



Sadolin | ALBAEK

Detailhandelsprojekt Holmens Kanal

**Detailhandelsanalyse og konceptuelle overvejelser
samt erhvervspotentialer**

INDHOLDSFORTEGNELSE

1	Indledning	1
1.1	Opdrag	1
1.2	Baggrund og formål	1
1.3	Datagrundlag	1
2	Beskrivelse af projektet og området.....	2
2.1	Området.....	2
2.2	Nuværende ejendomme.....	3
2.3	Projektbeskrivelse	4
3	Projektets beliggenhed i forhold til eksisterende detailhandel	6
3.1	Væsentlige delområder	6
4	Gennemgang af butiksområdet i City	8
4.1	Strøget	9
4.2	Latinerkvarteret og Grønnegade/Ny Østergade	11
5	Mulige detailhandelskoncepter.....	12
6	Opland for kundegrundlag	15
6.1	Direkte opland	15
6.2	Turismen i Danmark	17
6.3	Turismen i København.....	17
6.4	Fremtidige udsigter	19
7	Detailhandelsomsætning for de nye detailhandelsarealer	20
7.1	Privatforbrug og forbrugertillid.....	20
7.2	Detailhandelsomsætningen	21
8	Analyse af omsætningsudvikling samt effekten på detailhandlen i City	23
8.1	Dagligvarehandlen	23
8.2	Udvalgsvarehandlen.....	25
9	Erhvervspotentialer i Holmens Kanal.....	28
9.1	Markedsudviklingen i café- og restaurationsbranchen	28
9.2	Kontordistriktet – Holmens Kanal / Kongens Nytorv	30
9.3	Konkluderende bemærkninger	31
10	Konklusioner af detailhandelsanalysen	32
11	Begrænsninger i opdrag og ansvar	33
12	Kvalifikationer og interessekonflikter.....	33

1 Indledning

1.1 Opdrag

Sadolin & Albæk A/S har af CDO Kristian Barlebo, på vegne af Capital Investment A/S, Frederiksgade 17, 1265 København K, fået i opdrag at udfærdige denne detailhandelsanalyse vedrørende etablering af 13.700 m² nyt areal til detailhandelsanvendelse på Holmens Kanal i København K/Indre By, City (herefter City).

1.2 Baggrund og formål

Standard Life erhvervede i marts 2016 Danske Banks hovedsæde på Holmens Kanal, der består af 15 sammenkædede bygninger. Det er forventningen, at banken inden for en kortere årrække vil fraflytte ejendommene, og Standard Life ønsker herefter at konvertere det nuværende erhvervskvarter til et levende og attraktivt byområde med boliger, restauranter, detailhandel og kontorer.

Økonomiforvaltningen – Københavns Kommune har på den baggrund anmodet om en detailhandelsanalyse, der har til formål at belyse:

- Hvordan de nye detailhandelsarealer vil påvirke den eksisterende detailhandel i City herunder Strøget.
- Hvilke detailhandelskoncepter og -butikstyper, der forventes at ligge i området og skabe et stærkt handelsmiljø.
- Hvilke erhvervstyper der forventes at etablere sig i området

Med afsæt heri og med udgangspunkt i den nuværende status på detailområdet i City har Sadolin & Albæk A/S udarbejdet nærværende analyse.

Til slut sammenfattes analysens konklusioner i en række anbefalinger, som udtrykker Sadolin & Albæks bud på, hvordan detailhandelsarealerne på Holmens Kanal skal udvikles, idet der tages hensyn til områdets karakter, opland og samspil med det øvrige detailhandelsmiljø i City.

1.3 Datagrundlag

Analysen tager udgangspunkt i Sadolin & Albæks mangeårige erfaring med byudviklingsprojekter og ejendomsmarkedet generelt og butiksmarkedet specifikt, herunder butikssammensætningen i City, samt oftest tilgængelige datakilder.

Følgende informationskilder har været brugt i udarbejdelsen af analysen:

- Analyse af detailhandlen i Københavns Kommune, udarbejdet af Institut for Center-Planlægning i oktober 2014 (herunder, omsætningstal for butikker i City)
- Dataudtræk fra Danmarks Statistik
- Udviklingen i turismen fra VisitDenmark
- Dataudtræk fra HORESTA
- Sadolin & Albæks database for lejeudvikling
- Dataudtræk fra Geomatic
- Dataudtræk fra Københavns Kommune

2 Beskrivelse af projektet og området

Projektområdet består i dag af Danske Banks hovedsæde og andrager ca. 49.000 etagemeter, hvoraf kontorealerne udgør omkring 60%, mens de resterende 40% er parkeringshus, kælder m.v.

Projektområdet (gul markering) består af matrikelnr. 134, 435 og 438 Øster Kvarter, København.



Kilde: Danmarks Miljøportal

2.1 Området

Projektområdet er i dag domineret af Danske Banks kontorejendomme, mens det umiddelbare nærområde byder på en blanding af bolig- og erhvervsjendomme samt kulturelle institutioner og turistattraktioner. Derudover huser nærområdet en række offentlige institutioner, hvor Nationalbanken er den mest markante.

Projektområdet har en yderst central beliggenhed, og den offentlige transport i området er god, da der både er metro- og busforbindelser ved Kongens Nytorv. De offentlige transportforbindelser bliver yderligere styrket, når den nye metrolinje Cityringen bliver åbnet i 2019. Her bliver Kongens Nytorv en central forbindelse, da det kun er muligt at skifte mellem de eksisterende metrolinjer og Cityringen på denne station og Frederiksberg. Dermed bliver Kongens Nytorv et knudepunkt for metrotrafikken, når Cityringen står færdig.

På trods af det igangværende metrobyggeri er der stor trafik ved området omkring Konges Nytorv, hvor et stort antal mennesker i form af turister og handlende dagligt passerer. Her tiltrækker Magasin, Det Kongelige Teater, Nyhavn og Strøget mange mennesker, mens der også er mange arbejdspladser i området. Hertil kommer turistattraktioner så som Amalienborg og Charlottenborg, som også trækker et væsentligt publikum. Derudover er Bremerholm meget benyttet som transportvej af både cyklister og bilister, mens Vingårdstræde er en populær forbindelse mellem Nikolaj Plads/Bremerholm og Kongens Nytorv.

Endelig er området omkring Kongens Nytorv et af Københavns mest eksklusive butiks- og restaurationsområder, hvor både danske og internationale brands er repræsenteret sammen med Michelin-restauranter som Kong Hans Kælder.

Dermed er projektområdet allerede på nuværende tidspunkt en del af et Københavns centrale knudepunkter, og denne status forventes kun styrket i de kommende år, når metrolinjerne bindes sammen ved Kongens Nytorv med indvielsen af Cityringen.

2.2 Nuværende ejendomme

Projektområdet består i dag af 15 sammenkædede bygninger, som alle anvendes til kontor, bortset fra parkeringshuset beliggende på Asylgade 1. Rent arkitektonisk spænder bygningerne bredt, idet der er omkring to århundreder mellem opførelsen af de ældste og de nyeste bygninger.

Den mest ikoniske af bygningerne er Erichsens Palæ, som ligger ved Holmens Kanal 2 med front mod Kongens Nytorv. Bygningen blev opført i 1797, og ejendommens stueetage blev oprindeligt anvendt til beboelses- og handelsformål, inden den blev erhvervet af Københavns Handelsbank i 1888 (i dag: Handelsbanken). Herefter blev bygningen konverteret til kontorformål, som den også anvendes til i dag. Bygningens stueetage har i dag en fleksibel planløsning, idet den er opdelt i flere større rum.

I direkte forlængelse af Erichsens Palæ finder man Holmens Kanal 4 og 6-8. Holmens Kanal 4 blev opført i årene 1908-1910 for Københavns Handelsbank. Ejendommen er opført i tre etager, og på opførelsetidspunktet var det en moderne og tidssvarende kontorbygning. Den blev opført som en tilbygning til Holmens Kanal 2 og har været anvendt til kontor lige siden. Holmens Kanal 6-8 blev derimod opført i 1930 i fire etager i tillæg til kælder.

Holmens Kanal 10 kendes også som *Grøns Pakhus*, og ejendommen er opført i 1830. I lighed med Holmens Kanal 6-8 er bygningen opført i fire etager ekskl. kælder, men den adskiller sig væsentligt rent facademæssigt fra både Holmens Kanal 4 og 6-8. Holmens Kanal 10 markerer begyndelsen af Danske Banks hovedsæde før sammenlægningen med Handelsbanken.

Holmens Kanal 12 er opført i 1795 for den schweiziske storkøbmand Pierre Perschier, og bygningen kendes derfor også som Perschiers Palæ. Ejendommen blev oprindeligt opført til boligformål, og der blev tilføjet en ekstra etage til bygningen i 1850. Perschiers Palæ er siden blev konverteret til erhvervsformål, og bygningen blev købt af den daværende Landmandsbanken i 1872, mens den senere er overtaget af Danske Bank. I dag anvendes bygningen til kontorformål.

Holmens Kanal 14 er opført i årene 1897-1898 for Landmandsbanken, og den har fungeret som kontorejendom siden opførelsen. Holmens Kanal 16 er derimod opført i årene 1797-1799, hvor den blev opført som et borgerhus. Ejendommen er opført i tre etager ekskl. kælder, og bagsiden af ejendommen vender ud mod Banktorvet. I dag anvendes begge bygninger til kontorformål.

På hjørnet af Laksegade, Bremerholm og Banktorvet findes en af de nyere bygninger i Holmens Kanal-komplekset. Ejendommen er opført i 1971 med knækkede hjørner, og den fremstår derfor med et mere moderne udtryk sammenlignet med Holmens Kanal 2-16. Den er opført til kontorformål og anvendes også til kontor i dag.

Ejendommen beliggende Asylgade 7/Laksegade 8-10 fremstår også markant i bybilledet, og den blev opført i årene 1914-1916 for Landmandsbanken. Bygningen har en gangbro over Laksegade, der forbinder den med Laksegade 11, og ejendommen fungerer som kontorejendom. Gangbroen er opført i samme periode som selve ejendommen.

Bygningen over for Erichsens Palæ på hjørnet af Laksegade/Vingårdstræde blev oprindeligt opført til hotelformål, men den anvendes i dag til kontorformål.

I lyset af de begrænsede parkeringsmuligheder på terræn indeholder området også et parkeringshus, beliggende på Asylgade 1, med omkring 137 parkeringspladser.

Samlet set er bygningskomplekset på Holmens Kanal opført over en periode på ca. 200 år, og det byder på et meget forskelligartet udtryk, idet stilarterne spænder over klassicismen, historicismen, nyklassicismen og modernismen. Projektområdet har derfor et unikt arkitektonisk udtryk, som er medvirkende til at definere området.

2.3 Projektbeskrivelse

Standard Life har i forbindelse med købet af Holmens Kanal 2 m.fl. planer om, ved bankens eventuelle fraflytning, at konvertere det nuværende erhvervs kvarter til et levende og attraktivt byområde med boliger, restauranter, detailhandel og kontorer.

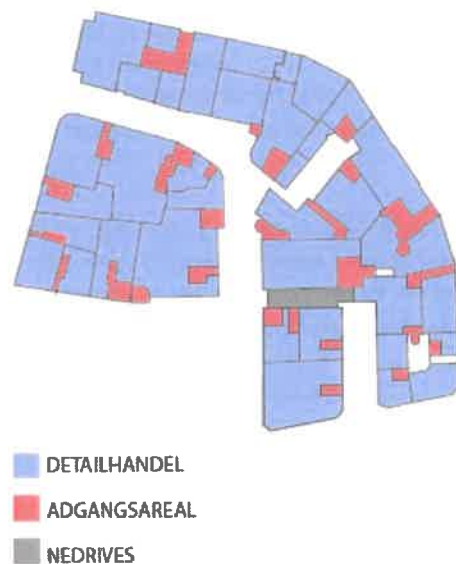
Ifølge den foreløbige projektbeskrivelse dateret den 24. februar 2017 vil projektets detailhandelsareal andrage 13.700 m², herunder ca. 12.700 m² til udvalgsbutikker og omkring 1.000 m² til dagligvarebutikker.

Nedenstående afsnit giver et overblik over, hvordan de forskellige etagemeter forventes at blive disponeret i projektområdet.

