke beregne effekten direkte før om et par år. Tiltakene har vært signalisert lenge, så det kan hende endringer allerede har skjedd basert på eiendomsutviklere og leietakeres forventninger.

Figur 4.2.4: Agglomerasjonsindeks fra 2000-2017 for Bilfritt bylivsområde, sammenliknet med Oslo innenfor Ring 2 og utenfor Ring 2.



Det har vært en forholdsvis flat utvikling i agglomerasjonsindeksen innenfor bilfritt bylivsområde, med en liten reduksjon fra 2016 til 2017. Nedgangen indikerer noe utflytting av arbeidsplasser, men ikke nok til at det kan konkluderes med en sammenheng med tiltakene innenfor bilfritt byliv-programmet.

Sammenlikner man utviklingen med bydelene innenfor Ring 2 (oransje linje) og utenfor Ring 2 (grå linje) ser vi har indeksen er på et høyere nivå, og øker mest innenfor Ring 2. Sammenholdt med den høye konsentrasjonen av sysselsatte i Oslo sentrum, tyder dette på at veksten hindres av viktige vekstbegrensende rammebetingelser.

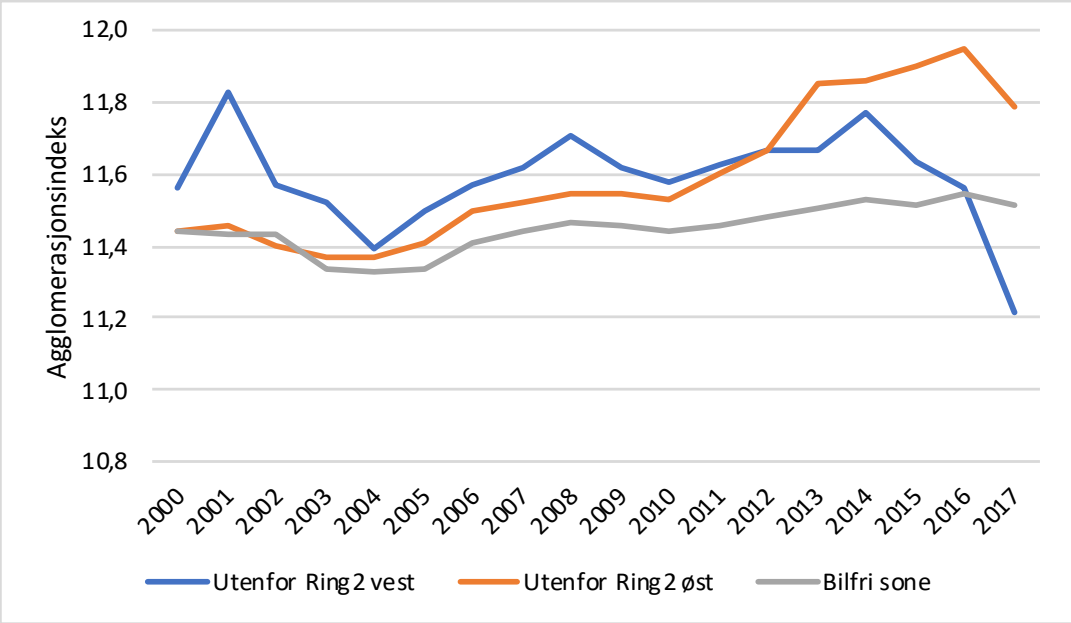
Når agglomerasjonsindeksen allikevel er stabilt høyere i øvrige områder innenfor ring 2, er det en indikasjon på at indekstallene for de aktuelle sentrumsgrunnkretsene reflekterer større trengselseffekter. Uten slik trengsel vil det være sentrum som har best forutsetninger for å dra nytte av den høye tettheten i hovedstadsområdet.

Nedgangen i indeksen i 2017 kan tolkes i retning av at tiltakene innenfor bilfritt byliv har gjort Oslo sentrum mindre attraktivt som etableringssted for bedrifter. Men både sysselsettingstall og utvikling i leiepriser tyder på at sentrum har blitt et mer populært sted å etablere virksomhet.

Dersom byutviklingen hemmes av trengsel allerede i dag er det viktig å føre en politikk som reduserer trengselen.

Utviklingen i ytre by, utenfor ring 2 viser størst variasjon. I figur 4.2.5 har vi delt denne i to – en østlig og en vestlig del. Dette viser noen interessante resultater.

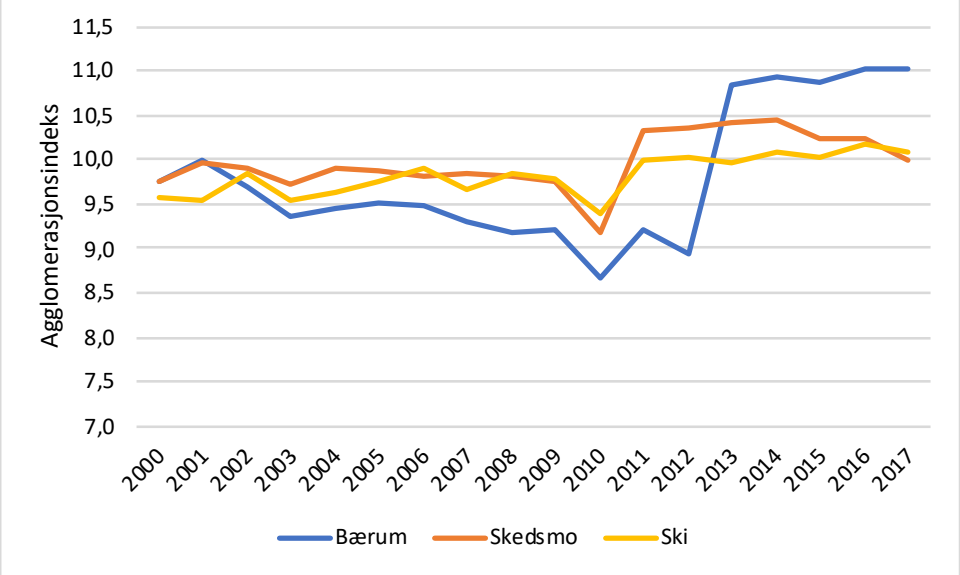
Figur 4.2.5: Agglomerasjonsindeks fra 2000-2017 for Bilfritt bylivsområde, ytre by vest og ytre by øst.



Mens sentrum ligger mer eller mindre stabilt i indeksverdi, har ytre by vest betydelig større utslag. Noen av disse er nært knyttet til den økonomiske utviklingen i landet – dot.com-krisen i år 2000, finanskrisen i 2009 og oljenedturen i 2014-2015. Forskjellen i utvikling mellom ytre by øst og vest, kan trolig delvis forklares med et større innslag av konjunkturutsatte private bedrifter på vestsiden, og særlig et større innslag av oljerelaterte bedrifter. Men det er også påfallende at ytre by vest over tid har hatt en svakere utvikling enn ytre by øst.

Det er nærliggende å knytte dette til innføring av et bomsnitt på bygrensa mellom Oslo og Bærum i 2008. I årene etter dette opplevde ytre by vest en vesentlig svakere utvikling enn øst, sannsynligvis som følge av en utflytting av arbeidsplasser for å unngå det nye bomsnittet. Denne teorien forsterkes av utviklingen i indeksverdi for Bærum.

Figur 4.2.6: Agglomerasjonsindeks fra 2000-2017 for Bærum, Skedsmo og Ski.



Etter en svak utvikling fram til 2010, fikk Bærum en meget sterk utvikling fram til 2013, jf. figur 4.2.6. Det samsvarer med en hypotese om at bedrifter på vestsiden av sentrum flyttet på utsiden av Bærumssnittet, slik at de ansatte i stor grad slapp å betale bomringer.

Den betydelige nedgangen i ytre by i 2017, er det også nærliggende å knytte til den betydelige økningen i bomtakster høsten 2017. Det har forsterket utfordringene knyttet til bilbasert pendling i disse delene av byen. Den vesentlig mindre reaksjonen i sentrum kan forklares med svært lav bilandel i jobbreisene.

Det understrekes at dette ikke er sikre konklusjoner. Dersom hypotesen stemmer, bør innføring av bygrensesnitt mot Romerike og Follo gi en lignende utvikling i ytre by øst og Nedre Romerike/Follo i de kommende årene som den som er observert i ytre by vest og Bærum.

De observerte utfordringene knyttet til å utnytte produktivitetsgevinstene i Oslo sentrum, bør møtes med forbedret tilgang til Oslo sentrum for de sysselsatte i dette området. På kort sikt kan noe oppnås med bedre kollektivtransporttilbud, men det er viktig at man på lang sikt arbeider for en bolig- og mobilitetsstruktur som gjør det lettere for flere å komme seg raskt til og fra Oslo sentrum.

Satsing på høykapasitets kollektivtransport (Follobanen, Fornebubanen, ny sentrumstunnel på t-banen og ny jernbanetunnel under Oslo) bidrar helt klart til dette. Boligutbygging i kollektivknutepunkt i Oslo og omliggende kommuner vil også medføre at flere kan komme seg raskt til arbeidsplasser i Oslo sentrum. Lykkes man med dette bør det også legges opp til fortsatt økt utnyttelse av arealene nærmest kollektivknutepunktene i Oslo sentrum til kompetansebaserte og arbeidsplassintensive virksomheter.

På den annen side ser vi klart at økte bomtakster har klart negative effekt på verdiskapingen i byen. Det bør derfor gjennomføres nyttekostnadsberegninger der gevinsten ved de ulike investeringene vurderes mot de uheldige konsekvensene av bompengeinnkreving for å finansiere tiltakene.

4.3 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 tar med seg en del av området utenfor det definerte tiltaksområdet.

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

4.3.1 Omsetning

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

Kjøpesenteromsetning totalt

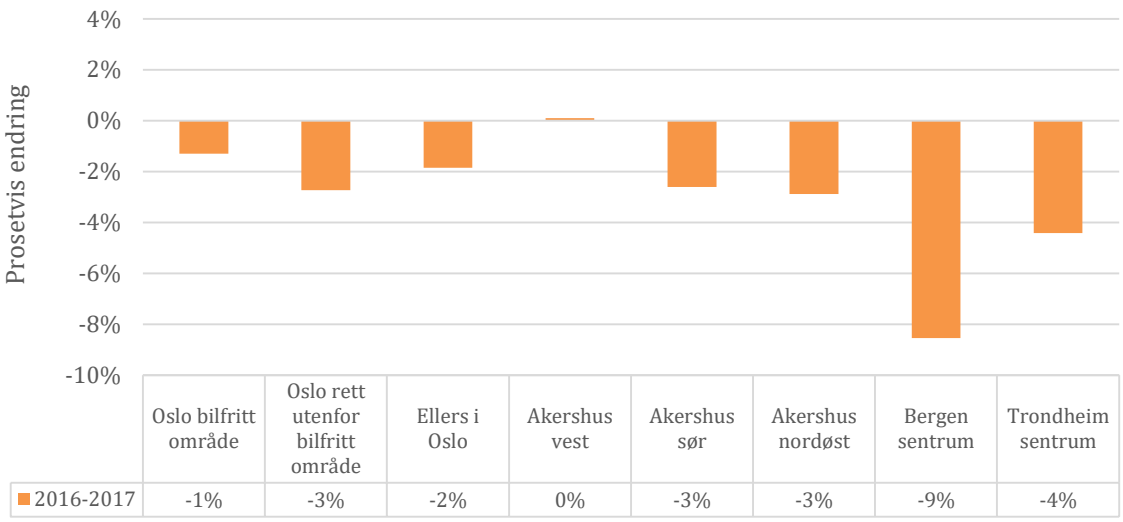
Figur 4.3.1: Endring i omsetning innenfor alle bransjer på kjøpesentre i ulike områder fra 2016 til 2017. Kilde: Kvarud.

Samlet for alle bransjer går omsetningen for kjøpesentrene innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet opp med rundt 4 prosent. Dette er den sterkeste veksten blant sammenlikningsområdene. Av øvrige områder er det kun i Oslo og Akershus vest veksten er positiv eller stabil. Øvrige områder har nedgang i omsetning på mellom 1 og 3 prosent.

Trolig er gjenåpningen av GlasMagasinet og etablering av Illums Bolighus og Elkjøp i september 2017 en viktig driver for veksten innen kjøpesentre i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet, på samme måte som stengningen bidro til nedgang i 2016.

Klær, sko og vesker

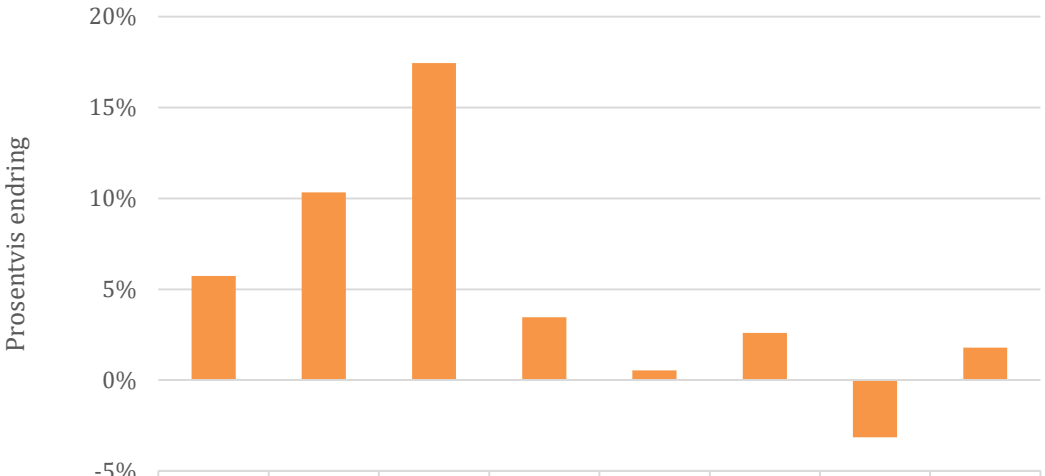
Figur 4.3.2: Endring i omsetning innenfor klær, sko og vesker på kjøpesentre i ulike områder fra 2016-2017 Kilde: Kvarud.



Klær, sko og vesker er en av de største varegruppen for kjøpesenterne i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet med en samlet omsetning på nesten 1 164 millioner kroner i 2017 krone. Totalt for kjøpesentre og handel utenom kjøpesentre var den totale omsetningen på 3,5 milliarder i 2017 krone. Med det resultatet har også kjøpesentrene i Oslo sentrum blitt rammet av nedgangen i omsetning i klesbransjen som referanseområdene opplevde allerede i 2016. Kjøpesentrene i Akershus vest er de eneste uten nedgang i omsetning for klær og sko i 2017. Oslo har svakere omsetningsreduksjon (mellom 1-3%), enn øvrige områder (mellom 3-9%). I Oslo er tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet området med lavest reduksjon i omsetning.

Servering

Figur 4.3.3: Endring i omsetning innenfor servering på kjøpesentre i ulike områder fra 2016 til 2017. Kilde: Kvarud.



