

ETABLERING AV KJØPESENTRA I TIDLIG FASE

ESTABLISHMENT OF SHOPPING CENTER IN THE EARLY PHASE

OLE MORTEN PETTERSEN

UNIVERSITETET FOR MILJØ- OG BIOVITENSKAP
Institutt for landskapsplanning
Masteroppgave 30 STP, 2011



FORORD I

MAST350 er navnet på den avsluttende masteroppgaven ved Universitet for Miljø - og biovitenskap i Ås og utgjør 30 studiepoeng. Kurset jeg er i ferd med å avslutte er et toårig masterprogram kalt *Master i eiendomsutvikling*. Gjennom de tre første halvårssemestrene har klassen blitt undervist i en rekke fag deriblant plan- og bygningsloven med tilhørende lovverk, og økonomiske fag. På bakgrunn av de gjennomførte kursene har vi selv kunnet velge ut et område som vi skal spesialisere oss innenfor.

Masteroppgaven er siste oppgave som skal innleveres og muntlig fremføres, før masterstudiet avsluttes. Min masteroppgave er primært laget i perioden januar - mai 2011, men jeg har også tilegnet meg kunnskap underveis i perioden fra forkurset til masteroppgaven (MAST300) som ble gjennomført juni 2010.

I forbindelse med valg av min masteroppgave ønsket jeg å skrive om etablering av kjøpesentra i tidlig fase. Jeg valgte emnet fordi jeg syntes området er interessant og er noe jeg kan tenke meg å jobbe med etter endt utdanning. Det å skrive masteroppgaven har også vært utfordrende og ikke minst en krevende prosess. Skylappene har en tendens til å komme underveis, og det å få tilbakemelding fra veilederen min har vært viktig for klare å holde seg på rett vei og unngå for mange avsporinger.

En av de viktigste tilbakemeldingene i min masteroppgave har vært informasjonen fra bransjeaktørene og politikerne som har sagt seg villig til å la seg intervju. Deres kunnskap og kompetanse har vært vesentlig i mine arbeider. Jeg vil rette en takk til alle som har tatt seg tid til å la seg intervjuet. En takk til alle foreleserne som har bidratt til at jeg har tilegnet meg relevant og god faglig kunnskap i studietiden. En stor takk til Berit Nordahl som har sørget for å hjelpe meg tilbake på rett vei. Til slutt vil jeg takke min samboer Anette som sommeren 2009 oppmuntret meg til å starte på kurset *Master i Eiendomsutvikling*. Dine ord: "*Dette går vi for*" var det som skulle til for å ta den endelige avgjørelsen. Tusen takk for dine ord og din positive støtte underveis.

Ole Morten Pettersen

Ås, 16. mai 2011

SAMMENDRAG I

Masteroppgaven tar for seg etablering av kjøpesentra i tidlig fase. De viktigste problemstillingene som må være avklart for at en etablering av et kjøpesenter skal kunne finne sted er beskrevet. Det rettes et fokus på de juridiske bestemmelser og økonomiske vurderinger som må ligge til grunn.

Oppgaven gir en innføring med en teoridel med relevant juss, og historisk utvikling for kjøpesentrene. Markedsforholdene både nasjonalt og lokalt for Vestfold er belyst. Dette er ment for å gi leseren nødvendig bakgrunn til å forstå hvordan en etablering kan finne sted og forstå prosessen rundt en etablering av et kjøpesenter.

Sentrale og profesjonelle kjøpesenteraktører er intervjuet og informasjon fra disse er forsøkt oppsummert og tatt lærdom av i en videre forståelse av hva som er viktig ved etableringer.

Lokalpolitikere som sitter i utvalget for bygge- og arealsaker og Bystyret i Tønsberg er intervjuet for å få ett innblikk i hvordan de tenker rundt denne type etablering.

For å gi en praktisk tilnærming er et kjøpesenterprosjekt i tidlig fase på Kilen i Tønsberg kommune trukket inn som et eksempel på en reel etablering. Det er utført omfattende analysearbeider som bunner ut i en økonomisk beregning.

De profesjonelle aktørene vektlegger ved sine etableringer: beliggenhet, utvikle nye kjøpesentra sentralt i byer og nær knutepunkter. God infrastruktur med god trafikkflyt er viktig. Det er viktig å etablere større sentra og være nummer 1 eller 2 i sin region. God butikkmix. Prosjekter med utviklingsmulighet er positivt. Aktørene vektlegger miljøet og har for lengst satt i gang en rekke tiltak for å redusere energibruken.

Lokalpolitikerne i Tønsberg vektlegger hva et kjøpesenter kan gi tilbake til byen i form av positive effekter. Ny arbeidsplasser, positive ringvirkninger som gjør byen bedre og en bedre logistikk som fører til redusert CO² utslipp er noen av momentene. Videre er det fokus på at etableringen ikke kommer i direkte konflikt med sentrumshandelen som gjør at den svekkes.

Konklusjon for Kilen prosjektet er i følge mine beregninger at det er økonomisk gjennomførbart.

SUMMARY II

This master-report examines the establishment of shopping centers in the early stages. The main issues that must be clarified in order to establish a shopping are described. It addressed a focus on the legal provisions and economic considerations that must be used.

The master-report gives an introduction of a theoretical part with relevant law, and historical development of shopping centers. Market conditions, both nationally and locally in Vestfold are described. This is meant to give the reader the necessary background to understand how an establishment can take place and further understand the process around the establishment of a shopping center.

Central and professionals working with shopping center-development are interviewed and information from these are summarized and adjusted for further understanding of what is important when establishing.