2.3.1 Detailhandelsarealer

Detailhandelsarealerne vil primært være beliggende i stueetagen og på 1. sal, men også enkelte i højtbeliggende kældre. I det følgende illustreres det, hvordan etagemeterne er disponeret på de forskellige etager.

Oversigt, stueplan



*Note: Oversigten er vejledende og er udtryk for det materiale, som Sadolin & Albæk senest har modtaget. Kortet er således ikke nødvendigvis udtryk for projektets endelige udformning.
Kilde: Klienten*

Etagemeterarealerne i stueplan består primært af detailhandel og tilhørende adgangsbarealer. Af figuren ses det, at man forventer at nedrive en del af bygningen over for hjørnet af Laksegade og Asylgade (markeret med gråt). Nedrivningen af bygningen vil skabe en passage mellem Laksegade og Banktorvet, og dermed integreres arealerne på Banktorvet med den øvrige del af projektområdet. Ændringen skaber bedre

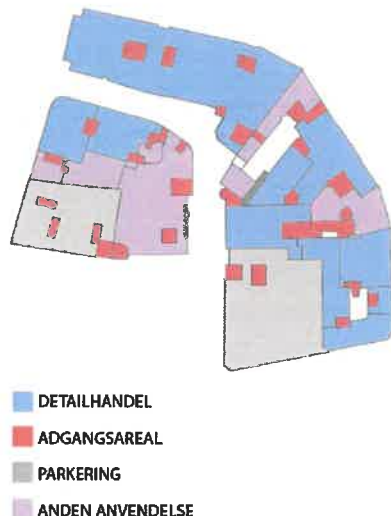
flow i området, idet der laves en ottetalsformet løkke, som forbinder Vingårdstræde, Laksegade, Asylgade og Banktorvet, hvorimod Banktorvet og den nederste del af Laksegade mod Bremerholm i højere grad er isolerede i dag. Dermed åbnes projektområdet, og det er et væsentligt element i forhold til at skabe et attraktivt butiksmiljø og byrum.

Parkeringsdækningen for området forudsættes at kunne varetages af de eksisterende kældre på matriklerne, og derfor vil man ifølge projektbeskrivelsen nedrive det eksisterende parkeringshus på Asylgade 1 og erstatte det med et nyt byggeri med bymæssige funktioner, som æstetisk vil passe med resten af området og frigive gunstige arealer til bolig og detailhandel.

Arealet til detailhandel i stueplan andrager ca. 7.900 etagemeter, hvilket er 58% af det samlede detailhandelsareal.

Nedenstående figur illustrerer fordelingen af detailhandelsarealerne i kælderen.

Oversigt, kælder



Note: Oversigten er vejledende og er udtryk for det materiale, som Sadolin & Albæk senest har modtaget.

Kortet er således ikke nødvendigvis udtryk for projektets endelige udformning.

Kilde: Klienten

Detailhandelsarealerne i kælderplan kommer til at udgøre omkring 5.800 etagemeter, hvoraf størstedelen er koncentreret omkring begyndelsen af Laksegade. Det ses også, at der vil være parkering under det oprindelige parkeringshus på Asylgade 1 og under bygningen på hjørnet af Bremerholm og Laksegade.

Arealerne markeret med lilla dækker over anden anvendelse i form af f.eks. restauration og café, men også andre formål som spa og wellness m.v. Det bemærkes, at listen ikke er udtømmende, idet arealerne også kan anvendes til eksempelvis kulturformål alt efter den endelige udformning på lokalplanen for projektområdet. Disse arealer er ikke en del af de planlagte detailhandelsarealer.

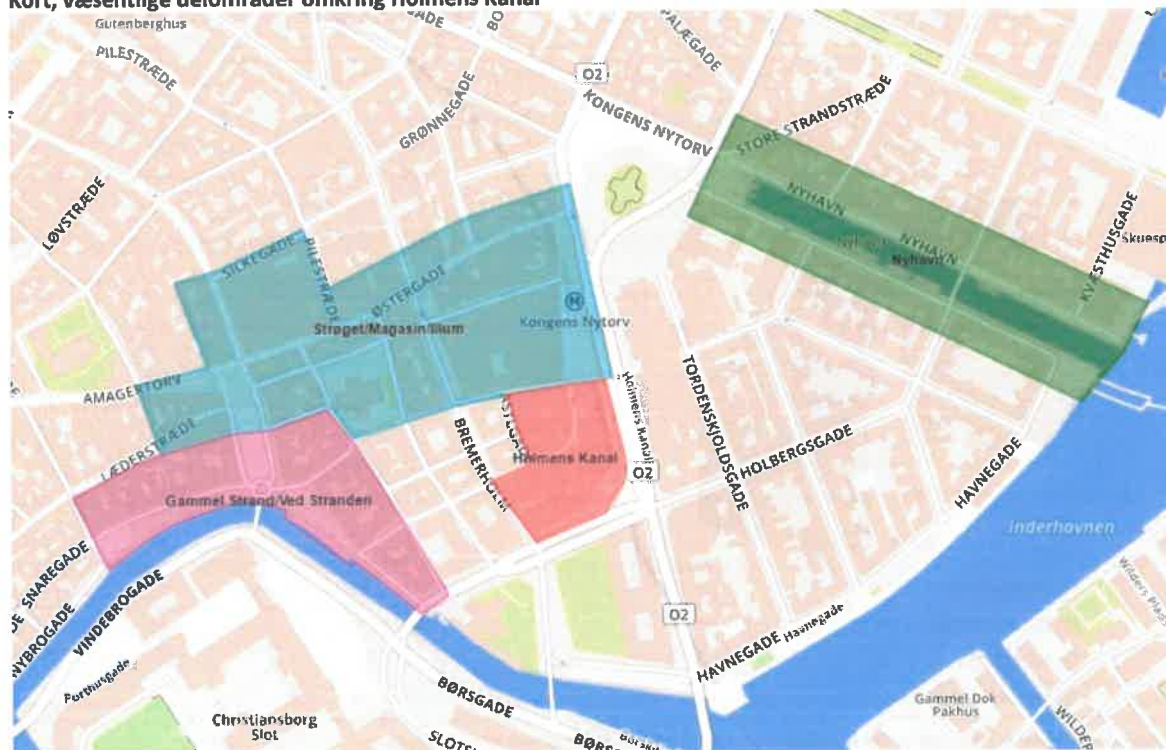
3 Projektets beliggenhed i forhold til eksisterende detailhandel

I forhold til udviklingen af projektets detailhandelsarealer er det ikke alene væsentligt at kigge på, hvilke detailhandelskoncepter og -typer der vurderes at kunne ligge i projektområdet. Det er også nødvendigt at kigge på de omkringliggende delområder, deres styrkeprofil og nuværende sammensætning, idet der er flere veletablerede områder omkring Holmens Kanal, som har væsentlig tiltrækningskraft inden for et eller flere felter. De anses derfor for at være væsentlige elementer i etableringen af Holmens Kanal som nyt byområde.

3.1 Væsentlige delområder

I de følgende afsnit kortlægges de delområder, der vurderes at spille en rolle i forhold til udviklingen af Holmens Kanal. Delområderne er vist på kortet nedenfor.

Kort, væsentlige delområder omkring Holmens Kanal



Kilder: Geomatic og Sadolin & Albæk

Nyhavn

Underholdningsdistriktet Nyhavn, der oprindeligt blev anlagt fra 1670 til 1673, er blandt de mest populære turistattraktioner i København, hvilket understøttes af områdets funktion som knudepunkt for havnerundfarter. Den nordlige side af Nyhavn er præget af fredede etageejendomme, hvor der typisk er indrettet caféer, restauranter eller barer i stueetagen og kælderen. Den sydlige side af Nyhavn er i højere grad præget af palælige ejendomme, hvor Charlottenborg er blandt de mest markante. Selvom denne side af Nyhavn vurderes som værende mindre attraktiv, er antallet af caféer og restauranter vokset, idet Inderhavnsbroen har været medvirkende til at skabe et bedre kundeflow.

Strøget/Magasin/Illum

Som nævnt i afsnit 2.1 har den del af Strøget, der går fra Amagertorv til Kongens Nytorv, undergået en forvandling i de seneste år, hvor der er kommet væsentligt flere internationale brands til området. Hertil kommer, at væsentligt flere luksusbrands har etableret sig i området. Derudover er stormagasinerne Illum og Magasin beliggende i området, og de huser hver især en lang række detailbrands, mens Lille Kongensgade rummer flere restauranter.

Som en del af det københavnske hovedstrøg er dette delområde et særdeles veletableret detailhandelsområde, og den centrale beliggenhed samt de to stormagasiner sørger for et stærkt kundeflow i området. Butikssammensætningen skaber markante synergieffekter, og det store indryk af internationale brands har styrket områdets profil som en primær detailbeliggenhed.

I og med at denne del af Strøget er veldefineret, er det Sadolin & Albæks vurdering, at der skal skabes et detailhandelsmiljø med egen identitet ved Holmens Kanal, som adskiller sig væsentligt fra Strøget og stormagasinerne. Der skal satses på et samspil med den eksisterende del af Strøget frem for at skabe et område med en lignende identitet, som vil være hæmmet af den stærke konkurrence fra det veletablerede område.

Gammel Strand/Ved Stranden

Gaderne Gammel Strand og Ved Stranden huser en række barer og restauranter, og derudover er der et større stop for havnerundfarterne neden for Ved Stranden. Som følge af den korte afstand til Strøget og øvrige turistattraktioner som Christiansborg og Thorvaldsens Museum er Gammel Strand/Ved Stranden et populært tilholdssted.

Området har i de senere år været stærkt præget af det igangværende metrobyggeri ved Gammel Strand, men tilgængeligheden vil blive markant forbedret, når dette arbejde efter planen afsluttes i 2019. Da udviklingen af Holmens Kanal tidligst kan påbegyndes, når Danske Bank fraflytter lokalerne, vurderes området omkring Gammel Strand/Ved Stranden med den nye metrostation at være etableret til den tid.

Det vurderes derfor, at dette delområde vil have en markant tiltrækningskraft og attraktionsværdi i forhold til turismen, og udviklingen af Holmens Kanal bør derfor tage højde for udviklingen i dette delområde.

4 Gennemgang af butiksområdet i City

København har 10 definerede bymidter: City (inkl. Fisketorvet), Ørestad City, Østerbrogade, Nørrebrogade, Vesterbrogade, Amagerbrogade, Frederikssundsvej, det centrale Vanløse, det centrale Valby og et område omkring Gammel Køge Landevej.

De 10 bymidter er defineret ud fra bymidtegrænserne, som illustreret på nedenstående kort, og har forskellige formål.

De 10 bymidter i København



Kilde: Københavns Kommune

City og Ørestad City skal være centrum for et moderne og dynamisk butiksudbud, der løbende skal tilpasses for at tilfredsstille efterspørgslen. Den mest markante koncentration af detailhandelsarealer findes på Fisketorvet på Kalvebod Brygge, Strøget i City og i Field's i Ørestad.

De øvrige bymidter skal servicere det direkte opland med et stort udbud af dagligvarebutikker og en god og varieret udvalgsvarerhandel. Derudover skal bymidten omkring Gammel Køge Landevej rumme butikker for de nye byudviklingsområder, f.eks. Grønttorvet og Valby Have, samt større udvalgsvarerbutikker og butikker med særligt pladskrævende varer, der ikke uden videre kan passes ind i de andre bymidter.

For hver bymidte er der fastlagt et maksimalt bruttoetageareal til butiksformål og størrelsesbegrænsning for dagligvare- og udvalgsbutikker. Nedenstående tabel viser etagearealbepæmmelserne for de enkelte bymidter.