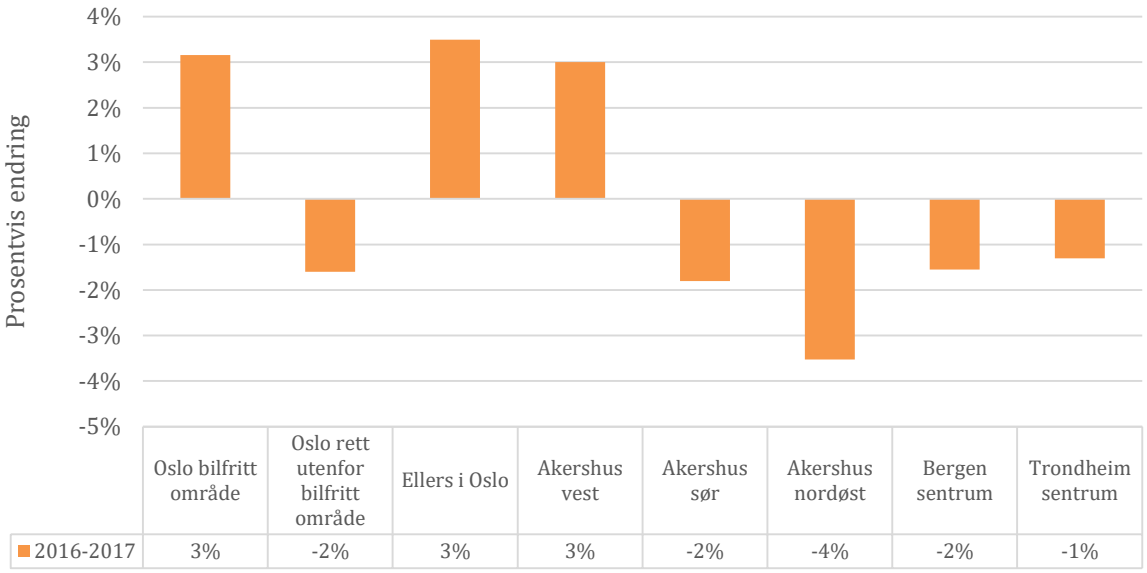
	Oslo bilfritt område	Oslo rett utenfor bilfritt område	Ellers i Oslo	Akershus vest	Akershus sør	Akershus nordøst	Bergen sentrum	Trondheim sentrum
2016-2017	6%	10%	17%	3%	1%	3%	-3%	2%

For servering på kjøpesenter er bildet jevnt over mer positivt, og alle områder har hatt en positiv utvikling fra 2016 til 2017 med unntak av Bergen sentrum. Servering har i 2017 passert klær og sko som den største bransjen på kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet med en samlet omsetning på drøyt 1,2 milliareder kroner i 2017 krone. Den totale omsetningen for all servering er uvisst da SSB ikke gir ut data for denne næringsgruppen. Serveringsstedene på kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet har hatt en vekst på 6 prosent, som er noe svakere enn for kjøpesentrene ellers i Oslo og rett utenfor tiltaksområdet, hvor veksten har vært henholdsvis 10 og 17 prosent. Kjøpesentrene i Oslo uten tiltaksområdet hadde sterk vekst innenfor servering også i 2016, så dette er en tydelig trend.

Det er sterkere vekst innenfor servering på kjøpesentrene i alle deler av Oslo enn i de øvrige referanseområdene. Den sterke veksten innenfor servering, ser derfor så langt ut til å være et Oslo-fenomen.

Spesialbutikker

Figur 4.3.4: Endring i omsetning innenfor spesialbutikker på kjøpesentre i ulike områder fra 2016 til 2017. Kilde: Kvarud.

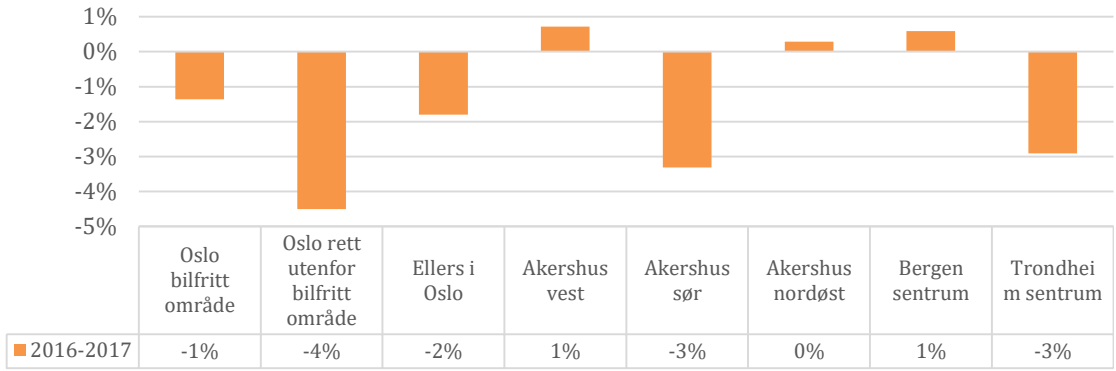


For spesialbutikker er bildet mer sammensatt. Kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet har en omsetning på spesialbutikker på drøyt 860 millioner kroner i 2017 krone, mens dersom handel utenfor kjøpesentre inkluderes er den totale omsetningen på 3,6 milliarder i 2017 krone. Kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet, ellers i Oslo og Akershus vest er områdene med positiv vekst, alle med en økning på tre prosent. Øvrige områder har hatt en reduksjon mellom en og fire prosent.

For kjøpesentrene i tiltaksområdet er dette en betydelig forbedring fra 2016 hvor spesialbutikkene opplevde nedgang på fem prosent, mens kjøpesentrene rett utenfor tiltaksområdet har gått fra en vekst på tre prosent til en nedgang på to prosent.

Mat og drikke

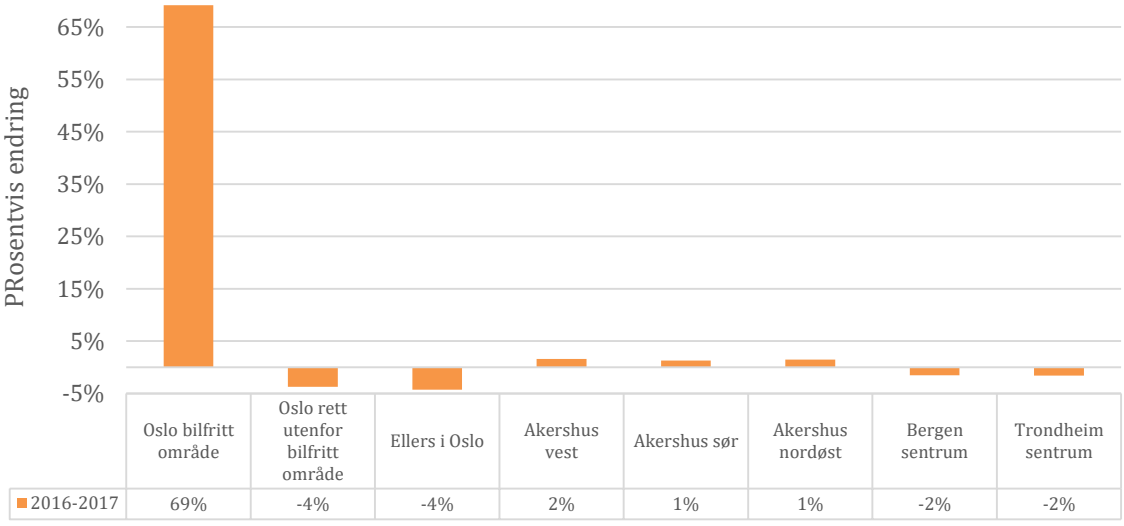
Figur 4.3.5: Endring i omsetning innenfor mat og drikke på kjøpesentre i ulike områder fra 2016 til 2017. Kilde: Kvarud Analyse.



Utviklingen for omsetning av mat og drikke på kjøpesentre har vært svak eller negativ utvikling for alle områder. Kjøpesenterne i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet omsetter mat og drikke for om lag 450 millioner kroner i 2017 krone, en nedgang på 1 prosent fra 2016. I 2016 ga åpning av nye konsepter vekst på 13 prosent, og denne utviklingen er ikke videreført. Dette er i tråd med utviklingen som er observert for mat og drikke fra SSB-data. Den totale omsetningen for denne varegruppen i tiltaksområdet lå på 1,8 milliarder kroner i 2017 krone.

Hus og hjem

Figur 4.3.6: Endring i omsetning innenfor hus og hjem på kjøpesentre i ulike områder fra 2016 til 2017. Kilde: Kvarud.



Hus og hjem hadde en omsetning på 1,4 milliarder kroner totalt sett for det bilfrie området i 2017 krone, hvorav 282 millioner kroner i 2017 ble lagt igjen på kjøpesentrene. Bransjen har hatt en enorm økning i omsetning sammenliknet med øvrige områder. Økningen her skyldes i hovedsak ombyggingen av

GlasMagasinet fra februar 2015 til midten av september 2017. Ved åpningen i september flyttet Illums Bolighus og Elkjøp inn i GlasMagasinet.

Service og tjenesteyting

Figur 4.3.7: Endring i omsetning innenfor service og tjenesteyting på kjøpesentre i ulike områder fra 2015 til 2016. Kilde: Kvarud.

	Oslo bilfritt område	Oslo rett utenfor bilfritt område	Ellers i Oslo	Akershus vest	Akershus sør	Akershus nordøst	Bergen sentrum	Trondheim sentrum
2016-2017	-26%	14%	16%	12%	0%	2%	-4%	-1%

Utflytting av en større aktør ga betydelig salgsnedgang fra mai 2016 til april 2017. Omsetningen innenfor service og tjenester i 2017 utgjør etter dette 102 millioner kroner for kjøpesentrene. Det er uvisst hva det totale tallet for alle handelsbedrifter er innenfor denne kategorien. Resten av Oslo og Akershus vest har sterk vekst for denne næringen på kjøpesentre, så det kan se ut som denne typen virksomheter søker ut av kjøpesentrene i sentrum. I øvrige sammenlikningsområder er det liten endring mellom 2016 og 2017.

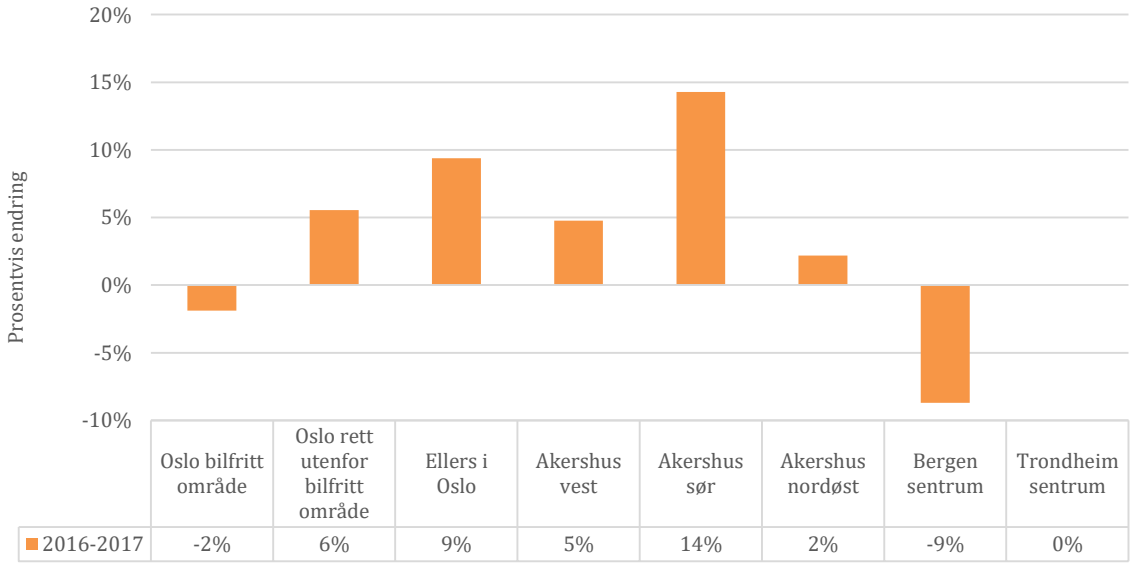
4.3.2 *Antall virksomheter*

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

Figur 4.3.8: Utvikling i antall virksomheter innenfor klær, sko og vesker på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud.

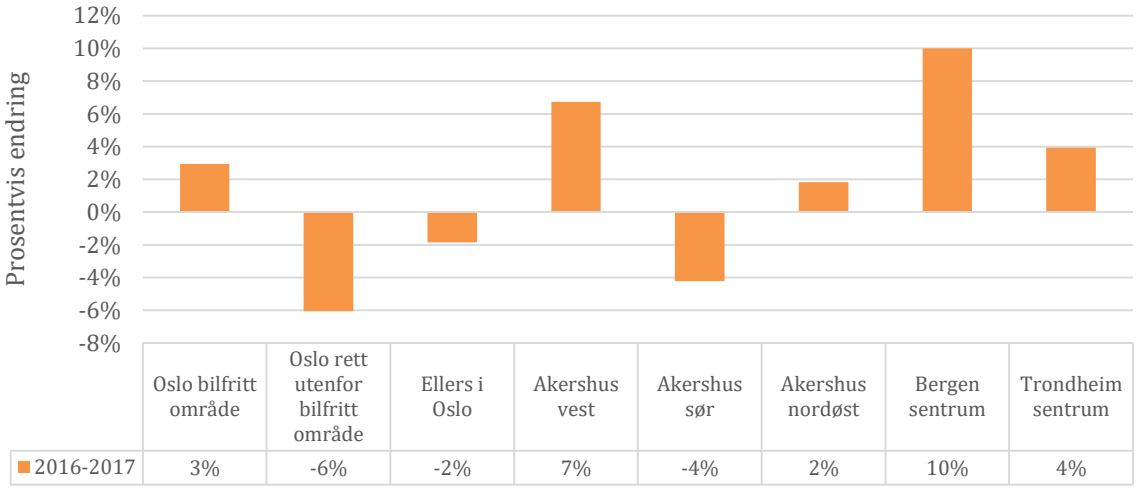
Innenfor klær og sko har høyest økning i etablering vært innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet med åtte prosent. Ettersom omsetningsveksten har vært tilnærmet flat har ikke etableringene bidrat til økt omsetning samlet sett. Utviklingen innenfor næringen ser bedre ut for tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet enn øvrige områder. Av de sammenlikningsområdene er det kun Oslo (rett utenfor bilfritt område) og Akershus vest med positiv vekst for etableringer. Bergen sentrum har størst reduksjon i antall virksomheter med 9 % nedgang. Ingen av områdene har postiv vekst i omsetning.

Figur 4.3.9: 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 fra 2016 til 2017. Av øvrige områder er det kun Bergen med en reduksjon i antall virksomheter innen servering. Resten av områdene har vekst mellom 0-14 prosent. Den høyeste veksten er i Akershus vest og resten av Oslo. Til tross for nedgang i antall virksomheter innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet har veksten i omsetning vært positiv på seks prosent. Det tyder på høyere omsetning per serveringssted.

Figur 4.3.10: Utvikling i antall virksomheter innenfor spesialbutikker på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud.

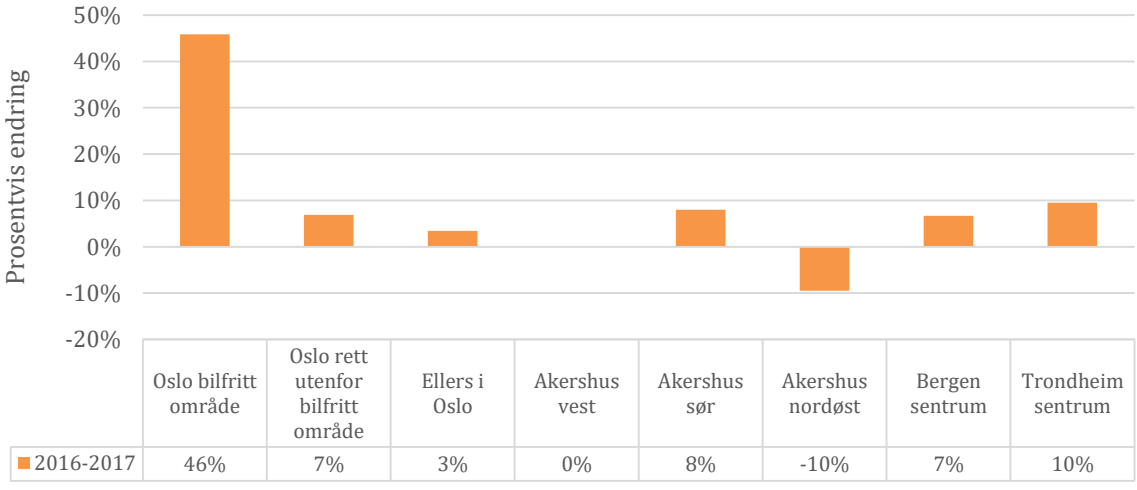


	Oslo bilfritt område	Oslo rett utenfor bilfritt område	Ellers i Oslo	Akershus vest	Akershus sør	Akershus nordøst	Bergen sentrum	Trondheim sentrum
2016-2017	3%	-6%	-2%	7%	-4%	2%	10%	4%

Utviklingen innen antall spesialbutikker varierer. I Bergen sentrum øker antallet med ti prosent, i Oslo rett utenfor bilfritt område reduseres det med seks prosent. Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet befinner seg omtrent i midten av sammenlikningsområdene med en vekst på tre prosent. Etableringen samsvarer med omsetningsveksten som også har vært på tre prosent.

