



Rapport 2025/25 | For Solon Eiendom ASA



Fjellhamar sentrum – utvikling for handel og næring

Handels- og næringsanalyse med konsekvenser av tiltak

Hanne Toftdahl, Sarah Eidsmo og Ina Sandaker

Dokumentdetaljer

Tittel	Fjellhamar sentrum – utvikling for handel og næring
Rapportnummer	2025/25
Forfattere	Hanne Toftdahl, Sarah Eidsmo og Ina Sandaker
ISBN	978-82-8126-736-7
Prosjektnummer	25_HTO_03
Prosjektleder	Hanne Toftdahl
Oppdragsgiver	Solon Eiendom
Dato for ferdigstilling	27.07.25
Kilde forsidefoto	SOLA
Nøkkelord	Handel og næring

Om Vista Analyse

Vista Analyse AS er et samfunnsfaglig analyseselskap med hovedvekt på økonomisk utredning, evaluering, rådgivning og forskning. Vi utfører oppdrag med høy faglig kvalitet, uavhengighet og integritet. Våre sentrale temaområder er klima, energi, samferdsel, næringsutvikling, byutvikling og velferd. Vista Analyse er vinner av Evalueringsprisen 2018.

Våre medarbeidere har meget høy akademisk kompetanse og bred erfaring innenfor konsulentvirksomhet. Ved behov benytter vi et velutviklet nettverk med selskaper og ressurspersoner nasjonalt og internasjonalt. Selskapet er i sin helhet eiet av medarbeiderne.

Forord

Denne analysen er gjennomført på oppdrag fra Solon Eiendom. Vår kontaktperson hos oppdragsgiver har vært Utviklingssjef Tine Aagesen. Prosjektleder hos Vista Analyse har fulgt prosessen med utvikling av de gamle industrilokalene på Fjellhamar gjennom mange år og har deltatt i både befaringer og prosessmøter. Kristina Grøndahl hos Lala Tøyen har bidratt med underlag til analysen.

27.juli 2025

Hanne Toftdahl
Partner og prosjektleder
Vista Analyse AS

Ordliste

NACE-koder	Statistisk Sentralbyrå leverer statistikk inndelt i bransjer, varekategorier mv. etter såkalte NACE-koder.
KPI	Konsumprisindeks – SSBs beregninger på inflasjon. Prisstigningen varierer mellom vareslag, noe som gir en indikasjon over hvilke bransjer som går bra og hvilke som ikke går bra. Vi prisjusterer etter KPI 2018.
Detaljhandel	Detaljhandel er varer som selges i butikker etter bransje.
Utvalgsvarer	Utvalgsvarer er en betegnelse på varer som klær, sko, ur, optikk og gaver mv som er varer som er lette å bære med deg hjem.
Forbruksvarer	Dette er varer som kunden handler ofte og som inngår i det daglige forbruk.
Dagligvarer	Varer som normalt handles i en dagligvareforretning. Her inngår matvarer og drikkevarer samt en rekke non-food-artikler og husholdningsartikler som kan kjøpes i en dagligvareforretning.
Sjeldenkjøps-varer	Varer som har lenger varighet som for eksempel pc, kamera, hvitevarer og møbler. Motsatt av forbruksvarer.
Plasskrevende handel	Plasskrevende handel er et begrep som er benyttet i statlige og regionale retningslinjer for etablering av varehandel. Som regel omfatter definisjonen trelast, motorkjøretøy, landbruksmaskiner og planteskoler. Noen fylker har også inkludert møbler og hvitevarer.
Arealkrevende konsepter	Begrepet arealkrevende handel/konsepter brukes i denne analysen som en utvidet variant av plasskrevende handel og innbefatter også varehus med bredt vareutvalg og småvarer, men som selges i store butikkenheter, normalt med mer enn 1 000 m ² forretningsflate.
Big-Boxes (BB)	Big-boxes er varehandel i enkeltstående fabrikkliknende bygg lokalisert i sentrums randsone, gjerne langs viktige transportårer. BB retter seg mot store kundeomland og har ofte bredt vareutvalg.
Bysentrum	Bysentrum er i denne rapporten definert slik det er definert i kommuneplanen og nedtegnet med brun farge (sentrumssone) i arealplan.
Strøkgater	Strøkgater brukes som betegnelse på gater i byrom der første etasje har publikumsrettet virksomhet.

Innhold

Sammendrag og konklusjoner	8
1 Innledning og metode.....	10
2 Oppgaven.....	11
2.1 Innledning	11
2.2 Områdeavgrensing	11
2.3 Alternativene	12
2.4 Utredningskravet for sentrumsutvikling og handel	13
3 Om analysen	16
3.1 Handel, service og senterstruktur grunnlag for attraktivitet	16
3.2 Metodens hovedelementer	16
3.3 Statistiske databaser	18
4 Nasjonale og regionale føringer	20
4.1 Statlige føringer for varehandel	20
4.2 Regional plan for handel, service og senterstruktur	21
4.3 Regional plan for areal og transport	21
4.4 Kommunale føringer	22
5 Prosjekteiers ambisjoner	25
5.1 Problemstilling	27
6 En kommune i vekst.....	29
6.1 Lørenskog kommunes befolkningsprognose og flyttemønster	29
6.2 Oslo er et viktig arbeidsmarked	30
7 Næringslivet i Lørenskog	32
7.1 Næringsliv og arbeidsplasser	32
7.2 Sykehus og arealkrevende virksomheter preger bildet	32
7.3 Høy attraktivitet for lager og logistikk	36
7.4 Offentlige arbeidsplasser	37
7.5 Varer og tjenester representerer viktige arbeidsplasser	38
7.6 Hvordan lykkes noen kommuner mer med næringsvekst enn andre?	40
8 Utviklingstrekk	42
8.1 Husholdningenes sammensetning lokalt og behovsvariasjoner	42
8.2 Husholdningenes sammensetning regionalt	43
9 Utvikling i varehandelen	47
9.1 Stor spredning av butikker	47
9.2 Utvikling i omsetning	49
9.3 Dekningsgrad for ulike vareslag	50
10 Hva skjer med sentrum?	57
10.1 Hvilke utviklingstrekk ser vi i dag?	57
10.2 Varekonsumet går ned – tjenester i vekst; fint for sentrum	57

10.3 Redder handelen sentrum?	61
Utfordringer	62
10.4 Lokale drivkrefter kan være avgjørende	64
10.5 Handel som tettstedsskapende aktivitet	65
11 Sammenfatning	67
11.1 Problemstilling med utredningstema	67
11.2 Nye beboere og beregnet forbruk	69
11.3 Romlig strategiske grep	71
11.4 Oppsummert om alternativene	74
11.5 Vil tiltaket ivareta kommunens mål?	74
12 Referanser	76

Figurer

Figur S.1	Utviklingspotensialet ligger langs Kulturaksen	8
Figur S.2	Potensialet i utviklingen av Fjellhamar lokalsenter ligger i en møteplass på Bruket	9
Figur 2.1	Plankart	11
Figur 2.2	Trinnvis utbygging i tre delområder	12
Figur 2.3	Innholdsmessig hovedstruktur Fjellhamar	12
Figur 3.1	Analysens hovedelementer	16
Figur 3.2	Eksempler på faktorer som påvirker forbrukeradferd	18
Figur 4.1	Prioriterte vekstområder i Oslo-Akershus. Røde ringer = satsingsområder for byutvikling; Lillestrøm, Jessheim, Ås, Ski, Asker, Sandvika	22
Figur 4.2	Arealstrategi fra gjeldende kommuneplan	23
Figur 4.3	De fem utviklingsområdene har ulik modenhet med tanke på hva som kreves av planavklaringer	24
Figur 5.1	Målsettinger i kommuneplan med relevans for Fjellhamar	25
Figur 5.2	Mål for tiltaket	26
Figur 5.3	Planforslaget	26
Figur 5.4	Eksempel på kulturarrangement på Bruket	27
Figur 5.5	Illustrasjonsplan planområdet	28
Figur 6.1	Befolkningsprognose for Lørenskog kommune, 2022	29
Figur 6.2	Pendlere fra Lørenskog til andre kommuner, 2023	30
Figur 6.3	Antall som pendler til Lørenskog fra andre kommuner, 2023	31
Figur 7.1	Næringsliv etter arealbruk. Inndelt etter seks arealbrukskategorier. Ansatte etter prosentvis andel. Fra databasen OsAker 2024	33
Figur 7.2	Andel ansatte i kunnskapsbedrifter, 2023	34
Figur 7.3	Leieprisutvikling for kontorlokaler av høy standard, NOK per kvm	35
Figur 7.4	Flyttemønster kontorer i Oslo, 2023	35
Figur 7.5	Leiepriser logistikk	36
Figur 7.6	Andel sysselsatte innen flyttbar produksjon, 2023	37
Figur 7.7	Andel sysselsatte innen offentlig forvaltning, 2023	38
Figur 7.8	Andel sysselsatte innen kundeintensiv handel og service, 2023	39
Figur 7.9	Andel sysselsatte innen arealkrevende handel og service, 2023	40
Figur 8.1	Utvikling i befolkningens sammensetning etter aldersgrupper 2015-2024. Lørenskog	43
Figur 8.2	Barn under 16 år som andel av befolkning, 2023	44
Figur 8.3	Andel av befolkning som er mellom 16 og 67 år, 2023	45
Figur 8.4	Andel av befolkning som er eldre enn 67 år	46

Figur 9.1	Virksomheter innen handel og tjenesteyting Lørenskog. Fjellhamar avmerket.	47
Figur 9.2	Virksomheter innen handel og tjenesteyting. Fjellhamar.....	48
Figur 9.3	Detaljer om dagens tilbud	49
Figur 9.4	Utvikling i omsetning i varehandelen etter varegrupper 2013-2017 og 2018-2022. Lørenskog kommune. Prosentvis endring.	50
Figur 9.5	Prosentvis utvikling i etterspørsel etter ulike vareslag i fysiske butikker og netthandel. Land. 2008 til 2022.....	50
Figur 9.6	Dekningsgrad Lørenskog kommune. Utvikling 2013 – 2022.....	51
Figur 9.7	Omsetning i detaljvarehandel totalt. Dekningsgrad. Kommuner i Osloregionen. 2022	52
Figur 9.8	Omsetning av dagligvarer. Dekningsgrad. Etter kommune i Osloregionen. 2022. Fysisk butikkhandel.....	53
Figur 9.9	Dekningsgrad innen plasskrevende vareslag (samlet). Kommuner i Osloregionen. 2022	54
Figur 9.10	Omsetning av utvalgsvarer. Dekningsgrad. Etter kommune i Osloregionen. 2022	55
Figur 9.11	Omsetning av bredt vareutvalg. Dekningsgrad. Etter kommune i Osloregionen. 2022	56
Figur 10.1	Utvikling i vare- og tjenestekonsumet 1990 til 2023	58
Figur 10.2	Utvikling i konsum i husholdninger. Utgift per år. 2009 til 2023.	58
Figur 10.3	Endringer forbruket påvirker bysentrum	58
Figur 10.4	Utvikling i privat konsum etter utvalgte kategorier	59
Figur 10.5	Omsetning innen tjenesteyting i sentrum. Etter kommune. Snitt per innbygger i hele kommunen. 2018. (Lillestrøm markert).....	60
Figur 10.6	Omsetning av varer i sentrum. Etter kommune. Snitt per innbygger i hele kommunen. 2018	60
Figur 10.7	Bruk av bysentrum gjennom dagen – før og nå.	61
Figur 10.8	Eksempel på forvitring i sentrum. Strømmen sentrum.	63
Figur 10.9	Eksempel på strukturert big-box-utbygging. Eid sentrum, Nordfjordeid	63
Figur 10.10	Fru Blom i Rakkestad. Eksempel på en driver i sentrumsutviklingen.	64
Figur 10.11	Barista på plass i Stryn sentrum.....	64
Figur 11.1	Innholdsmessig hovedstruktur Fjellhamar.	71
Figur 11.3	Strategisk retning for varehandel og private og offentlige tjenester - sentrumsaksen	72
Figur 11.4	Strategisk retning. Kultur og rekreasjon - Kulturaksen	73
Figur 11.5	Dagens kulturtilbud på Bruket.....	73
Figur 11.6	Bruksplassen godt egnet for supplerende tilbud.....	73
Tabeller		
Tabell 8-1	Sammensetning husholdninger i Lørenskog kommune 2024, alle boligtyper	42
Tabell 11-1	Antall nye beboere på Fjellhamar fram mot 2050 etter ulike alternativer	70

Sammendrag og konklusjoner

Denne analysen redegjør for konsekvenser av utvikling og transformasjon av tidligere industriområde i Fjellhamar til bolig, næring og kultur.

Hovedkonklusjonen i denne analysen er at en utvikling for mellom 1100 og 1500 nye boliger i svært begrenset grad vil bidra til å utvikle Fjellhamar lokalsenter annet enn å bidra med noe mer kjøpekraft til de eksisterende butikker og tjenestetilbudene som ligger i sentrum i dag.

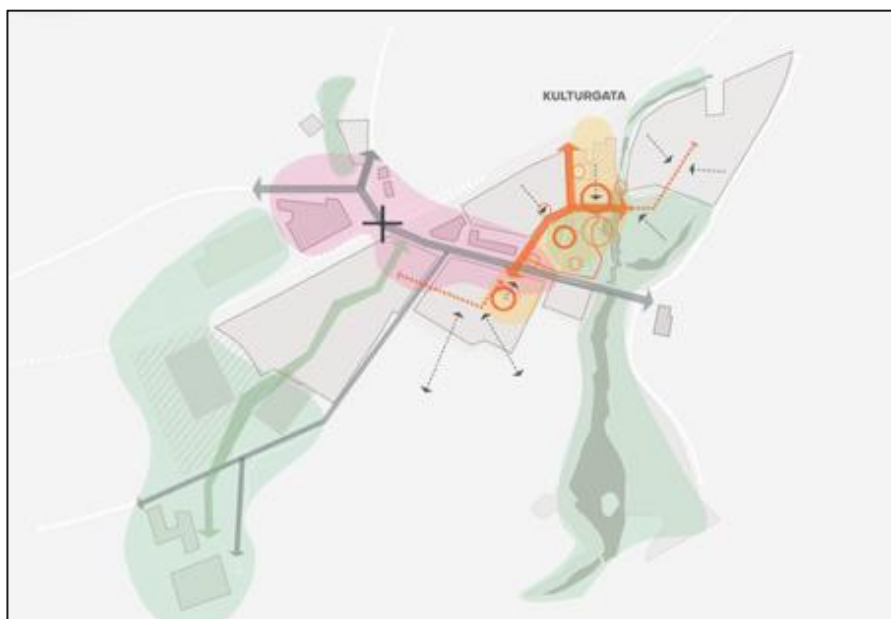
Dersom det er investeringsvilje til å utvikle flere tilbud langs Kulturaksen som går fra Fjellhamarveien til Bruket vil det være positivt for utviklingen av et sterkt lokalsenter dersom det tilrettelegges for tilbud rundt en definert møteplass der det kan tilbys lokaler for eksempel for et serveringssted og noe service og tjenester. Man har sett eksempler på vellykket etablering med kombinasjoner flere funksjoner i samme lokaler som f.eks bakeriutsalg på formiddag og pizzeria på kveldstid, som gir bedre underlag. Kombinert med catering eller selskapslokaler vil man stå enda sterkere. Sykkelveksteder har også vist seg å gi god sirkulasjon av mennesker (les; kunder). Holdes lokal-leien lav vil man kunne supplere med kunstnerverksted mv.

Disse mulighetene begrenses ved de alternativene der det bygges få boliger (alt 2A og 2B). 1 500 nye beboere som i alt 1A og 1B gir også svært begrenset effekt. Totalt sett for Fjellhamar lokalsenter burde det vært et kundegrunnlag på 20 000 mennesker for å utvikle kommersielt levedyktige tilbud.

Ingen av alternativene vil åpne for etableringer innen handel. Til det er tilbudene ellers i Lørenskog og Lillestrøm for krevende å konkurrere mot. Flere av landets største kjøpesentre og handelsparker i kort avstand er vanskelig å konkurrere mot. Dagens tilbud i Fjellhamar sentrum har det innholdet man kan forvente i et lokalsenter med opp mot 15 000 innbyggere.

I 0-alternativet vil det kun være kontorer og de gir i liten grad effekter på utvikling av et lokalsenter.

Figur S.1 Utviklingspotensialet ligger langs Kulturaksen



Kilde SOLA

Figur S.2 Potensialet i utviklingen av Fjellhamar lokalsenter ligger i en møteplass på Bruket



Kilde Lala

1 Innledning og metode

Denne rapporten er en analyse av virkninger av transformasjon av de gamle industrilokalene på Fjellhamar Bruk i Fjellhamar. Virkningene for Lørenskog sentrum, for handelstilbudet i Lørenskog og Lillestrøm skal analyseres.

Underlaget for analysen ligger i vedtatte planer og føringer hos kommune, fylke og stat. Tiltaket fremgår av vedtatt planprogram som analysen skal bygges opp mot.

Analysens oppbygging framgår av kapittel 2, metoden fremgår av kapittel 3, mens de politiske føringene fremkommer av kapittel 4. Videre har vi beskrevet tiltakshavers ambisjoner for området i kapittel 5. I kapittel 6, 7 og 8 er det gjort statistiske analyser som beskriver utvikling og muligheter i kommunen. I kapittel 9 beskrives situasjonen i Fjellhamar, mens vi i kapittel 10 trekker opp hva som skal til for å styrke og utvikle et lokalsenter. I kapittel 11 gir vi en sammenfatning og konklusjon.

2 Oppgaven

I dette kapitlet presenteres underlag og føringer i analysen.

2.1 Innledning

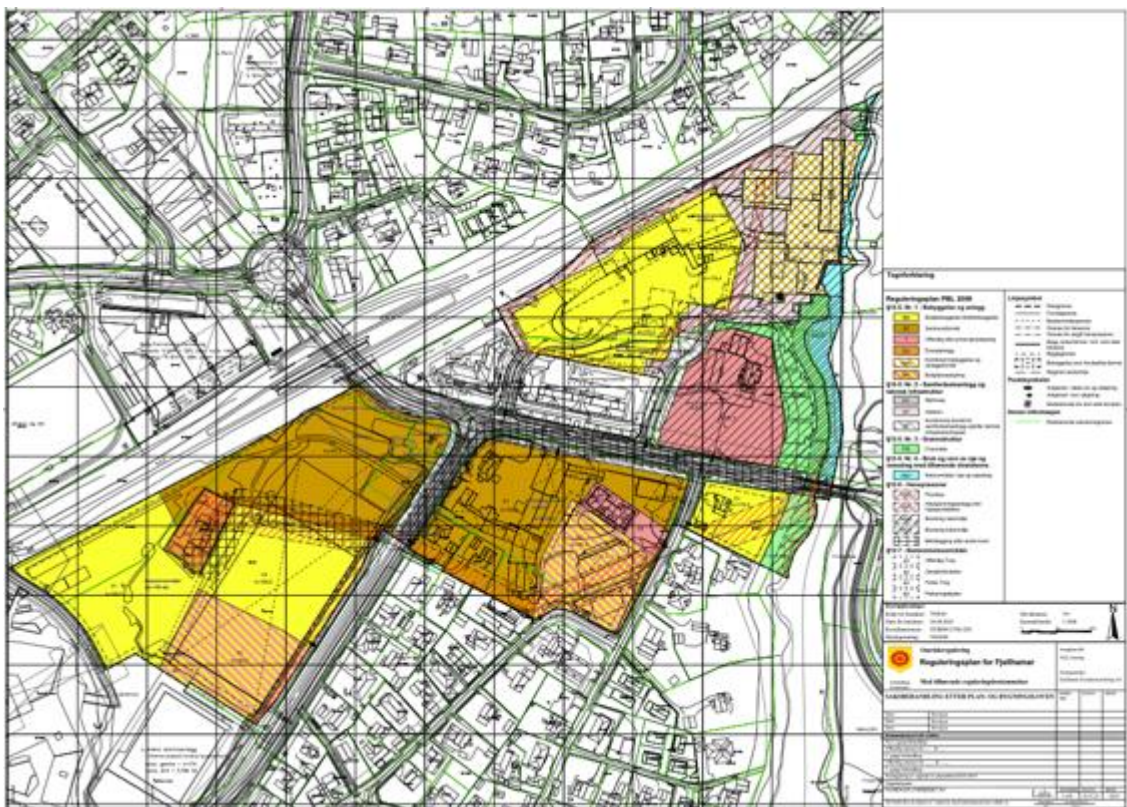
Planprogrammet er førende for analysens innhold og legger grunnlaget for hvilken metode som skal benyttes. Metoder for næring og handel skiller seg fra mange andre metoder i konsekvensutredninger fordi det benyttes en kombinasjon av kvantitative og kvalitative metoder samtidig, herunder trender, forbruk og kvalitet. Områdeavgrensning gjelder tiltaket, men analysen vil sette tiltaket i en regional kontekst. Konsekvensutredninger analyseres etter et sett alternativer der 0-alternativet er dagens situasjon som virkninger av tiltaket måles opp mot.

2.2 Områdeavgrensning

Tiltaksområdet kommer frem av plankartet under, mens utviklingen vil skje etappevis slik som vist i Figur 2.2. Område 1 (øst) transformeres først og denne utbyggingen danner det økonomiske grunnlaget for videreføring av prosjektet i område 3 (vest).

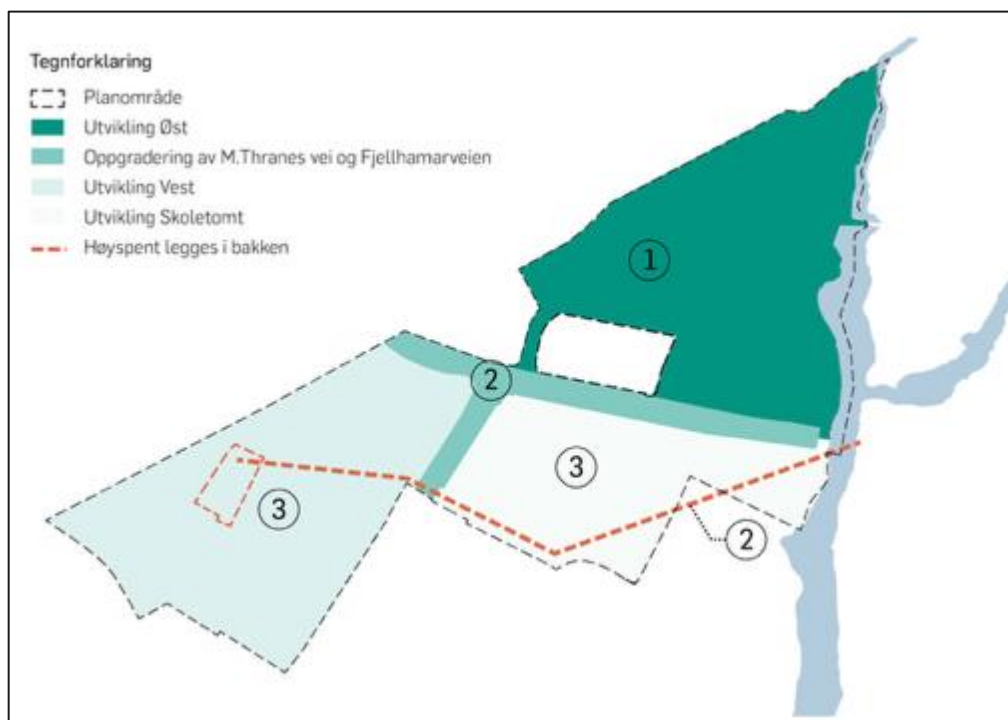
I en analyse av potensialet for handel og næring vil tiltaksområdet vurderes ut fra en analyse av hele Fjellhamar og virkninger for Strømmen og Lørenskog.

Figur 2.1 Plankart



Kilde Solon Eiendom

Figur 2.2 Trinnvis utbygging i tre delområder.



Kilde: Lala

Figur 2.3 Innholdsmessig hovedstruktur Fjellhamar.



Kilde SOLA

2.3 Alternativene

Det er satt opp to ulike utbyggingsalternativer der det ene er et *lavt* og det andre et *høyt* alternativ. (Lala og Solon, 2024)

2.4 Utredningskravet for sentrumsutvikling og handel

Ifølge planprogrammet fra 2014 (Link arkitektur, 2014) skal denne analysen omfatte følgende;

G. SENTRUMSUTVIKLING OG HANDEL
OM UTREDNINGSTEMA Utbyggingsplaner av dette omfanget vil ha stor påvirkning på Fjellhamar som sted, lokalsenter og handel. Det kan også påvirke omland som Strømmen.
KORT OM DAGENS SITUASJON Fjellhamar er i kommunedelplan for handelsvirksomhet, service, senterstruktur, satt av til lokalsenter. I dag er det noe sentrumsfunksjoner som dagligvare, apotek, frisør og bevertningssted langs nordsiden av Fjellhamarveien innenfor planområdet. Det er også noe service og handel på den andre siden av jernbanen og elva. Det antas at de forholdsvis nærliggende kjøpesentrene i regionen blir benyttet til både daglig handel og shopping.
EKSISTERENDE / KJENTE GRUNNLAGSDATA Fylkesdelplan og kommunedelplan for handelsvirksomhet, service, senterstruktur
ANTATTE PROBLEMSTILLINGER Med en så stor økning i befolknings- og kundegrunnlag er det behov og marked for en forsterkning av handels-, service-, bevertningstilbudet innenfor planområdet for å styrke og definere Fjellhamar som et eget sted og lokalsenter. En utvikling av disse funksjonene planlegges etablert langs Fjellhamarveien for å styrke dagens sentrumsakse.
UTREDNINGSMETODE OG UTREDNINGSBEHOV Det skal beskrives og vurderes hvilke konsekvenser tiltaket vil ha for Fjellhamar som sted, for stedets utvikling samt for eksisterende sentrum. Vurderingene skal blant annet inneholde redegjørelser opp mot steds kvalitet, møteplasser og «byliv». Belysing av utbyggingsforslagets visuelle kvaliteter vil bli gjort som beskrevet under tema stedsanalyse og mulighetsstudie med 3D-perspektiver/ fotomontasjer, snitt, sol- og skyggekart etc. Etablering av forretning og sentrumsfunksjoner planlegges innenfor område avsatt til lokalsenter i kommunedelplan for handelsvirksomhet, service, senterstruktur og vurderes å være iht. til overordnet plan. Forretningsareal i planen skal tilpasses Fjellhamars lokalsenterfunksjon. Det skal utarbeides handelsanalyse som skal vurdere hvor mye handel det bør legges til rette for i området. Trinnvis utbygging skal vurderes, herunder organisering av anleggstrafikk i de ulike fasene, for å minimere konsekvensene for naboer i og utenfor planområdet.

Planprogrammet fra 2014 er supplert med et tillegg fra 2024 (Lala og Solon, 2024)

SENTRUMSUTVIKLING OG HANDEL	Eksisterende handels- og servicetilbud både innenfor området og i relevant nærhet må kartlegges. Omfang av forretningsformål skal utredes og tilpasses eksisterende tilbud i området, antall nye boliger og Fjellhamars lokalsenterfunksjon. Undersøke hvordan en utvikling av handel, service og bevertningstilbud innenfor planområdet kan bidra til å styrke dagens sentrumsakse i Fjellhamarveien. Det skal beskrives og vurderes hvilke konsekvenser tiltaket vil ha for Fjellhamar som sted, for stedets utvikling samt for eksisterende sentrum. Vurderingene skal blant annet inneholde redagjerelser opp mot steds kvalitet, møteplasser og byliv. Trinnvis utbygging skal vurderes. Vurdere hvorvidt planen påvirker omkringliggende handelstilbud, slik som Strømmen og kjøpesentrene i Lørenskog.	Beskrivelse og illustrasjoner Handelsanalyse Ansvar for utredningen Forslagsstiller i samarbeid med Lørenskog kommune og med involvering av grunneiere
------------------------------------	---	--

Utredningsalternativet – vurderinger fra tiltakshaver

Med bakgrunn i planprogrammet fra 2014 og endringsvedlegget fra 2024, har tiltakshaver foretatt noen betraktninger knyttet til de to utbyggingsalternativene. Det arbeides derfor etter en todeling av de to alternativene i et A- og B-alternativ for både alternativ 1 og 2.