Etagearealbestemmelser og restrummelighed, Københavns bymidter

Bymidte	Maksimalt butiksareal	Ramme til nyt butiksareal
City	365.000	41.500
Fisketorvet	66.500	38.500
Ørestad City	70.000	15.700
Østerbrogade	60.000	12.000
Nørrebrogade/Indre Frederikssundsvej	90.000	17.300
Vesterbrogade/Istedgade	60.000	8.600
Det centrale Valby	40.000	7.800
Gammel Køge Landevej	19.000	15.400
Det centrale Vanløse	42.000	27.800
Frederikssundsvej	56.000	18.500
Amagerbrogade	84.000	12.500
I alt	952.500	215.600

Kilde: Københavns Kommune

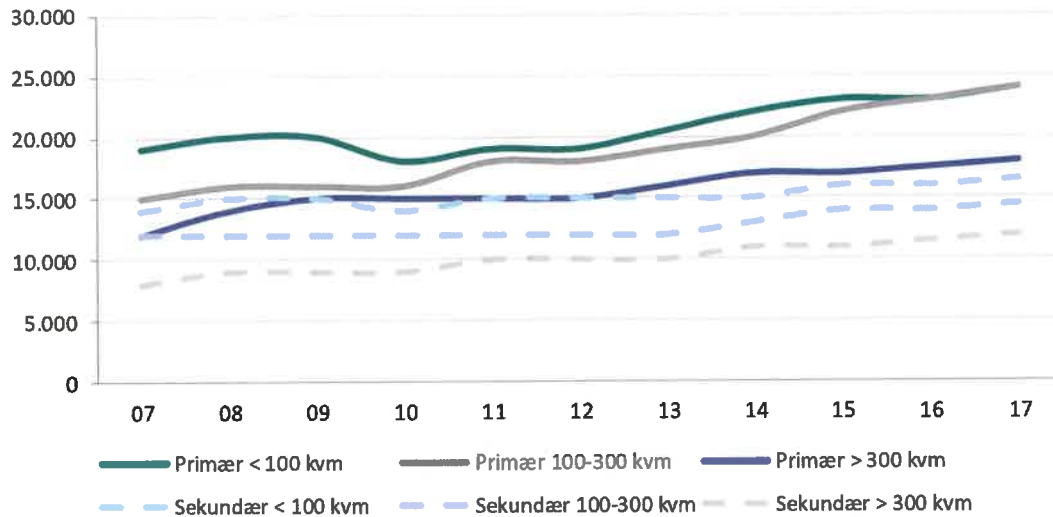
City tegner sig for 38% af det samlede tilladte butiksareal for Københavns bymidter med 365.000 etagemeter. Den høje andel i City understøtter visionen om, at City skal være midtpunkt for den københavnske detailhandel. Store detailhandelsarealer i City omfatter bl.a. Illum på 32.000 etagemeter og Magasin på 45.000 etagemeter, og så er der ydermere reserveret 37.000 etagemeter til etablering af IKEA på Kalvebod Brygge.

I forhold til projektområdets beliggenhed er det væsentligt at redegøre for det nuværende detailhandelsmiljø i nærmiljøet, som omfatter Strøget, Latinerkvarteret og Grønnegade/Ny Østergade. Derudover har vi taget fremtidige udviklingsplaner i betragtning, i det omfang disse er offentligt kendte, f.eks. i forbindelse med ombygning af Magasin.

4.1 Strøget

Strøget og Købmagergade, som er de to primære handelsstrøg i København, opdeles typisk i et primært område, bestående af Østergade, Amagertorv og den første del af Købmagergade ved Illum, og et sekundært område, som er resten af de to gågader.

De primære beliggenheder appellerer til eksklusive high-end-brands og er særdeles eftertragtede, idet flere store, internationale modehuse ønsker at åbne butik i København. De har ganske specifikke krav til beliggenhed, udseende, indretning, synlighed, størrelse m.v., og ikke overraskende er de således også villige til at betale en højere pris for en bestemt beliggenhed. Det har bidraget til at presse lejeniveauerne op i de primære områder.

Primære handelsstrøg, lejeniveau for primære og sekundære beliggenheder (kr. pr. m² pr. år)

Kilde: Sadolin & Albæk

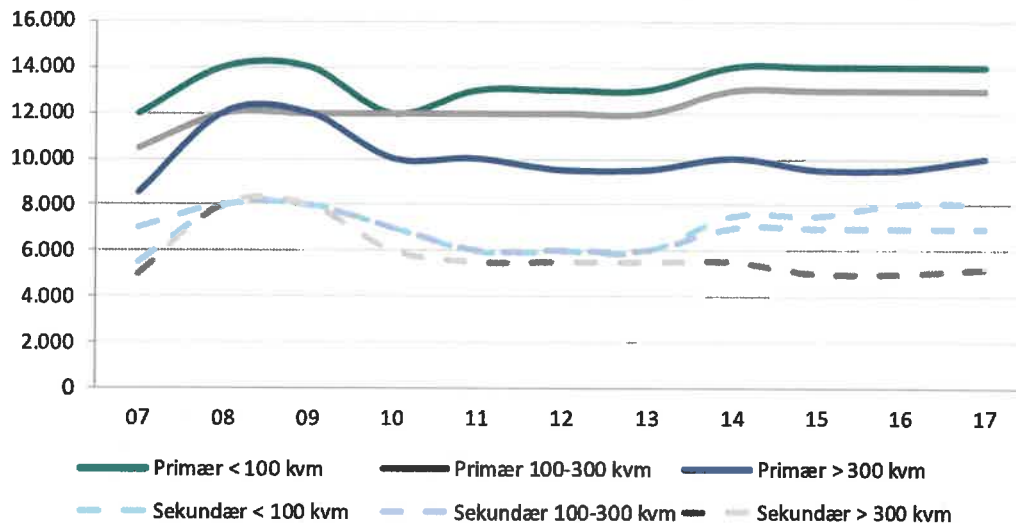
Området omkring Amagertorv er under rivende udvikling. Illum har færdiggjort en stor del af en omfattende ombygning, der har til formål at løfte kvalitetsniveauet i en international sammenhæng. Således åbnede Prada i november 2016 en flagskibsbutik i tre etager på hjørnet af Illum, og i foråret samme år blev Illum Rooftop indviet, som består af seks forskellige restaurantkoncepter.

Det franske modehus Hermès har offentliggjort, at det forventer at åbne en flagskibsbutik på Højbro Plads 4 i sommeren 2017, og i efteråret 2016 åbnede Victoria's Secret en flagskibsbutik på Amagertorv 3.

Udviklingen i den øverste del af Købmagergade har også været livlig, manifesteret ved ombygningen af det tidligere postkontor til eksklusive kontor- og detailarealer, som forventes færdiggjort i sommeren 2017. 85% af det samlede detailhandelsareal er allerede udlejet, og det mest fremtrædende lejemål er Sephoras flagskibsbutik på 650 etagemeter. Der er desuden udlejet et lejemål på 1.300 m², hvor lejerer endnu ikke er offentliggjort. Målet er at drage nytte af områdets allerede gode lejemiks, og brands som Superdry, Rituals og Calvin Klein opererer allerede i området eller åbner butik i 2017.

De sekundære beliggenheder appellerer til en bredere skare af aktører, såsom traditionelle detailbutikker, barer og restauranter. Det har dog ikke forhindret en fortsat udvikling. Med ombygningen af Nørreport Metrostation er tilgængeligheden til den nederste del af Købmagergade blevet betydeligt forbedret. Cityringen forventes at åbne i 2019, hvilket vil forbedre tilgængeligheden til den resterende del af Strøget og styrke sammenhængskraften for området som helhed.

Sekundære handelsstrøg, lejeniveau for primære og sekundære beliggenheder (kr. pr. m² pr. år)



Kilde: Sadolin & Albæk

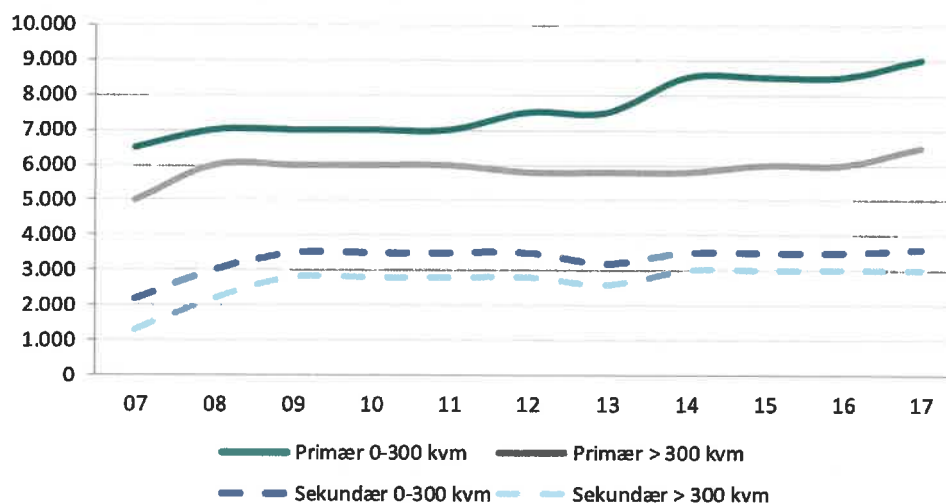
4.2 Latinerkvarteret og Grønnegade/Ny Østergade

Københavns Latinerkvarter indeholder et mix af små detailbutikker, barer, caféer, natklubber og restauranter. De seneste års skift i forbrugsmønstre, herunder øget fokus på mad og restauranter, har medført en opblomstring af nye kaffehuse og sandwich- og juicebutikker.

Handelsgaderne omkring Strøget har en del specialbutikker, caféer og restauranter. Ved at tilbyde alternativer til de store internationale brands på Strøget har de lokale sidegadebutikker formået at skabe deres egen identitet, som samtidig komplementerer de primære handelsgader.

Bestående af Pilestræde, Ny Østergade, Sværtegade, Kristen Bernikows Gade, Grønnegade og Christians IX's Gade har området som helhed haft et stabilt udbud af butiksarealer, hvilket har medført et stabilt lejeniveau over tid. Som følge af seneste tids efterspørgsel oversteg efterspørgslen i 2016 udbuddet, hvilket har medført en stigning i lejeniveauerne.

Latinerkvarteret og Grønnegade/Ny Østergade, lejeniveau primære og sekundære belig. (kr. pr. m² pr. år)



Kilde: Sadolin & Albæk

5 Mulige detailhandelskoncepter

Med afsæt i afsnittene 2-4 har følgende afsnit til formål at analysere, hvilke detailhandelskoncepter og -typer, som vurderes at kunne passe ind i projektområdet.

Holmens Kanal er præget af en arkitektonisk varieret bygningsmasse med forskellige udtryk og former, der har stor betydning for eksponeringen for de planlagte lejemål. På nuværende tidspunkt anvendes bygningerne alene til erhvervsformål, og der passerer derfor ikke et væsentligt antal mennesker igennem Asylgade og Laksegade på daglig basis i dag. Vingårdstræde er derimod mere benyttet, da den fungerer som transportvej mellem Nikolaj Plads/Bremerholm og Kongens Nytorv, hvor specielt cyklister benytter denne. Selve Holmens Kanal og Bremerholm fra Magasin til Havnegade er i øjeblikket primært transportveje uden væsentlig detailhandel i øjeblikket.

Arkitekturen på Holmens Kanal betyder, at den direkte synlighed for butikkerne i Laksegade og Asylgade er begrænset set fra Kongens Nytorv og Bremerholm, men åbningen af forbindelsen mellem Banktorvet og Laksegade vurderes at have en positiv indflydelse på eksponeringen, idet det vil have en effekt på kunde-flowet i projektområdet. Derudover vil de planlagte boliger ved Holmens Kanal være med til at sikre et naturligt kunde-flow i området. De planlagte butiksarealer med facade mod Holmens Kanal og Bremerholm er sikret god eksponering og synlighed, idet et stort antal mennesker passerer området dagligt til fods, på cykel og i bil. Udfordringen ved at etablere de ovennævnte beliggenheder ift. detailhandel er, at projektområdet i dag og traditionelt set ikke har været et betydeligt detailhandelsområde. Det er derfor vores vurdering, at der skal skabes et koncept, der formår at aktivere disse beliggenheder og gøre dem interessante i en detailhandelsmæssig sammenhæng.

I forhold til etableringen af et detailhandelskoncept ligger projektområdets styrke i, at Erichsens Palæ og hjørnet af Vingårdstræde/Laksegade har en stærk eksponering, og de fungerer som det naturlige adgangspunkt til projektområdet. Samtidig ventes den største del af kunde-flowet til projektområdet at komme fra denne side. Det vurderes derfor, at der skal skabes et ensartet koncept på tværs af projektområdet, hvor de kommende lejemål i Erichsens Palæ og på hjørnet af Vingårdstræde/Laksegade skal hjælpe til med at sikre et kunde-flow til den øvrige del af projektområdet. Dette skyldes, at de mere sekundære beliggenheder på Asylgade og Laksegade ikke vurderes at være i stand til selvstændigt at generere et signifikant kunde-flow grundet den begrænsede synlighed.