Trenden fra 2016 med nedgang i antall spesialbutikker i sentrumsnære kjøpesentre og vekst utenfor, er ikke videreført i 2017.

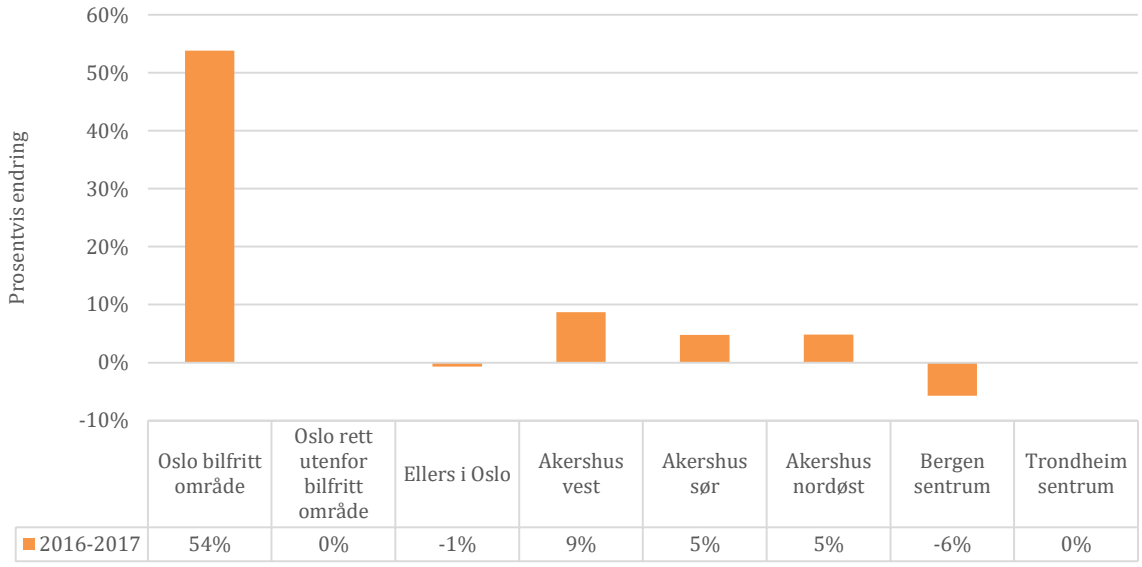
Figur 4.3.11: Utvikling i antall virksomheter innenfor mat og drikke på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud.



	Oslo bilfritt område	Oslo rett utenfor bilfritt område	Ellers i Oslo	Akershus vest	Akershus sør	Akershus nordøst	Bergen sentrum	Trondheim sentrum
2016-2017	46%	7%	3%	0%	8%	-10%	7%	10%

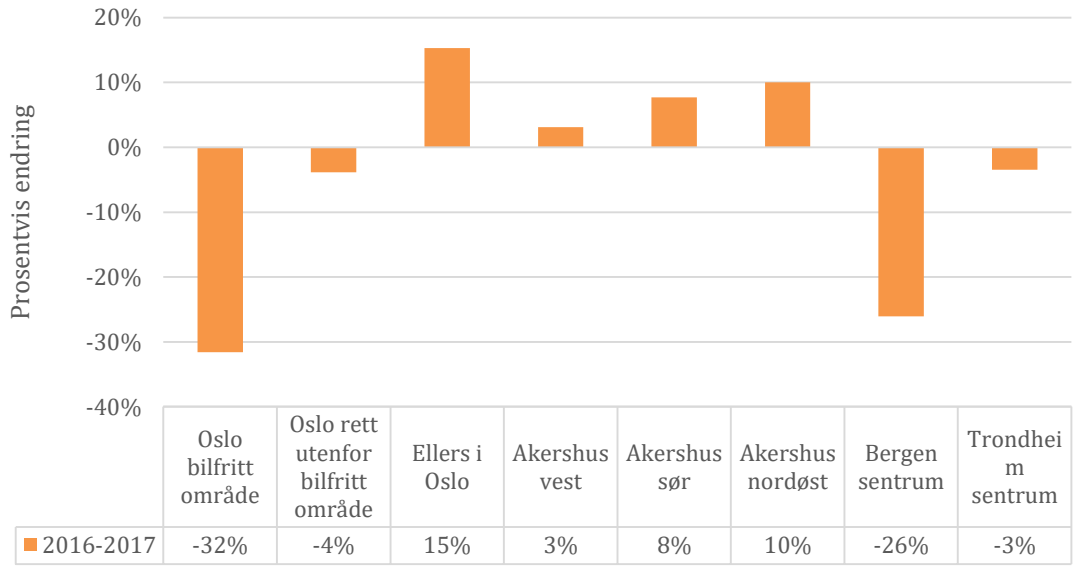
På mat og drikke er det en svært sterk vekst i antall virksomheter innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Til tross for en god økning i antall virksomheter er det reduksjon i omsetningen. Øvrige områder har hatt en vekst i antall virksomheter på mellom 7-10 prosent. Unntakene er Akershus vest, uten etableringer, og Akershus nordøst med en reduksjon på ti prosent.

Figur 4.3.12: Utvikling i antall virksomheter innenfor hus og hjem på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud.



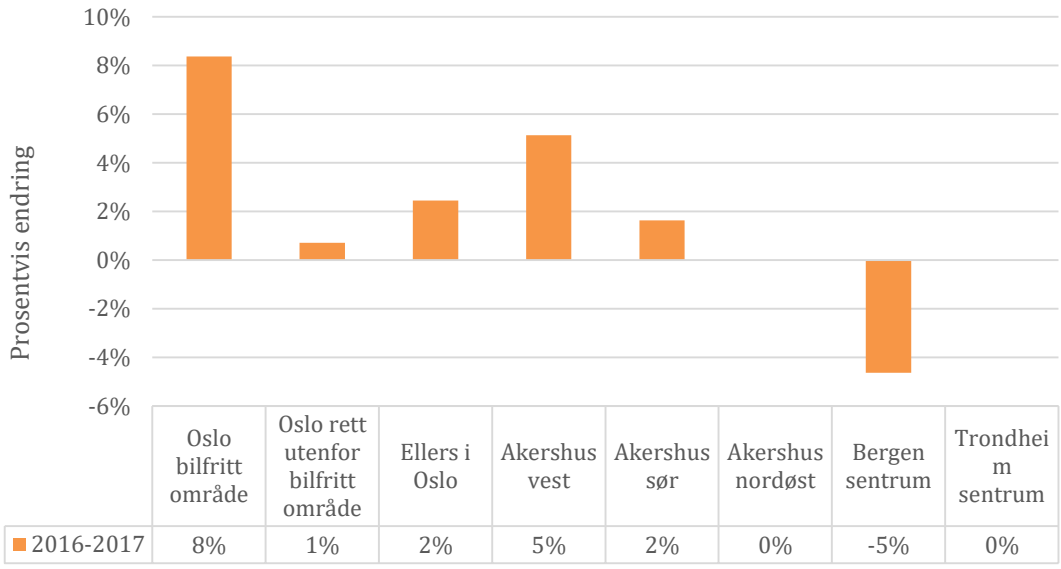
Antall virksomheter innenfor hus og hjem har gått betydelig opp på kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet, mens det er relativt stabilt i de øvrige områdene. En grunn til dette er gjenåpning av GlasMagasinet med sterk profil på dette området i midten av september 2017.

Om lag en trFigur 4.3.13: Utvikling i antall virksomheter innen service og tjenesteyting på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud.



Innen service og tjenesteyting har om lag en tredel av virksomhetene på kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet forsvunnet. Det har vært en sterk nedgang også på kjøpesentre i Bergen sentrum. Ellers i Oslo og i Akershus har det vært en vekst.

Figur 4.3.14: Utvikling i antall virksomheter samlet for aktuelle bransjer på kjøpesenter i ulike områder. Kilde: Kvarud.



For alle de aktuelle næringene samlet er det en relativt høy økning i antall virksomheter på kjøpesentrene i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Det er kun i Bergen det har vært en samlet reduksjon i antall virksomheter. I 2016 var det en tilsvarende nedgang i tiltaksområdet, så dette tallet har en tendens til å jevne seg ut over tid.

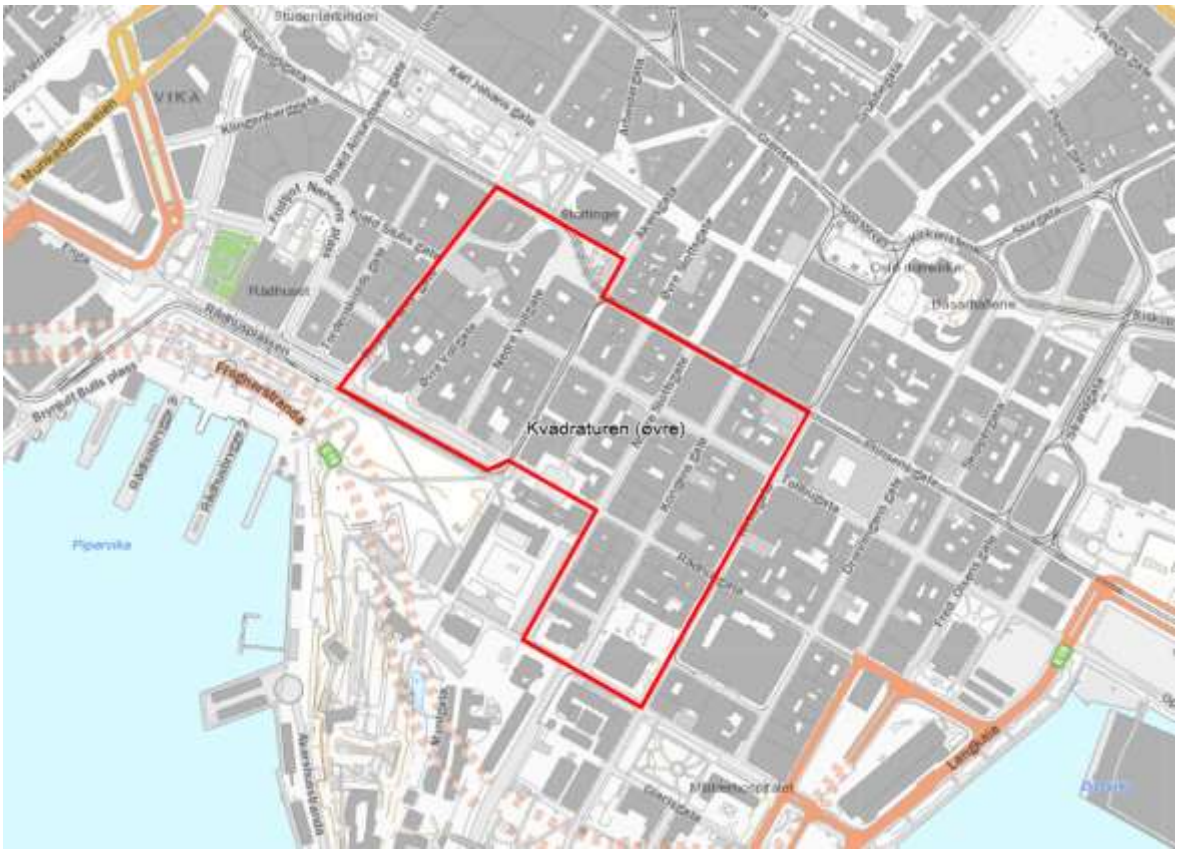
4.4 Utvikling i ulike handelsnæringer per grunnkrets

I dette avsnittet presenteres utvikling i omsetning i handel i de ulike grunnkretsene som inngår i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet. Det visere resultater fordelt på ulike varegrupper og for varehandel totalt. Visningene 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 2016. Alle tall er korrigert for prisstigning slik at det er reell endring som rapporteres. Nivåtall er oppgitt i 2015-kroner. Dette gjør at nivåtall kan sammenliknes med Byregnskap for 2016.

I dette kapitlet vises prosentvis utviklingen fra 2016 til 2017 for ulike næringer i grunnkretsene. Prikkede data er utelatt da det ikke gir mening å oppgi prosentvisendring fra/til en omsetning på 0 kroner.

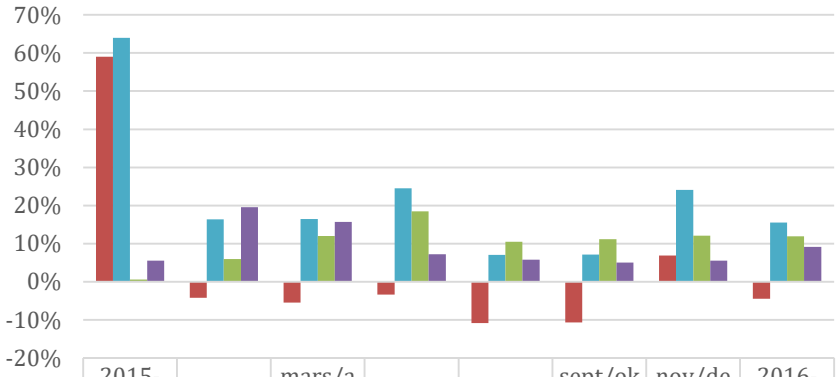
4.4.1 Kvadraturen (øvre)

Figur 4.4.1: Oversikt over Kvadraturen (øvre).



Dette er et område som preges av kontorer, med noe servering særlig rundt Christiania torg og nærmest Karl Johan. Det er også noe handel i Prinsens gate med sidegater, mest innen klær og sko.

Figur 4.4.2: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for Kvadraturen (øvre). Kilde: SSB

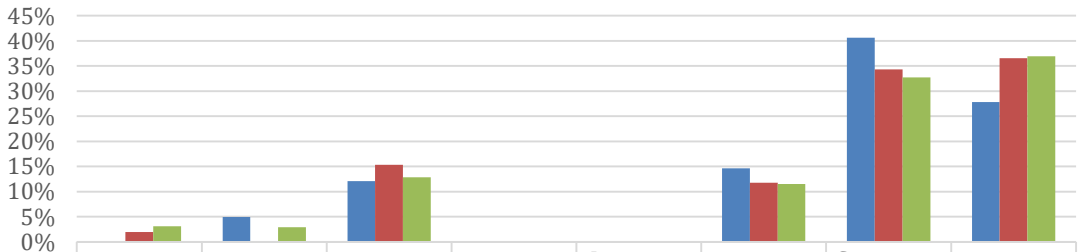


	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Spesialbutikker	59%	-4%	-5%	-3%	-11%	-11%	7%	-4%
Varehandel totalt	64%	16%	16%	25%	7%	7%	24%	16%
Overnatting	1%	6%	12%	18%	11%	11%	12%	12%
Service og tjenesteyting	6%	20%	16%	7%	6%	5%	6%	9%

Etter et svært volatilt 2016 med voldsom vekst innen *spesialbutikker* og *varehandel* totalt, var 2017 mer stabilt. Solid vekst for *overnatting, service og tjenesteyting* og *varehandel totalt*, mens *spesialbutikker* hadde en nedgang på fire prosent.

Det er prikkede bedrifter for *klær, sko og vesker* og *mat og drikke* i et av årene. *Hus og hjem* er det ikke mottatt data for.

Figur 4.4.3: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.)