Nullalternativet:

Selv om store deler av planområdet er regulert til industri, er ikke videreføring av industriformålet vurdert som realistisk, ettersom tidligere industrivirksomheter i området har avviklet eller flyttet sin drift. Nullalternativet innebærer derfor en gradvis transformasjon av området fra industri til annen bruk. Vest- og østfeltet antas fortsatt brukt som lager- og logistikkområde, i tråd med dagens drift og arealbruk. Deler av bebyggelsen på den tidligere skoletomta er midlertidig i bruk som barnehage. Den tidligere skoletomta er regulert til offentlig bebyggelse/undervisning og antas derfor videreført som barnehage/undervisningsformål. Eksisterende eneboliger i Marcus Thranes vei 103 og 103B samt Rikard Nordraaks vei 2 videreføres. Fjellhamar gård forutsettes videreført som barnehage og forsamlingslokale som i dag. Bruket Fjellhamar transformeres videre med tilføring av kontorbedrifter.

Samlet innebærer nullalternativet en videreføring av pågående transformasjon, med overgang fra industri til en blanding av kontor, lager, logistikk, barnehage og bolig. Dette gir en dempet utviklingsretning sammenliknet med et utbyggingsalternativ, men innebærer likevel endringer i arealbruk over tid.

Alternativ 1A:

Formålet med alternativ 1A er å transformere og åpne opp industriområdene ved Fjellhamar jernbanestasjon. Det skal i hovedsak legges til rette for boliger og en videreutvikling av sentrumsfunksjonene på Fjellhamar. Alternativet skal ta hensyn til Fjellhamars status som lokalsenter og være forankret i overordnede føringer.

Området utvikles med byggehøyder i spennet 3–7 etasjer, tilpasset stedets topografi og omgivelser. Bygningsmassen vil variere for å skape urbane kvaliteter og visuell variasjon, samtidig som det tas hensyn til eksisterende bebyggelse og kulturmiljø. Alternativet 1A legger til grunn en

høy arealutnyttelse for å legge til rette for effektiv arealbruk og bærekraftig byutvikling. Samlet utbygging gir en total utnyttelse på ca. 108.000 m² BRA, tilsvarende en områdeutnyttelse på ca. 104%. Planen tilrettelegger hovedsakelig for boligformål, inkl. barnehage, sentrumsformål i sentrumskjernen, eksisterende trafostasjon og kombinerte formål på Bruket Fjellhamar, samt veiformål og nytt friområde langs Fjellhamarelva. Illustrasjonsprosjektet viser en samlet boligkapasitet på ca. 1055 boenheter og gir rom for innslag av næringslokaler som skal styrke lokalsenterfunksjonen i området. Det legges til rette for en variert boligstruktur som dekker ulike behov gjennom livsløpet. Dette inkluderer leiligheter i ulike størrelser og bofellesskapsløsninger, for å fremme sosialt mangfold og fleksibilitet i botilbudet. Kantsonen langs Fjellhamarelva utvides og det etableres et nytt friområde mellom elva og Fjellhamar gård.

Gamle Fjellhamar skole og Fjellhamar gård bevares som del av kulturmiljøet. Tidl. Fjellhamar Bruk (nå Bruket Fjellhamar) transformeres til kombinert bruk med kontor, bevertning, kultur, forsamlingslokale, undervisning og verksted, og fungerer som identitetsbærende element i den nye bystrukturen. Portvakta bevares også. Gjennomføringen av transformasjonen forutsetter samspill med øvrig utnyttelse i området. Eksisterende barnehage ved Fjellhamar gård videreføres.

Alternativ 1B:

Som alternativ 1A, men boliger på felt V2 og/eller S2 erstattes med barnehage. Som følge av utbygging og videreføring av 100 plasser fra midlertidig barnehage på skoletomta, er det behov for en eller to nye barnehager.

Alternativ 2A:

Plangrepet og formål er i all hovedsak likt som alternativ 1A, foruten utvikling av Bruket Fjellhamar, samt lavere byggehøyder og utnyttelse. Bruket transformeres videre med tilføring av kontorbedrifter og får kombinert bruk med kontor, undervisning, verksted, lager og logistikk. Byggehøyder for planområdet er i spennet 3-5 etasjer og det er innslag av rekkehus i alle delområder. Samlet utbygging gir en total utnyttelse på ca. 98.000 m² BRA, tilsvarende en områdeutnyttelse på ca. 94 %.

Alternativ 2B:

Som alternativ 2A, men boliger på felt V2 og/eller S2 erstattes med barnehage. Som følge av utbygging og videreføring av 100 plasser fra midlertidig barnehage på skoletomta, er det behov for en ny barnehage.

3 Om analysen

Denne analysen bygger på overordnede planer (nasjonalt, regionalt og kommunalt) som en generell rammebetingelse. Slike rammebetingelser blir statiske, og man mister tidsdimensjonen ettersom de vedtas for en lenger tidsperiode. Utviklingen går raskt og verken marked eller forbruksendringer fanges opp i offentlige vedtatte planer. Derfor vil oppdaterte fakta om forbruk av varer og tjenester, utvikling i arbeidsplasser og næringsliv, transport og boligpreferanser være faglige tema som sammen med planmessige rammebetingelser utgjør grunnlag for beslutninger. Denne analysen er bygget opp med bruk av dels kvantitativ og dels kvalitativ metode slik at metoden ivaretar et bredere spekter i samfunnsutviklingen enn det som fanges opp i tradisjonelle kvantitative handelsanalysene.

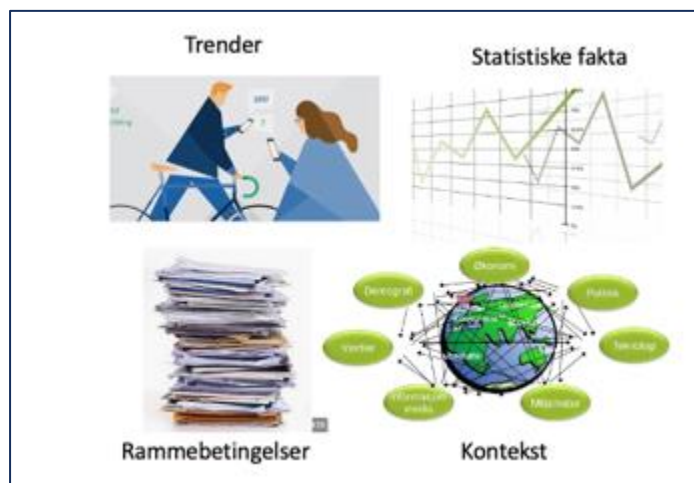
3.1 Handel, service og senterstruktur grunnlag for attraktivitet

Handel og service i form av attraktive møteplasser med ulike funksjoner påvirker bostedsattraktivitet og bostedsvalg. Videre påvirker det næringslivets etableringsvillighet og det påvirker besøksattraktiviteten. Det er godt dokumentert at hyggelige møteplasser og attraktive områder trekker folk og skaper grunnlag for etterspørsel etter varer og tjenester. Handel og service er en viktig miljøskaper som kan bidra til stedets attraktivitet som bosted og næringsetableringer.

3.2 Metodens hovedelementer

Overordnede politiske føringer fra kommune, region/fylke og fra statlig hold er førende i analyser av handel og dens påvirkning på arealbruk, sentrums attraktivitet og transportmønstre. Men problemstillingen er kompleks og det kan være krevende å avlede årsak-virkningsforhold. Mange handelsanalyser har et snevert metodisk utgangspunkt, ofte relatert til handlereiser definert som avstand mellom handelssted og bolig. Men det er flere faktorer som påvirker handel, handleatferd og reisemiddelvalg. Dette krever et bredt metodisk utgangspunkt ved å analysere problemstillingen fra flere synsvinkler. Se figuren under om metodens hovedelementer.

Figur 3.1 Analysens hovedelementer



Kilde Vista Analyse

I denne analysen settes helheten og den stedlige konteksten i fokus, i tillegg til at vi bygger på statistiske fakta og trender. Det eksisterer ingen enkle kvantitative metoder som gir et fullverdig bilde av forbrukeradferd og næringslivets tilrettelegging. Tilbyderne følger markedet og markedet er en konsekvens av den romlige fordelingen av folk, deres inntekt, deres arbeidssted og bosted samt attraktiviteten på handelsstedet. Netthandelen har tatt seg stort opp de senere årene og er en stor trussel for den fysiske butikkhandelen. Det gjelder særlig utvalgsvarer og sportsartikler.

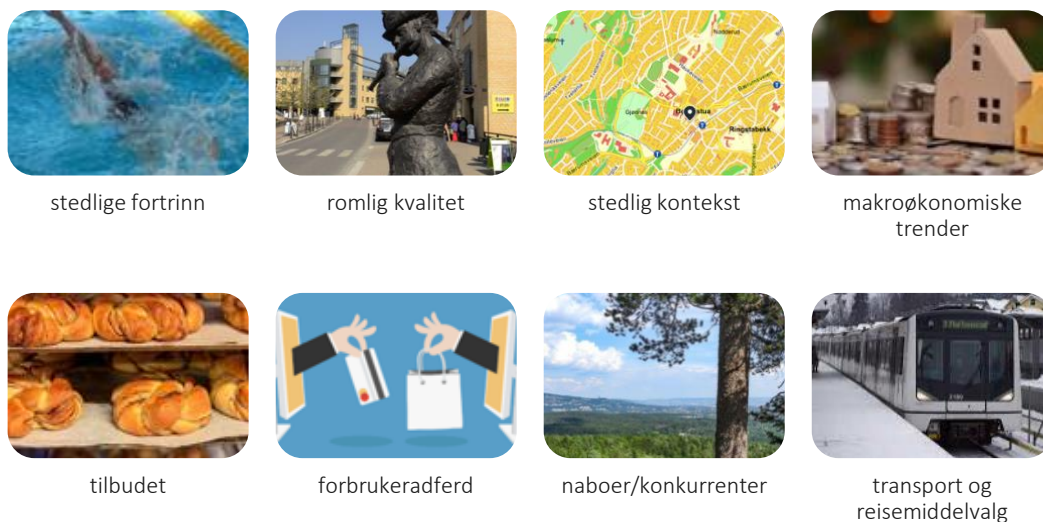
Dokumentanalysen omfatter gjennomgang av eksisterende kommunale og regionale planer i tillegg til ulike analyser og rapporter. Tiltakshavers planer og skisser er analyseunderlag. I tillegg kommer andre rapporter og utredninger.

Trendanalyser er viktig for å forstå hvordan utviklingen skjer og hvordan forbrukere responderer på utviklingstrekkene. Slike trender bygger på både kvalitative og kvantitative variable. Det skjer store forandringer både i varehandel, tjenestekonsum og næringslivets lokaliseringsmønster. Endringen i forbrukernes adferd fra kjøp av varer til kjøp av tjenester er ett slikt eksempel. Bransjeglidingen innen varehandelen er et annet eksempel, og den økende omsetningen via nettet er et tredje eksempel.

Statistiske analyser er sentralt i denne analysen. Presentasjon av ulike utviklingstrekk i varehandel, service og næringsliv er hentet ut fra Vista Analyses statistiske databaser og verktøy som i all hovedsak er statistikk kjøpt inn fra SSB og andre private databaser. Vi supplerer egne databaser med statistikk fra offentlige rapporter og andre utredninger.

Forbrukeradferd og kommersielle muligheter Mens den romlige kvaliteten har betydning for folks trivsel og bruk av byen, har de makroøkonomiske trendene betydning for kjøpekraft og handleatferd. Forbruket vårt påvirkes av boligpriser, skatter, avgifter, men er også påvirket av trender og miljø. Hver by har sitt bysentrum, men tilgjengeligheten varierer og gangavstand mellom tilbudene påvirker kundenes bruk av sentrum. Den stedlige konteksten er viktig. Tilgjengelighet, kvalitet, lokalisering av boliger og arbeidsplasser, transport og tilbud utgjør en helhetlig struktur som samlet gir noen virkninger. Eksempler på faktorer som påvirker forbrukerne i figuren under.

Figur 3.2 Eksempler på faktorer som påvirker forbrukeradferd



Kilde Vista Analyse

3.3 Statistiske databaser

Følgende statistiske databaser benyttes:

VistaVare - varehandelsstatistikk

Vista Analyse har sammenstilt omsetning i varehandelen (SSBs varehandelsstatistikk) fra år 2000 i et Excel-basert verktøy der omsetning etter bransje og varekategori ligger på fylkesnivå, kommunenivå totalt og per innbygger. I verktøyet er det lagt inn prisjustering, forbruksjustering (etter regionale variasjoner i SSBs forbruksstatistikk). Verktøyet gir dokumentasjon på regional variasjon i handelslekkasje og import av kjøpekraft og er godt egnet som empirisk dokumentasjon på sentralitetsnivå, regionale variasjoner, regional interaksjon og regional attraktivitet. Hovedinndelingen vi ofte benytter bygger på ni hovedkategorier varer, men er detaljert helt ned på et femsifret NACE-nivå. Verktøyet inneholder tidsserier som viser utvikling over tid. Den regionale hierarkiske strukturen og interaksjonen mellom kommuner og bydeler fremkommer av disse tallene.

Senter- periferi- databasen

Denne statistiske databasen utviklet Vista i 2018 og viser tidsseriedata for utvikling av omsetning og sysselsetting innen varer og tjenesteyting i og utenfor sentrum i 36 norske byer. Tidsseriedata fra 2008. Databasen gir et underlag for å avdekke om kommuner jobber med sentrumsutvikling i tråd med nye trender og utviklingstrekk der omsetning av tjenester tar over for omsetning av varer. Vi har ikke statistikk for Gran, men resultatene har likevel en overføringsverdi.

Klynge og næringskategoriseringsverktøy (OsAker).

OsAker ble utviklet av Vista Analyse i 2013 og viser sysselsetting med en kategorisering av næringslivet som avklarer regionale variasjoner i arealbruk og lokaliseringspreferanser. Næringsliv og bransjer er gitt etter SSBs standard for næringsgruppering (NACE-koder). Verktøyet

skiller ut kompetansesarbeidsplasser og produksjonsbedrifter samt arealkrevende publikumsintensiv handel og service og viser kommunens stedegne fortrinn.

I tillegg til disse databasene som eies av Vista Analyse benyttes offentlig statistikk fra SSB samt annen tilgjengelig statistikk.

4 Nasjonale og regionale føringer

Nasjonale og regionale føringer vil være retningsgivende for utviklere og i dette kapittelet beskriver vi nærmere hvilke rammebetingelser som påvirker analysen.

4.1 Statlige føringer for varehandel

Staten har hatt bestemmelser for etablering av handel og kjøpesentre siden 1999. Først gjennom rikspolitisk retningslinje (RPR) fra 1999 til 2008 (Miljøverndepartementet, 1999). Deretter gjennom rikspolitisk bestemmelse (RPB) (Miljøverndepartementet (senere KMD), 2008) fram til 2018 og nå gjennom en mer generell statlig planretningslinje for areal og transport. (Kommunal- og moderniseringsdepartementet, 2018).

Når etablering og lokalisering av varehandel generelt og kjøpesentre spesielt nå skal ivaretas av føringer for bolig, areal og transport innebærer det at utviklingen skal vurderes ut fra en helhetlig plan. RPR fra 1999 hadde blant annet definert fire vareslag som unntak fra bestemmelsene, mens RPB fra 2008 hadde fjernet disse vareslagene i unntaksbestemmelsen fordi det erfaringsvis hadde vist seg vanskelig å definere hvilken bransje den økende andelen nye forretningskonsepter skulle defineres som. Enkelte fylker har likevel opprettholdt differensiering etter vareslag, mens andre, for eksempel Grenland, har valgt å styre etter butikkenes arealstørrelse. (Lovdata, 2015)

I stortingsmeldingen *Handelsnæringen – når kunden alltid har nett*, (Nærings- og fiskeridepartementet, 2018) viser departementet til den store betydningen næringen har for sysselsetting og verdiskaping, men viser også til stagnasjon i antall sysselsatte og en bekymring for økt netthandel. I meldingen har departementet som mål å bidra med gode rammebetingelser for handelsnæringen, herunder tilgang til arbeidskraft, politikk, tilgang til gode transportløsninger og tilpasning til nye handelsmønstre.

Departementet peker på at varehandelen har en sentral rolle i et by- og tettstedsutviklingsperspektiv og at det er av stor betydning at handelsnæringen får delta i planprosesser som berører næringen.

«Regjeringen ser betydningen av en velfungerende handelsnæring og ønsker å legge til rette for god omstilling i næringen innenfor bærekraftige rammer. Dette innebærer (utdrag):

- *At næringen kan utvikle og ta i bruk nye forretningsmodeller*
- *At næringen står rustet til å møte konkurransen fra utenlandske aktører*
- *At næringen utvikler bærekraftige forretningsmodeller og at forbrukerne tar miljøvennlige valg.»*

Videre:

- *Være en pådriver for planlegging og utvikling av attraktive sentre med gode rammebetingelser for handelsnæringen*
- *Støtte opp om kommuner, næringsaktører og innbyggere som gjennom forpliktende samarbeid ønsker å ... styrke sentrum som attraktiv etableringsarena for handel.*

Å planlegge for handel har mange implikasjoner og selv om handelsanalyser kan være kortfattet

og konkrete knyttet til handelsomfang og lokalisering, har de politiske prosessene rundt handelsetableringer ofte handlet om byutvikling generelt og reisemiddelvalg spesielt.

4.2 Regional plan for handel, service og senterstruktur

Regional plan for handel, service og senterstruktur i Akershus ble vedtatt 17.12.18 (Akershus fylkeskommune, 2018). Denne gjelder fram til ny regional plan er vedtatt.

Målet i regional plan for Akershus er å motvirke bilavhengighet og sørge for god tilgjengelighet for de uten bil i tillegg til å styrke by- og tettstedssentrene for å unngå byspredning. Det skal legges til rette for at sterke og mangfoldige handels- og servicebedrifter skal lokaliseres etter en planlagt senterstruktur i sentrumsområder og mot kollektivknutepunkt. Et samspill mellom næringsliv, kultursektoren og miljø- og bevaringsinteresser skal bidra til å skape attraktive, opplevelserike og relevante handels- og servicemiljø i sentrumsområdene. Det er satt følgende krav til handelsanalyser:

5.2.6 Krav om handelsanalyse

Kommuneplaner, eventuelt kommunedelplaner eller områderegulering, må dimensjonere ramme for areal brukt til handelsvirksomhet i henhold til planens senterstruktur (jfr. pkt 5.2.1). Dette gjelder alle virksomheter, også på områder avsatt til plasskrevende varegrupper utenfor senterstrukturen.

Dimensjonering skal baseres på en handelsanalyse tilpasset et regionalt handelsomland. Virksomhetsetableringer eller –utvidelser med samlet areal under 3000 m² BRA utløser ikke krav om handelsanalyse. Arealkravet omfatter summen av eksisterende og evt. nytt areal.

I de tilfellene der det kreves konsekvensutredning i henhold til plan- og bygningslovens §14 om konsekvensutredninger, kan handelsanalysen inngå i denne.

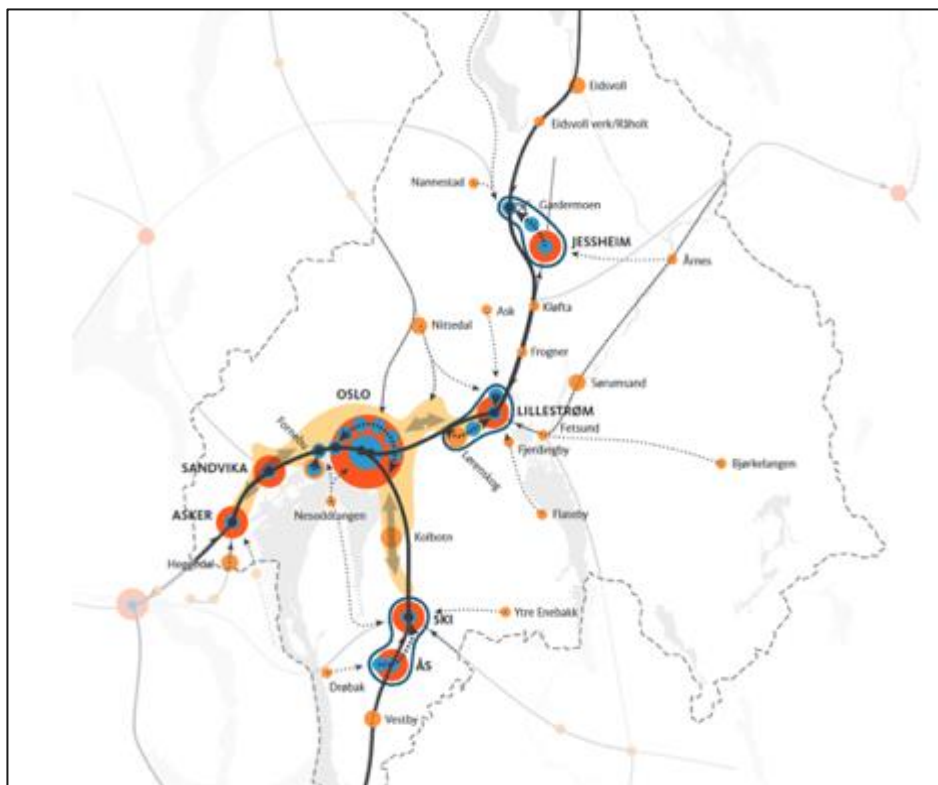
En handelsanalyse skal synliggjøre de lokale og eventuelt regionale behovene (målt etter forbruk) og hvilke konsekvenser tiltaket vil kunne få for handelen i sentrumsområder eller andre handelssteder slik de er definert av kommunen. Handelsanalyser skal ha en form og et innhold som gjør dem anvendbare for beslutningstakerne.

4.3 Regional plan for areal og transport

Det er pekt ut seks fremtidige byer i en flerkjernet utvikling av Osloregionen (Plansamarbeidet Oslo Akershus, 2015). Hovedintensjonen med areal- og transportplanen er å stimulere til mer konsentrasjon og mindre spredt vekst. Målet for planen er levende byer med god bokvalitet, sterkere prioritering av både vekst og vern og økning av veksten i kollektivtransporten. I planen legges føringer for regional helhet der Oslo by skal videreutvikles som regionalt knutepunkt for transport og med tyngdepunkt for næringsutvikling. Byutviklingen videreføres «innenfra og ut», heter det i planen. Videre skal *regionale byer* ta en høy andel av veksten og få en sterkere rolle i regionen. Større arbeidsintensive virksomheter må være tilgjengelige med kollektivtransport fra hele regionen og disse skal legges til sentrumsområder og i utpekte områder nær kollektivnettet.

Fjellhamar inngår i bybåndet mellom Lillestrøm og Lørenskog og inngår i et område der det skal planlegges for fortetting og byutvikling.

Figur 4.1 Prioriterte vekstområder i Oslo-Akershus. Røde ringer = satsingsområder for byutvikling; Lillestrøm, Jessheim, Ås, Ski, Asker, Sandvika.



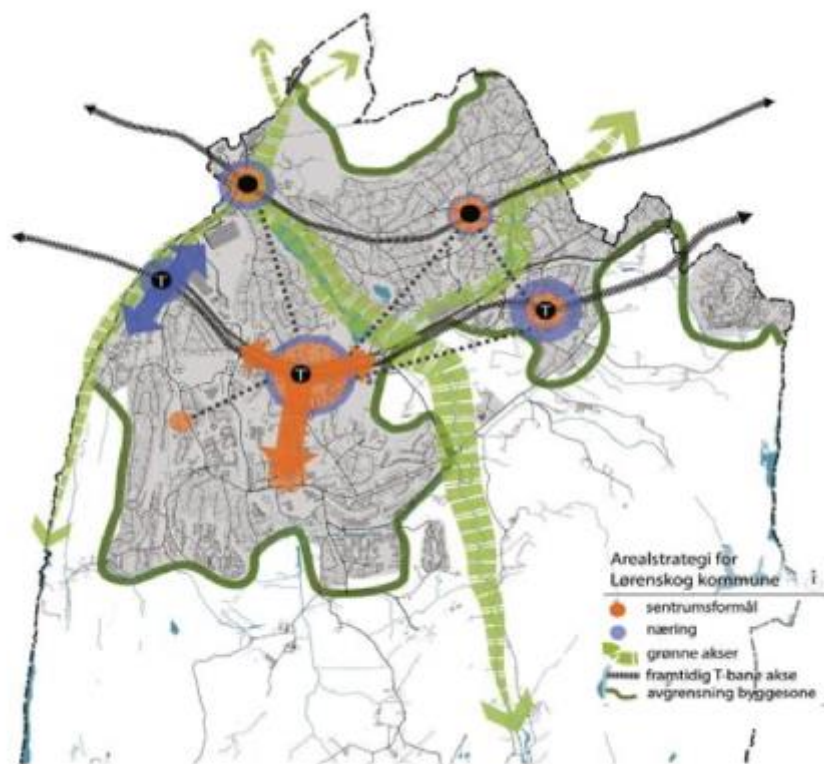
Kilde Plansamarbeidet Oslo Akershus

4.4 Kommunale føringer

Fjellhamar er i dag et lokalsenter med jernbanestasjon og har vært det historiske kommunesenteret i Lørenskog. Det har og vært et historisk industriknutepunkt som har kulturhistorisk verdi.

Gjeldende arealplan ble vedtatt i 2023 (Lørenskog kommune, 2023c). I arealstrategien til arealplanen følges prinsippene om knutepunktsutvikling. De fem knutepunktene som utviklingsområder er Lørenskog sentrum, Lørenskog stasjonsområde, Fjellhamar, Visperud og AHus/Nordbyhagen.

Figur 4.2 Arealstrategi fra gjeldende kommuneplan



Kilde Lørenskog kommune

Fjellhamar inngår som et av fem utviklingsområder og er definert som lokalsenter som skal tilby varer og tjenester til beboere i Fjellhamar. Kommunens retningslinjer for Fjellhamar lokalsenter er som følger:

35.4 Fjellhamar

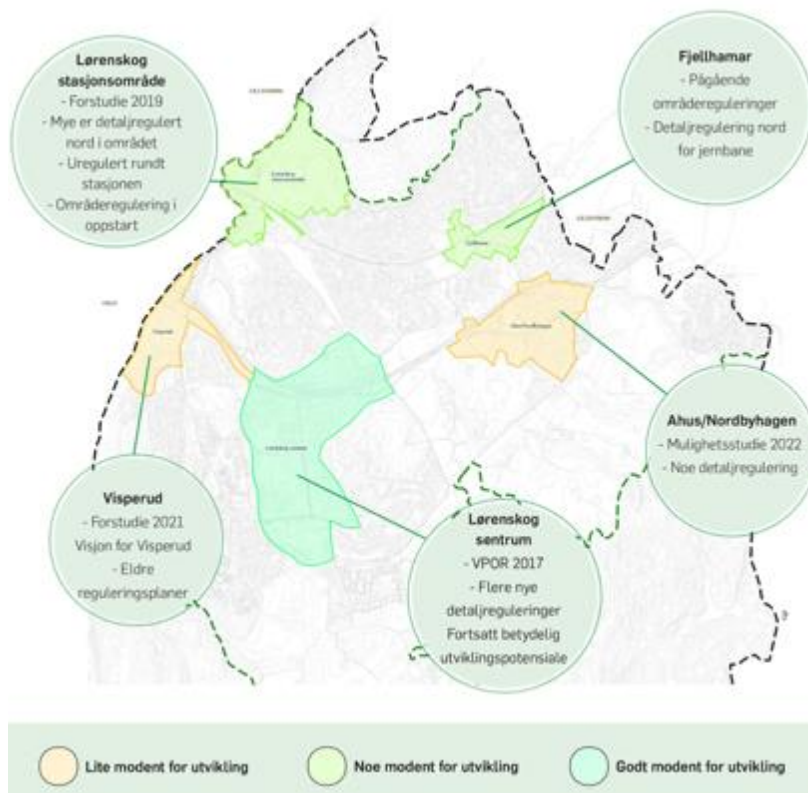
Fjellhamar skal videreutvikles som et lokalsenter i tilknytning til Fjellhamar stasjon. Fjellhamar har en sentral kulturhistorisk betydning for hele kommunen. Verneverdige kulturminner og kulturmiljø bør derfor sikres og tas i bruk som en integrert del av stedet. Det innebærer at vern, gjenbruk og fortetting bør skje på kulturminnenes premisser. Det bør utredes hvorvidt Fjellhamar kan få et styrket kulturtilbud med utgangspunkt i den gamle industribebyggelsen på Fjellhamar bruk.