For yderligere at styrke kunde-flowet og bevægelsen rundt i projektområdet er det væsentligt, at der tænkes ankerlejere ind på nøglebeliggenheder i projektområdet. Udover Erichsens Palæ, hjørnet af Vingårdstræde/Laksegade og Bremerholm/Laksegade (Laksegade 11) estimeres sådan en nøglebeliggenhed at være omkring lejemålene cirka midt på Laksegade. En placering af ankerlejere på denne beliggenhed giver kunderne et incitament til at bevæge sig ned i projektområdet frem for at stoppe ved lejemålene i Erichsens Palæ, hjørnet af Vingårdstræde/Laksegade eller ved Bremerholm/Laksegade.

Et primært detailhandelskoncept vurderes at være en "Nordic designer's village", hvor der fokuseres på en samling af butikker med dansk/nordisk design.

Det skal ses i lyset af,

- at dansk/nordisk design er i høj kurs blandt turister,
- at der findes ikke noget lignende i nærområdet,
- at butikker inden for dette segment typisk ikke er i stand til at betale de markedslejepriser, som i dag opnås fra mainstream-butikker og "high end brands" på Strøget, samt
- at arkitekturen på Holmens Kanal spænder over ca. 200 år, og derfor giver den et direkte indblik i forskellige stilarter inden for dansk bygningsdesign.

Etableringen af et koncept som "Nordic designer's village" vil give Holmens Kanal et selvstændigt brand, som gør projektområdet i stand til at skille sig ud fra det eksisterende butiksudbud, der findes på Strøget og i stormagasinerne Illum og Magasin. Netop forskelligheden i forhold til det aktuelle butiksudbud vurderes at være en central faktor, idet de nuværende butiksområder i Indre By allerede er veldefinerede og vel-etablerede. Derfor er det Sadolin & Albæks vurdering, at Holmens Kanal skal skille sig ud fra mængden, så det undgås, at detailhandlen ved Holmens Kanal bliver kannibaliseret af det eksisterende butiksudbud.

I den sammenhæng bemærkes det, at en "Nordic designer's village" ikke som udgangspunkt vil være i stand til at dække alle de planlagte detailhandelsarealer. Dels er det svært at finde lejere inden for denne branche til at optage arealer i den planlagte størrelsesorden, og dels vurderes det også at skabe et overudbud, som vil udvande konceptet. Det vurderes, at andelen af butikker inden for konceptet skal være i størrelsesordenen 60-80% for at sikre en gennemførelse og etablering af konceptet, mens de øvrige detailhandelsarealer skal udfyldes af andre butikker, som kan opnå synergieffekter ved en placering i en "Nordic designer's village".

I forhold til implementeringen af konceptet "Nordic designer's village" er det også relevant at kigge på, hvilke potentielle synergier, der allerede findes eller vil blive tilført nærområdet inden for de kommende år.

Designmuseum Danmark er beliggende i Bredgade og med knap 175.000 besøgende årligt¹, er museet en væsentlig attraktion i København. Afstanden fra museet til Holmens Kanal er mindre end 1 km, og med flere permanente udstillinger om dansk design kan museet bidrage til øget opmærksomhed om konceptet hos turister og andre besøgende. Derudover fungerer Bredgade som den primære trafikåre tilbage mod bymidten for gående trafik, hvilket naturligt leder museets besøgende mod Holmens Kanal.

Sydvest for Holmens Kanal er projektet BLOX ved at blive opført på Bryghusgrunden ved Christians Brygge. Projektet ventes færdigt i foråret 2018, og det færdige projekt kommer bl.a. til at rumme Dansk Arkitektur Center (DAC), der har flere udstillinger om dansk design og arkitektur. I tillæg forventes BLOX at blive et samlingspunkt i København, da den kommende cykel- og gangbro over havnen neden for Vester Voldgade, gangbroen over Frederiksholms Kanal og det nye byrum mødes og binder inderhavnen sammen. Afstanden fra BLOX til Holmens Kanal er nogenlunde identisk med afstanden fra Holmens Kanal til Designmuseum Danmark, og derfor vil et potentielt designhandelskoncept ved Holmens Kanal fungere som et midtpunkt mellem de to designinstitutioner.

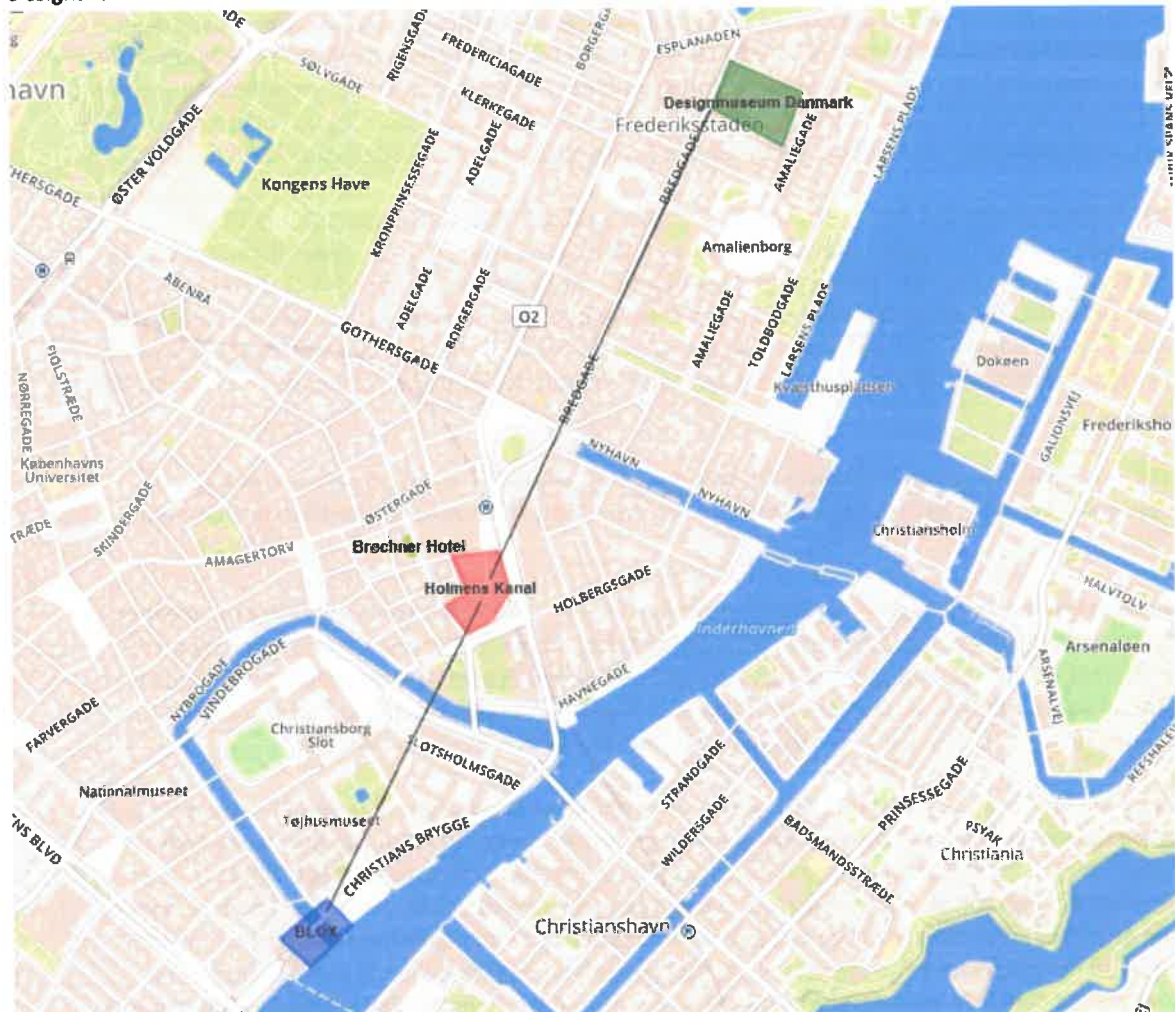
Slutteligt er Brøchner Hotels ved at ombygge den tidligere transformerstation på Bremerholm 6 til et nyt luksushotel med 31 værelser. Hotellet, der også får en restaurant med plads til ca. 100 gæster, bliver et "upscale luxury boutique hotel", som bl.a. forventes at blive indrettet med danske designmærker². Såfremt hotellet formår at tiltrække købestærke gæster til området, vurderes det, at hotellet kan få en funktion som brand-ambassadør for dansk design. En "Nordic designer's village" ved Holmens Kanal vil i så fald være beliggende i umiddelbar forbindelse med Bremerholm, og der vil derfor være kort afstand til nærmeste butiksområde for hotellets gæster. Hotellet ventes derfor at øge fokuset på dansk/nordisk design, og Holmens Kanal vil være nærmeste salgskanal.

Projektområdets strategiske beliggenhed er illustreret i kortet nedenfor.

¹ Kilde: Designmuseum Danmark, Årsberetning 2015

² Bygningen er ejet af Frantz Longhi, som står bag Kähler-koncernen.

Designakse



Kilde: Geomatic og Sadolin & Albæk

Det bemærkes, at der på nuværende tidspunkt findes et udvalg af detailforretninger på Bredgade og Store Kongensgade, der bl.a. forhandler eksklusive designmøbler. I forhold til "Nordic designer's village"-konceptet vurderes disse at udgøre en konkurrent, men de vurderes ikke at have nogle åbenlyse synergieffekter. Det skyldes, dels at de ligger forholdsvis spredt på begge strækninger, og dels at de kun udgør en mindre del af det samlede butiksudbud. Omvendt vurderes det, at en "Nordic designer's village" ved Holmens Kanal vil styrke designbutikkerne, idet der etableres et gennemført koncept med en væsentlig andel af designorienterede detailforretninger. Samtidig skabes der væsentlige synergieffekter ved at samle butiksudbuddet i et område, der ligger tættere på de veletablerede butiksområder omkring Strøget og Købmagergade.

6 Opland for kundegrundlag

Som Danmarks hovedstad vil København have en naturlig tiltrækningskraft for størstedelen af Danmarks indbyggere. Derudover er København i stigende grad blevet en populær turistdestination i Europa. Kundegrundlaget kan derfor opdeles i to grupper i form af det direkte opland og turister.

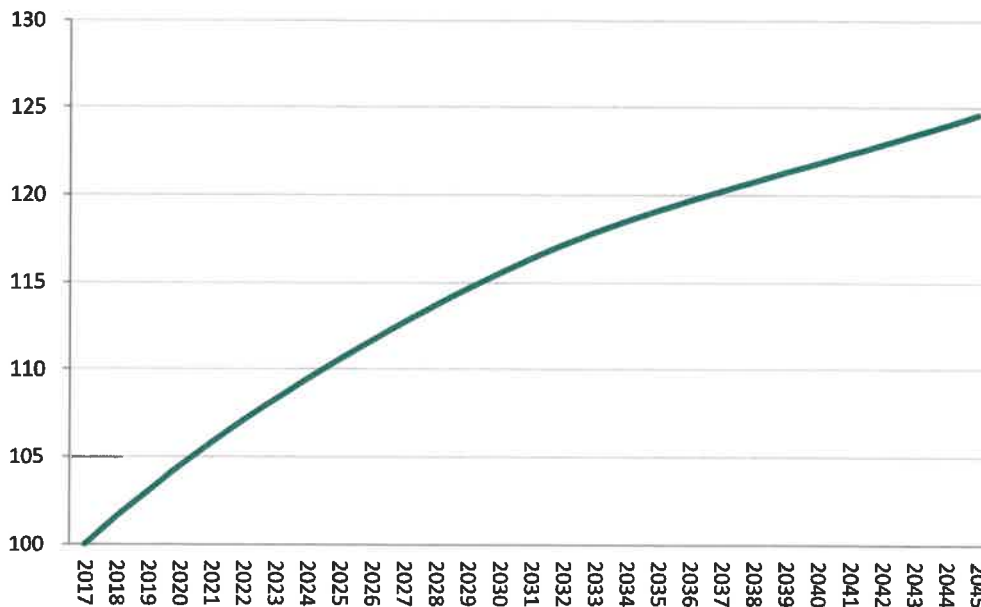
6.1 Direkte opland

Når et markedsgrundlag for et detailhandelsområde analyseres, opdeles befolkningsoplandet typisk i tre grupper, også kendt som catchment areas: det primære, det sekundære og det tertiære område.

