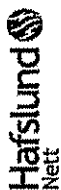


1 av 2

1 av 1



Vår sakshandler
Bjørn Sandveit
tlf. 901 24 523 epost: bjorn.sandveit@hafslund.no

Vår sakshandler
Bjørn-R. Kjørnsmo
tlf. 900 18 572 epost: bjorn-ragnar.kjornsmo@hafslund.no

Vår dato
1. des. 2005

Vår dato
2005-04-08

Til
Utbyggere av vei- og boligområder
Oslo Asker og Bærum kommune

Til
Hille Melbye arkitekter
Hausmanns gate 16
0182 Oslo

v/Utbyggingsansvarlig

Veibelysning må medtas som en del av pålagt infrastruktur ved vei, bolig og industriutbygging

I kommunestyrevedtak er Hafslund Nett AS (Hafslund) tilført eieransvar for den offentlige veibelysning. Hafslund kvalitetssikrer at anleggene blir bygget i henhold til kommunalt pålegg og standard (kommunale veinormer og retningslinjer).

Hafslund skisserer rammebetingelser og krav til veibelysningsanlegg generelt.

I forbindelse med prosjekteringen av veianlegg og boligutbygging skal utbygger sørge for at det lages et forprosjekt for å sikre at krav i henhold til den kommunale Veibelysningsmalen blir ivarett.

Forprosjektet skal synliggjøre hvilke løsningsvalg og rammer som skal danne grunnlaget for detaljplanleggingen. Videre skal forprosjektet vurdere hvordan energiforbruket kan minimaliseres, samt tilpassing av den nye belysningen til eksisterende infrastruktur.

Forprosjekt og Planer for veibelysningsanlegget skal oversendes Hafslund for godkjenning før anleggsarbeidene starter opp. Vi ber derfor utbygger ta kontakt med Hafslund i regulerings-forslagsfasen.

Utbygging/planlegging av veibelysning skjer oftest som en integrert del med det øvrige fordelingsnett.

Før veilysanleggene tilkoples Hafslunds veibelysningsnett, skal anleggsdokumentasjon vedlegges i henhold til retningslinjer for Hafslund.

Anlegg som ikke blir godkjent, må utbedres i henhold til kommunal standard og Hafslunds pålegg før spenning kan påsettes.

Med hilsen
Hafslund Nett AS

Bjørn Sandveit
senioringeniør
sign

Vedlegg: Rutine for prosjektering og utbygging av veibelysning.

Bakgrunn
703 05 1207
Forhåndsuttalelser
703 05 1207
NO 790 489 486 NVA

Tidspunkt
23.01.06

Internett
www.hafslund.no
mailto:info@hafslund.no

Hafslund Nett AS
144, Skøyen
N-0257 Oslo

Postadresse
Hafslund Nett AS
N-0257 Oslo

Cecilie Thoresensvei 19 - omregulering

Vi viser til Deres brev av 2005-03-05.

Hafslund Nett har nettsisjon nr. 2645 med tilhørende høy- og lavspent kabelanlegg innenfor det regulerte området.

Nybbygg eller endring av eksisterende bygg må ikke redusere adkomsten til og ventilasjonen av nettsisjonen. Det må ikke gjøres inngripen i terrenget som medfører endring av overdekningen over kablene.

En eventuell flytting av eksisterende anlegg eller bygging av nye anlegg må i sin helhet bekostes av utbygger.

I tilknytning til søknadsfrysning til nye anlegg, må det tas tidlig kontakt med Hafslund Nett, slik at nødvendige tiltak kan iverksettes. Effektkapasitet og plass/areal til ny nettsisjon.

Nybygging, ombygging og opprustning av veibelysningen til kommunal standard i henhold til den kommunale veinormen må tas med som en del av pålagt infrastruktur i prosjektkostnadene for anlegget.

Vedlagt følger brev som viser den formelle saksgangen for etablering og rehabilitering av veilysanlegg.

Med hilsen
Hafslund Nett AS

Petter Rognstad
avdelingsleder
sign

Vedlegg:
Brev

Postadresse
Hafslund Nett AS
N-0257 Oslo

Internett
www.hafslund.no
mailto:info@hafslund.no

Hafslund Nett AS
144, Skøyen
N-0257 Oslo

Tidspunkt
23.01.06

Bakgrunn
703 05 1207
Forhåndsuttalelser
703 05 1207
NO 790 489 486 NVA

29 APR. 2005

1832

Hille Melbye Arkitekter AS
v/Bert Jøhanne Markeseth
Hausmannsgate 16
0182 OSLO



Oslo, den 28.04.05

Dens ref:

Vår ref.: BSH/712.30/Lambertseter senter
(nord)

INNSPILL TIL REGULERINGSPLAN LAMBERTSETER SENTER (NORD)

Norges Handikapforbund Oslo har mottatt varsel om igangsettning av reguleringsarbeid for Lambertseter senter (nord). NHF Oslo vil i hovedsak konsentrere vår uttalelse om forhold som er av betydning for orienterings- og bevegelseshemmede.

I foreliggende sak foreslås området regulert til

- felt A: blandet formål: forretnings- og kontor- og boplatser, felles parkering
- felt B: blandet formål: forretnings- og kontor- og boplatser, felles bevertningssteder
- offentlig trafikkområde: (rundkjøring, gang- og sykkelvei med mer)
- felles avkjørsel
- felles parkering
- felles gangbro over sporveismråde

Vi har følgende kommentarer til planforslaget:

- Universell utforming må være forenede premisser i planen.
- Konsekvenser for funksjonshemmede må belyses.
- Forslaget må innholde reguleringsbestemmelser som sikrer god tilgjengelighet for funksjonshemmede.

1. UNIVERSELL UTFORMING - FUNKSJON OG GENERASJON

Universell utforming er en sentral strategi for å bedre tilgjengeligheten. Strategien tydeliggjør at løsninger som omfatter alle skal velges fremfor særtilpasninger for bestemte målgrupper. Dette gir et mer effektivt og funksjonelt samfunn som gjør det enklere både for mennesker med barnevogn, eldre, barn, bevegelseshemmede, andre funksjonshemmede, førstegangsbrukere samt ved vareleveranser, drift og renhold.

Universell utforming er basert på at menneskers funksjonsevne varierer og at dette må være en premisse for den fysiske utformingen.

2. OVERORDNEDE FØRINGER

Lambertseter senter (nord)

side 2

Det finnes overordnede føringer på dette området, som vi finner det verd å nevne, og som må tas hensyn til i planleggingen av reguleringsplanen.

2.1 St. meld. Nr. 29 Regionalplanlegging og arealpolitikk 1996

Meldingen sier at følgende politiske premisser skal tillegges større vekt i arealpolitikken og den regionale planleggingen:

- Hensynet til biologisk mangfold
- Hensynet til utbyggingspolitikk og transportsystem
- Hensynet til jordvern
- Hensynet til estetikk og landskapsbilde
- Hensynet til funksjonshemmede

Meldingen går også inn på områder de ser på som viktig for å utvikle god tettsted- og senterutvikling i forhold til at tilgjengelighet for funksjonshemmede skal integreres, synliggjøres og tillegges betydelig mer vekt.

2.2 St. meld. nr. 40 Nedbygging av funksjonshemmede barrierer.

I meldingen legges det til grunn en relasjonell forståelse av begrepet funksjonshemming. "Funksjonshemming oppstår når det foreligger et gap mellom individets forutsetninger og de krav miljøet og samfunnet stiller til enkeltindividets funksjon". Meldingen sier videre Regjeringens visjon i politikken for funksjonshemmede er å bygge ned de barrierer som bidrar til funksjonshemmingen, der målet er at alle skal ha de samme muligheter til personlig utvikling, deltakelse og livsutførelse, uavhengig av funksjonsevne.

2.3 St. meld. nr. 23 Om boligpolitikk

Den overordnede visjon for regjeringens boligpolitikk er at: Alle skal kunne bo godt og trygt. Visjonen skal oppnås gjennom bl.a. å øke antall miljøvennlige og universell utformede boliger og boplatser.

I boligmeldingen legger regjeringen til grunn universell utforming som bærende kvalitetsprinsipp ved utforming av bygninger, boliger og uteområder.

2.4 Rundskriv T-5/99 Tilgjengelighet for alle

De nasjonale mål som søkes ivarett med dette rundskrivet oppsummeres slik:

- a; Å sikre at planleggingen virker inkluderende, slik at alle kan benytte bebyggelse og uterom på likestilt måte,
- b; Å vurdere det offentlige ansvar for å sikre brukbar utforming av bebyggelse og uterom for alle

Et mål med rundskrivet er å sikre at funksjonshemmedes interesser blir synliggjort også i de plan- og byggesaker som ikke tar utgangspunkt i funksjonshemmedes behov, dvs. hovedtyngden av kommunenes planlegging. Hensynet til tilgjengelighet for alle skal vurderes også i disse sakene, jfr. pkt. 2.1.a.

Rundskrivet påpeker også at: "Hvis det i arealplanen legges opp til fysiske løsninger som ikke ivaretar hensynene til tilgjengelighet vil det etter en helhetsvurdering kunne utføse innsigelse fra fylkesmann og/eller fylkeskommune."

3 KONKLUSJON

De overordnede føringene som er utarbeidet innebærer at universell utforming tilgjengelighet for alle systematisk må innarbeides i planforslaget

Norges Handikapforbund Oslo

Dette krever at sakfernelegget beskriver hvordan tilgjengeligheten for funksjonshemmede varetas bl.a. når det gjelder bolig, utearealer, atkomstforhold, tilgjengelighet til kollektivtransport, beplantning, parkering, gangveier, støy- og luftforurensing m.m. og at konsekvensene for funksjonshemmede i forhold til disse punktene beskrives. I tillegg sier byutviklingskomiteen klart at det skal stilles krav til tilgjengelighet i bestemmelsene. Dette kan gjøres gjennom å stille konkrete krav i bestemmelsene vedr. bl.a.

- Beplantning
- Brukbarhet i forhold til utearealer og atkomst
- Stigning
- Parkering

På bakgrunn av disse kommentarene har vi følgende forslag til reguleringsbestemmelser:

Byggeområde.

Tillegg: Bygverkets utforming og plassering på tomten skal gi optimal tilgjengelighet i forhold til adkomst til inngangsparti og bruk av uteoppholdsarealer.

Utforming

Tillegg: Bygningene skal ha slike planløsninger og slike atkomstforhold at de kan benyttes av orienterings- og bevegelseshemmede. Prinsipp om universell utforming skal legges til grunn i prosjekteringen.

Parkering

Tillegg: 5-10% av parkeringsplassene skal anlegges og dimensjoneres for bevegelseshemmede.

Feliasområder

Gangveier skal være uten trinn, med fast og jevnt dekke, og ha sammenhengende ledelinjer som gir synshemmede mulighet til å orientere seg.

Nytt punkt:

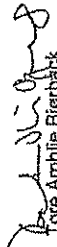
Utomhusplan og krav til uteoppholdsareal

Tillegg: Utomhusplan skal vise stigningsgrad og tilgjengelighet til gang- og oppholdsarealer.
Utomhusarealene og lekeområdene skal være utformet slik at de er tilgjengelige og brukbare for bevegelseshemmede barn og voksne
Allergene planter skal ikke brukes i nærhet av atkomst, inngang og uteoppholdsarealer.

Skulle det være spørsmål ang. vår uttalelse, vennligst ta kontakt med saksbehandler siv. ark Benedicte Sofie Hoelbrekken eller undertegnede.

Med vennlig hilsen

Norges Handikapforbund Oslo


Lore Amblie Bjørnbakk
kontorsjef

11 APR. 2005

Audhild Freberg Iversen

MEDEL AV DEN NORSKE ADVOKATFORENING

Hilde Melbye Arkitekt AS
v/Berit Johanne Mørkeseth
Hausmannsgt 16
0182 OSLO

Oslo, 6. april 2005

Reguleringsplanarbeid Lambertseter Sentrum (Nord)
Som beboer i nabolaget til Lambertseter Sentrum vil vi rimeligvis bli berørt av de reguleringsplaner som skal igangsettes.

Min hensikt med denne henvendelse er å peke på de trafikale problemer som åpenbart vil kunne bli ganske betydelige dersom man ikke i nødvendig grad søker å forebygge disse.

Rundt Lambertseter sentrum er det stort sett småveier/villaveier som ikke er beregnet for gjennomgangstrafikk, noe vi allerede i dag har til dels store problemer med.

Min adresse er Kåresvei, som fortsetter i Haavaldsvei til den går ut i Sandstuveien på Brattlikollen. Kåresvei ligger nærmest som en direkte "forlengelse" av Cecilie Thoresensvei.

Kåresvei er en villavei, ca. 7 m bred fra gjerde til gjerde, uten fortun på noen sider. Den er skiltet med 30 km/t, noe som kun de færreste respekterer, bortsett fra når de nærmer seg fartsdempene.

Den største trafikkbekymringen er mot byen i morgentrafikken, og ettermiddagstrafikk fra sentrum. Særlig om morgenen er også distrikts skolebarn (fra 6 år og oppover) følgere og vi bare takker for at det hittil ikke har skjedd en alvorlig ulykke. Spesielt ille er det om vinteren når brøytekanterne ligger høye på hver side, og følgere er tvunget til å gå i kjørebane. Om ettermiddagen er trafikken noe mer spredt.

Veien har tidvis vært skiltet som enveiskjørt, og så vidt jeg husker også som "ingen gjennomkjøring" eller "kun kjøring til eiendommene".

Dette er et problem som må løses, fortrinnsvis ved å tvinge gjennomgangstrafikken ned på Europaveien, evt over Ekebergveien eller Kongsveien, som begge er bygget for større trafikbelastning enn de små og smale tverrveiene uten fortau fra Kåresvei til Sandstuveien.

Dette som et lite innspill til den kommende reguleringsplan.

Med vennlig hilsen
Audhild Freberg Iversen
Audhild Freberg Iversen
advokat

Adresse: Hausmannsgt 16, 0182 Oslo
Telefon: 22 20 09 76
Mobiltelefon: 900 65 599
E-post: audhild.freberg@advokat.no

Langbølgen borettslag

21 APR. 2005

1803

Oslo, 19. april 2005

Langbølgen borettslag
Langbølgen 1

1150 Oslo

Hilde Melbye arkitekt AS
Hausmannsgate 16

0182 Oslo

Vedrørende Lambertseter senter (Nord) – Cecilie Thoresensvei 19 m.fl. –
Forfådsuttalelse til planskisse

Vi viser til brev av 18. mars 2005 med vedlegg.

Isolert sett vil det kunne være positivt at det foretas en oppgradering av Lambertseter senter (nord). Siden utkast til reguleringsbestemmelser – Lambertseter senter (nord) ikke inneholder noen beskrivelse av utformingen av den planlagte bygningsmassen, er det vanskelig å kunne foreta en reell vurdering av planskissen.

På bakgrunn av tidligere planer om utbygging og Plan- og bygningsetats planprogram for Lambertseter, vil en vurdering av planutkastet også avhenge av omfanget av eventuelle andre, konkrete utbyggingplaner. Ut fra tidligere informasjon om planlagte utbygginger i Lambertseterområdet og planprogrammet til Plan- og bygningsetaten, er styret i Langbølgen borettslag av den oppfatning at det totale omfanget av innlig utbygging på Lambertseter er av et slikt omfang at det vil kunne ødelegge eller forringe kvaliteten, som gjør Lambertseter til et attraktivt boområde.

Vi kan videre opplyse at Langbølgen borettslag er av borettslagene som er tilsluttet Lambertseter 2003 NÅ og fremover.

Med hilsen
Langbølgen borettslag

Jørn Morten Tveita
Jørn Morten Tveita
styreleder





NOTAT

Til: Helge Lande, OBOS Forretningsbygg AS
Kopi: Kjell Godøy, Hille Melbye Arkitekter AS
Fra: Hans Ola Fritzen, Asplan Viak AS
Dato: 14.2.2006

Lambertseter senter – Trafikkanalyse

Innledning

Dette notatet beskriver beregningen av trafikk til/fra Lambertseter senter – i dag og i 2008 eller en oppgradering og utbygging av senteret. Lambertseter senter har i dag ca 9.300 m² handel og nytt senter planlegges utbygd til ca 19.400 m² handel til 2008. Dette er inklusive eksisterende dagligvarehandel på ca 1.400 m² i senteret på sydsiden av Lambertseterveien.

Trafikkberegningene i dette notatet bygger på markedsanalysen for Lambertseter senter fra juli 2004, som beskriver markedspotensielt for nye Lambertseter senter i 2008. Trafikken til/fra nye Lambertseter senter (som her inkluderer handel og service på begge sider av Lambertseterveien) er beregnet med utgangspunkt i:

- omsetning pr husholdning på Lambertseter, Nordsstrand og Ekeberg-Bekkelaget
- senterets markedsandeler for dagligvarer og andre varer i de ovennevnte bydeler
- omsetningen på senteret i 2004 og i 2008 for dagligvarer og andre varer

Trafikkberegningen for senteret er også gjort med utgangspunkt i handelsarealer og turproduksjon pr 100 m². Fordelingen av trafikken på reisemåle til/fra senteret er gjort med utgangspunkt i erfaringsstall for reisemiddelfordeling på bydelsnivå i Oslo (Plan- og bygningssetaten 1998).

Turproduksjonen for Lambertseter senter i 2005 er, ut fra dagens omsetning og forbruk pr husholdning (iht. markedsanalysen), beregnet til følgende:

- Dagligvarer - ca 110 personlurer pr 100 m²
- Andre varer - ca 60 personlurer pr 100 m²

Dette er lave turproduksjonsstall for dagligvarer, og med godt besøk vil turproduksjonen ligge på rundt 150 personlurer pr 100 m². Andre varer, som her også inkluderer div serveringsforetninger, ligger på et mer gjennomsnittlig nivå.

Transportarbeidet for direkte bilreiser til/fra handel (hjem-handel-hjem) er beregnet med utgangspunkt i markedspotensielt for nye Lambertseter senter - i dagens situasjon, og i 2008 med et nytt Lambertseter senter.

Dagens situasjon er preget av at handelsreiser i stor grad går til akstjerne kjøpesentra utenfor de tre byområdene Lambertseter, Nordsstrand og Ekeberg-Bekkelaget, og dette gir et stort transportarbeid for reiser til/fra handel. Transportarbeidet er beregnet med utgangspunkt i en spørreundersøkelse fra markedsanalysen for Lambertseter senter, som beskriver hvilke sentra i "sydområdet" de handlende oftest besøker.

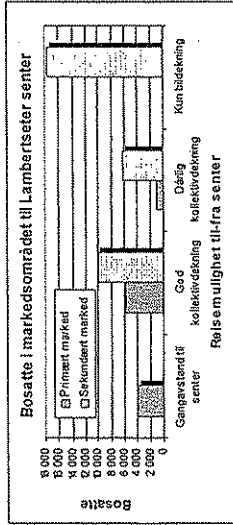
INNHold

INNHold	2
1 SAMMENDRAG	3
2 DAGENS SITUASJON	9
2.1 BOSETTING OG OMSETNING I MARKEDSOMRÅDET	9
2.2 KOLLEKTIVSYSTEMET	9
2.3 AREALBRUK, TRAFIKKGENERERING OG REISEMIDDELFORDELING	11
2.4 BEREGET TRAFIKK TIL-FRA LAMBERTSETER SENTER I 2005	12
2.5 DAGENS BILTRAFIKK PÅ VEGNETTET	14
2.6 TRANSPORTARBEID FOR MARKEDSOMRÅDET TIL LAMBERTSETER SENTER I 2005	15
2.7 DAGENS VEGSTANDARD RUNDT LAMBERTSETER SENTER	16
3 LAMBERTSETER SENTER I 2008	18
3.1 AREALBRUK, TRAFIKKGENERERING OG REISEMIDDELFORDELING	18
3.2 BEREGET TRAFIKK TIL-FRA LAMBERTSETER SENTER I 2008	18
3.3 BILTRAFIKK PÅ VEGNETTET	20
3.4 TRANSPORTARBEID I MARKEDSOMRÅDET TIL NYE LAMBERTSETER SENTER	22
4 KRYSSBELASTNING OG TRAFIKKAVVIKLING I 2008	24
4.1 KRYSSET LAMBERTSETERVEIEN - LANGBØLGEN	24
4.2 AVKJØRSEL TIL P-HUSET	25
5 MILJØENDRINGER SOM FØLGE AV ØKT TRAFIKK	27
5.1 TRAFIKKSikkerhet OG FREMKOMMELIGHET	27
5.2 TRAFIKKSTØY LANGS VEGENE RUNDT SENTERET	27
5.3 TRAFIKKSTØY SOM FØLGE TRAFIKK TIL-FRA P-HUSET	28
5.4 REFLEKTERTE TRAFIKKSTØY FRA T-BANEN	28
5.5 UTSLEPP TIL LUFT	28
6 TILTAK I GATENE VED NYE LAMBERTSETER SENTER	29

1 SAMMENDRAG

Trafikken ved Lambertseter senter i 2005

Markedsområdet til Lambertseter senter er definert som bydelene Lambertseter, Nordstrand og Ekeberg-Bekkelaget. I dette området bor det 44.000 personer, 11.000 i det primære markedsområdet (Lambertseter) og 33.000 i det sekundære markedsområdet (Nordstrand og Ekeberg-Bekkelaget). Figuren nedenfor viser fordelingen av bosatte på primært og sekundært markedsområde, og eller reisemulighet til fra senteret.



Figur 1.1. Bosatte i markedsområdet, fordelt på reisemulighet til fra senteret.

Lambertseter senter har i dag et bruksareal på ca 25.400 m² (2003), som fordeler seg med følgende arealbruk på nordsiden og sydsiden av Lambertseterveien.

Nordsiden – 14.000 m²		Sydsiden – 11.300 m²	
• Handel	- 7.400 m²	• Handel	- 1.800 m²
• Syma kino og bibliotek	- 2.500 m²	• Bank, post	- 600 m²
• Treningscenter	- 1.500 m²	• Kiosk og cafe	- 850 m²
• Boliger	- 2.600 m²	• Helsestasjon	- 1.500 m²
		• Kontor	- 350 m²
		• Bolig	- 6.200 m²

Dagens trafikk er beregnet til ca 11.900 personturer til fra Lambertseter senter pr virkedegn (gjennomsnitt hverdag). Dette inkluderer all trafikk til fra senteret på nordsiden og sydsiden av Lambertseterveien. Det er da regnet med at ca 30 % av besøk til dagligvare, post, bank, kiosk og cafe er kombinert med besøk til andre varer (traffikkundersøkelse på Ski Storsenter 1997). Turene til disse funksjonene er derfor redusert med 30 %.

Reisene til fra Lambertseter senter i 2005 er beregnet å fordele seg som følger på reismåte til fra senteret.

• Gang-fysisk trafikk	- 14 %
• Kollektivtrafikk	- 16 %
• Biltrafikk	- 70 %

Biltrafikken til fra Lambertseter senter er beregnet til ca 6.200 biler pr virkedegn, hvorav 4.000 biler er til fra handel. Det er beregnet at biltrafikken fordeler seg som følger på nordsiden og sydsiden av Lambertseterveien.

• Nordsiden	- 4.050 biler pr virkedegn
• Sydsiden	- 2.120 biler pr virkedegn

Parkeringsbehovet for biler ved Lambertseter senter er beregnet til 540 bilplasser på virkedager, 220 for ansatte og beboere og 320 for besøkende. For handel er P-behovet beregnet til 260 bilplasser, 70 for ansatte

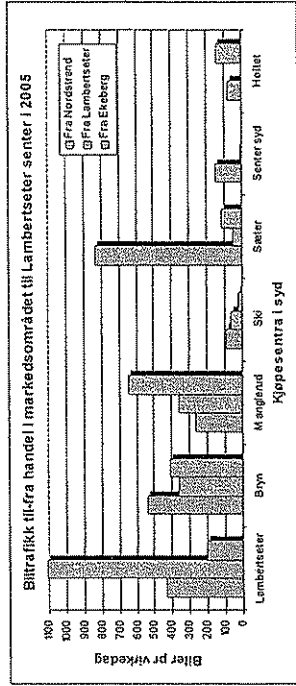
og 190 for besøkende. I dag er det ca 470 bilplasser ved senteret, fordelt på 4 større og noen mindre plasser. Det er regnet med at 12 % av besøk til handel er i dim ettermiddagstimer på virkedager (Ski storsenter 1997). Parkeringsbehovet for sykler (P-norm) er beregnet til 170 sykkeplasser i senter nord og 170 i senter syd.

På lørdager er besøk til handel ca 25 % større enn på virkedager og trafikken i dim time er da ca 17 % mot ca 12 % på hverdager (Ski storsenter 1997). Parkeringsbehovet for handel kan derfor være opp mot 75 % større på lørdager enn på en gjennomsnittlig virkedag, som gir et øket behov på ca 140 bilplasser i 2005.

I gatene ved Lambertseter senter ble det i trafikktelling i uke 18 i 2005 registrert følgende biltrafikk pr årsdøgn.

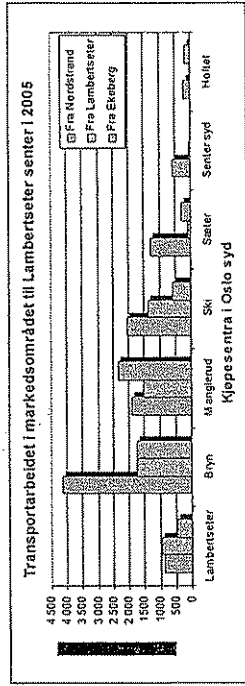
- Lambertseterveien øst for senteret - 11.300 biler
- Lambertseterveien forbi senteret - 6.600 biler
- Cecilie Thoresens vei ved senteret - 7.700 biler
- Langbølgen ved senteret - 8.000 biler

Lambertseter senter er i dag relativt lite brukt av handlende i markedsområdet til senteret. En stor andel av handelstrafikken går ut av området, til nyere kjøpesentra som har et bredere forettings- og vareutvalg. Dette er handelskassje til kjøpesentra som ligger tildels langt unna Lambertseter, Nordstrand og Ekeberg-Bekkelaget.



Figur 1.2. Dagens biltrafikk til fra kjøpesentra i markedsområdet til Lambertseter senter.

Handelskassjen til andre kjøpesentra gir et stort transportarbeid (biltrafikk x kjørt distanse) til fra handel. Dette transportarbeidet er beregnet til 22.200 bil-km pr virkedøgn i 2005, for bilreiser bolig-handel-bolig (60 % av alle handlereiser, Ski Storsenter 1997). Figuren nedenfor viser det beregnede transportarbeidet i 2005 fordelt på kjøpesentra i Oslo syd og i Ski.



Figur 1.3. Dagens transportarbeid til fra handel i markedsområdet til Lambertseter senter.

Kjøpesentrene på Bryn, Manglerud og på Ski står i dag for et transportarbeid på til sammen ca 17.300 bil-km pr virkedag. Dette utgjør 78 % av det beregnede transportarbeidet i markedsområdet til Lambertseter senter.

Trafikk til-fra Lambertseter senter i 2008

Nye Lambertseter senter planlegges utvidet med ca 6.700 m² på nordsiden, slik at senteret totalt blir på til sammen ca 32.300 m² i 2008. Dette arealet vil da fordele seg som følger på ulike arealbruk.

Nordsiden – 20.730 m ²		Sydsiden – 11.570 m ²	
• Handel dagligvarer	- 3.000 m ²	• Handel dagligvarer	- 1.370 m ²
• Handel andre varer	- 15.000 m ²	• Handel andre varer	- 200 m ²
• Vinmonopol	- 600 m ²	• Bank, post	- 600 m ²
• Symra og bibliotek	- 2.130 m ²	• Helsestasjon	- 1.500 m ²
		• Treningssenter	- 1.400 m ²
		• Kontor	- 300 m ²
		• Bolig	- 6.200 m ²

Trafikken til-fra Lambertseter senter er beregnet å øke med ca 7.900 personturer pr virkedag frem til 2008. Reisene er beregnet å fordele seg som følger på reisemåte til-fra senteret.

• Gang-/sykkeltrafikk	- 12 %
• Kollektivtrafikk	- 13 %
• Biltrafikk	- 76 %

Biltrafikken til-fra Lambertseter senter er beregnet å øke med ca 5.200 biler pr virkedag frem til 2008. Av disse er ca 3.300 biler nyskapt trafikk i gatene ved senteret (er beregnet til 64 % av trafikkveksten), mens 1.900 biler er ny trafikk til-fra senteret som allerede i dag kjører i gatene forbi senteret. Trafikkveksten er beregnet å fordele seg som følger til-fra de to delene av senteret, på nordsiden og sydsiden av Lambertseterveien.

- Nordsiden - 5.430 biler økning pr virkedag
- Sydsiden - 250 biler reduksjon pr virkedag

Generell trafikkvekst er beregnet til 4,6 % (1,5 % pr år i 3 år), og sammen med ny trafikk til-fra Lambertseter senter, gir dette følgende trafikkvekst pr dag i gatene ved senteret pr årsgjenn (ÅDT).

- Cecilie Thoresens vei forbi senteret - 3.200 biler
- Cecilie Thoresens vei nord for senteret - 1.360 biler
- Langbølgen - 1.470 biler
- Lambertseterveien forbi senteret - 730 biler
- Lambertseterveien øst for senteret - 1.000 biler

Parkeringsbehovet for biler ved Lambertseter senter er beregnet til ca 840 bilplasser på virkedager, 260 for ansatte og beboere og 580 for besøkende. For handel er beregnet P-behov 560 bilplasser, 140 for ansatte og 440 for besøkende. Det er regnet med at 12 % av besøket til handel skjer i dim ettermiddagslime på virkedager (Ski storenter 1997).

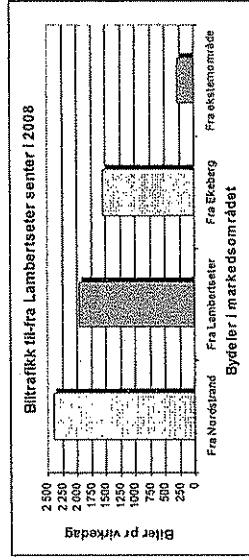
Parkeringsbehovet for sykler (iht. P-norm) er beregnet til 140 sykkelplasser i senter nord og 170 sykkelplasser i senter syd. I senter syd er ca 150 sykkelplasser behovet til eks boliger i området. Sykkelparkeringen ved nye Lambertseter senter bør lokaliseres nær hovedinngangene, med ca 70 sykkelplasser på sydsiden og ca 70 sykkelplasser på østsiden av senteret.

På lørdager er besøket til handel ca 25 % større enn på hverdager, og trafikken i dim lime er da ca 17 % mot ca 12 % på hverdager (Ski storenter 1997). Parkeringsbehovet for handel kan da være opp mot 75 % større på lørdager enn på en gjennomsnitt virkedag, som gir et øket parkeringsbehov på ca 330 bilplasser i 2008.

Handelslekkasjen ut av markedsområdet, fra bydelene Lambertseter, Nordstrand og Ekeberg-Bekkelaget, vil bli vesentlig redusert med et nytt senter. I beregningen av transportarbeidet i 2008 er det regnet med det samme markedsgrunnlaget fra Lambertseter, Nordstrand og Ekeberg-Bekkelaget som i 2005. I tillegg er det regnet med noe trafikk til-fra nye Lambertseter senter fra Oslo syd forøvrig (iht. markedsanalysen).

Transportarbeidet til-fra nye Lambertseter senter er beregnet til 12.100 bil-km pr virkedag for bilreiser bolig-handel-bolig i 2008. Dette er en reduksjon på 10.100 bil-km i forhold til i dag, som gir en reduksjon av transportarbeidet på 45 %.

Figuren nedenfor viser hvordan transportarbeidet i 2008 er beregnet å fordele seg på reiser til-fra bydelene Nordstrand, Lambertseter, Ekeberg-Bekkelaget og på reiser fra eksternområdet.



Figur 1.4. Biltrafikk til-fra Lambertseter senter i 2008, fordelt på bydeler.

Tiltak i gatene ved Lambertseter senter i 2008

Dagens signalkryss i Lambertseterveien - Cecilie Thoresens vei vil (iht. beregningene) ikke klare den trafikkveksten frem mot 2008, og de må derfor vurderes andre kryssløsninger.

En rundkjøring vil imidlertid klare trafikkavviklingen i krysset godt, og anbefales derfor etablert. I krysset er det plass til en rundkjøring med ca 30 m diameter innenfor dagens vegareal. Rundkjøringen bør ha en stram uforming med gatepreg, med opphevede gangkryssinger over alle tilfarter (med slake ramper pga. bussene).

Atkomst til P-huset bør tilknyttes Cecilie Thoresens vei med en liten rundkjøring. Et T-kryss med vikeplikt for Cecilie Thoresens vei vil få alt for liten kapasitet, mens en rundkjøring vil få god kapasitet på alle vegarmer. Atkomsten skal også belene vatetransporten til nye Lambertseter senter, og det må derfor være god plass for lastebiler til å svinge til-fra senteret.

Lambertseterveien går forbi hovedinngangen til det nye senteret, og kan her utgjøre en barriere mot områdene på sydsiden. Det bør derfor vurderes opphevede gangkryssinger over gaten, både for å gi god synlige følgjengerkryssinger og for å dempe kjøretøysigheten i gaten. Dette gir økt trafiksikkerhet for følgjengere.

Bussene som passerer Lambertseter senter bør ha holdeplasser med god kontakt til senteret. Holdeplassen for rute 79 bør legges i Langbølgen, så nær rundkjøringen som mulig. For bussrute 75s kan det være naturlig

Miljø

Lambertseter senter er avgrenset av veger som i dag har relativt stor biltrafikk. Utbyggingen av senteret vil gi en merkelig trafikkøkning i vegene ved senteret. Gode gang-/sykkelforbindelser langs vegene og sikre kryssinger er viktig for å ivareta trafikksikkerheten for følgere og syklist. Oppgradering og av de viktigste kryssene ved senteret vil være viktig for utviklingen biltrafikken og for trafikksikkerheten i området. Fremkomme for bussene som passerer området må også sikres gjennom dette arbeidet.

Trafikkuhellene vil øke med økt biltrafikk, i forholdet trafikkøkningen $\times 0,8$. Trafikkøkningen på de fire veggstrekningene inn mot Lambertseter senter fra vest, nord og syd varierer fra ca 10 % til ca 20 %. Statistisk vil da antall ulykker øke med ca 8 % til ca 16 % pga denne trafikkøkningen. På de veggstrekningene som får størst trafikkøkning bør det vurderes fartsgrense 30 km/t og fartsdempende tiltak. Dette vil statistisk holde ulykkesrisikoen i området på samme nivå som i dag.

Vegtrafikkstøyen vil øke med 0,5-1,0 dB(A) i de gatene rundt senteret som får størst trafikkøkning. Dette er ikke en merkbar endring av støynivået, - endring av støynivået på 3 dB(A) regnes som det laveste som er hørbart.

Støynivået pga. biltrafikken til fra P-huset, på løppen av nytt senterbygg, vil ikke gi økt støynivå mot boligbebyggelsen på vestsiden av T-banen. T-banen eksponerer i dag et støynivå på ca 64 dB(A) ekvivalentnivå mot disse boligene. En helt uskjermet rampe vil avgi et støynivå på ca 55 dB(A) mot boligbebyggelsen på vestsiden. Dette gir en støyøkning på godt under 1 dB(A) i tillegg til de 64 dB(A) fra T-banen. En innebygget rampe, som det planlegges på senteret, vil ikke gi noe støy mot boligbebyggelsen på vestsiden.

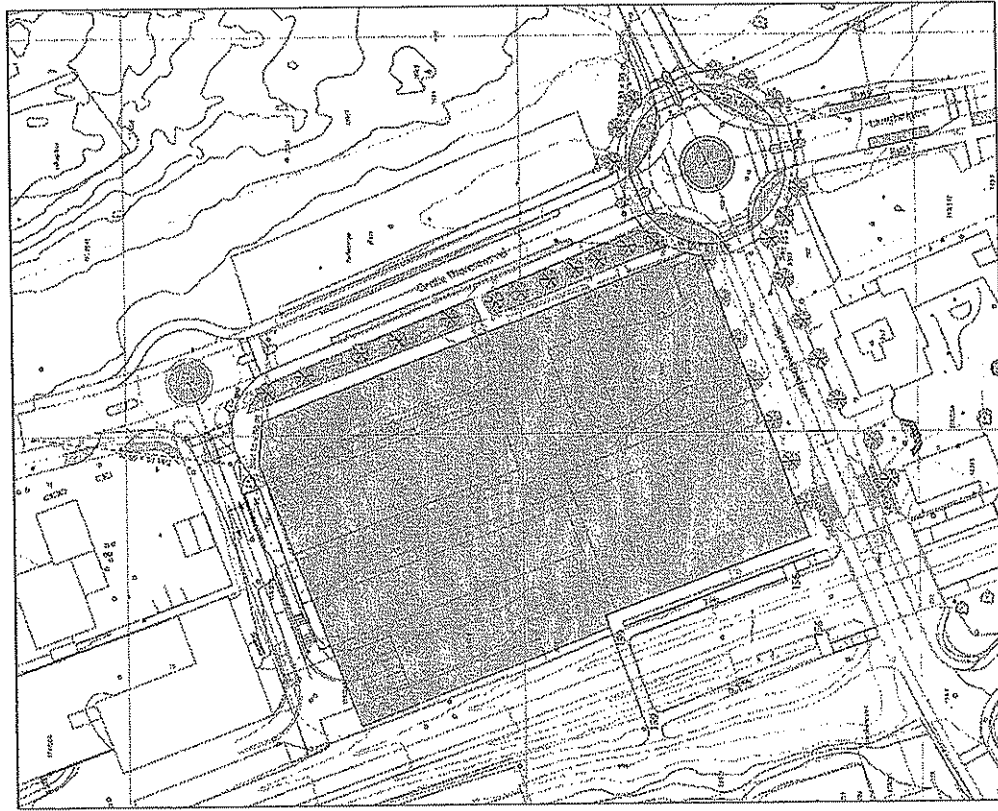
Refleksjonsplanet for støy fra T-banen, mot boligbebyggelsen på vestsiden av T-banen, er de neste ca 3 m av senterbygningene. Støy fra T-banen som treffer veggen høyere opp reflekteres over boligbebyggelsen. I dag er det dels eksisterende senterbygning og dels garasjer langs T-banen. Et nytt senterbygg vil derfor ikke endre dagens situasjon mht. refleksjon av støy fra T-banen mot boligbebyggelsen på vestsiden.

De totale utslipp til luft vil gå vesentlig ned som følge av nye Lambertseter senter. Transportarbeidet for direkte bilreiser til fra handel (hjem-handel-hjem) i markedsområdet til Lambertseter senter vil iht. beregningene bli redusert fra 22.200 bil-km til 12.100 bil-km pr virkedag. Dette er en reduksjon av dette transportarbeidet på ca 45 %, og utslippene til luft vil bli redusert tilsvarende. Trafikkøkningen i vegene rundt Lambertseter senter, som varierer fra 9 % til 18 %, vil imidlertid medføre en økning av de lokale utslippene her.

Lokal rundt Lambertseter senter er det gjort beregninger av utslipp og konsentrasjon av svevestøv og nitrogenoksid. Grenseverdier for lokal luftkvalitet vil, iht. beregningene, ikke overskrides verken i 2005, eller i 2008 som følge av beregnet trafikkvekst pga. nytt senter. Trafikkøkningen gir ingen endringer i lokal luftkvalitet. Beregningsprogrammet tar hensyn til at bilene forurenser mindre i framtiden, og trafikkveksten fra 2005 til 2008 er ikke så stor at den "spiser opp" denne forbedringen av bilparken.

med holdeplass i Lambertseterveien, rett utenfor hovedinngangen til senteret, sammen med taxi.

T-banen bør få en mer direkte alkomst til fra det nye senteret enn med dagens gangbru og ramper fra plattformene. En måte å få til dette på er med trapper fra begge plattformene til brua over T-banen. Den beste løsningen vil imidlertid være en ny gangbru over T-banen som leder rett inn i senteret, og som har direkte ramper til begge plattformene på Lambertseter stasjon.



Figur 1.5. Forslag til utforming av gatene ved Lambertseter senter i 2008.