Det bør legges til rette for et lokalt handels- og servicetilbud for lokalbefolkningen. I forbindelse med gjenbruk av eksisterende bygningsmasse kan det åpnes for kulturtilbud av mer regional karakter.

Fjellhamarelva bør framheves som en viktig kvalitet i området. Elvebredden bør ivaretas som en sammenhengende grønnkorridor for naturmangfold og overvannshåndtering, men kan stedvis gjøres allment tilgjengelig og opparbeides parkmessig.

Arbeidet med områdereguleringer for Fjellhamar skal ferdigstilles. Videre utvikling bør ha hovedfokus på å styrke og bygge opp lokalsenteret samt ivareta og styrke kulturmiljø og områdets identitet og særpreg.

Figur 4.3 De fem utviklingsområdene har ulik modenhet med tanke på hva som kreves av planavklaringer.



Kilde: Lørenskog kommune

Det foregår to områdereguleringer på Fjellhamar som skal vise veien videre for dette området.

Planstrategien ble vedtatt i 2024 og varer for perioden 2024 til 2028 (Lørenskog kommune, 2024).

Planstrategien beskriver visjon og satsingsområder for kommunen fremover. I visjonen ligger grønn, mangfoldig og trygg som sentrale mål. Bokvalitet er et av satsingsområdene. Strategien harmonerer med Regional plan for areal og transport.

Det pågår for tiden en begrenset revisjon av kommuneplanens arealdel, og kommunen fastsatte et planprogram for revisjon av kommuneplanens arealdel i mars 2025 (Lørenskog kommune, 2024). Her vil det utarbeides et arealregnskap. Og det legges vekt på å videreføre arbeidet i de fem utviklingsområdene.

5 Prosjekteiers ambisjoner

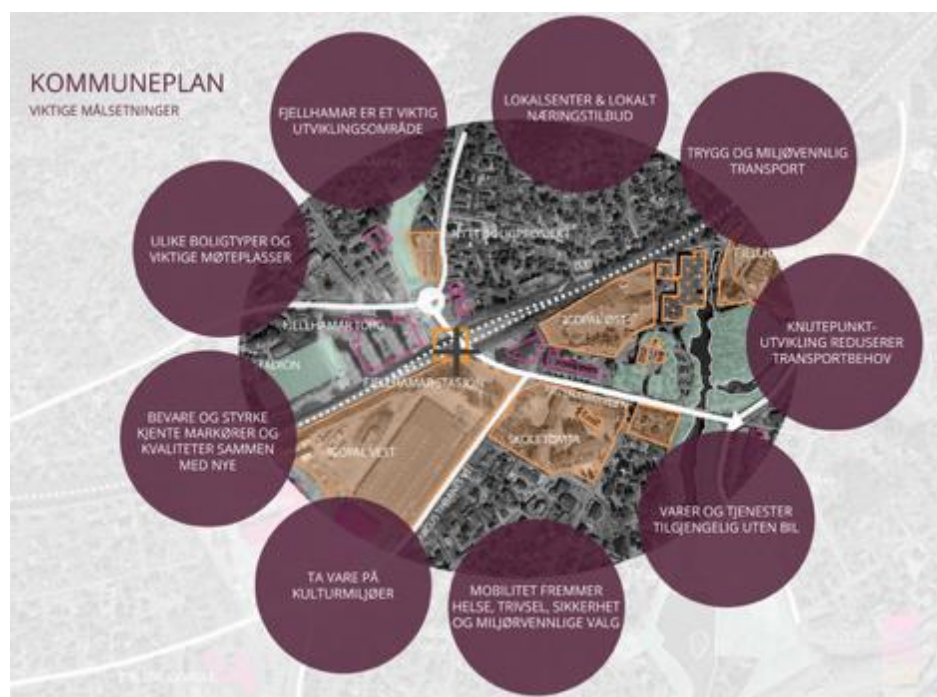
Fjellhamar Bruk har lange tradisjoner i Lørenskog og utviklingsselskapet legger i samarbeid med Lørenskog kommune som også er grunneier på Fjellhamar, til rette for transformasjon av industriområdet. Planforslaget fremmes som en kommunal områderegulering utarbeidet av private investorer og eiere.

Tiltakshaver områderegulerer Fjellhamar sentrum med mål om å utvikle et attraktivt lokalsenter med god tilgjengelighet til tog. Utviklingen vil pågå over flere tiår, noe som krever noen prioriteringer og strategiske valg. Analysen dokumenterer behovet for handel og service i nye Fjellhamar sentrum, som et supplement til det øvrige tilbudet i Lørenskog kommune, Strømmen og regionsenteret Lillestrøm.

Fjellhamar er det historiske industriknutepunktet i Lørenskog kommune, og var tidligere kommunesenter. Fjellhamar stasjon er en viktig stasjon i Lørenskog med anslagsvis 400.000 reiser til og fra stasjonen gjennom året. En av utfordringene til Lørenskog er at kommunesentrum ikke har umiddelbar tilgang til bane. I et fremtidig perspektiv forventes bane å bli sentralt som kollektivt transportmiddel. En fortetting på Fjellhamar er i tråd med plansamarbeidets mål om et arealeffektivt utbyggingsmønster og styrket utvikling i knutepunktene rundt Oslo nedfelt i Regional plan for areal og transport. Fylkeskommunen peker også på at fortetting er i tråd med de regionale målene om reduserte klimagassutslipp ved at veksten i persontransport tas med kollektiv, gange og sykkel. (Akershus fylkeskommune og Oslo kommune, 2015).

Tiltakshaver arbeider med utgangspunkt i føringene i kommuneplanen. Nedfelt på Fjellhamar vil disse være som vist i figuren under.

Figur 5.1 Målsettinger i kommuneplan med relevans for Fjellhamar



Kilde Solon/Lala

Figur 5.2 Mål for tiltaket



Kilde Solon/Lala

Mål om boligutbygging

For tiltakshaver ligger det økonomiske potensialet i utbygging av boliger, mens ombruk av gammel bygningsmasse (Bruket) normalt har et svakt kommersielt potensial, kanskje også innhold som vil gå med tap.

Figur 5.3 Planforslaget.



Kilde SO LA

Mål om kulturproduksjon

Mange tidligere industrilokaler rundt Oslo arbeider for utvikling av kulturtilbud. Noen lager TV-program, mens andre forsøker å bygge opp mot kulturformidling.

Figur 5.4 Eksempel på kulturarrangement på Bruket



5.1 Problemstilling

Analysen omhandler problemstillinger knyttet til behovet for næringsareal, herunder handel og tjenesteyting og service. Analysen omhandler særlig kommersielle tilbud og i mindre grad behov for fellesareal av ulike slag.

Analysen omhandler spesifikk situasjon ved Fjellhamar, med vekt på utvikling av et lokalsenter. Tog er fremtidens transportmiddel og blir særlig viktig når det innføres stadig flere restriksjoner på bilbruk. Utredningsområdet er en del av Lørenskog kommune og er også del i Nedre Romerike med regionsenter i Lillestrøm. Analysen legger til grunn at tilbudene ikke skal bidra til redusert omsetning i kommunesentrum. Det skal kun tilrettelegges for lokal etterspørsel for varer som er nødvendige i hverdagen slik det er nedfelt i at Fjellhamar er et lokalsenter.

Tiltaket omhandler en transformasjon av et industriområde til bolig, lokalsenter og eventuelt næring/administrasjon. Eksisterende sentrum spenner langs en akse på flere hundre meter – mer eller mindre tydelig. Dagens handelstilbud knytter seg hovedsakelig til dagligvarer og tjenesteyting. Store kjøpesentre ligger i umiddelbar nærhet ved Triaden og i Skedsmo (Lillestrøm/Triaden og Strømmen Storsenter/Skedsmo) samt i Oslo. Kommunesenteret og kommuneadministrasjon er lokalisert andre steder i kommunen, noe også kommunens største arbeidsplass (A hus) er. Området preges av boliger foruten industriområdet som skal transformeres. Sentralt i planene inngår en betydelig boligutbygging. Det er et mål å utvikle et attraktivt lokalsenter med funksjoner som kan styrke områdets attraktivitet. Dette tilbudet skal være stedstilpasset og det er viktig å rette oppmerksomhet mot konkurranseflater til øvrig handelstilbud lokalt og regionalt.

Figur 5.5 Illustrasjonsplan planområdet



Kilde SOLA

Tiltaket planlegges med relativt store høyder mot stasjonsområdet, urban struktur, gode sirkulasjonsakser for gang og sykkel samt en god tilknytning til grønne strukturer. Se skissene over.

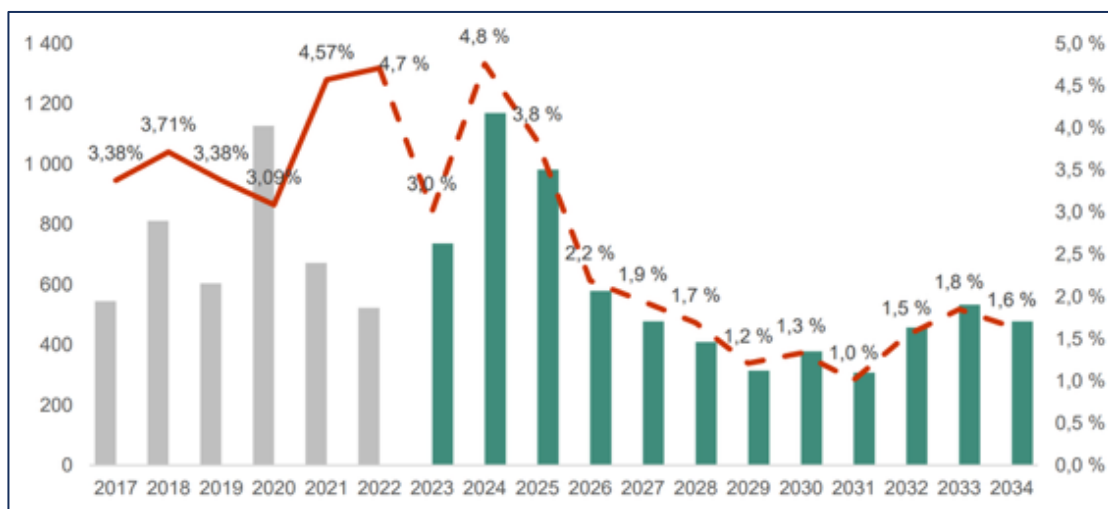
6 En kommune i vekst

I dette kapitlet viser vi ulike utviklingstrekk ved Lørenskog kommune og sammenholder med andre kommuner i regionen.

6.1 Lørenskog kommunes befolkningsprognose og flyttemønster

Kommunens befolkningsprognose fra 2022 er beskrevet i «Økonomiplan 2024-2027 Perspektivmeldingen» under kapittel 4 om «Demografiutvikling og boligbygging», og gjengitt her i Figur 6.1.

Figur 6.1 Befolkningsprognose for Lørenskog kommune, 2022



Kilde: Lørenskog Kommune, Økonomiplan 2024-2027 Perspektivmeldingen, 2023 s. 14

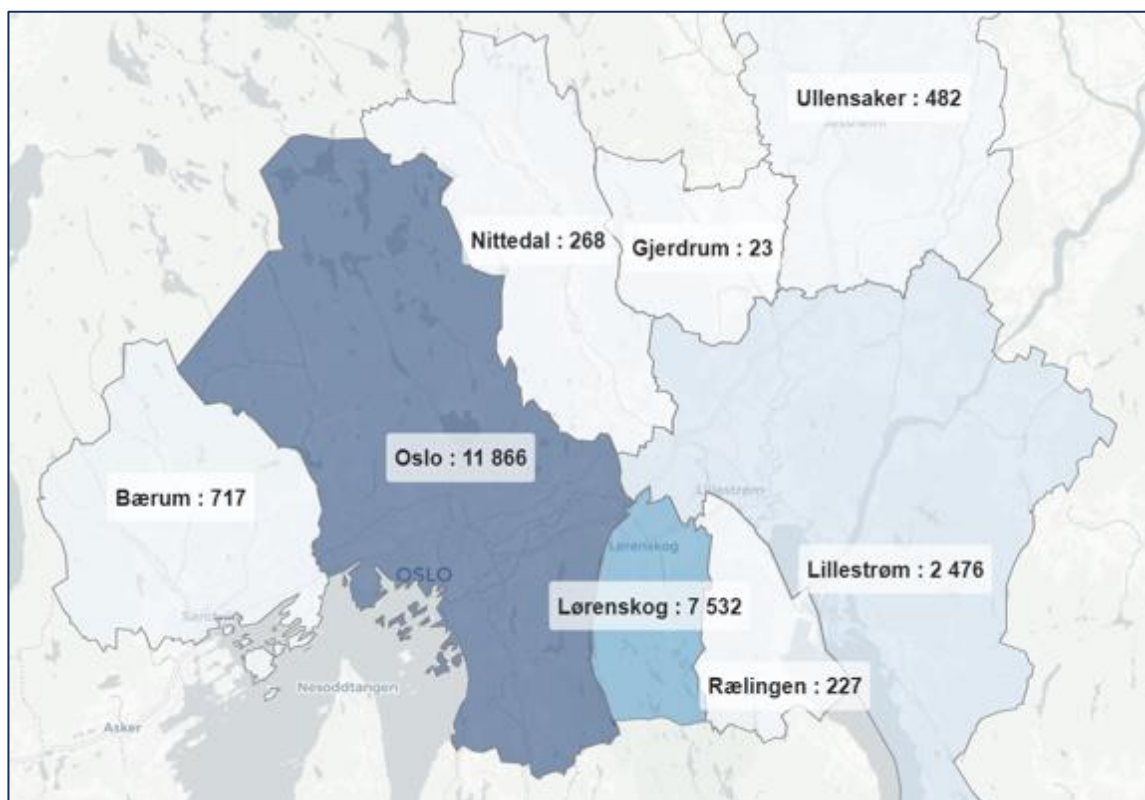
Lørenskog kommune opplevde en svært høy befolkningsvekst i 2022 (4,7 pst.). Veksten var nesten dobbelt så stor som prognosen (2,6 pst.). Kommunen påpeker at antallet nye innbyggere per nye boenhet var dobbelt så høyt (4 pst.) i 2022, som normalen har vært i årene forut (rundt 2 pst.). Lørenskog kommune har særlig to hypoteser for hva den høye veksten kan skyldes (2023a):

- Høy prisvekst på bokostnader (rente, strøm, og annen prisvekst) kan ha ført til at flere velger å leie ut deler av boligen.
- Folk velger å bo trangere enn tidligere (f.eks. på grunn av samme årsak som ovenfor, eller tilstrømmingen av flyktninger).
- I økonomiplanen konkluderes det med at «alt tyder på at Lørenskog vil fortsette å tiltrekke seg nye innbyggere, særlig unge i etablererfasen og barnefamilier. Dette er tydelig i områder med høy boligutvikling, men trenden er også den samme i godt etablerte boligområder. Kommunen har hatt økende fødselsoverskudd de siste 10 årene» (Lørenskog kommune, 2023a).

6.2 Oslo er et viktig arbeidsmarked

Oslo er det desidert største arbeidskommunen for innbyggere i Lørenskog, med nesten 12 000 personer som pendler til hovedstaden. Andelen som pendler til Oslo, har økt med 2 prosent de siste 10 årene (siden 2014). En betydelig andel av Lørenskogs befolkning arbeider også i egen kommune, mens mange pendler til nabokommunen Lillestrøm. Det er også noen som pendler til andre omkringliggende kommuner, med mindre arbeidsmarkeder.

Figur 6.2 Pendlere fra Lørenskog til andre kommuner, 2023¹.

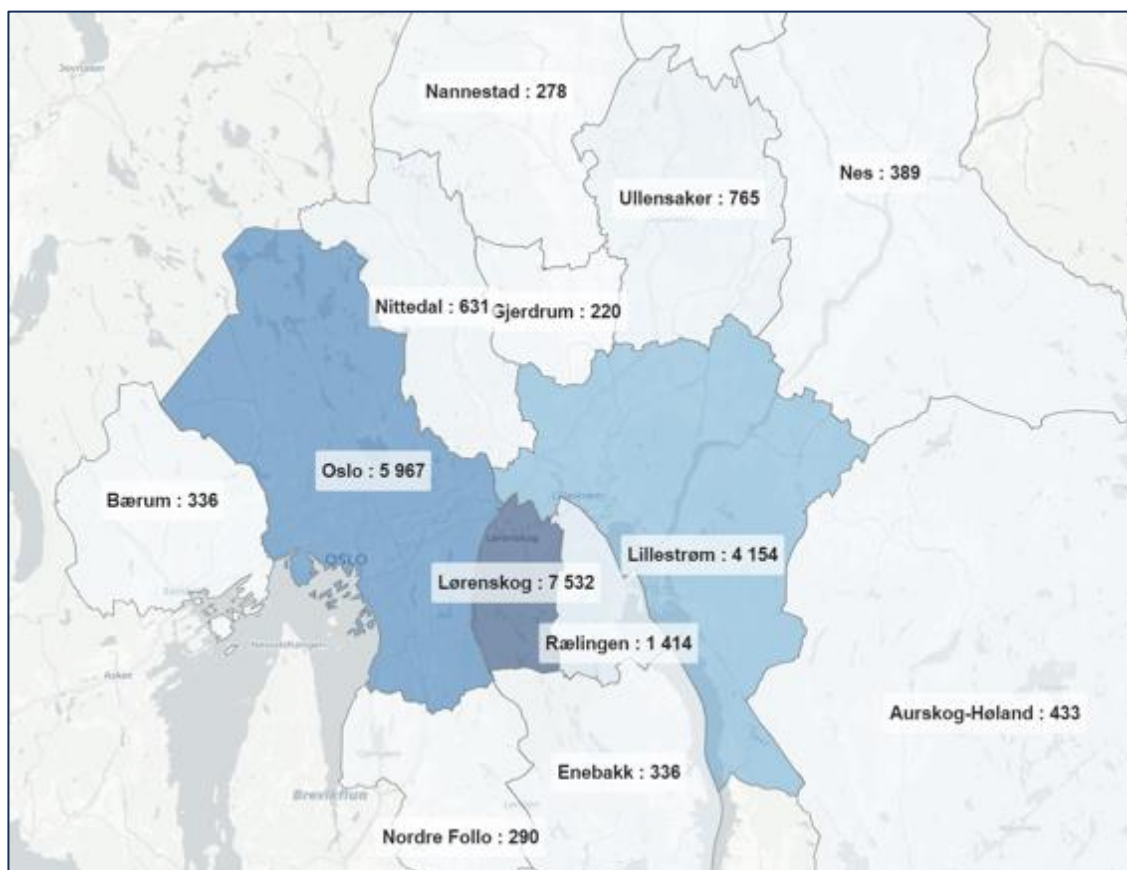


Kilde: SSB/Vista Analyse

En betydelig andel av de med arbeidsplass i Lørenskog pendler fra Oslo og Lillestrøm. Det er også en del innpendling fra Rælingen kommune.

¹ Tall for Lørenskog viser antall som har både bosted og arbeidssted i Lørenskog kommune.

Figur 6.3 Antall som pendler til Lørenskog fra andre kommuner, 2023.



Kilde: SSB/Vista Analyse

7 Næringslivet i Lørenskog

I dette kapitlet trekker vi opp de store linjene i utvikling av arbeidsmarked og forhold som påvirker arbeidsmarked og næringsutvikling. Lørenskog kommune representerer noe av landets mest attraktive boligmarked, men et relativt svakt arbeidsmarked. I dette kapitlet viser vi noen hovedtall knyttet til boligmarked og arbeidsmarked.

7.1 Næringsliv og arbeidsplasser

Lørenskog har 25 000 arbeidsplasser og en sysselsettingsandel på 71 prosent, men med en høy andel innpendling (71 prosent). Arbeidsplasser innen areal- og transportkrevende virksomhet utgjør 55 prosent mens offentlig sektor utgjør 45 prosent av arbeidsplassene. Blant de største er A-Hus, Bertel O Steen, Coca Cola, og Posten Bring. (Lørenskog kommune, 2024)

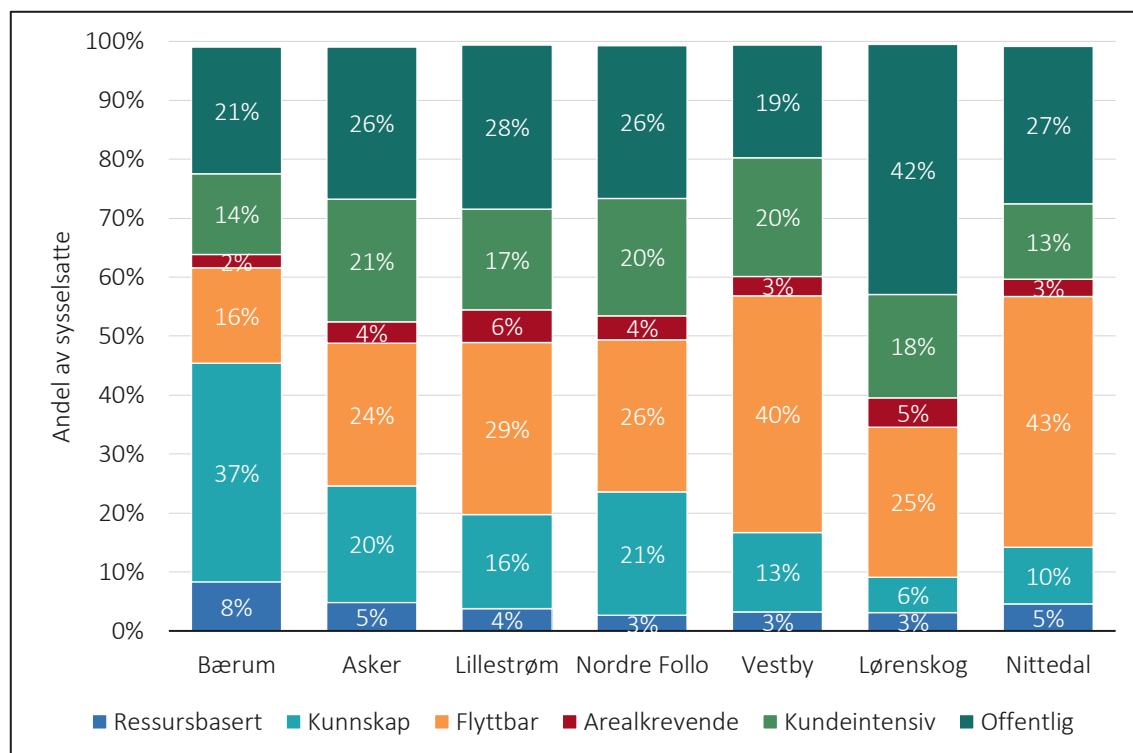
7.2 Sykehus og arealkrevende virksomheter preger bildet

De fleste kommuner har et eller flere komparative fortrinn som de over tid har bygget opp sitt næringsliv etter og det etableres egne mønstre for hvordan næringslivet lokaliserer seg. En kommune med mye areal som ikke er dyrkbart, har et fortrinn for arealkrevende virksomheter. Det åpner for arealkrevende handel, men også for lager, logistikk og produksjon. Denne siste kategorien presses over tid ut av byenes sentrum etter hvert som arealprisene i byen øker og arealene transformeres til boliger og infrastruktur. De søker ut mot rimeligere areal langs hovedveinettet. Presset øker derfor i de store byenes randsoner. Dette gir randsonekommuner rundt storbyene et komparativt fortrinn samtidig er det en utfordring å utnytte tilgjengelig areal effektivt.

Figuren under viser sammensetningen i næringslivet etter andel sysselsatte i ulike næringer etter arealbruk. Kommuner med høy andel sysselsatte i kontorbedrifter har gjerne disse lokalisert i sentrum tett på de kollektive knutepunktene, mens bedrifter som er i bevegelse søker rimelig areal ved transportårene (flyttbare bedrifter). Denne ulikheten preger arealbruken og byutviklingen. Samtidig er det viktig å utnytte de fortrinn som er utviklet i hver enkelt kommune.

Lørenskog har en høy andel offentlig sysselsatte som følge av AHus. Bortsett fra disse er det en høy andel sysselsatte i kundeintensiv og arealkrevende varehandel og tjenesteyting. Disse næringene utgjør 23 prosent av arbeidsplassene i kommunen. De er med andre ord viktige arbeidsplasser.

Figur 7.1 Næringsliv etter arealbruk. Inndelt etter seks arealbrukskategorier. Ansatte etter prosentvis andel. Fra databasen OsAker 2024.



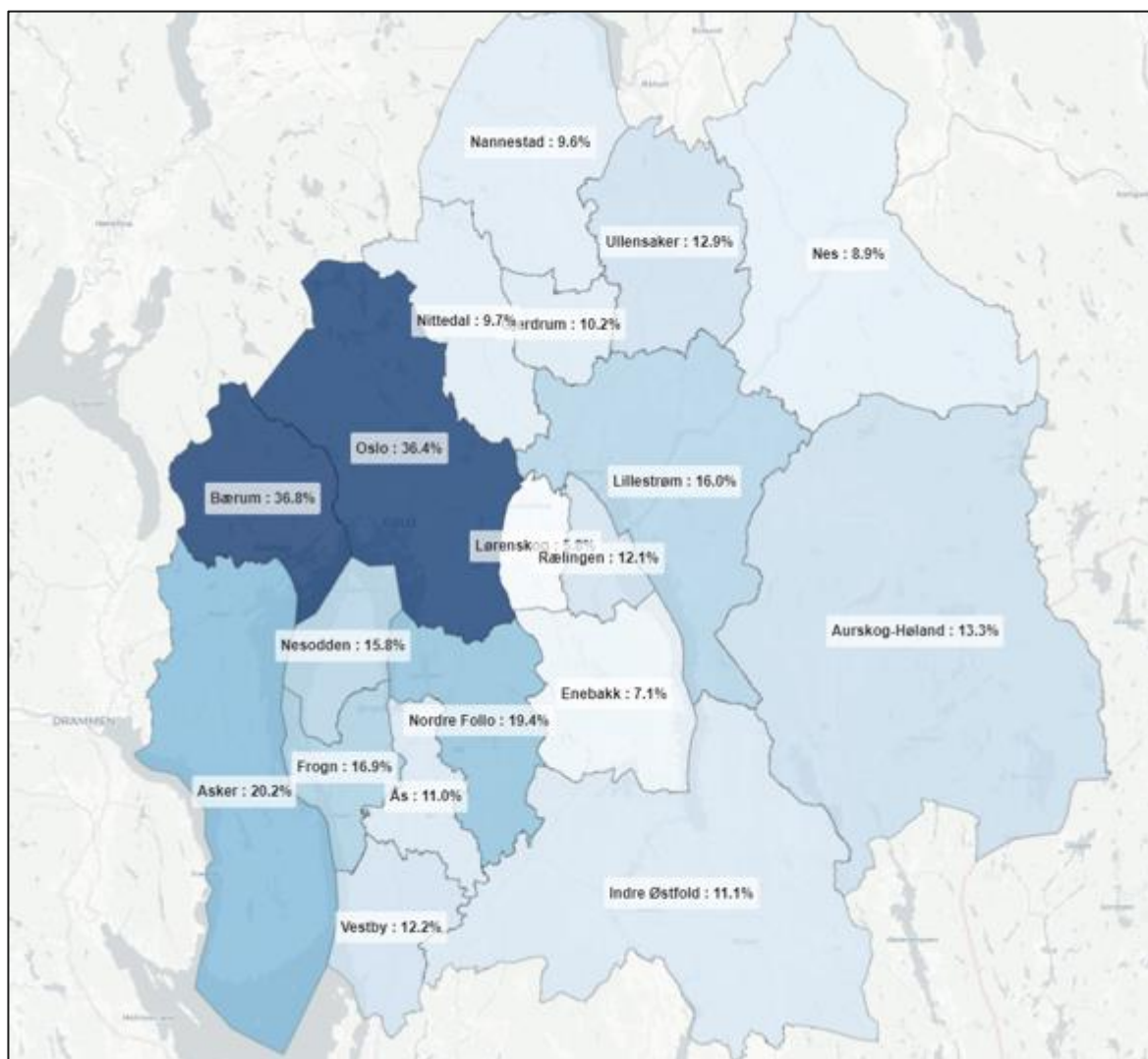
Kilde SSB/Vista Analyse.