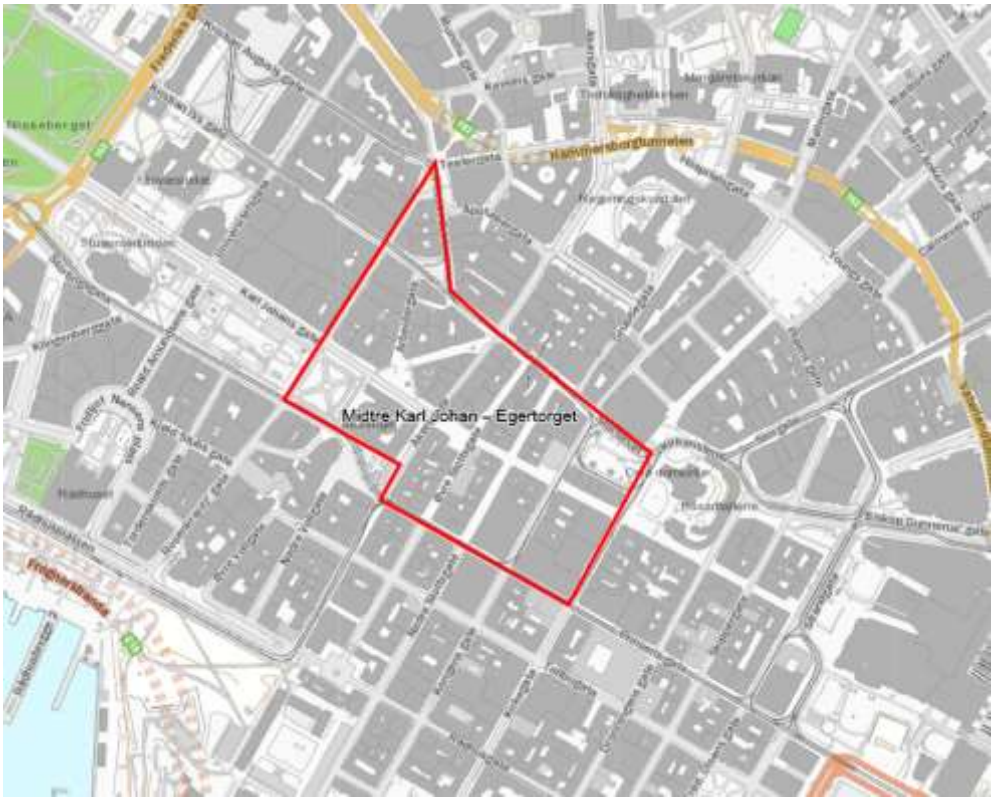


	Mat og drikke	Klær, sko og vesker	Spesialbutikker	Hus og hjem	Internett og postordre	Overnatting	Service og tjenesteyting	Varehandel totalt
2015	0%	5%	12%	0%	0%	15%	41%	28%
2016	2%	0%	15%	0%	0%	12%	34%	37%
2017	3%	3%	13%	0%	0%	12%	33%	37%

I denne grunnkretsen er *service og tjenesteyting* den største næringen, jf. figur 4.4.3, men andelen for denne næringen er synkende i perioden. *Spesialbutikker* og *overnatting* er de to andre viktige næringene i øvre del av Kvadraturen.

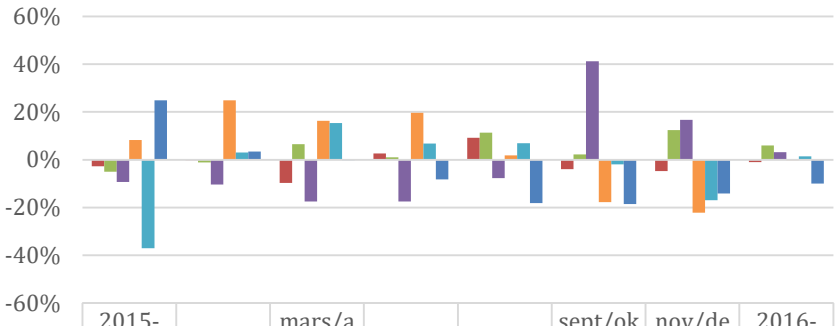
4.4.2 Midtre Karl Johan – Egertorget

Figur 4.4.4: 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 4.4.5: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for midtre Karl Johan. Kilde: SSB.



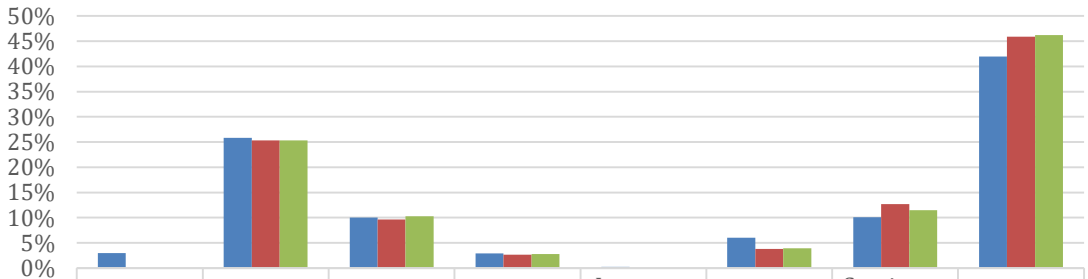
	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Klær, sko og vesker	-3%	0%	-10%	3%	9%	-4%	-5%	-1%
Spesialbutikker	-5%	-1%	7%	1%	11%	2%	12%	6%
Hus og hjem	-9%	-10%	-17%	-18%	-8%	41%	17%	3%
Varehandel totalt	8%	25%	16%	20%	2%	-18%	-22%	0%
Overnatting	-37%	3%	15%	7%	7%	-2%	-17%	1%
Service og tjenesteyting	25%	3%	0%	-8%	-18%	-18%	-14%	-10%

Utviklingen for klesbransjen i 2016 sett under ett var relativt flat med nedgang på en prosent. Sommermånedene mai til august var de eneste med positiv vekst, og dette skyldes vekst i turismen. Spesialbutikker har hadde en vekst på seks prosent. Veksten var spesielt stor i mai - juni og i november - desember. *Hus og hjem* har hatt en stor nedgang første del av året, reduksjonen er av samme størrelse som november - desember 2016. Det tyder på at en butikk stengte i denne perioden. Fra september til desember har hus og hjem hatt en omsetningsøkning på henholdsvis 41 og 17 prosent. Det tyder på at en butikk har åpnet/gjenåpnet høsten 2017.

Varehandel totalt (som omfatter mer enn hovednæringene som representeres her) opplevde sterk vekst i første halvår, men dette snudde til sterk nedgang fra september. Dette ga nullvekst totalt. *Overnatting* hadde omtrent samme utvikling i 2017.

Det er ikke registrert prikkede bedrifter i denne grunnkretsen, men ingen omsetning innen mat og drikke.

Figur 4.4.6: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.)

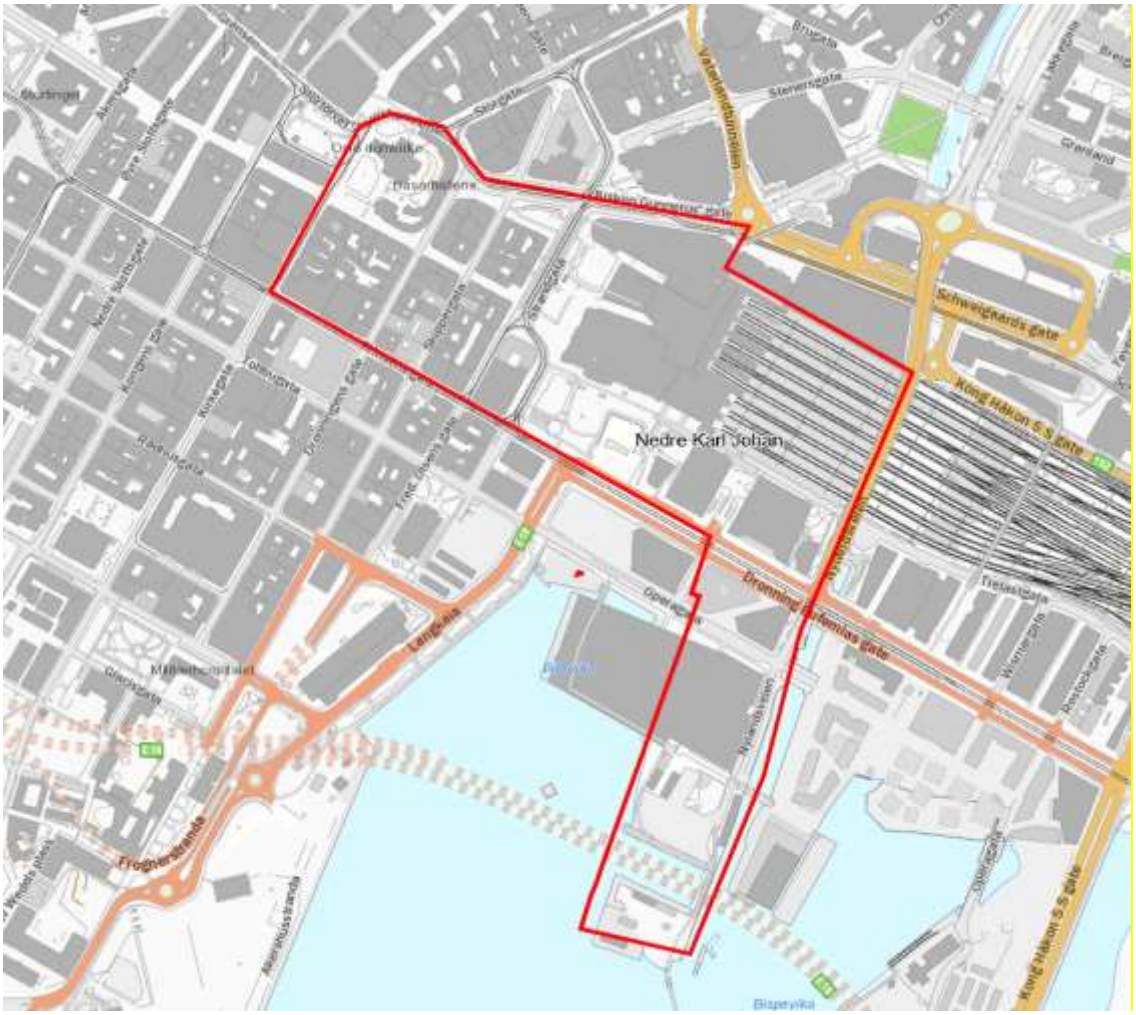


	Mat og drikke	Klær, sko og vesker	Spesialbutikker	Hus og hjem	Internett og postordre	Overnatting	Service og tjenesteyting	Varehandel totalt
2015	3%	26%	10%	3%	0%	6%	10%	42%
2016	0%	25%	10%	3%	0%	4%	13%	46%
2017	0%	25%	10%	3%	0%	4%	12%	46%

I Midtre Karl Johan er *klær og sko* den dominerende næringen. *Service og tjenesteyting* og *spesialbutikker* er andre næringer med et visst omfang i grunnkretsen. Andelene er relativt stabile i perioden vi analyserer.

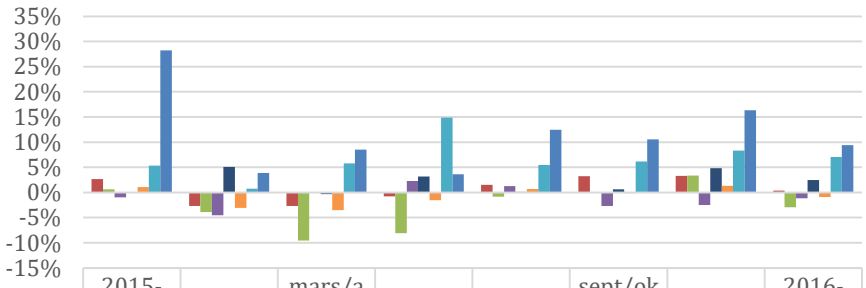
4.4.3 Nedre Karl Johan

Figur 4.4.7: Oversikt over nedre Karl Johan.



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

Figur 4.4.8: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for nedre Karl Johan. Kilde: SSB.



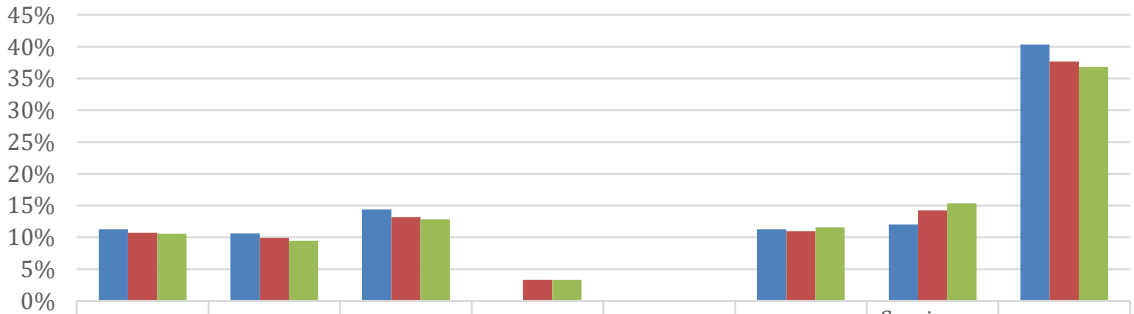
	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Mat og drikke	3%	-3%	-3%	-1%	2%	3%	3%	0%
Klær, sko og vesker	1%	-4%	-10%	-8%	-1%	0%	3%	-3%
Spesialbutikker	-1%	-4%	0%	2%	1%	-3%	-3%	-1%
Hus og hjem	0%	5%	0%	3%	0%	1%	5%	2%
Varehandel totalt	1%	-3%	-4%	-2%	1%	0%	1%	-1%
Overnatting	5%	1%	6%	15%	5%	6%	8%	7%
Service og tjenesteyting	28%	4%	8%	4%	12%	11%	16%	9%

Klær og sko hadde en svak start på året med reduksjon på henholdsvis 4, 10 og 8 prosent de tre første to-månedersperiodene. Med en vekst på 3 prosent i julehandelen (november/desember) ble reduksjonen for året samlet sett på 3 prosent. For *Mat og drikke* har det samlet sett vært en flat utvikling gjennom året med reduksjon første halvår og vekst andre halvår. *Spesialbutikker* hadde en svak nedgang i omsetning, mens hus og hjem hadde økning på to prosent.

Næringene som ikke omfatter handel – *overnatting* og *service og tjenesteyting* – har en langt mer positiv utvikling, med vekst på sju og ni prosent.

Det er ingen næringer som er prikket i dette området.

Figur 4.4.9: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.)



	Mat og drikke	Klær, sko og vesker	Spesialbutikker	Hus og hjem	Internett og postordre	Overnatting	Service og tjenesteyting	Varehandel totalt
2015	11%	11%	14%	0%	0%	11%	12%	40%
2016	11%	10%	13%	3%	0%	11%	14%	38%
2017	11%	9%	13%	3%	0%	12%	15%	37%

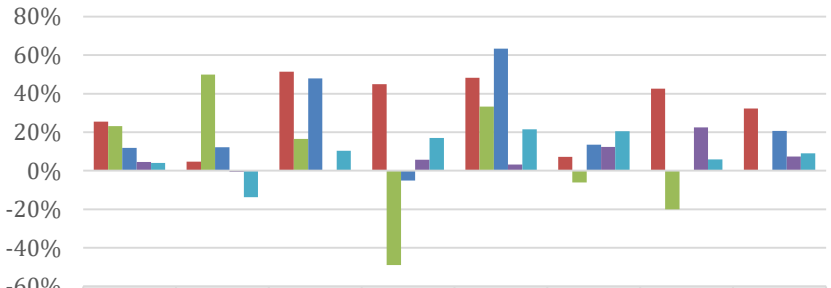
Det er relativt stabile tall for næringsstrukturen i Nedre Karl Johan, men allikevel en tydelig tendens til at handelen reduserer sin andel av omsetningen, mens *overnatting* og *service og tjenesteyting* øker.

4.4.4 Kvadraturen (nedre)

Figur 4.4.10: 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 og 2017 av anleggsarbeider i Prinsens gate og Tollbugata som følge av omlegging av trikketrasé og busslinjer gjennom Kvadraturen.

Figur 4.4.11: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for Kvadraturen (nedre). Kilde: SSB.