Reisemiddelfordelingen til-fra Lambertseter senter er beregnet til følgende for ansatte og besøkende, og for de ulike virksomhetene ved senteret i 2005.

	GIS-andel		Kolland		Bilandel		Pers pr bil
	Ansatt	Besøk	Ansatt	Besøk	Ansatt	Besøk	
Arealbruk	0.24	0.09	0.28	0.09	0.48	0.82	1.3
Handel	0.12	0.09	0.28	0.09	0.60	0.82	1.3
Bank post	0.06	0.09	0.28	0.09	0.66	0.82	1.5
Helsestasjon	0.12	0.17	0.28	0.14	0.60	0.89	1.5
Treningscenter	0.06	0.06	0.28	0.09	0.66	0.85	1.2
Kontor	0.12	0.31	0.28	0.38	0.60	0.31	1.4
Bibliotek	0.31	0.09	0.38	0.19	0.31	0.72	1.4

Tabell 2.1. Reisemiddelfordeling for reiser til-fra Lambertseter senter i 2005.

For ansatte er det regnet med høyest gang-isykkelandel for handel, fordi en her i større grad enn de øvrige virksomhetene vil rekruttere ansatte fra nærmiljøet. Utgangspunktet for beregningen er her gang-isykkelandelen for Lambertseter bydel, som er på 24 %. Kollektivandelen for ansatte er anslått å være lik for alle virksomhetene, og er beregnet kollektivandel for reiser til Lambertseter i dim morgentime.

For besøkende er gang-isykkelandelen beregnet ut fra bydelens GIS-andel (på 24 %) og andelen bosatte (brukere av senteret) som bor i gangavstand til senteret. For treningssenter og bibliotek er det anslått en høyere GIS-andel pga lokale kunder (og for bibliotek unge kunder). For kontor er det anslått en lavere GIS-andel pga lengre reiser (enn til-fra handel). Kollektivandelen for besøkende til handel er beregnet ut fra omsetning (antall kunder) i primært og sekundært markedsområde og kollektivdekningen i disse to områder. Det er anslått noe høyere kollektivandel for treningssenter og for bibliotek enn for de øvrige virksomheter, pga lokale (og unge) kunder.

For boliger i Lambertseter senter er det regnet med at gang-isykkelandelen er ca 1/3 høyere enn gang-isykkelandelen på Lambertseter totalt, pga nærhet til handel og service. Kollektivandelen er anslått å være det samme som for Lambertseter totalt dvs. 38 %.

2.4 Beregnet trafikk til-fra Lambertseter senter i 2005

Besøket til-fra handel på Lambertseter senter, ut fra dagens omsetning, er beregnet til 7.740 personturer pr virkedøgn. Dette er beregnet ut fra dagens omsetning på senteret og forbruk pr husholdning i markedsområdet. Tabellen nedenfor viser beregnet besøk i personturer ut fra omsetning, fordelt på dagligvarer og andre varer.

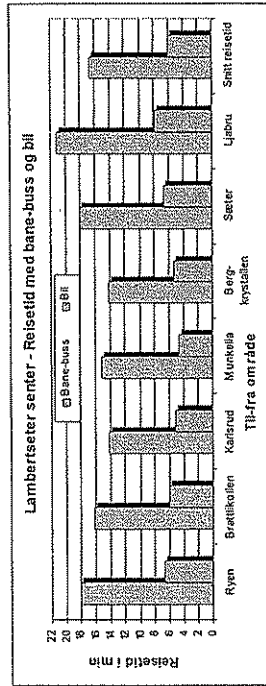
Omsetning	Omsetning pr dag		Markedsandel		Forbruk pr husholdning		Personturer		
2004	Primær	Sekund.	Sum	Primær	Sekund.	Pr år	Pr dag	Kunder	Meriturer
Dagligvarer nord	154 480	18 280	172 760	42 %	5 %	52 430	181	950	1 900
Dagligvarer syd	171 030	20 340	191 370	42 %	5 %	52 430	181	1 060	2 120
Andre varer	383 100	56 210	439 310	34 %	5 %	68 340	236	1 860	3 720
Sum	708 610	94 830	803 440	38 %	5 %	120 770	417	3 870	7 740
Andel	0.81	0.11	0.91						

Tabell 2.2. Beregnet persontrafikk til-fra Lambertseter senter i 2005, ut fra omsetning.

Trafikken til-fra senteret er også beregnet med genereringsfaktorer for personturer pr 100 m² areal, som beskrevet i avsnitt 2.3. Turgenereringen for besøkende (i personturer pr 100 m²) for dagligvarer og andre varer er kalibrert etter beregningen av besøkende mht omsetning (tabell ovenfor).

Lokale kollektivreiser til-fra Lambertseter senter er sannsynligvis kun aktuelt for personer som ikke disponerer bil, pga den betydelige reiselidsforskjellen mellom bane-buss og bil.

Reisetiden fra områdene Ryen, Brattikollen og Karlrud er linjær lik reisetiden fra områdene Munkella, Ljabru, Sæler og Bergkryllan. Gjennomsnitt reisetid for bosatte i gangavstand (500 m) til T-banen og bussrute 79 er beregnet til ca 17 min, mens tilsvarende reisetid med bil er beregnet til 6 min. Figuren nedenfor viser beregnet reisetid for kollektivreiser og bilreiser fra disse områdene til Lambertseter senter.



Figur 2.3. Reisetid til Lambertseter senter med bane-buss og med bil.

2.3 Arealbruk, trafikkgenerering og reisemiddelfordeling

Trafikkberegningen for Lambertseter senter er gjort med utgangspunkt i følgende arealbruk i 2005:

Nordsiden – 14.000 m²		Sydsiden – 11.380 m²	
• Handel dagligvarer	- 2.300 m²	• Handel dagligvarer	- 1.370 m²
• Handel andre varer	- 5.110 m²	• Handel andre varer	- 510 m²
• Bibliotek	- 1.000 m²	• Bank, post	- 600 m²
• Symra	- 1.500 m²	• Kiosk og cafe	- 850 m²
• Treningscenter	- 1.500 m²	• Helsestasjon	- 1.500 m²
• Boliger	- 2.600 m²	• Kontor	- 350 m²
		• Bolig	- 6.200 m²

Dagens turgenerering for dagligvarer og andre varer på Lambertseter senter er beregnet med utgangspunkt i dagens omsetning for disse to varegruppene, og forbruk pr husholdning i markedsområdet. Det er regnet med følgende utnyttelse av arealene i senteret i 2005 og turgenerering pr dag:

• Handel dagligvarer	- 2 arbeidsplasser pr 100 m²	- 108 personturer pr 100 m²
• Handel andre varer	- 2 arbeidsplasser pr 100 m²	- 58 personturer pr 100 m²
• Bank og post	- 3 arbeidsplasser pr 100 m²	- 90 personturer pr 100 m²
• Helsestasjon	- 3 arbeidsplasser pr 100 m²	- 60 personturer pr 100 m²
• Bibliotek	- 0,5 arbeidsplasser pr 100 m²	- 133 personturer pr 100 m²
• Treningscenter	- 2,5 arbeidsplasser pr 100 m²	- 70 personturer pr 100 m²
• Kontor	- 4 arbeidsplasser pr 100 m²	- 12 personturer pr 100 m²
• Boliger	- 3 personer pr 100 m²	- 9 personturer pr 100 m²

For handel, bank, post, helsestasjon og bibliotek er personturene angitt for besøkende, ansattes turer kommer i tillegg. For bank, post, bibliotek og treningssenter er det hentet erfaringsfall fra tilsvarende virksomheter.

da regnet med at 12 % av besøket til handel skjer i dim ellermiddagslime på virkedager (Ski storsenter 1997).

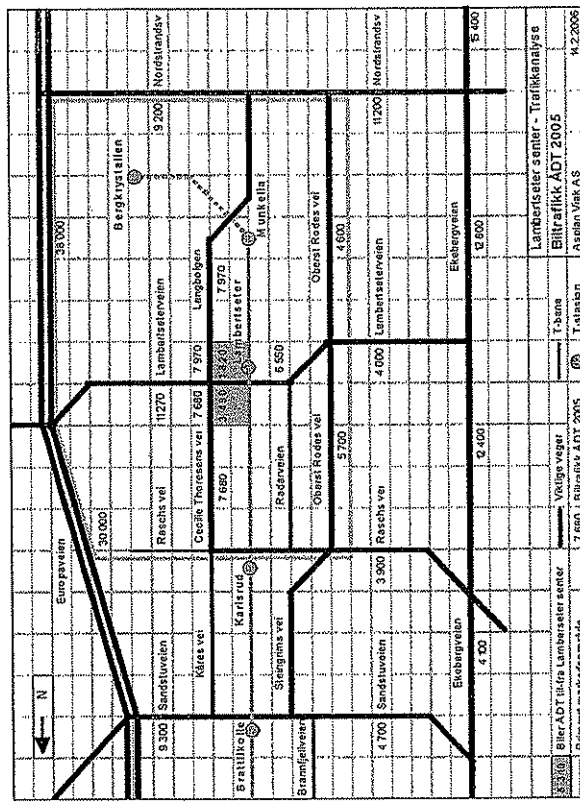
Parkeringsbehovet for sykler (iht. P-norm) er beregnet til 170 sykkelplasser i senter nord og 170 i senter syd. Av dette er 220 sykkelplasser behovet til knyttet til eksisterende boliger i området.

På lørdager er besøket til handel ca 25 % større enn på virkedager og trafikken i dim time er da ca 17 % mot ca 12 % på virkedager (Ski storsenter). Parkeringsbehovet for besøkende til handel kan derfor være opp mot 75 % større på lørdager enn på en gjennomsnitt virkedag, som gir et P-behov på ca 140 bilplasser i 2005.

2.5 Dagens biltrafikk på vegnettet

Biltrafikken i vegene ved Lambertseter senter er registrert med en trafikktelling i uke 18 i 2005. Da ble trafikken tatt alle vegar i krysset Lambertseterveien - i Cecilie Thoresens vei - Långbølgen. På det øvrige vegenettet på Lambertseter er trafikktellingene hentet fra PROSAM-rapport nr 72. Trafikktellingene her er fra 1996 og 1997, og disse trafikktellingene er fremskrevet med vekst på 49 %, som tilsvarer trafikkvæksten på de 4 vegene som ble tatt i uke 18 2005. I denne trafikktellingen ble det registrert følgende trafikk i vegene rundt Lambertseter senter.

- Lambertseterveien øst for senteret - 11.300 biler pr årsdøgn
- Lambertseterveien forbi senteret - 6.600 biler pr årsdøgn
- Cecilie Thoresens vei ved senteret - 7.700 biler pr årsdøgn
- Långbølgen ved senteret - 8.000 biler pr årsdøgn



Figur 2.5. Dagens biltrafikk pr årsdøgn på vegene rundt Lambertseter senter.

Dagens trafikk er beregnet til ca 11.900 personurer pr virkedøgn (gjennomsnitt hverdager) til fra Lambertseter senter. Dette inkluderer all trafikk til fra senteret på nordsiden og sydsiden av Lambertseterveien, for ansatte og besøkende (inklusive trafikk til fra Symra kino). Det er regnet med at ca 30 % av besøket til dagligvare, til post, bank, kiosk og cafe er kombinert med besøk til andre varer (Ski Storsenter 1997). Disse turene er derfor redusert med 30 %. Tabellen nedenfor viser beregnet trafikk til fra senteret (eksklusive 30 % internturer).

Trafikk 2005	Areal m ²	Personurer pr døgn			Biltrafikk			P-behov		
		G/S	Kol	Sum	Andel	VDI	Andel	Ansatt	Besøk	Sum
Handel dagligvarer	3.660	260	270	2.160	23 %	1.660	27 %	30	60	110
Handel andre varer	5.620	360	370	2.990	31 %	2.300	37 %	40	110	150
Kiosk og cafe	890	40	40	300	3 %	230	4 %	10	10	20
Bank post	600	40	40	310	3 %	240	4 %	10	10	20
Helsestasjon	1.500	60	80	540	6 %	360	6 %	20	10	30
Symra og bilforet	2.500	540	610	880	9 %	610	10 %	0	40	40
Treningsenter	1.500	100	170	770	8 %	510	8 %	20	40	60
Kontor	350	0	10	30	0 %	30	0 %	0	0	0
Bolig	8.600	230	260	270	7 %	220	4 %	80	10	90
Sum	25.380	1.720	1.860	8.270	100 %	6.160	100 %	220	310	530
Andel		14 %	16 %	70 %		42 %	58 %			

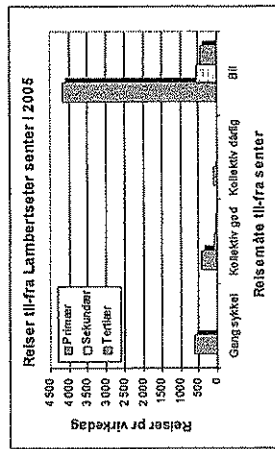
Tabell 2.3. Beregnet trafikk til fra Lambertseter senter i 2005, fordelt på arealbruk og reisemiddel.

Bilreiser er beregnet å utgjøre 70 % av reisene til fra Lambertseter senter, mens gang-sykelreiser og kollektivreiser utgjør 14 % og 16 %. Handel har 54 % av reisene til fra senteret, 64 % av biltrafikken og har behov for 49 % av parkeringen på senteret.

Biltrafikken til fra Lambertseter senter er beregnet til ca 6.200 biler pr virkedøgn, hvorav 4.000 biler er til fra handel. Det er beregnet at biltrafikken fordeler seg som følger på nordsiden og sydsiden av Lambertseterveien.

- Nordsiden - 4.060 biler pr virkedøgn
- Sydsiden - 2.120 biler pr virkedøgn

Primærområdet har iht. beregningene 82 % av dagens reiser til fra Lambertseter senter, mens sekundærområdet har 10 % og tertiærområdet 8 % av reisene. Figuren nedenfor viser hvordan dagens reiser til fra senteret fordeler seg på reisemiddel i hvert av de tre markedsområdene.



Figur 2.4. Reiser til fra Lambertseter senter i 2005.

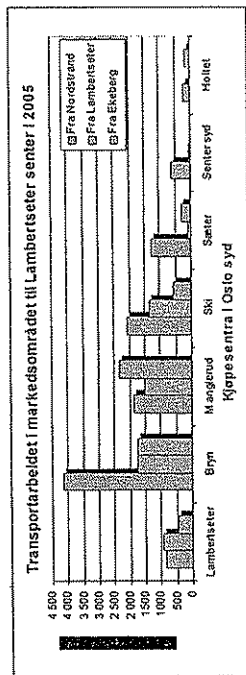
Parkeringsbehovet for biler ved Lambertseter senter er beregnet til 530 bilplasser på virkedager, 220 for ansatte/ansatte og 310 for besøkende. For handel er beregnet P-behov 260 bilplasser, 70 for ansatte og 190 for besøkende. I dag er det ca 470 bilplasser ved senteret, fordelt på 4 store og flere mindre P-plasser. Det er

Fra Lambertseter og Nordsrand går hoveddelen av biltrafikken bolig-handel-bolig til de lokale sentrene på Lambertseter og på Sæter. Byn sentrer og Manglerud sentrer er imidlertid også målpunkt for en betydelig andel av reisene fra disse to byområdene. Biltrafikken er beregnet å fordele seg som følger på kjøpesentrene i syd.

- Lambertseter sentrer -30 %
- Sæter nærsentrer -17 %
- Byn sentrer -22 %
- Senter syd -3 %
- Manglerud sentrer -22 %
- Hollet nærsentrer -4 %
- Ski slørsentrer -3 %

Dagens transportarbeid for bilreiser bolig-handel-bolig er beregnet til ca 22.200 bil-km pr virkedegn i markedsområdet til Lambertseter sentrer. Dette er transportarbeidet er med dagens handlemønstre for de samme kundene som vil bruke nye Lambertseter sentrer i 2008. I 2008 regnes det derfor ikke med transportarbeid fra bilreiser til andre sentra enn til nye Lambertseter sentrer.

Fordeelingen av transportarbeid på de ulike kjøpesentrene vil gi et helt annet bilde enn antall bilreiser pr dag, som er vist i figuren ovenfor. Figuren nedenfor viser hvordan transportarbeidet for bilreiser bolig-handel-bolig i markedsområdet til Lambertseter sentrer fordeles seg på de ulike sentrene og på de tre byområdene.



Figur 2.8. Dagens transportarbeid til-fra handel i markedsområdet til Lambertseter sentrer.

Størst transportarbeid fra markedsområdet til Lambertseter sentrer er det i dag til-fra Byn sentrer. Manglerud sentrer og Ski slørsentrer. Til-fra disse tre sentrene er det i dag ca 15.700 bil-km pr dag, som utgjør 78 % av det beregnede transportarbeidet for direkte handelsreiser med bil (hjem-handel-hjem) i markedsområdet til Lambertseter sentrer. Transportarbeidet er for øvrig beregnet å fordele seg som følger på kjøpesentrene i syd.

- Lambertseter sentrer -10 %
- Sæter nærsentrer -8 %
- Byn sentrer -34 %
- Senter syd -3 %
- Manglerud sentrer -26 %
- Hollet nærsentrer -2 %
- Ski slørsentrer -18 %

Ski slørsentrer, som har under 200 bilreiser fra Lambertseter markedsområde pr dag, genererer i dag et vesentlig større transportarbeid fra markedsområdet til Lambertseter sentrer enn hva Lambertseter sentrer gjør.

2.7 Dagens vegstandard rundt Lambertseter sentrer

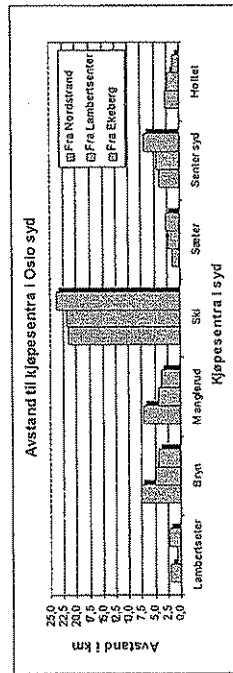
Tilførselsvegene til-fra Lambertseter sentrer har til dels lav vegstandard og noen av vegene er upregede boliveger med mange avkjørsler.

2.6 Transportarbeid for markedsområdet til Lambertseter sentrer i 2005

I markedsanalysen for Lambertseter sentrer ble det gjort en spørreundersøkelse i markedsområdet til sentreret om hvilke sentra som ble besøkt oftest. Markedsområdet til Lambertseter sentrer er her definert som (de tidligere) bydelene Lambertseter, Nordsrand og Ekeberg-Bekkelaget. Undersøkelsen viser resultatet fordelt på bosatte i disse tre bydelene.

Markedsområdet til Lambertseter sentrer er i dag preget av at mange handlende reiser ut av området og handler på kjøpesentra som ligger langt fra boligen. Hovedårsaken til dette er sannsynligvis at dagens sentra i lokalområdet har for lav standard, og for øvrig ikke dekket de handlendes behov godt nok.

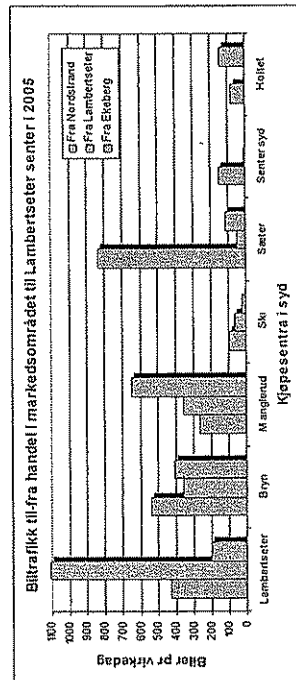
Avstanden til kjøpesentrene som er registrert i undersøkelsen varierer fra 1-2 km til lokalsentrene til 22-24 km til Ski slørsentrer. Til lokalsentrene er avstandene beregnet med ATP-modellen, mens avstand til eksterne sentra er tatt ut med Vis-veg. Figuren nedenfor viser avstanden fra de tre byområdene til de ulike sentraene.



Figur 2.6. Avstand fra Lambertseter sentrer til andre kjøpesentra i syd.

Transportarbeidet er beregnet for direkte handelsreiser (hjem-handel-hjem) for markedsområdet til nye Lambertseter sentrer både i 2005 og i 2008. En kan da få sammenlignet dagens transportarbeid som følger av dagens handlemønstre, mot det (beregnete) fremtidige handlemønstret til nye Lambertseter sentrer.

Bilreiser bolig-handel-bolig utgjør ca 60 % av alle bilreiser til-fra handel (Ski slørsentrer 1997). Dette vil være de reisene som gir størst endringer i transportarbeid som følge av et endret i handlemønstre. I beregning av transportarbeidet i 2005 og 2008 har vi derfor kun brukt disse direkte reisene til-fra handel. Andre bilreiser til-fra handel vil ikke i samme grad endre transportarbeidet som følge av et endret handlemønstre.



Figur 2.6. Biltrafikk til-fra handel i markedsområdet til Lambertseter sentrer.

Lambertseterveien øst har god standard, med god kjørebanebredde og fortauer på begge sider. Det er ikke direkte avkjørsler til vegen, og fartsgrensen er 50 km/t.

Lambertseterveien vest har lav standard, og er til dels uoversiktlig. Vegen er svingete, har liten kjørebanebredde, fortau på en side og mange avkjørsler til vegen. Fartsgrensen er 40 km/t og det er humper i vegen.

Raschs vei har samme standard som Lambertseterveien vest. Vegen er svingete, har liten kjørebanebredde, fortau på en side og mange avkjørsler til vegen. Fartsgrensen er 40 km/t og det er humper i vegen.

Cecilie Thorsens vei har god standard, med god kjørebanebredde og fortauer på begge sider. Det er få direkte avkjørsler til vegen, og fartsgrensen varierer mellom 40 og 50 km/t.

Langbølgen har god standard, med god kjørebanebredde og fortauer på begge sider. Det er få avkjørsler til vegen, og fartsgrensen varierer fra 40 til 50 km/t. Søndre del av vegen har høyere standard enn nordre del.

3 LAMBERTSETER SENTER I 2008

3.1 Arealbruk, trafikkgenerering og reisemiddelfordeling

Trafikkberegningen for Lambertseter senter er gjort med utgangspunkt i følgende arealbruk i 2008:

Nordsiden – 20,730 m²		Sydsiden – 11,570 m²	
• Handel dagligvarer	- 3.000 m²	• Handel dagligvarer	- 1.370 m²
• Handel andre varer	- 15.000 m²	• Handel andre varer	- 200 m²
• Vinmonopol	- 600 m²	• Bank, post	- 600 m²
• Bibliotek	- 800 m²	• Helsestasjon	- 1.500 m²
• Symra	- 1.330 m²	• Treningscenter	- 1.400 m²
		• Kontor	- 300 m²
		• Boliger	- 6.200 m²

Turgenereringen for dagligvarer og andre varer på Lambertseter senter i 2008 er beregnet med utgangspunkt i omsetning i 2008 for disse to varegruppene (litt. markedsanalysen), og forbruk pr husholdning i markedsområdet i 2008. Det er regnet med en forbruksøkning på 1,5 % pr år for dagligvarer og på 2,5 % for andre varer. For øvrig er det regnet med følgende turgenerering og utnyttelse av arealene, ny virksomhet i 2008 er understreket.

- Handel dagligvarer - 2 arbeidsplasser pr 100 m² - 137 personer pr 100 m²
- Handel andre varer - 2 arbeidsplasser pr 100 m² - 75 personer pr 100 m²
- Vinmonopol - 2 arbeidsplasser pr 100 m² - 230 personer pr 100 m²
- Bank og post - 3 arbeidsplasser pr 100 m² - 90 personer pr 100 m²
- Helsestasjon - 3 arbeidsplasser pr 100 m² - 60 personer pr 100 m²
- Bibliotek - 0,5 arbeidsplasser pr 100 m² - 133 personer pr 100 m²
- Treningscenter - 2,5 arbeidsplasser pr 100 m² - 70 personer pr 100 m²
- Kontor - 4 arbeidsplasser pr 100 m² - 12 personer pr 100 m²
- Boliger - 3 personer pr 100 m² - 9 personer pr 100 m²

Reisemiddelfordelingen er regnet å være den samme i 2008 som i 2005 for de ulike typene arealbruk på Lambertseter senter. Vinmonopol er anslått å tilsvare bank og post både mht ansatte og handel mht besøkende. Helsestasjon er anslått å tilsvare kontor mht ansatte og handel mht besøkende.

Arealbruk	G/S-andel		Kollandel		Bilandel		Pers pr bil
	Ansat	Besøk	Ansat	Besøk	Ansat	Besøk	
Handel	0,24	0,09	0,28	0,09	0,48	0,82	1,3
Vinmonopol	0,12	0,09	0,28	0,09	0,60	0,82	1,3
Bank post	0,12	0,09	0,28	0,09	0,60	0,82	1,3
Helsestasjon	0,06	0,09	0,28	0,09	0,68	0,82	1,5
Treningscenter	0,12	0,17	0,28	0,14	0,60	0,89	1,5
Kontor	0,06	0,06	0,28	0,09	0,68	0,85	1,2
Bibliotek	0,12	0,31	0,28	0,38	0,60	0,31	1,4
Bolig - leiligheter	0,31	0,09	0,38	0,19	0,31	0,72	1,4

Tabell 3.1. Reisemiddelfordeling for reiser til-fra Lambertseter senter i 2008.

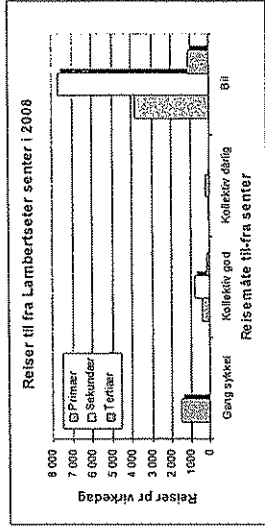
3.2 Beregnet trafikk til-fra Lambertseter senter i 2008

Besøket til-fra handel på Lambertseter nye senter er beregnet til 15.900 personer pr virkedag i 2008. Dette er beregnet ut fra omsetning på senteret i 2008 og forbruk pr husholdning i markedsområdet i 2008. Tabellen nedenfor viser beregnet besøk i personer ut fra omsetning, fordelt på dagligvarer og andre varer.

lokaliseres nær hovedinngangene til senteret. Behovet for sykkelparkering for Lambertseter nye senter er beregnet å fordele seg ca 70 sykkelplasser på sydsiden og med ca 70 sykkelplasser på østsiden av senteret.

På lørdager er besøket til handel ca 25 % større enn på hverdager og trafikken i dim lime er ca 17 % mol ca 12 % på virkedager (Ski slorsenter). Parkeringsbehovet for besøkende til handel kan derfor være opp mol 75 % større på lørdager enn på en gjennomsnittlig virkedag, som gir et øket behov på ca 360 bilplasser i 2008.

Figuren nedenfor viser hvordan reisene til-fra Lambertseter senter i 2008 fordeles seg på reisemiddel i hvert av de tre markedsområdene.



Figur 3.1. Reiser til-fra Lambertseter senter i 2008.

3.3 Biltrafikk på vegnettet

Biltrafikken på vegnettet er fremskrevet til 2008-nivå med en årlig generell vekst på 1,5 % (Statens vegvesens prognose for trafikkvekst for lette biler i Oslo). Trafikkveksten til-fra Lambertseter senter er fordelt på vegstrekkningene iht. bosetting i området. Det er beregnet at 64 % av trafikkveksten til-fra Lambertseter senter vil være nyskapt trafikk, mens de øvrige 36 % av trafikkveksten er trafikk som allerede i dag kjører forbi senteret.

Trafikken til-fra Lambertseter senter er generell fordelt på de vegene som gir kortest kjøreveg og som har høyest standard. Trafikk til-fra senteret fra Nordstrand er derfor lagt til Nordstrandsveien og Langbølgen. Trafikken til-fra senteret fra Ekeberg er i hovedsak lagt til Raschs vei, da dette gir noe raskere kjøreveg til-fra senteret enn Lambertseterveien. Det er beregnet følgende årsdøgntrafikk i de høyest belastede vegene rundt Lambertseter senter.

- Lambertseterveien øst for senteret - 11.800 biler
- Lambertseterveien forbi senteret - 7.600 biler
- Cecilie Thoresens vei nord for senteret - 9.000 biler
- Cecilie Thoresens vei forbi senteret - 11.200 biler
- Langbølgen - 9.400 biler

Cecilie Thoresens vei får stor trafikkbelastning forbi senteret fordi parkeringen er lokalisert i nylt senter på nordsiden av Lambertseterveien. Det er beregnet at ca 70 % av trafikken til-fra nylt senter vil komme på denne strekningen, mens ca 30 % av trafikken vil komme i Cecilie Thoresens vei fra nord.

I Lambertseterveien forbi senteret er trafikken beregnet til 7.600 biler pr årsdøgn. For å ivareta gangforbindelse mellom senteret og områdene på sydsiden bør det vurderes opphevede gangkryssinger av Lambertseterveien ved senteret.

Omsætning	Omsætning pr dag			Markedsandel			Forbruk pr hushold			Personnturer	
	Primær	Sekund	Sum	Primær	Sekund	Sum	Pr. år	Pr. dag	Pr. år	Kunder	Pers.-tur
Dagligvarer nord	230 630	63 450	314 140	25 %	2,9 %	55 650	192	1 640	1 640	3 280	
Dagligvarer syd	181 380	21 720	203 100	20 %	0,7 %	55 650	192	1 060	1 060	2 120	
Andre varer	406 550	1 547 930	1 954 480	21 %	28 %	107 930	372	5 250	5 250	10 500	
Sum	818 620	1 633 100	2 471 720	22 %	26 %	163 580	664	7 950	7 950	15 900	
Andel	0,30	0,61	0,91								

Tabell 3.2. Beregnet persontrafikk til-fra Lambertseter senter i 2008, ut fra omsætning.

Trafikken til-fra senteret er beregnet til ca 19.800 personnturer til-fra Lambertseter senter pr virkedøgn. Dette inkluderer all trafikk til-fra senteret på nordsiden og sydsiden av Lambertseterveien, for ansatte og besøkende. Det er regnet med at 30 % av besøk til dagligvare, til post, bank, kjøsk og cafe er kombinert med besøk til andre varer (Ski Slorsenter 1997). Disse turene er redusert med 30 %. Tabellen nedenfor viser beregnet trafikk til-fra senteret (eksklusive 30 % internturen), fordelt på arealbruk og reisemiddel:

Trafikk 2008	Areal	Personnturer pr døgn			Biltrafikk			P-behov		
		GS	Kol	Sum	Andel	Sum	Andel	Ansatt	Besøk	Sum
Handel dagligvarer	4 370	350	360	2 940	18 %	2 260	20 %	30	110	140
Handel andre varer	15 200	1 020	1 060	10 600	54 %	6 550	58 %	110	320	430
Vinnmonopol	600	120	130	1 150	40 %	850	8 %	10	50	60
Bank post	500	40	40	310	300	240	2 %	10	10	20
Helsestasjon	1 500	60	80	540	600	360	3 %	20	10	30
Syrre og bakkeler	2 100	450	510	800	1 750	9 %	5 %	0	40	40
Treningscenter	1 400	120	110	480	710	4 %	320	30	20	50
Kontor	300	0	10	30	40	20	0 %	10	0	10
Bolig	6 200	160	200	190	550	160	1 %	60	10	70
Sum	32 270	2 320	2 500	14 960	19 760	100 %	11 350	270	570	840
Andel		12 %	13 %	76 %	100 %	32 %	66 %	100 %		

Tabell 3.3. Beregnet trafikk til-fra Lambertseter senter i 2008, fordelt på arealbruk og reisemiddel.

Bilreiser er beregnet å utgjøre 76 % av reisene til fra Lambertseter nye senter, mens gang-sykkelseiser og kollektivreiser er beregnet til 12 % og 13 %. Handel (inklusive vinmonopol) får 79 % av bilreisene, 86 % av biltrafikken og har behov for 75 % av parkeringen ved senteret.

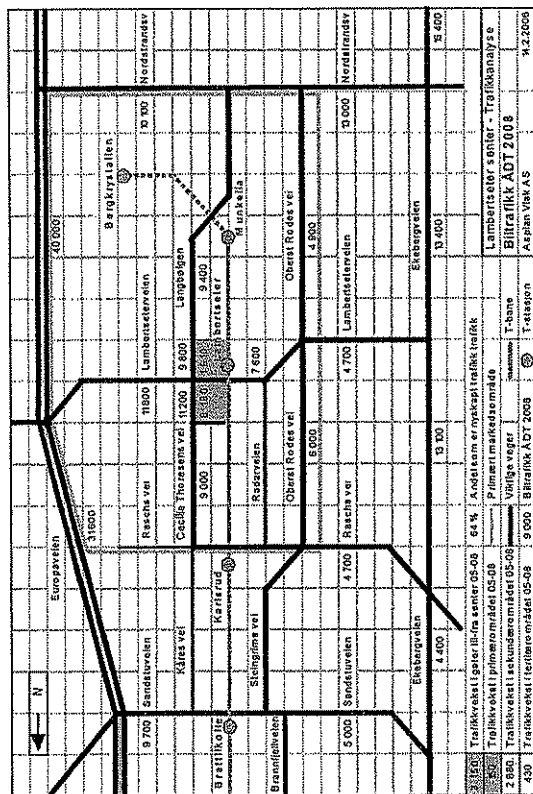
Biltrafikken til-fra nye Lambertseter senter er beregnet til ca 11.400 biler pr virkedøgn i 2008, hvorav 9.700 biler er til-fra handel. Dette gir en beregnet trafikkøkning til-fra senteret på 5.200 biler pr virkedøgn. Det er beregnet at biltrafikken fordeles seg som følger på nordsiden og sydsiden av Lambertseterveien.

- Nordsiden - 9.480 biler pr virkedøgn
- Sydsiden - 1.870 biler pr virkedøgn

Primærområdet og sekundærområdet er beregnet å få 37 % og 55 % av alle reiser til-fra nye Lambertseter senter i 2008, mens tertiærområdet får 8 % av reisene. Av biltrafikken til-fra nye Lambertseter senter får primærområdet 30 % av reisene (Lambertseter), sekundærområdet 61 % (Nordstrand og Ekeberg-Bekkelaget) og tertiærområdet 9 % av reisene (øvrige Oslo syd).

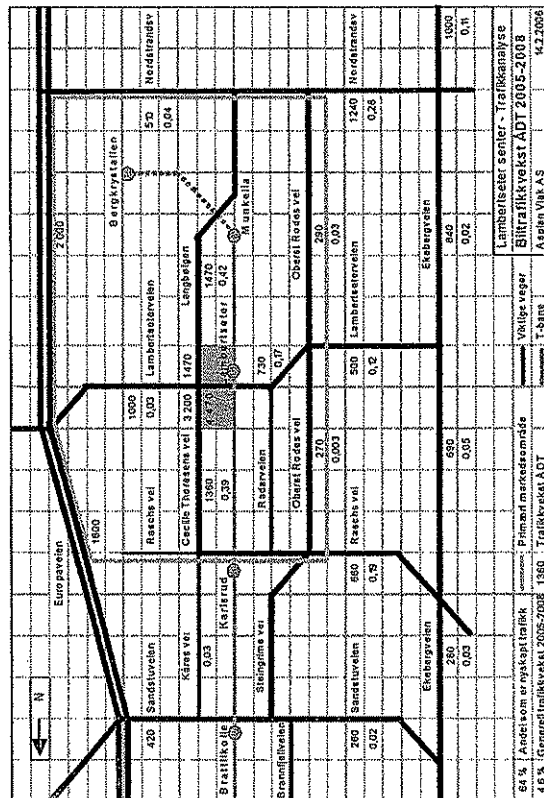
Parkeringsbehovet for biler ved nye Lambertseter senter er beregnet til 840 bilplasser, 260 for ansatte og beboere og 580 for besøkende. Handel har et beregnet P-behov på 630 bilplasser, 150 for ansatte og 480 for besøkende. Det er regnet med at 12 % av besøket til handel er i dim ellermiddagslime på hverdager.

Parkeringsbehovet for sykler (iht. P-norm) er beregnet til 140 sykkelplasser i senter nord og 170 i senter syd. Behovet for sykkelparkering i senter nord blir noe lavere i 2008 enn i 2005 fordi boliger her blir borte. Av parkeringsbehovet i senter syd er ca 150 sykkelplasser knyttet til eksisterende boliger. Sykkelparkeringen bør



Figur 3.2. Beregnet biltrafikk på vegene rundt Lambertseter senter pr årsgjennomsnitt i 2008.

Figuren nedenfor viser beregnet trafikøkning pr årsgjennomsnitt i vegene ved Lambertseter senter fra 2005 til 2008.



Figur 3.3. Beregnet trafikvekst på vegene rundt Lambertseter senter pr årsgjennomsnitt 2005-2008.

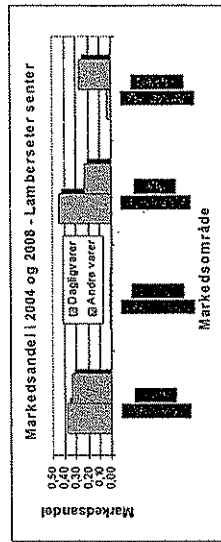
Trafikkveksten fra 2005 til 2008 er beregnet til følgende pr årsgjennomsnitt i de viktigste vegene rundt Lambertseter senter.

- Cecilie Thoresens vei forbi senteret - 3.200 biler - 42 %
- Cecilie Thoresens vei nord for senteret - 1.360 biler - 18 %
- Langbølgen ved senteret - 1.470 biler - 18 %
- Lambertseterveien forbi senteret - 730 biler - 11 %
- Lambertseterveien øst for senteret - 1.000 biler - 9 %

Utbyggingen av Lambertseter senter vil stå for det meste av den ovennevnte trafikøkningen. Den generelle trafikkeksten fra 2005 til 2008 er beregnet til 4,6 % (1,5 % pr år).

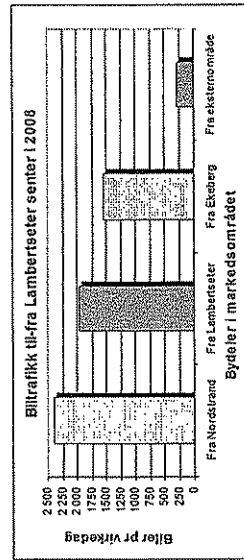
3.4 Transportarbeid i markedsområdet til nye Lambertseter senter

Med nye Lambertseter senter regner en med å stoppe en del av handelskassen ut av området. I beregningen av transportarbeidet i 2008 er det regnet med det samme markedsgrunnlaget fra Lambertseter, Nordstrand og Ekeberg-bekkeområdet som i 2005. I tillegg er det regnet med noe ekstertrafikk til nye Lambertseter senter fra Oslo syd forøvrig, iht. markedsanalysen. Figuren nedenfor viser hvordan markedsandelene til Lambertseter senter er beregnet å endre seg fra 2005 til 2008.



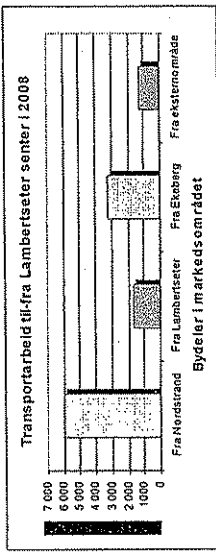
Figur 3.4. Beregnede markedsandeler Lambertseter senter i 2004 og 2008.

Figuren nedenfor viser hvordan bilreiser bolig-handel-bolig (60 % av biltrafikken til-fra handel) er beregnet å fordele seg på bydelene Nordstrand, Lambertseter, Ekeberg-Bekkeområdet og på reiser fra eksteriormrådet.



Figur 3.5. Biltrafikk til Lambertseter senter i 2008, fordelt på bydel.

Transportarbeidet for bilreiser bolig-handel-bolig til nye Lambertseter senter er beregnet til 12.100 bil-km pr virkedegn i 2008. Dette er en reduksjon på 10.100 bil-km fra dagens situasjon, som er en reduksjon på 45 % av transportarbeidet for bilreiser bolig-handel-bolig. Figuren nedenfor viser hvordan dette transportarbeidet er beregnet å fordele seg på reiser fra de 3 lokale byområdene og på reiser fra eksteriområdet



Figur 3.6. Transportarbeid til-fra Lambertseter senter i 2008, fordelt på bydel.