Mål om kunnskapsbedrifter

Lørenskog kommune har et mål om å øke andelen kunnskapsarbeidsplasser. Det er en krevende strategi. Kommunen har en andel på 6,8 prosent kunnskapsarbeidsplasser, har Oslo 36 prosent og Bærum 37. De fleste kompetansevirksomheter søker mot Oslo. Samtidig gir arbeidsmarkedet for kompetansearbeidsplasser et viktig potensial for unge etablerere med høy kompetanse i boligmarkedet i Lørenskog.

- *Utbygging og utvikling av kontorbygg vil være krevende i Lørenskog generelt og i Fjellhamar spesielt fordi det mangler en etablert klynge som det kan bygges videre på.*

Figur 7.2 Andel ansatte i kunnskapsbedrifter. 2023.



Kilde Vista Analyse/SSB

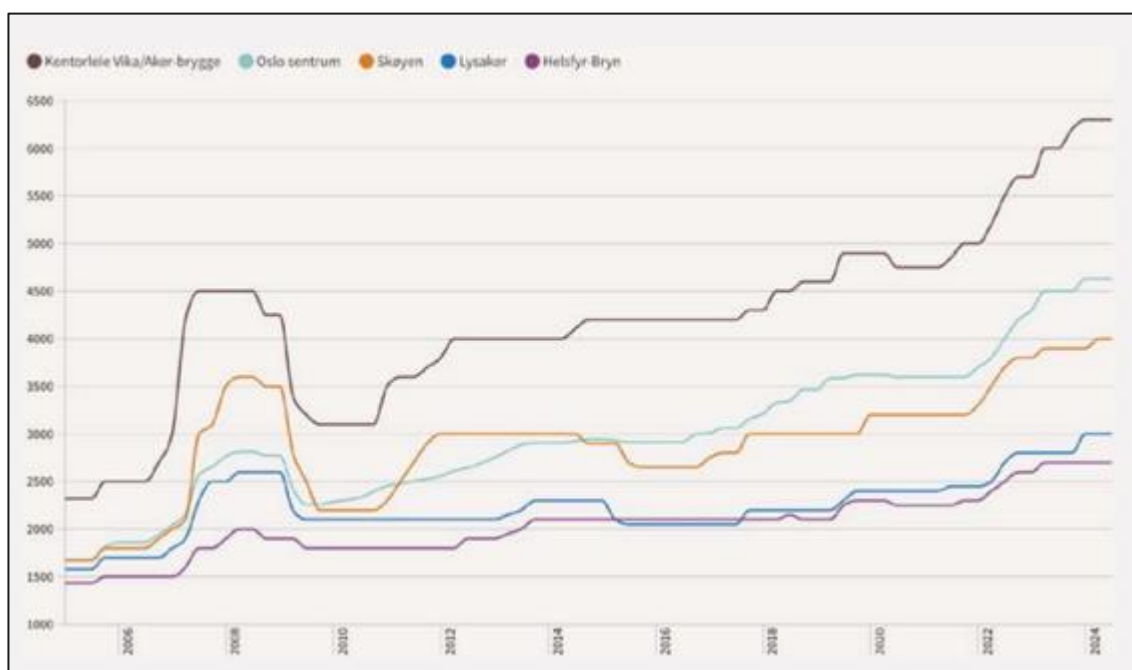
Kunnskapsklyngene ligger i Oslo – ikke i randsonen

I dette avsnittet ser vi nærmere på mulighetene Lørenskog har for å trekke til seg innovasjons- og kompetansebedrifter. I figurene under har vi hentet tall fra Akershus Eiendoms markedsrapport for Oslo. (Akershus Eiendom, 2024). Den viser at det er Aker Brygge og Oslo sentrum som i dag har de høyeste leieprisene (over 6 000 kr pr kvm) og dette området utgjør en svært stor andel av det totale kontorarealet i Oslo. Prisene avtar betydelig jo lenger øst man kommer. På Helsfyr/Bryn er prisen nede på 2 500.

Lokaler utenfor Oslo ligger normalt på under 2 000 kr per kvadratmeter. Dette indikerer lav etterspørsel. Årsaken er nettopp ønske om samlokalisering og klyngedannelser.

- ✓ *En utfordring ligger i at når leieprisene faller ned mot 1 500 når man en grense for hva som er akseptabelt i nybygg.*

Figur 7.3 Leieprisutvikling for kontorlokaler av høy standard, NOK per kvm

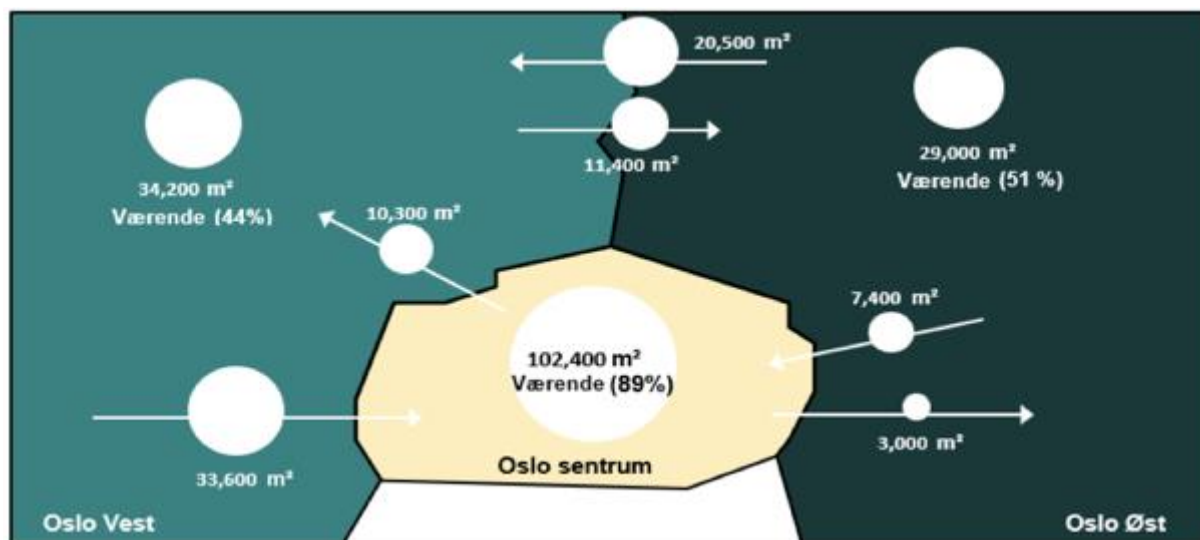


Kilde Akershus Eiendom 2024

Figuren under viser at det er kontorklynger i Oslos sentrum og ytre sone, men med unntak av langs vestkorridoren der kompetanseklyngen strekker seg helt til Drammen/Kongsberg, så avtar omfanget av og størrelsen på slike klynger desto lenger ut fra Oslo sentrum man kommer.

✓ Lillestrøm har en begrenset attraktivitet for kontor- og kunnskapsklynger

Figur 7.4 Flyttemønster kontorer i Oslo, 2023.



Kilde Akershus Eiendom

✓ Utvikling av kunnskapsklynger i Lørenskog er svært utfordrende

Mange små og mellomstore byer har satt mål om å utvikle kunnskapsklynger. Men det har vist seg å være utfordrende. De store kunnskapsbedriftene etablerer seg i sentrum av de aller største byene og er vanskelig å flytte ut. Så ser vi at mange kommuner arbeider for å tiltrekke seg

utdanningsinstitusjoner eller andre offentlige etater/virksomheter. Det er heller ikke like enkelt. De viktigste kunnskapsbedriftene for mindre byer, er tjenesteyting rettet mot husholdningsmarkedet. Det gir et begrenset omfang.

7.3 Høy attraktivitet for lager og logistikk

I figuren under viser Akershus Eiendom leieprisene på arealer innen logistikk. Her ser vi at betalingsvilligheten er høyere enn langs vestkorridoren, mens den likner mye på prisene langs sørkorridoren.

- ✓ *Logistikk og annen arealkrevende virksomhet er et strategisk fortrinn for Lørenskog kommune*

Figur 7.5 Leiepriser logistikk

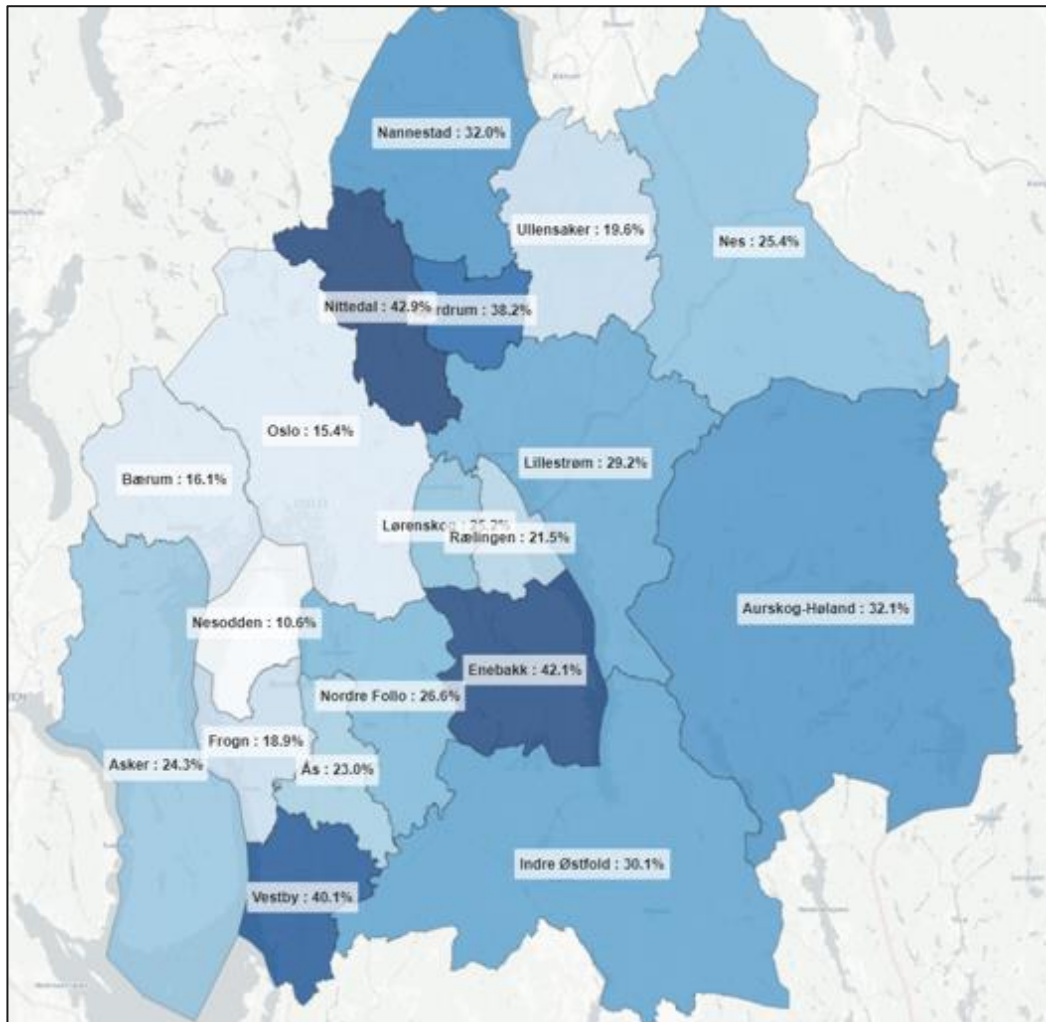


Kilde Akershus Eiendom, 2024

I figuren under har vi hentet ut tall for det vi har definert som «flyttbar produksjon» i Osloregionen. Lillestrøm har 29 prosent av sine sysselsatte i denne kategorien, og Lørenskog har 25 prosent, mot Oslo 15 prosent. Dette er arealkrevende virksomheter som både har et eksternt og/eller et lokalt marked. Nittedal, med sine store industribedrifter nær grensen til Oslo, har hele 42 prosent av arbeidsplassene sine innen denne kategorien.

- ✓ Dette er virksomheter der Lørenskog har en god markedsmessig posisjon, både mange arbeidsplasser og gode leiepriser.
- ✓ Likevel er dette virksomheter som ikke er satt opp som et satsingsområde i næringsstrategien.

Figur 7.6 Andel sysselsatte innen flyttbar produksjon. 2023.



Kilde: SSB/Vista Analyse

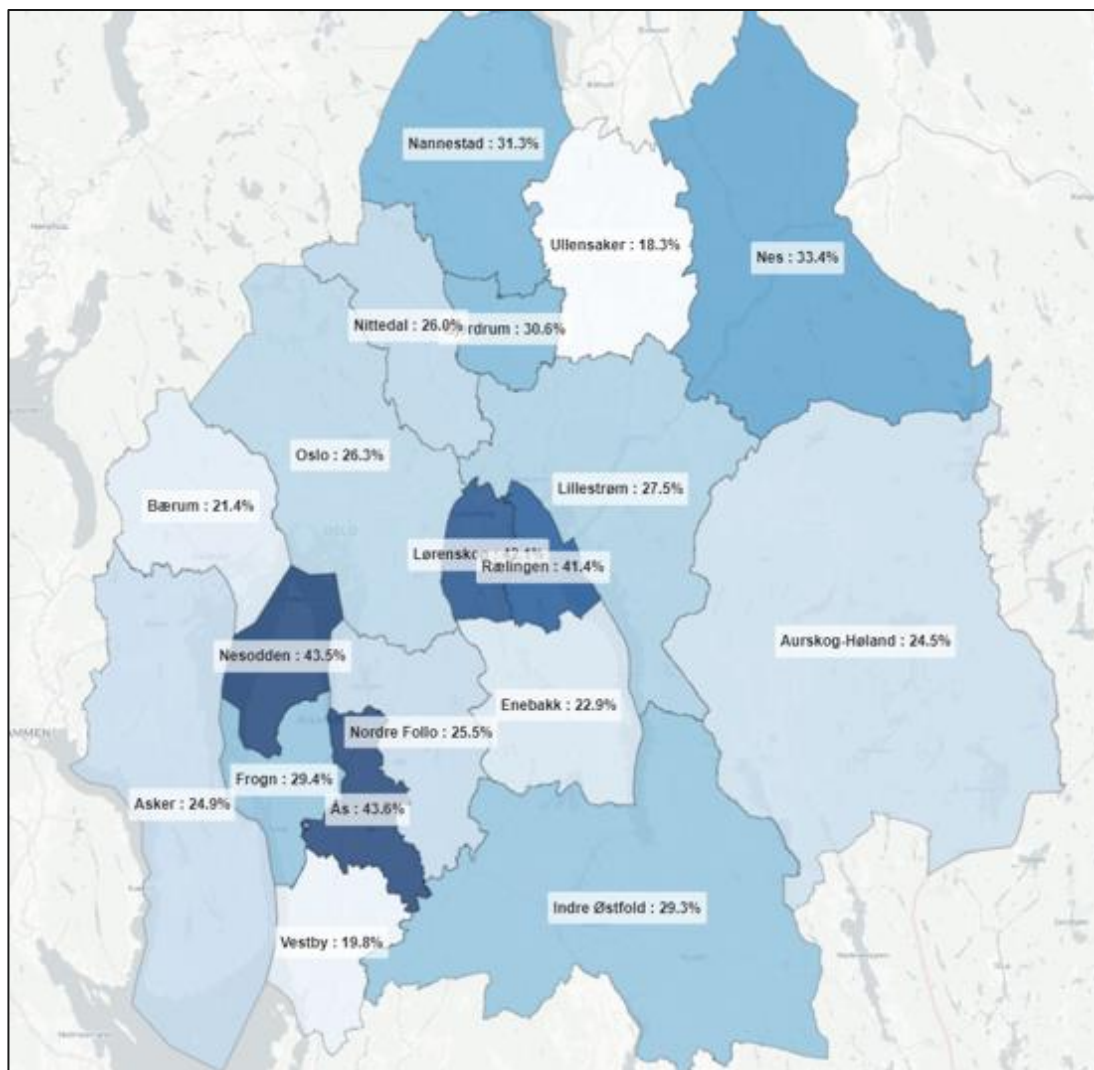
Arealkrevende virksomheter som søker areal utenfor de største byene representerer et stort strategisk fortrinn for Lørenskog kommune. Like fullt finner vi ikke dette som et satsingsområde i næringsstrategien. Det er empirisk dokumentert at kommuner som utnytter sine strategiske fortrinn og som bygger videre på disse, har lyktes best i næringsutvikling. Vista Analyse dokumenterte dette i en analyse vi gjennomførte for KS der vi så på kritiske suksessfaktorer for kommuner som har hatt større næringsvekst enn befolkningsveksten skulle tilsi. (Vista Analyse og Samfunnsøkonomisk Analyse, 2021).

7.4 Offentlige arbeidsplasser

I figuren under har vi hentet ut offentlige arbeidsplasser, men disse omfatter også sykehus. Lørenskog har 42 prosent av arbeidsplassene innen offentlig sektor, noe som er en svært høy andel og skyldes AHus.

- *Lørenskog har et stort komparativt fortrinn med en høy andel sysselsatt i offentlig sektor.*

Figur 7.7 Andel sysselsatte innen offentlig forvaltning, 2023.

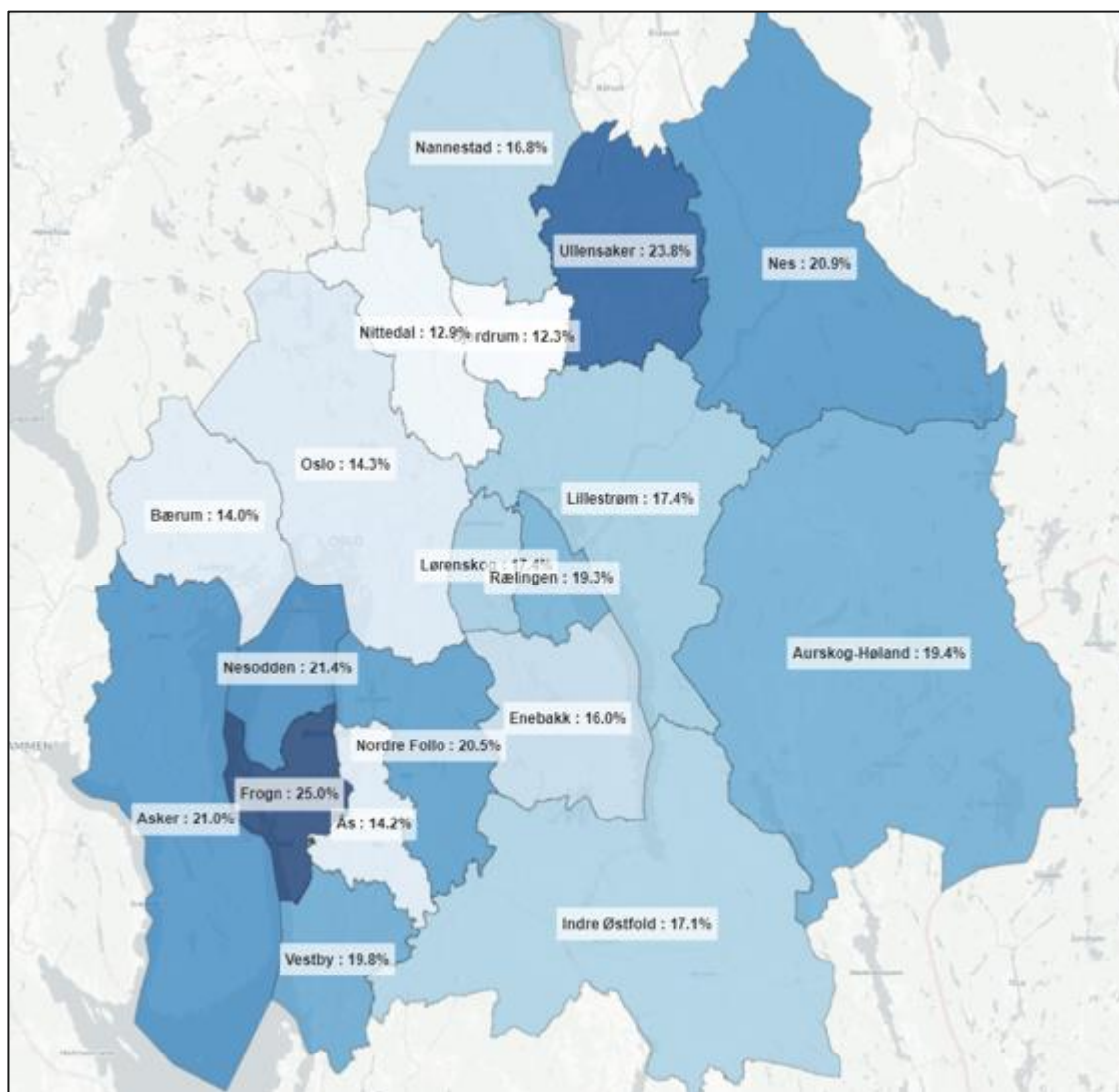


Kilde: SSB/Vista Analyse

7.5 Varer og tjenester representerer viktige arbeidsplasser

På samme måte som ansatte ved A-Hus forstyrrer statistikken over offentlig ansatte, vil Gardemoen flyplass forstyrre statistikken innen varehandel for Ullensaker kommune. Sysselsatte i varehandelen på flyplassen inngår i tallene for Ullensaker. Alle kommunene i regionen har en relativt høy andel sysselsatte i varehandelen. Det henger også sammen med en høy andel barnefamilier som styrker etterspørselen etter varer og tjenester.

Figur 7.8 Andel sysselsatte innen kundeintensiv handel og service. 2023.

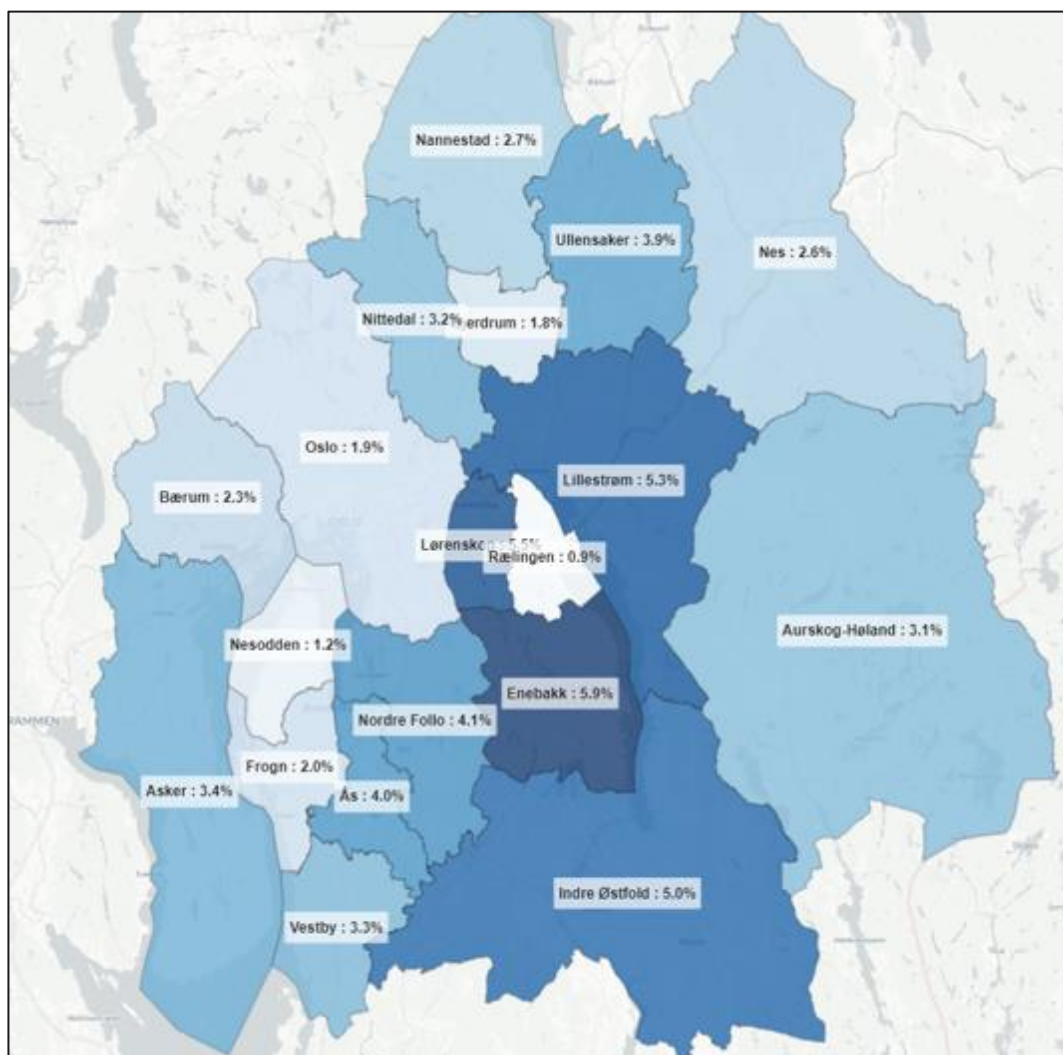


Kilde: SSB/Vista analyse

Lillestrøm har en høy andel sysselsatt innen arealkrevende handel. Dette er ofte arealkrevende forretninger som er lokalisert langs hovedveinettet med god eksponering også mot gjennomfartsreisende.

- ✓ Totalt utgjør arbeidsplassene innen handel og service nær 23 prosent av alle arbeidsplasser.
- ✓ Handel og service, som er husholdningsrettet virksomhet, er tilbud til bosatte i kommunen og viser at høy bostedsattraktivitet bidrar til mange arbeidsplasser og utgjør et komparativt fortrinn.
- ✓ Heller ikke handel og service inngår i kommunens næringsstrategi

Figur 7.9 Andel sysselsatte innen arealkrevende handel og service. 2023.



Kilde: SSB/Vista Analyse

7.6 Hvordan lykkes noen kommuner mer med næringsvekst enn andre?

Vista Analyse gjennomførte en analyse for Kommunenes Sentralforbund (KS) i 2021 der vi analyserte 17 kommuner som har hatt en høyere næringsvekst enn hva befolkningsutviklingen skulle tilsi (Vista Analyse og Samfunnsøkonomisk Analyse, 2021). Resultatene har relevans også for flere kommuner. Prosjektet synliggjorde åtte erfaringer som i stor grad var felles for alle case-kommunene, om enn med noen nyanser. Kommuner med vellykket arbeid for næringsutvikling;

- ser næringsutviklingsarbeid som en del av kommunens arbeid for gode lokalsamfunn. Følgelig ser kommunene næringsutvikling som en kilde også til positiv befolkningsutvikling.
- tar utgangspunkt i egen kommunes geografiske og næringsmessige fortrinn og utfordringer, herunder utnytter «flaks» til faktisk handling.
- er opptatt av å utvikle og holde fast på en langsiktig strategi for næringsutvikling.

- er opptatt av at arbeidet er godt forankret i både kommunens administrative og politiske ledelse.
- har jevnlig og god dialog med relevante næringsaktører i egen kommune, for slik å involvere lokalt næringsliv i strategisk planlegging.
- ser eget arbeid som del av regionens arbeid for positiv næringsvekst.
- har bred innfallsvinkel til næringslivsarbeidet på tvers av kommunale sektorer.
- har god dialog med næringslivet både på administrativt og politisk nivå.

Kommuners utgangspunkt for næringsutvikling varierer mye, og er knyttet til både geografisk utgangspunkt, stedegne fortrinn og hvilke næringsmessige tyngdepunkt de har.

Viktig å holde fast ved egne fortrinn

I analysen for KS fant vi at de fleste kommunene i undersøkelsen hadde vekst i næringer der de allerede har et strategisk fortrinn. Ulike utgangspunkt for næringsutvikling bidrar til at kommuner arbeider ulikt. Flere av case-kommuner beskriver «flaks» eller et godt strategisk utgangspunkt som årsak til vekst. Det kunne være et stort antall turister (Svolvær), et stort antall hytter (Ringebu og Hemsedal), flyplass (Sola og Karlsøy), høyskole (Sogndal), fiskeressurser (Karlsøy, Frøya) eller nærhet til hovedveinett. I praksis handler det om å se sitt fortrinn og utnytte det.