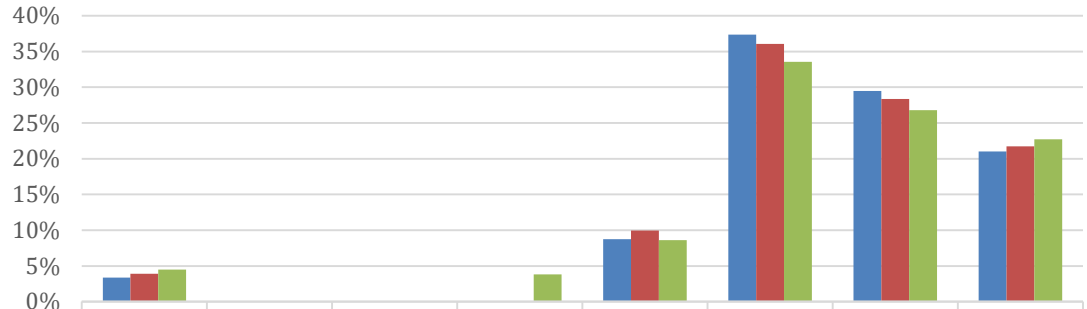


	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Mat og drikke	26%	5%	51%	45%	48%	7%	43%	32%
Internett og postordre	23%	50%	16%	-49%	33%	-6%	-20%	0%
Varehandel totalt	12%	12%	48%	-5%	63%	14%	0%	21%
Overnatting	5%	-1%	0%	6%	3%	12%	22%	7%
Service og tjenesteyting	4%	-14%	10%	17%	21%	20%	6%	9%

Det er stor vekst innenfor mat og drikke i dette området, særlig i sommermånedene og rundt jul. Varehandel totalt har også en god utvikling, men med stor variasjon gjennom året. Prikkede data for mange av varekategoriene medfører spinkelt grunnlag for beskrivelse av utviklingen i varehandel i denne grunnkretsen.

Både *overnatting* og *service og tjenesteyting* har god vekst i denne grunnkretsen i 2017, etter en svak start på året.

Figur 4.4.12: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.)

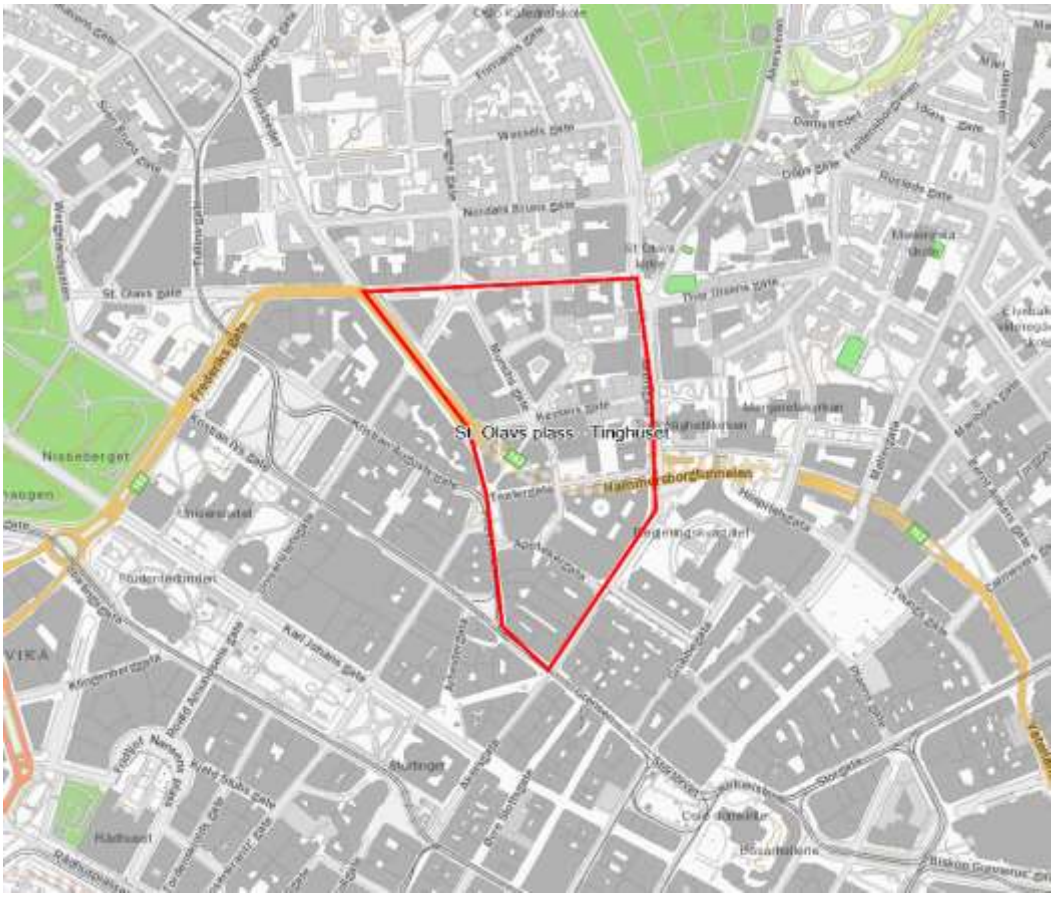


	Mat og drikke	Klær, sko og vesker	Spesialbutikker	Hus og hjem	Internett og postordre	Overnatting	Service og tjenesteyting	Varehandel totalt
2015	3%	0%	0%	0%	9%	37%	29%	21%
2016	4%	0%	0%	0%	10%	36%	28%	22%
2017	5%	0%	0%	4%	9%	34%	27%	23%

Nedre del av Kvadraturen er en grunnkrets der mange hoteller står for den største delen av total omsetning, med *service og tjenesteyting* som klar nummer to. Begge disse næringene har fallende andel, altså er veksten svakere enn i handelsnæringene.

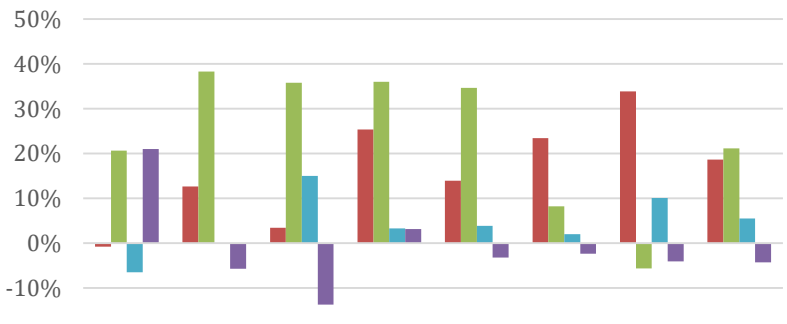
4.4.5 St. Olavs plass – Tinghuset

Figur 4.4.13: Oversikt over St. Olavs plass - Tinghuset.



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

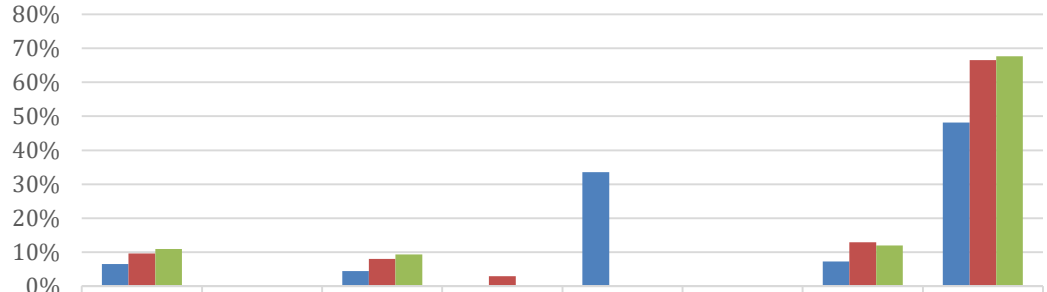
Figur 4.4.14: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området St. Olavs- Tinghuset. Kilde: SSB.



	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Mat og drikke	-1%	13%	3%	25%	14%	23%	34%	19%
Spesialbutikker	21%	38%	36%	36%	35%	8%	-6%	21%
Varehandel totalt	-6%	0%	15%	3%	4%	2%	10%	5%
Service og tjenesteyting	21%	-6%	-14%	3%	-3%	-2%	-4%	-4%

Handelen i dette området preges av vekst innenfor *mat og drikke* og *spesialbutikker*. *Klær og sko* og *hus og hjem* er prikket, og derfor ikke inkludert her. *Hus og hjem* ble prikket i 2017 noe som tyder på at en virksomhet har flyttet fra dette området i 2017. Ved å ekskludere hus og hjem vil dette følgelig føre til en overestimering av omsetningen dersom det er en negativ omsetningsutvikling innen denne bransjen.

Figur 4.4.15: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.)

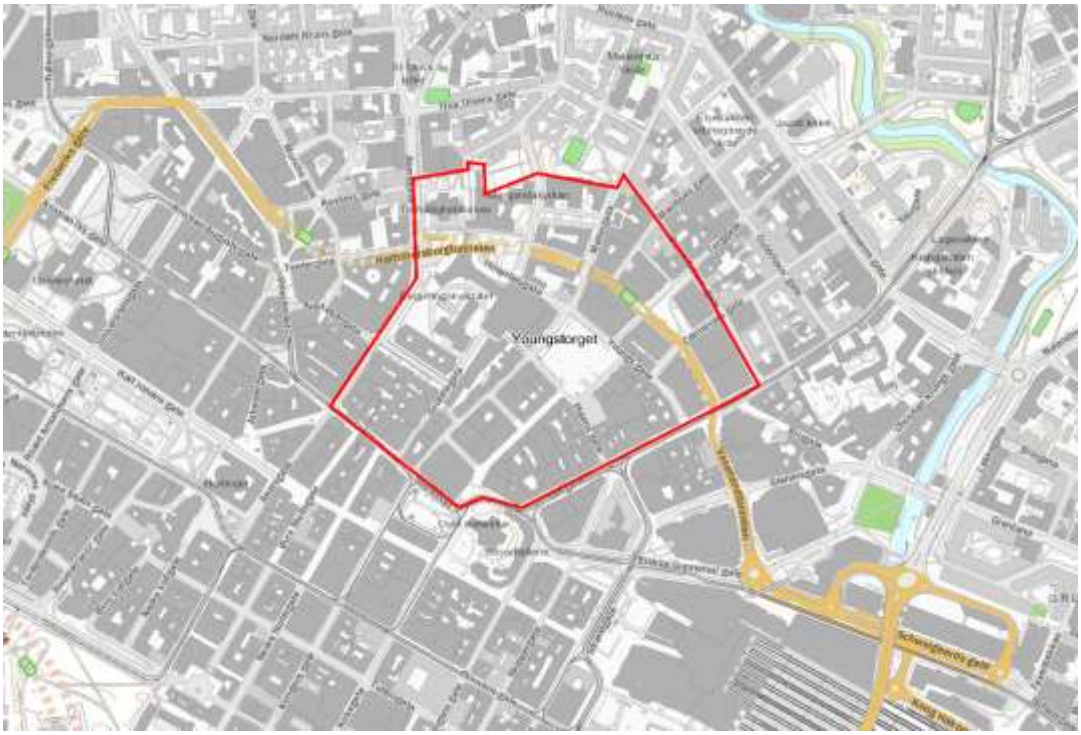


	Mat og drikke	Klær, sko og vesker	Spesialbutikker	Hus og hjem	Internett og postordre	Overnatting	Service og tjenesteyting	Varehandel totalt
2015	7%	0%	4%	0%	34%	0%	7%	48%
2016	10%	0%	8%	3%	0%	0%	13%	66%
2017	11%	0%	9%	0%	0%	0%	12%	68%

Service og tjenesteyting, *mat og drikke* og *spesialbutikker* er de viktigste kunderettede næringene i denne grunnkretsen.

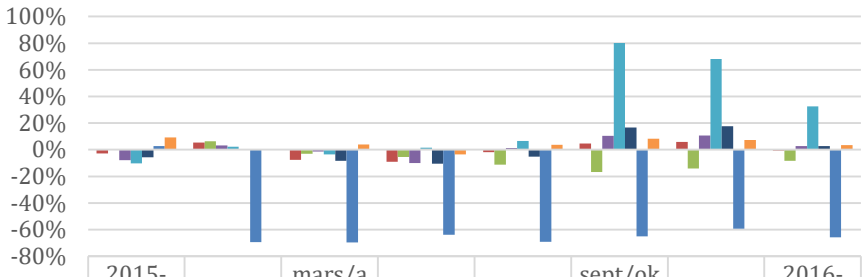
4.4.6 Youngstorget

Figur 4.4.16: Oversikt over Youngstorget.



Grunnkretsen omfatter store deler av regjeringskvartalet, som i 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. GlasMagasinet er også en del av denne grunnkretsen.

Figur 4.4.17: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Youngstorget. Kilde: SSB.

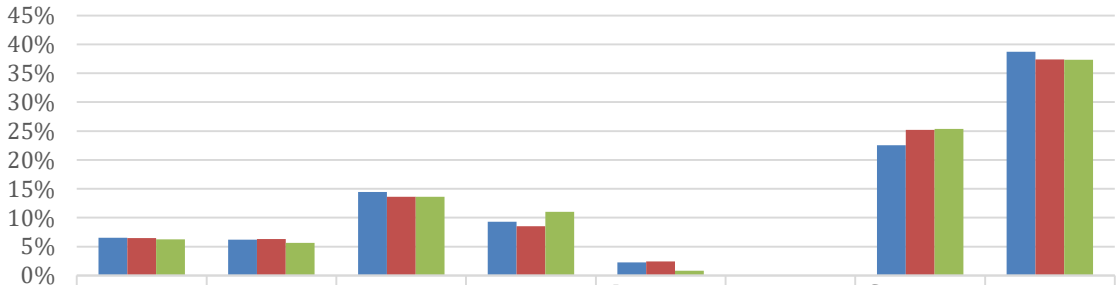


	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Mat og drikke	-3%	5%	-7%	-9%	-2%	5%	6%	-1%
Klær, sko og vesker	0%	6%	-3%	-6%	-11%	-17%	-14%	-8%
Spesialbutikker	-8%	3%	-1%	-10%	1%	11%	11%	3%
Hus og hjem	-10%	2%	-3%	1%	7%	80%	68%	33%
Varehandel totalt	-6%	0%	-8%	-10%	-5%	17%	18%	3%
Internett og postordre	3%	-69%	-70%	-64%	-69%	-65%	-59%	-66%
Service og tjenesteyting	9%	0%	4%	-3%	4%	8%	7%	3%

Grunnkretsen Youngstorget har hatt et år med store utslag på omsetning i ulike næringer. Varehandel, særlig innen *hus og hjem* og *spesialbutikker* er preget av at GlasMagasinet gjenåpnet i september. Fram til september var det et relativt dårlig år, men avslutningen reddet handelen i grunnkretsen. *Klær og sko* har hatt en negativ utvikling gjennom året, og totalt ble omsetningen redusert med 8 prosent i 2017.

Internett

Figur 4.4.18: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.)



	Mat og drikke	Klær, sko og vesker	Spesialbutikker	Hus og hjem	Internett og postordre	Overnatting	Service og tjenesteyting	Varehandel totalt
2015	7%	6%	14%	9%	2%	0%	23%	39%
2016	6%	6%	14%	9%	2%	0%	25%	37%
2017	6%	6%	14%	11%	1%	0%	25%	37%

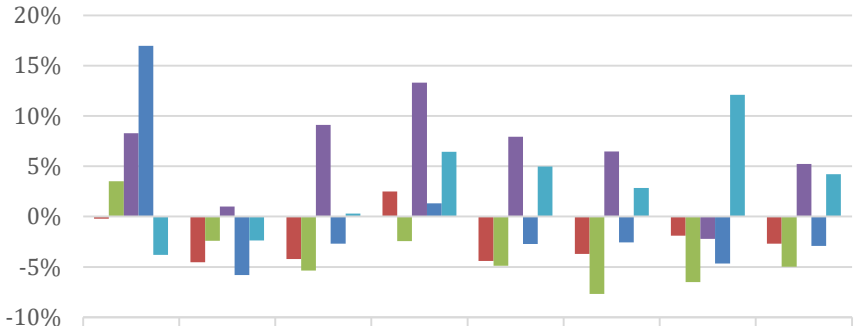
Service og tjenesteyting er den største næringen innenfor kunderettet virksomhet i denne grunnkretsen. Innen handelen er *spesialbutikker* mest omfattende, mens *hus og hjem* øker mest.

4.4.7 Vaterland

Figur 4.4.19: Oversikt over Vaterland.

Vaterland preges av kjøpesentrene Oslo City, Gunerius, Galleri Oslo og NAF-huset, og er med det en av de to viktigste handelsgrunnkretsene i Oslo sentrum. 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 4.4.20: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Vaterland. Kilde: SSB.