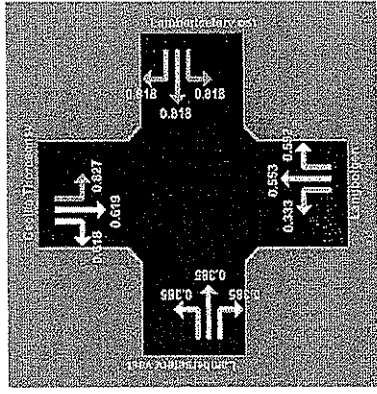
4 KRYSSBELASTNING OG TRAFIKKAVVIKLING I 2008

4.1 Krysset Lambertseterveien - Langbølgen

Dagens signalkryss Lambertseterveien - Cecilie Thoresens vei vil få for høy belastning med den beregnede trafikkveksten fra 2005 til 2008, selv om alle tilfartene utvides til 2 felt. Kapasitetsutnyttelse og gjennomsnitt forsinkelse i sek pr bil, som er presentert nedenfor, er beregnet med SIDRA. Med dagens trafikk og utforming av krysset er kapasitetsutnyttelse og forsinkelse i sek pr bil beregnet til følgende på de fire vegarmene i krysset.

- Langbølgen - 0,55 - 17 sek pr bil
- Lambertseterveien øst - 0,82 - 21 sek pr bil
- Cecilie Thoresens vei - 0,83 - 19 sek pr bil
- Lambertseterveien vest - 0,39 - 13 sek pr bil

Dette er en høy kryssbelastning som telt kan gi dårlig trafikkavvikling og køer. Det gir heller ikke rom for trafikkøkning eller trafikkvariasjon av betydning i krysset. Figuren nedenfor viser beregnet kapasitetsutnyttelse for de ulike trafikkbevegelser i krysset.



Figur 4.1. Kapasitetsutnyttelse i krysset i 2005.

Ovennevnte kapasitetsutnyttelser innebærer at et signalkryss ikke vil klare ytterligere trafikkøkning uten at krysset overbelastes, og det bør derfor vurderes andre kryssløsninger.

En rundkjøring vil få gjennomgående lavere belastninger på alle vegarmer, selv med et felt inn mot rundkjøringen på tre av vegarmene. I Lambertseterveien fra øst er det regnet med et ekstra felt som er ca 20 m langt. Kapasitetsutnyttelse og forsinkelse i sek pr bil beregnet til følgende på de enkelte vegarmene i krysset.

- Langbølgen - 0,67 i kapasitetsutnyttelse - 11 sek forsinkelse pr bil
- Lambertseterveien øst - 0,55 i kapasitetsutnyttelse - 12 sek forsinkelse pr bil
- Cecilie Thoresens vei - 0,68 i kapasitetsutnyttelse - 11 sek forsinkelse pr bil
- Lambertseterveien vest - 0,63 i kapasitetsutnyttelse - 14 sek forsinkelse pr bil

Figuren nedenfor viser beregnet av kapasitetsutnyttelsen for de ulike trafikkbevegelser i krysset.

5 MILJØENDRINGER SOM FØLGE AV ØKT TRAFIKK

5.1 Trafikksikkerhet og fremkommelighet

Lambertseier senter er avgrenset av vegger som allerede i dag har relativt stor biltrafikk. Utbyggingen av senteret vil gi en betydelig trafikkøkning i vegene ved senteret. Gode gang-/sykkelforbindelser langs disse vegene og sikre gangkryssinger er viktig for å ivareta trafikksikkerheten for følgende og syklist. Oppgradering og av de viktigste kryssene ved senteret vil være viktig for utviklingen av biltrafikken og for trafikksikkerheten i området. Fremkommeligheten for bussene som passerer området må også sikres gjennom dette arbeidet.

Gang-/sykkelfrafikk mot øst og syd må krysse Cecilie Thoresens vei og Langbølgen på steder med stor trafikk. Mot nord må følgende og syklist krysse alkomsten fra P-huset. I nærheten av senteret bør det derfor etableres sikre følgendekryssinger, for eksempel på opphøyde gangfelt. Gode sikforhold ved disse kryssingene er også viktig for trafikksikkerheten. På vegstrekkene lenger unna senteret vil følgende og syklist generell krysse vegen på flere ulike steder, både på og utenfor sikrede kryssingssteder. Det er derfor viktig å sikre så lav kjørehastighet at bilene kan stoppe for uventede situasjoner.

Biltrafikken til fra Lambertseier senter må passere gjennom krysset Lambertseierveien – Cecilie Thoresens vei, som kan bli en flaskehals i trafikksystemet. En fordeling av senterparkeringen til begge sider av Lambertseierveien, kan redusere biltrafikken gjennom ovennevnte kryss. En fordeling av biltrafikken til to parkeringsplasser vil imidlertid være hensiktsmessig for nye Lambertseier senter, og det kan gi økt biltrafikk som følge av at en må lete etter ledig plass på to ulike steder i senteret.

Trafikkulykkene vil øke med økt biltrafikk, i forholdet trafikkøkningen x 0,8 (Trafikksikkerhetslæreboka). Trafikkøkningen på de tre lokale vegstrekkene inn mot Lambertseier senter fra vest, nord og syd varierer fra 11 % til 18 %. Statistisk vil da antall ulykker øke med 9 % til 14 % pga denne trafikkøkningen. Reduksjon av fartsgrensen med 20 km/t (50 km/t til 30 km/t) gir en statistisk reduksjon i antall ulykker på 48 % (Trafikksikkerhetslæreboka). På de vegstrekkene som har fått en størst trafikkøkning bør det vurderes fartsgrense 30 km/t og fartstempende tiltak. Dette vil statistisk holde ulykkesrisikoen i området på samme nivå som i dag.

5.2 Trafikkstøy langs vegene rundt senteret

Støynivået fra biltrafikk vil øke med ca 1 dB(A) (ekvivalent døgnnivå) når trafikken øker med ca 30 %, og støynivået øker med ca 3 dB(A) når trafikkmengden fordobles. En endring av støynivået på 2-3 dB(A) regnes som del av de laveste som er hørbart. Følgende vegstrekkninger rundt Lambertseier senter vil få litt høyere støynivå, som følge av trafikkøkningen fra 2005 til 2008.

- Raschs vei - mellom Elebergveien og Cecilie Thoresens vei - 0,5-1 dB(A)
- Cecilie Thoresens vei – mellom Raschs vei og Lambertseierveien - 1dB(A)
- Langbølgen – mellom Nordstrandsveien og Lambertseierveien - 1 dB(A)

Trafikkøkningen i galene på Lambertseier, som følge av utbyggingen av Lambertseier senter, blir dermed ikke så stor at det vil gi merkbare økning av støynivået langs galene.

5.3 Trafikkstøy som følge trafikk til-fra P-huset

Biltrafikken til-fra P-huset på toppen av nytt senterbygg, vil bli ca 7.600 biler pr år/døgn (ÅDT). Trafikken inn i P-huset vil bli ledet opp til parkeringen via innvendige ramper i senterbygget. Støynivået fra T-banen mot boligene på vestsiden er ca 64 dB(A) ekvivalentnivå. Støynivået fra en rampe som er skjermet mot boligene på vestsiden, vil være ca 55 dB(A), som gir en støyøkning på under 1 dB(A) på de 64 dB(A) fra T-banen.

Med en innebygget rampe, som det planlegges på senteret, vil en ikke få noe eksportert støy fra rampen til P-huset mot boligbebyggelsen på vestsiden.

5.4 Reflektert trafikkstøy fra T-banen

T-banen passerer Lambertseier senter i 10-15 m avstand mellom midt spor og senterbygning. I dag er det dels eksisterende senterbygning og dels garasjer langs T-banen. Med det nye senteret vil det bli en sammenhengende senterbygning langs T-banen. På motsatt side av T-banen ligger det boligbebyggelse i 25-55 m avstand fra T-banen (midt spor).

Refleksjonsplanet for støy fra T-banen, mot boligbebyggelsen på vestsiden av banen, vil kun være de nedre ca 3 m av senterbygningen. Støy fra T-banen som treffer veggen høyere opp vil bli reflektert over boligbebyggelsen. Utbyggingen av nytt senterbygg vil derfor ikke endre dagens situasjon mht. reflektert støy fra T-banen.

5.5 Utslipp til luft

De totale utslipp til luft vil gå vesentlig ned som følge av nye Lambertseier senter. Transportarbeidet for direkte bilreisere (til fra handel (hjem-handel-hjem)) i markedsområdet til Lambertseier senter vil iht. beregningene bli redusert fra 22.200 bil-km til 12.100 bil-km pr virkedag. Dette er en reduksjon på ca 45 %, og de totale utslippene til luft vil reduseres tilsvarende. Trafikkøkningen i vegene rundt Lambertseier senter vil imidlertid gi en økning av de lokale utslippene her.

Det er gjort beregninger av luftforurensning fra biltrafikken langs Lambertseierveien, Cecilie Thoresens vei og Langbølgen. Beregningene er gjort med programmet VLUFT versjon 4.6. Trafikkveksten fra 2005 til 2008 er beregnet til følgende pr år/døgn i de viktigste vegene rundt senteret.

- Cecilie Thoresens vei nord for senteret - 1.360 biler - 18 %
- Langbølgen ved senteret - 1.470 biler - 18 %
- Lambertseierveien forbi senteret - 730 biler - 11 %
- Lambertseierveien øst for senteret - 1.000 biler - 9 %

Lokalt rundt Lambertseier senter er det gjort beregninger av utslipp og konsentrasjon av svevestøv og nitrogenoksid. Grenseverdier for lokal luftkvalitet vil, iht. beregningene, ikke overskrides verken i 2005, eller i 2008 som følge av beregnet trafikkvekst pga. nytt senter. Trafikkøkningen gir ingen endringer i lokal luftkvalitet. Beregningsprogrammet tar hensyn til at bilene forurensere mindre i fremtiden, og trafikkveksten fra 2005 til 2008 er ikke så stor at den 'spiser opp' denne forbedringen av bilparken.

Forutsetninger: Trafikkall som vist figur 2.5 og 3.2, kjørehastighet 50 km/t, signing 3% i Lambertseierveien og flat vei i Cecilie Thoresens vei og Langbølgen. Beregningsprogrammets standard bakgrunnsall er benyttet i beregningene. Dette kan gi for lave konsentrasjoner i forhold til virkeligheten, men har ingen innvirkning på forskjeller mellom de to trafikksituasjonene 2005 og 2008.

6 TILTAK I GATENE VED NYE LAMBERTSETER SENTER

Langbølgen og Cecilie Thoresens vei vil bli de viktigste tilfartsvegene til fra Lambertseter senter. Her skal en både ivareta bilenes og bussenes fremkommelighet, og gang-/sykkeltraffikkens fremkommelighet og sikkerhet. Dette vil kreve en betydelig endring av dagens bilbaserte vegstandard, til en mer miljøpreget profil.

Lambertseterveien går rett forbi hovedinngangen til det nye senteret, og kan her danne en barriere mot områdene på sydsiden. Det bør derfor vurderes opphevede gangkryssinger over gaten, både for å gi sikre følgjengerkryssinger og for å dempe hastigheten i denne gaten.

Rundkjøringen i krysset Lambertseterveien – Cecilie Thoresens vei bør ha en stram utforming med gatepreg. I dette krysset er det plass til en rundkjøring med ca 30 m diameter innenfor dagens vegareal (inkl fortauene). Det bør være opphevede gangkryssinger over alle tilfarter (med slake ramper av hensyn til bussene). Figuren på side 7 viser forslag til utforming av Lambertseterveien og rundkjøringen i krysset med Cecilie Thoresens vei.

Bussene som passerer Lambertseter senter bør ha holdeplasser med god kontakt til senteret. Holdeplassen for rute 79 bør legges i Langbølgen, så nær rundkjøringen som mulig. For bussrute 75s vil det være naturlig å legge holdeplassen i Lambertseterveien rett utenfor hovedinngangen til det nye senteret.

T-banen bør få en mer direkte alkomst til fra det nye senteret enn med dagens gangbru og ramper fra plattformene. Dette kan gjøres med trapper fra begge plattformene til brua over T-banen. Den beste løsningen vil imidlertid være en ny gangbru over T-banen som leder rett inn i senteret, og som har direkte ramper til begge plattformer på Lambertseter stasjon.

Atkomsten til P-huset må, av hensyn til trafikavviklingen, tilknyttes Cecilie Thoresens vei med en rundkjøring. Denne atkomsten skal også betjene vareleveringen til nye Lambertseter senter, og det må derfor være mulig for lastebiler å svinge til fra senteret. Det foreslås en liten rundkjøring i krysset, med 26 m diameter og en sentraley med 12 m diameter. Opphøyde gangkryssinger bør legges over Cecilie Thoresens vei rett syd for rundkjøringen, og over atkomsten til P-huset.



Utvikling for et bydelssenter med handel på Lambertseter

Tilleggsrapport

OBOS Forretningsbygg

Lambertseter – utvikling for handel

1.	BAKGRUNN.....	3
1.1.	OM PROBLEMSTILLINGEN.....	3
1.2.	HANDELSANALYSEN.....	3
2.	PLANFORUTSETNINGER.....	4
2.1.	NYTT BYDELSSENTER?.....	4
2.2.	DEN TRAFIKALE PROBLEMSTILLINGEN.....	4
3.	UTFORDRINGER.....	5
3.1.	ET MODERNISERT KJØPESENTER PÅ LAMBERTSETER.....	5
3.2.	DEN KOMMERSIELLE UTFORDRINGEN.....	6
3.3.	INNBYGGERE, KUNDEOMLAND OG FORBRUK.....	6
3.4.	FORBRUKERANALYSENE.....	8
4.	OPPSUMMERING.....	8

Konklusjon

Et kjøpesenter lokalisert på Lambertseter har ikke de nødvendige forutsetninger for å fungere som et regionalt senter. Så vel lokalisering i avstand fra de store transportårene og trafikale knutepunktene, så vel som størrelsen tilsier at det kun kan forventes besøkende fra lokalmiljøet. Lokalmiljøet er imidlertid så stort (lik middels stor norsk by) til at det skal være et godt grunnlag for et stort handelscenter på Lambertseter.

Det er nødvendig å bygge et senter på anslagsvis 18 000 kvm for å kunne:

- ❖ opprettholde et stabilt tilbud (unngå gjennomtrekk av leietakere)
- ❖ holde kvaliteten på tilbudet (unngå en rekke billiggjeder)
- ❖ opprettholde et tilstrekkelig utvalg varer innen samme varekategori
- ❖ utvikle en møteplass for ulike befolkningens ulike aldersgrupper i bydelen.

Et senter i denne størrelsen vil tilfredsstille i underkant av 1/3 av det totale behovet for bydelen.

1. Bakgrunn

1.1. Om problemstillingen

Vista Analyse AS utarbeidet i 2004 en handelsanalyse for Lambertseter. Denne konkluderer med at det er muligheter for å utvikle Lambertseter som et moderne nytt handelssted samlokalisert med andre service-, kultur- og transportfunksjoner. Det er anbefalt at et handelscenter ved T-bane-stasjonen bør utvikles til et omfang lik et middels stort kjøpesenter. Denne anbefalingen er begrunnet i at den nye bydelen Nordstrand tilsvarer en middels stor norsk by, og kan med fordel ha større tilbud lokalt. Det er i dette notatet gitt en noe grundigere drøfting av enkelte forhold som en utdyping til handelsanalysen.

1.2. Handelsanalysen

En grunnleggende forutsetning for handelsanalysen er at beregningene gjelder for hele bydelen, men den anbefalte omsetningen gjelder kun for Lambertseter senter. Analysen legger til grunn et anslag handel for et nytt kjøpesenter på Lambertseter, men den forteller ikke hvor mye som kan tilbys av handel (omsettes) andre steder i bydelen.

Det handelsvolumet som anbefales på Lambertseter senter, utgjør kun en tredel av det totale forventede handelsvolumet i den nye bydelen.

Beregningene som ligger til grunn i handelsanalysen tar utgangspunkt i at en vesentlig andel av handelen skal handles andre steder. Herunder også i 'grendesentrene' som Hollet og Sæter. Det er lagt til grunn at minimum 30% av detaljhandelen forventes å skje i sentrum for en lang rekke vareslag. Men det legges til grunn at en større andel av en rekke andre varer handles utenom lokalsenteret. Dette er varer der kundene ofte ønsker et bredt og variert utvalg. Sentrum kan tilby dette for mindre varer, mens storvaretrene (som på Alnabru/Furuset) kan tilby bredt utvalg av mer volumkrevende

varselag.

Det er i beregningene lagt til grunn følgende¹:

- ❖ 10% av dagligvarehandelen skjer utenom kjøpesenteret på Lambertseter
- ❖ 30% av blomster- og plantehandelen skjer utenom kjøpesenteret på Lambertseter
- ❖ 50% av klær og sko handles utenom kjøpesenteret på Lambertseter
- ❖ 40% av kosmetikk og apotekvarer handles utenom kjøpesenteret på Lambertseter
- ❖ 60% av ur, optikk, foto, gull, sølv mv handles utenom kjøpesenteret på Lambertseter
- ❖ 60% av bok og papir er anslått å skulle handles utenom kjøpesenteret på Lambertseter
- ❖ 50% av handelen av tekstil, utstyr skjer utenom kjøpesenteret på Lambertseter
- ❖ 70% av handelen av musikk mv skjer utenom kjøpesenteret på Lambertseter
- ❖ 75 % av handelen av belysning skjer utenom kjøpesenteret på Lambertseter
- ❖ 70% av handelen av elektrisk husholdning forventes å skje utenom kjøpesenteret på Lambertseter

2. Planforutsetninger

2.1. Nytt bydelssenter?

Den foreliggende kommunedelplanen har som forutsetning at bydelene er langt mindre enn de er i dag. Nye politiske utfordringer knytter seg til at det ikke lenger er behov for administrative tilbud der de tidligere var lokalisert. For de nye bydelene vil enten bydelssadministrasjonen splittes på flere steder, eller den vil samlokaliseres på ett sted. For den aktuelle bydel er dette ikke avklart. For flere andre bydeler er det avklart.

Det knytter seg så vel en forenkling for brukerne så vel som en administrativ effektiviseringsgevinst ved å samlokalisere alle offentlige bydelssfunksjoner.

Lambertseter senter vil – med bakgrunn i det arbeidet OBOS utvikler – få samordnet mange private servicefunksjoner ved Lambertseter T-banestasjon.

OBOS planlegger en rekke funksjoner lagt inn i utbyggingsplanen; som Symra Kino og kulturhus, bibliotek, treningssenter, legesenter/helsestasjon/fysioterapi mv samt bank og post.

En rekke funksjoner som samlet gir gode forutsetninger for at Lambertseter senter blir et fungerende bydelssenter for private tjenester.

2.2. Den trafikale problemstillingen

Det er grunn til å legge merke til at brukerundersøkelsene som presenteres i

¹ Side 42 i handelsanalysen

handelsanalysen viser at beboerne i området i stor grad reiser til Manglerud og Bryn for å handle.

De trafikkmessige konsekvenser av at bydelens befolkning skal krysse E6, kjøre inn i Ryenkrysset og derfra velge handelsstedene Bryn og Manglerud, synes ikke gunstig.

Motsatt vil et handelssted på Lambertseter ikke ha trafikale forutsetninger for å tiltrekke seg kunder fra et regionalt omland.

3. Utfordringer

3.1. Et modernisert kjøpesenter på Lambertseter

Det er i handelsanalysen anbefalt at en utvidelse og modernisering av et kjøpesenter ved T-banestasjonen på Lambertseter bør være et mellomstort senter. Med mellomstort senter menes et senter på 15-20 000 kvadratmeter butikkflate².

Følgende sentre har i dag mellom 15 og 20 000 kvadratmeter totalt bruksareal:

- o Senter Syd
- o Storo
- o Tveita
- o Veitvedt
- o Bryn
- o Manglerud

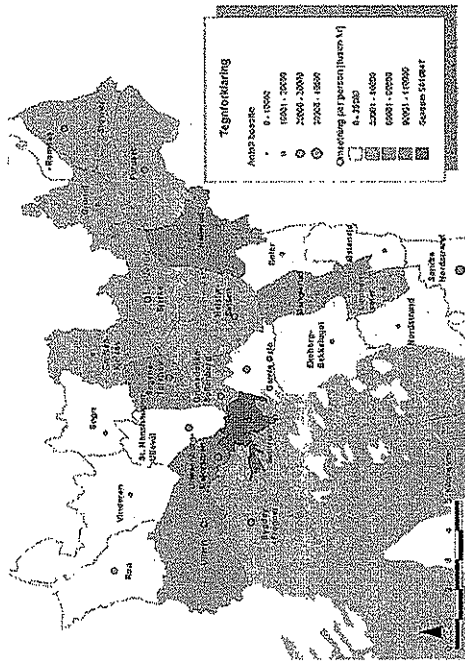
Og sentre med tilsvarende størrelse lokalisert i sentrum:

- o Steen og Strøm
- o Byporten
- o Aker brygge

Sentre av regional karakter – med arealflate over 20 000 kvadratmeter – er følgende:

- o Alna
- o Oslo City
- o Stovner
- o CC Vest
- o Ski Storsenter
- o Vinterbro

Størrelsen på sentrene avhenger av kundeomland – altså antall kunder – ikke av avstand fra andre kjøpesentre. Figuren under illustrerer at dagens omsetning målt per innbygger i den nye bydelen er blant de aller laveste i Oslo, samtidig som området er geografisk stort i utstrekning.



Figur 1 Omsetning pr innbygger – etter gammel bydelingsinndeling.

3.2. Den kommersielle utfordringen

Et senter med omsetning i 200-300 mill kroner, vil fungere godt som et lokalsenter dersom det inneholder en god dagligvareforretning – samt eventuelt et vinmonopol. I tillegg vil det normalt være enkelte mindre forretninger i et slikt senter, som utstyr og gaver, bokhandel, sko, jernvare mv.

Dersom faghandelstilbudet skal utvikles utover et lokalt tilbud, må det være et visst volum/utvalg på tilbudet for at det skal bli kommersielt vellykket. Blir senteret for lite øker gjennomtrekken av leietakere, leieprisene faller, driftskostnadene blir for store og kundene finner ikke tilstrekkelig utvalg til at de velger dette senteret i stedet for sentre med større tilbud.

De mellomstore sentrene blir – dersom de er lokalisert i områder med stort handelstilbud - ofte ikke attraktive nok for kunden. I sin konsekvens kan en ende opp i en situasjon der de største blir større og de mellomstore ikke er store nok til å tiltrekke seg oppmerksomheten. De aller minste vil fungere som små lokalsentre.

Det er flere eksempler på at sentrene med størrelser på rundt 8-15 000³ kvadratmeter har store utfordringer driftsmessig.

3.3. Innbyggere, kundeomland og forbruk

Antall innbyggere i nye Nordstrand bydel ligger på 45 000

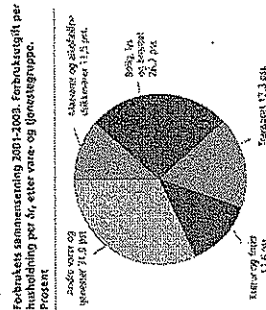
Husholdningenes forbruk i Norge er nesten tredoblet siden 1958 målt i totale forbruksutgifter. I perioden 2001- 2003 var forbruket i gjennomsnittshusholdningen på

³ Litt avhengig av andelen service og tjenesteyting
17.02.2006
Vista Analyse AS. 2005

nesten 305 000 kroner årlig. En gjennomsnittshusholdning bruker i dag 10 % av budsjettet sitt til mat, mot 40 % i 1958. Men vi kjøper også helt andre matvarer enn før; mindre fisk og poteter og mer kjøtt og ferskvarer.

Forbruket i husholdningene⁴ økte med 4,2 %⁵ fra 2003 til 2004. I beregningene i denne analysen er det lagt til grunn en vekst i forbruket. Men den er ikke lagt så høyt som de empiriske tallene skulle kunne tilsa. I henhold til langtidsprogrammet er det forventet en årlig gjennomsnittlig vekst i perioden 2001 til 2005 på 2,4 % i det private konsumet⁶. Ettersom analysen omfatter ulike vareslag er det redegjort for vurderingene knyttet til forventet vekst i forbruket for de ulike vareslag. Siste år har veksten i alkoholholdige drikkevarer, elektronikk og klær vokst mye. Videre har det skjedd en endring i etterspørselen etter ulike dagligvarer, der særlig ferskvarer og spesialvarer blir mer etterspurt.

Intektsnivået i bydelen varierer, men snittet for Oslo er blant de høyeste i landet. 43% av husholdningenes forbruk går til handel (figur 2).



Figur 2 Forbrukets sammensetning – fordelt etter vare- og tjenestegruppe. Kilde SSB

Legger en til grunn at hver person handler for anslagsvis 55 000 kr⁷ årlig, gir dette et forventet forbruk for befolkningen i bydelen på 2,5 milliarder kroner pr 2006. Dette tilsvarer et handelsareal på over 50-60 000 kvm handelsareal gitt dagens forbruk og en omsetning pr kvadratmeter lik kr 40-50 000.– og da er ikke service, kultur og bespising eller forbruksvekst i beregnet. Service og bespising kan anslås å ligge på 25 % tillegg. Forbruket øker generelt med mellom 3 og 7 % pr år. Det gir også utslag over tid. Videre må det anslås 25 % fellesareal eksklusive lager og parkering.

Bedriftene innenfor detaljhandel, reparasjon av husholdningsvarer og varer til personlig forbruk omsatte for vel 253 milliarder kroner i 2003. Det er en økning på 4,0 prosent fra året før. Veksten er med andre ord svært stor i varehandelen.

⁴ Forbruketundersøkelsen gir en detaljert oversikt over husholdningers utgifter til forbruksvarer, basert på et utvalg husholdninger.

⁵ Tallet er justert for prisvekst.

⁶ Faste 1997-priser

⁷ Nøkkeltall utarbeidet av Akershus fylkeskommune for 1996 angir en indeks for Lørenskog kommune for forbruk relatert til gjennomsnitt for landet i 108. Dersom denne anvendes gir dette et forbruk på 59 200 pr person i Lørenskog (motorkjøretøy unntatt)

⁸ Siste data fra SSB gir 54 792 som landsgjennomsnitt etter 2004-tallene i omsetningstallene.
17.02.2006

3.4. Forbrukeranalysene

Dekningsgrader beregnes ut fra tall i Forbrukerundersøkelsen. Forbruk av ulike vare- og tjenestegrupper er registrert blant annet i forhold til husholdningens inntekt. Det er ikke direkte samsvar mellom tall fra Forbrukerundersøkelsen og varehandelsstatistikken fra SSB.

Forbruket øker vesentlig fra år til år. Det private forbruket øker med flere prosentpoeng årlig. Forventet økning i forbruket er lagt inn i beregningene for fremskrevet situasjon.⁹ Det er gjort anslag for forventet økning ut fra empiriske data, vurdering av trender mv.

Modellen for beregning av dekningsgrader slik det fremgår av retningslinjene fra Miljøverndepartementet, er en statisk modell som ikke har lagt opp til markedsmessige og konjunkturmessige svingninger. I denne rapporten er metoden mindre statisk, men anslagene for vekst er like fullt lagt langt under det som kan forventes.

Omsetningen i detaljhandelen innen nærings- og nytelsesmidler har ikke økt nevneverdig siste år, mens derimot butikkhandel innen nærings- og nytelsesmidler i spesialforretninger (herunder også alkoholholdig drikke) økte med 7 % fra 2003 til 2004. Dette indikerer en økt fokus på mat og alkohol. Alkohol økte med over 7 %. Klær og sko utgjør generelt sett en viktig andel av det totale tilbudet. Varene er en indikator på hvor attraktiv et kjøpesenter er. I markedsundersøkelser er det ofte klær som blir spesifikt efterspurt dersom senteret ikke fungerer tilfredsstillende.

I desember 2004 økte omsetningen av klær med 9,6 % sammenliknet med desember i 2003. Tilsvarende for sko og lær lå på 8,1 %. Dette er en stor vekst.

4. Oppsummering

Med et befolkningsgrunnlag på en middels stor norsk by – 45 000 innbyggere – er det grunnlag for et betydelig lokalt handelstilbud. Det bør ikke være nødvendig å reise inn i trafikkmaskinene Ryen-krysset/ES for å handle. Til sammenlikning har Hamar, Stange og Løten 52 000 innbyggere.

Med så mange innbyggere er det naturlig at det tilrettelegges for småhandel og handel av dagligvarer på både Holtet og Sæter.

De kommersielle muligheter er knyttet til flere forhold, men særlig viktig er investeringer i forhold til omsetning. Det er disse som avgjør mulighetene for utvikling/utbygging. De mellomstore sentrene er de som i dag sliter mest økonomisk i konkurranse med handelssteder med større tilbud. Dersom investor i tillegg til handelsutvikling påtar seg samfunnsmessige oppgaver, må investeringene sees i forhold til dette.

Sentre på størrelse 15-20 000 kvadratmeter og større har størst økonomisk potensiale i områder der utbyggingskostnadene er store. Små sentre har gode vilkår dersom dagligvareforretningen utgjør en vesentlig andel av sentret.

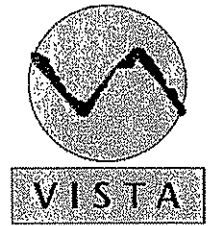
I dag er ikke sentre i denne størrelsesorden regionale sentre dersom de er lokalisert i befolkningsteite områder. Regionale sentre har i dag en arealflate på over 20 000 kvadratmeter for å kunne trekke kunder i et regionalt omland.

Beregningene i handelsanalysen omhandler salgsflate. I tillegg til dette kommer 25%

⁹ Begrunnelser for anslagene er ikke presentert i dette notatet av lidsmessige årsaker.

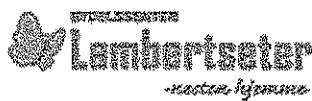
fellesareal (uten parkering) samt evt service av offentlig eller privat karakter, servering mv.

For at markedet i bydelen skal tilfredsstille sitt handelsbehov behøves et anslått arealbehov på 60 000 kvadratmeter – målt ut fra forbruket i 2005. Dersom 10 000 av disse legges til Holtet og Sæter, mens 20 000 kvadratmeter handelsflate legges til Lambertseter, gjenstår 30 000 kvadratmeter – lik 50 % - handelsflatesom bydelens beboere oppsøker andre steder. Ser en frem i tid vil et forventet forbruk i bydelen ligge på over 3 milliarder kroner. Det vil ytterligere forsterke behovet for utvikling av et godt lokalt handelstilbud for de 45 000 menneskene som bor i området.



Lambertseter Senter

Et potensiale for utvikling?



Bydelssenter Lambertseter



OBOS Forretningsbygg

Forord

Vista Analyse har på oppdrag fra OBOS gjennomført prosjektet *Lambertseter Senter – et potensiale for utbygging?* Prosjektet er en analyse av hvorvidt det er grunnlag for å videreutvikle, modernisere og utvide OBOS sitt senter på Lambertseter, med utgangspunkt i et lokalt marked innenfor den nye Nordstrand bydel. I rapporten drøftes markedspotensialet, forbruk, profil, innhold mv. Summen av slike faktorer er vesentlige for en vellykket utvikling av et kjøpesenter.

Det er gjennomført en egen markedsundersøkelse i området Lambertseter/Nordstrand/Bekkelaget som gir viktige innspill for en beslutningsprosess.

Oppdragsgivers kontaktperson har vært Tonje Holm ved Lambertseter Senter samt Synnøve Sterri hos OBOS Forretningsbygg. Hanne Toftdahl, Vista Analyse AS har vært prosjektleder og Georg Ellingsen har gjennomført markedsundersøkelsen. Hølen Jansen har utarbeidet kartene med basis i GIS.

August 2004

Hanne Toftdahl
Prosjektleder
Vista Analyse AS

Vista Analyse AS

Sammendrag

Det anslås et potensiale for handel lokalt, som gitt noen forutsetninger - tilsier et nokternt anslag for et nytt handelsvolum på Nordstrand/ Lambertseter for mellom 600 og 700 mill kr innen 2008

Anbefalt utbygging med et lokalt markedsgrunnlag for nye Nordstrand bydel ligger på en forventet omsetning på totalt om lag 600 mill kr, og en stipulert arealflate på til sammen rundt 15-18 000 kvm.

Lambertseter har alle forutsetninger for å utvides til det nye bydelsenteret i nye Nordstrand bydel.

Det vil være viktig for utviklingen av et nytt senter på Lambertseter å tilby et bredt spekter av varer. Enkelte varer vil være viktigere enn andre

Viktige dragere som Vinmonopol, et godt utvalg av klær og sko samt et bedre utvalg av butikker som selger sport og fritidsartikler, vil være kritiske suksessfaktorer

Gitt noen forutsetninger, kan det være mulig å utvikle et handelsstilbud lokalt som er betydelig større enn det som eksisterer i dag.

En stor andel av potensialet knytter seg til den generelle øktige veksten i forbruket. Men for nye Nordstrand bydel ligger det også en betydelig mulighet knyttet til den store lekkasjen som skjer i dag. Området er blant de områder i Oslo med størst lekkasje mot sentrum og andre bydel. For å reise til Ski, Vinterbro, Bryn og Manglerud må man ut på de store trafikkløstene, krysse veier og baner og det er uten tvil forbundet med en viss innsats av tid å komme til disse stedene.

Potensialet er større enn det tilbudet anbefales utbygget for. For å fylle potensialet fullt ut, må tilbudet av alle vareslag være vellykket. Det er en stor anvisjon. Derfor anbefales å investere i en utbygging av et nytt Lambertseter senter med en omsetning på opp mot totalt 600 mill kr. Det tilsier et totalt areal på 16 000 kvm og med en forventet omsetning på 3,5 – 40 000 kr pr kvm.

Det bør arbeides for at Nordstrand bydels bydelscenter legges til Lambertseter. Her er alle forutsetninger tilstede, som offentlig kommunikasjon, handel, kultur (Symra kino), treningssenter mv.

Det anbefales en relativt offensiv investering innen *klær og sko* Profilen må være rettet mot alle inntektsgrupper – hvilket betyr både mer eksklusivt om enn i beskjeden målestokk og rimeligere tilbud. Sandvika Storsenter har en slik varemix, og kan danne et eksempel.

Det anbefales også å styrke *trening, fritid og sport*. Denne profilen har senterområdet allerede, og bydelen har også en slik profil. Om det skal være fotball/håndball, golf eller friluftsliv får den enkelte tilbyder vurdere. Velg enkelte sports- og fritidstilbud som utvikles til profilbutikker, golf, fiske, fotball og treningssutstyr anbefales.

Det bør rettes spesifikk fokus på *interior, tekstil og utstyr*, belysning, konkret et tilbud rettet mot husmødre. Senteret har en slik profil i dag. En "snobbete" tekstil kan gjerne tilbys sammen med en billigjefe.

Helse, apotek og tjenester knyttet til lege, fysioterapeut, frisør mv skal også ligge i et godt lokalsenter.

Bok og papir er viktig. Dagens tilbud er godt, men kan gjerne suppleres med bedre blad og avis.

Bredt matvaretilbud er viktig – herunder grønt og ferskvare samt baker. Et mer differensiert matvaretilbud er nødvendig, ettersom lekkasjen av matvarer er betydelig. Vinmonopol er en viktig faktor for å trekke kunder fra Bekkelaget, Ekeberg og Nordstrand.

Blomster er allerede i dag et tydelig tilbud i senteret. Dette må

være en viktig del av senteret. Det treffer markedet. Det bør rettes spesiell fokus mot *mem* som segment som en ny målgruppe. Herunder sorterer særlig jernvare, friser, klær og fritidsutstyr samt elektrisk.

Barri er en viktig målgruppe i et lokalsenter. Klær for barn er primært knyttet til de største dragene/kjedene. Men både sko og sport er viktig å tilby barnefamiliene. Leketøy bør fremstå tydelig og sentralt i senteret.

For å trekke de *unge* kjøpersterke til senteret er det viktig med en egen platebutikk – og video, i tillegg til et visst utvalg i klær og sko. Gjeme en musikk-kjede.

Et bydelssenter bør ha et godt og variert tilbud av bespisning. På den måten kan en også kanalisere ulike målgrupper inn i ulike soner i senteret. Tradisjonell servering for eldre og moderne tilbud for de yngre. Bespisningssonene må ikke forstyrre den øvrige handelen. Barnevognar, stellerom som gjerne er forbundet med lange besøk, må plasseres slik at ikke stedet blir et oppholdssted.

Handelsstedet Lambertseter har de samme utfordringene som mindre byer og kommunesentre mange steder i landet har, nemlig en bredt sammensatt kundegruppe med store sprik i inntekt og behov. Utnytt dette som en mulighet til å bygge et bredt sammensatt senter som rettes mot mange målgrupper.

I dag er 50-tallsstilen trendy. Utnytt dette som et fortinn. Det kan øke fokus og lage et spennende konsept.

Utvikle soner for ulik bruk i senteret. Det vil styrke senterets profil som et møtested i bydelen – for så vel unge som eldre

Det er et stort potensial for utvikling av handel på Lambertseter

Arkitekturen fra 50-tallet er et spennende fortinn i 2004. Utnytt det som en mulighet.