Mange har forsøkt å etablere nye næringer som supplement til de eksisterende. Dette viser seg å være krevende. Det forutsetter for eksempel kopling til nye investorer eller vekst i små selskap som er etablert lokalt og som har lyktes over tid.

Tilrettelegging for næringsliv faller utenfor kommunens lovpålagte oppgaver

Case-kommunene i undersøkelsen var svært bevisste på å være gode vertskommuner for næringslivet, men rapporterte samtidig mange barrierer. En stor del av næringsarbeidet faller under de oppgaver som lett skyves til side fordi de ikke er lovpålagt. Det krever kapasitet og kompetanse i administrasjonen som kommunen ofte ikke har. Erfaringene fra case-kommunene viste også at det er viktig å ikke arbeide administrativt etter «silo»-prinsippet. Samarbeid på tvers av sektorer og på tvers av administrasjon og politikk er viktig for suksess.

I flere kommuner ble det fortalt at tidkrevende arealplanlegging skapte utfordringer for tillitt mellom næringsliv og kommune. Realisering av arealbehov er så tidkrevende at næringslivets representanter ofte blir utålmodige og synes kommunen bruker for lang tid. Motsatt opplever kommunene at næringslivet melder sine arealbehov for sent.

8 Utviklingstrekk

Dette kapittelet gjennomgår utvikling i Lørenskog kommune sammenlignet med utviklingen i andre kommuner i Osloregionen.

8.1 Husholdningenes sammensetning lokalt og behovsvariasjoner

Lørenskog er en av få kommuner med høy andel barnefamilier som følge av tilflyttingen mot arbeidsmarkedet i Oslo regionen. Lavere boligpriser, god togforbindelse og tilrettelagte fritidsmuligheter gir Lørenskog høy bostedsattraktivitet for barnefamilier. I en by- og stedsutviklingssammenheng bør det derfor legges stor vekt på å bidra til høy attraktivitet for barn og barnefamilier.

Fjellhamar er under utvikling og det er bygges mye infrastruktur i området. Skole og flerbrukshall sto ferdig i 2023. Handel og tjenesteyting bør tilpasses målgruppen bestående av yrkesaktive foreldre med småbarn samtidig som hele 36 prosent av befolkningen i kommunen bor alene. For begge grupper åpner det for servering og møteplasser i tillegg til dagligvarer og take-away i tillegg til andre dagligbehov.

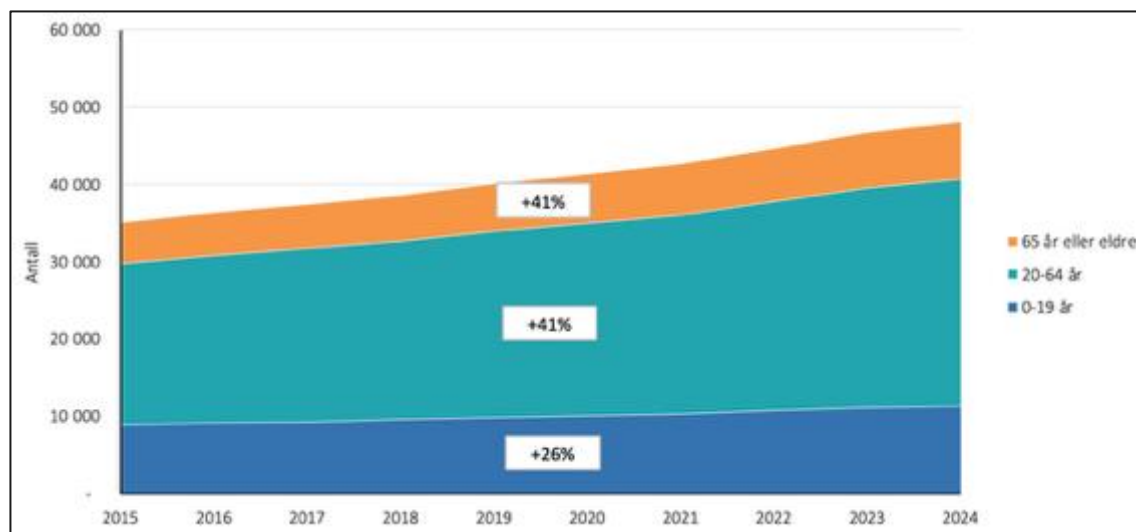
Tabell 8-1
 Sammensetning husholdninger i Lørenskog kommune 2024, alle boligtyper

	Antall	Prosent	Prosent land
Aleneboende	7 472	36,3 %	40,5
Par uten hjemmeboende barn	4 826	23,5 %	24,5
Par med små barn (yngste barn 0-5 år)	2 142	10,4 %	8,4
Par med store barn (yngste barn 6-17 år)	2 313	11,3 %	10,4
Mor/far med små barn (yngste barn 0-5 år)	259	1,3 %	0,8
Mor/far med store barn (yngste barn 6-17 år)	757	3,7 %	3,3
Enfamiliehusholdninger med voksne barn (yngste barn 18 år og over)	1 634	7,9 %	7,1
<i>Flerfamiliehusholdninger med barn</i>	351	1,7 %	1,2
Flerfamiliehusholdninger uten barn 0-17 år	806	3,9 %	3,7
Husholdninger i alt	2 050	100 %	100%

Kilde: SSB tabell 11087

Aldersgruppen 65 år eller eldre og 20-64 har økt med 41 prosent, mens antall under 19 år har økt med 26 prosent. Befolkningen blir stadig eldre og dette er et trekk vi ser over hele landet.

Figur 8.1 Utvikling i befolkningens sammensetning etter aldersgrupper 2015-2024.
Lørenskog



Kilde SSB/Vista Analyse

8.2 Husholdningenes sammensetning regionalt

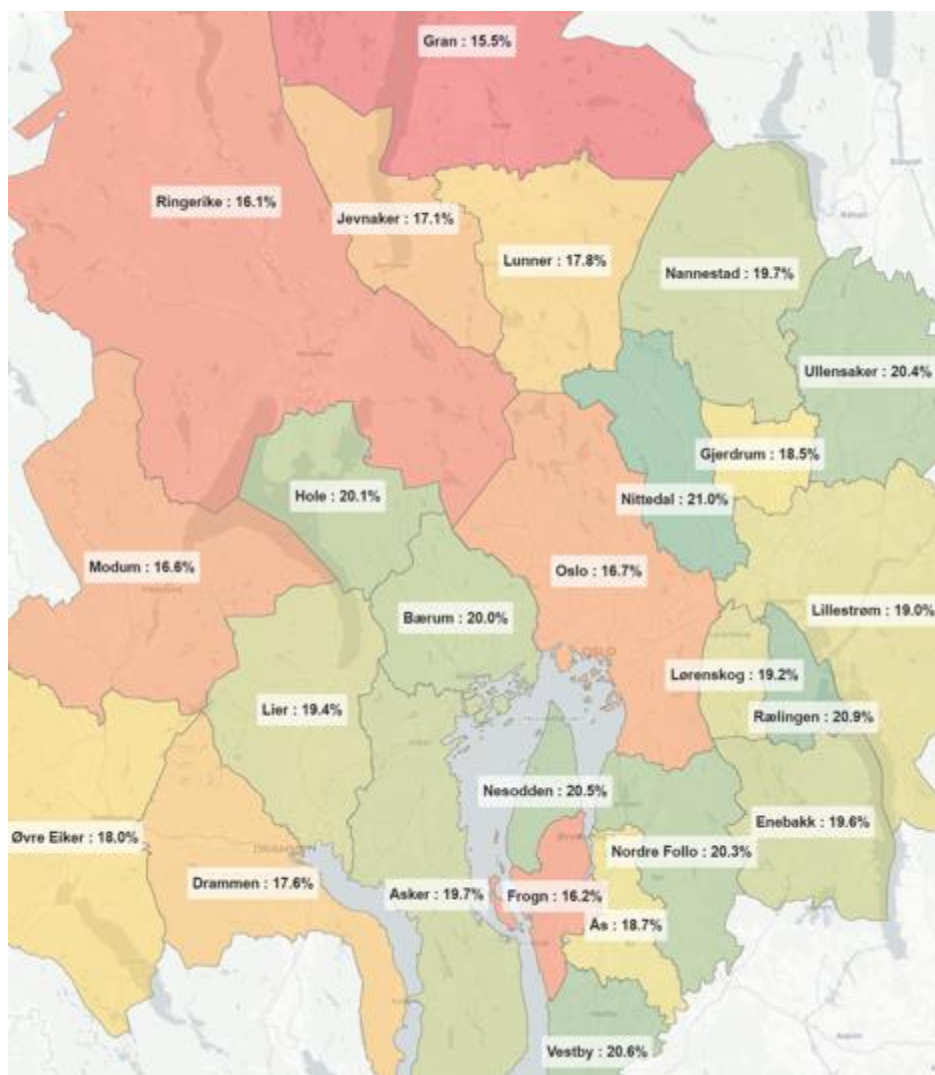
Sammenholder vi situasjonen i Lørenskog med kommunene i Osloregionen, finner vi at alle kommunene rundt Oslo har en høyere andel unge sammenliknet med hovedstaden. Barnefamiliene søker ut av storbyen. Se Figur 8.2.

Samtidig finner vi den høyeste andelen innbyggere i yrkesaktiv alder i kommunene øst for Oslo. Se Figur 8.3. Det samme gjelder ikke for kommunene vest for Oslo, for her er det en høyere andel eldre enn 67 år. Se Figur 8.4.

Andelen eldre øker betraktelig med økt avstand fra Oslo.

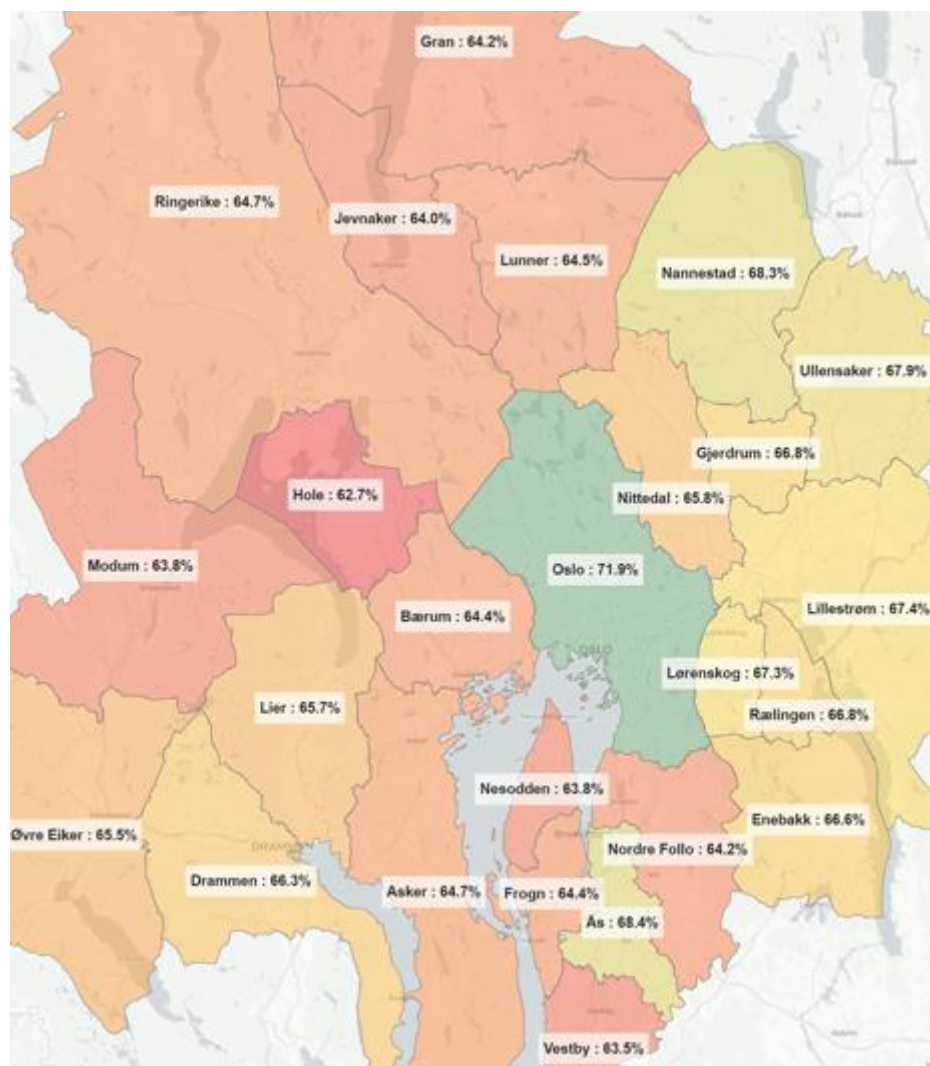
- *Lørenskog har et sterkt komparativt fortrinn sammenliknet med mange kommuner i storbyregionen med en høy andel barnefamilier.*

Figur 8.2 Barn under 16 år som andel av befolkning. 2023



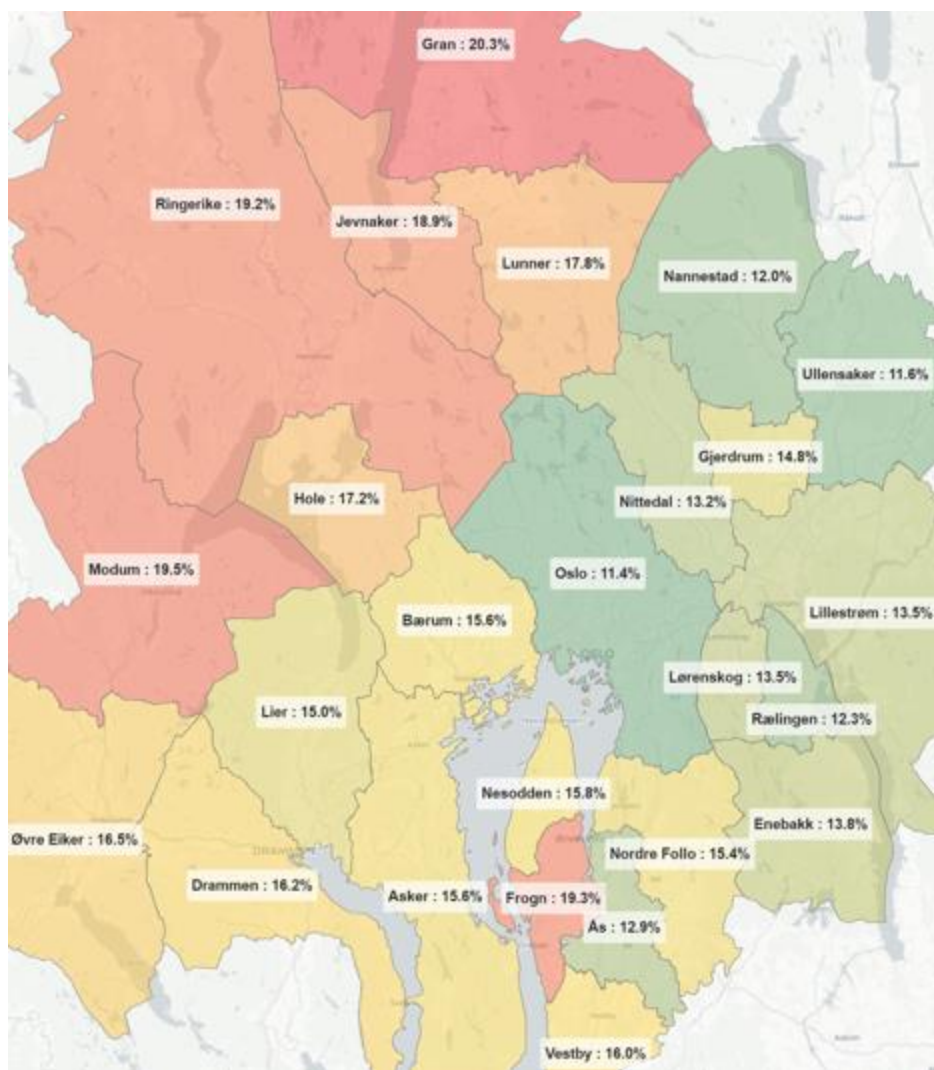
Kilde: SSB/Vista Analyse

Figur 8.3 Andel av befolkning som er mellom 16 og 67 år. 2023



Kilde: SSB/Vista Analyse

Figur 8.4 Andel av befolkning som er eldre enn 67 år



Kilde: SSB/Vista Analyse

9 Utvikling i varehandelen

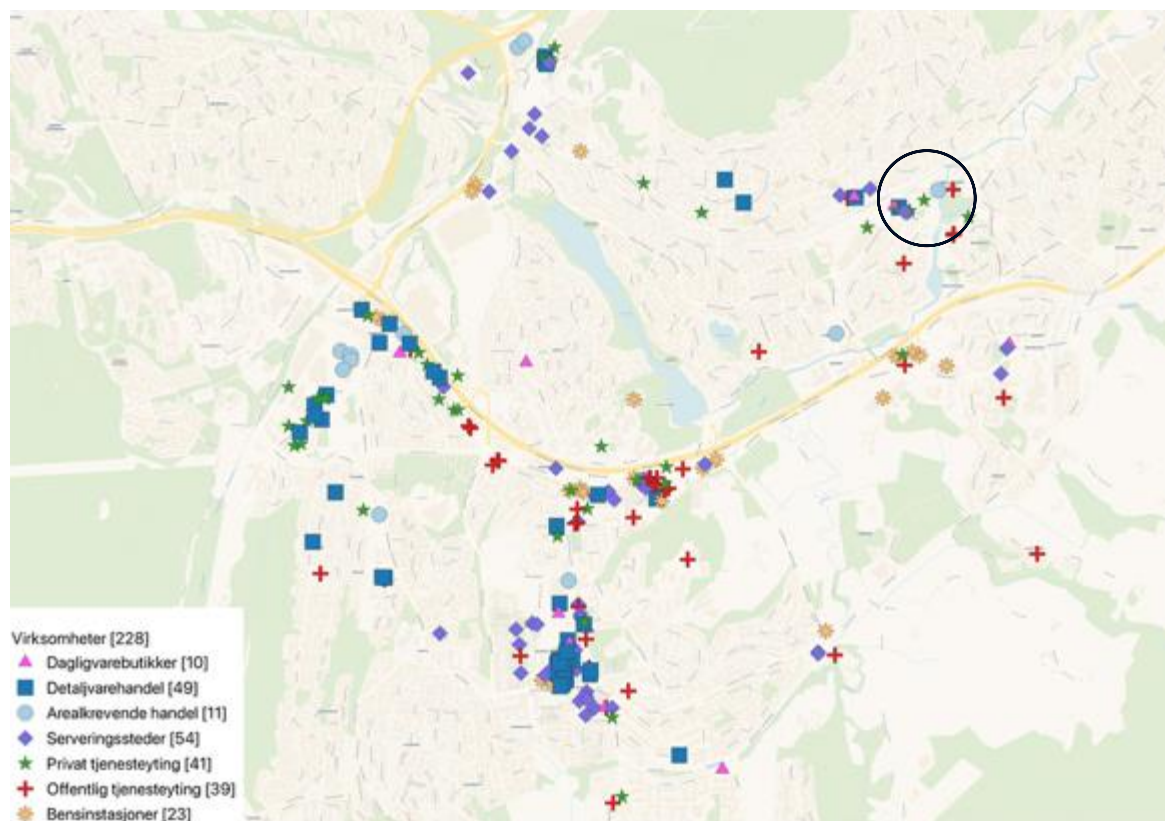
I dette kapitlet viser vi utvikling i varehandelen i Lørenskog og sammenholder den med situasjonen regionalt.

9.1 Stor spredning av butikker

Service og tjenester i Lørenskog er i stor grad lokalisert langs hovedtransportårene, i sentrumsområdene og i kjøpesentrene. I figuren under viser vi lokalisering av handel samt offentlig og privat service og tjenesteyting. Vi har ringet ut virksomheter i Fjellhamar. Kartet viser at selv om det er noe avstand mellom tilbudene så er det likevel en tydelig konsentrasjon av virksomheter i Fjellhamar. Utfordringen er tredelingen mellom tilbudene nord og sør for toglinjen og tilbudene i det gamle industriområdet. Eller kanskje åpner denne tredelingen for noen muligheter knyttet til differensiering? Differensiering kan for eksempel være ulik bruk til ulike tider på døgnet.

- *Nye tilbud som følge av flere beboere bør etableres i de delområdene der det allerede er virksomhet og tilbud i dag.*

Figur 9.1 Virksomheter innen handel og tjenesteyting Lørenskog. Fjellhamar avmerket.



Kilde: Hentet fra OpenStreetMap 2025, Vista Analyse

Ved etablering av ny virksomhet vil det være naturlig å supplere eller å videreutvikle eksisterende tilbud slik at de utgjør en kompakt enhet. Alternativet kan være å utnytte nye rom som bidrar til å skape noe nytt. En problemstilling vil da være:

- *Bør nye tilbud lokaliseres langs Fjellhamarveien eller vil det gjennom transformasjon av industriområdet skapes nye møteplasser som gir et supplement til eksisterende?*

Dagens tilbud på Fjellhamar begrenser seg til dagligvarer, servering og privat og offentlig tjenesteyting fordelt over to områder. I det ene området ved stasjonen ligger tilbudene spredt rundt en rundkjøring, der det mangler attraktivt uterom for bredt tilbud innen servering. Det andre området ligger på andre siden av jernbanen og her er det noe grøntstruktur og høyere stedsattraktivitet, men samtidig et begrenset tilbud.

- *Vil tilføring av nye beboere i området være tilstrekkelig til at kommersielle aktører finner det markedsmessig mulig å bidra til økt tilbud?*
- *Og hvor mange nye beboere er nødvendig for å erstatte tilbudene andre steder i Fjellhamar og Strømmen/Lillestrøm?*

Figur 9.2 Virksomheter innen handel og tjenesteyting. Fjellhamar



Kilde: Hentet fra OpenStreetMap, google maps og Vista Analyse

I et lokalsenter med mellom 10 000 og 15 000 innbyggere vil det normalt være tilbud innen dagligvarer, apotek, blomster, frisør, jernvare samt kiosk, baker, eiendomsmegler og legekontor. Ibland finner vi også en dyrebutikk/veterinær, gavebutikk og/eller en liten elektro. Slike tilbud dekker normalt det lokale behovet og har vist seg å stå imot konkurransen fra de store kjøpesentrene fordi det dekker hverdagsbehovet og fordi folk verken oppnår bedre utvalg eller bedre pris i de store sentrene/bysentrum.

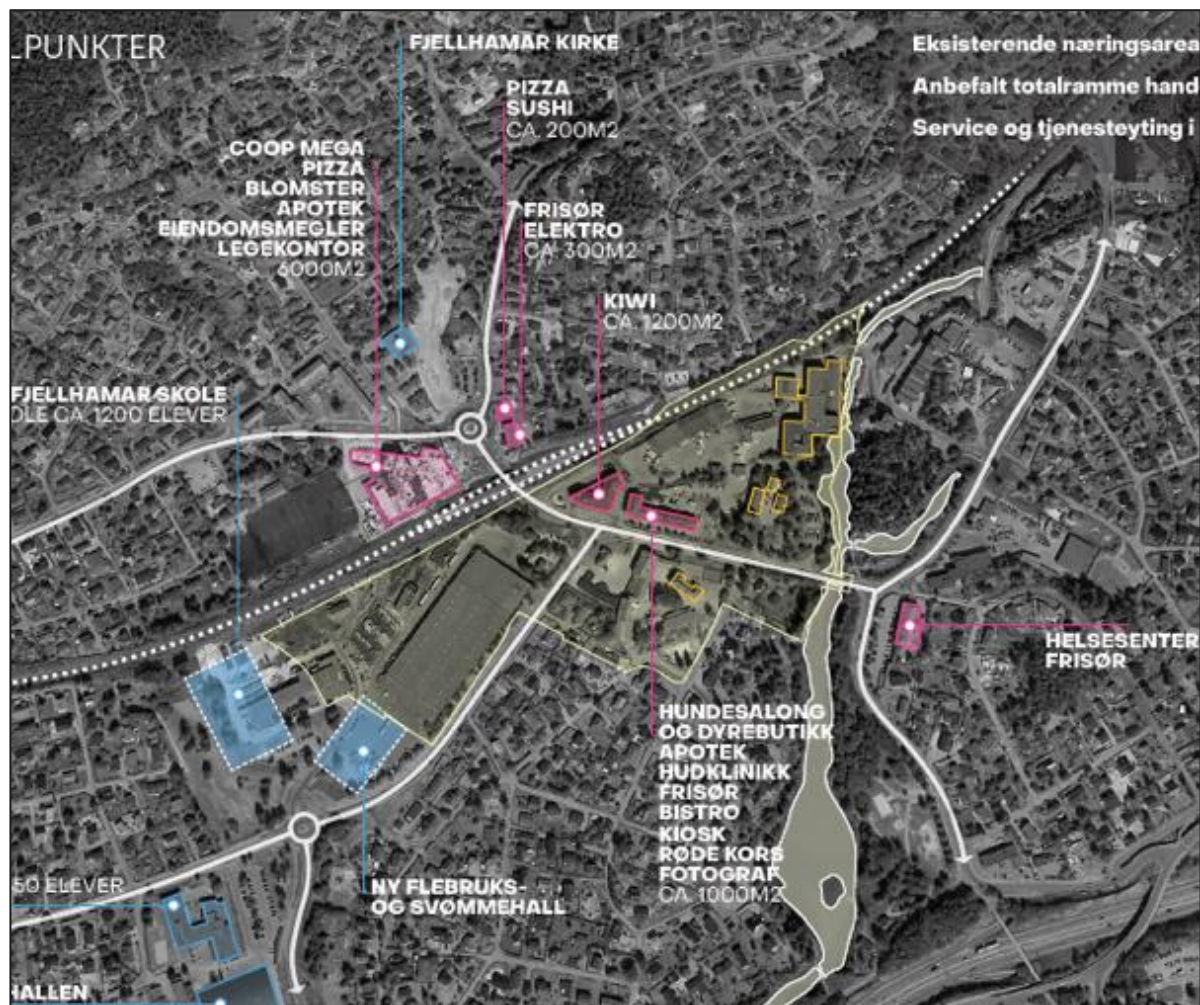
Tilbudene i Fjellhamar har de fleste av disse funksjonene sammen med noe servering (pizza, sushi, bistro).

I et kommunesenter andre steder i landet, der det er lang avstand til regionsenteret, vil sentre med tilsvarende antall innbyggere ha et betydelig større tilbud enn det vi finner på Fjellhamar. Der kan vi forvente et mindre kjøpesenter og et lokalt avlastningscenter for arealkrevende varer. Det er imidlertid ikke vanlig i Stor-Oslo-regionen der vi har store kjøpesentre og handelsparker

innen kort reiseavstand for alle. Normalt vil tilbudet utvides når man når rundt 25 000 innbyggere i bydelen/kommunedelen.