Local politicians working on the committee for construction and land use issues and city council in Tønsberg are interviewed to get an insight into how they consider this type of establishment.

To provide a practical approach, a shopping center project in the early phase at Kilen Tønsberg is included as an example of a real establishment. There has been extensive analysis work that is summarized in an economic calculation.

What the professionals working with shopping center-development emphasize when establishing: location, develop new shopping centers downtown and near intersections. Good infrastructure with good traffic flow is important. It is important to establish more centers and be number 1 or 2 in their region. Good retail mix. Projects with development opportunity are positive. The participants emphasize the environment and have already set in motion series of measures to reduce energy use.

Local politicians from Tønsberg emphasize what a shopping center can give back to the city in terms of positive effects. New jobs, effects that improve the city and better logistics that leads to reduced carbondioxide pollution are some of the elements. Further, there is a focus that the establishment does not come into direct conflict with the shops downtown and loss of their business.

According to my calculations the conclusion for the Kilen project is that it is economically feasible.

INNHALDSFORTEGNELSE

INNHALDSFORTEGNELSE	4
1. INNLEDNING	7
1.1 INTRODUKSJON	7
1.2 FORMÅL	8
1.3 PROBLEMSTILLINGER	8
1.4 AVGRENSING AV PROBLEMSTILLING	8
1.5 FORKLARENDE FELT	8
2. Metode	9
2.1 VALG AV METODE	9
2.2 DATAINNSAMLING	9
2.2.1 Delvis strukturert intervju	9
2.2.2 Intervjuguide	9
2.2.3 Bearbeiding og analyse av data	10
2.3 INFORMANTER	10
2.4 ETIKK	10
2.5 VALG AV LITTERATUR	10
2.6 PÅLITELIG, GYLDIGHET OG GENERALISERBARHET	11
DEL 1 - TEORETISK TILNÆRMING	12
3 JURIDISKE BESTEMMELSER - PLANSYSTEMET	12
3.1 PLAN- OG BYGNINGSLOVENS ANSVARFORHOLD	12
3.2 OVERSIKT OVER RIKSPOLITISKE RETNINGSINJER AV BETYDNING FOR KJØPESENTERE	15
3.3 RIKSPOLITISK BESTEMMELSE OM MIDLERTIDIG ETABLERINGSSTOPP FOR KJØPESENTERA UTENFOR SENTRALE DELER AV BYER OG TETTSTEDER 1999 (RPB)	17
3.4 FORSKRIFT OM RIKSPOLITISK BESTEMMELSE FOR KJØPESENTERA 2008 (RPB)	19
3.5 FYLKESDELPLAN - VESTFOLD	22
Del 2	29
4 KJØPESENTERE	29
4.1 DEFINISJON AV BEGREPET KJØPESENTERE	29
4.2 HISTORISK UTVIKLING AV KJØPESENTERE	36
4.3 DE STØRSTE EIENDOMSUTVIKLERNE OG DRIVERNE AV KJØPESENTERE I NORGE	40
4.4 DEFINISJON AV BEGREPET EIENDOMSUTVIKLING OG DRIFTING AV KJØPESENTERE	42
5. TRANSFORMASJON AV OMRÅDET KILEN I TØNSBERG	44
5.1 KILEN SOM NÆRINGSOMRÅDE	44

5.2 EN IDE BLIR TIL	45
6 ANALYSE OG VERDIVURDERING AV KILEN PROSJEKTET	47
6.1 ANALYSE AV VESTFOLD - TØNSBERG - KILEN	47
6.2 SPACE SYNTAX - ANALYSE AV TØNSBERG.....	55
6.3 VERDIVURDERING AV KILEN PROSJEKTET	56
6.4 BUDSJETERTE KOSTNADER FOR KILEN PROSJEKTET.....	60
6.5 ØKONOMISK KONKLUSJON.....	62
7. INTERVJU MED TRE PROFESJONELLE KJØPESENTER AKTØRER	64
7.1 INFORMANTENE.....	64
7.2 ANALYSEARBEIDER OG ØKONOMISKE BEREGNINGER	65
7.3 JURIDISKE BESTEMMELSER	70
7.4 POLITISK VILJE FOR ETABLERING ELLER UTVIDELSE AV ETABLERT SENTER	71
7.5 UTVIKLINGSMULIGHETER	73
7.6 EIENDOMSUTVIKLING.....	76
7.7 AVSLUTNING	77
8 INTERVJU MED TRE LOKAL POLITIKERE FRA TØNSBERG	80
8.1 INFORMANTENE.....	80
8.2 KOMMUNAL POLITIKK OG ETABLERINGSVILLIGHET	81
8.3 TIDLIGERE UNDERSØKELSE AV KJØPESENTERETABLERING	87
9 DRØFTING OG KONKLUSJON AV OPPGAVEN	89
9.1 OPPSUMMERING OG KONKLUSJON.....	89
9.2 VIDERE FORSKNING.....	91
10 KILDER	92
1 Vedlegg: Intervjuguiden av tre kjøpesenteraktører.....	95
2 Vedlegg: Intervjuguiden av tre lokalpolitikere i Tønsberg	98

Oversikt - Figurer i oppgaven:

Figur 1 Oversikt over de tre forvaltningsnivåene i Norge:	12
Figur 2 Oversikt over Fylkesmannen og Sivilombudsmannens plass og rolle:	15
Figur 3 Oversikt over rikspolitisk retningslinjer:	16
Figur 4 Oversikt over alle kjøpesentrene i Vestfold (2009):	22
Figur 5 Kart over handelsområder og kommunenavn i Vestfold:	23
Figur 6 Illustrasjon over fremgangsmetode for handelsetablering:	28
Figur 7 Kart over Tønsberg kommune som viser kommuneplaner og reguleringsstatus:	32
Figur 8 Flyfoto av Handesparken Kilen i Tønsberg kommune:	33
Figur 9 Illustrasjon av Norwegian Outlet i Vestby, Akershus - i tre bilder:	34
Figur 10 Oversikt over alle kjøpesenter i Norge:	41
Figur 11 Kjøpesenter - prosjektstart - slutt og konstant utvikling av markedsplassen:	43
Figur 12 Oversiktsbilder over næringsområde - Kilen og kommunedelplanen (2009):	44
Figur 13 Illustrasjon over områder som er mest vitale for økonomisk aktivitet:	55
Figur 14 Illustrasjon av Kilen Handespark - områdene AB 10 - AB 12:	57
Figur 15 Butikkmix og budsjetterte årlige leieinntekter for Hypermarkedet/ Storhandel:	59
Figur 16 Sensitivitetsanalyse av ulike kostnader:	61

Oversikt - Grafer i oppgaven:

Graf 1 Antall kjøpesentra [stk] og omsetning [MRD] i perioden 1999 - 2008:	37
Graf 2 Kjøpesentrene nasjonale markedsandel i prosent i perioden 1999 - 2008:	39
Graf 3 Omsetningsoversikt for fire økonomiske soner i Vestfold 2008:	48
Graf 4 Dekningsgrad for de økonomiske sonene i Vestfold 2008:	49
Graf 5 Omsetningsandel for kjøpesenterhandel i de økonomiske regionene i Vestfold:	50
Graf 6 Handelsoverskudd/ - underskudd i prosent for økonomisk sone - Tønsberg/ Horten:	51
Graf 7 Sysselsatte personer i Tønsberg kommune:	52
Graf 8 Teoretisk behov for økt kvadratmeter handel i Tønsberg 2020:	53

1. INNLEDNING

1.1 INTRODUKSJON

Denne masteroppgaven handler om etablering av kjøpsentra i tidlig fase. Jeg ønsker å gjennomgå de viktigste problemstillingene som må være avklart for at en etablering skal kunne finne sted. De viktigste momentene er juridiske bestemmelser og økonomiske vurderinger som må ligge til grunn for en tenkt etablering.

Oppgaven min er todelt. Del 1 består i all hovedsak av en teoridel hvor jeg gjennomgår det juridiske regelverk som må ligge til grunn for at en etablering skal kunne finne sted. Jeg synliggjør hvem som er satt til å delegere lovverket, videre gjennomgår rikspolitiske bestemmelser som er gjeldende for all nyetablering og utvidelse av kjøpsentra. Deretter gjennomgår jeg en spesifikk fylkesdelplan. Den regionale plan for handelsetablering gir en kort innføring og oversikt over dagens kjøpesenterstatus i fylket før regionalt regelverk blir gjennomgått. Del 1 avsluttes med å synliggjøre hvilke prosesser forslagstillere må gjennom for å søke via plansystemet.

I del 2 gjennomgås begrepet kjøpsentra utfyllende. Jeg gjennomgår kjøpsentrenes historiske utvikling fra sin spede start og fram til dagens status. Kjøpsentra er et vidt begrep og det foreligger en rekke definisjoner. Jeg trekker ut et utvalg og synliggjør dem med reelle eksempler i tekst og bilder. Forskjellen mellom eiendomsutvikling og drifting av et kjøpesenter blir forklart og hvilke faktorer som herunder er spesielt.

Deretter beveger jeg meg over til et reelt prosjekt som er tenkt etablert i Tønsberg kommune i Vestfold fylke. Jeg følger hele utviklingen fra ideen oppstod og gjør analyser og beregninger for å avdekke om det er økonomisk forsvarlig å etablere et kjøpesenter på det tiltenkte området. Denne delen avsluttes med en konklusjon.

Videre har jeg intervjuet tre profesjonelle eiendomsutviklere og drivere av kjøpsentra. I intervjuene spør jeg blant annet om hva som er avgjørende for deres etableringsbeslutninger.

Jeg har også intervjuet tre lokalpolitikere i Tønsberg som sitter i utvalget for bygge- og arealsaker og i bystyret. I disse intervjuene spør jeg blant annet om hvordan de tenker når de møter en forslagstiller som ønsker å etablere et kjøpesenter og hva som er viktig for dem.

Oppgaven avsluttes med en drøfting og konklusjon av hele oppgaven.

1.2 FORMÅL

Formålet med masteroppgaven er å vurdere de viktigste faktorene ved etablering av kjøpesenter. Som vil være å belyse juridiske bestemmelser og økonomi. Jeg skal ta for meg et reelt prosjekt og analysere og verdivurdere økonomien i prosjekt. Jeg skal også intervju et utvalg av profesjonelle aktører på landsbasis. Videre skal jeg intervju et utvalg lokalpolitikere som er tilknyttet prosjekt jeg skal vurdere.

1.3 PROBLEMSTILLINGER

Hva skal til for at man skal kunne etablere et kjøpesenter?

Viktige forhold:

1. Juridiske bestemmelser - hvilke regelverk gjelder?
2. Analyser - er det økonomi i det?
3. Hva fokuserer lokalpolitikerne på?
4. Nærmere om juridiske bestemmelser
5. Nærmere om analyser

1.4 AVGRENSING AV PROBLEMSTILLING

Hvordan påvirker de statlige politiske begrensningene ved beslutninger om etablering av nye kjøpesentra, og eller i forbindelse med utvidelse av eksisterende sentra? Hvilke juridiske regelverk må etablererne av kjøpesentra ta hensyn til? Hva vektlegger de profesjonelle aktørene mest i tidlig fase ved en konseptutredning? Hva fokuserer lokalpolitikerne på?