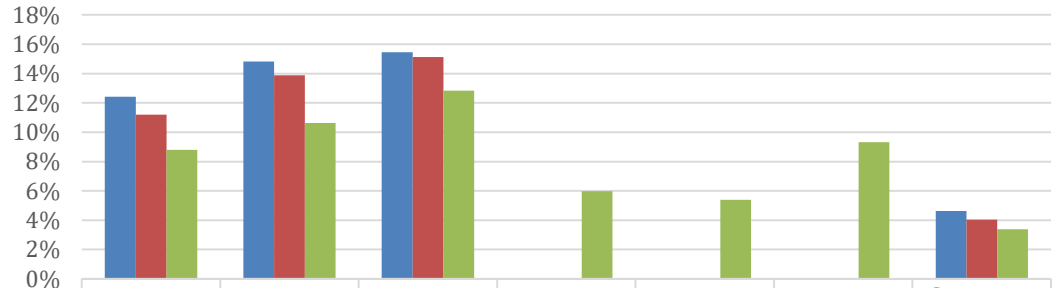


	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Mat og drikke	0%	-5%	-4%	3%	-4%	-4%	-2%	-3%
Klær, sko og vesker	4%	-2%	-5%	-2%	-5%	-8%	-7%	-5%
Spesialbutikker	8%	1%	9%	13%	8%	6%	-2%	5%
Varehandel totalt	17%	-6%	-3%	1%	-3%	-3%	-5%	-3%
Service og tjenesteyting	-4%	-2%	0%	6%	5%	3%	12%	4%

Fra en sterk vekst i omsetningen i 2016 har Vaterland i 2017 opplevd en betydelig oppbremsing i handelen, med en nedgang på 3 prosent totalt. *Spesialbutikker* er eneste næringen med positiv omsetningsutvikling i grunnkretsen. *Mat og drikke, samt klær, sko og vesker* har hatt en nedgang samme periode, og det har varehandel totalt også. *Hus og hjem* er prikket i 2016, men ikke i 2017 og er derfor utelatt.

Service og tjenesteyting har en økende vekst gjennom året.

Figur 4.4.21: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.)



	Mat og drikke	Klær, sko og vesker	Spesialbutikker	Hus og hjem	Internett og postordre	Overnatting	Service og tjenesteyting
2015	12%	15%	15%	0%	0%	0%	5%
2016	11%	14%	15%	0%	0%	0%	4%
2017	9%	11%	13%	6%	5%	9%	3%

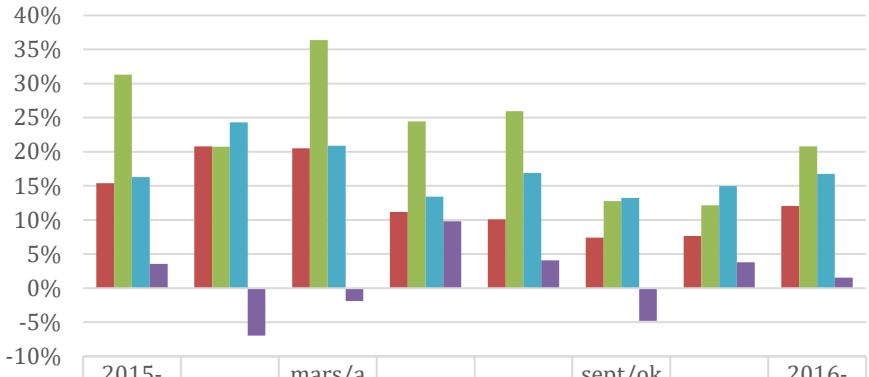
Figur 4.4.21 viser handelens dominerende posisjon på Vaterland, med *spesialbutikker*, *klær og sko* og *mat og drikke* som de viktigste.

4.4.8 Aker Brygge

Figur 4.4.22: Oversikt over Aker Brygge.

Aker brygge utgjør en egen grunnkrets som er helhetlig planlagt 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 rundt årsskiftet 2015-2016. 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 4.4.23: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Aker Brygge. Kilde: SSB.



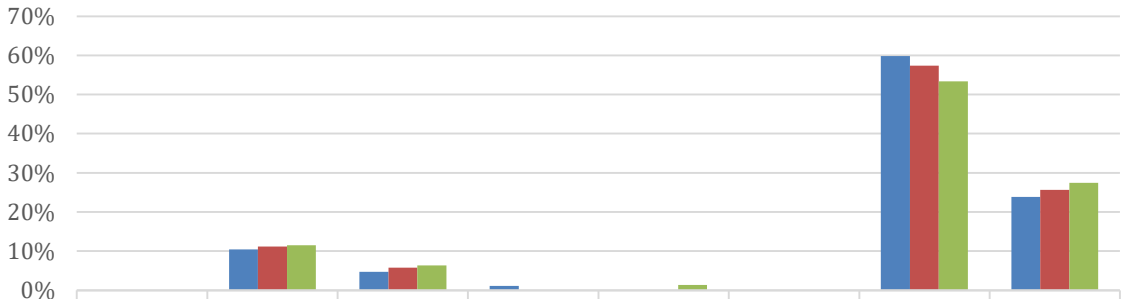
	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Klær, sko og vesker	15%	21%	21%	11%	10%	7%	8%	12%
Spesialbutikker	31%	21%	36%	24%	26%	13%	12%	21%
Varehandel totalt	16%	24%	21%	13%	17%	13%	15%	17%
Service og tjenesteyting	4%	-7%	-2%	10%	4%	-5%	4%	2%

Oppussingen har gitt svært god utvikling for Aker brygge i 2016 og 2017. Alle bransjer har gått bra gjennom 2017, med en litt svakere veksttakt i høsthalvåret. Særlig har *spesialbutikker* hatt en sterk utvikling, men det er også verdt å merke seg at klesbransjen på Aker brygge har hatt tosifret vekst i 2017.

Service og tjenesteyting har hatt et litt ujevnt år, men kommer ut med en svak vekst for året som helhet.

Det er registrert prikkede data for *hus og hjem* og *mat og drikke* i 2016 og 2017.

Figur 4.4.24: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.)

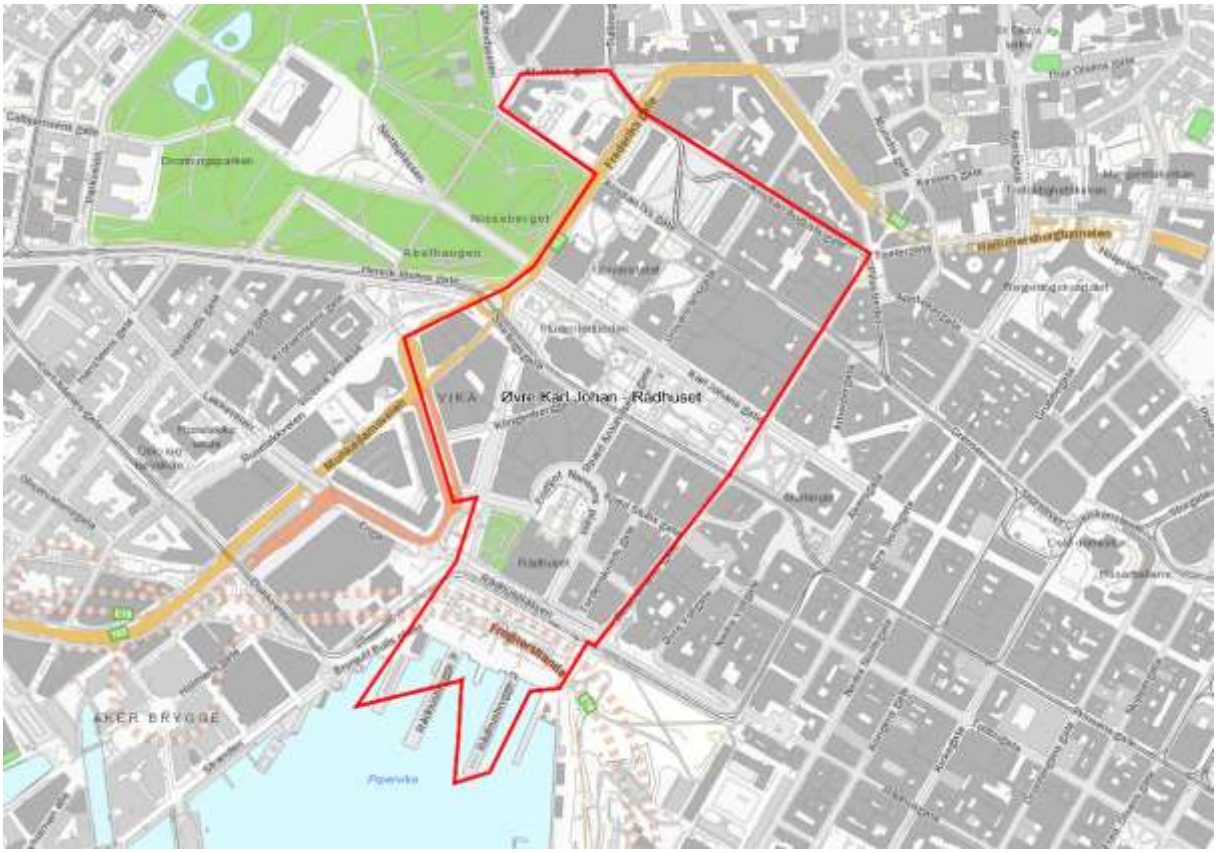


	Mat og drikke	Klær, sko og vesker	Spesialbutikker	Hus og hjem	Internett og postordre	Overnatting	Service og tjenesteyting	Varehandel totalt
2015	0%	10%	5%	1%	0%	0%	60%	24%
2016	0%	11%	6%	0%	0%	0%	57%	26%
2017	0%	11%	6%	0%	1%	0%	53%	27%

Service og tjenesteyting er den dominerende kunderettede næringen på Aker brygge, men handelen styrker sin andel. Det gjelder særlig *klær og sko* og *spesialbutikker*.

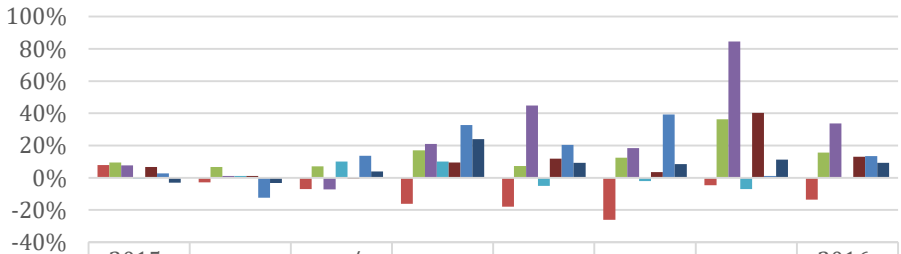
4.4.9 Øvre Karl Johan - Rådhuset

Figur 4.4.25: 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 4.4.26: Omsetningsutvikling innen utvalgte næringer for området Øvre Karl Johan- Rådhuset. Kilde: SSB.



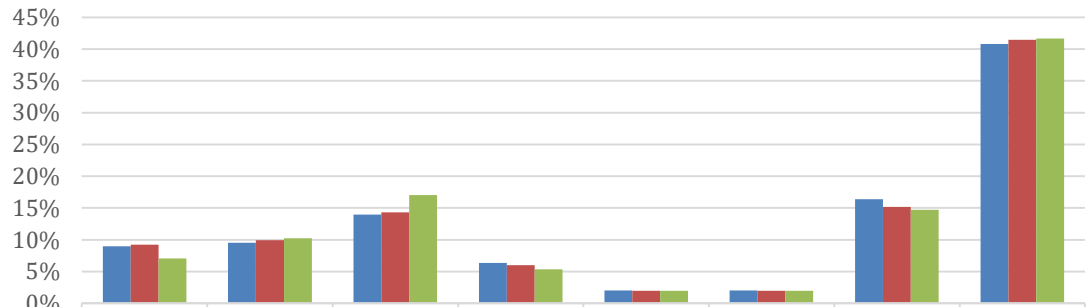
	2015-2016	jan/feb	mars/apr	mai/jun	jul/aug	sept/okt	nov/des	2016-2017
Mat og drikke	8%	-3%	-7%	-16%	-18%	-26%	-5%	-14%
Klær, sko og vesker	9%	7%	7%	17%	7%	12%	36%	16%
Spesialbutikker	8%	1%	-7%	21%	45%	18%	85%	34%
Hus og hjem	-1%	1%	10%	10%	-5%	-2%	-7%	0%
Varehandel totalt	7%	1%	-1%	9%	12%	3%	40%	13%
Internett og postordre	3%	-12%	14%	33%	20%	39%	1%	13%
Overnatting	-3%	-3%	4%	24%	9%	8%	11%	9%

Øvre Karl Johan – Rådhuset var handelsvinneren i 2017 i absolutte tall. God vekst for *spesialbutikker og klær og sko* sørget for dette. Etter en litt forsiktig start på året, tok det skikkelig av for spesialbutikker i mai-juni, og resten av året var svært sterkt med 85 prosent vekst i julehandelen. Det antas at dette har sammenheng med nyetablering.

Mat og drikke har hatt lavere omsetning i 2017, mens *hus og hjem* ligger stabilt.

Det er ikke registrert noen prikkede data for denne grunnkretsen.

Figur 4.4.27: Andel av omsetning blant de analyserte næringene 2015-2017. (Andelen summeres til 100 prosent hvert år.)



	Mat og drikke	Klær, sko og vesker	Spesialbutikker	Hus og hjem	Internett og postordre	Internett og postordre	Overnatting	Varehandel totalt
2015	9%	10%	14%	6%	2%	2%	16%	41%
2016	9%	10%	14%	6%	2%	2%	15%	41%
2017	7%	10%	17%	5%	2%	2%	15%	42%

Spesialbutikker er størst i denne grunnkretsen, og øker sin andel gjennom 2017. *Klær og sko* og *mat og drikke* er de to andre viktige handelsnæringene, men disse reduserer sin relative betydning gjennom året.

Overnatting er den viktigste kunderettede næringen utenom handel i dette området.

4.4.10 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 både fra 2015 til 2016 og fra 2016 til 2017 innenfor Bilfritt bylivsområde. Kvadraturen (øvre) har hatt den sterkeste relative veksten i total omsetning, mens Øvre Karl Johan – Rådhuset har hatt størst vekst i absolutte tall. Med dette passerer Øvre Karl Johan – Rådhuset Youngstorget og inntar fjerdeplassen blant grunnkretsene i Oslo sentrum.

Fjorårets store vinner med en vekst på 17 prosent, Vaterland, opplevde nedgang i 2017. Som den største handelsgrunnkretsen, merkes dette på totaltallene.

Tabell 4.4.1: Total omsetning av varehandel totalt for de ulike områdene (KPI-justert til 2015-kroner). Kilde: SSB.

Grunnkrets navn	Omsetning (1000 kr)			Endring			
	2015	2016	2017	2015 – 2016 (1000 kr)	2015 – 2016 (%)	2016 – 2017 (1000 kr)	2016- 2017 (%)
Kvadraturen (øvre)	248 546	407 646	470 916	159 100	64 %	63 270	16 %
Midtre Karl Johan – Egertorget	2 421 389	2 621 256	2 618 009	199 867	8 %	-3 247	0 %
Nedre Karl Johan	1 638 803	1 655 883	1 640 959	17 080	1 %	-14 924)	-1 %
Kvadraturen (nedre)	92 034	102 956	124 141	10 922	12 %	21 185	21 %
St. Olavs plass - Tinghuset	721 255	674 642	711 695	-46 613	-6 %	37 053	5 %
Youngstorget	1 399 959	1 319 830	1 355 236	-80 129	-6 %	35 406	3 %
Vaterland	2 520 745	2 948 791	2 863 282	428 046	17 %	-85 509	-3 %
Aker Brygge	287 963	334 896	391 014	46 933	16 %	56 118	17 %
Øvre Karl Johan - Rådhuset	1 200 313	1 279 431	1 446 695	79 118	7 %	167 264	13 %

4.5 Oppsummering av hovedfunn

4.5.1 Generell næringsvirksomhet

Analysen av forutsetningene for å drive generell økonomisk aktivitet i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet med Multiconsults agglomerasjonsmodell, viser at det er en klar sammenheng mellom økonomisk aktivitet og areal- og mobilitetspolitikken som er ført i regionen over tid.