- *Det vil være krevende å få aktører til å etablere seg med et bredere tilbud i Fjellhamar pga kort reiseavstand til store handelssentre.*

Figur 9.3 Detaljer om dagens tilbud



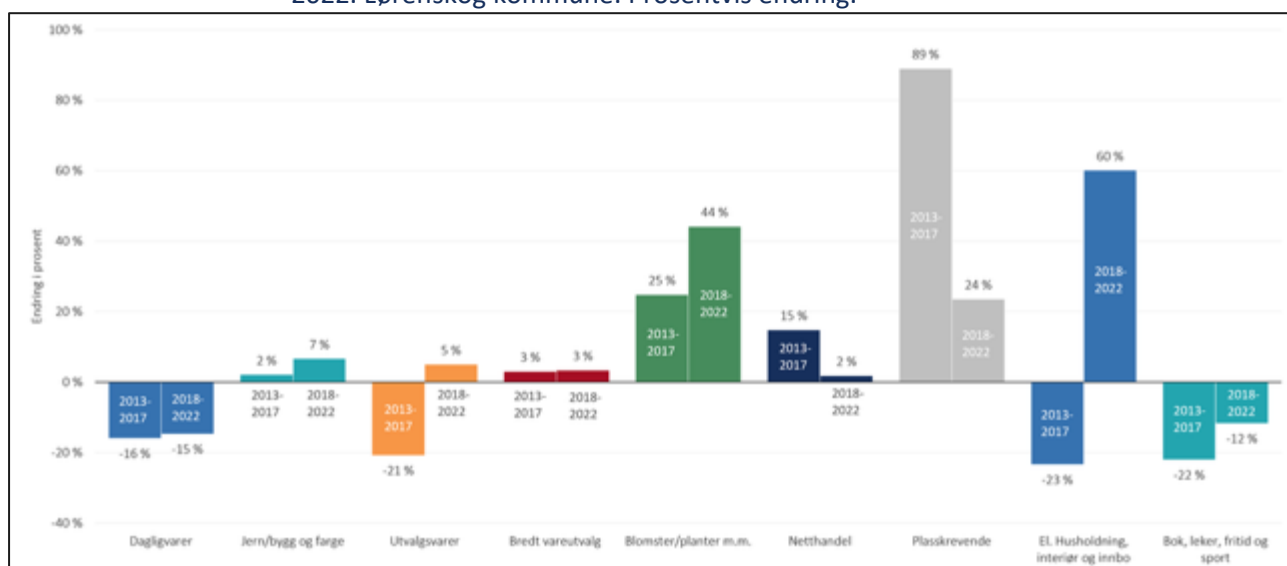
Kilde SOLA

9.2 Utvikling i omsetning

Omsetning av varer etter vareslag har endret seg mye de siste årene. Mens omsetning i areal- og plasskrevende varer har økt betraktelig på landsbasis, har omsetning i varer som normalt selges i gateplan gått ned. Dette skaper utfordringer i bysentrum fordi de butikkene som egner seg i strøgsgater forsvinner fra by- og gatebildet.

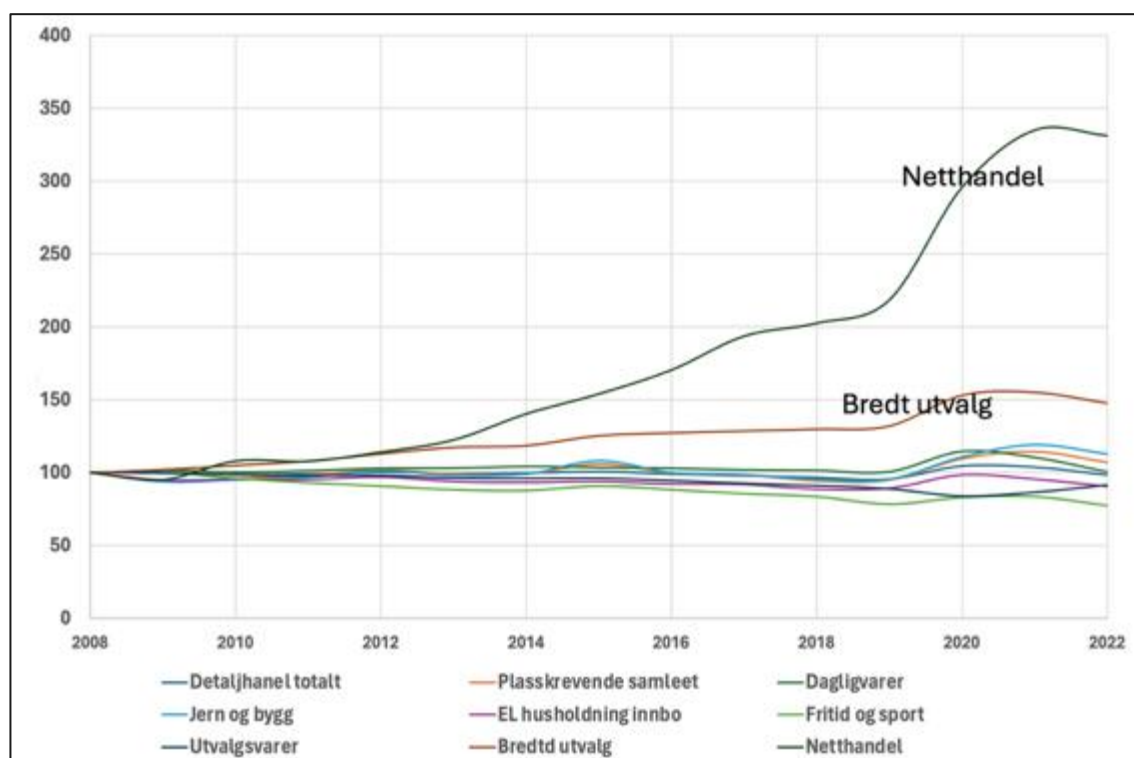
I figuren under viser vi hvordan den prosentvise utviklingen har gått innen ulike vareslag i Lørenskog kommune etter 2013. Utviklingen sammenfaller med den vi finner for landet. Se Figur 9.4. Det er de arealkrevende konseptene som har hatt økt omsetning, mens utvalgsvarer (blant annet klær og sko) har gått ned. Samtidig har netthandelen økt betydelig og er den største konkurrenten til fysisk butikkhandel.

Figur 9.4 Utvikling i omsetning i varehandelen etter varegrupper 2013-2017 og 2018-2022. Lørenskog kommune. Prosentvis endring.



Kilde SSB/Vista Analyse

Figur 9.5 Prosentvis utvikling i etterspørsel etter ulike vareslag i fysiske butikker og netthandel. Land. 2008 til 2022.



Kilde SSB/Vista Analyse

9.3 Dekningsgrad for ulike vareslag

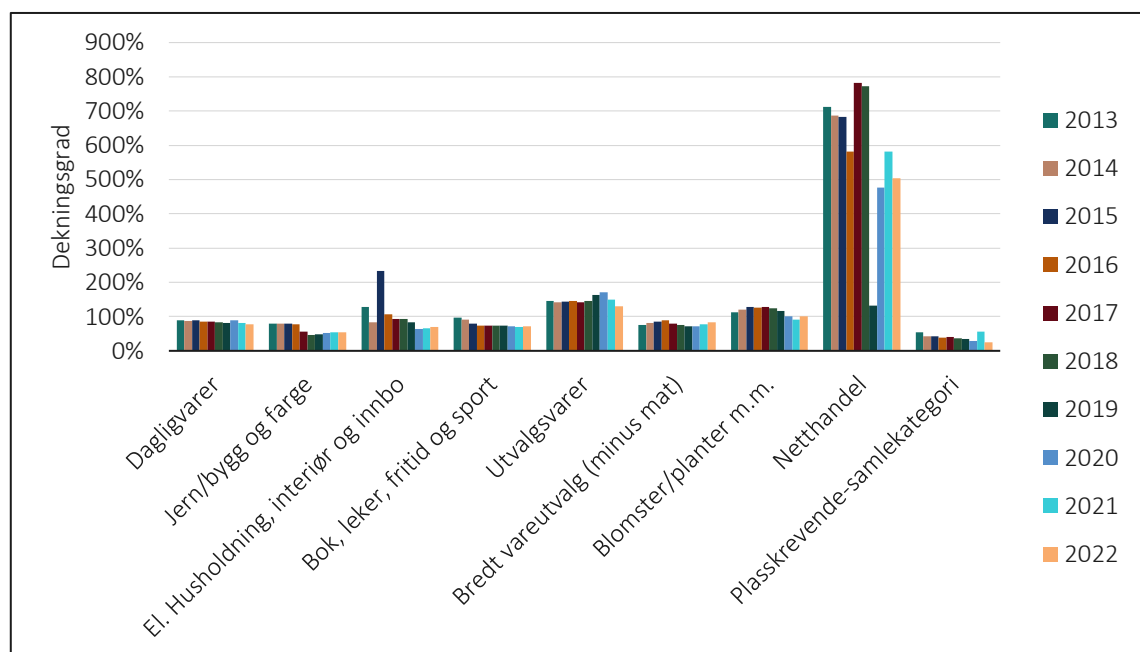
Omsetning i varehandel måles etter dekningsgrad. Dekningsgrad er målt per innbygger og viser omsetningen i kommunen i forhold til snittomsetningen for landet. Er dekningsgraden over 1 (100 prosent), er det overdekning og eksport av varer (kunder reiser inn i kommunen og handler). Er

dekningsgraden under 1 (100 prosent) er det underdekning, og innbyggere i kommunen reiser ut av kommunen for å få dekket sitt behov. For mindre kommuner vil det være tilbud som ikke komme frem i statistikken dersom antall forretninger er under tre innen hver bransje. Det er en svakhet ved tallene. I den første figuren under viser vi snittomsetning per person, mens vi i den neste viser dekningsgrad. Kommuner med en høy andel deltidsinnbyggere vil ofte ha en overdekning.

Lørenskog har en overdekning på to prosent totalt for varehandel, som betyr at det er et begrenset antall kunder som er bosatt i andre kommuner som handler i Lørenskog kommune. Dekningsgraden har gått ned 20 prosent mellom 2013 og 2022 (sunket med 17%).

Netthandelsbutikkene har hatt en betydelig vekst i perioden.

Figur 9.6 Dekningsgrad Lørenskog kommune. Utvikling 2013 – 2022.

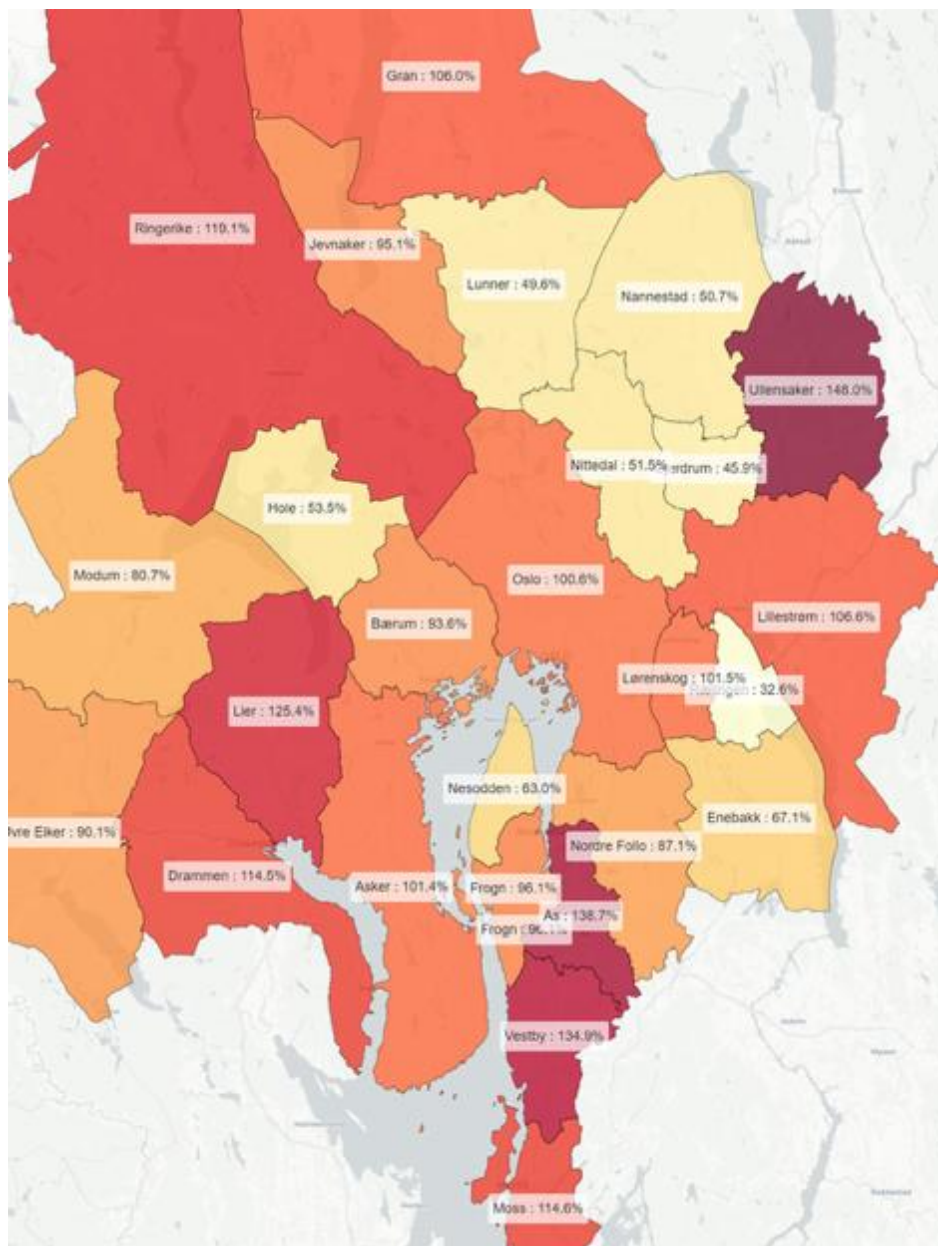


Kilde SSB/Vista Analyse

Lørenskog kommune har en tilfredsstillende dekning for de fleste vareslag, men preges av sterke handelsnaboer. Lillestrøm, Lørenskog og Ullensaker er de store handelskommunene som særlig preges av Thon-gruppens store kjøpesentre Strømmen Storsenter i Lillestrøm og Jessheim Storsenter i Ullensaker. I Lørenskog ligger også Steen & Strøms Metro Senter. Det har vist seg vanskelig å ta opp konkurransen med store kjøpesentre. Lørenskog har samlet sett ingen handelslekkasje ut av kommunen slik t tilbud er lik etterspørsel i kommunen. Se Figur 9.7. Det er positivt.

For beboerne på Fjellhamar vil nok Strømmen Storsenter i Lillestrøm være vel så attraktiv som Metro Senter og Triaden på grunn av kort avstand til Strømmen Storsenter.

Figur 9.7 Omsetning i detaljvarehandel totalt. Dekningsgrad. Kommuner i Osloregionen. 2022



Kilde: SSB/Vista Analyse

I de følgende kartpresentasjonene går vi mer i detalj på ulike vareslag.

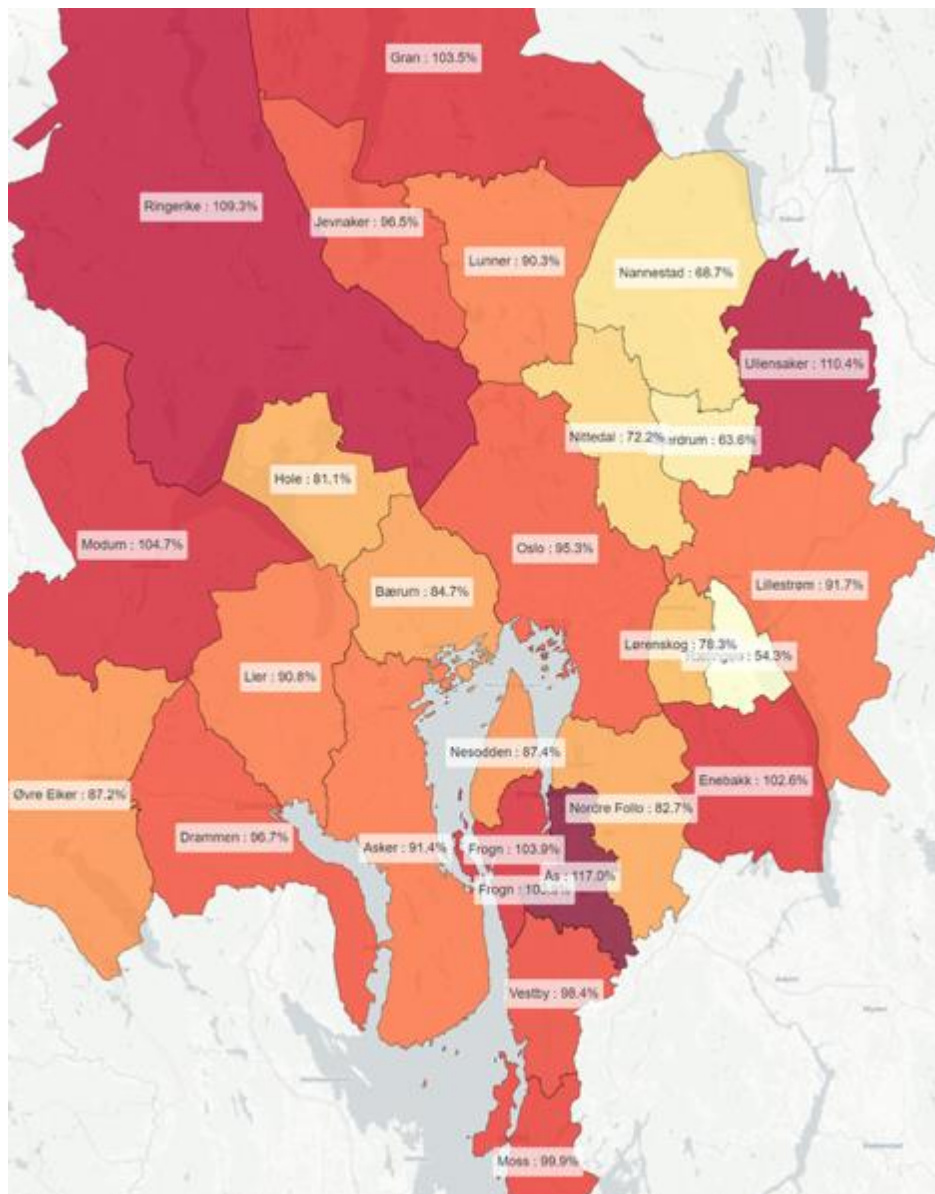
Dagligvareomsetning

Dagligvareomsetningen har normalt ligget på en dekningsgrad nær 100 som betyr at tilbud er lik etterspørsel. Det henger sammen med at de fleste handler mat der de bor. Situasjonen forstyrres noe av pendling til kommuner med et bedre tilbud, men stort sett vil dagligvareforretningene være lokalisert nær boligområdene og ha en markedstilpasning nær dekning.

Vi har imidlertid sett at dekningsgraden for dagligvarer også har gått ned de siste årene. Det antas det henger sammen med økt innkjøp av dagligvarer gjennom nettleverandører, flere spiser ute, økt tilbud av dagligvarer og ferskvarer i hyttekommuner og økt helge- og feriebruk av hytter.

Mange handler bedre og dyrere mat når de er på hytta og ettersom det har vært en stor utbygging av dagligvaretilbudet i en rekke store hyttekommuner vil det slå ut på hverdagsforbruket hjemme.

Figur 9.8 Omsetning av dagligvarer. Dekningsgrad. Etter kommune i Osloregionen. 2022. Fysisk butikkhandel.



Kilde: SSB/Vista Analyse

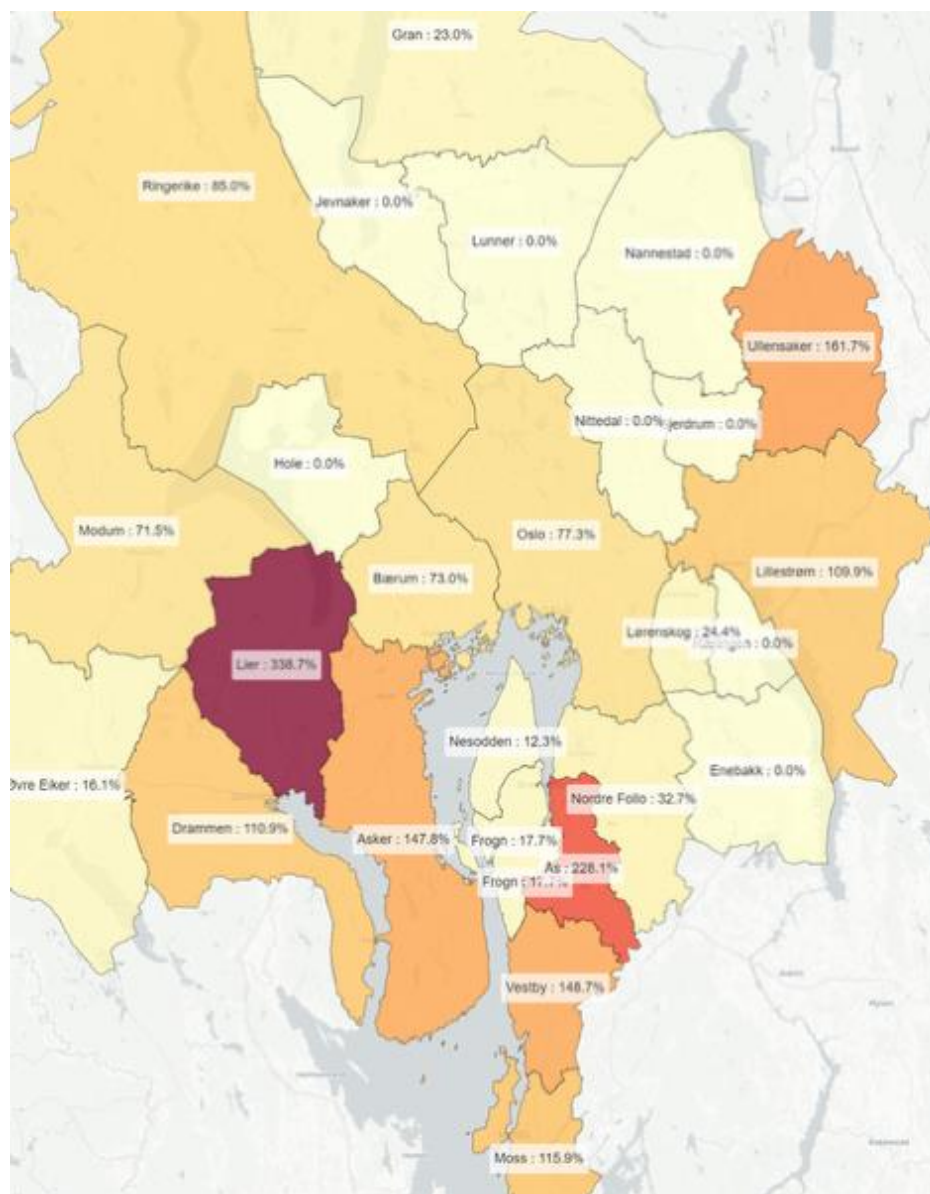
Underdekning for plasskrevende varer, men noen vinnere

Lørenskog har en betydelig underdekning for plasskrevende vareslag (herunder møbler, hagesentre og landbruksartikler²). Underdekningen ligger på hele 76 prosent. Her er det store forskjeller mellom kommunene. Lier har blant annet Bauhaus, Asker har IKEA, Ås og Vestby har store handelssteder langs E18 og E6, Skedsmo har Maxbo og Plantasjen på Hvam og Lørenskog har blant andre Elkjøp, Power og Jula på Visperud i tillegg til et bredt utvalg på Alna/Furuset.

² I denne figuren er alle disse vareslagene slått sammen i en kategori).

Normalt samlokaliseres slike tilbud og trekker dermed kunder fra store nedslagsfelt. Villigheten til å reise langt for denne typen varer, som kjøpes sjelden (sjeldenkjøpsvarer) har vist seg å være stor og preget av sterk konkurranse på pris og utvalg. Tilbudet på Visperud er samlet sett langt mindre enn i nabokommunene. Det gir utslag for lav dekning for plasskrevende varer.

Figur 9.9 Dekningsgrad innen plasskrevende vareslag (samlet). Kommuner i Osloregionen. 2022



Kilde: SSB/Vista Analyse

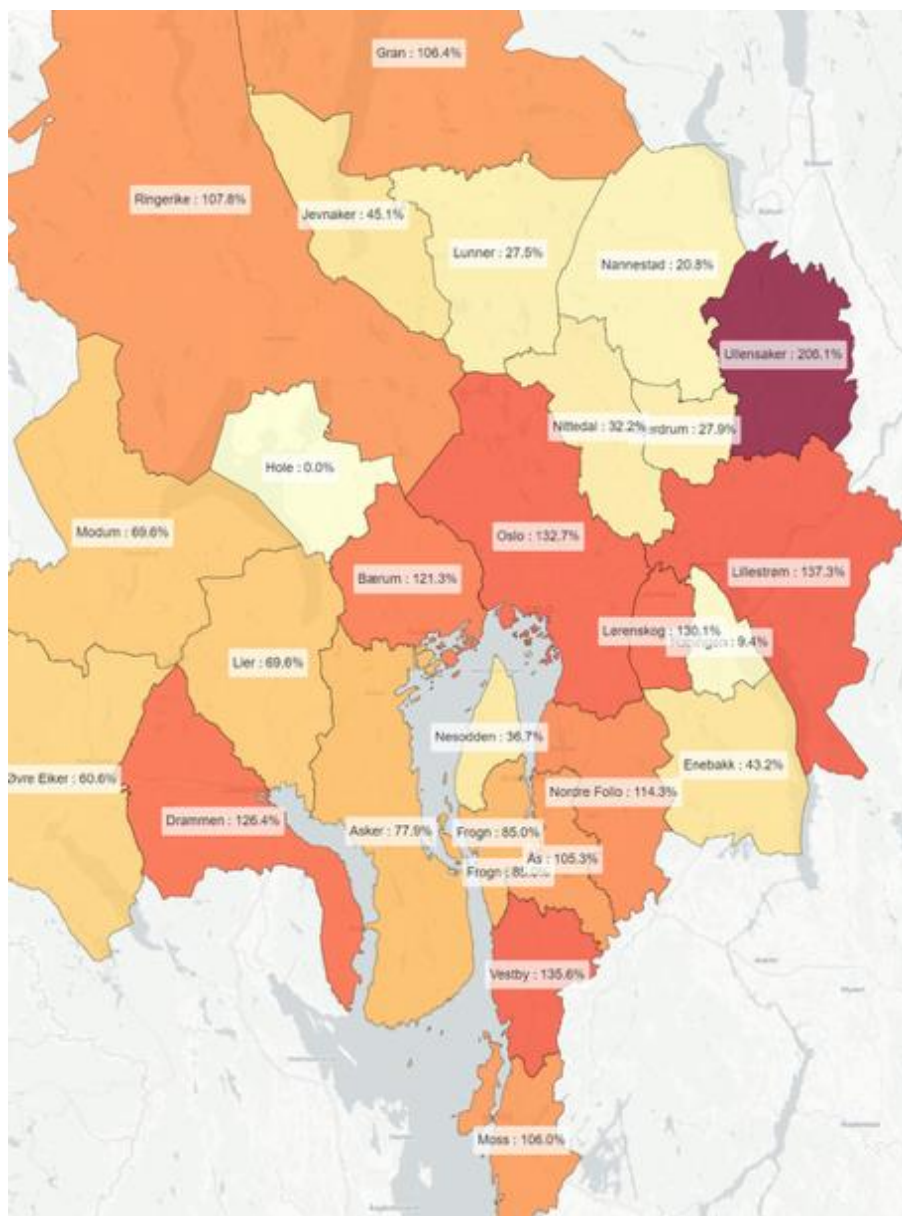
Overraskende gode resultater for utvalgsvarer

Det er god dekning av utvalgsvarer i kommunen, med 30 prosent overdekning. Det er positivt at Lørenskog har en så høy omsetning gitt kort avstand til de store kjøpesentrene. Den høye omsetningen i Ullensaker henger sammen med at omsetning på Gardermoen inngår i statistikken.

- Med en høy dekning innen utvalgsvarer vil det være lav sannsynlighet for at det finnes aktører som vil etablere seg i Fjellhamar med butikker som selger utvalgsvarer.

Enkeltstående butikker i dette segmentet er også de som er lagt ned i stort omfang siden pandemien.