1.5 FORKLARENDE FELT

1. Definisjon på et kjøpesenter og historisk utvikling
2. Hva skiller kjøpesenterutviklere fra en boligutvikler
3. Analyse og økonomiske beregninger av tiltenkt kjøpsenteretablering

2. Metode

2.1 VALG AV METODE

”Metode er snevert definert [som] den håndverksmessige siden av vitenskapelig virksomhet, eller mer presist læren om de verktøy en kan benytte for å samle informasjon. [...] Metode er en systematisk måte å undersøke virkeligheten på. [...] I vid forstand er metode således noe mer enn undersøkelsesteknikker. Det er læren om å samle inn, organisere, bearbeide, analysere og tolke sosiale fakta på en så systematisk måte at andre kan kikke oss i kortene” (Halvorsen 1993:12-13).

Jeg har valgt å anvende et kvalitativt forskningsdesign for å kunne besvare problemstillingen i denne oppgaven. Kvalitativ metode er i motsetning til kvantitativ metode som vektlegger utbredelse og antall, en metode som går i dybden og gir en helhetlig forståelse av ulike forhold og vektlegger betydningen.

2.2 DATAINNSAMLING

Innsamlingen av data skjedde gjennom analyse av ulike typer dokumenter som gjeldende lover og regler, relevant faglitteratur og bransjeartikler, data fra statistisk sentralbyrå (SSB), internett, samt intervjuer. Jeg intervjuet seks personer innenfor de relevante fagområdene som oppgaven omhandler. Tre av personene er bransjeaktører og de andre tre lokalpolitikere i Tønsberg. Intervjuene var delvis strukturert. Jeg ringte også til personer som hadde utført analysearbeid, samt andre bransjeaktører.

2.2.1 Delvis strukturert intervju

Et delvis strukturert intervju kjennetegnes av at forskeren på forhånd har bestemt seg for hvilke tema det skal snakkes om, men at rekkefølgen bestemmes underveis. Slik kan forskeren følge informantens historie, samtidig som en sørger for at alle ønskede temaer blir dekket underveis (Thagaard 2003). I intervjuene brukte jeg en båndopptaker samt at jeg noterte. Slik ble hele samtalen bevart samtidig som at deler av analysearbeidet starter allerede under intervjuet. Ved at jeg noterte hadde jeg en ekstra sikkerhet dersom teknologien skulle feile. I følge Thagaard (2003) kan imidlertid det å benytte en båndopptaker medføre at intervjusituasjonen blir formell, og at informanten kan nøle med å gi utfyllende opplysninger. Da jeg anser mine spørsmål i intervjuguidene som ikke særlig sensitive, så tror jeg ikke at dette har vært noe problem for informantene.

2.2.2 Intervjuguide

Til bruk i intervjuene utarbeidet jeg to intervjuguides. De omhandlet de grunnleggende temaene jeg ønsket å snakke med informantene om, samt at jeg hadde noen temaer spesielt beregnet på én eller noen få av informantene. Grunnen til dette er at informantene har ulik bakgrunn og kompetanse

innenfor fagområdet, og jeg ville intervju dem på de områdene de kjenner best. Intervjuguidene består av 21 spørsmål for kjøpesenteraktørene og 10 spørsmål for lokalpolitikerne. I drøftingsdelen har jeg slått sammen flere av svarene på disse spørsmålene da disse delvis overlappet hverandre.

2.2.3 Bearbeiding og analyse av data

Bearbeiding og analyse av datamaterialet er en form for kategoribasert analyse, fordi forskeren deler materialet inn i kategorier som vedkommende selv lager ut fra det man har lest av teori, og de funnene man finner i de innsamlede dataene (Holter 1996). Etter hvert intervju satte jeg meg umiddelbart ned for å bearbeide materialet. Jeg hørte på hva de sa og plukket ut det som har vært relevant for spørsmålene og prøvd å få en forståelse av innholdet. Det er dette som Thagaard (2003) betegner som analyse. Videre begynte jeg med å tolke innholdet. I følge Thagaard (2003) innebærer dette å reflektere over meningsinnholdet i datamaterialet for så å knytte det til teori, for igjen å kunne svare på problemstillingen. Jeg hørte derfor gjennom alle intervjuene på nytt og delte de inn i ulike tema. I de tilfellene der informantene ga noenlunde like svar, forsøkte jeg å sammenlikne svarene og trekke konklusjoner basert på dem.

2.3 INFORMANTER

Mitt valg av informanter har skjedd gjennom strategisk utvalg, det vil si at de er valgt ved at de har "egenskaper eller kvalifikasjoner som er strategiske i forhold til problemstillingen" (Thagaard 2003:55). Jeg har brukt det Thagaard betegner som snøballmetoden (2003:56). Det vil si at jeg begynte med å ta kontakt med noen få personer som jeg anså relevant og disse ga meg navn på andre relevante aktører. Tilslutt satt jeg igjen med et spesielt utvalg informanter og disse hadde svært god kunnskap om fagområdet som jeg studerer. Jeg har hatt fokus på finne personer med den rette bakgrunnen og de rette kvalifikasjonene snarere enn å få spredning i utvalget (Thagaard 2003).