Innhold

FIGURLISTE	2
1 INNLEDNING	3
1.1 BAKGRUNN	3
1.2 OBOS FORRETNINGSIDÉ	3
1.3 PLANSTATUS	4
2 DAGENS SITUASJON	5
2.2 GENERELL FORBRUKSVÆKST	10
3 PLANSTATUS	12
4 LAMBERTSETER SENTER	14
4.1 ET LOKALSENTER MED MÅL OM Å VÆRE DER FOLK BOR	14
4.2 PROFIL	14
5 MARKEDSUNDERSØKELSE - EN KARTLEGGING AV SENTERETS EKSISTERENDE OG POTENSIELLE KUNDER	16
5.1 FORMÅL MED UNDERSØKELSEN	16
5.2 METODE	16
5.3 RESULTATER	16
5.4 KONKLUSJONER	23
6 HANDELSANALYSE MED BEREGNING AV DEKNINGSGRADER	25
6.1 METODE	25
6.2 DEKNINGSGRADER I OSLO	27
6.3 FRAMSKREVET VEKST	29
6.4 UTVIDELSESPOTENSIALET	38
7 ANBEFALING OG KONKLUSJON	42
7.1 FORBRUKET FORDELT PÅ SENTRUM OG BYDELENE	42
7.2 KRITISKE SUKSESSFÅKTORER	42
7.3 UTNYTT LAMBERTSETERS KOMPABATIVE FORTINN	43
7.4 HVILKE VARESLAG ER VIKTIGE ELEMENTER I ET BREDT TILBUD PÅ LAMBERTSETER?	43
7.5 ANBEFALING	44
8 REFERANSER	46

Figurliste

Figur 2-1 Folkemengde i de ulike bydeler i Oslo; gammel bydelisinndeling. Kilde SSB/GIS-database.....	5
Figur 2-2 Antall innbyggere og antall arbeidsplasser i de ulike bydelene – etter gammel bydelisinndeling.....	6
Figur 2-3 Kjøpekraften i de ulike bydeler i Oslo – med utgangspunkt i de bosattes forventede forbruk – etter gammel bydelisinndeling. Kilde SSB.....	7
Figur 2-4 Omsetning på kjøpesentre i Oslo, samt den relative omsetningen i varehandelen i bydelene i Oslo – etter gammel bydelisinndeling. Kilde Anhøy og SSB.....	8
Figur 2-5 Omsetning pr innbygger i de ulike bydelene – etter gammel bydelisinndeling. Kilde SSB varehandelsstatistikk og befolkningsstatistikk.....	9
Figur 2-6 Urviklingen i det privat forbrukte i perioden 1996 til 2003 samt forventet vekst i perioden frem til 2006. Kilde SSB - Forbrukerundersøkelsene.....	10
Figur 2-7 Modell for handleadferd.....	11
Figur 5-1 Besøksfordeling mellom de ulike handelssentrene bydelenes beboere har besøkt siste 6 måneder (bydelene Nordstrand, Lambertseter, Bekkelaget/Ekeberg). Kilde; markedsundersøkelsen.....	17
Figur 5-2 Besøkhypptighet på de ulike sentrene blant beboerne i nye Nordstrand bydel. Kilde; markedsundersøkelsen.....	18
Figur 5-3 Besøkhypptighet etter bosted. Kilde markedsundersøkelsen.....	19
Figur 5-4 Lambertseter Senter sine fortrinn i lokalsamfunnet. Kilde markedsundersøkelsen.....	20
Figur 5-5 Lambertseter Senter svake sider. Kilde markedsundersøkelsen.....	20
Figur 5-6 Kritiske faktorer for økt besøk ved Lambertseter Senter. Kilde markedsundersøkelsen.....	21
Figur 5-7 Aldersfordeling av respondentene i markedsundersøkelsen.....	22
Figur 5-8 Fordeling av husholdningsstørrelse i nye Nordstrand bydel etter de gamle bydelene. Kilde markedsundersøkelsen.....	22
Figur 5-9 Husholdningenes inntektsfordeling etter bosted. Kilde markedsundersøkelsen.....	23
Figur 6-1 Dekningsgrader for ulike vareslag i sentrale bydeler i Oslo – noen eksempler. Sentrum uttatt. Kilde SSB.....	28
Figur 6-2 Dekningsgrad i 2002 for noen vareslag, samt forventet dekning om fem år. Bydelene Lambertseter, Nordstrand og Ekeberg/Bekkelaget samlet. Kilde SSB samt omsetningstall fra Lambertseter Senter/senterledelsen.....	31
Figur 6-3 Beregnet dekningsgrader for blomster i området.....	32
Figur 6-4 Beregnet dekningsgrader for klær og sko i området.....	32
Figur 6-5 Beregnet dekning for ur, optikk, gull og sølv i området.....	34
Figur 6-6 Beregnet forbruk for sport og leker i området.....	34
Figur 6-7 Beregnet dekning for bok og papir i området.....	35
Figur 6-8 Beregnet dekning for helse og apotekvarer. Kilde SSB og Lambertseter Senter.....	37
Figur 6-9 Beregnet dekning for elektriske husholdningsartikler. Kilde SSB og Lambertseter senter.....	37
Figur 6-10 Beregnet dekning for tekstil og utstyr. Kilde SSB og Lambertseter Senter.....	38
Figur 6-11 Beregnet dekningsgrader for dagligvarer i området.....	38
Figur 6-12 En mulighetsanalyse av kjøpekraft og handelspotensialet i området.....	41

1 Innledning

1.1 Bakgrunn

Gamle bydel

Lambertseter er i dag en del av en større bydel; nye Nordstrand bydel, sammen med gamle Nordstrand, Ekeberg og Bekkelaget

Lambertseter-området er en av landets eldste drabantbyer

Lambertseter Senter ligger ved egen stasjon ved T-banen. Lambertseter har til nå vært bydelssenter for bydel med samme navn. Den nye bydelen består av tre bydeler. Det er de nye Nordstrand bydel som utgjør analyseområdet i denne undersøkelsen. Bydelssenterfunksjonene er spredt i de tidligere bydelene.

I kjernen av Lambertseter sentrum og T-banestasjon ligger Lambertseter Senter. Et nærsenter med en relativt beskjeden omsetning. Senteret har en arkitektur på hovedbyggene som peker tilbake til 50-tallet da området var den første drabantbyen i landet. I de andre bydelene Bekkelaget/Ekeberg og Nordstrand er så vel bebyggelse som sosioøkonomisk situasjon vesentlig forskjellig fra Lambertseter. Men alle bydelene fremstår som velholdt og med grønne lunger.

I en litt sliten drakt

I dag fremstår deler av senteret og også bydelens sentrum i en "siten drakt". Men området rundt fremstår som et bosiljø med store grønne lunger, lave stille blokker og en god variasjon av eldre og yngre beboere.

Bydelssenteret ligger i en bydel med rundt 10 000 beboere, men det er nær 45 000 beboere som har dette senteret som sitt største nærsenter. De tre bydelene, Lambertseter, Nordstrand og Bekkelaget/Ekeberg utgjør den nye Nordstrand bydel.

Bydeladministrasjonen ligger fortsatt spredt slik de lå for bydelssammenslutningen. Lambertseters beliggenhet har mange fortrinn som gjør at senteret naturlig utgjør en sentral mulighet for å bli det nye bydelssenteret.

1.2 OBOS forretningside

OBOS har en forretningside som tar omsyn til beboernes trivsel og trygghet, men den kommerielle virksomheten skal drives etter forretningsmessige prinsipper.

OBOS har flere sentre som betegnes som bydelssentre. Etter definisjon fra ICSC har etendommen da en stor dagligvareforretning, eventuelt vinmonopol, post, apotek eller lignende som anker, supplert med et tilbud innen tekstil, sko, ur, optikk, foto, elektro, sport etc. Det viktigste kriteriet for valg av handelssted er beliggenhet. OBOS beskriver sin fordel som at de er lokalisert der folk bor. De har også generelt god tilgang på offentlig kommunikasjon.

OBOS bygger først boliger og fikk så et krav om å supplere med service tilbud. Dette er bakgrunnen for utbygging av handelssentre.

OBOS har også en sosial profil. Den er beskrevet som følger;

"OFB er et redskap for OBOS til å nå sine mål som boligorganisasjon.

OBOS forvalter btl som ligger i nærheten av våre sentre. Det er derfor veldig viktig at OFB spiller på lag med btl i forbindelse med f. eks utbygginger av våre sentre.

Forretningsideen er beskrevet som følger;

"Våre sentre skal bli fortrukket av såvel leietakere som handlende i konkurransen med andre sentre.

- Sentrene skal til enhver tid fremstå som profesjonelt drevet og ha en bransjesammensetning som tiltrekker forbrukere og leietakere.

- Nye sentre erverves dersom det styrker vår lokale markedsposisjon."

"OFB skal i egen regi eller i samarbeide med andre, skape verdier gjennom utvikling, forvaltning, kjøp/salg av fast eiendom samt finansielle plasseringer. Virksomheten skal drives etter forretningsmessige prinsipper".

1.3 Planstatus

Kommunedelsplan for lokalisering av varehandel og andre servicefunksjoner

Oslo kommunes kommunedelsplan har karakterisert Lambertseier som bydelssenter. I det ligger at bydelens varehandel og servicefunksjoner skal lokaliseres på Lambertseier. Det er likevel slik at en stor del av tilbudet skal utvikles og tilbys i Oslo sentrum. Relatert til den nye bydelssstrukturen, er både Hollet og Sæter tildeelt funksjon som bydelssentre. Lambertseier er det største av disse.

Politiske rammevilkår

De politiske rammebetingelsene er relativt klare; ingen utbygging for varehandel utenom de definerte handelsområdene. Rammevilkårene for Lambertseier er således gode med hensyn på en eventuell videreutvikling av senteret.

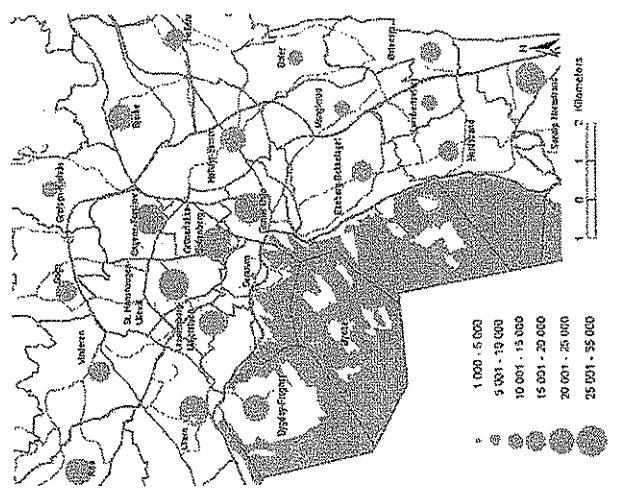
2 Dagens situasjon

2.1.1 Befolkning

Folketallet forventes øke fram mot 2010

Folketallet i nye Nordstrand bydel forventes¹ å øke noe de nærmeste årene. Deler av den nye bydelen har lav tilvekst, og deler av bydelen har større tilvekst. Men den store veksten forventes ikke å finne sted ut fra SSB's prognoser. Spesifikke boligprosjekter kan øke veksten.

Befolkningsmengde i Oslos bydeler 2001



Figur 2-1. Folkemengde i de ulike bydelene i Oslo; gammel bydelssinndeling. Kilde: SSB/GIS-database

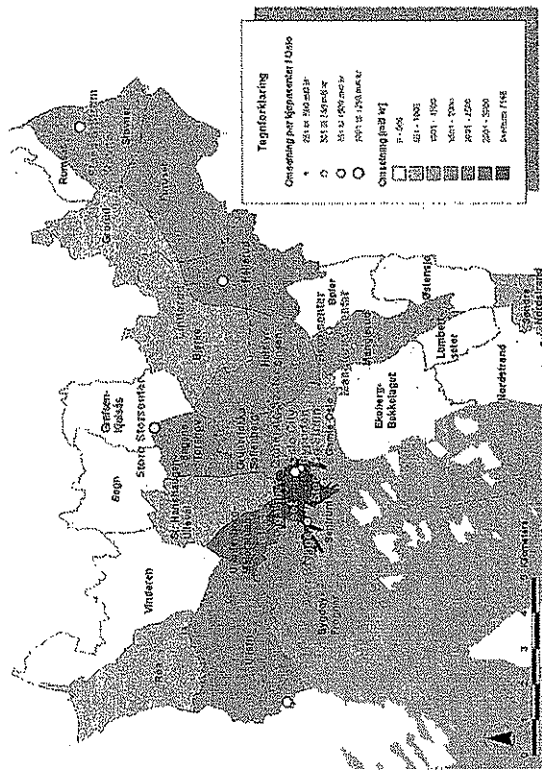
¹ Med referanse til befolkningsframskrivningene til SSB. Eventuelle boligprosjekter ligger ikke inne i disse beregningene. Det er planer for bebyggelse i områder, slik at det kan ligge et større kundepotensial frem i tid enn det som fremkommer ved bruk av SSB's tallgrunnlag. Samlet for bydelene vil det være 45000 mennesker i 2008. Dette kan altså være litt lavere enn det som blir realitet.

2.1.4 Omsetning

Omsetning i bydelene i Oslo varierer med kjøpesentrene vellykkethet i markedet.

Omsetningen i varehandelen varierer i bydelene i Oslo. Foruten sentrum med Majorstuen, er det Ullern bydel med CC-Vest, Sagene Torshov med Storo senter og Hellerud med Alna-sentrene, som er de viktigste handelsområdene i byen.

Nordstrand/Lambertseter peker seg ut med svært lav omsetning – noe som også gjelder for hele nedslagsfeltet til Lambertseter, med Nordstrand, Ekeberg og Bekkelaget. Figur 2-4 (gammel bydelssinnndeling).



Figur 2-4 Omsetning på kjøpesentre i Oslo, samt den relative omsetningen i varehandelen i bydelene i Oslo - etter gammel bydelssinnndeling. Kilde: Anheij og SSB

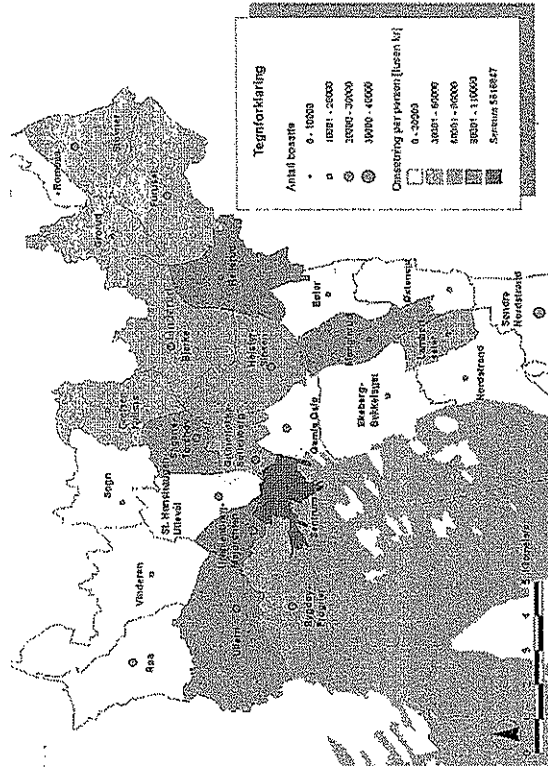
Omsetningen per innbygger er en indikator på det generelle tilbudet i området

Omsetningen pr innbygger i bydelene, illustrerer hvorvidt departementet målsetting om at hver enkelt bydel kun skal ha et tilbud som tilfredsstiller egen bydels befolknings behov, eller om de trekker kunder fra andre områder. Ullern bydel – med CC-vest – har en omsetning i 2002 som er større enn det bydelen selv har behov for. Tilsvarende for Sagene Torshov med Storo Senter og Manglerud med Mangerud og Bryn senter. Hellerud kan ikke direkte sammenliknes med de andre bydelene etter som det foregår en betydelig andel storhandel/handel av storvarer på Alna. Figur 2-5.

Med den store forbruksvelken i dagens samfunn, vil løpet av få år endre situasjonen slik at overdekning vil bli til underdekning

En gjennomsnittlig husholdning i Oslo vil i dag forbruke varer for mellom 55 000 og 60000 kroner. Dette forbruket øker med flere prosent i året.

De store kjøpesentrene øker mest, og dersom departementets mål om å stimulere folk til å handle der de bor skal innfri, må tilbudet i de enkelte bydelene være så bra at folk faktisk ønsker å handle der. Når det i dag foregår en relativt sett større handel i enkelte sentre, er det fordi de markedsmessig sett tilfredsstiller kundene mer enn andre sentre.

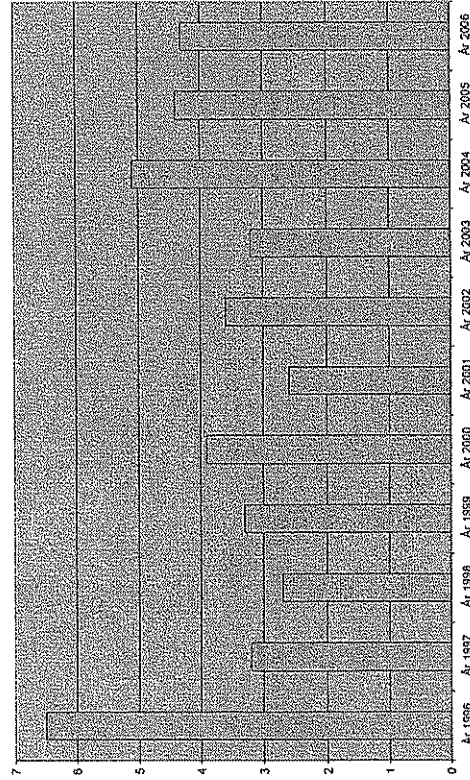


Figur 2-5 Omsetning pr innbygger i de ulike bydelene - etter gammel bydelssinnndeling. Kilde: SSB

2.2 Generell forbruksvekst

Forbruket i den private husholdningen har hatt en stor vekst de senere år. Forbruket har vist en jevn vekst de senere år, og forbruket forventes å øke i samme omfang de nærmeste årene. Figur 2-6. Forbruket øker med mange prosentpoeng årlig, og prognosene fra statistisk sentralbyrå indikerer en forventet vekst også for de nærmeste årene.

Det refereres i det følgende til hvilke forventet vekst som knyttes til de ulike vareslagene. Veksten er kun anslag og gjelder sånn sett kun som regneeksempler, men det ligger spesifikk drøfting bak tallene, med grunnlag i SSB's analyser.



Figur 2-6 Utviklingen i det private forbruket i perioden 1986 til 2003 samt forventet vekst i perioden frem til 2006. Kilde SSB - Forbrukerundersøkelsene

2.2.1 Handleadferd

Folk handler rasjonelt og med stor fleksibilitet. Handleadferden – slik den faktisk fungerer – kan illustreres ved en modell (fig 2-7).

Denne modellen er brukt til å systematisere data fra en undersøkelse² foretatt i Oslo i 1999. Den viste at informantene handler halvparten av maten i supersentrene og halvparten i nærsenteret. Hva angår klær, foregikk over 50% av handleturene til regionale kjøpesentre eller bysenteret. Storvarer ble handlet i bransjesentrene og ur, optikk med mer ble handlet i de regionale kjøpesentrene eller i bysenteret.

De viktigste varegruppene for slike sentre er altså et godt utvalg av klær, sko, og et bredt utvalg varer.

Stadig flere handler i kjøpesentre. Det er en tydelig trend i samfunnet at folk handler en stadig større andel av varene sine i kjøpesentrene. Mens kjøpesentrene øker sin omsetning,

² Handelsanalyse for Oslo-området. BI, Omholt, 2000.

taper de mindre forretningene.

Byenes sentrum øker sin attraktivitet

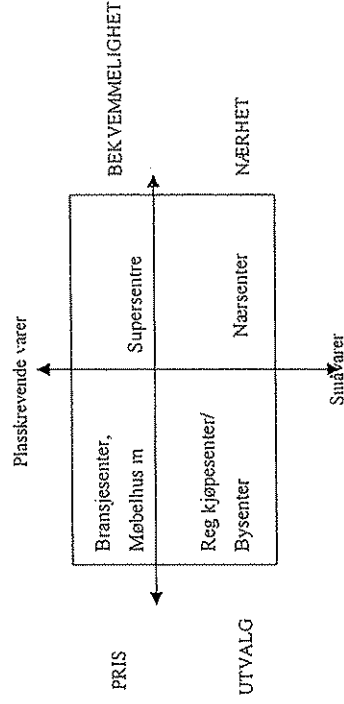
Byenes sentrum ble betydelig svekket gjennom 1990-tallet. Etter at Miljøverndepartementet rettet fokus mot byenes sentrum, og iverksatte de rikspolitiske bestemmelsene om etablering av kjøpesentre, har investorene også rettet fokus mot byenes sentrum. Derfor er det kjøpesentrene i byene som øker sin omsetning. Oslo City er et eksempel på det. En betydelig omstrukturering i byene er kommet som følge av dette.

Økt fokus på bydelssentrene

Det er samtidig fra offentlig sektors side, rettet en betydelig fokus mot bydelene, og mot utvikling av varehandelen i disse. Det er mål å forhindre etablering av kjøpesentre som er større enn det bydelens innbyggere selv kan forbruke. Videre er det et mål å stimulere til at en viss prosentandel av forbruket skal tilbys og onsettes i bysentrum. Oslo kommune har arbeidet målrettet mot en slik utvikling.

Lambertseter som bydelssenter

Lambertseter bydelssenter har i dag et tilbud til bydelens beboere, men trekker også kunder fra et langt større kundedområde: som Nordstrand og Bekkelaget og Ekeberg. Bydelen har forutsetninger for å utvikles som bydelssenter for nye Nordstrand bydel. Både med sin beliggenhet til vei og bane og til bydelen for øvrig.



Figur 2-7 Modell for handleadferd.³

³ Kilde Handelsanalyse for Oslo-området. Omholt, 2000

3 Planstatus

Kommunedelsplan for lokalisering av varehandel og andre servicefunksjoner" for Oslo utgjør de overordnede rammebetingelser for utvikling av varehandel i Oslo.

Kommunedelsplanen er utarbeidet som konsekvens av Miljøverndepartementets rikspolitiske bestemmelser – RPB om kjøpesentereableringer. De rikspolitiske bestemmelsene gjelder fortsatt, men departementet legger også til grunn fylkesdelsplanene etter hvert som de blir utarbeidet og vedtatt.

Planen har flere nivåer lagt inn i en senterstruktur. Disse er som følger;

- o Oslo sentrum som det dominerende regionale senter der detaljhandel har en fremtredende plass
- o Strøkegate indre by
- o Bydelscenter. Det skal legges til rette for en sanlokalisering av kommunale tjenester og bydelens forretningssenter i et bydelscenter
- o Lokalsenter
- o Nærcenter og nærbutikk skal det tilrettelegges for i boligområdene
- o Bransjesentre for plasskrevende og tunge varelag kan etableres for å dekke behov og forhindre handelslekkasje

Mål om en bred handelstruktur og et sterkt bysentrum

Det overordnede målet for Oslo er å bidra til en bærekraftig byutvikling med et konsentrert utbyggingsmønster og en sanordnet areal- og transportutvikling. Med utgangspunkt i den rikspolitiske bestemmelsen for midlertidig etableringsstopp av kjøpesentre og kommuneplanens arealdel 2000 konkretiseres målene i fire punkter;

- o Byens befolkning skal ha et godt og velfungerende handels- og servicetilbud i rimelig avstand fra boligen.
- o Handelssentrene skal ha gang- og sykkeltilgjengelighet for flest mulig samt god tilknytning til kollektivsystemet.
- o Oslo skal ha en robust senterstruktur som vektlegger utviklingen av livskraftige og attraktive handelssentre og møteplasser
- o Oslo sentrum skal ha posisjon som det dominerende regionale senter.

I det hierarkiske oppsett for varehandel i ytre by (kommunedelsplanen), der Lambertseier er definert som bydelscenter.

Ny bydelsinndeling i Oslo syd

Med ny bydelsinndeling (fra 2004) blir situasjonen annerledes. Det nye bydelscenteret i omfattede bydel er ikke bestemt, og senterfunksjonene er spredt på flere steder i de gamle bydelene. Et naturlig valg vil være å la Lambertseier utvikles som et nytt bydelscenter for den nye bydelen. Beilighet til bane er en viktig faktor i tillegg til at området i dag fremstår som det viktigste handelsområde i den nye Nordstrand bydel.

Verken Holten eller Sæther har et slikt handelsomfang i dag at de er naturlige kandidater til å bli nye bydelscentre. I tillegg har de ingen T-bane-tilknytning.

4 Lambertseier Senter

4.1 Et lokalsenter med mål om å være der folk bor

Lambertseier Senter er et lite kjøpesenter i dagens målestokk, og har en profil som er knyttet til det nære kundemarkedet. Senterets logo har undertittelen "nesten hjemme", og i dette ligger et mål om å være et godt nærsenter – ikke minst for de kundene som er bosatt ved senteret.

Senteret har lange tradisjoner og deler av arkitekturen stammer fra 50-tallet da området ble bygget ut av OBOS. Arkitekturen er karakteristisk, og fremstår også som moderne i dag.

Senteret fremstår som et tredelt senter. Det gjør at det oppleves urasjonelt og kronglete.

Lambertseier bydel – og særlig OBOS-bebyggelsen – består av mindre leiligheter som huser små husholdninger. Det foregår en viss utskifting i leilighetene; der eldre mennesker erstattes av yngre enslige eller par uten barn.

I følge senterledelsen er Lambertseier beboeren lojal overfor senteret. Brukerundersøkelsen⁴ bekrefter dette til en viss grad; 55% av dem har senteret som sitt primærsenter. I den grad man kan si at noen er lojale overfor senteret, så er det Lambertseier-beboerne.

Lambertseier Senter onsatte i 2003 for om lag 230 mill kroner. Dette plasserer senteret blant de minste i Oslo (fig 2-4). Omsetningen på kjøpesentre i Oslo varierer fra godt over en milliard og lavere.

Omsetningen innen ulike vareslag varierer mye. Enkelte forretninger har stor omsetning, mens andre tilbud møter mindre respons i markedet. Senteret har imidlertid en relativt bred sammensetning av varer og tjenester.

Treningscenteret er mye besøkt. Hvorvidt brukerne av treningscenteret også er kunder i kjøpesenteret er ikke undersøkt spesifikt. Men det danner uansett et viktig profilelement for senteret, også sett sammen med at sportsforretningen har et bra omsetning, og at bydelen har så vel en profil innen håndball (Bekkelaget) og fotball (Norway Cup).

4.2 Profil

Lambertseier Senter fremstår ikke som et tydelig senter. Det fremstår som nedsitt, med en bred varemix og et variert servicetilbud. Men tilbydene synes å henvende seg mot mange ulike segmenter; så vel høyinntektsgrupper som lavinntektsgrupper, uten å synes å treffe begge målgruppene like godt. Senteret fremstår ikke som et senter med ryddighet, soliditet eller kvalitet. Til dette er å bemerke at kvaliteten ikke er ensbetydende med høy pris. De sentrene som i dag har en god omsetning fremstår ryddige, kvalitetsmessig bra og med et bredt utvalg.

⁴ Markedundersøkelsen se kap 5

Senteret fremstår med en profil rettet mot flere inntektsgrupper

Mens enkelte butikker fremstår som attraktive og pulserende, er andre butikker rotere og uklare i hva de tilbyr. Med elektroforretning i kjelleren til sportsforretningen, og utydelig jenvarehandel, et stort utvalg av fluer for fluefiskere, et ryddig utvalg av fritids-motokler mens de utvendinge stativene har billige rester, vil kunden måtte kjenne tilbudet for å tiltrekkes butikken. Blomster og gaver, samt bøker er blant de mer tydelige forretningene i senteret.

Senteret fremstår som slitent og umoderne

Det er en entydig kritisk suksessfaktor at et kjøpesenter i år 2000 fremstår med kvalitet, ryddighet og stil. Dette gjelder uansett hvilke kundesegmenter senteret har som målgruppe. Sandvika Storsenter er et eksempel på et senter som har brede målgrupper, og som lykkes med å nå alle, men som samtidig fremstår som moderne og trendy.

5 Markedsundersøkelse - En kartlegging av senterets eksisterende og potensielle kunder

5.1 Formål med undersøkelsen

- Hvem handler på senteret i dag
- Hva skal til for å handle oftere og mer på Lambertseter Senter
- Hvem er potensielle kunder
- Hvilke besøksmotiv har kundene?
- Hvor bor kundene? Alder, familiestørrelse, kjøpekraft, husholdningstørrelse. Hvilke andre sentre handler de på. Besøksfrekvens. Hva skal til for å handle oftere og mer på Lambertseter Senter
- Hvem av bydelens befolkning handler ikke på Lambertseter Senter. Hvor handler de? Årsak til ikke-besøk.
- Hva skal til for å handle på Lambertseter Senter
- Hva er årsaken til besøk på Lambertseter Senter. Hva er dagens suksessfaktorer. Hvilke skal være morgendagens suksessfaktorer.

5.2 Metode

En telefonisk undersøkelse blant tilfeldig utvalg av befolkningen i "nye" Nordstrand bydel. (Sammenslinging av tidligere Nordstrand, Lambertseter og Ekeberg/Bekkelaget) Intervjuene ble gjennomført via automatiske telefonintervjuer i regi av Infact as. 955 gjennomførte intervjuer ble registrert. Intervjuets lengde var ca 5 minutter.

995 personer har respondert

Det var transportarbeider streik i forkant av undersøkelsen. Butikkjeder hadde tomme hyller som medførte endret handlemønster for dagligvarer. Dette har med stor sannsynlighet ført til Coop Mega på Lambertseter har fått en kundetilvekst i perioden.

5.3 Resultater.

5.3.1 Besøksfrekvens blant befolkningen

81% av beboerne i "nye" Nordstrand bydel, har besøkt Lambertseter Senter siste halve året

En stor del av befolkningen besøker også Bryn, Manglerud og Seter senter.

Oppsal og Holmlia er sentrene som har færrest besøk.

Andelen besøkende på Lambertseter Senter er lavest blant den yngste årsklassen.

Vi ser samtidig at også den høyeste inntektsklassen i mindre grad besøker Lambertseter Senter.

Mens de aller fleste Lambertseter-beboerne har besøkt Lambertseter Senter, er Nordstrands-beboere mest på Seter, mens Ekeberg-beboerne i størst grad besøker Manglerud senter.

I tillegg til at befolkningen i stor grad også besøker Bryn og Holtet, er det også mange av bydelens befolkning som besøker Vinterbro og Ski

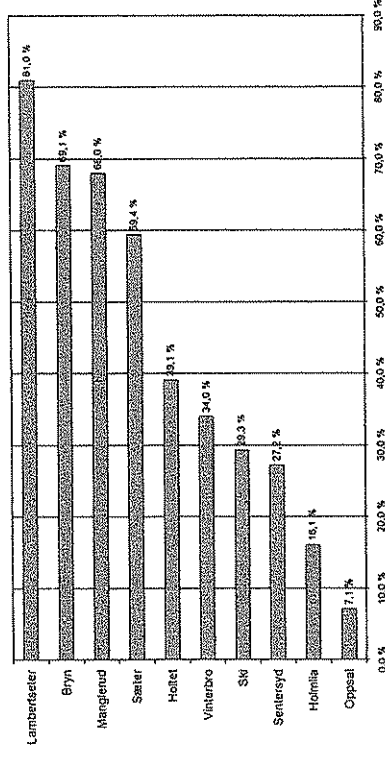
Ikke uventet er besøkhypigheten på Lambertseter Senter størst blant beboerne på Lambertseter.

Besøkhypigheten er også høy i den laveste inntektsgruppen.

Besøkhypigheten er lavest blant kundene i den høyeste inntektsgruppen.

Hvilke av fig. handelsentre har du besøkt i løpet av siste 6. mnd.

n=955



Figur 5-1 Besøksfordeling mellom de ulike handelsentrene bydelens beboere har besøkt siste 6 måneder (bydelene Nordstrand, Lambertseter, Bekkelaget/Ekeberg). Kilde: markedsundersøkelsen.

5.3.2 Handle- og besøkmønster

Bydelens befolkning har siste halvår i snitt besøkt 4,3 av de stort spikter av sentre omkringliggende sentrene. Senterlojaliteten må sies å være lav.

Aldersgruppen 25-39 år er den aldersgruppen som besøker flest kjøpesentre.

Det er de kjøpesterke grupperingene, samt beboerne på Nordstrand som

har det største spekter av sentre som besøkes.

Den høyeste inntektsgruppen har altså et stort repertoar av sentre, samtidig som de besøker Lambertseter Senter i mindre grad enn andre grupperinger.

Lambertseter Senter er "primær-senter" for befolkningen i bydelen

I bydelen er Lambertseter Senter markedsleder. 28% av befolkningen i bydelen har Lambertseter Senter som det oftest besøkte senteret. Det er Lambertseter-beboerne som oftest besøker Lambertseter Senter.

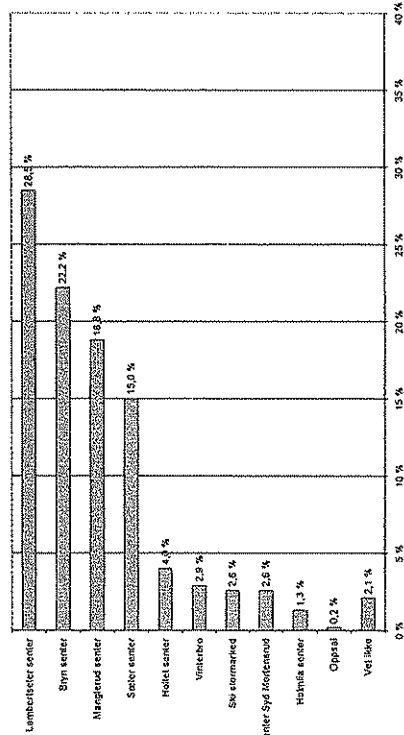
Lambertseter Senter har størst lojalitet blant beboerne på Lambertseter.

Selv om 55% av Lambertseter-beboerne er lojale mot Lambertseter Senter, er det allikevel mange Lambertseter beboerne som har Manglerud eller Bryn som sitt primærsenter.

Manglerud og Bryn er Lambertseter Senter's nærmeste konkurrenter

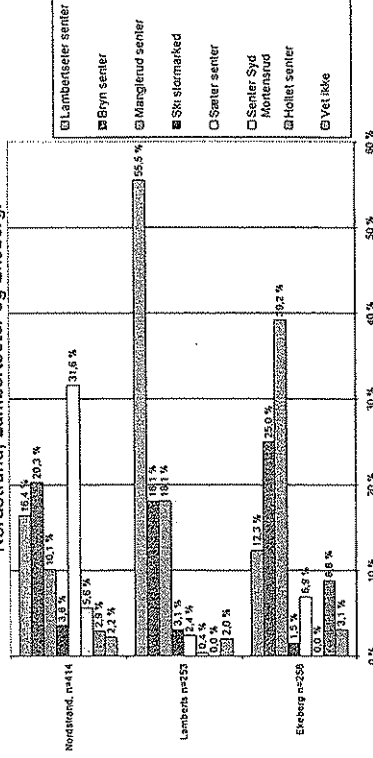
Sæter og Bryn er primærsentrene til Nordstrand-beboerne. Ekeberg-beboerne har i størst grad Manglerud eller Bryn som sitt primærsenter, med god margin til Lambertseter Senter

Senter besøkt oftest - totalt n=955



Figur 5-2 Besøkhypptighet på de ulike sentrene blant beboerne i nye Nordstrand bydel. Kilde: markedsundersøkelsen.

Senter besøkt oftest fordelt på beboerne i hhv Nordstrand, Lambertseter og Ekeberg.



Figur 5-3 Besøkhypptighet etter bosted. Kilde: markedsundersøkelsen.

5.3.3 Årsak til handling

Beliggenhet er den viktigste grunnen til å besøke Lambertseter

67 % av kundene til Lambertseter Senter kunder oppgir beliggenheten som årsak for besøk på senteret. Dagligvarebutikker, treningssenter, og service tilbudet er andre årsaker til besøk på Lambertseter Senter.

God atmosfære og rimelige butikker er alternativene som færrest oppgir som årsak til besøk

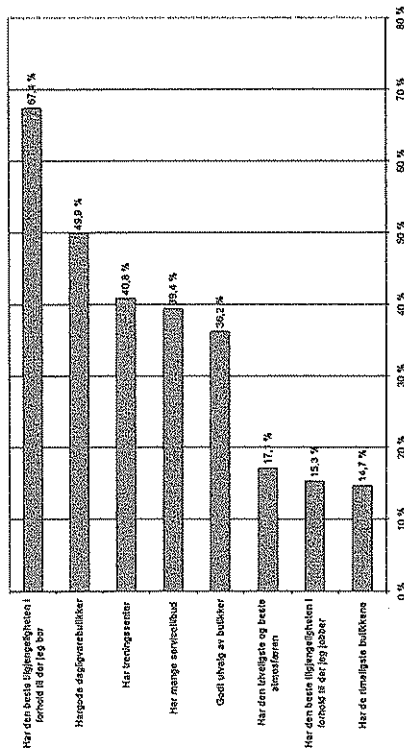
Dårlig atmosfære, dårlige planløsninger, slitent og umoderne, samt dårlig butikkurvalg er hovedårsakene til at senteret ikke blir besøkt.

Senterets tilgjengelighet har liten betydning for at senteret ikke blir besøkt.

Beliggenheten er en viktigere årsak for de lavere inntektsgruppene, enn de med høyere inntekt.

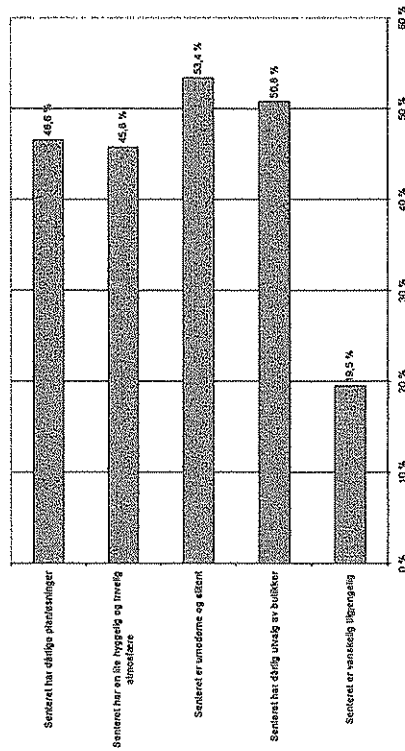
Oversiktlig og ryddighet er viktigste årsak for kundenes besøk på sine primærsentre.

Arsak til besøk på Lambertseter n=774



Figur 3-4 Lambertseter Senter sine fortrinn i lokalsamfunnet. Kilde markedsundersøkelsen

Arsak til at Lambertseter Senter ikke blir besøkt. Totalt n=180



Figur 3-5 Lambertseter Senter sine svake sider. Kilde markedsundersøkelsen

5.3.4 Potensial

Kundene på Lambertseter Senter Alle forslåtte tiltak som undersøkelsen inneholder, vil med høy sannsynlighet øke besøkstallet på Lambertseter Senter.

vil med stor sannsynlighet besøke senteret oftere hvis tiltak gjennomføres. Sannsynligheten for oftere besøk er størst blant beboerne på Nordstrand og Lambertseter, og øker i takt med inntekten.

En generell opprusting av senteret, et bedret utvalg av kler og sko, samt Vinmonopol er de tiltakene som med størst sannsynlighet vil øke besøkstallet på Lambertseter. Et forbedret utvalg av sport og fritidsartikler er også etterspurt blant befolkningen.

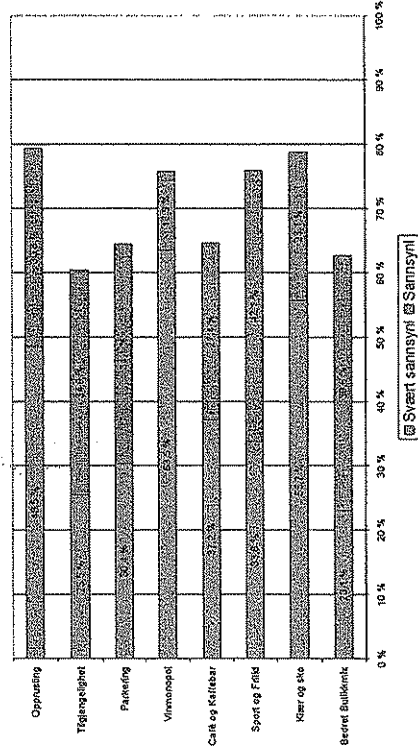
Jo høyere inntekt, desto høyere sannsynlighet for oftere besøk. Den høyeste inntektsgruppen er de i dag som i minst grad besøker Lambertseter Senter.

Sannsynligheten for besøk /oftere besøk ved tiltak, er størst blant befolkningen på Ekeberg og Nordstrand.

Cafe og kaffebarer er viktigere for Lambertseter-beboerne enn for Nordstrand- og Ekeberg-beboerne.

Gode parkeringsmuligheter er viktig for Nordstrand- og Ekeberg-beboerne.

Sannsynlighet for oftere besøk på Lambertseter. Totalt n=774



Figur 3-6 Kritiske faktorer for økt besøk ved Lambertseter Senter. Kilde markedsundersøkelsen

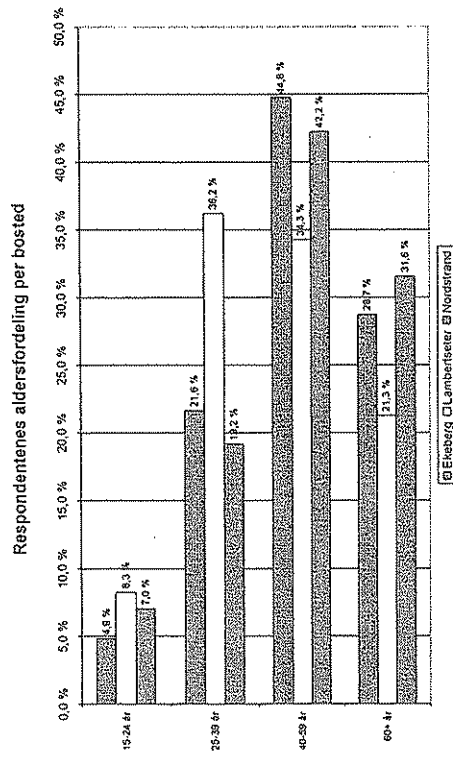
5.3.5 Variasjoner i husholdstørrelse og inntekt

Lambertseter skiller seg ut i forhold til Nordstrand og Ekeberg ved at beboerne er yngre, består av flere små

Lambertseter har -- i følge markedsundersøkelsen - høyere andeler av de laveste inntektsgruppene, og en lav andel av husholdninger som tjener 900+.