Figur 9.10 Omsetning av utvalgsvarer. Dekningsgrad. Etter kommune i Osloregionen. 2022



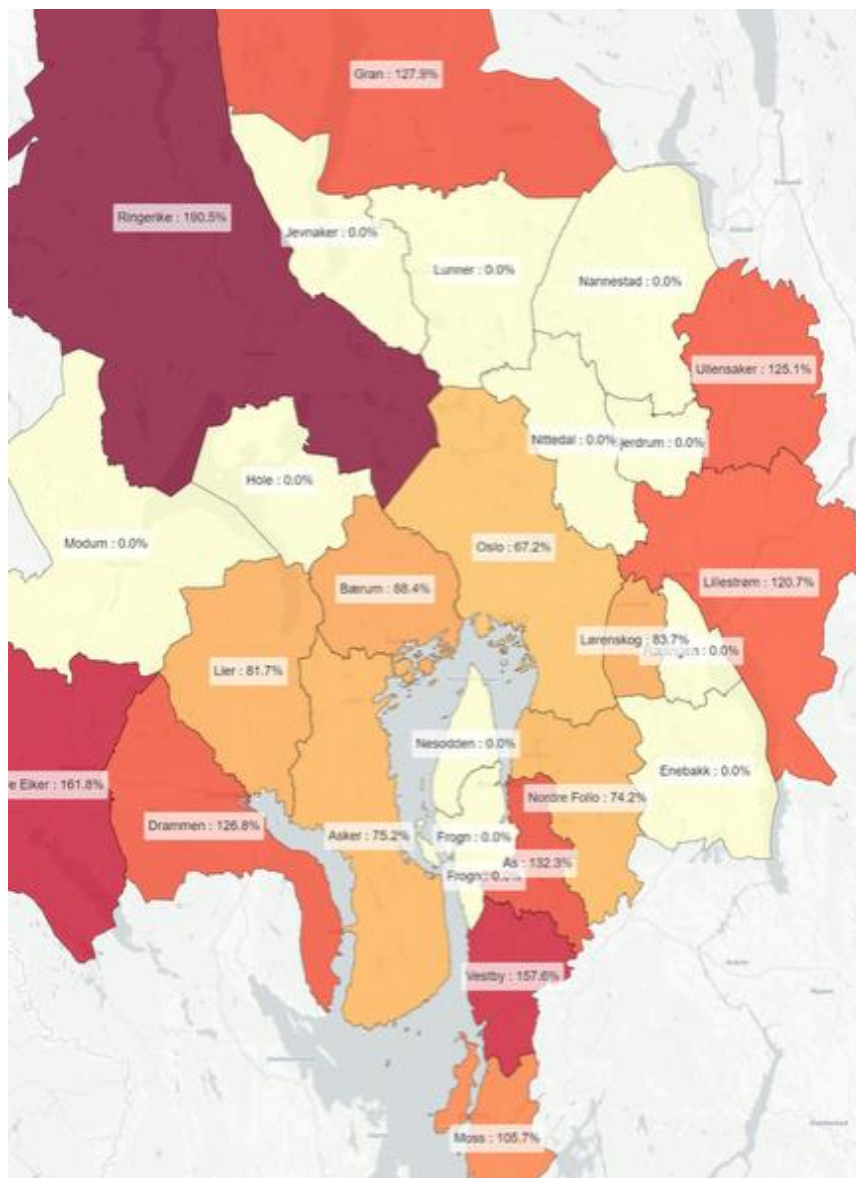
Kilde: SSB/Vista Analyse

Bredt utvalg har vært den store vinneren de senere år

Tilbud innen kategorien bredt utvalg følger de store handelsstedene som ligger i regionsentrene. Dette er konsepter som har tatt over en stor andel av småvarer innen ulike bransjer. De har prisgunstige alternativer, er lokalisert i billige bygg på billige tomter og kan tilby et stort vareutvalg. Og det er disse som har vist seg best rustet for å konkurrere med netthandelsaktørene. Lørenskog har en akseptabel dekning av disse vareslagene.

- *Det vil være begrenset grunnlag for at konsepter med bredt utvalg vil etablere seg i Fjellhamar. Dette er konsepter som søker betydelig større kundeomland enn 10 000-15 000 innbyggere.*

Figur 9.11 Omsetning av bredt vareutvalg. Dekningsgrad. Etter kommune i Osloregionen. 2022



Kilde: SSB/Vista Analyse

Oppsummert

- *Potensialet for utvidelser av handelstilbud på Fjellhamar er svært begrenset på grunn av de store tilbudene innen de fleste vareslag i de store kjøpesentrene og storhandelsparkene i regionen.*

10 Hva skjer med sentrum?

I dette avsnittet oppsummerer vi noen hovedtrekk i utviklingen og virkninger for sentrum generelt sett. Vi henter eksempler fra andre byer og tettsteder.

10.1 Hvilke utviklingstrekk ser vi i dag?

Over de to siste tiårene har det skjedd store endringer i bruk av sentrum:

- Ny bruk av by- og tettstedssentrum
- Økt andel småvarer hos de butikkene som er definert som plasskrevende bidrar til økt konkurranse mot de små sentrumsbutikkene.
- Økt netthandel gir økt prispress – nettbutikkene har størst kundeomland
- Sterke klyngedannelser med samlokalisering i handelsparker – alle vil være der de andre er
- Forbruksendringer fra varer mot tjenester i bysentrum og generelt

I det følgende beskriver vi denne utviklingen med noen eksempler.

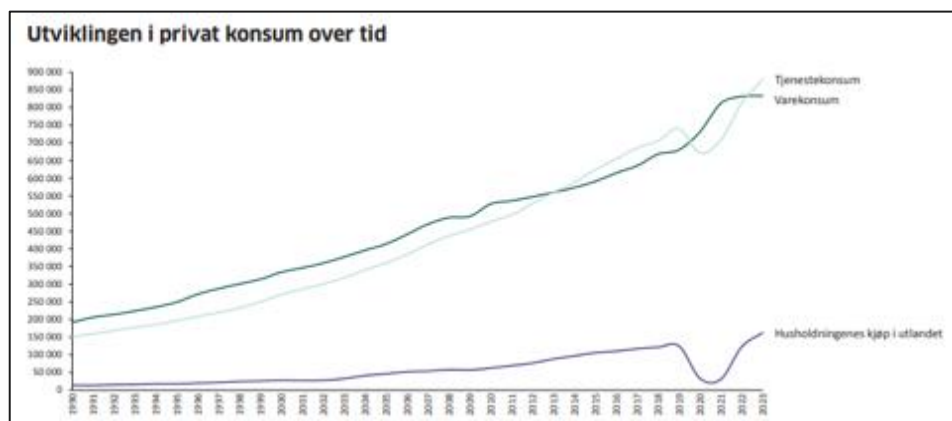
10.2 Varekonsumet går ned – tjenester i vekst; fint for sentrum

De siste årene har vi sett en endring i husholdningenes forbruk der en økende andel av forbruket går til kjøp av tjenester på bekostning av varer, se figurene under. Den første figuren trekker opp utviklingen fra 1990 som viser hvor mye forbruket til husholdningene har økt de siste 35 årene. Etter 2013 har det skjedd en endring der husholdningenes konsum endres fra et høyere varekonsum til et høyere tjenestekonsum. Figurene viser en nedgang i tjenesteyting under nedstengningen gjennom pandemien, men etter pandemien ser vi at tjenestekonsumet stiger igjen, slik det har gjort siden 2013. Se Figur 10.1 og Figur 10.2 og Figur 10.3.

Når en økende andel av handelen etableres utenfor sentrumssonen, åpner denne utviklingen nye muligheter for sentrum. Dette er godt nytt for sentrumsutvikling i byer og tettsteder. Når kunden kjøper tjenester konsumeres den på stedet og man behøver ikke bil. I tillegg er tilbudet gjerne forbundet med at kunden oppholder seg lenger på stedet og sånn sett bidrar mer til aktivitet og liv i sentrum.

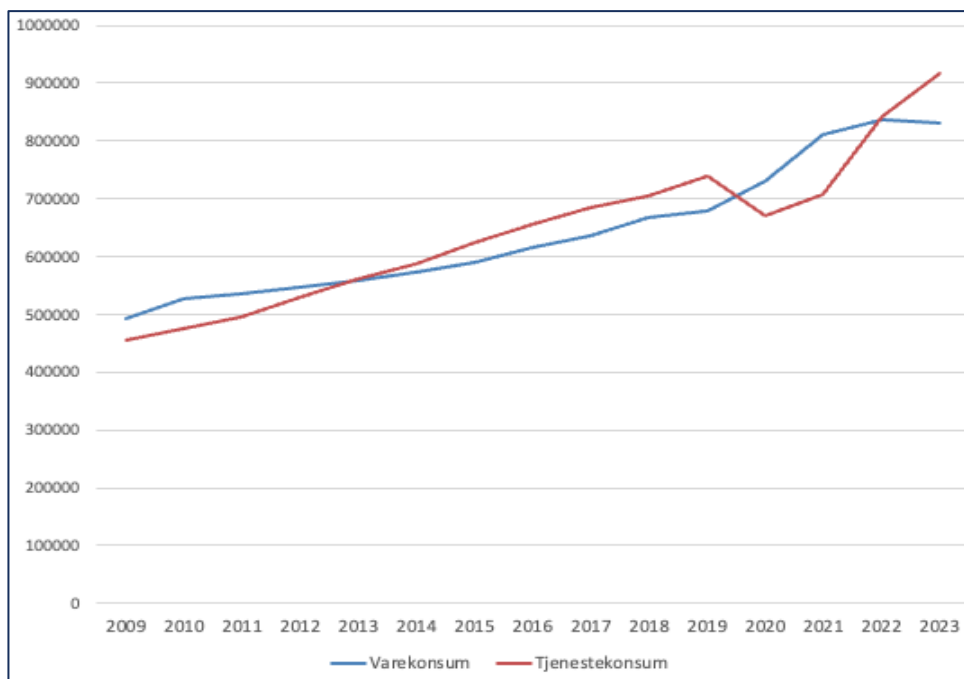
- *Mange byer har merket en tydelig overgang til et aktivt uteliv med kultur, servering og aktiviteter de siste årene. Ofte ser vi at lokaler endrer innhold fra butikk til servering.*

Figur 10.1 Utvikling i vare- og tjenestekonsumet 1990 til 2023



Kilde Virke analyse og SSB

Figur 10.2 Utvikling i konsum i husholdninger. Utgift per år. 2009 til 2023.



Kilde SSB og Vista Analyse

I praksis betyr disse utviklingstrekkene at vi handler mindre varer, vi bruker sentrum mer som en møteplass og vi gjør mer av handelen i de store forretningene med bredt utvalg.

Figur 10.3 Endringer forbruket påvirker bysentrum



Kilde Vista Analyse

Konsumet har samtidig endret innhold innen de to kategoriene varer og tjenester. Og det er særlig kultur og fritid, overnatting og servering og utenlandskonsumet som øker mest. Se Figur 10.4. Det gjenspeiler det vi har vist foran, og illustrerer hvordan det påvirker bruken av sentrum.

Figur 10.4 Utvikling i privat konsum etter utvalgte kategorier



Kilde Virke Analyse og SSB

Tjenesteyting, med servering, kultur og opplevelse, representerer en svært viktig mulighet for sentrumsutvikling. Men norske byer har utnyttet potensialet svært ulikt. Vista analyses rapport for KMD viser at det er store forskjeller mellom byene på hvordan potensialet er utnyttet. (Vista Analyse, 2020). Se Figur 10.5 hvor vi har vist omsetning av service og tjenester målt i snitt per innbygger i et utvalg byers sentrum.

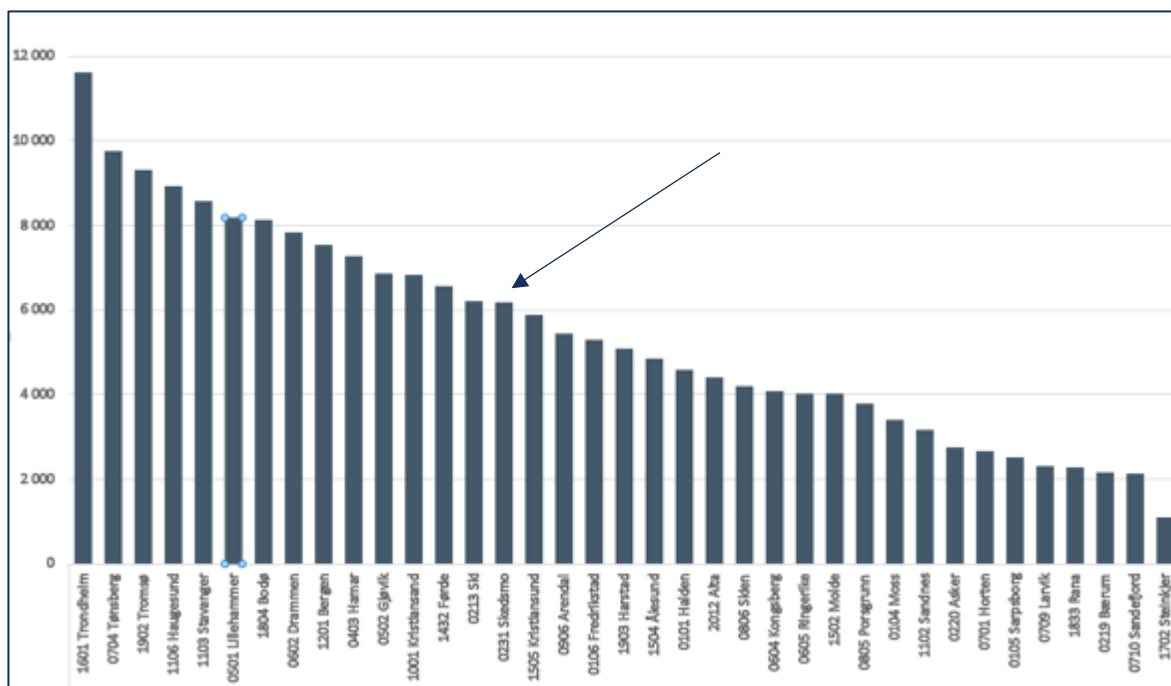
- *Det som karakteriserer de byene som har hentet ut høyest omsetning for tjenester er byer som har lagt stor vekt på utvikling av et attraktivt sentrum. Flere byer har tilrettelagt områder med høy attraktivitet i sentrum, de har tatt vare på historisk bygningsmasse og de har differensiert innholdet og den romlige fordelingen av ulike funksjoner.*

En nedgang av omsetning i handel, som skjer i alle norske byer, kan ikke alene knyttes til mer sentrumsekstern handel, men til hvordan sentrum utvikles og tilrettelegges. Se Figur 10.6. Det handler om å øke sentrums attraktivitet, innhold og funksjoner.

Byenes sentrum som tidligere skulle tilby handelsvarer, tilbyr i dag færre varer og langt flere tjenester. Det samme skjer i de største kjøpesentrene. Tilbud av tjenester så som servering, frisør, helsetjenester, kultur og opplevelser kan gi sentrum ny giv. Lillestrøm sentrum (inngår i analysen for KMD) ligger noe etter de byene som kommer best ut for omsetning av tjenester i sentrum og ligger som nummer 15 av de 36 største byene i Norge, men har likevel hentet ut noe potensial. De byene som har lyktes mest, har en god kombinasjon av attraktiv bygningsmasse og ofte tilknytning til en sjøfront. Videre har det vært nedlagt et betydelig arbeid med sentrumsutvikling for å øke attraktiviteten hos de som har lyktes. En annen fellesnevner er at møteplassene i sentrum ligger innenfor et kompakt og tydelig definert område med en profil/identitet.

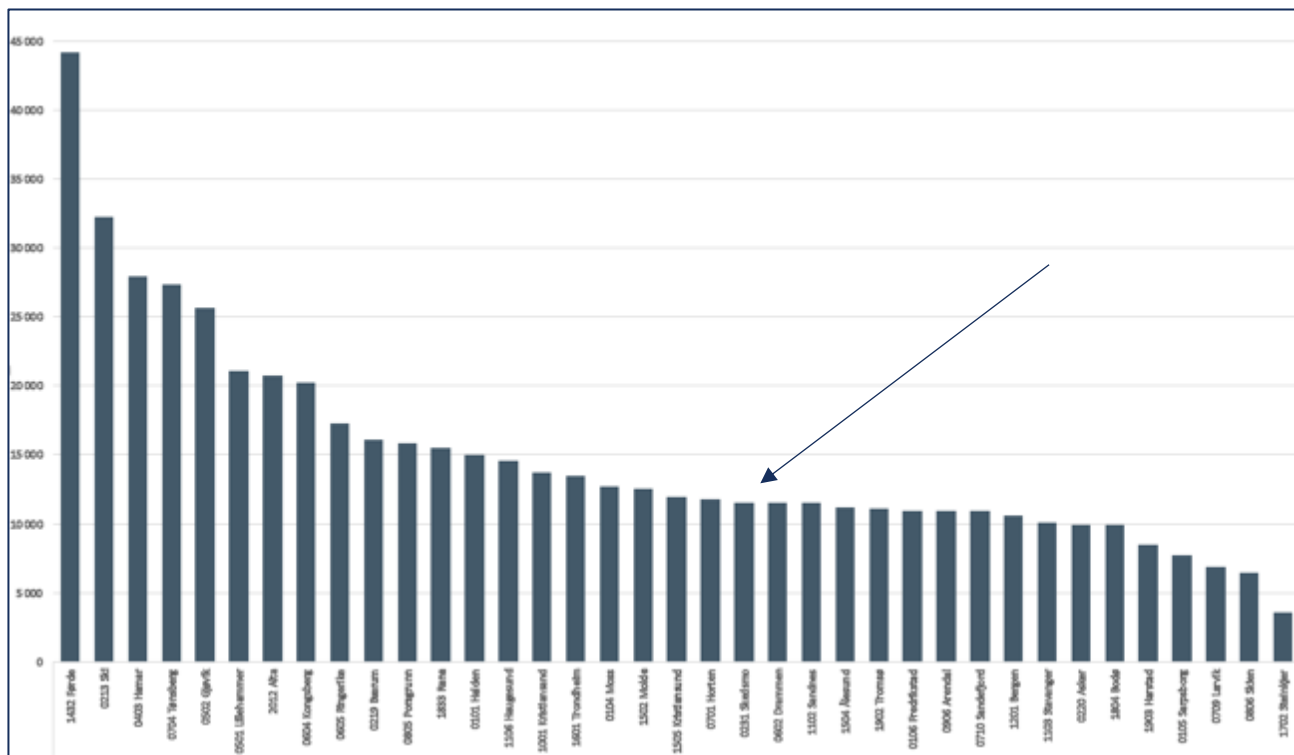
- *Bruk av byens sentrum endrer karakter fra å være et sted man handlet på formiddagen, til et sted med mange kveldstilbud. Kommuner som har arbeidet for utvikling av sentrum som attraktiv møteplass har hentet ut størst effekt.*
- *I en utvikling av Fjellhamar som møteplass blir det viktig å ha fokus på høy romlig kvalitet. Med elv og gammel bygningsmasse ligger det til rette for det.*

Figur 10.5 Omsetning innen tjenesteyting i sentrum. Etter kommune. Snitt per innbygger i hele kommunen. 2018. (Lillestrøm markert)



Kilde Vista Analyse/SSB

Figur 10.6 Omsetning av varer i sentrum. Etter kommune. Snitt per innbygger i hele kommunen. 2018

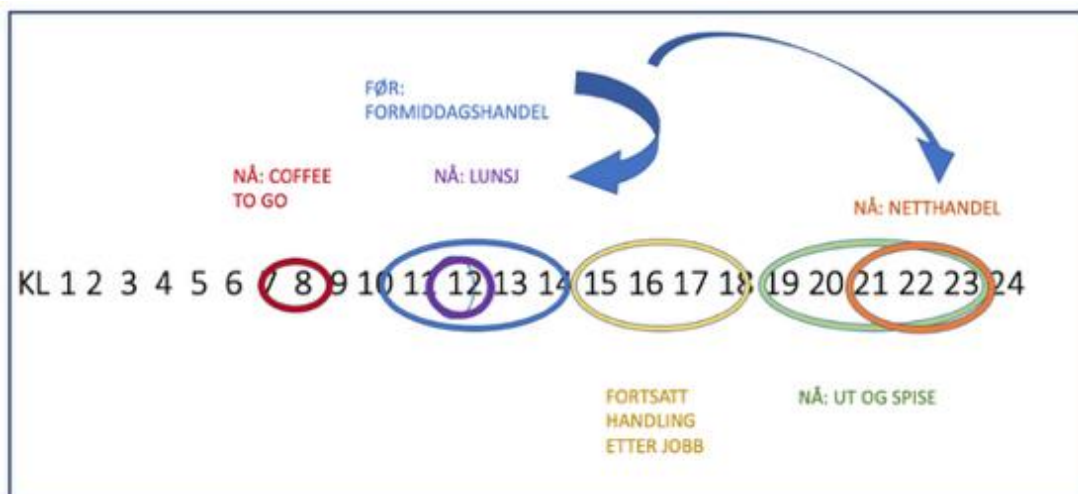


Kilde Vista Analyse/SSB

Ny bruk av sentrum

I figuren under har vi illustrert hvordan handlemønsteret har endret seg gjennom døgnet og hvordan bruken av sentrum endres. Mens hjemmевærende husmødre tidligere handlet i bysentrum på formiddagen, er handlefrekvensen i dag hyppigst på ettermiddagen samtidig som netthandelen ofte foregår på kveldstid. Samtidig er kanskje hjemmевærende småbarnsforeldre vel så mye på kafe om formiddagen som på shopping. Bysentrum brukes på en annen måte og til andre tider på døgnet når alle voksne er i arbeid på formiddagen. Bysentre som stenger rett etter arbeidstid blir tapere, mens handelsparker med lang åpningstid, blir vinnere.

Figur 10.7 Bruk av bysentrum gjennom dagen – før og nå.



Kilde Vista Analyse

- Det er i dag en endring i bruk av sentrum mot økt bruk på kveldstid og med nytt innhold i sentrum.

10.3 Redder handelen sentrum?

Med utgangspunkt i det faktum at omsetningen i varehandelen reduseres, er spørsmålet hva kan redde byers og tettsteders sentrum dersom varehandelen ikke kan det?

Bakgrunnen for målet om å trekke handelsvirksomhet til bysentrum er at det bidrar til økt sentrumsaktivitet (økt bruk av sentrum). En undersøkelse gjennomført i England for noen år siden, hadde en mer nyansert analyse av hva som skaper vitalitet i bysentrum. (Sivaev, 2013) Den konkluderte med at antall arbeidsplasser lokalisert i sentrum er en kritisk suksessfaktor for bysentrums vitalitet. Og viktigst av disse er kontorarbeidsplassene for både offentlig og privat sektor. Å lokalisere kontorarbeidsplassene i sentrum av byer og tettsteder gir flere kunder i bysentrum, noe som igjen gir godt grunnlag for handel og service. Analysen fra England konkluderer med at de mest vitale bysentrene er de som har et høyt antall kontorarbeidsplasser ved de kollektive knutepunktene. En slik lokalisering bidrar til økt bruk av kollektive transportmidler (reduisert bilbruk) hos de ansatte og et bedre grunnlag for handel og service i bysentrum forårsaket av at det er flere folk i gatene. Det er altså viktigere å lokalisere kontorarbeidsplasser i sentrum enn varehandel. Etterspørsel etter handelstjenester, servering o.a. kommer som en konsekvens av at det er mennesker i sirkulasjon i området.

➤ *Arbeidsplasser i sentrum er viktigere for sentrums vitalitet og bruk enn butikker*

Urbaniseringsgraden påvirkes av flere faktorer. Med mer attraktive og funksjonelle bykjerner, flere arbeidsplasser i sentrum og bedre kollektivtransport, følger en økende interesse hos unge for å bo urbant, og for kunnskapsarbeidere for å arbeide urbant. Dette gjør at bosettingen i økende grad klumper seg i eller nær byene. Tidligere industriområder har blitt transformert til boliger, offentlige rammebetingelser har reversert utflytting av varehandelen fra sentrum og bedre kollektive transportmidler har bidratt til bedre tilgjengelighet til bysentrum.

➤ *En utvikling av attraktive møteplasser gir økt bokvalitet*

Sentrumsutvikling som virkemiddel for bostedsattraktivitet

Sentrums kvalitet og innhold er viktig, og arbeid med å utvikle attraktive bysentrum gis høy prioritet i de kommuner som arbeider målrettet mot å tiltrekke seg næringsliv, fungere som motorer for sine omland eller som har mål om å være besøksattraksjoner i reiseliv. Vista Analyse har gjennomført flere analyser som dokumenterer at sentrumsutvikling er viktig for bostedsattraktivitet og næringsvekst, men som er langt mer enn å opprettholde handel i sentrum.

I en analyse Vista Analyse gjennomførte for KS og NHO om kommuners attraktivitet for næringsutvikling ble det dokumenterte hva som kjennetegner kommuner som har hatt større næringsvekst enn befolkningsutviklingen skulle tilsi. (Vista Analyse, 2021). KS og NHO ønsket en analyse av kommuner som har lyktes med næringsutvikling. Et utvalg på 17 kommuner som med ulikt regionalt utgangspunkt ble analysert for å avdekke hvilke suksesskriterier som ligger til grunn for veksten. Resultatene viste at

➤ *kommuner som lykkes i næringsarbeid (som ikke sorterer som kommunens primæroppgave) har arbeidet langsiktig og målrettet med arealplanlegging, bostedsattraktivitet, sentrumsutvikling og har samtidig god dialog med næringslivet.*

Et særtrekk har vært at kommunene har hatt god kunnskap om næringslivets behov, men at utfordringene knytter seg til lange og krevende planprosesser og ivaretagelse av de lovpålagte oppgavene. Bedriftene som deltok i undersøkelsen pekte først og fremst på ønske om et *attraktivt sentrum*, fordi det øker bostedsattraktivitet og er samtidig viktig for bedriften.

Utfordringer i varehandelen

Handelen er i transformasjon og dermed utvikles og tilpasses stadig nye handelskonsepter etter markedets preferanser. Byene vokser, trafikkvolumet øker og dermed øker behovet for tiltak som reduserer biltrafikk, økt bruk av kollektive transportmidler og flere og bedre nærtilbud som kan nås til fots og sykkel.

Lokalisering av ulike handelskategorier – sett fra tiltakshavers side - skjer etter samme tenkning som annen næringsaktivitet – og lokaliseringen differensieres slik at handelstilbud som er transportskapende gjerne lokaliseres utenfor sentrumskjernen. Store dagligvareforretninger lokaliseres også lett tilgjengelig med bil, ettersom dagligvarer er tunge/har stort volum. Dessuten har dagens dagligvarekonsepter ikke tilpasset fasade mot gateplan og stimulerer ikke strøgsgatevirksomhet. En av de store utfordringene er at butikkene ikke ser på sentrum som en

attraktiv lokalisering og dermed får vi forvitring selv med store offentlige investeringer i gateplan. I sentrum i Strømmen har kommunen opprustet gaten, men likevel gir ikke kravet om næring i første etasje et godt bygulv. (Se Figur 10.8) Dette handler også om byggenes kvalitet/attraktivitet.

Figur 10.8 Eksempel på forvitring i sentrum. Strømmen sentrum.



Foto Vista Analyse

En økende andel av ulike arealkrevende handel foregår i big-boxes i utkanten av de fleste større byer, se Figur 10.9. Tilsvarende for de større dagligvareforretningene.

Figur 10.9 Eksempel på strukturert big-box-utbygging. Eid sentrum, Nordfjordeid



Foto Vista Analyse

- ✓ *Tilrettelegging for handel og tjenesteyting i Fjellhamar bør ha aktive fasader mot gateplan og store formater bør unngås.*

10.4 Lokale drivkrefter kan være avgjørende

Enkelte byer og tettsteder har utviklet et tydelig sentrumsmiljø, bestående av ulike møteplasser, torg og strøgsgater. Men det viser seg at utvikling av attraktive byrom byr på store utfordringer.

I figuren under har vi tatt med et eksempel fra Rakkestad. I Rakkestad ble hovedgata gjennom sentrum tilrettelagt som miljøgate av Statens vegvesen. Tiltaket bidro til entusiasme lokalt og flere bestemte seg for å satse i sentrum. «Fru Blom» tilbyr et lite utvalg utvalgsvarer, enkel servering, bord hvor man kan sitte og lese eller jobbe. Innehaveren er møbelsnekker og selger møbler både i butikk og på nett. I tillegg tilbyr en kollega blomster som selges uten ansatte med betaling på vipps. (Vista analyse, 2019). Fru Blom er et eksempel på hvordan kombinere tilbud av varer og tjenester på mindre steder og samtidig skape attraktive møtepunkt. Et tilsvarende finner vi i miljøgaten i Stryn sentrum, der god kaffe har skapt grunnlag for den viktigste møteplassen i sentrum gjennom hverdag og helgedager.

Figur 10.10 Fru Blom i Rakkestad. Eksempel på en driver i sentrumsutviklingen.