2.4 ETIKK

I følge Thagaard (2003) handler det etiske aspektet innenfor kvalitativ datainnsamling om å få informert samtykke. Med dette menes at informanten får opplyst om at det han eller hun sier kan bli brukt i oppgaven. Samtlige av mine informanter ga samtykke til at jeg kunne bruke det de sa i oppgaven og etter hvert intervju sendte jeg utkast av intervjuet til den enkelte slik at vedkommende kunne komme med kommentarer, endringer eller lignende før jeg brukte svarene i oppgaven.

2.5 VALG AV LITTERATUR

Etter at jeg hadde bestemt meg for tema for oppgaven gjorde jeg søk etter kontaktpersoner, relevant litteratur i forskjellige biblioteksdata-baser og søkemotorer på internett. Jeg laget en oversikt over de forskjellige eierne av kjøpesentre samt personer som utfører analysearbeid for disse kjøpesentrene.

2.6 PÅLITELIG, GYLDIGHET OG GENERALISERBARHET

I all forskning er kravet om pålitelighet eller reliabilitet sentralt. For at kildene skal kunne fremstå som pålitelige skal det være mulig for en annen forsker å etterprøve resultatene (Hellevik 2002). I følge Hellevik (2002) handler ofte pålitelighet i kvantitativ forskning om at en annen forsker skal kunne komme frem til det samme resultatet. I kvalitativ forskning derimot, er dette vanskeligere fordi tema og aktører ikke er statiske, men dynamiske. Så dersom forskeren utfører den samme undersøkelsen med noen års mellomrom, vil forskeren høyst sannsynlig få forskjellige svar, samt at resultatene kan avhenge av forskerens tolking datamaterialet. Påliteligheten av kvalitativ forskning må derfor avgjøres på bakgrunn av om det er logikk i forskerens argumentasjon og resultater, og om disse er av interesse (Holter 1996).

I kvalitative studier hviler gyldigheten av fortolkninger på om forskeren har målt det vedkommende virkelig ønsket å måle. Har spørsmålene vært riktige, har forskeren tolket svarene til de intervjuede på en riktig måte, og har forskeren gitt et korrekt bilde av virkeligheten? (Kvale 1987). Gyldigheten må vurderes på samme måte som påliteligheten, det vil si med en kontinuerlig avveining og argumentering til man får en innsikt som er slående og logisk. For at framstillingen skal være troverdig er det viktig at det er sammenfall i fremstillingen, og at det er minst mulig løse tråder (Holter 1996).

Når det gjelder å avgjøre om mine tolkninger er sannsynlige, og dermed gyldige, viser jeg til det Holter (1996) sier, om at det eksisterer en del felles standarder og normer i vitenskapelige arbeider, og at disse kan brukes til å vurdere arbeider og prosjekter. Sannsynligheten av tolkninger, og dermed gyldigheten, kan sies også å kunne vurderes av personer som befinner seg i den samme sosiale konteksten som forskeren. I forkant av intervjuene hadde jeg satt meg godt inn i planverket i kommunene og hadde gjort meg en del antagelser om hvordan ting kunne henge sammen. Dette fikk jeg videre bekreftet gjennom intervjuene med de forskjellige informantene. Dette mener jeg bidrar til å øke kvaliteten på mine data, og at min fremstilling og mine tolkninger gir et korrekt bilde av virkeligheten. Tolkningene er sannsynlige, og dermed gyldige.

Generaliserbarhet eller overførbarhet, omhandler om det er mulig å dra slutninger fra forskerens case til annen empiri og teori (Thagaard 2003). Når det gjelder denne oppgavens generaliserbarhet, mener jeg at mine funn og tolkninger kan ha en overføringsverdi fordi de også kan gjelde for etablering av kjøpesentre i resten av landet.

DEL 1 - TEORETISK TILNÆRMING

3 JURIDISKE BESTEMMELSER - PLANSYSTEMET

3.1 PLAN- OG BYGNINGSLOVENS ANSVARFORHOLD

Det er tre gjeldende forvaltningsgrupper i Norge. Oversikten under viser hvordan de offentlige aktørenes roller er fordelt og deres ansvarsforhold i de ulike trinnene for lovens formål.

Figur 1 Oversikt over de tre forvaltningsnivåene i Norge:



Oversikt over de tre forvaltningsorganene i Norge (Kilde:www.norge.no).

På høyeste nivå finner vi Statsforvaltningen. Stortingets oppgave er å vedta lover og bevilge penger. I regjeringen sitter folkevalgte personer og representanter for deres partier. Departementene som primært jobber med Plan- og bygningsloven er; Miljøverndepartementet som har hovedansvar for Plandelen, og Kommunal og regional- departementet som har hovedansvaret for byggesaksdelen.

Under Miljøverndepartement ligger det følgende underliggende etater:

- Direktoratet for naturforvaltning
- Klima- og forurensningsdirektoratet
- Norsk Polarinstitut
- Riksantikvaren
- Statens Kartverk
- Norsk Kulturminnefond

Under Kommunal og regionaldepartementet ligger det følgende underliggende etater:

- Distriktssenteret
- Husleietvistutvalget
- Statens bygningstekniske etat
- Husbanken

Ansvarsforholdet etter plan- og bygningsloven er delegert etter kgl.res. 12. juni 2009 med hjemmel i lov av 27. juni 2008 nr. 71 om planlegging og byggesaks- behandling (for plan- og bygningsloven). Fremmet av Miljøverndepartementet i kg. res. av 12. juni 2009 fremgår det hvor ansvarsforholdet påligger (Kilde: Lovdata.no). Ansvarsforholdet er gjengitt nedenfor:

1. ----

2. Den myndighet som er tillagt departementet i lov om planlegging og byggesaksbehandling kapittel 2-14 legges til Miljøverndepartementet.