Sadolin & Albæk vurderer, at det **primære område** i nærværende analyse for udvalgsvarebutikkerne bør defineres som indbyggerne bosiddende i København, Frederiksberg, Tårnby og Gentofte Kommune. Indbyggerne i de pågældende kommuner har maksimalt 25 minutters transport til København H med offentlig transport.

Det primære område har 798.000 indbyggere, og dette niveau forventes at stige markant i løbet af de næste 30 år. Ifølge den seneste befolkningsfremskrivelse fra Danmarks Statistik forventes befolkningen i det primære område at vokse med, i gennemsnit, mere end 7.000 nye indbyggere årligt frem mod år 2045, hvilket alt andet lige vil øge efterspørgslen efter butikker.

Befolkningsfremskrivning, Det primære område, 2017-2045 (indeks 100 = 2017)



Kilde: Danmarks Statistik

Det **sekundære område** defineres som antallet af indbyggere, der bor inden for en radius af 25-45 minutters offentlig transport til København H. Dette inkluderer byer som Dragør, Helsingør, Hillerød, Farum, Frederikssund, Roskilde og Køge. Antallet af indbyggere i det sekundære område er omkring 1,1 millioner.

Det **tertiære område** defineres som antallet af indbyggere, der bor inden for en radius af 45-120 minutters offentlig transport til København H, hvilket inkluderer den resterende del af Sjælland og Fyn. Dette opland vurderes at være tilbøjelig til at besøge København, om end med en relativ lav hyppighed. Oplandet karakteriseres ikke som indenlandske turister. Antallet af indbyggere i dette område er ca. 900.000.

Nedenstående kort illustrerer, hvor stort et areal de forskellige områder omfatter.

Oplandsområder



Kilder: Google Maps og Sadolin & Albæk

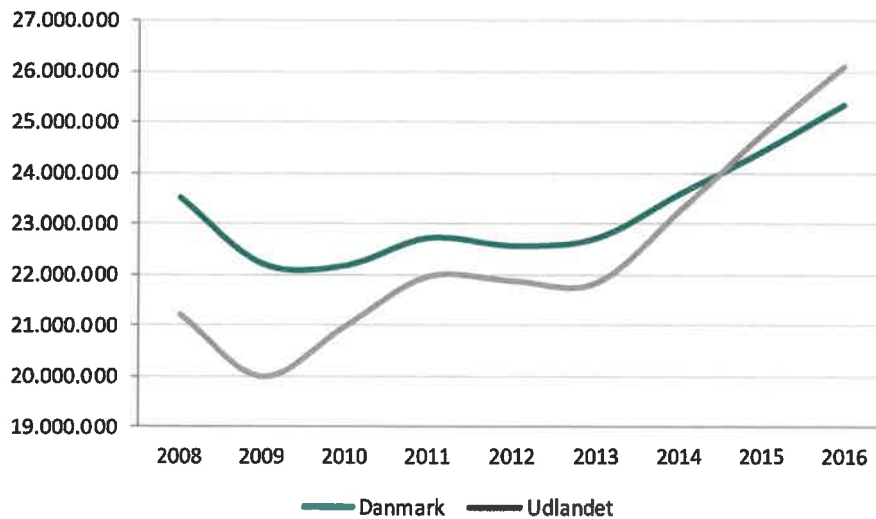
Samlet vurderes det, at kundefundlaget til projektområdet i København potentielt omfatter 2,8 millioner indbyggere. Den mulige absorbering, altså andelen af kundefundlaget inden for et givet område, som er tilbøjelig til at besøge projektområdet inden for et givet interval, er faldende, jo længere afstanden til projektområdet bliver.

I tillæg til det nationale opland har København en central beliggenhed i Øresundsregionen, og derfor vurderes det også, at Malmø og Skåne vil være en del af det potentielle opland. Selve Øresundsregionen rummer tæt ved 4 millioner indbyggere, og ombygningen af Holmens Kanal vil yderligere styrke butiksmiljøet i indre København og øge attraktionsniveauet. Hvis der etableres en "Nordic designer's village", jf. afsnit 5, vurderes det, at området vil kunne tiltrække svenske destinationsbesøgende, hvormed det potentielle opland udvides til også at dække Skåne.

6.2 Turismen i Danmark

Dansk turisme satte rekord i 2016. Der blev på landsplan registeret 51,4 millioner overnatninger, hvilket er en stigning på 4,7% i forhold til 2015. Fremgangen blev især drevet af udenlandske turister, der stod for 26,1 millioner overnatninger, mens danske turister foretog 25,3 millioner overnatninger i løbet af året.

Antal overnatninger i Danmark, danske og udenlandske turister, 2008-2016



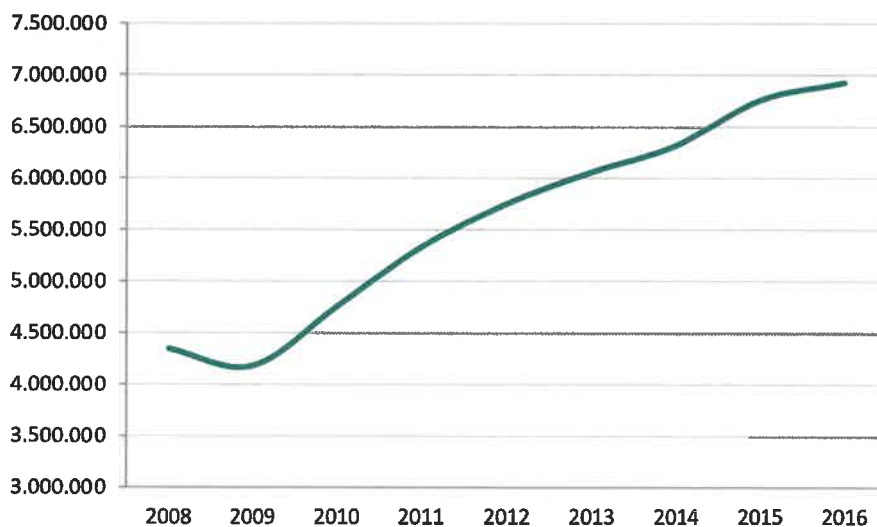
Kilde: Danmarks Statistik

Figuren herover viser, at udviklingen i turismen i Danmark har været stigende i kølvandet på finanskrisen i 2008. Endvidere ses det, at væksten i turister fra udlandet har oplevet en relativ høj stigning siden 2013.

6.3 Turismen i København

Den primære vækstdriver for turismen i rekordåret skal findes i København. Siden 2009 er antallet af turister i København således steget med 66%.

Antal overnatninger i København, danske og udenlandske turister, 2008-2016



Kilde: Danmarks Statistik

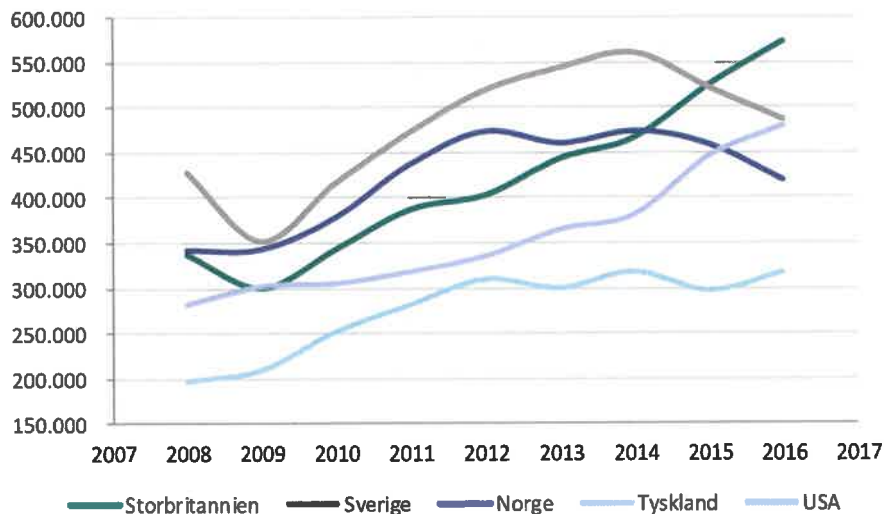
En af forklaringerne på den store vækst skal findes i en markant udvidelse af udbuddet af antal senge, de mange nye flyruter til og fra København og Københavns store udvalg af turistattraktioner.

På nuværende tidspunkt har vi kendskab til en række igangsatte hotelprojekter, som i større eller mindre grad vil bidrage til det københavnske udbud i 2017-2019.

Eksempelvis kan åbningen af Moxy Hotel i Sydhavnen i løbet af 2017 nævnes, som forventes at bidrage med 216 værelser, og åbningen af Scandic i Kødbyen i 2018, som forventes at have 370 værelser.

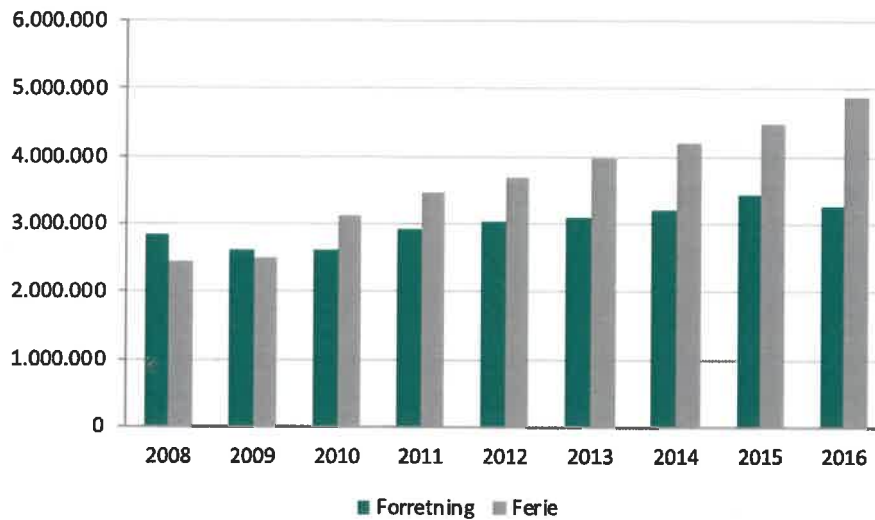
I figuren herunder vises udviklingen i antallet af overnatninger fra de fem lande med flest overnatninger på københavnske hoteller. Som det fremgår, har antallet af overnatninger fra vores nabolande været faldende de seneste år. En del af forklaringen er formentlig flyruteudvidelser samt generelt faldende priser på flybilletter, hvilket gør det både nemmere og billigere for nordeuropæere at flyve til destinationer længere væk.

Antal overnatninger fra de fem lande med flest overnatninger i København, 2008-2016



Kilde: Danmarks Statistik

Gæsternes formål har også væsentlig betydning for detailhandelens omsætning. Forretningsgæster er generelt ikke så prisbevidste som feriegæster. Som figuren nedenfor viser, er det særligt antallet af overnattende feriegæster, der er steget over de senere år.

Fordeling mellem forretnings- og ferieturister, hotelovernatninger, Region Hovedstaden, 2008-2016

Note: Figuren viser både individuelle overnatninger og grupper.

Kilde: Danmarks Statistik

6.4 Fremtidige udsigter

Alle indikatorer, der understøtter vækstrater i turismen i Danmark fremadrettet, ser positive ud. VisitDenmark estimerer, at efterspørgslen efter overnatninger i Danmark vil stige med mellem 3% og 5% i 2017 og mellem 1,5% og 3% i 2018 og 2019. Heraf forventes det, at den største vækst vil ske i de større byer, som København og Århus.

Vækstraterne er primært estimeret på baggrund af den positive udvikling i den internationale økonomi – især i vores nabolande, hvor både den tyske og svenske økonomi er robust med vækst i både BNP og privatforbrug.

En svag norsk krone kombineret med historisk lave oliepriser har medført en økonomisk tilbagegang, som har påvirket den norske turisme i nedadgående retning. Forventningerne til Norges økonomi er dog positiv på længere sigt, og det forventes, at antallet af norske overnatninger vil stige i de kommende år.