Foto Vista Analyse

Figur 10.11 Barista på plass i Stryn sentrum



Foto Vista Analyse

Opphold og friksjon skaper muligheter for omsetning og kommersiell virksomhet. Byens form og funksjon er viktig for omsetning og handel i strøgsgatene. Kjøpesentrene har vist seg å være dyktige i å skape gode møteplasser inne i sentrene og blir ofte vinnere i kampen om kundene.

Det er samsillet av de ulike kvalitetene i byrommet som til sammen bidrar til en attraktiv by for de som bor der. Gode bymiljøer særpreges ofte av pulserende liv der handel er en av mange faktorer. Men handel må ikke overdimensjoneres som faktor.

God sirkulasjon av mennesker skaper godt grunnlag for kommersiell virksomhet. Tradisjonelt har handel stått sentralt i bybildet. Men det er ikke handel alene som bidrar til å utvikle sentrums kvalitet. Sentrums vitalitet er en kombinasjon av kunder/brukere og handel/kultur/tjenesteyting. Kommersiell virksomhet utvikles der det er mennesker (kunder). Desto flere mennesker i sirkulasjon, desto bedre grunnlag skapes for handel, service og ulike tjenester. En kritisk faktor er derfor å stimulere til sirkulasjon av folk og sørge for at folk beveger seg langs samme akser, slik at det skapes friksjon og tetthet. Da kommer kremmerne. Mange byer sprer virksomheten for mye og dermed oppstår tomme rom. Med tomme rom kommer det ofte gråpapir i vinduer der det skulle vært forretninger.

Handelen har historisk sett påvirket byen og tettstedsstrukturen. Men hvilke rammebetingelser som kan bidra til at handelen på en positiv måte kan stimulere til god byutvikling, er ikke entydig. Det vi ser er at møteplasser med servering og tjenester blir stadig viktigere.

- *Handels- og tjenestetilbudet i Fjellhamar bør være knyttet opp mot et aktivt torg med god sirkulasjon og friksjon. Møteplasser bør konsentreres og ikke spres over for mange områder.*

10.5 Handel som tettstedsskapende aktivitet

Handelen vil utvikles og tilpasses stadig nye handelskonsepter i tråd med markedets preferanser. Byer og tettsteder vokser, trafikkvolumet øker og vi opplever en stadig økende grad av arealmessig spredning. Både handel, boliger og arbeidsplasser lokaliseres på nye tomter utenfor sentrum, og sentrum tømmes.

Uegnet bygningsmasse eller uegnete lokaler

Lokalisering av ulike handelskategorier sett fra handelsaktørens side skjer etter samme tenkning som annen næringsaktivitet, så nær kunden som mulig. Og lokaliseringen differensieres slik at handelstilbud som er transportskapende gjerne lokaliseres utenfor sentrums kjernen med tilbud lett tilgjengelig med bil. En utfordring i sentrum er at mange butikker ikke har utstilling i vinduene mot gateplan og derfor heller ikke bidrar til et attraktivt byrom. Dagligvareforretninger er et eksempel på det.

Det har vært et uttrykt planmål fra mange kommuner at første etasje skal være tilrettelagt for næring, men det er ikke sikkert at kravet om vindusflater mot gateplan gir den ønskete effekten. Et problem er at lokalene som står tomme er for store for de små nisjeforretningene som bidrar mest til vitalitet i sentrum. Et annet problem er at leietakerne ikke settes sammen slik at de samlet

bidrar til attraktivitet for kunden. Tilbake sitter man med tomme lokaler som er vanskelig å fylle med ny virksomhet.

Motstykket er små lokaler i attraktive bygg, gjerne gamle trehus eller historisk bygningsmasse slik vi ser i mange norske byer og tettsteder. Dette er også et viktig potensial for Fjellhamar/Bruket.

11 Sammenfatning

I dette kapitlet sammenfatter vi resultatene i analysen og gjennomfører konsekvensutredningen i tråd med kravene i planprogrammet.

11.1 Problemstilling med utredningstema

Under henter vi opp igjen de to oppgaveformuleringene fra planprogrammet og endringsvedlegget til planprogrammet. Først fra planprogrammet fra 2014 og deretter fra endringsvedlegget fra 2024. Fra tiltakshavers side arbeides det ut fra en to-delning av hvert av alternativene.

G. SENTRUMSUTVIKLING OG HANDEL
OM UTREDNINGSTEMA Utbyggingsplaner av dette omfanget vil ha stor påvirkning på Fjellhamar som sted, lokalsenter og handel. Det kan også påvirke omland som Strømmen.
KORT OM DAGENS SITUASJON Fjellhamar er i kommunedelplan for handelsvirksomhet, service, senterstruktur, satt av til lokalsenter. I dag er det noe sentrumsfunksjoner som dagligvare, apotek, frisør og bevertningssted langs nordsiden av Fjellhamarveien innenfor planområdet. Det er også noe service og handel på den andre siden av jernbanen og elva. Det antas at de forholdsvis nærliggende kjøpesentrene i regionen blir benyttet til både daglig handel og shopping.
EKSISTERENDE / KJENTE GRUNNLAGSDATA Fylkesdelplan og kommunedelplan for handelsvirksomhet, service, senterstruktur
ANTATTE PROBLEMSTILLINGER Med en så stor økning i befolknings- og kundegrunnlag er det behov og marked for en forsterkning av handels-, service-, bevertningstilbudet innenfor planområdet for å styrke og definere Fjellhamar som et eget sted og lokalsenter. En utvikling av disse funksjonene planlegges etablert langs Fjellhamarveien for å styrke dagens sentrumsakse.
UTREDNINGSMETODE OG UTREDNINGSBEHOV Det skal beskrives og vurderes hvilke konsekvenser tiltaket vil ha for Fjellhamar som sted, for stedets utvikling samt for eksisterende sentrum. Vurderingene skal blant annet inneholde redegjørelser opp mot stedskvalitet, møteplasser og «byliv». Belysing av utbyggingsforslagets visuelle kvaliteter vil bli gjort som beskrevet under tema stedsanalyse og mulighetsstudie med 3D-perspektiver/ fotomontasjer, snitt, sol- og skyggekart etc. Etablering av forretning og sentrumsfunksjoner planlegges innenfor område avsatt til lokalsenter i kommunedelplan for handelsvirksomhet, service, senterstruktur og vurderes å være iht. til overordnet plan. Forretningsareal i planen skal tilpasses Fjellhamars lokalsenterfunksjon. Det skal utarbeides handelsanalyse som skal vurdere hvor mye handel det bør legges til rette for i området. Trinnvis utbygging skal vurderes, herunder organisering av anleggstrafikk i de ulike fasene, for å minimere konsekvensene for naboer i og utenfor planområdet.

I endringsvedlegget til planprogrammet står følgende om kravet til analysen (Lala og Solon, 2024)

SENTRUMSUTVIKLING OG HANDEL	Eksisterende handels- og servicetilbud både innenfor området og i relevant nærhet må kartlegges.	Beskrivelse og illustrasjoner
	Omfang av forretningsformål skal utredes og tilpasses eksisterende tilbud i området, antall nye boliger og Fjellhamars lokalsenterfunksjon. Undersøke hvordan en utvikling av handel, service og bevertningstilbud innenfor planområdet kan bidra til å styrke dagens sentrumsakse i Fjellhamarveien.	Handelsanalyse
	Det skal beskrives og vurderes hvilke konsekvenser tiltaket vil ha for Fjellhamar som sted, for stedets utvikling samt for eksisterende sentrum. Vurderingene skal blant annet inneholde redagjerelser opp mot steds kvalitet, møteplasser og byliv. Trinnvis utbygging skal vurderes.	Ansvar for utredningen
	Vurdere hvorvidt planen påvirker omkringliggende handelstilbud, slik som Strømmen og kjøpesentrene i Lørenskog.	Forslagsstiller i samarbeid med Lørenskog kommune og med involvering av grunneiere

Utredningsalternativet – vurderinger fra tiltakshaver

Med bakgrunn i planprogrammet fra 2014 og endringsvedlegget fra 2024, har tiltakshaver foretatt noen betraktninger knyttet til de to utbyggingsalternativene. Det arbeides derfor etter en todeling av de to alternativene i et A- og B-alternativ for både alternativ 1 og 2.

Nullalternativet:

Selv om store deler av planområdet er regulert til industri, er ikke videreføring av industriformålet vurdert som realistisk, ettersom tidligere industrivirksomheter i området har avvirket eller flyttet sin drift. Nullalternativet innebærer derfor en gradvis transformasjon av området fra industri til annen bruk. Vest- og østfeltet antas fortsatt brukt som lager- og logistikkområde, i tråd med dagens drift og arealbruk. Deler av bebyggelsen på den tidligere skoletomta er midlertidig i bruk som barnehage. Den tidligere skoletomta er regulert til offentlig bebyggelse/undervisning og antas derfor videreført som barnehage/undervisningsformål. Eksisterende eneboliger i Marcus Thranes vei 103 og 103B samt Rikard Nordraaks vei 2 videreføres. Fjellhamar gård forutsettes videreført som barnehage og forsamlingslokale som i dag. Bruket Fjellhamar transformeres videre med tilføring av kontorbedrifter.

Samlet innebærer nullalternativet en videreføring av pågående transformasjon, med overgang fra industri til en blanding av kontor, lager, logistikk, barnehage og bolig. Dette gir en dempet utviklingsretning sammenliknet med et utbyggingsalternativ, men innebærer likevel endringer i arealbruk over tid.

Alternativ 1A:

Formålet med alternativ 1A er å transformere og åpne opp industriområdene ved Fjellhamar jernbanestasjon. Det skal i hovedsak legges til rette for boliger og en videreutvikling av sentrumsfunksjonene på Fjellhamar. Alternativet skal ta hensyn til Fjellhamars status som lokalsenter og være forankret i overordnede føringer.

Området utvikles med byggehøyder i spennet 3–7 etasjer, tilpasset stedets topografi og omgivelser. Bygningsmassen vil variere for å skape urbane kvaliteter og visuell variasjon, samtidig som det tas hensyn til eksisterende bebyggelse og kulturmiljø. Alternativet 1A legger til grunn en

høy arealutnyttelse for å legge til rette for effektiv arealbruk og bærekraftig byutvikling. Samlet utbygging gir en total utnyttelse på ca. 108.000 m² BRA, tilsvarende en områdeutnyttelse på ca. 104%. Planen tilrettelegger hovedsakelig for boligformål, inkl. barnehage, sentrumsformål i sentrumskjernen, eksisterende trafostasjon og kombinerte formål på Bruket Fjellhamar, samt veiformål og nytt friområde langs Fjellhamarelva. Illustrasjonsprosjektet viser en samlet boligkapasitet på ca. 1055 boenheter og gir rom for innslag av næringslokaler som skal styrke lokalsenterfunksjonen i området. Det legges til rette for en variert boligstruktur som dekker ulike behov gjennom livsløpet. Dette inkluderer leiligheter i ulike størrelser og bofellesskapsløsninger, for å fremme sosialt mangfold og fleksibilitet i botilbudet. Kantsonen langs Fjellhamarelva utvides og det etableres et nytt friområde mellom elva og Fjellhamar gård.

Gamle Fjellhamar skole og Fjellhamar gård bevares som del av kulturmiljøet. Tidl. Fjellhamar Bruk (nå Bruket Fjellhamar) transformeres til kombinert bruk med kontor, bevertning, kultur, forsamlingslokale, undervisning og verksted, og fungerer som identitetsbærende element i den nye bystrukturen. Portvakta bevares også. Gjennomføringen av transformasjonen forutsetter samspill med øvrig utnyttelse i området. Eksisterende barnehage ved Fjellhamar gård videreføres.

Alternativ 1B:

Som alternativ 1A, men boliger på felt V2 og/eller S2 erstattes med barnehage. Som følge av utbygging og videreføring av 100 plasser fra midlertidig barnehage på skoletomta, er det behov for en eller to nye barnehager.

Alternativ 2A:

Plangrepet og formål er i all hovedsak likt som alternativ 1A, foruten utvikling av Bruket Fjellhamar, samt lavere byggehøyder og utnyttelse. Bruket transformeres videre med tilføring av kontorbedrifter og får kombinert bruk med kontor, undervisning, verksted, lager og logistikk. Byggehøyder for planområdet er i spennet 3-5 etasjer og det er innslag av rekkehus i alle delområder. Samlet utbygging gir en total utnyttelse på ca. 98.000 m² BRA, tilsvarende en områdeutnyttelse på ca. 94 %.

Alternativ 2B:

Som alternativ 2A, men boliger på felt V2 og/eller S2 erstattes med barnehage. Som følge av utbygging og videreføring av 100 plasser fra midlertidig barnehage på skoletomta, er det behov for en ny barnehage.

11.2 Nye beboere og beregnet forbruk

I tabellen under er det satt opp et anslag på antall nye beboere i Fjellhamar etter ulike alternativ og ulike delområder.

Det er et begrenset antall nye innbyggere i de to alternativene i dette prosjektet.

- *Det lave alternativet vil kun utløse 1 100 til 1 200 nye beboere. Det kan ikke forventes å gi noen effekt på tilbudet i lokalsenteret i Fjellhamar.*
- *Det høye alternativet utløser om lag 1 400 til 1 550 nye beboere. Dette er også en svært begrenset vekst og det skal mye til for at det utløser flere tilbud i Fjellhamar lokalsenter.*

Det er heller ikke tilstrekkelig kundegrunnlag for en ny dagligvareforretning som trenger et minimum kundegrunnlag på 3-5000 kunder.

Sammenstill vi det med utviklingen på Skoletomta blir det noe bedre grunnlag, men fortsatt ikke nok til å utløse nye etableringer. Se Tabell 11-1.

Tabell 11-1 Antall nye beboere på Fjellhamar fram mot 2050 etter ulike alternativer

	Høyt alternativ		Lavt alternativ	
Antall beboere	Alt 1 A	Alt 1 B	Alt 2A	Alt 2B
ØST	538	538	428	428
VEST	1014	847	783	650
<i>Skoletomta</i>	593	419	486	374
<i>Utenfor feltet - øst for elv</i>	1750	1750	1750	1750
Nye beboere etter alt høy og lav	2145	1804	1697	1452
	3895	3554	3447	3202

Kilde Lala

Forventet etterspørsel etter utvikling av Fjellhamar Øst

Legger vi til grunn et årlig konsum av varer per person lik kr 90 000 eks mva vil det gi en forventet meromsetning på 350,5 millioner for Alt 1a (høyeste alternativ) og 288 millioner for Alt 2B (laveste alternativ). Dette gjelder alle varer både dagligvarer, sjeldenkjøpsvarer og forbruksvarer.

Med flere store kjøpesentre innen en halv times reiseavstand, vil det i all hovedsak være dagligvarer og enkelte forbruksvarer som kan forventes å tilbys på Fjellhamar. Legger vi til grunn at forbruket av dagligvarer er kr 40 000 gir det en omsetning på 160 millioner for det høyeste alternativet og 130 millioner for det laveste. Det gir grunnlag for en begrenset økning av dagligvarer på Fjellhamar, høyst sannsynlig kun en butikk av typen Coop Prix eller Joker.

Dersom vi ikke tar med Fjellhamar Øst gir det en forventet meromsetning på 86 millioner for høyeste alternativ og 60 millioner for det laveste alternativet.

- *Utvikling av boliger for de to alternativene høy og lav uten utvikling av Fjellhamar Øst (øst for elven) gir ikke grunnlag for nye forretninger verken innen dagligvare eller utvalgsvarer. For hele Fjellhamar vil det ikke være grunnlag for tilbud av kapitalvarer. Til det er et kundegrunnlag på 13-15 000 innbyggere ikke tilstrekkelig i et lokalsenter når det er så stort tilfang av varer både i nærliggende avlastningssentre og mange store kjøpesentre i kort avstand fra Fjellhamar.*
- *En utvikling av et bedre tilbud antas først å kunne oppnås når Fjellhamar når rundt 20 000 innbyggere.*
- *Det er imidlertid grunnlag for utvikling av møteplasser med tilbud innen servering knyttet til aktiviteter og opplevelser. I tillegg er det et kommersielt grunnlag for tilbud av ulike service og tjenester. Det vil være viktig å ha tilgjengelig lokaler med lav leie. Dette forutsetter utvikling og tilrettelegging av en attraktiv møteplass. De gamle bygningene på Bruket bør være godt egnet. Her er det også allerede noen slike tilbud.*

11.3 Romlig strategiske grep

Stedegne fortrinn

I utvikling av et lokalsenter som tas i bruk av befolkningen blir det viktig å ta utgangspunkt i stedets komparative fortrinn. På Fjellhamar er det;

- Fjellhamar som et *historisk sentrum* er et viktig fortrinn og kontakten med denne kulturen bør vies oppmerksomhet. De gamle fabrikklokalene ved elven har potensial for utvikling av en møteplass med ulike tilbud innen servering og service.
- *Elven* er et komparativt fortrinn som kan styrke antallet besøkende i helger og ettermiddager gjennom spaserturer, friluftsliv og bruk av parkområdet. Grøntaksene bør derfor videreføres gjennom naturlige gangveier for offentligheten inn mot torget som bør ligge tett mot stasjonsområdet.
- *Jernbanestasjonen* er Fjellhamars komparative fortrinn. Stasjonsområdet er derfor det viktigste punktet i sentrumsområdet og det er tett opp mot dette knutepunktet at videre utvikling for handel bør skje dersom det er interesse for etablering.
- *Eksisterende handelstilbud* og butikkområde vil få et bedre grunnlag med flere nye beboere i området.

Utfordringer

- Store kjøpesentre er de eksterne konkurrentene som reduserer potensialet for et handelstilbud på Fjellhamar.
- Potensialet for videre utvikling for handel i Fjellhamar lokalsenter er begrenset frem til Fjellhamar lokalsenter skal serve anslagsvis 20 000 innbyggere.. Jo svakere tilveksten av beboere blir, desto svakere blir investeringsinteressen for tilbud i lokalsenteret.

Mulighetene ligger i en differensiert romlig strategi

Figur 11.1 Innholdsmessig hovedstruktur Fjellhamar.



Kilde SOLA

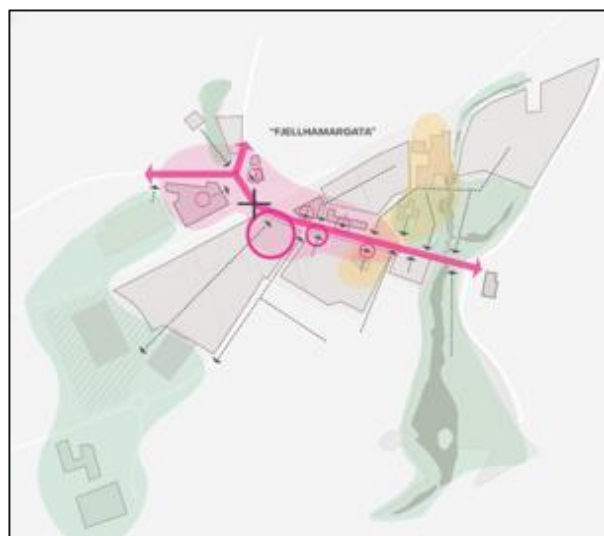
En differensiering av delområdene slik at de enkelte delområdene får ulikt innhold gir bedre kommersiell mulighet enn spredte tilbud langs flere akser. I figuren under er områdene planlagt med differensiert profil og innhold. Det er en god ide.

Planløsningen legger opp til et handelsområde langs Fjellhamarveien der tilbudene er i dag. Det er her eventuelle nye etableringer innen handel bør skje. *Kulturaksen* omfatter den historiske bebyggelsen på Bruket og her er det allerede i ferd med å utvikles et kulturtilbud. Men for at kulturtilbudet skal kunne gi en kommersiell gevinst så må det være tilbud som fyller flere dager i uka ellers vil tilbudet forsvinne.

Den grønne aksen kan stimulere til turgåing langs elva med en «endestasjon» på Bruket der det er ulike serveringstilbud. Vi har sett effekten av slike gangakser i attraktivt landskap langs Akerselva og Drammenselva m fl. Vann trekker folk.

Utviklingen av en kompakt og utadrettet møteplass med ulik service og tjenesteyting kan stimulere til etableringer innen servering og service gjennom hele uken. Her kan tenkes pizzeria, bakeri, sykkelverksted, kunsthåndverk mv. Det forutsettes imidlertid en lav husleie.

Figur 11.2 Strategisk retning for varehandel og private og offentlige tjenester - sentrumsaksen



Kilde Sola

Figur 11.3 Strategisk retning. Kultur og rekreasjon - Kulturaksen



Kilde Sola

Figur 11.4 Dagens kulturtilbud på Bruket



- *Det største potensialet antas å ligge inne på det gamle industriområdet. Her vil husleien kunne være lav og det åpnes for ulike typer verksted, fra for eksempel sykkelverksted til håndverksaktivitet. Med kulturarrangement i hallene vil det være grunnlag for noe serveringsvirksomhet. Servering kan kombineres med take away, bakeri. Vi anbefaler Bruksplassen for slik utvikling. Tilbudet kan gjerne suppleres med tilbud for barn.*

Figur 11.5 Bruksplassen godt egnet for supplerende tilbud



Kilde Lala

11.4 Oppsummert om alternativene

Nullalternativet:

Nullalternativet vil ikke gi noe løft for Fjellhamar lokalsenter og heller ingen negative konsekvenser for de øvrige handelsstedene i regionen. Et begrenset antall arbeidsplasser vil være positivt for eksisterende handels- og servicetilbud, men ikke stimulere til nye tilbud.

Alternativ 1A:

Formålet med alternativ 1A er å transformere og åpne opp industriområdene ved Fjellhamar jernbanestasjon. Det skal i hovedsak legges til rette for boliger og en videreutvikling av sentrumsfunksjonene på Fjellhamar. Alternativet skal ta hensyn til Fjellhamars status som lokalsenter og være forankret i overordnede føringer.

Dette alternativet er det som kan gi et grunnlag for utvikling av lokalsenteret, selv om det i seg selv gir et begrenset kundevolum med rundt 1 550 nye beboere. Sammen med skoletomta blir det rundt 2 000 nye beboere og det kan gi grunnlag for en liten dagligvareforretning (f eks Joker/Coop Prix). Det vil gi bedre grunnlag for utvikling av en møteplass på Bruket der servering, bakeri, sykkelverksted kan være mulig. Det blir viktig å holde arealprisene på et lavt nivå for å få dette til. Det er nødvendig å søke en god driver med entusiasme og drivkraft.

Alternativ 1B:

Alternativ 1B gir 1 300 nye beboere. Det gir tilsvarende mulighet til videreutvikling av en møteplass på Bruket. Det er helt avgjørende å finne en god driver som har entusiasme og drivkraft til å skape en møteplass som blir brukt og besøkt.

Både Alt 1A og 1B vil gi bedre synergier i utvikling av et lokalsenter dersom Fjellhamar Øst også utvikles. 1 300-1 550 nye innbyggere er marginalt for å oppnå potensial for tilbud i lokalsenteret.

Med en utvikling av skoletomta og Fjellhamar Øst vil det skapes et grunnlag for utvikling av en møteplass på Bruket, men det forutsetter at det ikke tar flere tiår før det er på plass.

Alternativ 2A og 2B:

I disse alternativene forventes nær ingen synergier i utvikling av et lokalsenter. En økt andel kontorvirksomheter vil kunne bidra til økt omsetning i dagens butikker, men ingen virkninger for utvikling av et lokalsenter.

11.5 Vil tiltaket ivareta kommunens mål?

Kommunens mål om utvikling av Fjellhamar med et lokalsenter kan i begrenset grad styrkes med tiltaket. Til det er det for få nye beboere til at lokalsenteret vil få vekst.

Det vil imidlertid bli bedre grunnlag for eksisterende butikker og det er positivt. Potensialet knytter seg til en mulighet for å skape en møteplass med kombinasjon av kultur, opplevelse og noe produksjon i det gamle industribyggene.

Ikke noe av dette vil påvirke Lørenskog sentrum eller de andre handelsstedene i Lørenskog og Strømmen negativt. Det vil i stedet kunne skape høyere bostedsattraktivitet og dermed et mer stabilt boligmarked. Samtidig vil det redusere transportomfang/-behov for de som bor på Fjellhamar.

12 Referanser

- Akershus Eiendom. (2024). *Halvårsrapport Høst 2024*.
- Akershus fylkeskommune. (2018). *Regional plan for handel, service og senterstruktur*.
- Akershus fylkeskommune. (2018). *Regional plan for handel, service og senterstruktur i Akershus*.
- Akershus fylkeskommune og Oslo kommune. (2015). *Regional plan for areal og transport i Oslo og Akershus*.
- Helse- og omsorgsdepartementet. (2015). *Folkehelsemeldingen - Mestring og muligheter*.
- Helsedirektoratet. (2014). *Kunnskapsgrunnlag for fysisk aktivitet*.
- Kommunal- og distriktsdepartementet. (2023). *Nasjonale forventninger til regional og kommunal planlegging 2023-2027*.
- Kommunal- og moderniseringsdepartementet. (2018). *Statlig planretningslinjer for samordnet bolig-, areal- og transportplanlegging*.
- Krugman, P. R. (1997). *Development, Geography and Economic Theory* (MIT press. utg.).
- Lala og Solon. (2024). *Fjellhamar sentrum. Endringsvedlegg til planprogram*.
- Lørenskog kommune. (2023a). *Økonomiplan 2024-2027 Perspektivmeldingen*.
- Lørenskog kommune. (2023b). *Forslag til plan for barnehage- og skoleutbygging i Lørenskog*.
- Lørenskog kommune. (2023c). *Kommuneplanens arealdel*.
- Lørenskog kommune. (2024). *Oppstart av arbeidet med kommuneplanens arealdel. Forslag til planprogram*.
- Lørenskog kommune. (2024). *Oppstart av arbeidet med kommuneplanens arealdel. Forslag til planprogram*.
- Lørenskog kommune. (2024). *Planstrategi for Lørenskog kommune 2024-2028*.
- Link arkitektur. (2014). *Forslag til planprogram etter PBL*.
- Lovdata. (2015). *Planbestemmelser og retningslinjer for handel og tjenesteyting, Skien, Porsgrunn, Bamle og Siljan kommuner*.
- Miljøverndepartementet (senere KMD). (2008). *Rikspolitisk bestemmelse for etablering av kjøpesentre*.
- Miljøverndepartementet. (1999). *Rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre*.
- Miljøverndepartementet. (2013). *Den moderne bærekraftige byen*. T-1537.
- Nærings- og fiskeridepartementet. (2018). *handelsnæringen - når kunden alltid har nett*.
- Nærings- og fiskeridepartementet. (2018). *Handelsnæringen - når kunden alltid har nett*.

- Norkart. (2019). *Demografi- og avstandsanalyse for Gran kommune og Lunner kommune*.
- Plansamarbeidet Oslo Akershus. (2015). *Regional plan for areal- og transport*. Høringsutkast.
- Porter, M. (1990). *Competitive Advantage of Nations*.
- Reve, T. (2012). *Et kunnskapsbasert Norge*.
- Sivaev, S. o. (2013). *Beyond the Hight Street; Why our cityr centres really matter*.
- Squires. (2002). *Urban Sprawl; Causes, Consequences and Policy Responses*.
- Storper, M. (2013). *Keys to the City*.
- TØI. (2014a). *Hva kan gjøres for å styrke sentrums attraktivitet som etableringsarena for handel og service?* 1334/2014.
- Vista Analyse AS. (2013). *Næringsutvikling 2000-2011 og 2030 Oslo Akershus*.
- Vista Analyse. (2013). *Næringsutvikling i Osloregionen - vekstmuligheter i alternative utbyggingsmønstre*. 2013/05, Toftdahl, H., Reinvang, R.
- Vista analyse. (2019). *Lyckliga gatan - arealbruksendringer av gateprosjekter*.
- Vista Analyse. (2020). *Omsetningutvikling i varehandel og tjenesteutvikling i et utvalg norske bye for perioden 2008-2018*. .
- Vista Analyse. (2021). *Lærdommer av gode vertskapskommuner for næringsutvikling*.
- Vista Analyse og Samfunnsøkonomisk Analyse. (2021). *Lærdommer fra gode vertskapskommuner for næringsutvikling*.



Vista Analyse AS
Meltzers gate 4
0257 Oslo

post@vista-analyse.no
vista-analyse.no