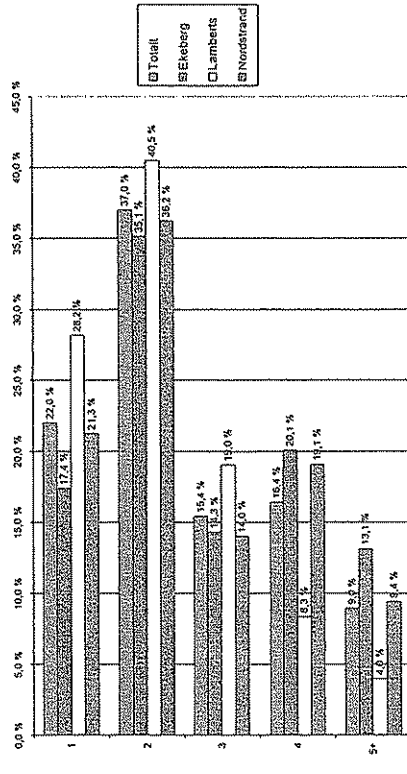
Dette kan sees i sammenheng med at Lambertseter består av 68% 1-2 husholdninger, samtidig som 45% er mellom 15 og 39 år.

De kjøpesterke grupperingene – store husholdninger med høy inntekt, lavere befinder seg på Nordstrand og Ekeberg.
husholdningenes inntektsfordeling per bosted



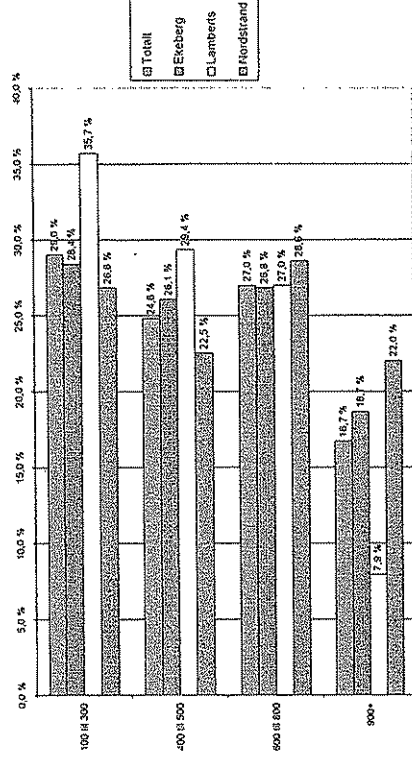
Figur 5-7 Aldersfordeling av respondene i markedsundersøkelsen

Husholdningstørrelsen per bosted



Figur 5-8 Fordeling av husholdningstørrelse i nye Nordstrand bydel etter de gamle bydelene. Kilde markedsundersøkelsen.

Husholdningenes inntektsfordeling per bosted



Figur 5-9 Husholdningenes inntektsfordeling etter bosted. Kilde markedsundersøkelsen

5.4 Konklusjoner

De fleste i bydelen har beboerne i bydelen har et stort spekter av sentre som besøkes. Senter i bydelen har lav. Bryn, Manglerud og Seter er sentrene som også besøkes. Lambertseter blir besøkt ganske ofte, men det kan virke som om det er småreiser eller spesielle servicefunksjoner.

Majoriteten av de som har Lambertseter Senter som oftest besøkte senter, bor på Lambertseter. Nordstrand- og Ekeberg-beboere har henholdsvis Seter og Manglerud som oftest besøkte sentre.

Lambertseter skiller seg ut i forhold til Nordstrand og Ekeberg ved at beboerne er yngre, består av flere små husholdninger, og har lavere husholdningsinntekt.

Potensialer ligger i å få de kjøpesterke grupperingene på Nordstrand og Ekeberg til å handle mer og oftere på Lambertseter Senter.

Bydelens beboere uttrykte stor sannsynlighet for besøk/ofte besøke hvis tiltak på Lambertseter Senter gjennomføres. Dette viser at det er et behov og interesse blant befolkningen for at bydelen kan tilby et kjøpesenter som er annerledes enn det som finnes i dag.

En generell opprustning av senteret, et bedret utvalg av klær og sko, samt Vinmonopol er de tiltakene som med størst sannsynlighet vil øke besøket på Lambertseter. Et forbedret utvalg av sport og fritidsartikler er også etterspurt blant befolkningen.

Jo høyere inntekt, desto høyere sannsynlighet for oftere besøk.

- Oppussing og opprustning
- Bedret utvalg av klær og sko

- Vinmonopol
Tiltakene må sees i sammenheng. Bydelens beboere ønsker et modeme og opprustet senter med en variert butikkmix, herunder et godt utvalg av butikker med sko og klær. Vinmonopol vil alltid trekke kunder.

6 Handelsanalyse med beregning av dekningsgrader

6.1 Metode

6.1.1 Innledning

Metoden bygger på de retningslinjer som er innarbeidet i de Rikspolitiske bestemmelse for etablering av kjøpesentre

Denne rapporten er en handelsanalyse der beregning av dekningsgrader er sentral metode. Beregningene omfatter en beskrivelse av dagens situasjon og en analyse av fremtidig situasjon - med det potensialet som vil eksistere i 2006 uten utbygging.

Beregningene er gjort med grunnlag i Statistisk Sentralbyrås varehandelsstatistikk, befolkningstall og fremskrivning av folkemengde.

6.1.2 Miljøverndepartementet som premissgiver

Lokal tilpasning og lokal utvikling

Miljøverndepartementet har utviklet en egen metode/prosedyre for gjennomføring av handelsanalyser. Et omsøkt tiltak må tilpasses de lokale markedsforholdene i den forstand at detaljhandelsetableringen på stedet dimensjoneres slik at det kan dekke etterspørselen fra det omland som naturlig sogner til stedet. Miljøverndepartementet har beskrevet en framgangsmåte som kan gi grunnlag for å foreta vurderinger om hvorvidt et tiltak er tilpasset lokale markedsforhold. Metoden er beskrevet for analyser som er forutsatt utarbeidet i områder som omfattes av etableringsstoppen for kjøpesentre, men benyttes også i ordinære konsekvensutredninger for handel.

I beskrivelsen av metoden skriver departementet:

"Departementet har lagt vekt på at det skal være relativt enkelt å bruke metoden, og har derfor foretatt betydelige forenklinger. Dette kan gå på bekostning av nøyaktigheten, men hovedpoenget er å få fram tilstrekkelig gode anslag for å foreta vurderingene. Dersom det er ønskelig med mer detaljerte analyser og beregninger, finnes det i fagmiljøene kompetanse til å få gjennomført dette."

Det er fire hovedpoeng som ikke er spesifisert/behandlet i departementets metodikk:

1. Samlokalisering av like handelstilbud - det man får omtalte som "bankgater" og "møbelgater" mv i større byer - ut fra en markedsteori om at samlokalisering skaper større kundestømmer til stedet og mer funksjonelt marked.
2. Hvordan og hvorvidt dekningsgrad bør variere fra varslag til varslag - ettersom behovet for ulike varer varierer geografisk og reelt.
3. Større arbeidsplasskonsentrasjoner (innpendlingsområder) - slik at antall personer som arbeider i kommunen tas med i beregningene, og ikke bare personer som bor i kommunen.

Inntektselastisitet - det er naturlig at i regioner med høyere inntekt er

omfanget av forbruk større enn i områder med lavere inntekt.

6.1.3 Forbrukerundersøkelsene

Forbrukerundersøkelsene gir grunnlaget for å beregne et forventet behov fem år frem i tid

Dekningsgrader beregnes ut fra tall i Forbrukerundersøkelsen. Forbruk av ulike vare- og tjenestegrupper er registrert blant annet i forhold til husholdningens inntekt. Det er ikke direkte ansvar mellom tall fra Forbrukerundersøkelsen og varehandelsstatistikken fra SSB.

Forbruket øker vesentlig fra år til år. Det private forbruket øker med flere prosentpoeng årlig. Varekonsumindeksen for august 2003 viser en vekst på om lag 28% fra 1995. Dette gir en gjennomsnittlig årlig vekst på om lag 3,7 %.

Tallene fra Forbrukerundersøkelsene oppgis i 2002-priser. I perioden 1999-2002 økte konsumet i husholdningene med flere prosentpoeng. Forventet økning i forbruket er lagt inn i beregningene for fremskrevet situasjon. Det er gjort anslag for forventet økning ut fra empiriske data, vurdering av trender mv. Begrunnelser for anslagene er presentert der de er benyttet.

Veksten i forbruket varierer med varselag

Veksten i forbruket varierer med vare- og tjenestegruppe. Utgiftene, sett i relasjon til totalt forbruk i hver husholdning, varierer over tid. Folks utgifter til bolig utgjør en firedel. Ifølge forbrukerundersøkelse for perioden 1999-2000 har andelen til matvarer gått ned til underkant av 12 %, (blant annet pga redusert matoms) mens andelen til kultur- og fritid har økt til i overkant av 12 %. Andelen til transport, og møbler og klær har stabilisert seg i perioden og ligger på hhv. 20 % og 6 %.

Modellen er en justering av en statisk modell, der noen faktorer gjør analysen mer dynamisk

Modellen for beregning av dekningsgrader slik det frongår av retningslinjene fra Miljøverndepartementet, er en statisk modell som ikke har lagt opp til markedsmessige og konjunkturmessige svingninger. I denne rapporten er metoden mindre statisk, men anslagene for vekst er like fullt lagt langt under det som kan forventes.

6.1.4 Inntektsjustert forbruk

Det er lagt til grunn en inntektsjustering av forbruket

I beregninger av dekningsgrader benyttes gjennomsnittstall fra Forbrukerundersøkelsene. Dette er gjennomsnittstall for hele landet. Inntektsforskjellene er imidlertid betydelige. Det er en sammenheng mellom forbruksnivå og inntekt.

Innbyggerne i Oslo og Akershus har en gjennomsnittlig lønnsinntekt på 23% over landsgjennomsnittet. Når disponibel inntekt beregnes, er forskjellen redusert til bare 13% mer enn landsgjennomsnittet. Dette antas å være et realistisk mål på disponibel inntekt.⁵ I Oslo og Akershus er disponibel inntekt pr innbygger i følge Austin, beregnet å være litt mindre enn

⁵ Peter Austin. NOTAT 09.09.1999.

lønnsinntekt, mens den er litt større enn lønnsinntekt på landsbasis. Det er forholdsvis store forskjeller i gjennomsnittlig personinntekt mellom ulike deler av Akershus - og enda sterkere forskjeller internt i Oslo.

Det er foretatt beregninger for inntektsjusteringer. Når landsgjennomsnittet settes lik 100, har Akershus en gjennomsnittsverdi på alminnelig inntekt pr innbygger lik 119. Tallet for Oslo er 131. I Akershus varierer indeksen mellom 143 i Bærum og 81 i Hurdal - altså en variasjon på 60% i forhold til landsgjennomsnittet.⁶ Figur 3-1 gir en oversikt over effekten på omsetning for detaljvarehandelen. Denne indeksen er benyttet i beregningene i denne analysen.

6.2 Dekningsgrader i Oslo

Dersom en bydel eller kommunen har 100% dekningsgrad som begrep. En dekning lik 100, betyr at det er dekning, mens en dekning på eks vis 80, betyr at de som bor i bydelen handler 20% av det de har behov for andre steder.

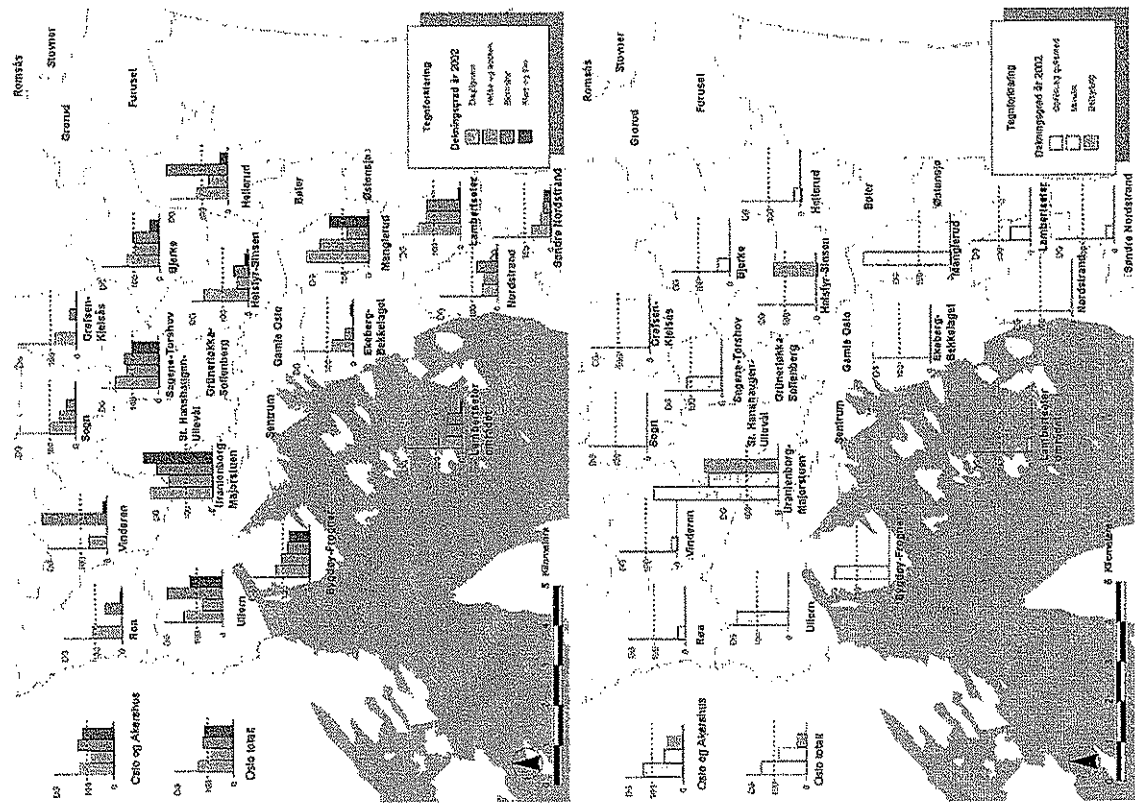
Det er ikke uvanlig at dekningsgraden på matvarer ligger nær opp til 100 i en kommune. Dersom den ligger under, kan det bety at enten foregår det egenproduksjon hos husholdningene (landbruk), eller arbeidsplassene ligger utenfor kommunen. Ligger den over, kan det hende det er mange sysselsatte der som bor i andre kommuner. Men stort sett handler folk mat der de bor.

Hva angår andre varer, kan situasjonen variere mye. En veldig lav dekningsgrad kan enten bety at tilbudet er lite på stedet eller at tilbudet er veldig stort et annet sted (et stort sentrum ligger eks vis lokalisert innen rimelig kjøreavstand).

For Oslo er situasjonen slik at det er sentrum og de store kjøpesentrene som har størst drøgekraft. Sentrum har 30% av omsetningen i varehandelen. Utover dette er det størst omsetning i de bydeler som har det mest markedsrettede tilbudet. I varehandelssammenheng er det også det største tilbudet.

Klær og sko er et viktig tilbud for at folk skal handle i området. Men det er også nødvendige vareslag for Oslo sentrum. Figur 6-1 gir en visuell presentasjon av dagens situasjon. Der en ser at Lambertseter som bydelsområde ligger med lavere dekning/større lekkasje enn andre bydelssentre i Oslo.

⁶ Ketil Kristiansen. Notat 28.09.99. Plan-og miljøvernavdelingen, Akershus fylkeskommune.



Figur 6-1 Dekningsgrad for ulike vareslag i sentrale bydeler i Oslo – noen eksempler. Sentrum uttatt. Kilde: SSB

Sett under ett er det underdekning for alle varer i Lambertseter-området/nye Nordstrand bydel. Klar og sko utgjør en viktig andel av det totale tilbudet. Varene er en indikator på hvor attraktiv et kjøpesenter er. Og i markedsundersøkelser er det ofte det som blir spesifikt etterspurt dersom senteret ikke fungerer tilfredsstillende. Det er svært stor handelslekkasje ut av bydelen.

Omsetningen av blomster kan være misvisende fordi de store hagesentrene trekker omsetning opp

Helse og apotek er også et vareslag der omsetningen øker i stort tempo

Omsetningen av blomster er interessant, fordi dette er et vareslag som er unntatt kjøpesenterstoppen. Det skiller seg fra den ordinære omsetningen i varehandelen og viser at omsetningen av blomster kan utvikles uavhengig av andre varer. Blomster er imidlertid et av de vareslagene der forbruket øker mest, og det er derfor grunn til å planlegge for et tilbud av blomster dersom dette tilbudet ikke allerede er dekket opp nær kjøpesenteret.

6.3 Framskrevet vekst

Situasjonen i dag og fem år frem i tid.

Kjøpekraften for et gitt handelsomland skal i følge Miljøverndepartementet⁷ beregnes for dagens situasjon og et framskrevet alternativ. Det framskrevne alternativet skal i følge retningslinjene til Miljøverndepartementet være 5 år fram i tid. Tilgjengelig statistikk for varehandel og forbrukerdata finnes for år 2003. Framskrevet alternativ er da 2008.

Kjøpekraften er definert som antall innbyggere i området. Den kan også defineres som innbyggere samt arbeidstakere i området. Det er stor interaksjon mellom Akershus og Oslo-regionen. Det gjør det vanskelig å beregne handelsregionen uten en grundigere markedsanalyse.

Det beregnes dekningsgrader for:

1. Oslo - dagens situasjon
 2. framskrevet situasjon – 5 år frem i tid
- Framskrevet folketallet framskrivinger for bydelene foretatt av SSB. Store planer faller utenfor byråds ordinære modellframskrivinger.

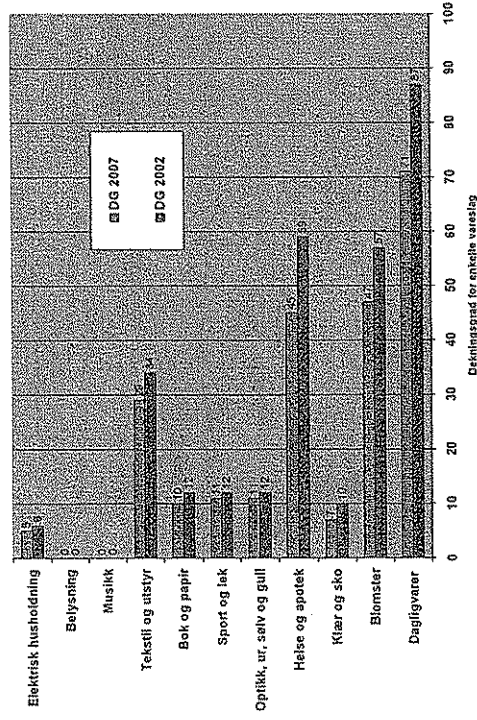
⁷ Utfyllende kommentarer og veiledning til rikspolitisk bestemmelse om midlertidig etableringsstopp for kjøpesentre utenfor sentrale deler av byer og tettsteder. Miljøverndepartementet. Utdatt.

Befolkningsutviklingen i Oslo og Akershus er betydelig.

6.3.1 Dekningsgrader nye Nordstrand bydel

Det er generelt sett lav dekning for de fleste vareslag i området. Figur 6-2. Det er svært lav dekning av dagligvarer. Det gjelder generelt at folk handler mat der de bor. I dette området foregår 15% av dagligvarehandelen utenfor nye bydel Nordstrand. Det er en relativt stor lekkasje. Med samme tilbud 5 år frem i tid vil underdekningen forventes å ligge på 30% for dagligvarer. Utviklingen i dagligvarer går i retning av mer ferskvare, mer grønt og mer spesialvarer (etter en lang periode med enkle billigkonsepter).

Noen eksempler på vareslag der det er konkretisert situasjonen for noen vareslag. Listen utgjøres ikke av alle vareslag. Bildet som tegnes kan ikke benyttes som konkret grunnlag for utvikling av et kjøpesenter. Det må kun betraktes som en grov skisse. I beregningene under ligger tall fra SSBs varehandelsstatistikk supplert med omsetningsstall fra Lambertseter Senter. Det kan være tilbud i små bydelar som ikke synliggjøres i statistikken fordi det er færre enn tre butikker med salg i det aktuelle vareslag. Derfor kan resultatene være misvisende. Men et tilbud der kunden ikke har flere valg, vil uansett trenge supplerende tilbud.



Figur 6-2 Dekningsgrad i 2002 for noen vareslag, samt forventet dekning⁸ om fem år. Bydelene Lambertseter, Nordstrand og Ekeberg/Bekkelaget samlet. Kilde SSB samt omsetningsstall fra Lambertseter Senter/senteretdelisen.

6.3.2 Underdekning av mange vareslag

Analysen omfatter en gjennomgang av noen eksemplifiserte vareslag sentre med god offentlig tilgjengelighet. I det følgende er det foretatt en analyse av enkelte vareslag som er relevante for et godt kjøpesenter. I tillegg til disse vareslagene vil ulike former for service, bespisning og andre tjenester være nødvendige for å skape et fullverdig kommersielt kjøpesenter.

Dekningsgraden for blomster er relativt god for Lambertseter, men ikke tilstrekkelig for nye Nordstrand bydel sett under ett. Behov for 250-300 kvm.

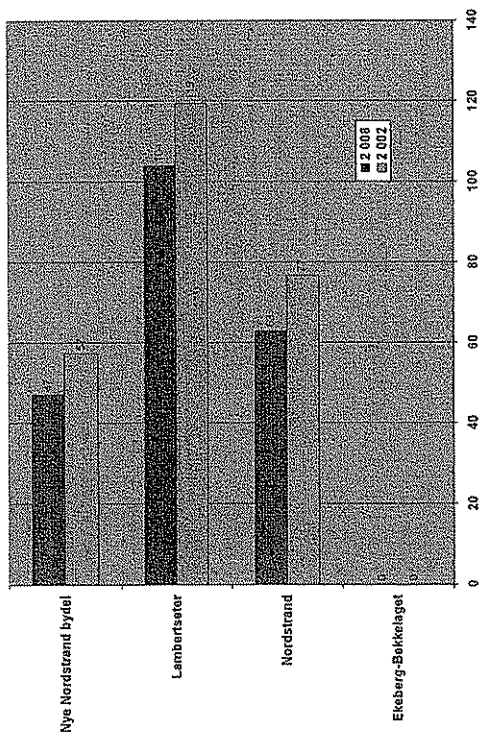
Tilbud og etterspørsel for blomster ligger i dag på dekning for Lambertseter. Ser en på området under ett, er det forventet forbruk av blomster kun dekket opp 50% i bydelen. Figur 6-3. Det omsetningspotensialet som ligger i området sett under ett 5 år frem i tid, blir på om lag 10 mill kr⁹. Dersom en forutsetter en omsetning på rundt 35 000 kr pr kvm, gir det et arealbehov på mellom 250 og 300 kvm.

Dekningsgraden for klær og sko er svært lav. Behov for 4500-4700 kvm.

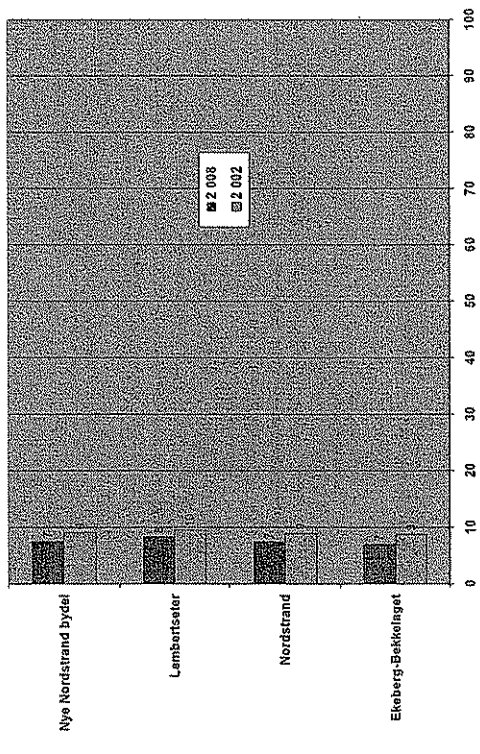
Dekningsgraden for klær og sko er svært lav. Den store omsetningen av klær og skjer tradisjonelt i byens sentrum og på de store kjøpesentrene (figur 6-1). Dekningen for klær og sko på Nordstrand er svært lav – figur 6-4, og lekkasjen på nær 90% av beregnet forbruk.

Dersom tilbudet skal utvikles innen klær og sko, må det ha et visst omfang. En dekning på rundt 50% vil være realistisk. Med en forventet dekning på 7% 5 år frem i tid gitt dagens omsetning, betyr det en økning på 43%. Dette tilsvarer en omsetningsvekst på 180 mill kr. Med en omsetning på 40 000 kr pr kvm, anslås en arealflate på 4600 kvm netto areal.

⁸ Ved forventet dekning er lagt inn forbruksvekst for ulike varer. Grunnlagsdata for estimatene er hentet fra SSBs forbrukeranalyser.
⁹ Gitt en dekning totalt sett på 70%. Da forventes at 30% av dekningen skal skje andre steder.



Figur 6-3 Beregnet dekningsgrader for blomster i området.



Figur 6-4 Beregnet dekningsgrader for klær og sko i området

Lambertseter har et godt tilbud av ur, optikk, foto, gull og sølv, men ikke

Omsetningen ut fra dagens situasjon gir en veldig lav dekning for hele den nye bydelen sett under ett. Dersom en forutsetter at deknningen av disse vareslagene ikke vil overstige 40% i

tilstrekkelig til å dekke forbruket for hele den nye bydelen

nærmarkedet, betyr det fem år frem i tid, en omsetning på 19 mill kr og i underkant av 500 kvm.¹⁰ Figur 6-5. Lekkasjen i dag er på nær 90% av beregnet forbruk.

Det bør vurderes nøye om det er kommersiell mulighet for å øke tilbudet til et så stort omfang. Disse vareslagene handles mye på reiser og over postordre, men både ur og optikk er blitt trendvarer der forbruket har hatt en svært stor vekst de senere år.¹¹

Tilbudet av sport og leker er lavt, og kan utvides, også som et ledd i en strategi

Legger en til grunn en fremtidig dekning på 40%, vil omsetningspotensialet ligge på 17 mill kr, på en arealflate på mellom 500 og 600 kvm.¹² Sport og fritid er et av de tilbudene som allerede har en profil på Lambertseter gjennom treningssenter, men også gjennom aktivt idrettsmiljø i bydelen (på landslagsnivå). En spesifikk satsing på sport og fritid kan gjøres som en spesifikk strategi. Figur 6-6. Dagens lekkasje ligger på opp mot 90% av beregnet forbruk.

Tilbudet av bok og papir er tilfredsstillende for Lambertseter sett alene, men for nye Nordstrand bør situasjonen være bedre

Hvor stor dekning en bydel skal ha innen bok og papir, er vanskelig å anslå. En stor andel av aviser selges utenom normal handel¹³, og kan ikke legges inn som potensial i et kjøpesenter. Bok og papir har også endret struktur ved et økt tilbud av papir og gaver av ulike slag. Dersom en legger til grunn et potensiale for nærmarkedsandel på 40%, vil det bety en økt omsetning på 20 mill kr. Dette vil forutsette en arealflate på rundt 500 kvm.¹⁴

Dagens lekkasje synes å ligge på nær 90%, men her er tallgrunnlaget svakt.

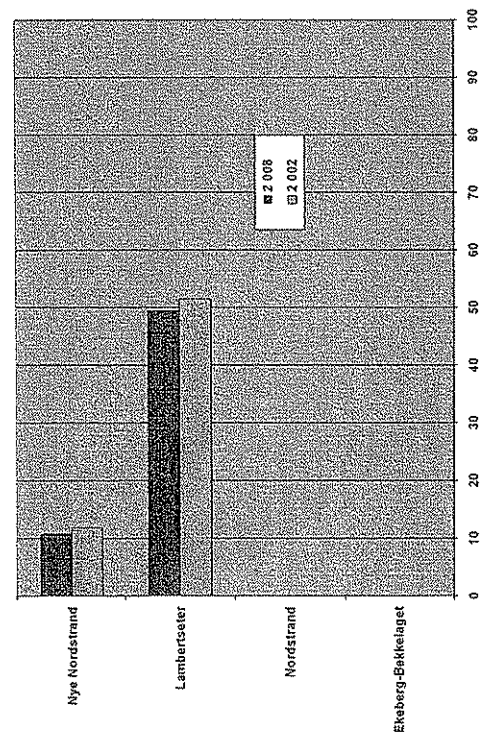
¹⁰ Forutsatt en omsetning på 40 000 kr pr kvm.

¹¹ Det er forutsatt 2% årlig vekst for disse vareslagene

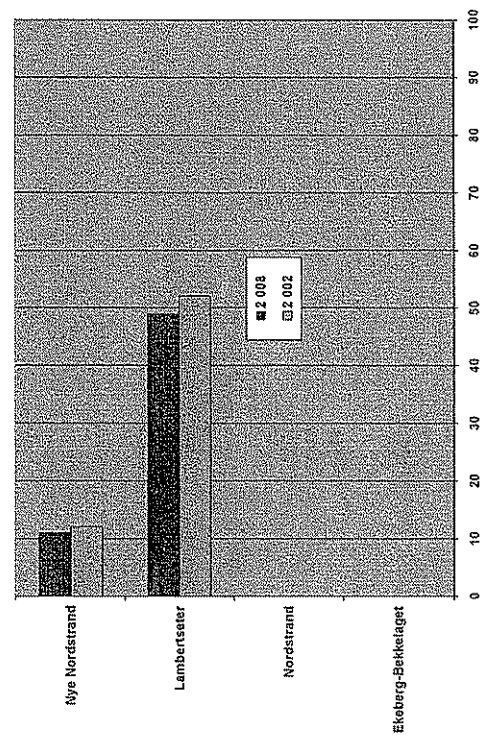
¹² Det er lagt til grunn en omsetning på 10 000 kr pr kvm på sport og fritid

¹³ Aviser inngår i forbruket slik forbrukerundersøkelsene er lagt opp. Den leveres på dør, og selges ikke bare i butikke/kiosk.

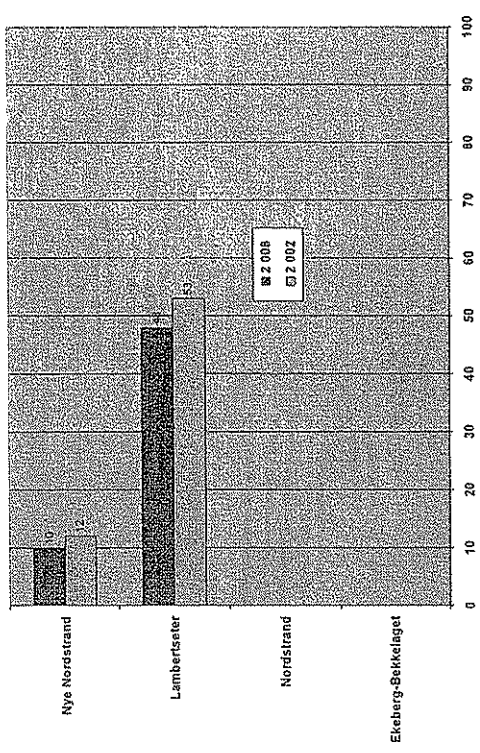
¹⁴ Det er forutsatt en gjennomsnittlig vekst på 3% pr år, og en omsetning pr kvm på 35 000 kr.



Figur 6-5 Beregnet dekning for ur, optikk, gull og sølv i området



Figur 6-6 Beregnet dekning for sport og leker i området



Figur 6-7 Beregnet dekning for bok og papir i området

Helsetartikler, apotekvarer og kosmetikk er varer der forbruket er i sterk vekst.

Det er i dag nær 60% dekning for Nordstrands-området. Det er naturlig at folk handler det meste av det de trenger i nærmiljøet – særlig av apotekvarer og helsetartikler. Kosmetikk handles i stort omfang i kjeder og matvarebutikker og er blitt viktige forbruksvarer. En dekning på 60% er derfor veldig bra. En utvidelse her vil primært være. En opprettholdelse av tilbudet på 60% i 2008 bør være et mål. Det er en svært stor vekst i forbruket innen helse og apotekvarer.¹⁵ Dette gir et forventet vekst i forbruket på 34 mill kr og et arealpotensial på 800 kvm. Figur 6-8. Dagens lekkasje ligger på 55 % av beregnet forbruk.

Det er ikke oppgitt tall for omsetning innen belysning i området.

Store deler av omsetningen innen elektriske artikler omsettes i kjeder, men belysning er litt annerledes, selv om også dette omsettes i store møbelvarerhus og i kjeder. Det er gjerne godt grunnlag for egne lampebutikker i kjøpesentre.

Med en dekning på 30% for bydelen vil det ligge et omsetningspotensial på i underkant av 5 mill kr. Det gir et arealfate-potensial på 140 kvm.¹⁶

Det er ikke registrert noen omsetning innen musikk i området.

Musikk er en trendvare, og er også knyttet opp mot kjeder. Med 30% dekning i 2008, gir dette et omsetningspotensial på 23,6 mill kr og et arealbehov for dette anslått til i underkant av 450 kvm.¹⁷

¹⁵ Det er lagt til grunn en årlig vekst på 5%. Dette kan være noe høyt, men trenden har vist voldsom vekst siste år.
¹⁶ Det er lagt til grunn en omsetning på 40 000 kr pr kvm. Videre er det forutsatt en vekst på 3% årlig.
¹⁷ Det er lagt til grunn en omsetning på 40 000 kr pr kvm og en forbruksvekst på 3,5%

Elektrisk husholdning er det en viss onseining av, med god deking for Lambertseter, men lavere for hele den nye bydelen.

Det er en viss onseining av tekstil og utstyr i området i dag.

Dagligvarer bør handles der folk bor. Med et alternativ sett fem år frem i tid kan det forventes en lekkasje på over 300 mill kroner for dagligvarer. Gitt en deking på 90% vil det være behov for 4000 kvm areal for dagligvarer

Med 55% deking på Lambertseter av elektriske husholdningsartikler er situasjonen god, men sett for hele den nye bydelen under ett, faller dekingen til 14% fem år frem i tid.¹⁶ Legger en til grunn en forventet dekningspotensial på 30% for hele bydelen fem år frem i tid, betyr det et forbruk på nær 55 mill kr, noe som betyr et potensial på et kjøpesenterareal på 1800 kvm.

Dekningen for området sett under ett fem år frem i tid, vil ligge på om lag 30% gitt samme onseining som i dag. Dette er en god deking, men det er all grunn til å anta at et enda bedre tilbud, vil styrke bydelen.

En økning på 15% burde være godt mulig. Det vil bety en onseining på 11,7 mill kr som tilsvarer i overkant av 300 kvm salgsareal.¹⁷

Dersom man fortsetter at folk handler 10% av matvarene sine der de arbeider, eller der de er på ferie, vil i overkant av 200 mill kroner fortsatt være et potensial for tilbydne på Nordstrand. Dette tilsvarer et behov på over 4000 kvm arealflate for dagligvarer.¹⁸ Underdekingen er i dag på 15%.

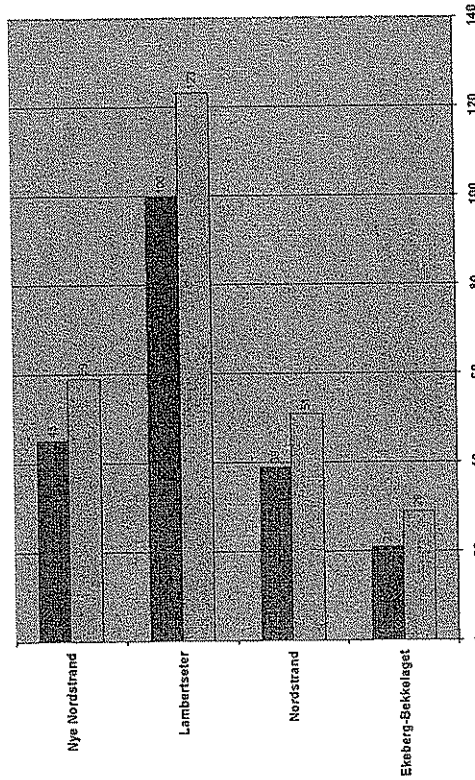
Figur 6-11

En stor REMA 1000 trekker mange mennesker til handel på Lambertseter. En supplering av en Ultra eller Meny vil styrke tilbudet. COOP er ingen markedsleder på mat, og Rimi-forretningene ser også ut til å miste grepet-

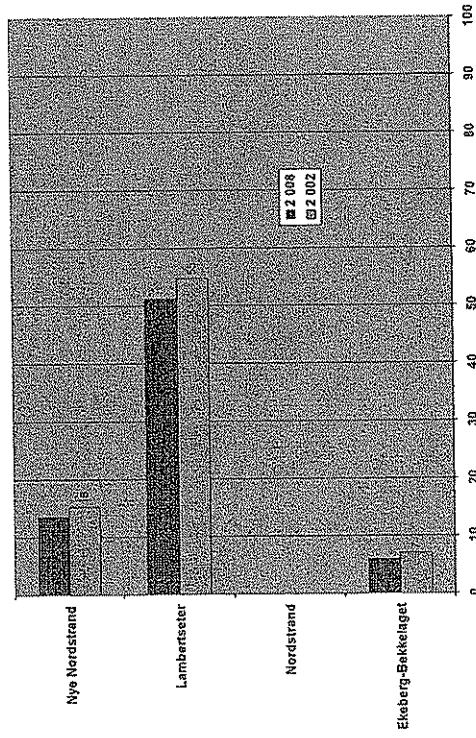
¹⁶ Det er lagt til grunn 2% årlig vekst i forbruket, og en onseining pr kvm på 30 000 kr.

¹⁷ Det er lagt til grunn en vekst på 3% pr år og en onseining pr kvm på kr 35 000.

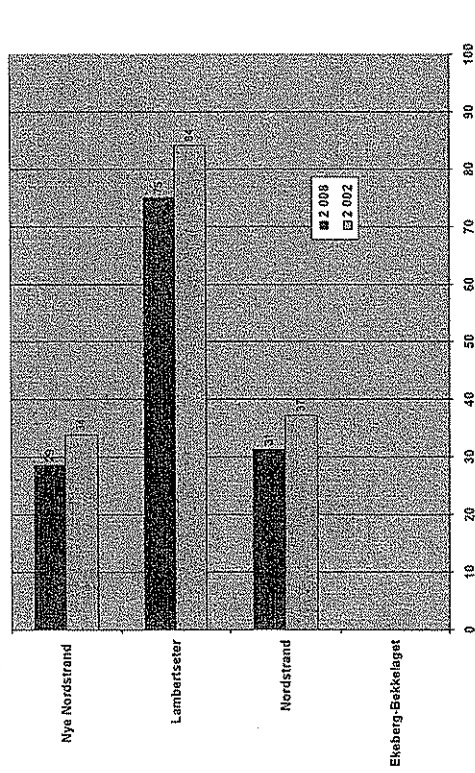
¹⁸ Det forventes en onseining på i gjennomsnitt kr 50 000 pr kvm netto areal innen dagligvarer



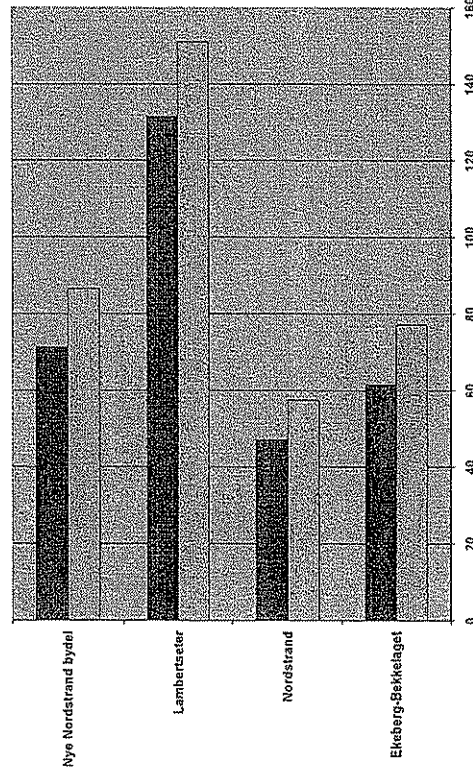
Figur 6-8 Beregnet deking for helse og apotekvarer. Kilde SSB og Lambertseter Senter



Figur 6-9 Beregnet deking for elektriske husholdningsartikler. Kilde SSB og Lambertseter senter.