Der er fortsat usikkerhed omkring konsekvenserne af Brexit for Storbritannien. Fra et turismemæssigt synspunkt har det markante fald i pundet alt andet lige gjort det dyrere at være britisk turist i resten af Europa og dermed også i Danmark.

7 Detailhandelsomsætning for de nye detailhandelsarealer

Med afsæt i de foregående afsnit vedrørende projektbeskrivelsen, de konceptuelle overvejelser og det potentielle kundegrundlag har følgende afsnit til formål at estimere detailhandelsomsætningen for de nye detailhandelsarealer i projektområdet.

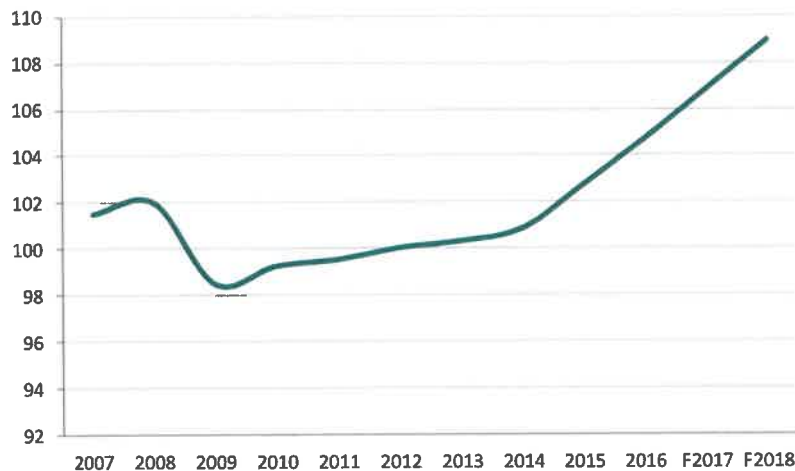
Udviklingen i privatforbruget og forbrugertilliden er værd at have med i overvejelserne, når man ønsker at etablere eller udvide et detailhandelsområde, fordi den kan give en indikation af, i hvilken retning detailmarkedet bevæger sig i øjeblikket.

7.1 Privatforbrug og forbrugertillid

Danmarks bruttonationalprodukt voksede med 1,1% i 2016. Det er ikke prangende, men dog sjette år i træk med positiv vækst i BNP i Danmark. I 2016 var privatforbruget den primære vækstdriver med en estimeret vækst på 1,9% i 2016.

Det høje privatforbrug er drevet af øget beskæftigelse, markante reallønsstigninger grundet lav inflation og relativt kraftige stigninger i boligpriserne, hvilket har medført øgede formuer i de danske husstande.

Udviklingen i privatforbruget, indeks (2012 = 100)



Kilde: Danmarks Statistik & Danske Bank

Danske Bank forventer vækst i privatforbruget på 2,0% i 2018 og 2,1% i 2019. Dette forbrugsopsving kan dog blive endnu stærkere, hvis de næste års lønfremgang bliver højere end ventet.

Forbrugertillidsindikatoren nedenfor er et udtryk for forbrugernes vurdering af deres egen og Danmarks økonomiske situation. Af grafen ses det, at der er store udsving i forbrugertilliden, dog med en stigende tendens siden begyndelsen af 2017.

Forbrugertillidsindikator

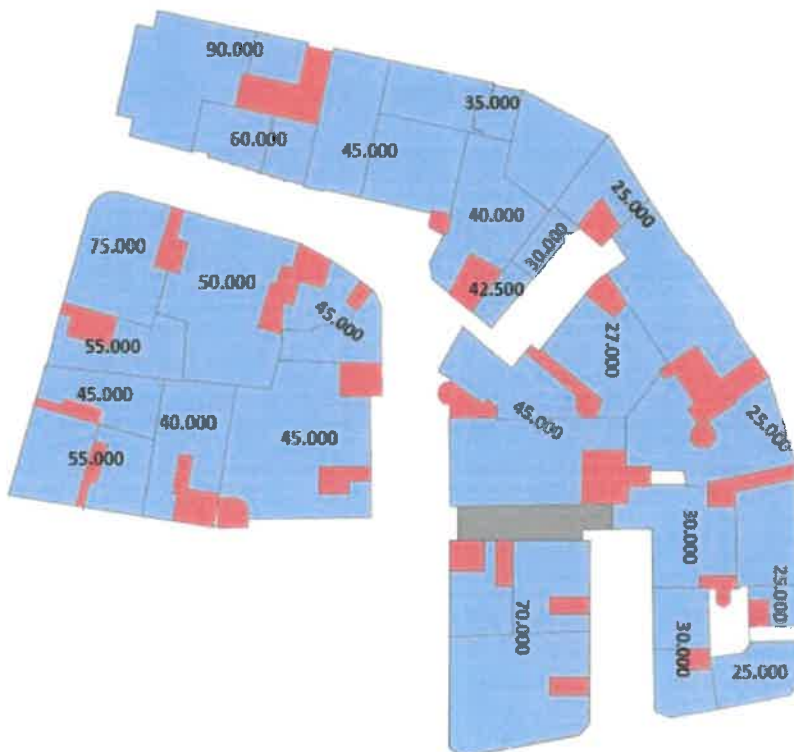


Kilde: Danmarks Statistik

7.2 Detailhandelsomsætningen

Med afsæt i detailhandelskonceptet "Nordic designer's village" beskrevet nedenfor i afsnit 5 har følgende afsnit til formål at estimere omsætningen for projektområdet i et stabiliseret scenarie, hvor det er fuldt udviklet. Omsætningen er anført som den årlige omsætning pr. m², som et lejemål under markedskonforme forudsætninger kan generere, og er baseret på Sadolin & Albæks markedskendskab.

Oversigt over estimeret omsætning (kr. pr. m² p.a.) i stueplan



Note: Oversigten er vejledende.

Kilde: Sadolin & Albæk

De planlagte lejemål for udvalgsvarer har varierende omsætningspotentiale alt efter eksponering, layout og adgangsforhold. Sadolin & Albæk vurderer, at lejemålene ud mod Kongens Nytorv har det største omsætningspotentiale, da de har en væsentlig synlighed og eksponering, og derudover fungerer de som et naturligt adgangspunkt for projektområdet, jf. afsnit 5. Omvendt vurderes lejemålene ud mod selve Holmens Kanal at have det laveste omsætningspotentiale, da trafikken af handlende, turister og øvrige forbi-passerende ventes at være lavere i denne del af projektområdet. Det bemærkes, at bygningerne ud mod Holmens Kanal er meget synlige, men en væsentlig andel af de forbi-passerende er bilister, som ikke har mulighed for at stoppe eller parkere på denne vejstrækning.

I den sydlige ende af projektområdet ved Bremerholm og Banktorvet er der meget trafik, og Bremerholm er en central trafikåre. I dag er der få handlende på denne del af Bremerholm, da der ikke er detailbutikker på denne strækning. Projektområdet har derfor et stort potentiale i forhold til at udnytte den stærke trafik på Bremerholm, og det vurderes, at placeringen af en dagligvarebutik i lejemålet på hjørnet af Bremerholm og Laksegade vil skabe det bedst mulige grundlag for at maksimere omsætningspotentialet. Derfor vurderes omsætningspotentialet for dette lejemål at ligge i niveauet kr. 70.000 pr. m², hvilket er blandt de højest vurderede omsætningsniveauer i projektområdet.

Estimerede omsætningstal er angivet i kr. (2021-tal):

Placering	m ²	Gns. omsætning pr. m ²	Omsætning
Kælder	5.800	20.607	119.520.000
Stuen	7.900	48.077	379.811.000
I ALT	13.700	36.448	499.331.000

Arealerne i stuen betragtes som de mest attraktive, mens kælder og 1. etage alt andet lige har lavere værdi. Kælderarealerne består til dels af en høj kælder, hvilket har en højere lejeværdi end den resterende kælder. 1. etagen skal tænkes ind i pladskrævende detailkoncepter, såsom flagskibsbutikker eller mindre varehuse.

Omsætningspotentialet for de samlede detailhandelsarealer i stueplan svarer til ca. 5.000 – 6.000 betalende besøgende pr. dag.

8 Analyse af omsætningsudvikling samt effekten på detailhandlen i City

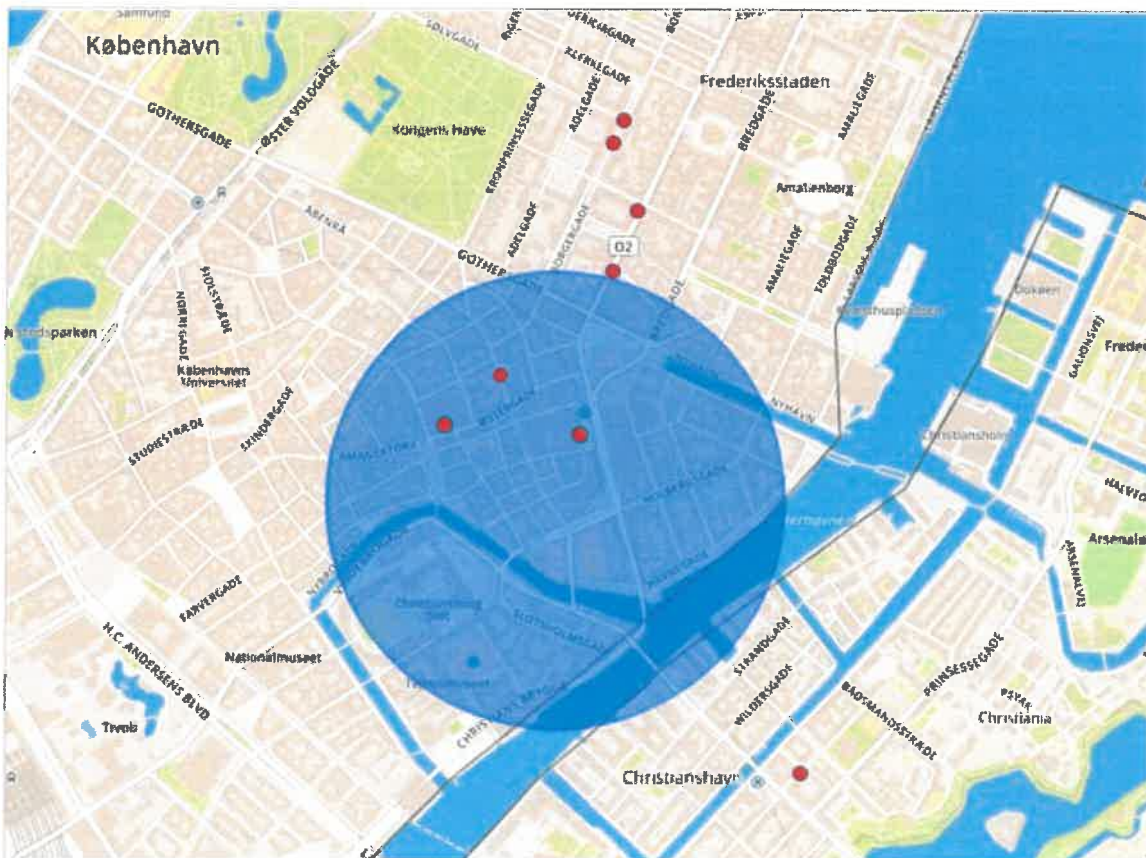
Analysen er opdelt i to dele, nemlig effekten på dagligvarehandlen henholdsvis udvalgsvarehandlen i City.

8.1 Dagligvarehandlen

Der forefindes i City i dag ca. 53.700 m² butiksareal, anvendt til dagligvarehandel. En udvidelse af dagligvarearealet med 1.000 m² vil således modsvare en arealudvidelse på 1,86%.

Afstand fra bopæl eller arbejdsplads er generelt det væsentligste parameter, der afgør valget af primær dagligvarebutik. Således har mindst 90% af beboerne i City højst 600 meter til nærmeste dagligvarebutik. Der er for projektområdet reserveret omkring 1.000 m² dagligvareareal. På nuværende tidspunkt lejer Føtex Food ca. 550 m² på Kristen Bernikows Gade 2, og baseret på Sadolin & Albæks kendskab til lejermålet, er dette areal i underkanten, da både vareindlevering, salgsarealer og lagerfaciliteter ikke er optimale. Omvendt vurderes det, at en dagligvarebutik i størrelsesordenen 1.500-2.000 m² som udgangspunkt vil være for stor i forhold til det nærliggende opland. Det vurderes derfor, at de nuværende 1.000 m² er en passende størrelse for en dagligvarebutik i projektområdet. Sadolin & Albæk vurderer, at lejermålet vil efterspørges af Føtex Food og Irma, herunder Irma City, som har butikker på beliggenheder i Indre By. De større discountkæder ventes også at udvise interesse for lejermålet, men i forhold til implementeringen af et detailhandelskoncept, jf. afsnit 5, vurderes Føtex Food eller Irma at være de mest attraktive lejere.