3. Den myndighet som er tillagt departementet i lov om planlegging og byggesaksbehandling i første, tredje, femte og sjette del, for så vidt myndigheten gjelder lovens kapittel 2-14, legges til Miljøverndepartementet.

4. Den myndighet som er tillagt departementet i lov om planlegging og byggesaksbehandling for de deler av loven som ikke framgår av pkt. 2 og 3, legges til Kommunal- og regionaldepartementet.

5. Fylkesmannen gis myndighet som mekler etter § 5-6 i loven.

Som det fremkommer av kgl. res. av 12. juni 2009 er ansvarsforholdet som tidligere nevnt fordelt mellom Miljøverndepartementet og Kommunal - og regionaldepartementet.

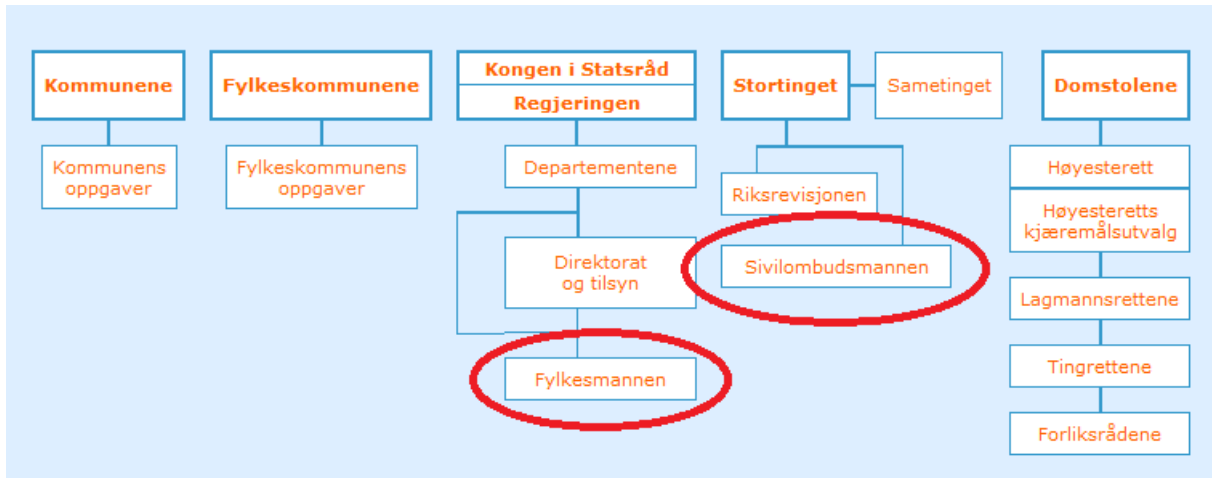
Jf. kapittel 6 i Plan- og bygningsloven (2008) fremgår det at Kongen hvert fjerde år skal utarbeide et dokument med nasjonale forventinger til regional og kommunal planlegging. Dette skal følges opp. Kongen kan videre gi statlige planretningslinjer (SPR) for landet som helhet eller for et geografisk avgrenset område. Statlige planretninger etter Plan- og bygningsloven § 6-2 tilsvarer Rikspolitiske retningslinjer(RPR) etter Plan- og bygningsloven av 1985, og er tenkt brukt for å konkretisere nasjonale forventninger til planlegging.

Videre har vi regionalforvaltningen, som er todelt: Vi har fylkeskommunene og fylkesmannen. Fylkeskommunene jobber med regional forvaltning for sitt fylke og i korte trekk setter de rammer for hvilke regionale planspørsmål som er viktige å arbeide med for det nyvalgte fylkestinget og kommunestyret. Strategien skal omfatte en beskrivelse av de viktigste utviklingstrekkene i hele fylket eller i deler av fylket (regionen). Utgangspunktet skal være de nasjonale mål og rammer som er utarbeidet av regjeringen og Stortinget. Det skal legges vesentlig vekt på erfaringen fra det spesifikke fylket, og eller region, og de enkelte kommunenes utfordringer og målsetninger. Fylkeskommunene er kommunens organ.

Lokalforvaltningen styres av de enkelte kommuner i landet. Kommune skal etter Plan- og bygningsloven sette fokus på de planoppgaver kommunene skal videreføre eller starte opp for å tilrettelegge for en positiv utvikling i kommunen. Kommunal planstrategi skal være et hjelpemiddel for kommunene for å fastsette kommunens videre planarbeider. Kommunene er etter nye plan- og bygningsloven pliktig til å utarbeide en kommunal planstrategi minst en gang i hver valgperiode, samt vedta planstrategien senest innen ett år etter kommunestyrets konstituering (Kilde: Lovkommentar plan- og bygningsloven).

Kongen ved Miljøverndepartementet har egne representanter i hvert fylke, Fylkesmannembetet, kalt Fylkesmannen. Det er Fylkesmannen som håndhever denne oppgaven og er statens forlengede arm i hvert fylke. Fylkesmannen har ansvar for å følge opp vedtak, mål og retningslinjer fra Stortinget og regjeringen. Fylkesmannen utfører forvaltningsoppgaver og er klage og tilsynsstyresmakt med oppdrag fra flere departement, blant annet for Miljøverndepartementet og Kommunal- og regionaldepartementet (Kilde: Fylkesmannen). Til slutt nevnes Sivilombudsmannen som ligger under Stortinget. Ombudsmann har som hovedoppgave å kontrollere og sikre at offentlige myndigheter ikke utøver urett mot den enkelte borger. Forvaltningen retter seg etter ombudsmannens anbefalinger, men er ikke forpliktet til det (Kilde: Sivilombudsmannen.no).