Figur 6-10 Beregnet deltagelse for tekstil og utstyr. Kilde SSB og Lambertseter Senter.



Figur 6-11 Beregnet deltagelsesgrader for dagligvarer i området

6.4 Utvidelsespotensialet

Ikke alle vareslag handles Normalt handler folk mat der de bor. Avhengig av livssituasjon

på ferie, reise eller nær arbeidssted.

Alder og yrkessituasjon er en påvirkende faktor for hvor folk handler

Enkelte vareslag handles i større omfang der folk bor, mens større grad av mobilitet preger annet varekjøp

I tabellen under er det satt opp en rekke vareslag, anslått et potensial for handling lokalt og gitt noen forutsetninger tilslir et nøyaktig anslag at det er potensial for et nytt handelsvolum på Nordstrand/Lambertseter for mellom totalt 600 og 700 mill kr innen 2008

Det vil være viktig for utviklingen av et nytt senter på Lambertseter å tilby et bredt spekter av varer. Enkelte varer vil være viktigere enn andre

handles i ulikt omfang nær bosted og andre steder.

Eldre mennesker vil ofte velge nærmiljøet, men deres forbruk er lavt. Yngre mennesker er mer mobile, og den yngre generasjon forbrukere bruker shopping som en fritidsaktivitet – og legger gjerne turen om byens sentrum. Yrkesaktive med barn, er gjerne svært rasjonelle i adferden og tidsforbruk; de er prisbevisste og tidsbevisste.

Mens man handler mat der man bor, handles møbler og biler over et større geografisk område. Pris og tilbud påvirker handelen. I de eksemplene som er gitt i analysen over, er det satt opp noen mulige alternativer for å se hvilket volum som kan være realistisk.

Mens det vil alltid være den kommersielle aktørens egen utfordring å nå de mål som kan knyttes opp mot en mulighet i markedet.

Gitt de forutsetninger som er satt opp, kan det være mulig å utvikle et handels tilbud lokalt som er betydelig større enn det som eksisterer i dag.

En stor andel av potensialet knytter seg til den generelle årlige veksten i forbruket. Men for dette området ligger det også en betydelig mulighet knyttet til den store lekassjen som skjer i dag. Området er blant de områder i Oslo med størst lekkasje mot sentrum og andre bydeler. For å reise til Ski, Vinterbro, Bryn og Manglerud må man ut på de store trafikkløpene, krysser veier og baner og det er uten tvil forbundet med en viss innslutt av tid å komme til disse stedene.

Det er derimot ikke grunnlag for å bygge ut eller det potensial som er til stede. Det forutsetter at en lykkes med alle de forutsetninger som etableres.

Det vil være viktig å få på plass et tilbud av klær og sko. Rent konkret er det potensial for å tilrettelegge mellom 4500 og 5000 kvm med klær og sko. Profilen må være rettet mot alle inntektsgrupper – hvilket betyr både mer eksklusivt om enn i beskjeden målestokk og rimeligere tilbud. Sandvika Storsenter har en slik varemix, og kan godt danne et eksempel.

Det anbefales også å styrke trening, fritid og sport. Denne profilen har senterområdet allerede, og bydelen har også en slik profil. Om det skal være fotball/handball, golf eller friluftsliv får den enkelte tilbyder vurdere. Men treningstøy bør tilbys i senteret.

Det bør rettes spesifikk fokus på det en kan kalle "hustru-butikker", som omfatter tekstil og utstyr, belysning, klær og servering. Helse, apotek og tjenester knyttet til lege, fysioterapeut, frisør mv skal også ligge i et godt nærseier. Bredt matvarer tilbud er viktig – herunder grønne og ferskvare samt baker. Både tekstil og utstyr går bra i dag. Det anbefales å styrke og videreutvikle denne profilen. En "snobbete" tekstil kan gjerne tilbys sammen med en billig kjede med sengetøy (Kid). Tilsvarende kan Fru Berg synliggjøre bedre og tilbys sammen med andre litt billigere tilbud. Ahlens, Princess er

også aktuelle.

Blomster er allerede i dag et tydelig tilbud i senteret. Dette må være en viktig del av senteret. Det treffer markedet.

Kosmetikk og parfyme er viktig å tilrettelegge slik at de fremstår med litt eksklusivitet men også med billige kjeder. HM har gode tilbud også for kosmetikk, men Vita er et godt alternativ.

Det bør rettes spesiell fokus mot menn som segment. Herunder sorterer særlig jernvare, friser, klær og fritidsutstyr samt elektrisk. Velg enkelte sports- og fritidstilbud som utvikles til profilbutikker; golf, fiske, fotball og treningsutstyr anbefales. Jernia, Dressmann og en elektrisk kjede bør være en del av tilbudet.

Barn er en viktig målgruppe. Klær for barn er primært knyttet til de største dragene/kjedene. Men både sko og sport er viktig å tilby barnefamiliene. Leketøy bør fremstå tydelig og sentralt i rommet (jerne med en eller annen leke utenfor inngangen).

Bok og papir er viktig. Dagens tilbud er godt, men kan gjerne suppleres med bedre blad og avis – en tydelig Narvesen for eksempel.

For å trekke de unge kjøpersterke til senteret er det viktig med en egen platebutikk – og video. Gjærne Platekompaniet.

Et nærsenter bør ha et godt og varert tilbud av bespising. På den måten kan en også kanalisere ulike målgrupper inn i ulike soner i senteret. Tradisjonell servering for eldre og moderne tilbud for de yngre. Bespisingssonene må ikke forstyrre den øvrige handelen. Barnevogner, stellerom som gjerne er forbundet med lange besøk, må plasseres slik at ikke stedet blir et oppholdssted.

Uansett inntektsnivå på kundene, skal et senter fremstå som moderne, trendy og litt snobbete.

Kundesegmenter med lang oppholdstid og lav kjøpekraft bør være velkomne i senteret, dersom de ikke plager andre, men arbeid med å lage spesielle soner for dem.

Markedsundersøkelsen peker på Vinmonopol som en av flere kritiske suksessfaktorer.

For et bydelssenter er det viktig å tilrettelegge for en rekke servicefunksjoner. Bibliotek er viktig, tiltak rundt Symra kino kan være viktig, men samtidig bør det arbeides for å få på plass så mange private som offentlige tjenester som mulig i senteret.

Det betyr at senteret må bygges slik at det kan fungere selv etter at butikkene er stengt. Dette er en utfordring til arkitektene.

Et Lambertseier senter i moderne versjon kan gjerne ha logo'en "til hverdags", men må ture å fremstå som moderne, trendy, og det er viktig å fremstå som "litt snobbete".

Det er viktig å arbeide for at Lambertseier blir det nye bydelssenteret. Og det er viktig at senteret kan fungere som en møteplass etter stengt tid.

Måloppnåelse i 2008 for nye Nordstrand bydel	Forventet lekkasje i 2003 / 2008	Omsetnings- potensial i kroner	1000	Utbyggings- potensial i kvm
Dagligvarer: med mål om 90% dekning i bydelen i 2008. Inkl Vinmonopol.	29% / 13%	318776		6376
Blomster, med mål om 20% mer dekning i bydelen; totalt 70% dekning i 2008	43% / 53%	9568		273
Klær og sko med mål om en dekning i 2008 på 50% i nye Nordstrand bydel	90% / 93%	183567		4589
Helser, parfyme og apotek med mål om 60% dekning i bydelen	41% / 55%	34545		863
Ur, optikk, foto, gull, sølv med mål om 40% dekning i bydelen, økning fra 12%	89% / 88%	19178		479
Leker, sport og fritid med mål om 40% dekning i bydelen i 2008	89% / 88%	17244		575
Bok og papir med mål om 40% fremtidig dekning i bydelen	88% / 90%	20147		575
Tekstil og utstyr med mål om 50% dekning i bydelen	66% / 71%	11738		335
Musikk med mål om 30% dekning i bydelen	100%	23630		473
Belysning med mål om 25% dekning i bydelen	100%	4819		137
Elektrisk husholdning med mål om 30% dekning	95% / 94%	54833		1827
Bespising – ikke inkludert				+ (500)
Jernvare – ikke inkludert/vanskelig å beregne				+ (3-400)
Potensialet ("best case") for forventede utvalg av vareslag i omsetning i 1000 kr og kvm		698045		16620
Dagens omsetning		230670		

Figur 6-12 En multighetsanalyse av kjøpekraft og handelspotensialet i området

7 Anbefaling og konklusjon

7.1 Forbruket fordelt på sentrum og bydelene

Med en befolkning på opp mot 45 000 personer frem mot 2008, vil det kunne tilrettelegges for en betydelig delning på Lambertseter.

Det er ingen klare retningslinjer for hvor stor dekning et bydelsenter eller et lokalsenter – eller sånn sett et regionalt handelsområde – skal ha. Det er stor enighet om at man bør ha tilnærmet full dekning for dagligvarer. Så kan det diskuteres hvorvidt den øvrige deknningen bør være på 40 eller 50%. For mange varer bør den kunne ligge på opp mot 60-70%. Med et befolkningsunderlag på opp mot 45 000 innbyggere i bydelen, tilsvarer det en betydelig størrelse. Med dette som grunnlag bør det kunne legges opp til en dekning på fra 30/40 for noen vareslag og opp mot 60/70% for andre vareslag.

Det ligger ingen retningslinjer til investering og utbygging innen de ulike bransjer i retningslinjer fra offentlige myndigheter, verken fra sentralt hold eller på kommunenivå.

Jo høyere inntekt, jo større er sjansen for økt besøk

Forbruket varierer i bydelen. Potensialet slik markedsundersøkelsen viser, ligger først og fremst hos de med høyest inntekt.

7.2 Kritiske suksessfaktorer

Nye Nordstrand bydel med bydelscenter på Lambertseter har frem til 2004 vært bydelscenter for Lambertseter bydel, og tilfredsstillt fortsatt de krav om beliggenhet til offentlig kommunikasjon, variert tilbud av varer og tjenester og en god lokalisering i forhold til andre offentlige tjenestetilbud som et bydelscenter krever. 81% av bydelens befolkning har besøkt Lambertseter Senter det siste halvåret. Dette bekrefter at senteret blir brukt av de fleste i bydelen.

Lambertseter har ulike kundesegmenter i sitt nedslagsfelt og må utvikles slik at alle disse finner senteret attraktivt

Mindre byer og tettsteder – og eksempelvis Sandvika – må rette tilbudet mot ulike markedsegmenter. Felles for Sandvika og nye Nordstrand bydel er at kundesegmentene spenner vidt hva angår levestandard, bostandard og inntekt. Dette er en utfordring det er mulig å utvikle senteret etter. Det fortsetter imidlertid en høy fokus på kvalitet, sterkt differensierte priser på produktene og stor bredde i vareutvalget. Hver enkelt butikk må være åpen for at ulike merkevarer kan mixes sammen i en enkelt butikk.

Beliggenheten til den nye bydelens beboere gjør at beboerne ikke behøver å reise ut på de store transportårene, eller krysser disse for å

Dagens handelsstruktur i Nordstrand bydel lekker mot blant annet Bryn, Manglerud, Ski og Vinterbro. For å komme til alle disse sentrene er det nødvendig å reise ut på de store veitraseene (E6 eller Mosseveien). Den moderne kunde er rasjonell og søker sitt behov tilfredsstillt med effektiv bruk av tid og penger. Dette gjelder også den del av befolkningen som har høy inntekt. Å utvikle et tilbud som er godt nok for folk bor, er derfor viktig.

handle

Lambertseter Senter må moderniseres for å tilfredsstille markedets krav

Hovedårsaken til at man i liten grad besøker Lambertseter Senter er fordi senteret blir oppfattet som slitent og umoderne med dårlige planløsninger. Markedet handler helst på kjøpesentre som er oversiktlige og ryddige. En oppussig av senteret slik at den fremstår som moderne og attraktivt, vil i stor grad øke samsynligheten for mer besøk.

Lambertseter Senter har et potensial for å rekke ut til langt flere kunder enn det gjør i dag

Hovedkundene til Lambertseter Senter er først og fremst beboere på Lambertseter. Beboerne på Nordstrand og Ekeberg besøker også Lambertseter Senter, men foretrekker å handle på andre sentre. Imidlertid viser markedsundersøkelsen at disse er svært villige til å handle på Lambertseter Senter hvis senteret fremstår som attraktivt for dem, både når det gjelder utvalg av butikker og senterets utforming.

Viktige dragere som Vinmonopol, et godt utvalg av klær og sko samt et bedre utvalg av butikker som selger sport og fritidsartikler.

Selv om senteret rustes opp slik at det blir moderne og attraktivt, er det vesentlig at senteret inneholder butikker som tiltrekker kundene. Undersøkelsen viser at det er et behov for et godt utvalg av butikker som selger klær og sko samt sport og fritidsartikler. Samsynligheten for økt besøk er stor med et riktig utvalg av disse artiklene. Vinmonopol vil med meget stor sannsynlighet trekke nye kunder til senteret. Men klær og sko er også en svært viktig bransje å legge inn i et nytt senter.

7.3 Utnytt Lambertseters komparative fortrinn

Det er et stort potensial for utvikling av handel på Lambertseter

Handelsstedet Lambertseter har de samme utfordringene som mindre byer og kommunesentre mange steder i landet har; nemlig en bredt sammensatt kundegruppe med store sprik i inntekt og behov. Utnytt dette som en mulighet til å bygge et bredt sammensatt senter som rettes mot mange målgrupper.

Arkitekturen fra 50-tallet er et spennende fortrinn i 2004. Utnytt det som en mulighet.

I dag er 50-tallsstilen trendy. Utnytt dette som et fortrinn. Det kan øke fokus og lage et spennende konsept. Glasshallen innbyr til torgdannelser av en eller annen form.

7.4 Hvilke vareslag er viktige elementer i et bredt tilbud på Lambertseter?

Klær og sko

Det er en kritisk suksessfaktor å øke tilbudet av klær og sko. Det er nok en kjensgjerning at de største kjøpegruppene er ungdom. De trekker i dag mot Oslo sentrum. Et moderne tilbud til de unge (eldre)kvinner er viktig. Men også et godt tilbud for menn.

Vinmonopol

Det er helt vesentlig for å nå ut til de beboerne i området som har høyest inntekt, at det kommer et vinmonopol i det nye senteret.

Sport og fritid

En profil i området er Bekkelaget med håndball og ski, Ekeberg med fotball og Eilexta med trening. Dette er et godt grunnlag for å styrke profilen og tilbudet innen sport og fritid. Spesielt tilbudet innen fluefiske (!) er interessant og kan kanskje synliggjøres. Golf er i utvikling, og også for fotball er det i dag utviklet spesialforretninger med stort utvalg for klubber og aktive.

Mat

Det er ingen grunn til folk ikke skal handle mat der de bor. Det bør utvikles et tilstrekkelig mattilbud for Nordstrand bydel på Lambertseter. COOP er ingen markedsvinner i dagens kjøpesentermarked. Med en REMA 1000 i nærheten, bør tilbudet i området suppleres med et matvareforretning med ferskvare og stort utvalg (Ultra eller Meny). Dette kan gjerne suppleres med en Kiwi i senteret.

Kosmetikk, helse, apotek og frisør

Det er underdekning i området for helse, apotek og kosmetikk. For å bedre situasjonen og tilbudet er det å anbefale at det er et bredt service tilbud av leger, fysioterapeuter mv i senter-området. Da økes også etterspørselen etter varer som er knyttet mot disse funksjonene.

Jernvarer, og andre varer for målgruppen menn

Menn handler normalt der de bor eller der de jobber. Det er i dag et dårlig tilbud til menn i senteret. Jernvarer, klar, sport og fritid, frisør mv er viktig å ha i senter der menn også skal handle.

Ustyr og småvarer

Hva angår utstyr har senteret allerede en profil, og trekker til seg et bredt kundespekter fra hele området. Tilbudet bør gis større plass, suppleres med flere tilbud og synliggjøres med sin kvalitet og sin markedskraft.

7.5 Anbefaling

Lambertseter Senter bør kunne utvikle et senter med grunnlag for en omsetning på opp mot 600-700 mill kr

Et senter med en omsetning på opp mot 600 millioner vil totalt kunne ligge på totalt 15-18 000 kvm. Dette tilsier en omsetning på om lag kr 35-40 000 pr kvm. Senteret vil da plassere seg som et viktig senter i Oslo syd, men vil likevel ikke være like stort som de største sentrene i byen.

Det er statistisk sett rom for en større utvidelse, men det vil være bedre å foreta en ytterligere utvidelse i et senere byggetrinn, dersom senteret vil tilfredstille kundene. Dette antas ikke å være aktuelt før om mange år. Arkitektene kan likevel forbrede dette. En senere utvidelse vil avhenge av de planene for fortetting og boligutbygging som er under utredning i området.

Anbefalt fordeling på antall kvadratmeter for de enkelte vareslag

Det er primært viktig å få et fullstendig tilbud i senteret. Det er særlig viktig å utvikle noen profil-områder – som mot menn (vinmonopol, elektro, jernvarer), mot hustru-segmentet (blomster, utstyr, tekstil, interier mv), mot servicefunksjoner (lege, frisør, pol, post mv) og mot sport og fritid. Det er de kommersielle forholdene som tilsier hvor stort areal de enkelte bransjens skal ha.

Men det er viktig å differensiere forventet innkjøping fra de ulike leietakerne. Det er senterets totale tilbud som interesserer kundene, ikke hvor mye hver leietaker betaler husetier.

Sosial profil og et tilbud til alle

Det bør være et tilbud til alle som ønsker å oppholde seg i et nytt senter. Eldre mennesker ønsker å være der det er folk. Slik bør det også være i et bydelsenter som Lambertseter. Men det vil være særdeles viktig, å utvikle et senter med ulike soner for ulike brukere.

Deler av senteret bør være tilrettelagt for andre funksjoner. Det kan også skilles mellom ulike kommersielle tilbud for disse: enkel konfeksjon, kaffe/vafler (mot morderne kaffebarer i andre soner), informasjon og aktivitetstilbud (Bingo el l).

Bydelscenter

Arbeid for at Lambertseter blir det nye bydelscenteret.

Ta kontroll på nærområdet

Oppretthold fokus mot en sosial profil, men vær "tøff" i håndteringen av de segmentene som gir lav innkjøping.

8 Referanser

- Miljøverndepartementet (1999) "Rikspolitiske bestemmelser etter §17-1 annet ledd i Plan- og bygningsloven om midlertidig etableringsstopp for kjøpesentre utenfor sentrale deler av byer og tettsteder."
- SSB Varehandelsstatistikk
- Statistisk årbok for Oslo 2001
- SSB Befolkningsstatistikk
- Miljøverndepartementet; "Rikspolitiske bestemmelser om etableringsstopp for kjøpesentre"
- "Erfaringsall-tommelfingerregler. Utfyllende kommentarer og veiledning til Rikspolitisk bestemmelse -- vedlegg 2". Miljøverndepartementet.
- Kommunedelplan for lokalisering av varehandel og andre servicefunksjoner. Plan og bygningsetaten Oslo kommune 2003
- Handelsanalyse for Oslo-området. Handelshøyskolen BI. Norges varehandelshøyskole. 2000
- Peter Austin. NOTAT 09.09.1999.
- Ketil Kristiansen. Notat 28.09.99. Plan-og miljøvernavdelingen, Akershus fylkeskommune
- Samtaler med Kjersti Granum, Oslo kommune



MULTICONSULT

Avd. NOTEBY

Notat 1

Oppdrag:	Lambertseter senter (nord)	Dato:	22. april 2005
Emne:	Fase 1-undersøkelse av mulig forurensset grunn	Oppdr.nr.:	113517
Til:	HILLE MELBYE arkitekter AS		Berit Markeseth
Kopi:	OBOS Forretningsbygg		Helge Lande
Utarbeidet av:	Trygve Dekko	Sign.:	
Kontrollert av:	Gunnar Brønstad	Sign.:	
Godkjent av:	Trygve Dekko	Sign.:	
Sammendrag: I forbindelse med igangsatt reguleringsplanarbeid for Lambertseter senter (nord), har Multiconsult utført en innledende miljøteknisk grunnundersøkelse (Fase 1), for å vurdere om grunnen kan være forurensset. Reguleringsområdet var opprinnelig et jordbruksområde der grunnen besto av leire. Over leiren ligger det i dag fyllmasser av varierende tykkelse. Fra 2. verdenskrig til ca 1960 sto det militærbrakker på området. Det er lite sannsynlig at det er forurensning av betydning fra denne perioden, men at det finnes "byjord" med tungmetaller og PAH fra aske og sot etc. kan ikke utelukkes. Det er ingen oljetanker på området, og det er ikke noe som tyder på at virksomheter hos leietagere i Lambertseter sentrum har ført til grunnforurensning. Fase 1-undersøkelsen har således ikke avdekket forhold som gjør det nødvendig å utføre fysiske undersøkelser av grunnen i området.			

1. Bakgrunn for fase 1-undersøkelsen

I forbindelse med igangsatt reguleringsplanarbeid for Lambertseter senter (nord), har Multiconsult utført en innledende miljøteknisk grunnundersøkelse, Fase 1, for å vurdere om grunnen kan være forurensset pga. tidligere aktiviteter på området. Undersøkelsen skal oppfylle krav fra PBE om å vurdere om det er forurensset grunn i området der terrenginngrep er planlagt gjennomført.

Fase 1-undersøkelsen er utført i samsvar med SFTs veiledning for miljøtekniske grunnundersøkelser 91.01, og har bestått i innsamling og gjennomgang av bakgrunnsdata vedr. opprinnelige naturforhold og virksomheter som har vært på stedet, samt å vurdere kjemiske egenskaper og miljømessige forhold ved mulige forurensninger.

2. Situasjonen før utbyggingen av Lambertseter senter

2.1 Grunnforhold og tidligere arealbruk

Reguleringsområdet var opprinnelig et jordbruksområde (dyrket mark og/eller beitemark) under Lambertseter gård, som strakte seg nordover til Raschs vei. Hele området var ganske flatt og det var dekket av løsmasser mellom dagens Cecilie Thoresens vei og Lambertseterbanen. Grunnundersøkelser utført nord for Cecilie Thoresens vei 17, viste at naturlig grunn består av tørrskorpeleire. Dette antas også å være tilfelle i reguleringsområdet. Ut fra gamle flybilder ser det ut til at terrenget opprinnelig lå noe lavere enn i dag, trolig ikke mer enn ca 1 m over Lambertseterbanens nivå.

Over naturlig leirgrunn ligger det fyllmasser av varierende tykkelse, trolig mellom ca 0,5 og 3 m. Fyllmassene antas i hovedsak å være tilført i forbindelse med utbyggingen av senteret. Noe av massene kan imidlertid være eldre, fra i perioden under og etter 2. verdenskrig da det var militærbrakker på store deler av området mellom Lambertseterveien og Raschs vei.

Brakkene som ble oppført som forlegning for tyske militære, ble i flere år etter krigen benyttet som nødsboliger. Senere har noen av dem trolig også vært benyttet til andre formål, inntil de etter hvert ble revet, hovedsakelig i siste del av 1950-tallet. Et flybilde viser at det fortsatt var brakker på nordsiden av Lambertseterveien i 1959, dvs. ca 2 år at Lambertseter sentrum var oppført syd for veien og Lambertseterbanen var åpnet for trafikk.

Mulige forurensningskilder fra før utbyggingen av Lambertseter senter

Tyskerbrakkene ble brukt til boliger i flere år, men det foreligger ikke opplysninger om hva de ellers kan ha vært brukt til. Andre steder i Oslo ble tilsvarende brakker benyttet til lager og småindustri i mange år etter krigen. Ettersom brakkene var bygget av tre og trolig sto på pilarer, er det lite sannsynlig at de har huset tyngre industri, bilverksteder eller andre typer virksomhet som håndterer olje eller kjemikalier i et slikt omfang at det kan ha ført til forurensning av grunnen. Dett er imidlertid kun antagelser

Det kan ikke utelukkes at grunnen kan ha blitt tilført avfall som kan ha resultert i forurensning. Brakkene var dårlig isolert, og oppvarming var basert på fyring med ved, koks eller kull. Aske fra kull og koks vil alltid inneholde noe tungmetaller, bl. a kobber, bly og sink. I tillegg vil sot og tjære fra skorsteiner inneholde PAH. I Oslos utkanter der det flere steder ikke ble etablert tvungen kommunal renovasjon før på 1950-tallet, havnet avfall på lokale fyllinger. Aske ble ofte brukt som strøsand om vinteren.

Sot og aske fra fyring er en viktig årsak til at øvre jordlag i byer og tettbygde områder, "byjord", meget ofte inneholder forurensning av tungmetaller og PAH. Typiske byfyllmasser med rester av rivningsavfall mm. er likevel vanligere å finne i mer sentrumsnære områder.

Fordi brakkene utgjorde et tettbygd boligområde er det likevel sannsynlig at det var ordnede renovasjonsforhold her. SFTs database over forurensning grunn inneholder ingen registreringer av avfallsfyllinger eller lokaliteter med mistanke om forurensning i nærheten av Lambertseter sentrum.

Det må derfor understrekes at det ikke foreligger noen konkrete opplysninger om forurensning på det aktuelle området.

3. Situasjonen etter etableringen av Lambertseter senter (nord)

Oppføringen av permanent bebyggelse medførte utgraving for fundamenter og kjellere. Dette medførte at det øvre jordlaget måtte fjernes. Det er derfor liten sannsynlighet for forurensede masser under eksisterende bygninger. Gravemassene kan være benyttet til oppfylling i området, men det er ikke mulig å gi noen volumoverslag over hvor mye masser som kan være gjenbrukt på området og hvor mye som ble kjørt bort.

3.1 Virksomheter i området idag

Kartinformasjon fra Helsevernetaten inneholder bl. a opplysninger om registrerte oljetanker og virksomheter som kan medføre utslipp og forurensning. Kartet vi har mottatt, fra 2005, viser at det ikke finnes nedgravde tanker innenfor reguleringsområdet. Ellers viser kartet at det på området med gnr./bnr. 159/243 finnes et renseri, trykkeri og et mekanisk verksted.

Mest vanlige kilde til forurensning grunn er nedgravde fyringsoljetanker, ledninger fra tanker til fyrrom, og spill av olje i forbindelse med fylling av tanker. Ettersom det ikke er registrert oljetanker på området er det lite sannsynlig at det finnes oljesøl i grunnen.

Av dem som i april 2005 var registrert som leietagere på adressen Cecilie Thoresens vei nr 17 (søk på adressen i telefonkatalogen 1881), er det trolig bare et renseri som håndterer miljøfarlige kjemikalier. Løsemidlene som blir brukt til rensing av tekstiler brukes i lukkede systemer. Da de er svært flyktige vil et mindre utslipp fordampe før det rekker å trenge ned i grunnen. Bare ved store utslipp av løsemidler eller ved lekkasjer fra nedgravde tanker kan slike stoffer føre til jordforurensning.

I tillegg til bibliotek og kino omfatter senterbebyggelsen på bakkenivå ellers bare butikker og noen mindre, håndverkspregede virksomheter som skoreparasjon/nøkkelservice, og glassmester, og det er lite sannsynlig at disse virksomhetene kan ha ført til forurensning. Heller ikke legesenter, frisør, bakeriutsalg og fiskebutikk anses som kilder til forurensning av grunnen. I den grad det opptrer kjemikaliesøl, er det mer sannsynlig at dette havner i offentlig avløpsnett.

Ut fra oversikten over leietagere og en befaring av området finnes det hverken trykkeri eller mekanisk verksted i senteret i dag. Det som er angitt som mekanisk verksted antas å gjelde reparasjon av sko og filing av nøkler.

Eventuell tidligere trykkerivirksomhet anses heller ikke å ha gitt utslipp til grunnen. Store rotasjons-trykkerier med egne tanker for løsemidler til trykkfarger og rengjøring, er potensielle forurensningskilder. Et mindre trykkeri som bare håndterer små mengder av slike stoffer vil ikke innebærer fare for grunnforurensning.

3.2 Andre mulige forurensningskilder

PCB som kan forekomme bl. a i spesielle typer maling og i isolerglass og fugemasse, kan bli vasket ut eller spredt i forbindelse med bygningsmessig vedlikehold. I noen tilfeller har dette ført til betydelig forurensning av overflatejord. Ved planlagt ombygging, rivning eller mer omfattende vedlikehold, vil det være nødvendig å registrere hvor det kan være brukt PCB i bygningsmaterialene. Hvis dette blir konstatert må det vurderes om det skal utføres en egen undersøkelse av grunnen i nærheten.

3.3 Konsekvenser av forurensning

Hvis det skulle bli avdekket innhold av PCB, tungmetaller eller andre stoffer i jord over SFTs normverdier, må det utføres en risikovurdering iht. SFT 99.01. Denne skal avklare om forurensningen har helse- eller miljømessige konsekvenser. Da det ikke er resipienter i nærheten vil risikovurderingen primært omfatte helserisiko knyttet til forskjellige typer eksponeringsveier. Tiltak vil kunne være nødvendig hvis overflatejord er forurensning, dvs. plener og andre områder der barn leker. En dypere-liggende forurensning som ikke medfører fare for berøring eller spredning i form av utvasking eller avdampning, vil oftest kunne få ligge uten at det kreves tiltak.

Hvis det senere skal graves i området bør det foretas en inspeksjon ved utgravingen for å vurdere om det finnes gamle fyllmasser kan inneholde forurensning. Dette går ut på å observere mulig innhold av avfall, og avvikende farge og lukt av massene. Hvis det oppdages mistenkelige masser må det tas prøver for kjemisk analyse, for å avklare om gravemassene må håndteres som forurensningssett masse.

4. Konklusjon

Fase 1-undersøkelsen har ikke avdekket forhold som gjør det nødvendig å utføre fysiske undersøkelser av grunnen i området. Ved fremtidige gravearbeider bør det likevel undersøkes om gamle fyllmasser på området kan inneholde forurensning.

Det bør også avklares om det kan finnes PCB i bygningsmaterialer, særlig om det kan være PCB i utvendig maling, og om dette kan ha ført til spredning av PCB pga avskalling og utvasking. Hvis det konstateres PCB på steder der det kan ha skjedd spredning, anbefales det prøvetaking av grunnen.

FAKTAARK - ALTERNATIV B

18.05.2006

Forslagsstiller: OBOS Forretningsbygg AS v/ Helge Lande
 Hammersborg torg 1, P. B 6666 St. Olavs plass, 0129 Oslo
 Tel. 22 86 58 01
 E: helge.lande@obos.no

Konsulent: Hille-Melbye Arkitekter AS v/ Berit J. Markeseth
 Hausmannsgate 16, 0182 Oslo
 Tel. 23 32 72 26
berit.markeseth@hilmel.no

Eieropplysninger

Gnr. 159 bnr. 218 OBOS Forretningsbygg AS
 Gnr. 159 bnr. 243 OBOS Forretningsbygg AS
 Gnr. 159 bnr. 273 OBOS Forretningsbygg AS

Arealstørrelse – planområde

Planområdet totalt: 24 348 m²

Areal for hvert formål:

Byggeområde for forretninger / bevertningssteder / felles avkjørsel (FA1)	526	m ²
Felles avkjørsel (FA2)	225	m ²
Byggeområde for forretninger / kontorer / bevertningssteder / Allmennyttig formål (kultur)	11 374	m ²
Spesialområde bevaring allmennyttig (felt C)	873	m ²
Forretninger	142	m ²
Offentlig vei	4849	m ²
Sykkelvei	202	m ²
Offentlig Fortau	3 301	m ²
Område avsatt til sporvogn	1 871	m ²
Holdeplass for buss	271	m ²
Friområder – park	510	m ²
Parkbelte i industristrøk	204	m ²

Arealstørrelse – ny bebyggelse

Over terreng: 32 150 m² BRA (inklusive Parkeringsetasjer, eksklusiv P-tak)
 Under terreng: 4 500 m² BRA

Arealstørrelse – eksisterende bebyggelse som opprettholdes

Over terreng: 4 800 m² BRA (Symra og Coop-bygget)
 Under terreng: 1 380 m² BRA (Symra og Coop-bygget)

Utnyttelse m. m.

T-BRA: 19 500 m² Forretninger / kontor / bevertningssteder, eksklusiv
 Parkeringsetasjer og inklusiv eksisterende bygg (Coop-bygget)
 3 350 m² Kultur formål (bibliotek og Symra)
 21 000 m² P-plass (eksklusiv tak)

Tillatt bruksareal – T- BRA: 43 850 m² Til sammen, inklusiv ny bebyggelse, Coop og Symra (eks. tak)
 Tomteareal 12 890 m²
 Tomteutnyttelse, TU 340% (inkludert p-plass)

Parkering

Parkering skal være i henhold til den til enhver tid gjeldende parkeringsnorm for Oslo kommune. I henhold til gjeldende norm innebærer dette anslagsvis: Den åpne byen (20-50 Ppl. /1000 m² for kjøpesenter)

Plasser under terreng: ◇ stk.

Plasser på terreng: ◇ stk.

Plasser i parkeringsanlegg: 792 stk. Det betyr 767 Ppl. for forretning/kontor/bevertningssteder (ca. 39 Ppl /1000 m²) og 25 Ppl. for kino og bibliotek.

Plasser for sykkelparkering: 143 stk. Det betyr 77 Spl. for Forretning og 66 Spl. for kino og bibliotek.

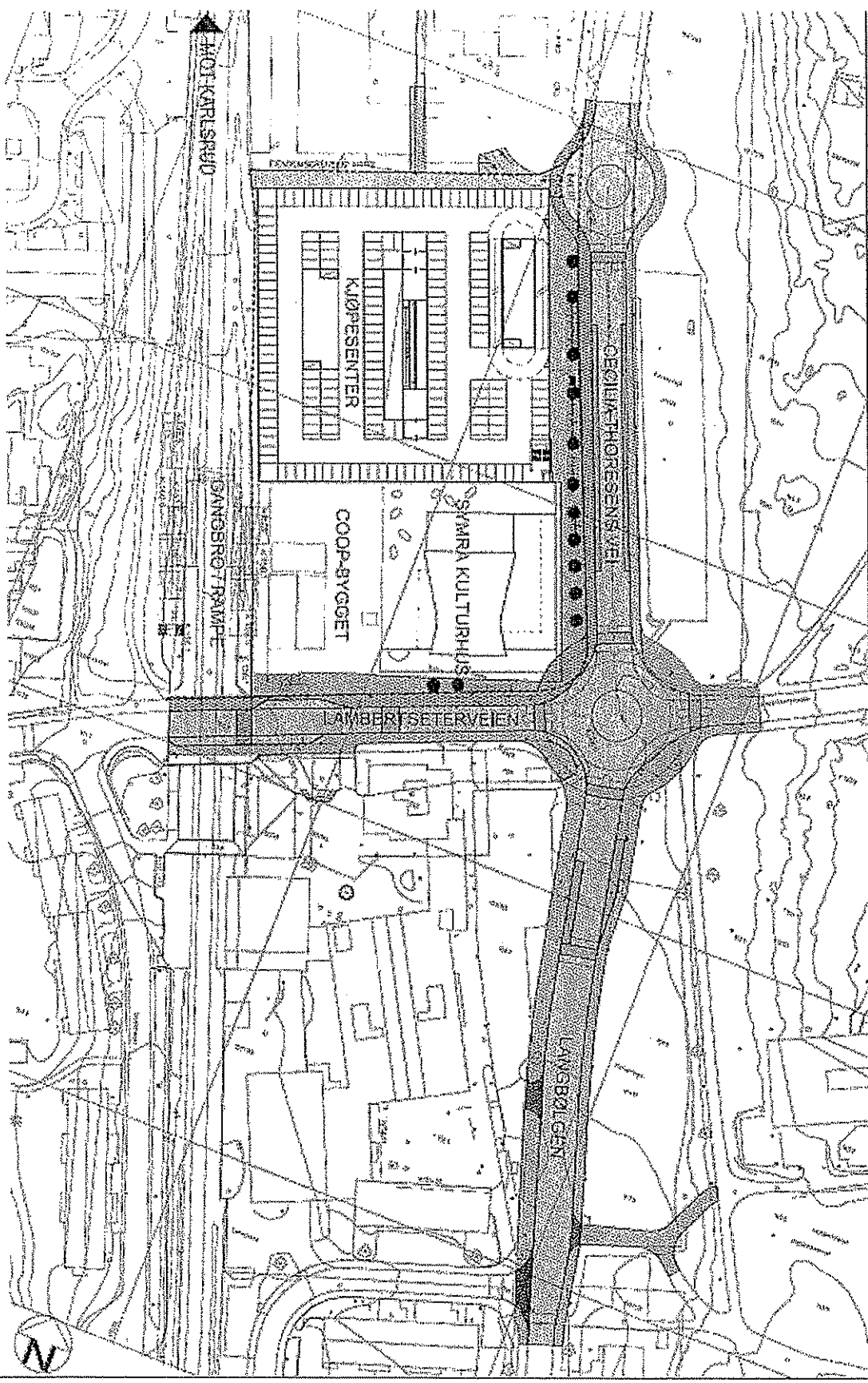
Vurdering av forskrift om konsekvensutredning

Planforslaget er vurdert iht. plan- og bygningslovens kapittel VII-a "Konsekvensutredninger", med tilhørende forskrift.

Tiltaket faller ikke inn under forskriftens oppfangskriterier og skal derfor ikke konsekvensutredes.

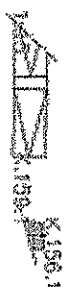
Kunngjøring og varsling/Varsling

Igangsetting av planarbeidet ble kunngjort 29.03.2005 og 30.03.2005 i Dagsavisen og Aftenposten. Grunneiere og andre rettighetshavere er varslet ved brev datert 18.03.2005



Skisse: 1804 ALTERNATIV B
 3474 LAMBERTSETER SENTER NORD - SITUASJONSPLAN
 Skala: 1:1000
 Dato: 10.05.2006
 ES

1804 ALTERNATIV B
 3474 LAMBERTSETER SENTER NORD - SITUASJONSPLAN
 Skala: 1:1000
 Dato: 10.05.2006
 ES



ALTERNATIV B (BYANTIKVAREM)

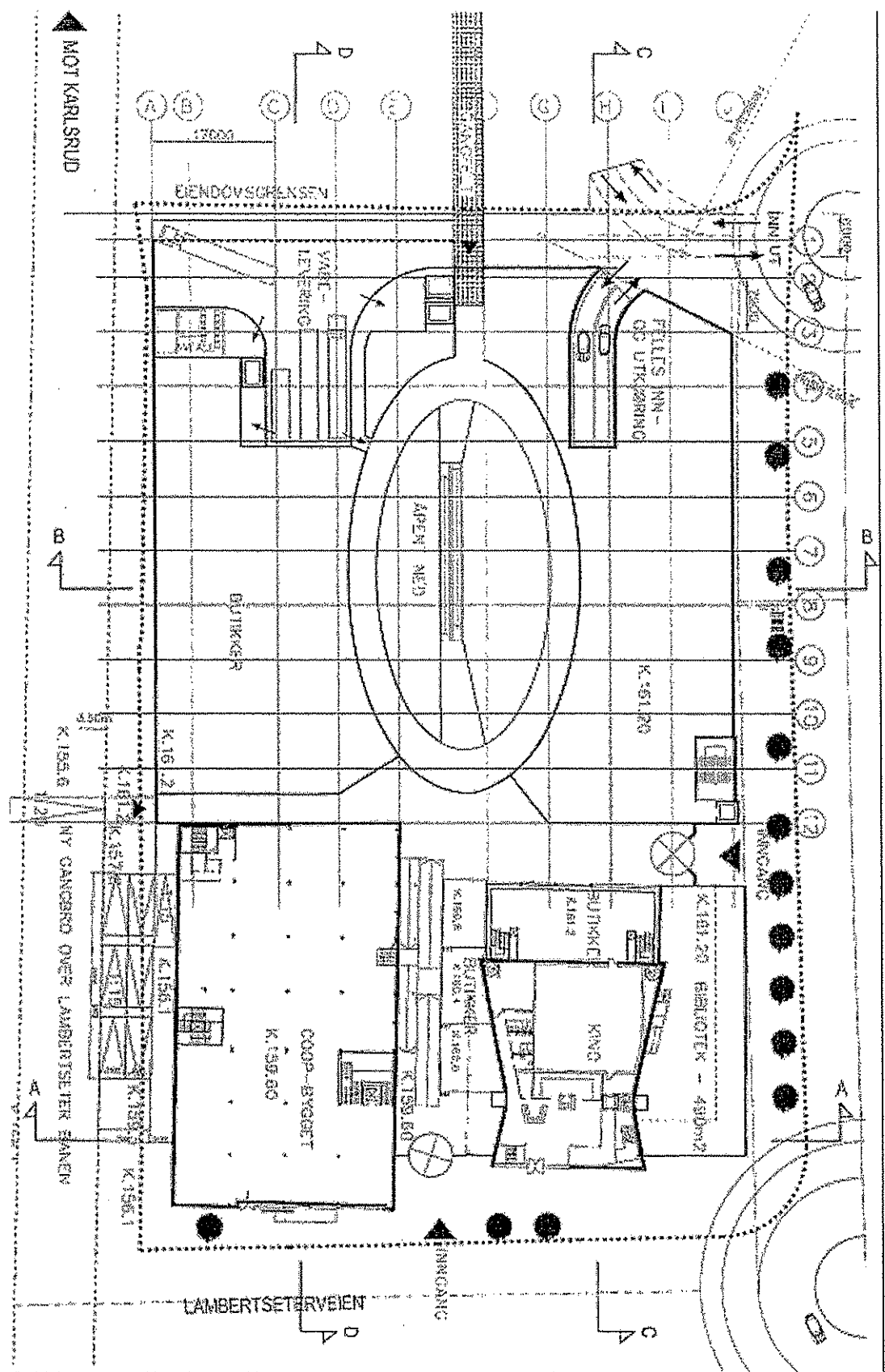
LAMBERTSETER SENTER NORD - PLANU ETG.