Den blå cirkel i nedenstående kortudtræk markerer et areal med en radius på 600 meter fra projektområdets dagligvarehandelsareal. De røde cirkler markerer de dagligvarebutikker, der ligger tættest på projektområdets dagligvarehandelsareal samt Magasin og Illum, der også udbyder dagligvarer, henholdsvis Mad & Vin og et foodcourt-koncept i Illum.



Dataudtræk fra Geomatic viser, at der i øjeblikket er 3.093 husstande i den blåmarkerede cirkel, svarende til i alt 5.399 beboere. Der forventes en tilflytning til området på omkring 500 personer, når projektområdet er udviklet.

Den samlede dagligvareomsætning i City estimeres til at andrage ca. kr. 3,48 mia. og i 2021 kr. 3,79 mia.

Omsætningen i en dagligvarebutik på 1.000 m² i det omhandlede område skønnes til (i 2021) ca. kr. 70 mio. eller en andel af den samlede omsætning på under 2%.

Med baggrund i:

- Den forventede udvikling i antal indbyggere i City,
- Den forventede forbrugsudvikling for indbyggere i City,
- Den forventede udvikling i antallet af arbejdspladser i City,
- Det estimerede dagligvareindkøb, der foretages i City af mennesker, som arbejder i City,
- Den forventede udvikling i antallet af gæster fra Hovedstadsområdet, som besøger City med henblik på shopping og leisure,
- Det estimerede dagligvareindkøb fra disse,
- Udviklingen af antallet af nationale og internationale turister, og
- Det estimerede dagligvareindkøb fra disse,

estimeres indkøbet af dagligvarer i City til at udvikle sig således (i mio. kr.):

År	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Dagligvareindkøb	3.480	3.566	3.640	3.716	3.792	3.870	3.950	4.033	4.116	4.200	4.283

Note: Tallene er angivet i løbende priser.

Kilde: Sadolin & Albæks egne beregninger på baggrund af tal fra Danmarks Statistik.

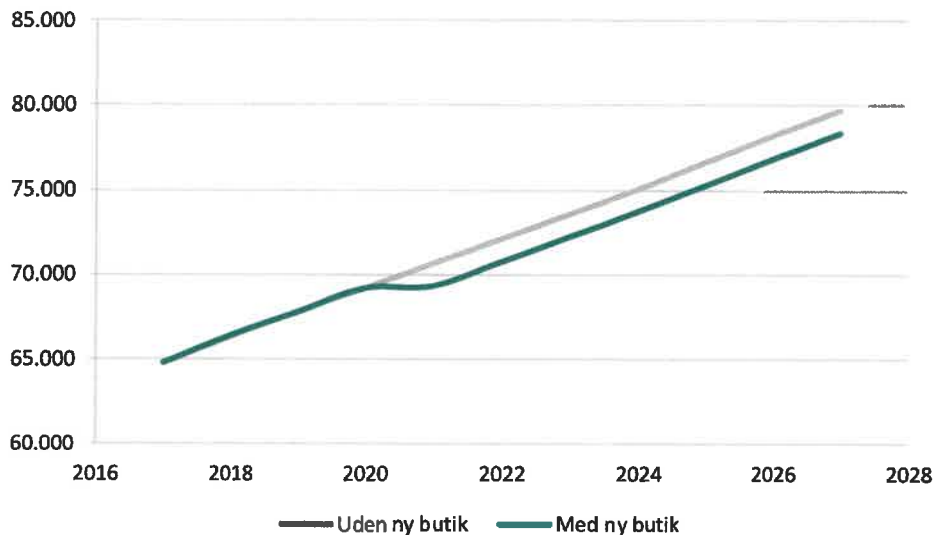
Andelen af den samlede dagligvarehandel, som estimeres at ligge i det nye butiksområde, estimeres, forudsat åbning i 2021, at være således (dagligvareindkøb i området estimeret i mio. kr.):

År	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Dagligvareindkøb	70	71	73	74	76	77	79	80	82	84
I pct. af samlet	1,88%	1,88%	1,88%	1,88%	1,88%	1,88%	1,88%	1,88%	1,88%	1,88%

Kilde: Sadolin & Albæks egne beregninger.

Omsætningen, målt i kr. pr. m² pr. år for dagligvarebutikker i City forventes – med og uden etablering af den nye butik – at udvikle sig således:

Omsætningen, målt i kr. pr. m² pr. år for dagligvarebutikker i City



Kilde: Sadolin & Albæk

Som det fremgår, ventes etableringen af en ny dagligvarebutik ikke at have en målbar effekt på de øvrige butikker i City. Det er Sadolin & Albæks vurdering, at de butikker, som potentielt vil blive påvirket mest – Mad & Vin i Magasins underetage samt Føtex Food i Kristen Bernikowsgade – maksimalt vil miste en omsætning på 3-5%, et niveau, som knapt er målbart i forhold til den almindelige omsætningsudvikling i City, som i de kommende 10 år forventes at overstige den almindelige forbrugsudvikling.

8.2 Udvalgsvarerhandlen

Der forefindes i City i dag ca. 326.300 m² butiksareal, anvendt til udvalgsvarerhandel. Arealet forventes udvidet til 341.000 m², når Magasin måtte udnytte den udvidelsesmulighed, som er tildelt.

En udvidelse af udvalgsvarerarealet med ca. 12.700 m² vil således modsvare en arealudvidelse på 3,69%.

Den samlede udvalgsvareromsætning i City estimeres til at andrage ca. kr. 11,11 mia. i 2017 og kr. 12,26 mia. i 2021³.

Omsætningen i et udvalgsvarerbutiksareal på 12.700 m² i det omhandlede område skønnes til (i 2021) ca. kr. 429 mio. eller en andel af den samlede omsætning på ca. 3,5%.

³ Kilde: Sadolin & Albæks egne beregninger baseret på ICP's analyse af detailhandlen i Københavns Kommune, oktober 2014.

Med baggrund i:

- Den forventede udvikling i antal indbyggere i City,
- Den forventede forbrugsudvikling for indbyggere i City,
- Den forventede udvikling i antallet af arbejdspladser i City,
- Det estimerede udvalgswareindkøb, der foretages i City af mennesker, som arbejder i City,
- Den forventede udvikling i antallet af gæster fra Hovedstadsområdet, som besøger City med henblik på shopping og leisure,
- Det estimerede udvalgswareindkøb fra disse,
- Udviklingen af antallet af nationale og internationale turister, og
- Det estimerede udvalgswareindkøb fra disse,

estimeres indkøbet af udvalgsvarer i City til at udvikle sig således (i mio. kr.):

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Udvalgswareindkøb	11.110	11.388	11.672	11.964	12.263	12.570	12.884	13.206	13.536	13.875	14.222

Kilde: Sadolin & Albæks egne beregninger på baggrund af tal fra ICP's analyse af detailhandlen i Københavns Kommune, oktober 2014.

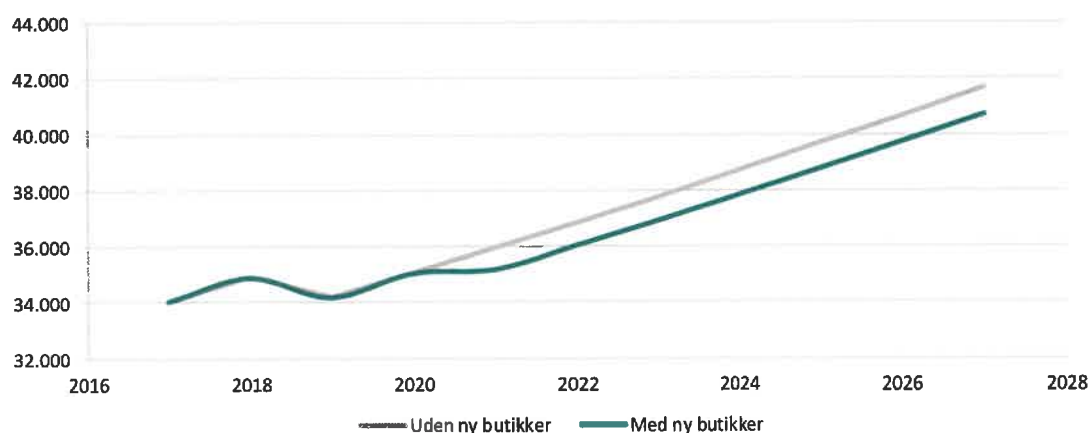
Andelen af den samlede udvalgswarehandel, som estimeres at ligge i det nye butiksområde, estimeres, forudsat åbning i 2021, være således (dagligvareindkøb i området estimeret i mio. kr.):

År	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Udvalgswareindkøb	429	440	451	462	474	485	498	510	523	536
I pct. af samlet	3,50%	3,50%	3,50%	3,50%	3,50%	3,50%	3,50%	3,50%	3,50%	3,50%

Kilde: Sadolin & Albæks egne beregninger.

Omsætningen, målt i kr. pr. m² pr. år for udvalgswarebutikker i City forventes – med og uden etablering af de nye butikker – at udvikle sig således:

Omsætningen, målt i kr. pr. m² pr. år for udvalgswarebutikker i City



Kilde: Sadolin & Albæk

Som det fremgår, vil etableringen af et nyt område med udvalgswarebutikker have en meget begrænset effekt på de øvrige butikker i City. Det er Sadolin & Albæks vurdering, at ingen butikker vil lide et omsætningstab på mere end 5% efter åbningen i 2021.

9 Erhvervspotentialer i Holmens Kanal

Dette afsnit har til formål at belyse hvilke andre erhvervstyper, der forventes at ville etablere sig i projekt området. Det er vor vurdering, at der vil være en efterspørgsel fra café- og restaurationsbranchen og fra virksomheder, der efterspørger kontorarealer.

9.1 Markedsudviklingen i café- og restaurationsbranchen

I løbet af de seneste år er omsætningen i café- og restaurationsbranchen vokset markant, og både den københavnske restaurationsbranche og restauranter i provinsen har opnået international hæder og omtale. Det øgede fokus på den danske restaurationsbranche er bl.a. kommet til udtryk ved, at der nu er 24 restauranter i Danmark med en eller flere Michelin-stjerner, hvilket er flere end nogensinde.

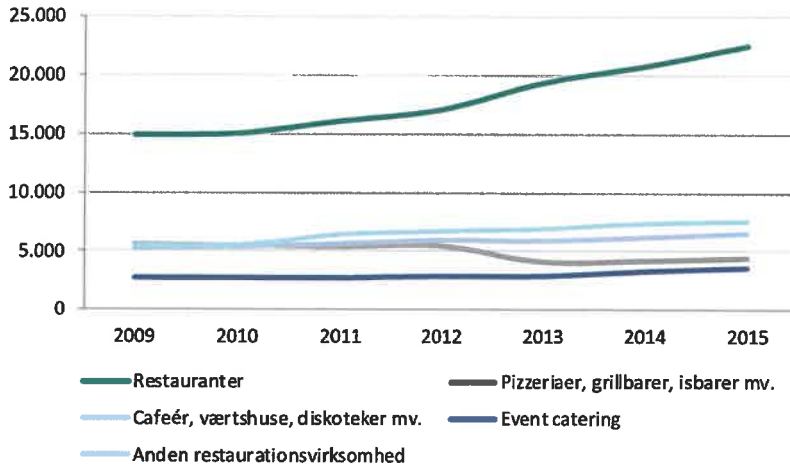
I København kan fremgangen i restaurationsbranchen bl.a. ses af, at der er blevet etableret en række madmarkeder og street-food-koncepter i de forgangne år, hvor både Torvehallerne, Copenhagen Street Food og Halvandet har haft stor succes. Etableringen af disse koncepter har givet liv til flere områder, som tidligere har været anset som særdeles svære at aktivere som detailkoncepter. Derudover har også mere traditionelle butiksgader som eksempelvis Østerbrogade, Nordre Frihavsgade, Gammel Kongevej og Vesterbrogade oplevet en stigning i antallet af caféer og spisesteder, mens også butiksudbuddet i Latinerkvarteret i København er vokset inden for disse kategorier.