Figur 2 Oversikt over Fylkesmannen og Sivilombudsmannens plass og rolle:



Illustrasjon over rollene til Fylkesmannens og sivilombudsmannen, samt hierarkisk oppbygging over hvordan det norske samfunn er bygd opp, og hvilke oppgaver de ulike offentlige virksomhetene har.

3.2 OVERSIKT OVER RIKSPOLITISKE RETNINGSLINJER AV BETYDNING FOR KJØPESENTRER

I perioden 1989-1994 ble det utarbeidet sju rikspolitiske bestemmelser (RPR). RPR ene ble etablert etter plan- og bygningsloven (1985), og er en statlig styring av arealplanlegging. RPR for samordnet areal- og transportplanlegging (1993) står sentralt i forbindelse med den første rikspolitiske bestemmelsen for kjøpesentra utenfor sentrale deler av byer og tettsteder (1999), omtalt som kjøpesenterstoppen (RPB) (Kilde:Regjeringen).

Figur 3 Oversikt over rikspolitisk retningslinjer:

Oversikt over alle RPR er med virkeområder hjemlet i PBL 1985:	ÅR
RPR for regional planlegging og miljøkrav i forbindelse med Hurumprosjektet (erstattet av ny RPR for Gardermoen 1994)	1989 UTGÅTT
RPR for å styrke barn og unges interesser i planleggingen Alle kommuner og fylkeskommuner	1989 GJELDENE
RPR for regional planlegging og miljøkrav i forbindelse med Hovedflyplass på Gardermoen (erstattet av ny RPR for Gardermoen 1994)	1991 UTGÅTT
RPR for planlegging i kyst- og sjøområder i Oslofjordregionen Berører 37 kommuner og fem fylkeskommuner	1993 GJELDENE
RPR for samordnet areal- og transportplanlegging Gjelder alle kommuner og fylkeskommuner. I by- og tettstedsområder stilles det særskilte samarbeidskrav	1993 GJELDENE
RPR for planlegging i forbindelse med hovedflyplass på Gardermoen Gjelder 14 kommuner samt det fylkeskommunale nivå	1994 GJELDENE
RPR for vernede vassdrag "Berørte i praksis alle kommuner og fylkeskommuner"	1994 GJELDENE

Historisk utvikling av RPR er:	
ÅR	Nye RPR
1988 og før:	0
1989	2
1990	0
1991	1
1992	0
1993	2
1994	2
1995 og senere:	0

TOTALT 5 GJELDENE RPR er

Det er RPR for samordnet areal- transportplan (1993) som legger grunnlaget for RPB (1999).

Målsetning til RPR er gjengitt nedenfor:

"Arealbruk og transportsystem skal utvikles slik at de fremmer samfunnsøkonomisk effektiv ressursutnyttelse, med miljømessig gode løsninger, trygge lokalsamfunn og bomiljø, god trafiksikkerhet og effektiv trafikkavvikling. Det skal legges til grunn et langsiktig, bærekraftig perspektiv i planleggingen. Det skal legges vekt på å oppnå gode regionale helhetsløsninger på tvers av kommunegrensene" (Kilde: Regjeringen.no).

RPR ene ble aktivt etablert og tatt i bruk i perioden 1989 - 1994, i denne perioden ble det etablert syv ulike RPR er. To av disse RPR ene er utgått og erstattet av RPR for planlegging i forbindelse med hovedflyplass på Gardermoen. Etter RPR ble etablert "for vernede vassdrag" i 1994 er det siden ikke etablert flere RPR er. Det er fra flere hold blitt indikert at RPR ene ikke har blitt sett på som et bra nok virkemiddel. Av den grunn er det viktig at RPR ene har tydelig mål som er sammensatt på en slik måte at de unngår målkonflikter. Videre bør det være tydelig hva som er et absolutt krav og hva som kommunen kan avgjøre ut fra lokalt skjønn. Praktiske eksempler vil være fordelaktig å legge til grunn for å få en større klarhet i nettopp dette.

I forbindelse med planutvalget sine utredninger har utvalget tatt til orde for en revitalisering av RPR som virkemiddel (Kilde: Miljøverndepartementet). I ny plan og bygningslov har Statlige planretningslinjer (SPR) som vil forsterke effekten og gjøre arvtakeren SPR mer tydelig (Kilde: NIBR).

3.3 RIKSPOLITISK BESTEMMELSE OM MIDLERTIDIG ETABLERINGSSTOPP FOR KJØPESENTRA UTENFOR SENTRALE DELER AV BYER OG TETTSTEDER 1999 (RPB)

Rikspolitisk bestemmelse om midlertidig etableringsstopp for kjøpesentra utenfor sentrale deler av byer og tettsteder, ble fastsatt ved kongelig resolusjon 8. januar 1999 med hjemmel i plan- og bygningsloven § 17-1 annet ledd. Fremmet av Miljøverndepartementet.

RPB en har sin bakgrunn fra blant annet i Stortingets behandling av Stortings melding nr. 29 (1996-97) som omhandler regional planlegging og arealpolitikk, og RPR for samordnet areal- transportplan (1993).