Det har vært en forholdsvis flat utvikling i agglomerasjonsindeksen innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet, med en liten reduksjon fra 2016 til 2017. Nedgangen indikerer noe utflytting av arbeidsplasser, men ikke nok til at det kan konkluderes med en sammenheng med tiltakene innenfor bilfritt byliv-programmet.

Agglomerasjonsindeksen er på et høyere nivå og øker mest i områdene utenfor tiltaksområdet, men innenfor ring 2. Sammenholdt med den høye konsentrasjonen av sysselsatte i Oslo sentrum, tyder dette på at indekstallene for de aktuelle sentrumsgrunnkretsene reflekterer større trengselseffekter. Uten slik trengsel vil det være sentrum som har best forutsetninger for å dra nytte av den høye tettheten i hovedstadsområdet.

Nedgangen i indeksen i 2017 kan tolkes i retning av at tiltakene innenfor bilfritt byliv har gjort Oslo sentrum mindre attraktivt som etableringssted for bedrifter. Men både sysselsettingstall og utvikling i leiepriser tyder på at sentrum har blitt et mer populært sted å etablere virksomhet.

Analysen tyder på at fallende indeksverdi i ytre by vest over tid, har sammenheng med innføring av bomsnitt på bygrensa mot Bærum. Bedrifter har tilpasset seg ved å etablere seg på utsiden av bomsnittet, for å være attraktive for arbeidstakere i Bærum og Asker. Det har medført en sterk økning i indeksverdi for Bærum.

Basert på dette anbefales det en styrking av høykapasitets kollektivtilbud til Oslo sentrum, i den grad gevinstene ved dette overstiger ulempene gjennom finansiering gjennom bompenger. Det anbefales også å satse på boligutbygging ved kollektivknutepunkter i Oslo og omkringliggende kommuner. Lykkes man med dette bør det også legges opp til fortsatt økt utnyttelse av arealene nærmest kollektivknutepunktene i Oslo sentrum til kompetansebaserte og arbeidsplassintensive virksomheter.

4.5.2 Handel og annen kunderettet virksomhet

Tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet er et handelsområde med typiske sentrumsfunksjoner. Det preger hvor stor andel av handelen i Oslo området har innenfor ulike bransjer. Andelen av total varehandel ligger stabilt på om lag en femtedel i 2017. Innen klær og sko var andelen nesten halvparten, og drøyt en tredel av omsetningen i spesialbutikker. For mat og drikke, samt hus og hjem var markedsandelen rundt en tidel.

Fra 2016 til 2017 gikk andelen for både *spesialbutikker* og *hus og hjem* opp med fire prosentpoeng hver, mens *klær, sko og vesker* økte fra 48 til 49 prosent. Tallene viser at tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet ble viktigere for handelen i Oslo i 2017.

2017 var et mer utfordrende år for handelsnæringen i tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet enn 2016. Samlet vekst ble redusert fra syv til to prosent. Tallene tyder på at det skjer en betydelig endring i sammensetningen av handelen i Oslo sentrum. *Klær, sko og vesker* og *mat og drikke* fortsetter den svake utviklingen fra 2016, mens *spesialbutikker* fortsetter den sterke veksten. *Spesialbutikker* har nå en større andel av handelen i Oslo sentrum enn *klær og sko*. Den sterke veksten innenfor *hus og hjem* forklares med gjenåpning av GlasMagasinet i september.

Omsetningsutviklingen innen varehandel i tiltaksområdet for Bilfritt bylivs-programmet er også i 2017 vesentlig bedre enn i samtlige referanseområder, på tross av redusert vekst sammenlignet med 2016. Også kjøpesentrene innenfor tiltaksområdet for Bilfritt byliv-programmet øker. I 2017 er økningen rundt 4 prosent samlet for alle bransjer. Dette er den sterkeste kjøpesenterveksten blant sammenlikningsområdene.

De første tiltakene i Bilfritt byliv-programmet ble innført fra sommeren 2017. Derfor er lavere vekst høsten 2017 i tiltaksområdet, et interessant funn man bør følge videre med på. Tallgrunnlaget gir ikke grunnlag for å slå fast en sammenheng. Lavere vekst høsten 2017 enn foregående år kan for eksempel ha sammenheng med nyetableringer høsten 2016 som bidro til en ekstra vekst i 2016, som vanskelig kan gjenskapes i 2017. Til tross for lavere veksttakt i andre enn første halvår er veksten sterkere i tiltaksområdet enn i samtlige referanseområder.

Dette er den viktigste indikasjonen på at utviklingen som skjer i Oslo sentrum ikke bidrar til å svekke mulighetene til å drive kunderettet virksomhet generelt og handel spesielt.

Svak utvikling i næringer som *klær og sko* og *mat og drikke* er det nærliggende å forklare med økt netthandel og framveksten av nye tilbud som matkasser og Kolonial.no.

Ulike områder i Oslo sentrum har forskjellig utvikling. Kvadraturen (øvre og nedre) har sammen med Aker brygge hatt den sterkeste relative veksten i total omsetning i 2016 og 2017. Utviklingen i Kvadraturen kan sannsynligvis forklares med at trikken er tilbake i Prinsens gate, mens Aker brygge høster gevinster av oppussingen som ble ferdigstilt rundt årsskiftet 2015-2016. Øvre Karl Johan – Rådhuset har hatt størst vekst i absolutte tall. Fjorårets store vinner med en vekst på 17 prosent, Vaterland, opplevde nedgang i 2017.

5 Vedlegg - Agglomerasjon

5.1 Innledning

Analyser av drivkrefter bak den økonomiske utviklingen i urbane områder baseres ofte på at *agglomerasjon* er et sentralt konsept. Med agglomerasjon menes litt upresist økonomisk tetthet og tankegangen er at et områdes tetthet påvirker verdiskapningen i området. Desto høyere tetthet desto mer verdiskapning. I byer vil tettheten være større enn i landlige områder og desto større by desto høyere tetthet.

Drivkreftene bak verdiskapningen i byer antas å være annerledes enn i landområder og store byer med høy tetthet har helt andre forutsetninger for vekst enn mindre byer. Ofte listes tre nøkkelfaktorer som årsak til at et områdes størrelse påvirker forutsetningene for økonomisk vekst.

- *Større marked for arbeidskraft, varer og tjenester*. Et stort marked er fordelaktig sett med konsumentenes øyne fordi konkurranse mellom mange tilbydere gir lavere priser. Produsentene på sin side vil også ha fordel av et stort marked fordi de har større sikkerhet for avsetning for sine varer og tjenester, forutsatt at de er konkurransedyktig prismessig. Arbeidstagere vil også ha større jobbsikkerhet med et større utvalg arbeidsgivere å kunne velge mellom.
- *Tilgang til spesialiserte varer og tjenester*. Produktdifferensiering er en fordel både for forbrukere og tilbydere. Forbrukere har normalt et variert behov og desto større andel av behovet som kan dekkes innenfor en rimelig radius av reisetid eller avstand, desto større vil konsumentnytten være. For tilbyderne gir spesialisering mulighet til å dra full nytte av den kompetansen bedriften innehar og det vil være mulig å drive virksomhet både i store volummarkeder og i mindre nisjer.
- *Teknologiske spillovers*. Økonomisk vekst over tid er i stor grad et spørsmål om å få til teknologisk utvikling. Med teknologiske spillovers menes at ny teknologi ikke blir privat (eller mer presist proprietær) til fordel for et fåtall aktører men at nye løsninger spres og kommer alle aktører i et område til gode.

Hovedpoenget er at størrelse virker positivt for en velfungerende økonomi. På mindre steder risikerer innbyggerne å stå overfor dyrere varer og tjenester. De kan velge fra et begrenset utvalg varer og tjenester som gir begrenset uttelling nyttemessig sett. Til slutt vil aktører på mindre steder ikke kunne dra fullt ut fordel av den teknologiske utviklingen. Det blir derfor en seleksjon over tid i form av at byene vokser på bekostning av landområdene og at store byer vokser mer enn små byer.

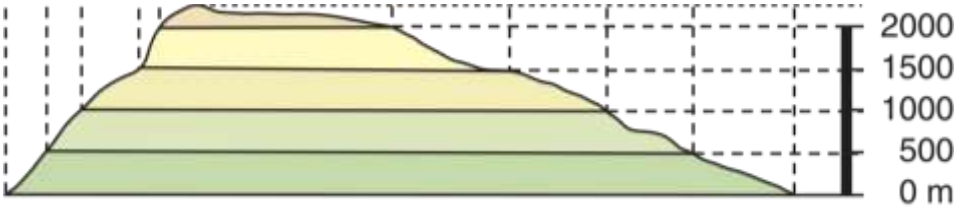
Interessant nok i et byutviklingspespektiv er at agglomerasjonsmessig kan det være stor forskjell mellom to nabokommuner. Oslo, Bærum og Skedsmo er forskjellige sett i et byperspektiv. Selv om det er mange likheter i næringsstruktur og selv om de alle inngår i hovedstadsregionen har kommunene stor forskjell i økonomisk tetthet. Det er imidlertid også forskjeller innenfor hver enkelt kommune. Fornebu og Helsfyr er forskjellig fra Ullern og Grefsen. Det er derfor mest meningsfullt å se på utviklingen i agglomerasjon for mindre områder og ikke bare store byer eller regioner sett under ett. Det er videre en glidende eller kontinuerlig overgang mellom sentrumsområder, næringsarealer og boligområder.

5.2 Metode

I teksten over er det gjort en distinksjon mellom ulike områder avhengig av størrelse. Analysemessig er imidlertid dette et upresist utgangspunkt i den forstand at det kan være tilfeldig hvordan vi avgrenser et område fra et annet. Det er også behov for å være tydeligere på hva som er «stor» til forskjell fra «mindre» eller «lite». Definisjonsmessig tar vi vi derfor ta utgangspunkt i et begrep/metode kalt Agglomerasjon. I agglomerasjonsanalysen er begrepet tetthet sentralt og når vi litt upresist snakker om byers eller regioner størrelse så mener vi egentlig økonomisk tetthet. Tetthet kan måles på flere måter, men det vanligste er å lage en indeks som inkluderer for det første en tilstandsvariabel, for eksempel sysselsetting i område *i* samt tid eller avstand til områdene rundt *j*.

Det er en klar analogi mellom hvordan vi måler økonomisk tetthet og hvordan geografer representerer et områdes topografi i et kart.

Figur 5.2.1: Tverrsnitt av høydedrag målt i meter over havet.



Figuren viser et tverrsnitt av et høydedrag målt i meter over havet (moh). Det høyeste punktet er over 2300 moh, mens det laveste er 0 moh.

Hvis vi tenker oss en «endimensjonal by» som bare har utstrekning øst/vest[3] og ikke nord/sør beregnes en agglomerasjonsindeks først ved å plotte antall sysselsatte i hver enkelt grunnkrets når vi går i en rett linje fra vest til øst. Selve indeksen i punkt *i* defineres deretter ved å summere opp antall sysselsatte i alle andre punkter *j* langs den rette linjen veid med avstanden mellom *i* og *j.*

Matematisk uttrykkes indeksen som følger

$$Indeks_i = \sum_j S_j \exp(\beta a_{i,j})$$

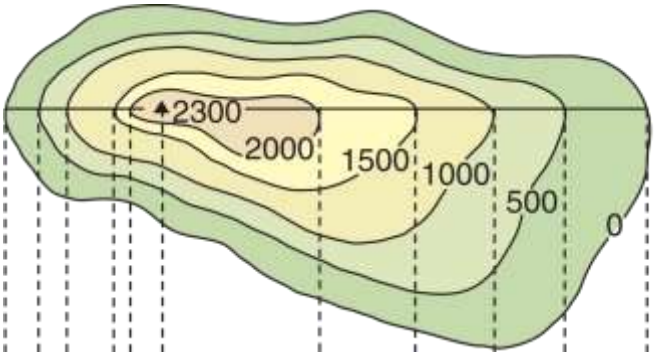
Summetegnet innebærer at alle områder i en hel region inkluderes i indeksberegningen. Sysselsettingen i alle grunnkretser *j* inkluderes, men i beregningen av indeks for grunnkrets *i* så vekter vi med avstand $a_{i,j}$.

Det er nettopp at vi inkluderer alle grunnkretser i et område (vektet med avstand) som forklarer distinksjonen mellom størrelse og tetthet. En agglomerasjonsindeks som bare ser på sysselsetting i hver enkelt grunnkrets vil størrelse og tetthet være identisk. Dersom indeksen også tar med seg en veid sum av sysselsettingen av nabogrunnkretsene vil tetthet favne mer enn størrelse.

Endrer vi tankemodellen til å gjelde både øst/vest og nord/sør så vil vi nå ta hensyn til sysselsettingen i alle grunnkretser. Sagt på en annen måte tar aggolmerasjonsindeksen for en sentrumsgrunnkrets i seg hele sysselsettingen i den aktuelle grunnkretsen pluss summen av antall sysselsatte i alle andre grunnkretser under forutsetning av at grunnkretser relativt langt unna får lite å si. I praksis gjør vektingen at det i all hovedsak er grunnkretsene i en omkrets innenfor 45 minutters reisetid som regnes med.

Når vi plotter indeksverdien i et helt område, og ikke bare lang en øst-vest akse, vil vi kunne plotte et kart tilsvarende figuren under.

Figur 5.2.2: Geografisk topografi i kart.



[3] Tenk for eksempel at byen ligger langs en strand

Agglomerasjon kan illustreres helt analogt med den geografiske topografien i et kart, bortsett fra at det er økonomisk tetthet og ikke meter over havet som vi tegner inn. Den høyeste toppen økonomisk er en grunnkrets med a) høy sysselsetting i den aktuelle grunnkretsen og b) høy sysselsetting i alle grunnkretser innenfor en radius av ca 45 minutters reisetid.

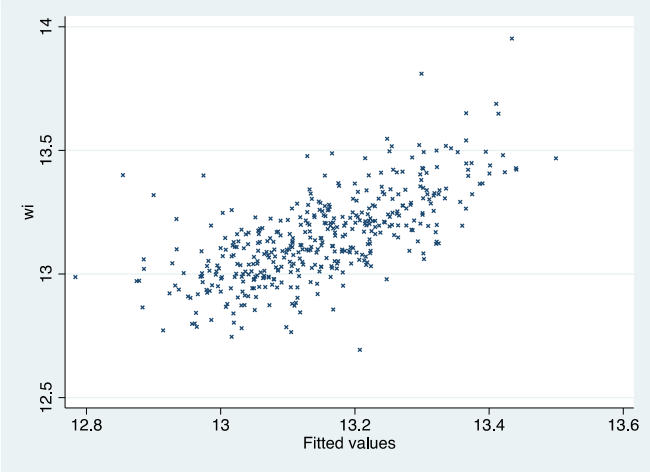
I figuren under har vi plottet den økonomiske topografien i Sør-Norge.

Figur 5.2.3: Økonomisk topografi i Sør-Norge.

Figuren viser som ventet at Østlandsområdet har den høyeste verdien på agglomerasjonsindeksen (det vil si den mest gule fargen). Stavanger, Bergen og Trondheim er også store agglomerasjoner. Kanskje mer overraskende er at nærheten til Oslo gjør at agglomerasjonen er svært høy i hele Oslofjordområdet og ikke bare i hovedstaden med omegn. Dette er en god illustrasjon på at tetthet ikke bare avhenger av sysselsettingen i hver enkelt grunnkrets, men antall arbeidsplasser i et helt område med en radius på en snau time.

Hvorfor er så dette interessant i et byutviklingsperspektiv. Grunnen er at det empirisk viser seg å være en nær sammenheng mellom tettheten i alle grunnkretsene i en kommune på den ene siden og verdiskapningen i kommunen på den andre. Jo større tetthet, desto høyere verdiskapning.

Figur 5.2.4: Statistisk samvariasjon mellom agglomerasjonsindeksen (Fitted values) og verdiskapning (wi)



Figuren over viser en nesten forbløffende god statistisk samvariasjon mellom agglomerasjonsindeksen (Fitted values) og verdiskapning (wi). Implikasjonen er at alle reguleringsplaner og ikke minst transportløsninger i et område som vil påvirke sysselsettingen vil dermed også påvirke verdiskapningen. Hovedregelen er at alt som svekker tetthet og fordeler økonomisk aktivitet «tynt utover» et stort område vil ha en ikke ubetydelig kostnad. I det aktuelle prosjektet er derfor hvordan et bilfritt sentrum[4] vil påvirke den økonomiske tettheten. Vil sentrum bli mindre attraktivt å etablere arbeidsplasser og hvor vil arbeidsplassene i så fall flyttes.