[illegible]

ES 1:500 10.05.2005 *

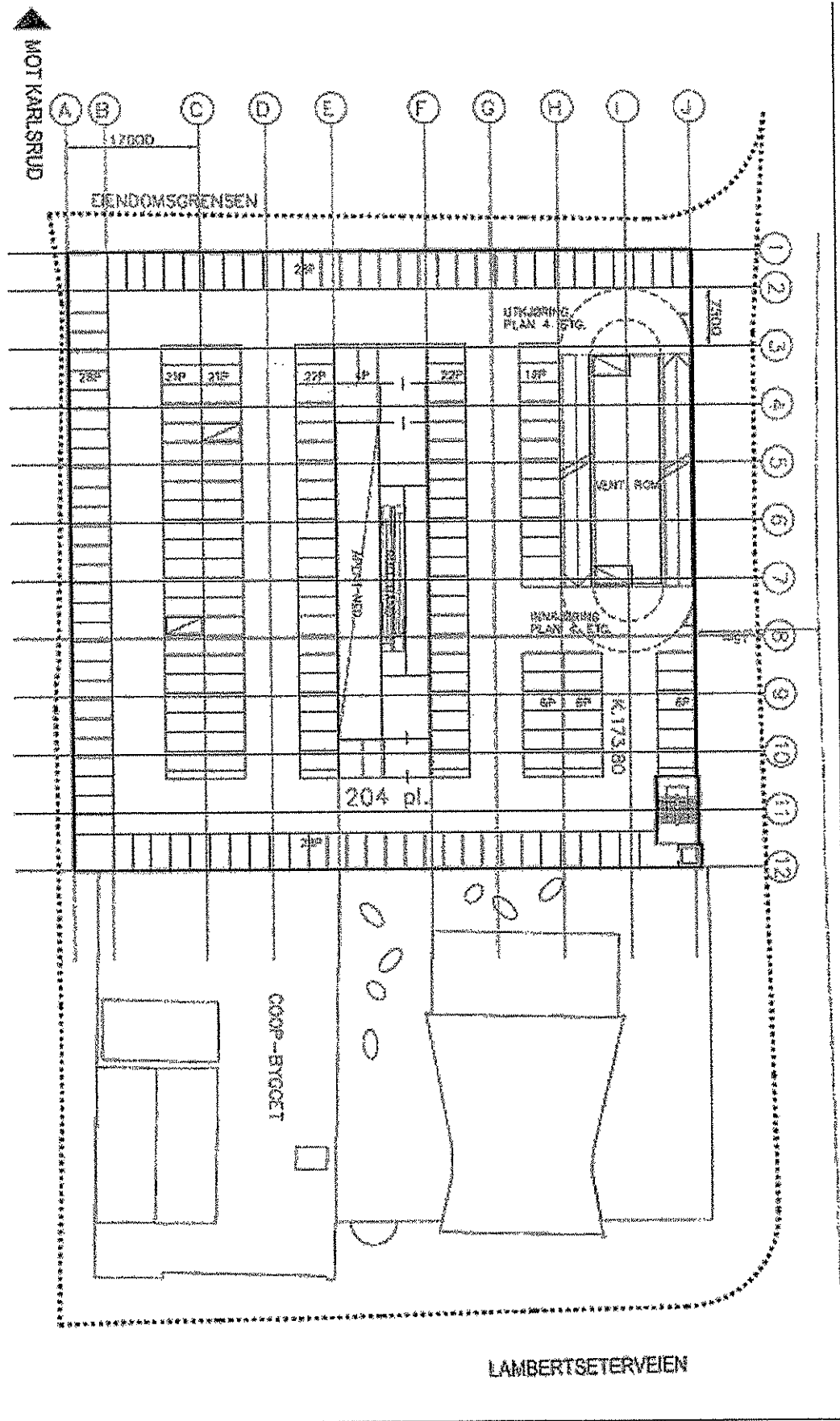
WILLOWBIRDS

[illegible]



2013年12月24日
 2013年12月24日
 2013年12月24日
 2013年12月24日
 2013年12月24日

LAMBERT SETERVEIEN

[illegible]

134 ALTERNATIV B (BYANTIKVÄRENN)

LAMBERTSETER SENTER NORD - TAKPLAN

100

2008

Ques:

Per

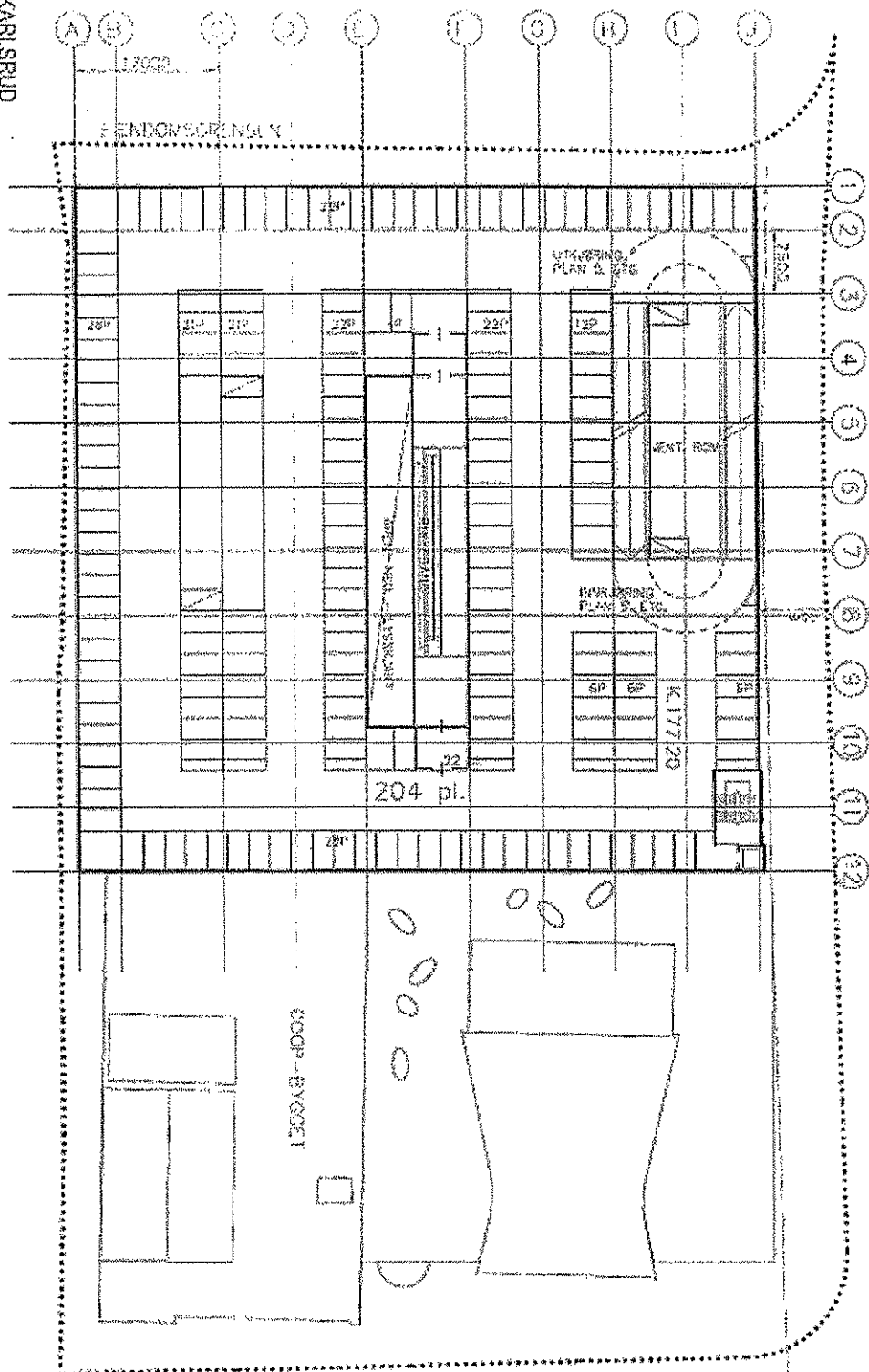
155

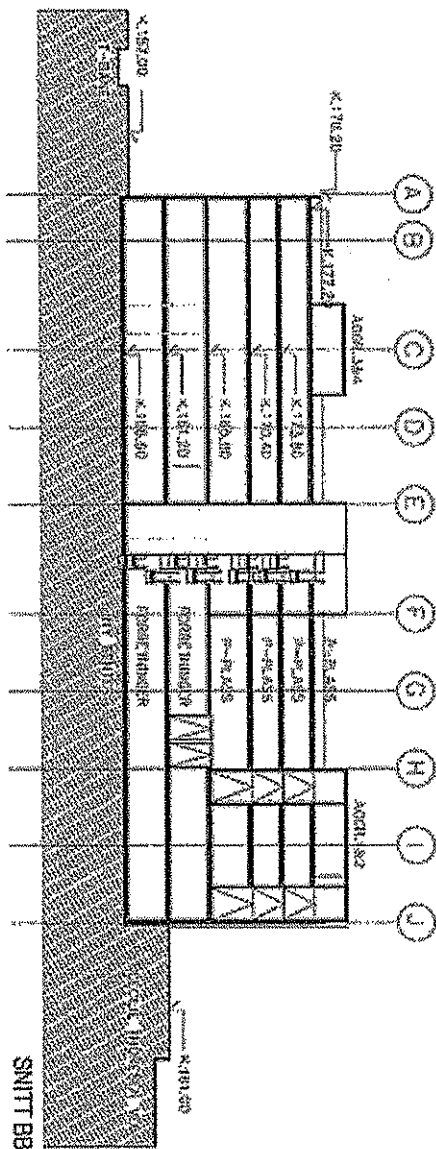
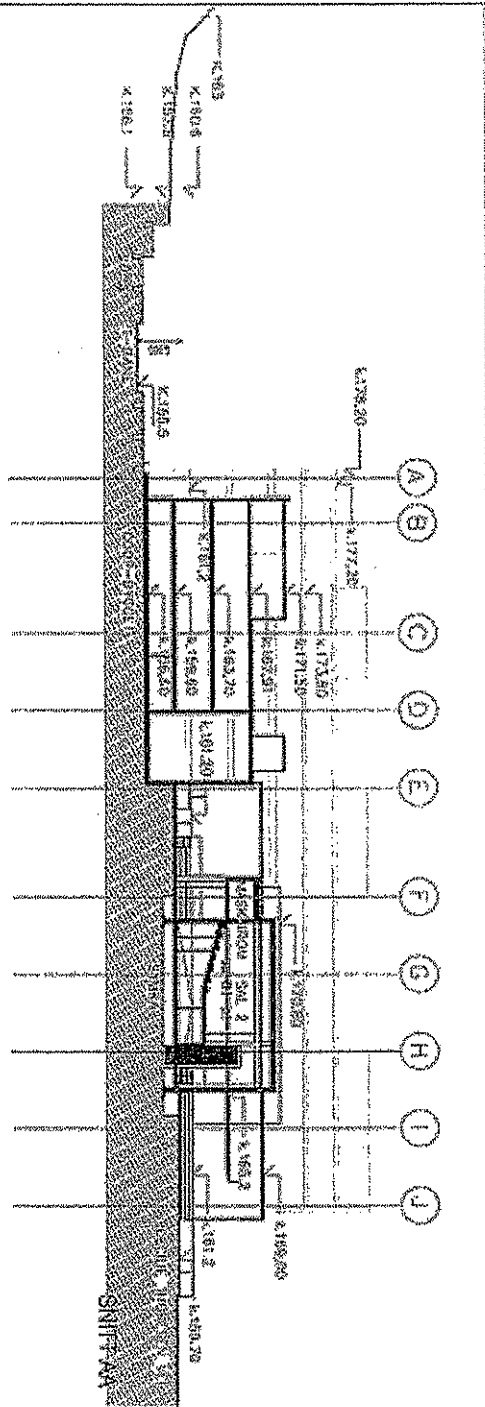
21.04.2006-

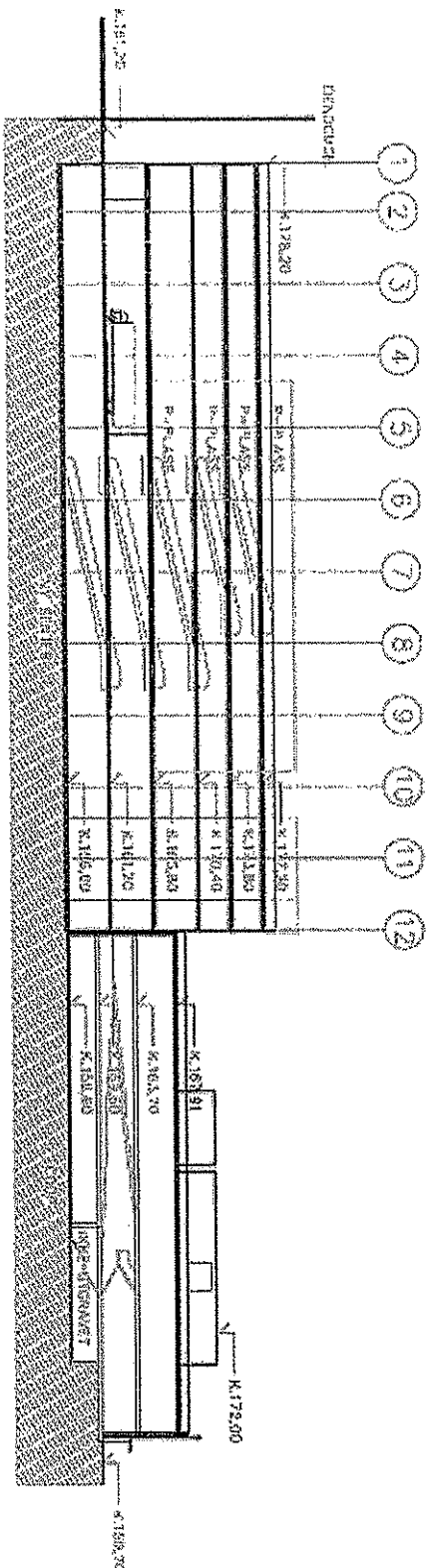
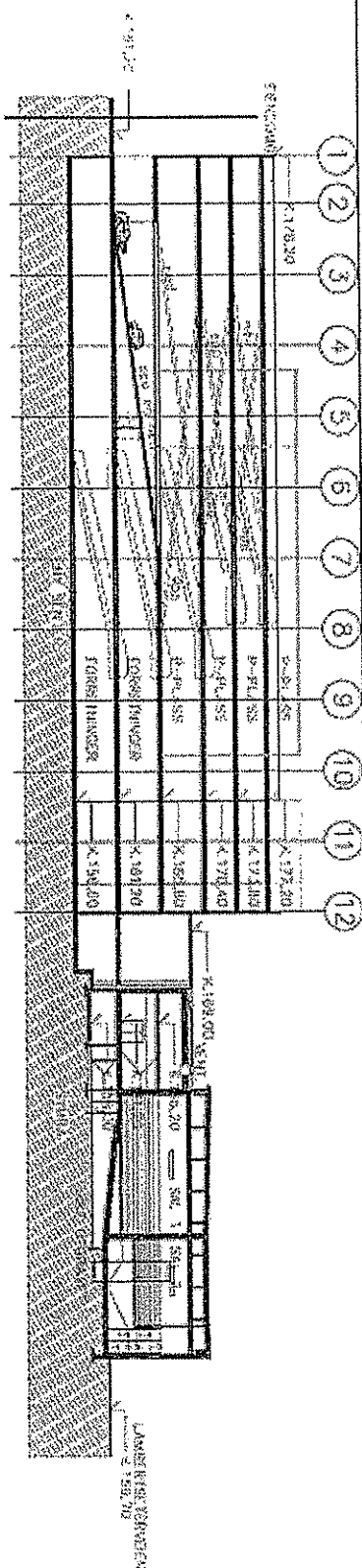
HELIX-PHILLY

[illegible]

LAMBERTSETERVEIEN







3474	YERU ALTERNATIV 8 (BYANTIKKIVAREN)
3474	LAMBERTSETER SENTER NORD - SMITT NORD-SØR

Salida	Mail	Date	From
ES	1:500	10.05.2006	-

31-55155-1
 31-55155-2
 31-55155-3
 31-55155-4
 31-55155-5
 31-55155-6
 31-55155-7
 31-55155-8
 31-55155-9
 31-55155-10
 31-55155-11
 31-55155-12
 31-55155-13
 31-55155-14
 31-55155-15
 31-55155-16
 31-55155-17
 31-55155-18
 31-55155-19
 31-55155-20
 31-55155-21
 31-55155-22
 31-55155-23
 31-55155-24
 31-55155-25
 31-55155-26
 31-55155-27
 31-55155-28
 31-55155-29
 31-55155-30
 31-55155-31
 31-55155-32
 31-55155-33
 31-55155-34
 31-55155-35
 31-55155-36
 31-55155-37
 31-55155-38
 31-55155-39
 31-55155-40
 31-55155-41
 31-55155-42
 31-55155-43
 31-55155-44
 31-55155-45
 31-55155-46
 31-55155-47
 31-55155-48
 31-55155-49
 31-55155-50
 31-55155-51
 31-55155-52
 31-55155-53
 31-55155-54
 31-55155-55
 31-55155-56
 31-55155-57
 31-55155-58
 31-55155-59
 31-55155-60
 31-55155-61
 31-55155-62
 31-55155-63
 31-55155-64
 31-55155-65
 31-55155-66
 31-55155-67
 31-55155-68
 31-55155-69
 31-55155-70
 31-55155-71
 31-55155-72
 31-55155-73
 31-55155-74
 31-55155-75
 31-55155-76
 31-55155-77
 31-55155-78
 31-55155-79
 31-55155-80
 31-55155-81
 31-55155-82
 31-55155-83
 31-55155-84
 31-55155-85
 31-55155-86
 31-55155-87
 31-55155-88
 31-55155-89
 31-55155-90
 31-55155-91
 31-55155-92
 31-55155-93
 31-55155-94
 31-55155-95
 31-55155-96
 31-55155-97
 31-55155-98
 31-55155-99
 31-55155-100
 31-55155-101
 31-55155-102
 31-55155-103
 31-55155-104
 31-55155-105
 31-55155-106
 31-55155-107
 31-55155-108
 31-55155-109
 31-55155-110
 31-55155-111
 31-55155-112
 31-55155-113
 31-55155-114
 31-55155-115
 31-55155-116
 31-55155-117
 31-55155-118
 31-55155-119
 31-55155-120
 31-55155-121
 31-55155-122
 31-55155-123
 31-55155-124
 31-55155-125
 31-55155-126
 31-55155-127
 31-55155-128
 31-55155-129
 31-55155-130
 31-55155-131
 31-55155-132
 31-55155-133
 31-55155-134
 31-55155-135
 31-55155-136
 31-55155-137
 31-55155-138
 31-55155-139
 31-55155-140
 31-55155-141
 31-55155-142
 31-55155-143
 31-55155-144
 31-55155-145
 31-55155-146
 31-55155-147
 31-55155-148
 31-55155-149
 31-55155-150
 31-55155-151
 31-55155-152
 31-55155-153
 31-55155-154
 31-55155-155
 31-55155-156
 31-55155-157
 31-55155-158
 31-55155-159
 31-55155-160
 31-55155-161
 31-55155-162
 31-55155-163
 31-55155-164
 31-55155-165
 31-55155-166
 31-55155-167
 31-55155-168
 31-55155-169
 31-55155-170
 31-55155-171
 31-55155-172
 31-55155-173
 31-55155-174
 31-55155-175
 31-55155-176
 31-55155-177
 31-55155-178
 31-55155-179
 31-55155-180
 31-55155-181
 31-55155-182
 31-55155-183
 31-55155-184
 31-55155-185
 31-55155-186
 31-55155-187
 31-55155-188
 31-55155-189
 31-55155-190
 31-55155-191
 31-55155-192
 31-55155-193
 31-55155-194
 31-55155-195
 31-55155-196
 31-55155-197
 31-55155-198
 31-55155-199
 31-55155-200
 31-55155-201
 31-55155-202
 31-55155-203
 31-55155-204
 31-55155-205
 31-55155-206
 31-55155-207
 31-55155-208
 31-55155-209
 31-55155-210
 31-55155-211
 31-55155-212
 31-55155-213
 31-55155-214
 31-55155-215
 31-55155-216
 31-55155-217
 31-55155-218
 31-55155-219
 31-55155-220
 31-55155-221
 31-55155-222
 31-55155-223
 31-55155-224
 31-55155-225
 31-55155-226
 31-55155-227
 31-55155-228
 31-55155-229
 31-55155-230
 31-55155-231
 31-55155-232
 31-55155-233
 31-55155-234
 31-55155-235
 31-55155-236
 31-55155-237
 31-55155-238
 31-55155-239
 31-55155-240
 31-55155-241
 31-55155-242
 31-55155-243
 31-55155-244
 31-55155-245
 31-55155-246
 31-55155-247



Oslo kommune
Plan- og bygningsetaten
Avdeling for byutvikling
NOTAT

Vår ref (saksnr): 199907788-80 / saksbehandler Kjersti Granum

Oslo 12.12.2005

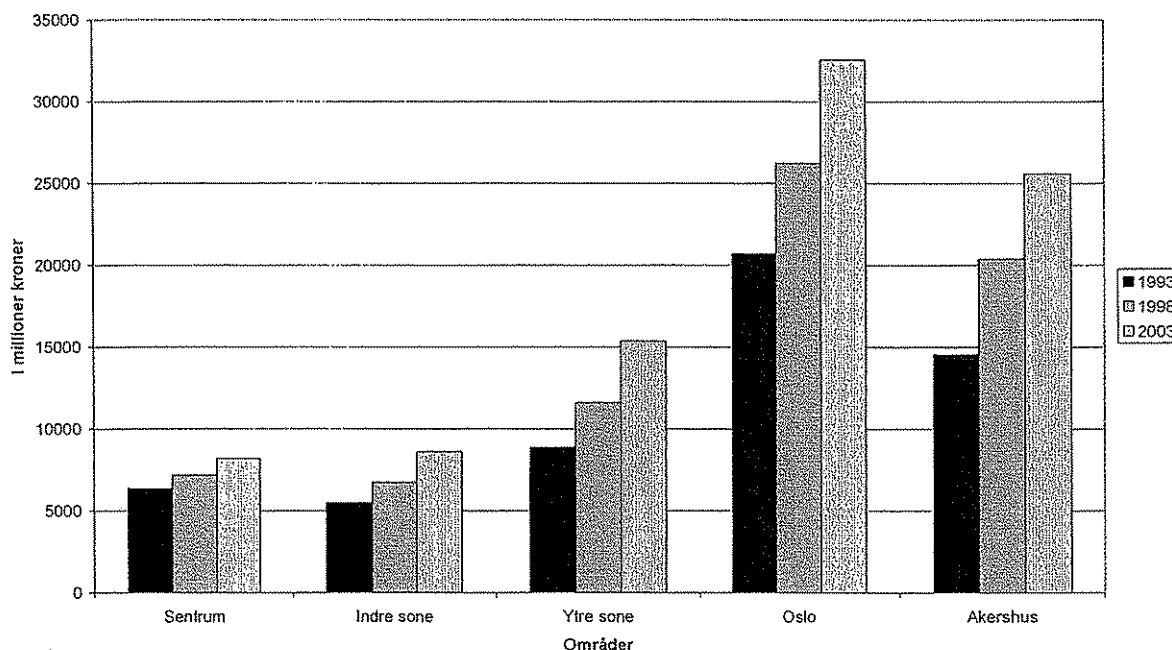
Konsekvenser av å fravike Kommunedelplan for lokalisering av varehandel og andre servicefunksjoner i flere enkeltsaker

Utviklingen i butikkhandelomsetning

Figuren under viser Butikkhandelsomsetning i Oslo og Akershus fra 1993 til 2003 i millioner kr, og tabellen på neste side viser i tillegg også Norge. Oslos omsetning er fordelt på tre soner; Sentrum, Indre sone og Ytre sone. Omsetningen i butikkhandelen i Oslo har i perioden 1998-2003 økt jevnt i alle de tre områdene. Veksten er størst i siste periode, fra 1998-2003, både i relative tall (prosentvis) og i absolutte tall for alle områdene (se tabellen neste side). Indre sone har hatt den største prosentvise veksten fra den ene perioden til den andre, men Ytre sone er totalt sett den klare vinneren med en økning på over 70 % i løpet av hele perioden. Området har hatt en meget sterk vekst gjennom hele perioden både prosentvis og i absolutte tall. Lavest er veksten i Sentrum, og området taper stadig terreng i forhold til ytterområdene.

Sammenlikner vi utviklingen i Oslo, Akershus og Norge viser alle tre sterk vekst i perioden. Akershus har den høyeste prosentvise veksten totalt, deretter kommer Norge, lavest er veksten i Oslo. Akershus og Norge har høyest vekst i første periode, vesentlig høyere enn Oslo, men er ikke så sterk i andre periode. Utviklingen for Oslo er omtrent lik i begge perioder, og veksten holder seg bedre i andre periode sammenliknet med Akershus og landet. (Det gjøres oppmerksom på at tallene for Oslo som helhet avviker noe fra tallene en får ved å summere de tre delområdene i byen. Dette skyldes at når byen oppdeles i områder fjernes enkelte av omsetningstallene pga anonymiseringskrav.)

Butikkhandelsomsetning i Oslo og Akershus 1993-2003



Plan- og bygningsetaten
Avdeling for byutvikling

Internett:

www.pbe.oslo.kommune.no

Besøksadresse:
Vahls gate 1, 0187 Oslo
Postadresse:
Boks 364 Sentrum,
0102 Oslo

Telefon: 02180
Telefaks: 23.49.10.01
E-post: postmottak@pbe.oslo.kommune.no

Bankgiro:
6003.05.58920
Organisasjonsnummer:
971 040 823 MVA

Butikkhandelsomsetning i Oslo, Akershus og Norge 1993 - 2003 i mill. kr

OMRÅDER	1993	1998	2003	% endr 93-98	% endr 98-03	% endr 93-03	% endr pr år
Sentrum	6352	7167	8203	12,8 %	14,5 %	29,1 %	2,6 %
Indre sone	5502	6736	8609	22,4 %	27,8 %	56,5 %	4,6 %
Ytre sone	8859	11592	15362	30,8 %	32,5 %	73,4 %	5,7 %
Oslo	20714	26224	32562	26,6 %	24,2 %	57,2 %	4,6 %
Akershus	14559	20380	25583	40,0 %	25,5 %	75,7 %	5,8 %
Norge	149229	203624	245512	36,5 %	20,6 %	64,5 %	5,1 %

Tallene er oppgitt i nominelle kroneverdier, dvs tallene er ikke korrigert for økningen i konsumprisindeksen.

Butikkhandelsomsetning på Nordstrand / Lambertseter 1993 - 2003 i mill. kr

BYDELER (gamle)	1993	1998	2003	% endr 93-98	% endr 98-03	% endr 93-03	% endr pr år
Lambertseter	196	378	452	92,9 %	19,6 %	130,6 %	8,7 %
Ekeberg - Bekkelaget	354	303	288	-14,4 %	-5,0 %	-18,6 %	-2,0 %
Nordstrand	236	265	288	12,3 %	8,7 %	22,0 %	2,0 %

De tre bydelene Lambertseter, Ekeberg-Bekkelaget og Nordstrand er samlet nesten identisk med dagens Nordstrand bydel. De tre bydelene har hatt veldig ulik utvikling når det gjelder butikkhandelsomsetning de siste ti årene. Lambertseter med et større senter som er utvidet og bygget om i løpet av tiåret, har hatt en meget sterk vekst i omsetning, spesielt i første periode og totalt på 130 %. Ekeberg-Bekkelaget derimot har hatt stor nedgang, størst i første periode og totalt på nærmere 20 %, mens Nordstrand, har hatt jevn vekst hele perioden, totalt på noe over 20 %. I 2003 har de to sistnevnte bydelene lik totalomsetning. Veksten i Nordstrand skyldes nok Sæter som er et relativt stort handelssenter med et variert utvalg av varer, mens de mindre sentrene i Ekeberg-Bekkelaget; Holtet, Simensbråten, Brattlikollen og Karlsrud, har tapt terreng.

Når dekningsgraden for varehandel i Oslos bydeler regnes ut, settes dekningsgraden for hele Oslo til 100 %. Det vil si at selv om en stor del av handelen skyldes tilreisende fra nabokommuner, turister og lignende, og Oslobefolkningen også krysser grenser for å handle, tas ikke det hensyn til ved beregning av dekningsgrad eller omsetning pr person i Oslo. Når dekningsgraden i Oslo i 2003 er 100 %, er dekningsgraden for Lambertseter 91 %, og det er blant de høyeste i ytre by. Bare Manglerud, Helsefyr-Sinsen, Hellerud, Stovner og Ullern i ytre by har 100 % eller høyere. Manglerud som er nabobydelen til Lambertseter i nordøst har en dekningsgrad på 180 %. Ekeberg-Bekkelaget og Nordstrand har begge lav dekningsgrad, den er på henholdsvis 35 % og 34 %.

Butikkhandelsomsetning i Oslo 1993 - 2003 pr person

Oslo	43750	52480	62934	20 %	20 %	43,8 %	3,7 %
------	-------	-------	-------	------	------	--------	-------

Omsetningen i Oslo pr person har også økt, dvs vi handler mer. Den prosentvise veksten pr person er ikke så stor som den totale omsetningsveksten, og økningen er lik i begge perioder. Det betyr at veksten i kjøpesenterutbyggingen har økt mer enn veksten i befolkningens personlige kjøpekraft og omsetningsøkningen skyldes i stor grad befolkningsveksten i Oslo.

Veksten i butikkomsetningen siste ti år er som vi har sett stor, særlig i Ytre sone av byen. Kjøpesenterutvikling er i dag bokstavelig talt "god butikk", og i et marked hvor kontoretterspørselen i mange områder er lav, ønsker eiendomsutviklere i stadig større grad å satse på forretning. Det er for tiden stor aktivitet i markedet over hele byen og det er både under bygging og planlegging et anseelig antall m² forretning. I Ytre sone pågår en omfattende ombygging og utvidelse av eksisterende sentre samt en god del spredte mindre etableringer under 4000 m². I Sentrum og Indre sone foregår det også utvidelser av eksisterende sentre, men i større grad nybygging i transformasjonsområder (spesielt i Indre sone).

Deler vi Oslos omsetning på antall innbyggere ser vi av tabellen ovenfor, at vi handler for noe over 60.000 kroner pr person i året. 25 % av dette handler vi i Sentrum. Området har ingen stor

egenbefolkning, så opprettholdelse av Sentrum som det sentrale og eneste regionale handelsområde i byen, avhenger av at hele befolkningen fortsatt trenger, og ønsker å videreføre Sentrumhandelen. Spesielt er sentrumshandelen sårbar for overetableringer i ytre by.

Beregning av størrelsen på et senter tilpasset etterspørsel i det lokale markedet

Omsetningen pr m^2 på et middels stort kjøpesenter i Oslo ligger på omkring kr 40.000. Befolkningen i Oslo handler totalt for litt over 60.000 kroner pr person i året, fordelt på 25 % eller kr 15.000 i sentrum av byen og resten, dvs ca kr 45.000 andre steder. Ingen handler absolutt alt de kjøper for disse 45.000 på ett senter, ganske enkelt fordi ingen sentre har alle vareslag en person trenger, i tillegg liker de fleste av oss variasjon. Det er vanlig å regne med at den befolkningen som bor i ca 1000 meters omkrets rundt et større senter, handler omkring 50 % av de kr 45.000 på dette senteret. Bor man lenger unna (eller nær et lite senter) avtar prosentandelen kraftig. På følgende måte kan kundegrunnlaget og dermed størrelsen på et senter beregnes, og eksempelet som brukes her gjelder Lambertseter senter:

På Lambertseter bor det i en avstand på 1000 m i luftlinje rundt senteret, dvs ca 1,5 km langs vei, ca 12.850 personer. I en avstand på mellom 1000 og 2000 m rundt senteret, dvs i en omkrets fra ca 1,5 km til 3 km langs vei, bor det 25.763 personer. Dersom vi gir Lambertseter et mulig kundegrunnlag som går utover det vi vanligvis regner som det lokale markedet, sier vi at 12.866 personer handler 50 % og 25.763 personer handler 25 %. Omgjør vi disse tallene til kunder som handler 100 %, tilsvarer dette 50 % av 12.874 som er 6.433 personer, pluss 25 % av 25.763 som er 6.441 personer, til sammen 12.874 personer. Dette kundegrunnlaget på 12.874 personer handler for kr 45.000 (omsetning pr pers utenom sentrum) på Lambertseter. Senteret får da en omsetning pr år på $(12.874 \text{ personer} \times \text{kr } 45.000)$ kr 579.330.000 pr år. Deles denne totalomsetningen på omsetning pr m^2 ; dvs kr 40.000, får vi det antall m^2 senteret kan bli, nemlig $14.483 m^2$, som kan forhøyes til $15.000 m^2$.

Holder vi oss innenfor Nordstrand bydel kan regnestykket endres litt på:

Lambertseter gamle bydel har ca 10.000 personer som handler 50 %. De to andre bydelene Nordstrand og Ekeberg-Bekkelaget har ca 17.000 personer hver: Halvparten handler 30 %, de lenger unna handler 20 %: Befolkningsgrunnlaget som handler 100 % er $5.000 + 5.100 + 3.400 = 13.500$ personer $\times$ kr 45.000 omsetning pr person = kr 607.500.000 i totalomsetning pr år : 40.000 omsetning pr $m^2 = 15.187$ eller $15.000 m^2$.

Regnestykket viser at Lambertseter som bydelssenter til nød kan romme et kjøpesenter på totalt $15.000 m^2$ (eksisterende, nybygging og under planlegging). Dersom senteret blir større enn dette legger vi til rette for et regionalt bilbasert senter og en sikker reduksjon av de eksisterende sentrene i nye Nordstrand bydel; Sæter, Holtet, Karlsrud, Brattlikollen, Simensbråten og Ljan. Lambertseter betraktes gjerne som et godt kollektivknutepunkt pga T-banen, men T-banen går bare i nordsydlig retning, og bydelen har dårlig kommunikasjon med kundegrunnlaget på tvers, i østvestlig i retning. For dem er bilkjøring antakelig det eneste realistiske alternativet.

Planer for ny handel i Nordstrand bydel

I Lambertseter bydelssenter (OBOS) er det forslag om ca $14.000 m^2$ ny forretning. I planforslag finnes det i Cecilie Thoresens vei både ved Lambertseter senter og Karlsrud samt et potensial på Bergkrystallen, på til sammen $7.500 m^2$. På Sæter lokalsenter foreligger det planer om en utvidelse av senteret med ca $3.000 m^2$ forretning og på Holtet med ca $4.500 m^2$. Det vil si at det finnes vedtatte og foreslåtte planer i Nordstrand bydel på $29.000 m^2$ forretning i tillegg til bydelens eksisterende forretninger. $29.000 m^2$ forretning med en omsetning på 40.000, betyr et kundegrunnlag på 26.000 nye personer som handler 100 % av de kr 45.000 her. Setter vi ned omsetningen pr m^2 til 30.000 på de mindre sentrene, trengs likevel 22.500 nye kunder som vil handle alle sine varer i Nordstrand bydel, for at nye forretninger i sentrene skal få en gjennomsnittlig omsetning. Deler av bydelen (gamle Ekeberg-Bekkelaget og Nordstrand) har riktignok så lav dekningsgrad for varehandel at det lokale markedet bør styrkes ved utvidelse av lokalsentrene her, men det er ikke realistisk å utvide Lambertseter senter i et slikt omfang som nå er foreslått, uten at det vil skyggelegge for og ta kunder fra eksisterende handel andre steder i Oslo syd.

Kommunedelplan for lokalisering av varehandel og andre servicefunksjoner

Kommunedelplanen ble laget på oppdrag fra Byrådsavdeling for næring og byutvikling og var en bestilling fra Miljøverndepartementet gitt gjennom *Rikspolitisk bestemmelse om midlertidig etableringsstopp for kjøpesentre utenfor sentrale deler av byer og tettsteder*, den såkalte "Kjøpesenterstoppen", som ble fastsatt ved Kongelig resolusjon 8. januar 1999. Planen måtte lages innen 5 år etter at Kjøpesenterstoppen trådte i kraft, og skulle erstatt denne etter godkjenning fra departementet. En annen hensikt med denne planen var å revidere *Service- og senterstrategien for Oslo* av 1994. Kommunedelplanen som har juridisk bindende bestemmelser og retningslinjer med utredningskrav, ble vedtatt i Bystyret 27.11.2002 og godkjent av Miljøverndepartementet i april 2003.

Målsettingen med planen er å styrke og revitalisere sentrum i byen, forhindre unødvendig byspredning som fører til at varehandelen konsentreres i store enheter utenfor sentrale byområder samt begrense bilavhengighet og dårlig tilgjengelighet for dem som ikke disponerer bil. Det langsiktige målet er å oppnå en mer bærekraftig og robust byutvikling. Det vil si å kutte ned på unødige og lange reiser ved å legge sentrene der folk bor og der det er lett tilgjengelighet til kollektivtilbudet, fortrinnsvis skinnegående. Flertallet av byens befolkning bør altså ha et handelstilbud i form av et nærsenter, lokalsenter eller bydelssenter innen en avstand på 1000 meter fra boligen. Små butikklynger/nærsentre utvikles der befolkningsgrunnlaget er lite og tilgjengeligheten ikke er så god, mens større sentre lokaliseres der markedsgrunnlaget i nærmiljøet er stort og kollektivtilbudet velutviklet. Det betyr ikke at de største sentrene skal tiltrekke seg kunder langveis fra, bare at kundepotensialet er større og mer tilgjengelig nær disse sentrene. Byen får dermed en hierarkisk og polisentrisk oppbygd senterstruktur, der sentre på ulike nivå og i ulike størrelser tilknyttes boligområdene etter prinsipper om kundegrunnlagets størrelse og lokalisering i forhold til kollektivtilbudet. Riktignok må det tilføyes at bydelssentrene som både har et bredt vareutvalg og rommer en rekke funksjoner utover handel, vil oppsøkes av flere enn de aller nærmeste beboerne, derfor har de også som regel høyere omsetning pr m². Men det skal i henhold til de rettslig bindende bestemmelsene i Kommunedelplanen *ikke legges tilrette for større regionale bilbaserte kjøpesentre. Etablering av kjøpesentre skal skje i områder hvor kollektivdekningen er god og hvor det er et lokalt kundegrunnlag*. Det skal altså ikke gis anledning til å tilrettelegge for et regionalt kundegrunnlag. Retningslinjene med utredningskrav skal i første rekke dokumentere at tiltaket det søkes om står i forhold til etterspørselen i det lokale markedet, belyse konsekvenser for eksisterende senterstruktur, dokumentere god tilgjengelighet i forhold til kollektivtilbudet og virkninger av biltrafikk til/fra kjøpesenteret.