Den positive markedsudvikling i café- og restaurationsbranchen afspejles både i et stigende antal job i erhvervet og en voksende omsætning. Café- og restaurationsbranchen kan opdeles i fem underkategorier, som bl.a. defineres af brancheorganisationen HORESTA.

- **Restauranter** – Omfatter "traditionelle" restauranter, cafeterier, restaurant- og fastfoodkæder samt caféer med hovedvægt på servering af mad.
- **Pizzeriaer, grillbarer, isbarer m.v.** – Omfatter pizzeriaer, grillbarer, isbarer, pølsevogne m.v.
- **Caféer, værtshuse, diskoteker m.v.** – Omfatter caféer, barer, diskoteker, værtshuse og juicebarer med hovedvægt på servering af drikkevarer.
- **Event catering** – Omfatter salg af mad, der tilberedes i centrale køkkener til levering ud af huset, f.eks. catering og diner transportable.
- **Anden restaurationsvirksomhed** – Omfatter erhvervmæssig catering, dvs. levering af mad på grundlag af kontraktlige aftaler med kunden i en nærmere angivet periode, herunder kantinedrift.

Udviklingen i antallet af fuldtidsbeskæftigede medarbejdere i de forskellige kategorier ses af nedenstående figur.

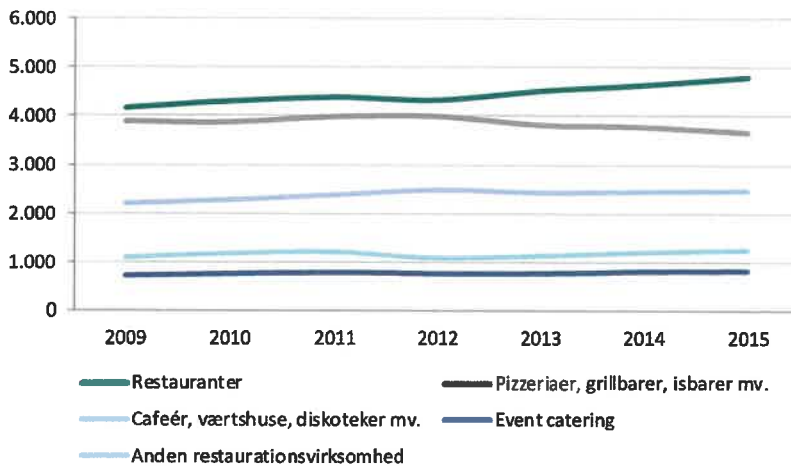
Udvikling i antal fuldtidsbeskæftigede, café- og restaurationsbranchen, 2009-2015



Kilde: Danmarks Statistik

Figuren viser, at den stærkeste vækst findes inden for kategorien "Restauranter", som voksede med 7.694 nye fuldtidsbeskæftigede fra 2009-2015, svarende til 52%, hvor væksten alene fra 2014-2015 udgjorde 9%. De øvrige kategorier på nær "Pizzeriaer, grillbarer, isbarer m.v." voksede også i perioden, mens alle områder er vokset fra 2014-2015. Den positive udvikling afspejles også i antallet af arbejdssteder inden for café- og restaurationsbranchen., som er vokset med 8% i samme periode. Udviklingen er illustreret nedenfor.

Antal arbejdssteder, café- og restaurationsbranchen, ultimo november 2009-2015



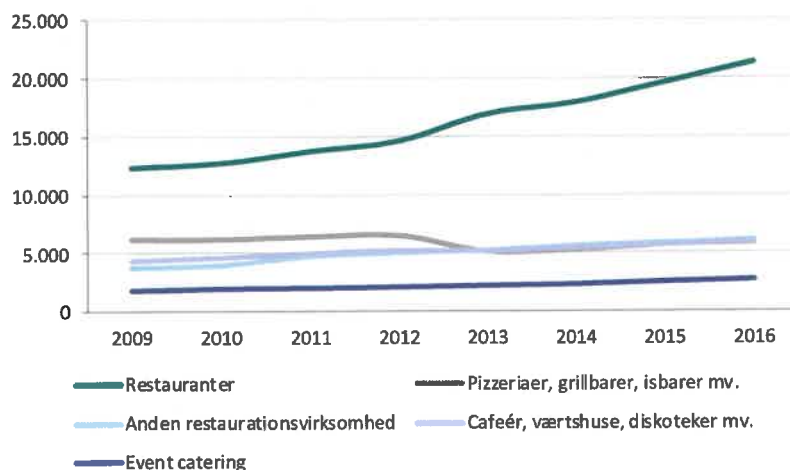
Note: Opgørelsen omfatter arbejdssteder, hvor den momspligtige omsætning for virksomheden (som helhed for CVR-nummeret) er forskellig fra nul.

Kilde: Danmarks Statistik

I løbet af de seneste fem år er væksten i antallet af arbejdssteder især sket i kategorierne "Restauranter" og "Caféer, værtshuse, diskoteker m.v.", mens der er færre pizzeriaer, grillbarer, isbarer m.v. end i 2011. Samlet set er der kommet 16% flere restauranter og 11% flere caféer, værtshuse, diskoteker m.v., mens den overordnede vækst var på 8% fra 2009-2015.

Omsætningen i café- og restaurationsbranchen er også vokset markant siden 2009, og 2016 markerede et foreløbigt højdepunkt siden finanskrisen. Siden 2009 er den samlede omsætning vokset med knap 50%, svarende til en øget omsætning på ca. kr. 13,7 mia., hvoraf restaurantkategorien alene står for ca. kr. 9 mia.

Omsætning, café- og restaurationsbranchen, mio. kr., 2009-2016



Kilde: Danmarks Statistik

Set over hele perioden er omsætningen i kategorien "Restauranter" vokset med 74%, mens de øvrige kategorier på nær "Pizzeriaer, grillbarer, isbarer m.v." også udviser samlet vækst i omsætningen. På trods af et samlet fald i omsætningen på 5% i kategorien "Pizzeriaer, grillbarer, isbarer m.v." bemærkes det, at alle kategorier har haft en positiv omsætningsudvikling fra 2015-2016, mens den samlede omsætning er vokset med 7% i samme periode.

9.2 Kontordistriktet – Holmens Kanal / Kongens Nytorv

Området omkring Holmens Kanal/Kongens Nytorv har traditionelt set været foretrukket af banker og andre finansielle virksomheder, og p.t. huser området bl.a. Danske Banks hovedsæde samt Nationalbanken. Aktuelt ligger lejeniveauet for primære lokaler omkring kr. 1.500 pr. m², hvilket har været nogenlunde konstant gennem de seneste år. Området er begunstiget af gode muligheder for offentlig transport, idet der både er metro- og busforbindelser ved Kongens Nytorv, og derudover er beliggenheden yderst central.

Overordnet set har lejeudviklingen for primære kontorlokaler i Holmens Kanal/Kongens Nytorv udviklet sig på følgende måde:

Lejeudvikling, kontor, Holmens Kanal/Kongens Nytorv, kr. m² p.a. ekskl. drift



Kilde: Sadolin & Albæk

Områdets styrker ligger derimod i den varierende bygningsmasse, som tiltrækker et bredt udsnit af virksomheder, og derudover er der et stærkt udbud af øvrige faciliteter med en stærk detailhandel og væsentligt byliv som de store drivkræfter. Bylivet og den centrale beliggenhed giver området karakter, hvilket appellerer til virksomhederne.

9.3 Konkluderende bemærkninger

Baseret på den viste udvikling i afsnit 9.1 og 9.2, er det vores opfattelse, at der ud over de planlagte detailhandelsarealer vil være efterspørgsel efter erhvervslokaler fra en række serviceerhverv.

På trods af konkurrencen fra Nyhavn og de omkringliggende sidegader, vurderes Holmens Kanal at være en attraktiv beliggenhed for en café- eller restaurationsvirksomhed, der kan udnytte kundeflowet fra Kongens Nytorv, projektområdets status som nyt byrum samt projektområdets kommende beboere. Bl.a. er det muligt at etablere restaurationslokaler på de øvre etager i lejemålet på hjørnet af Bremerholm/Laksegade, som vil adskille sig fra den øvrige del af nærområdets bygningsmasse med åbne facader mod Bremerholm, hvilket giver en stærk eksponering.

Derudover vurderes Holmens Kanal at kunne tiltrække kontorlejere, som værdsætter området byliv og den centrale beliggenhed, jf. afsnit 9.2. Såfremt detailhandelskonceptet "Nordic designer's village" implementeres, får projektområdet et anderledes udtryk end i dag, hvor det i højere grad er domineret af finansielle virksomheder. Udviklingen af området vurderes at gøre området mere attraktivt for et bredere udsnit af kontorlejere, og med et helstøbt designkoncept vurderes området at blive attraktivt for kreative virksomheder, der i så fald vil komme tæt på miljøet i det nye byområde.

Slutteligt kan områdets øvrige erhvervsarealer anvendes til eksempelvis kulturinstitutioner, som har en interesse i projektområdets centrale beliggenhed og kommende helhedsudtryk. Da den endelige udformning af projektområdets arealer ikke er kendt på nuværende tidspunkt, har Sadolin & Albæk ingen konkrete bud på sådanne institutioner, men det bør løbende undersøges i projektudviklingsfasen.

10 Konklusioner af detailhandelsanalysen

Konkluderende er det vores opfattelse, at:

- Holmens Kanal har nogle klare kvaliteter som udviklingsområde, hvor bl.a. den centrale beliggenhed og mangfoldige arkitektur er en unik kombination.
- Der er mulighed for at etablere en "Nordic designer's village" som detailhandelskoncept. Konceptet vil brande området og København generelt med et produkt, der ikke allerede eksisterer i byen, og etableringen af "Nordic designer's village" vil være medvirkende til at definere det nye Holmens Kanal. Dermed transformeres det eksisterende erhvervmiljø til en ny og attraktiv bydel med eget præg, som adskiller sig fra det eksisterende detailhandelsmiljø i Indre By.
- En "Nordic designer's village" vurderes at øge Københavns attraktionsniveau for storbyturister. Derudover vurderes det også at kunne tiltrække lokalbefolkningen, og dermed styrkes den samlede detailhandel og det samlede erhvervsliv i byen.
- Et nyt område med udvalgsvarebutikker vil styrke danske og nordiske designerbrands' muligheder for at etablere sig i City.
 - Udvidelsen af dagligvarearealet i City, som andrager mindre end 2% og med en forventet omsætning på under 2% af den samlede dagligvareomsætning i City, ventes ikke at have en målbar, negativ effekt på omsætningen i øvrige dagligvarebutikker i City.
 - Nærområdet har, i forhold til antallet af indbyggere, specielt i området afgrænset af Holmens Kanal, Holbergsgade, Havnefronten, Nyhavn og Kongens Nytorv, en begrænset forsyning med dagligvarebutikker sammenlignet med øvrige områder i København.
 - Udvidelsen af udvalgsvarebutiksarealet i City, som andrager ca. 3,7% og med en forventet omsætning på ca. 3,5% af den samlede dagligvareomsætning i City, vil have en meget begrænset effekt på omsætningen i øvrige udvalgsvarebutikker i City.

11 Begrænsninger i opdrag og ansvar

Sadolin & Albæk A/S anerkender og accepterer sit generelle og professionelle ansvar over for klienten i henhold til dette opdrag. Sadolin & Albæk kan af tredjemand ikke holdes ansvarlig for indholdet af nærværende rapport.

12 Kvalifikationer og interessekonflikter

Undertegnede, Peter Winther, Andreas Brandt og Muhamed Jamil Eid, Sadolin & Albæk A/S, Palægade 2-4, 1261 København K, erklærer hermed at handle som eksterne rådgivere og at være fri for enhver økonomisk eller anden interesse i sagen, som med rette kan forventes at have indflydelse på evnen til at give en uafhængig og neutral meningstilkendegivelse i forbindelse med nærværende rapport.

København, 7. juli 2017

Sadolin & Albæk A/S



Peter Winther
Adm. direktør, partner, MRICS



Andreas Brandt
Seniorkonsulent, cand.polit.



Muhamed Jamil Eid
Konsulent, cand.oecon.