5.3 Bilfritt område – agglomerasjonsmessige implikasjoner

5.3.1 Innledning

I denne delen av notatet ser vi på den historiske utviklingen i agglomerasjonsindeksen i ulike deler av Oslo og omegn for å se om bilfritt sentrum kan ha påvirket verdiskapningen. Dersom mange arbeidsplasser flyttes ut av et område på grunn av et trafikktiltak, vil indeksen avsløre om en utflagging skjer og hvor arbeidsplassene blir av. Selve tiltakene for et bilfritt sentrum kom i 2017, slik at det ikke finnes oppdatert sysselsettingsstatistikk for å beregne den direkte virkningen på agglomerasjon før om et år eller to. Tiltakene har imidlertid vært signalisert lenge, så det kan tenkes at det allerede er skjedd endringer i agglomerasjonsindeksen før 2017 basert på eiendomsutviklernes og leietagernes forventninger.

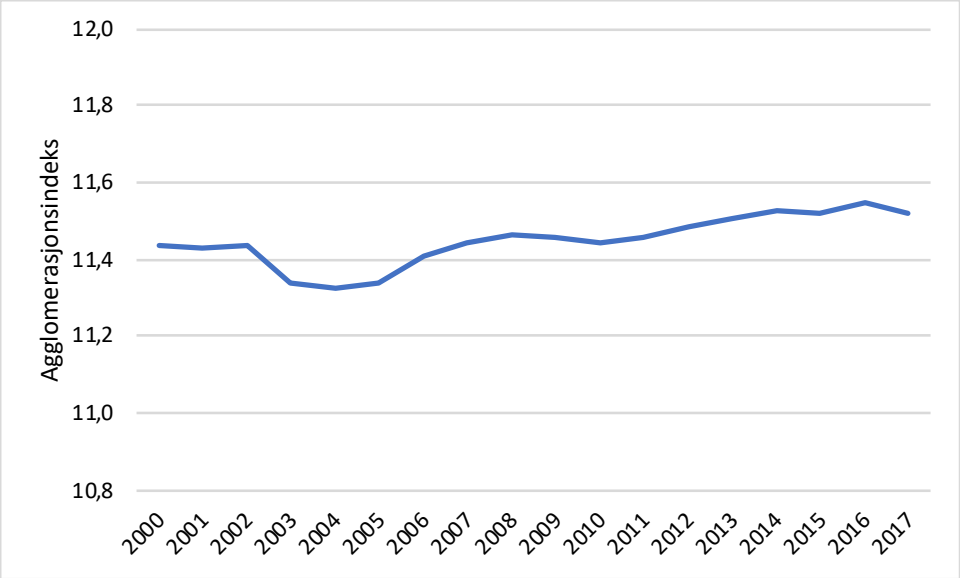
Rent matematisk vil utflytting av arbeidsplasser påvirke agglomerasjonsindeksen negativt. Så sant ikke arbeidsplassen forsvinner helt fra regionen, vil vi imidlertid finne en økning i indeksen i en annen grunnkrets. Selv om vi vil finne en økt indeksverdi ett eller annet sted vil som grunnregel den samlede verdiskapningen gå ned etter utflyttingen, i alle fall når arbeidsplasser forsvinner fra sentrum i hovedstadsagglomerasjonen.

For å komplettere den direkte analysen vil vi også se på om det er skjedd historiske endringer i indeksen som kan tenkes å være knyttet til trafikkreguleringstiltak mer generelt. For eksempel, i 2008 skjedde det store endringer i Oslo vest knyttet til nye Bærumsringen. Spørsmålet er om vi kan finne spor av effekten av de nye bomstasjonene i agglomerasjonsindeksen fra rundt 10 år tilbake. I så fall vil vi ha en historisk parallell til bilfritt sentrum og vi vil kunne lage en slags prognose for agglomerasjonsindeksen i Oslo sentrum.

[4] Et bilfritt sentrum vil selvsagt påvirke transportkostnadene, men dette vurderes ikke i dette notatet.

5.3.2 Analyse

Figur 5.3.1: Utvikling i agglomerasjonsindeksverdi for grunnkretsene innenfor Bilfritt bylivsområde.

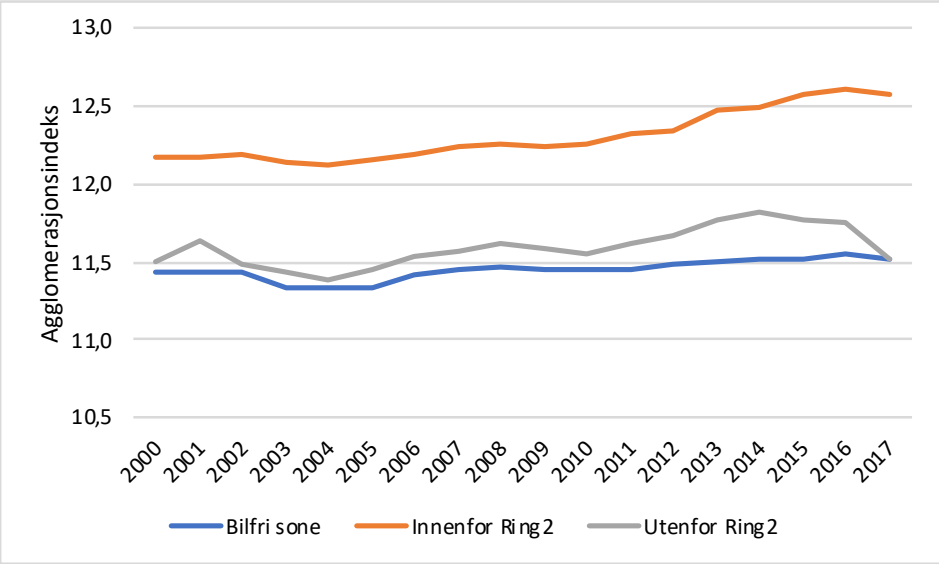


Figuren over viser agglomerasjonsindeksen for grunnkretsene i Oslo sentrum som er omfattet av en forholdsvis jevn indeksverdi for sentrumsgrunnkretsene som er omfattet av tiltakene for Bilfritt byliv. Det har vært en liten reduksjon fra 2016 til 201717 som indikerer noe utflytting av arbeidsplasser, men etter vår vurdering ikke nok til at vi kan konkludere en åpenbar sammenheng med Bilfritiltakene.

Mest påfallende ved figuren er kanskje den store stabiliteten i indeksen i hele perioden etter 2000. Det kan jo tyde på at sentrumssonen er karakterisert av trengsel og køer som hindrer en fri innflytting av arbeidsplasser i området. Med dette menes at trengsel er den viktigste årsaken til at ikke absolutt alle arbeidsplasser bli lokalisert til sentrum av en stor agglomerasjon. Mange bedrifter vil i stedet legge seg i utkanten av en agglomerasjon for å spare transportkostnader og få billigere arealleie. Hadde det ikke vært for trengselseffekter ville i stedet «alle» ønske å lokalisere seg i sentrum, med knapphet på arealer og transportkapasitet som resultat. I Oslo ser vi det stikk motsatte. Det er få nye arbeidsplasser i sentrum og forklaringen kan kanskje være trengsel. Det er også grunn til å minne om at den bilfrie sonen står overfor andre begrensinger med hensyn til å vokse. Det er restriksjoner på bygging i høyden, den relevante bygningsmassen kan være vernet slik at det er vanskelig for etablerte bedrifter å ekspandere, området har flere parker og kulturbygg samt er avgrenset arealmessig av Oslo havn.

Den relativt svake eller flate utviklingen i agglomerasjonsindeksen innenfor den bilfrie sonen over tid illustreres klart i den neste figuren hvor vi sammenligner indeksutviklingen i ulike deler av Oslo.

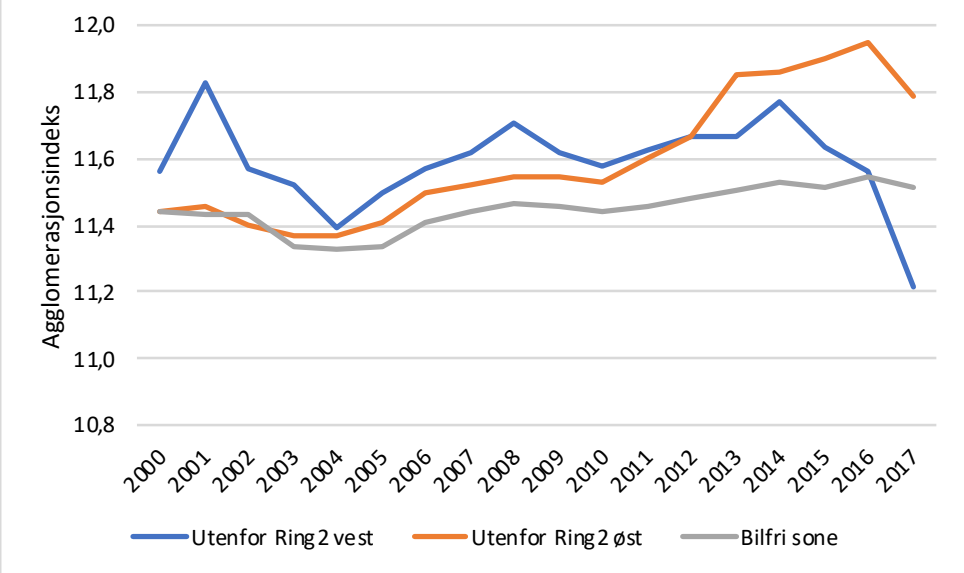
Figur 5.3.2: Utvikling i agglomerasjonsindeksverdi for grunnkretsene innenfor Bilfritt bylivsområde sammenliknet med Oslo innenfor og utenfor Ring 2.



Det mest nærliggende vil være å sammenligne utviklingen innenfor den bilfrie sonen (Blå linje) med utviklingen i bydelene innenfor Ring2 (Rød linje). I figuren ser vi at den røde linjen både ligger høyere i verdi og øker mest fra 2000 til 2017. Den blå linjen ligger på sin side på et lavt nivå og veksten de siste 18 årene er nesten fraværende. Igjen har vi en illustrasjon at veksten i Oslo sentrum står overfor viktige vekstbegrensende rammebetingelser.

Figur 5.3.2 viser interessant nok at utviklingen utenfor Ring2 (Grå linje) frem til 2014 viser det samme mønsteret som innenfor ringen. Men deretter flater agglomerasjonsindeksen ut og faller fra 2016 til 2017. En nærmere oversikt i figuren under som viser utviklingen utenfor Ring 2 kaster lys over en mulig fremtidig utvikling bane innenfor den bilfrie sonen i sentrum. Det er derfor av interesse å se på utviklingen utenfor Ring2. I figuren under har vi delt inn i det vestlige og de østlige områdene.

Figur 5.3.3: Utvikling i agglomerasjonsindeksverdi for grunnkretsene innenfor Bilfritt bylivsområde sammenliknet med utenfor Ring 2 vest og øst.

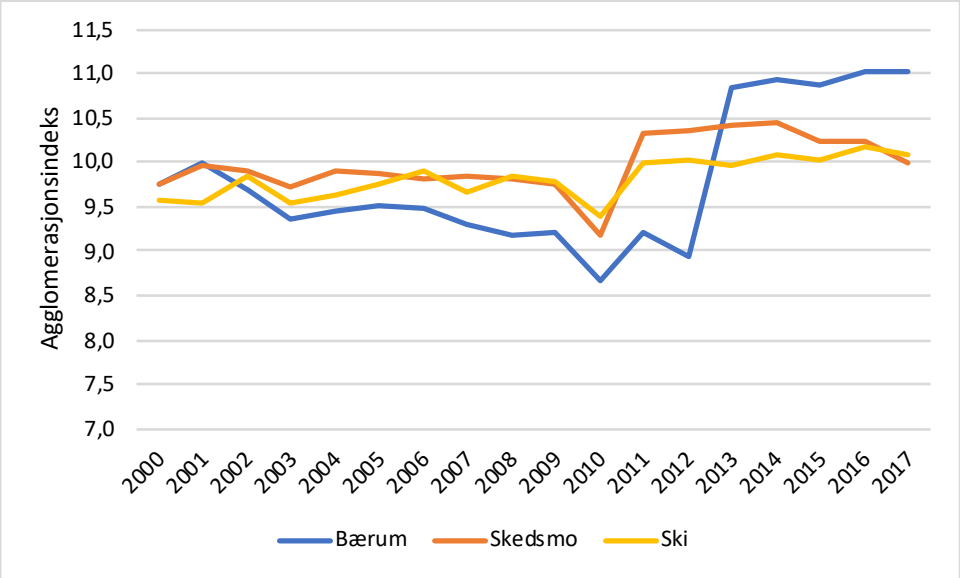


Figuren viser en kraftig vekst i indeksverdien i de østlige områdene (Rød linje), typisk Nordstrand, Østensjø, Alna, Stovner Grorud og Bjerke. Ullern og Vestre Aker, utenfor Ring 2. I de vestlige områdene Ullern og Vestre

Aker viser indeksplottet (blå linje) en langt svakere utvikling enn de østlige. Hele perioden sett under ett er veksten svak og etter 2008 ser vi at den blå linjen ikke holder følge med den røde i det hele tatt. Etter 2014 har det endog vært en markert nedgang.

Utviklingen i Oslo vest bør sees i sammenheng med nabokommunene til Oslo:

Figur 5.3.4: Utvikling i agglomerasjonsindeksverdi for kommunen Bærum, Skedsmo og Ski.



Figuren viser at det er stor støy i tallene rundt 2010-13. Særlig i Bærum (blå linje) ser vi en stor økning i indeksen. Det kan godt hende at nedgangen i Oslo Vest bør sees sammenhengen med oppgangen i Bærum. Ett eller annet har inntruffet og har gjort at mange flere bedrifter har valgt å etablere seg i Bærum samtidig som det er skjedd en utflytting fra Oslo vest utenfor Ring 2. En plausibel hypotese er at endringene i sysselsettingsmønsteret henger sammen med etableringen av Bærumsringen i 2008. Bedriftene i Oslo Vest utenfor Fjellinjen gikk plutselig over i et helt annet bompengeregime og mange kan ha valgt å flytte vest for Bærumsringen. Med en slik flytting ville bedriftene unngå bompenger for trafikk i vestkorridoren.

Figuren viser ikke en tilsvarende utflytting fra Oslo øst til kommuner som Skedsmo og Ski.

5.4 Konklusjon

- Det er foreløpig for tidlig å konkludere direkte ut i fra agglomerasjonstallene at Bilfritt sentrum har ført til utflytting av bedrifter. Indeksverdien har vært stabil i hele perioden fra 2000 og frem til i dag.
- Vi mener å se klare spor av at indekstallene for de aktuelle sentrumsgrunnkretsene reflekterer større trengselseffekter. Uten slik trengsel vil det være sentrum som har best forutsetninger for å dra nytte av den høye tettheten i hovedstadsområdet.
- Dersom byutviklingen hemmes av transportmessig trengsel allerede i dag er det grunn til å advare mot å innføre nye tiltak som bidrar til ytterligere trengsel.
- Innføringen av Bærumsringen representerer trolig en parallell til færre parkeringsplasser og mindre gjennomgangstrafikk i enkelte sentrums grunnkretser. Erfaringen fra bompenger i mellom Bærum og Oslo har sannsynligvis vært en omfattende utflytting av arbeidsplasser fra Ullern og Vestre Aker til Bærum.
- I og med at de fleste arbeidstagere i Oslo sentrum allerede i dag benytter kollektivtransport er det kapasitet, hastighet og forutsigbarhet for kollektivtrafikken som er viktigst. I tillegg er det et potensial for å sørge for boligbygging i kollektivknutepunkter i Oslo og omegnkommunene. Resultatene vil neppe vises uansett ikke før etter noen år.
- Tiltak i kollektivtransporten må veies mot ulemper ved økte bompengesatser for å finansiere prosjektene i en nyttekostnadsanalyse.