Kommunedelplanen baserte senterstrukturen i Oslo på 25 bydeler. Når Oslos bydeler i dag er redusert, vil det i henhold til bestemmelsene og retningslinjene i planen ikke være noen ønsket utvikling å konsentrere detaljhandelen i enda større enheter og redusere antall bydelssentre til 15 store sentre for en befolkning på 25-45.000 personer. Det vil i tilfelle føre til at markedsgrunnlaget blir mer regionalt, fordi kundene må hentes stadig lenger ut fra sentrene. At Lambertseter senter skal basere omsetningen på befolkningen fra hele Nordstrand bydel, bryter med intensjonene i kommunedelplanen.

Senterstrukturen i Oslo er effektiv og boligområdene har god dekning av dagligvarebutikker og handelssentre, dvs de er sikret et godt varetilbud i rimelig nærhet til bosted. Ca 45 % av befolkningen har et handelssenter (i henhold til definisjon i kommuneplanen) innen 500 meter fra boligen, 70 % har et tilbud innen 750 meter og nærmere 90 % innen 1000 meter fra boligen. Det er likevel store variasjoner med hensyn til utvalg, størrelse, attraktivitet og tiltrekningskraft i Oslos handelssentre. I ytre by vest er avstandene, på grunn av bebyggelsesstrukturen, mellom bolig og sentre størst.

Oslo sentrum utgjør fremdeles toppen av senterhierarkiet, selv om dets posisjon som dominerende regionalt senter for varehandel er truet av de større kjøpesentrene i Oslo ytre by og Akershus. Det er viktig for Oslo å beholde et levende, attraktivt og trygt sentrum der varehandelen utgjør en vesentlig

del av bildet og der det er tatt hensyn både til lokalisering og utforming av butikkene. Likeledes er det viktig å videreutvikle levedyktige handelssentre i boligområder og knutepunkter i ytre deler av byen. Ved overetablering av store sentre, reduseres nærsentrene, senterstrukturen sentraliseres og transportarbeidet øker.

Oslo har lang erfaring med kjøpesenterplanlegging og kommunen har utviklet et meget godt system for å vurdere riktig lokalisering og størrelse på handelssentrene.

Konsekvensene av å fravike Kommunedelplanen i flere enkeltsaker

- *Mindre handel i Sentrum.* Dersom vi lar sentrene i ytre by bli større enn det lokale markedsgrunnlaget tilsier, vil det kunne føre til mindre handel i Oslo sentrum. Veksten har på grunn av mange nyetableringer i første rekke skjedd utenfor Sentrum. Omsetningstallene i ytre sone har langt sterkere vekst enn Sentrum.
- *Mindre handel i små sentre.* Veksten i de små kjøpesentre er lav, og de store øker på bekostning av de små. Utvidelse av større kjøpesentre og eventuelt planlegging av nye, kan medføre ubalanse i fordelingen av sentre i bydelene. En videreutvikling av senterstrukturen krever grundige beregninger av det lokale markedsgrunnlaget for å forhindre overetablering og storsenterutbygging. I Nordstrand bydel ligger foruten Lambertseter senter, Sæter, Holtet, Karlsrud, Brattlikollen, Simensbråten og Ljan, og i nabobydelen Østensjø ligger det enda flere sentre, blant annet noen store som Manglerud og Bryn. Flere av disse sentrene kan risikere å bli borte. Det er verdifullt og hensiktsmessig å kunne videreføre mangfoldet i Oslos senterstruktur.
- *Totalt mer transport.* Handel foregår i større grad på de store og mest bilbaserte kjøpesentrene. Lambertseter mangler gode kollektive tverrforbindelser og kunder som kommer fra vest og øst er i stor grad avhengig av bil. Sterk økning i biltrafikk på Lambertseter er ingen ønsket utvikling.
- *Muligheter for innsigelser.* Kommunedelplanen er et resultat av den såkalte "Kjøpesenterstoppen" fra Miljøverndepartementet (*Rikspolitisk bestemmelse om midlertidig etableringsstopp for kjøpesentre utenfor sentrale deler av byer og tettsteder*). Innsigelser fra for eksempel Fylkesmannen, Statens vegvesen og andre kan være mulig.

Kopi til: Byrådsavdeling for byutvikling, Rådhuset, 0037 Oslo



Oslo kommune
Plan- og bygningsetaten
Avdeling for områdeutvikling

ARKIV

21 AUG 2006

BUON

Ihht liste

Deres ref:

Vår ref (saksnr): 200406964-58 Saksbeh: Gro Jensen Vig
Oppgis alltid ved henvendelse

Dato: 17 AUG 2006

Arkivkode: 512.1

**CECILIE THORESENS VEI 17 - 19 M.FL, SUPPLERENDE MATERIALE
TIL OFF.ETTERSYN**

Viser til varsling av ovennevnte sak som ligger til offentlig ettersyn fra 14.08.2006 til 13.09.2006.

Ved en inkurie ble ikke illustrasjonene til alternativ 1 med i utsendelsen til de som fikk saksfremstillingen. Disse ettersendes herved.

Forslaget alternativ 1 kan også ses som modell i Plan- og bygningsetaten, kundesenteret.

Det gjøres oppmerksom på at forslag til reguleringskart i alternativ 1 mangler et hjørne av byggegrense for tak over Symra kino som forslagstiller ønsker ut over trafikkområdet ved rundkjøringen i sør. Dett er vist på illustrasjonene.

Det er ønskelig at særlig Samferdselsetaten tar stilling til dette.

PLAN- OG BYGNINGSETATEN
Avdeling for områdeutvikling
Områdeplaner 2, Åpen by


Gro Jensen Vig
saksbehandler

Vedlegg til alle: illustrasjoner alternativ 1



Plan- og bygningsetaten
Avdeling for områdeutvikling
Områdeplaner 2, Åpen by
Internett:
www.pbe.oslo.kommune.no

Besøksadresse:
Vahls gate 1, 0187 Oslo
Postadresse:
Boks 364 Sentrum,
0102 Oslo

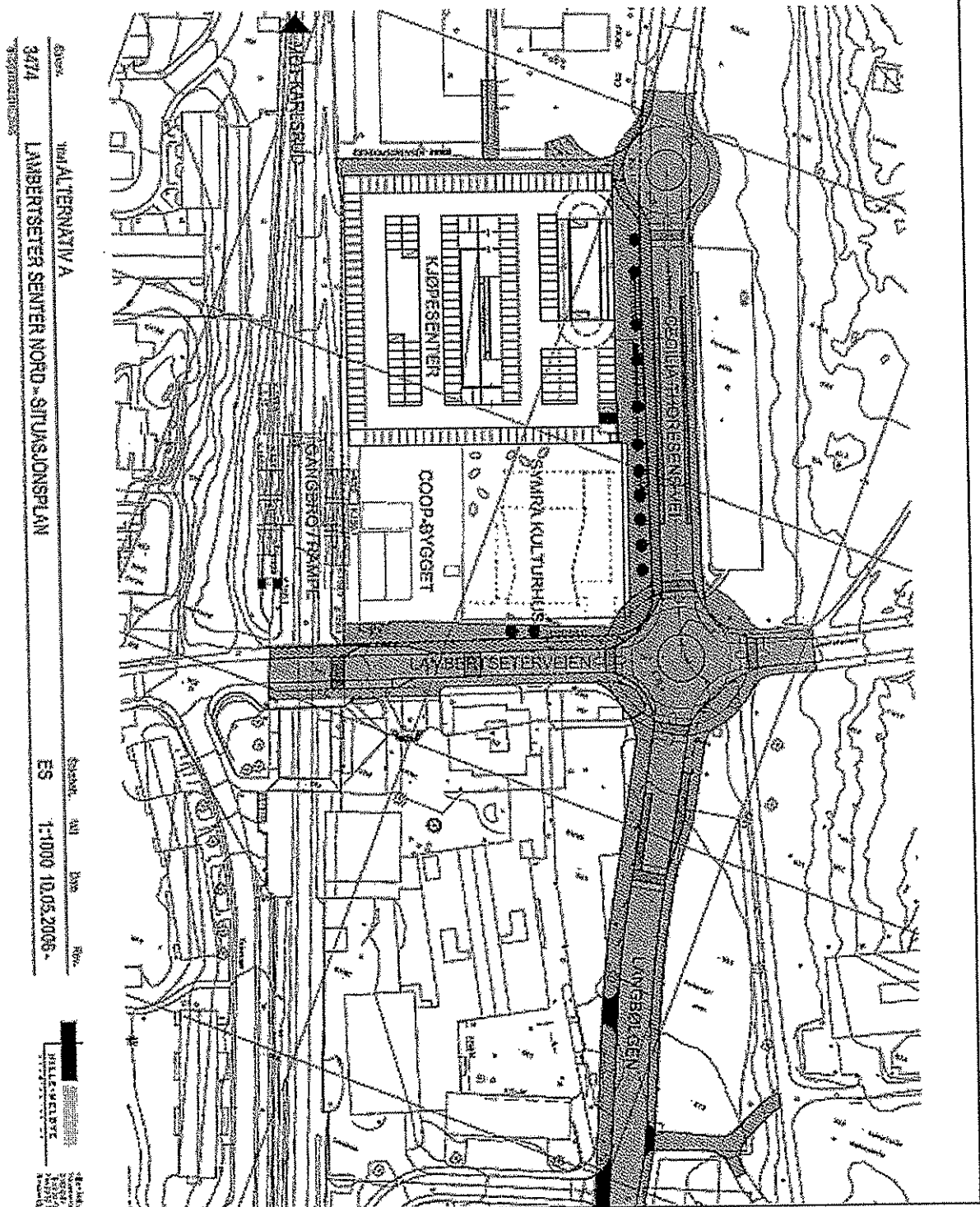
Sentralbord: 02 180
Kundesenter: 23 49 10 00
Telefaks: 23 49 10 01
E-post: postmottak@
pbe.oslo.kommune.no

Bankgiro:
6003.05.58920
Organisasjonsnummer:
971 040 823 MVA

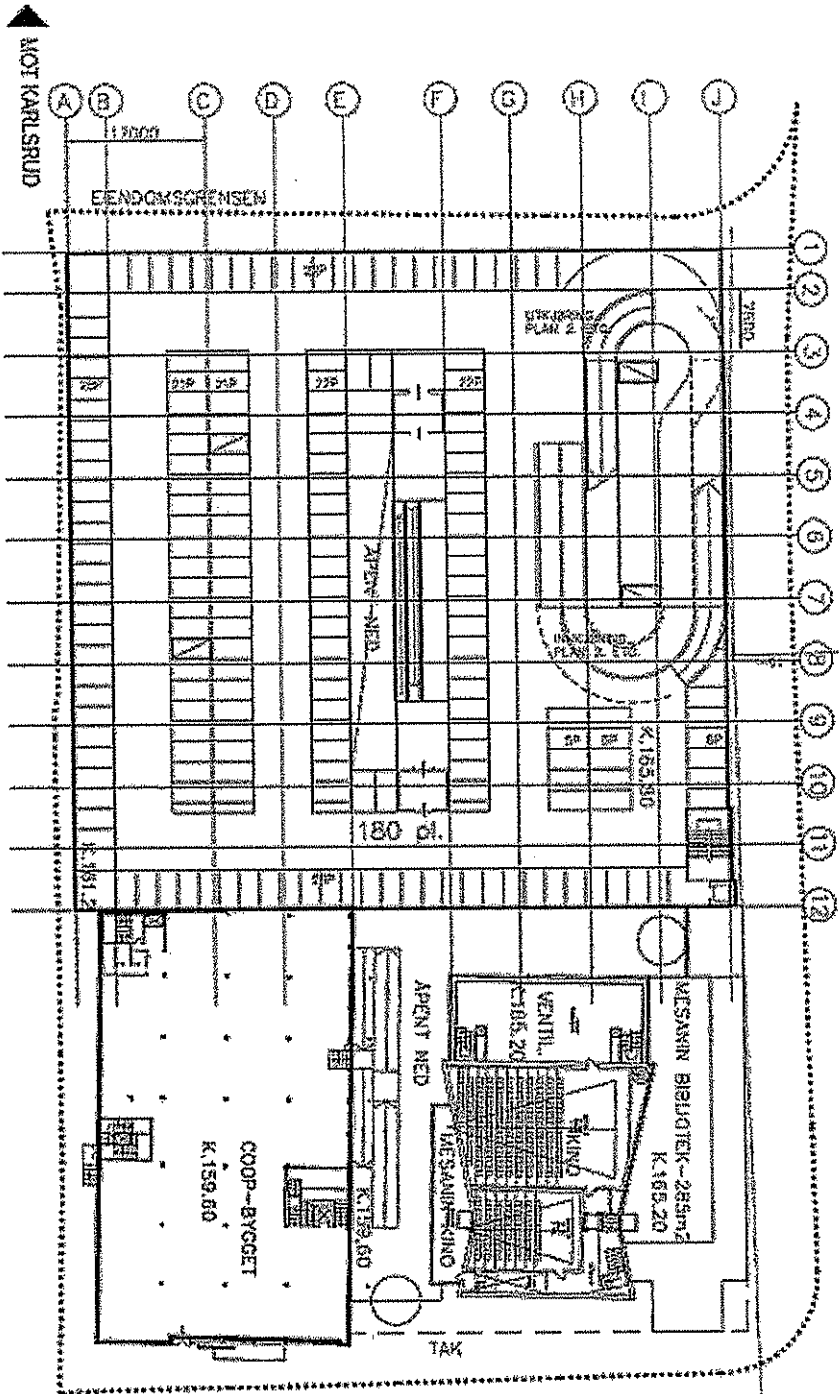
Adresseliste:

Oslo Politidistrikt, Trafikkseksjonen, trafikkplan,	P.B. 8101 Dep.2	0030 Oslo
Telenor AS servicesenter for nettutb.	P.B. 7150	5020 Bergen
Fylkesmannen i Oslo og Akershus	P.B. 8111 Dep.	0032 Oslo
Byutviklingskomiteen	Rådhuset	
Byrådsavd. For Byutvikling	Rådhuset	
Informasjonskontoret	Rådhuset	
Byantikvaren	INTERNPOST	
Helse- og velferdsetaten	"	
Hafslund Nett		0247 Oslo
Vann- og avløpsetaten	INTERNPOST	
Samferdselsetaten	"	
Fylkesrådet for funksjonshemmede	"	
Det sentrale eldreråd	"	
Deichmanske bibliotek	"	
Plan- og bygningsetaten, kundesenteret	HER	
Eiendoms- og byfornyelsesetaten	"	
Trafikketaten	"	
Oslo Sporveier AS, plandirektøren	P.B. 2857 Tøyen	0608 Oslo
Friluftsetaten	INTERNPOST	
Renovasjonsetaten	P.B. 4533 Nydalen	0404 Oslo
Viken fjernvarme AS	P.B. 7034 St. Olavs pl.	0130 Oslo
Bydelsutvalget i Bydel Nordstrand, v. adm.	INTERNPOST	
Opplysningstjenesten i Bydel Nordstrand	"	
Bydelsadm. i Bydel Nordstrand, v. barnas repr.	"	
Oslos fylkeslag av Norges handikapforbund	Folke Bernadottes v. 2	0862 Oslo
Norges blindforbund	P.B. 5900 Majorstuen	0308 Oslo
Oslo handelsstands felleskontor	Karl Johans gt. 37 A	0162 Oslo
Syklistenes landsforening	P.B.8883 Youngstorget	0028 Oslo
Kontaktutvalget for velforeninger i Oslo	Astrids vei 14	0276 Oslo
Selskapet for Oslo bys vel	Grev Wedels plass 1	0151 Oslo
OBOS forretningsbygg AS v. Helge Lande	P.B. 6666 St. Olavs pl.	0129 Oslo
Hille & Melbye arkitekter AS	Hausmannsgate 16	0182 Oslo

CECILIE THORESENS VEI 19, LAMBERTSETER SENTER
SAK 200406964
ILLUSTRASJONER TIL ALTERNATIV1



GATE 164 ALTERNATIVA
 3474 LAMBERTSETER SENTER NORD - PLAN 2. ETG.
 ES 1:500 10.05.2006-

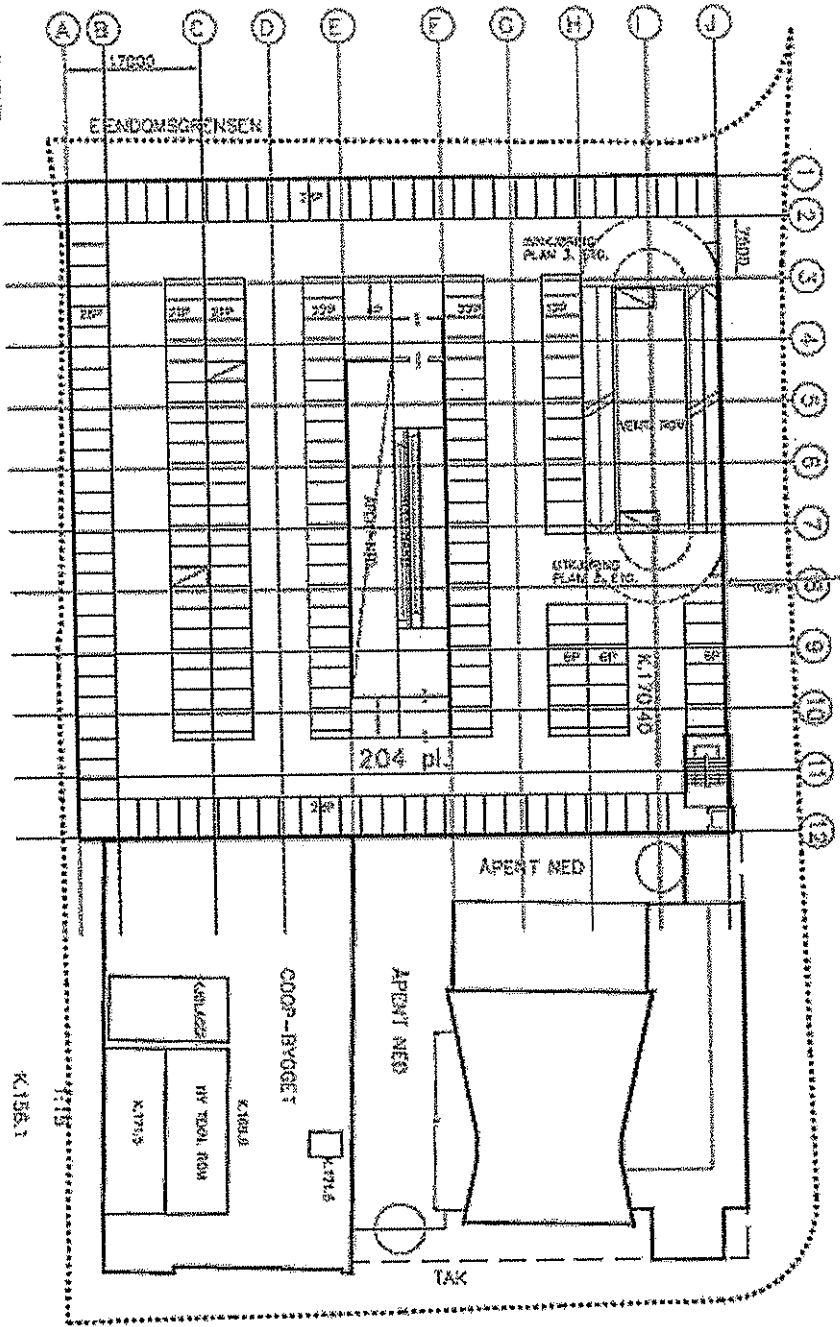


LAMBERTSETERVEIEN

SOUVR. 100 ALTERNATIVA
 3474 LAMBERTSETER SENTER NORD - PLAN 3. ETG.
 ES 1:500 10.05.2006.

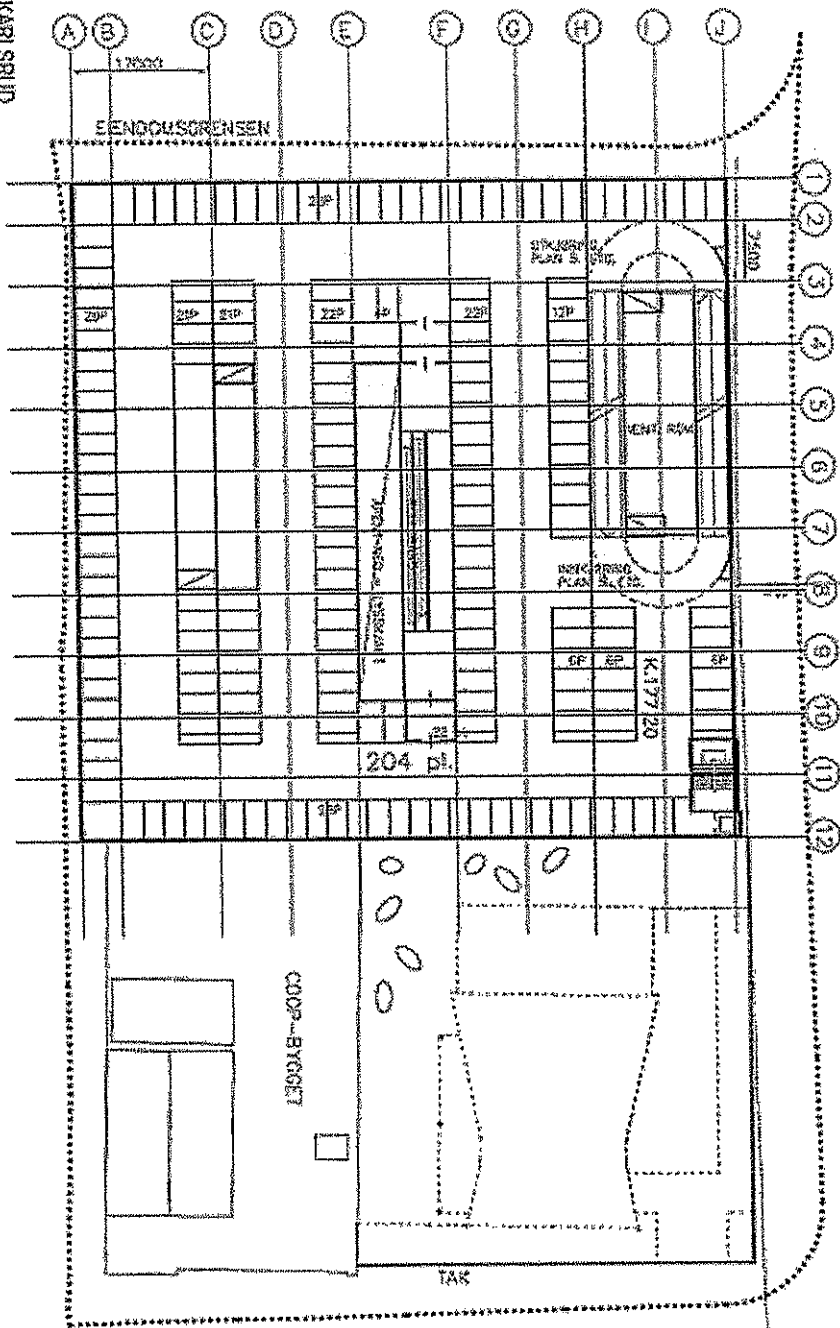


MOT KARLSRUD
 EENDOMSGRENSEN



LAMBERTSETERVEIEN

▲ HOT KARLSRUH

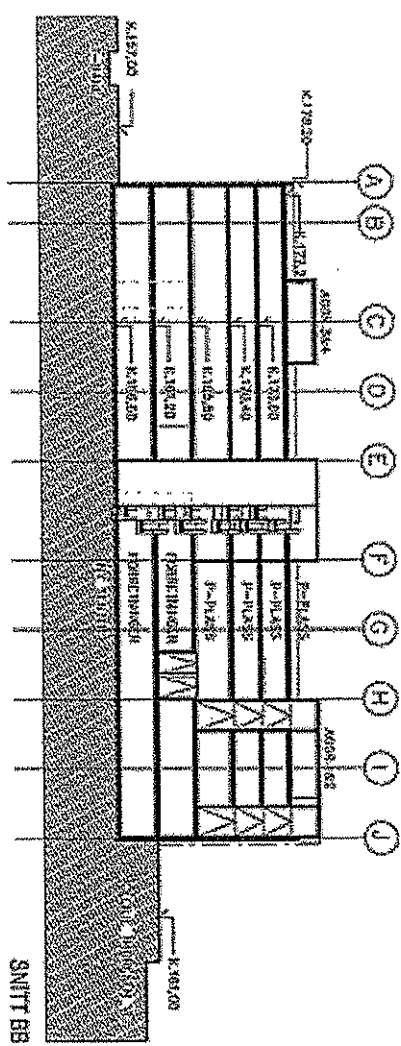
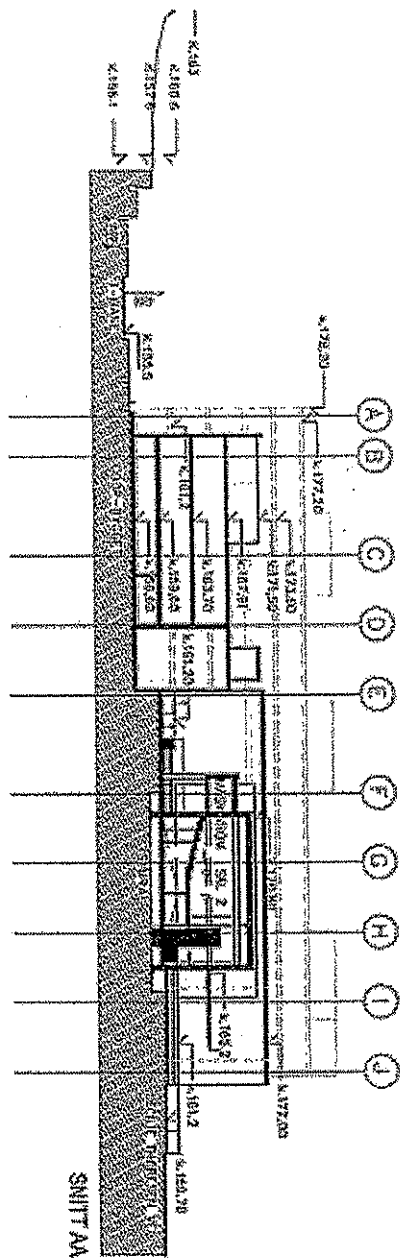


1. INSERTSEITE

Shahr	TERMINAL	Shahr	100%
3374	LAIBERTSETER SENIOR NORD - TAKPLAN	ES	10.05.2005-

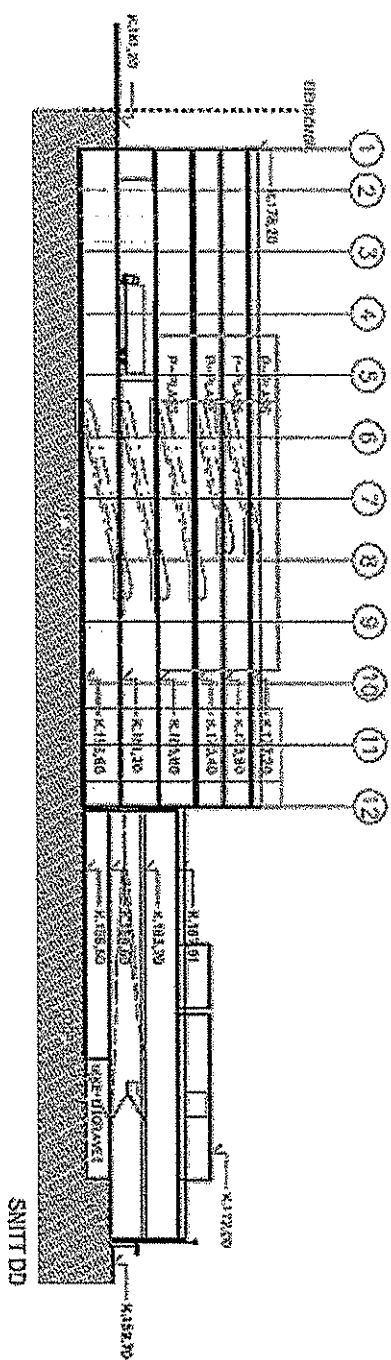
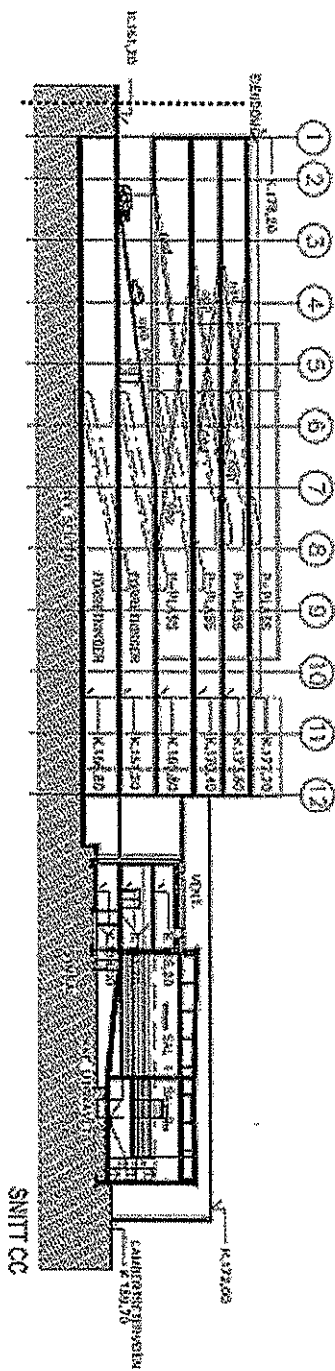
[illegible]

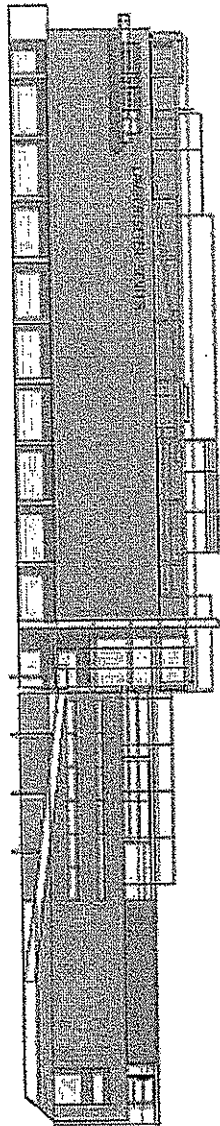
4. 2014年12月31日
 5. 2015年1月1日
 6. 2015年12月31日
 7. 2016年1月1日



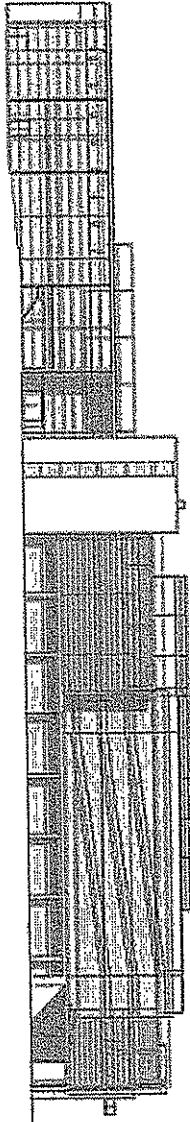
EXHAUST. SNIT. 100%
 3474 LAMBERTSETER SENTER NORD - SNITT ØST-VEST
 ES 1:500 10.05.2008



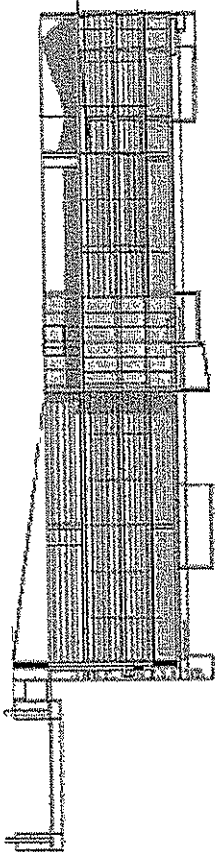




FASADE VEST



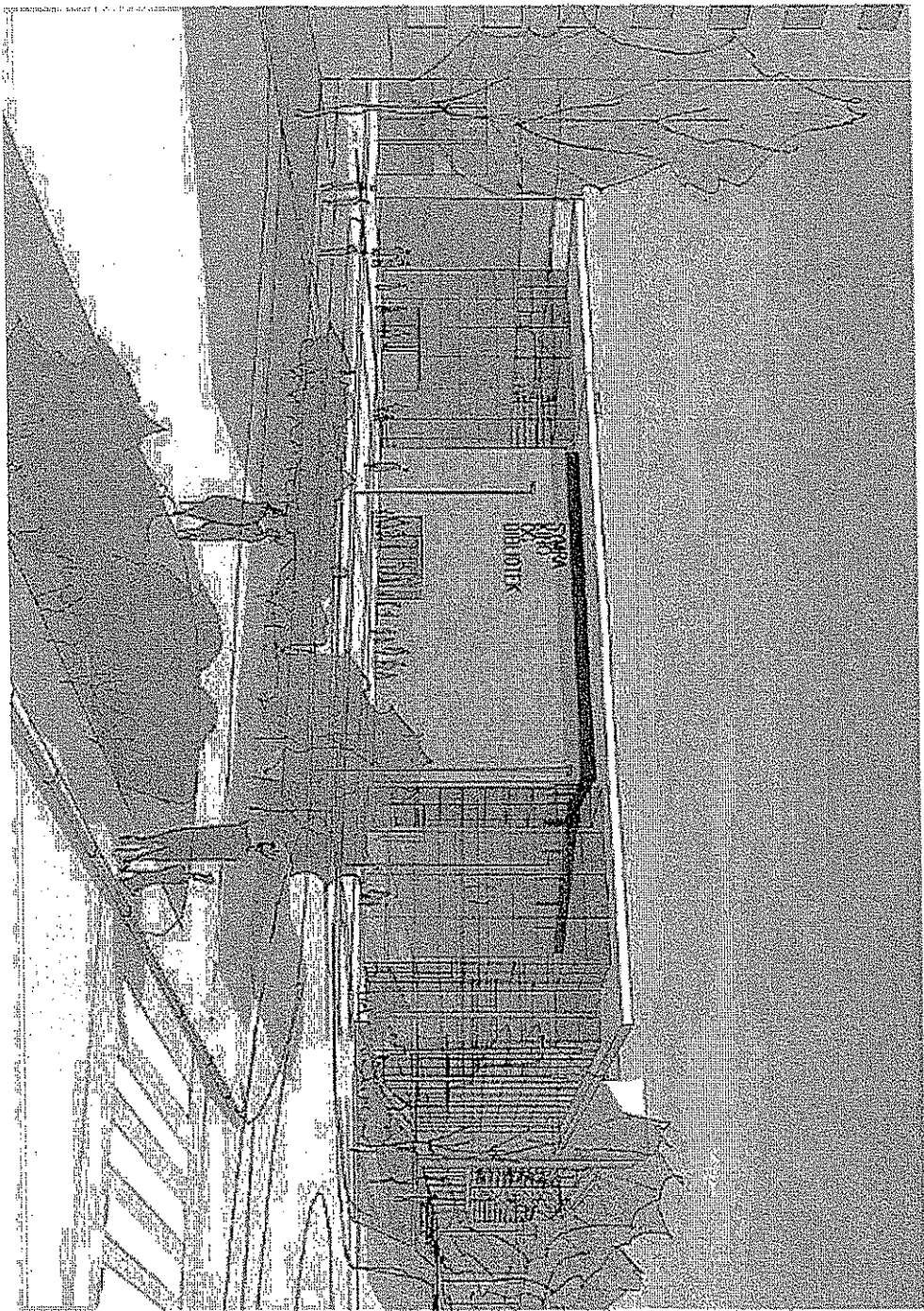
FASADE ØST



FASADE NORD

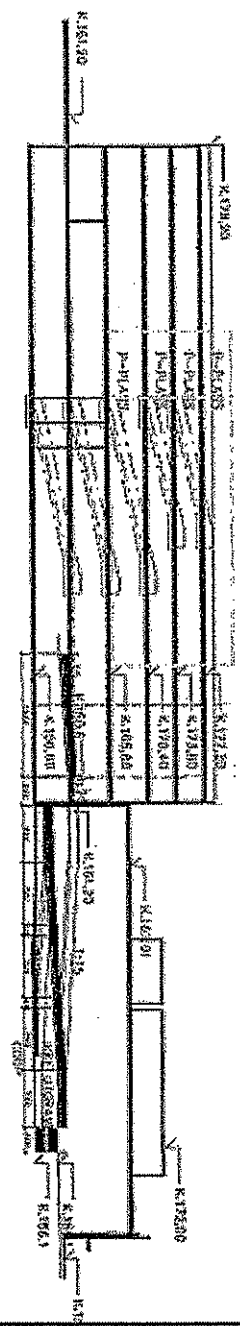
3474 LAMBERTSETER SENTER NORD - FASADE
 ES CB 1/2000 10.05.2006

BILDELEG
 10.05.2006

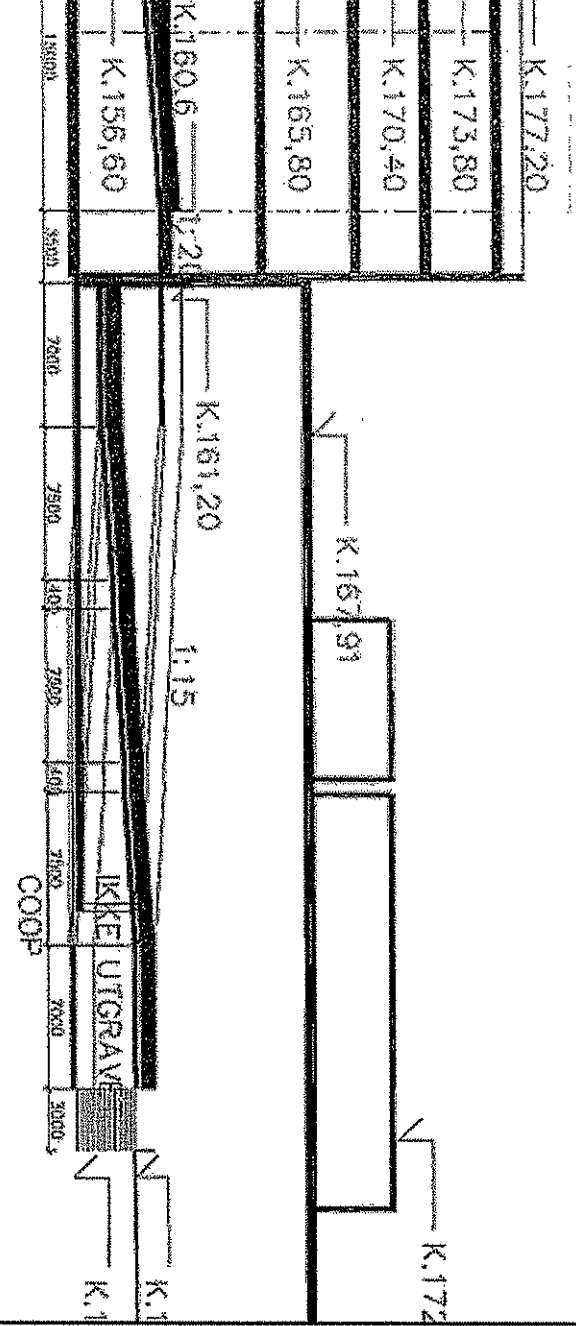


3474
 LAMBERTSETER SENIOR NORD - PERSPEKTIV
 10.06.2006
 ES
 10.06.2006
 HILFSELEITE
 HILFSELEITE

1:500



1:200



3471 LAMBERTSETER SENTER NORD (GANGBRO) SNITT ØST -VEST ES 17.02.2006

UTGAVE