I Stortingsmelding nr. 29 ble det varslet at regjeringen ville vurdere å bruke plan- og bygningslovens muligheter til å nedlegge midlertidig forbud mot nyetablering og utvidelse av eksisterende kjøpesentra dersom lokale- og regionale myndigheter ikke fulgte opp den nasjonale politikken. Forslaget til RPB en ble lagt til høring hos kommuner, fylkeskommuner, fylkesmenn, berørte statlige etater, næringslivets organisasjoner, investorer og andre organisasjoner i perioden 23.12.1997 til 1.4.1998, for siden å bli fastsatt ved kongelig resolusjon 8. januar 1999. Formål og hensikt er å sikre en samfunnsmessig ønsket lokalisering fram til det blir vedtatt fylkes(del)planer som ivaretar regjeringens ønske. Videre er en av målsetningene å styrke eksisterende by og tettstedssentre og unngå en unødvendig byspredning, økt bilbruk og en dårlig tilgjengelighet til varehandelstilbudet for de som ikke disponerer bil. Det er en målsetning å øke tilgjengeligheten til alle og forbedre den kollektive transporten (Kilde: Regjeringen.no).

Deler av dette har sitt utspring fra OECD OG ECMT (Europarådet transportministerkonferanse) som gjennomførte en studie av 132 byer i 20 land. Formålet her var å skaffe en oversikt over trafikksituasjonen i disse byene og vurdere problemene som ble skapt i forbindelse med anbefalinger om fremtidig politikk og nødvendig virkemidler. I rapporten fra 1995 ble sterk vekst i biltrafikken med økte køer ble sett på som uakseptabelt for fremtiden.

En ny strategi ble lagt til grunn med en stram linje og et langsiktig fokus. Hovedstrategiene som ble lagt til grunn var å bruke erfaringer fra andre byer med tanke på en forbedret transportplanlegging, trafikkregulering og et forbedret kollektivtransportsystem. En styrking av arealplanleggingen og virkemidler for en felles lokalisering av arbeidsplasser og boliger som igjen kan reduserer bilavhengigheten og åpne for en økt kollektivsatsing. Etablere bomringer, fartsbegrensninger, prioritere kollektivfelter, parkerings- regulering og innfartsparkeringer mv¹.

¹ I rapporten til Nilsen, G. (2010) (TØI) blir det nevnt at fremtidens løsning vil være en kombinasjon av innfartsparkeringer, sømløse reiser og takting som bør kunne nås innen år 2020. Her vises det til Zurich's

Videre vil høyere avgifter på drivstoffpriser over flere år gi mer energieffektive biler, færre og kortere bilturer og en større andel reisende med miljøvennlig transport (Kilde: Regjeringen.no).

RPB en har også i følge Erik Sveistrup fra Miljøverndepartementet sitt utspring fra RPR for "*Samordnet areal og transportplanlegging*" fra 1993. Retningslinjene fra RPR en tar sikte på å redegjøre for nasjonale mål og betydning for areal og transportplanlegging, samt klargjøre for de viktigste prinsippene for hva som bør vektlegges i planleggingen, og få til et felles samarbeidsbehov og ansvar i gjennomføringen. For å oppnå disse retningslinjene sier RPR for "*Samordnet areal og transportplanlegging*" blant annet:

"Planlegging av utbyggingsmønsteret og transportsystemet bør samordnes slik at det legges til rette for en mest mulig effektiv, trygg og miljøvennlig transport, og slik at transportbehovet kan begrenses. Det bør legges vekt på å få til løsninger som kan gi korte avstander i forhold til daglige gjøremål og effektiv samordning mellom ulike transportmåter" (Kilde: Regjeringen.no).

Forskriften forutsetter at rikspolitiske bestemmelser skal videreføres i fylkes(del)planer som blir utarbeidet. RPB en vil gjelde frem til 1. februar 2004, eller frem til kommunene har innarbeidet fylkes(del)plans retningslinjer i de kommunale arealplanene. Det vil si at tiltak i tråd med fylkes(del)planen vil kunne tillates. Eldre godkjente og stadfestede planer i strid med RPB en vil ikke kunne realiseres. For utbygging av kjøpesentra og eller handel for inntil 3 000 KVM, jamfør § 2 gjelder ikke forskriften. Unntaket fra RPB 1999 fremkommer i § 4.

Et av unntakene som fremkom i denne paragrafen var unntak for utvidelser i sentrum av byer og tettsteder med sentralitet på nivå 3 og 2 i statistisk sentralbyrås standard for kommuneklassifisering 1994. Dette unntaket ble i Veilederen for RPB (2001), laget av Miljøverndepartementet nærmere definert til å gjelde 31 byer. Grunnlaget for unntaket var at disse byene har klare regionale senterfunksjoner som inngår i de to første nivåene i senterstruktur. Alle andre byer og tettsteder må først stadfeste planer i sine respektive fylkes(del)plan før en regulering med påfølgende utbygging kan finne sted. Et annet unntak var plasskrevende handel. Problemet med dette unntaket var at kommunene og fylkeskommunene etablerte forskjellig praksis for hva som ble definert som plasskrevende handel (Kilde: Miljøverndepartementet).

modellen som trolig er Europas mest benyttede kollektivnett med over 100 års kontinuerlig forbedringer. Sømløse reiser er foreslått etablert både i Lillehammerregionen og på Mjøsregionen mv.

3.4 FORSKRIFT OM RIKSPOLITISK BESTEMMELSE FOR KJØPESENTRA 2008 (RPB)

I 2006 ble Rikspolitiske bestemmelse om midlertidig etableringsstopp for kjøpesentra utenfor sentrale deler av byer og tettsteder som ble fastsatt ved kongelig resolusjon 8. januar 1999 evaluert. Utgangspunktet var at "kjøpesenterstoppen" skulle vare fra 1999 til 2004 for deretter å bli overlappet av fylkes(del)planer. Evalueringens hovedinntrykk var at den virket etter sin hensikt. De aller fleste nye kjøpesentra ble i denne perioden lokalisert i sentrale byområder. Problemet var etter Miljøverndepartementets syn, at de regionale planene for handel og senterstruktur som ble utarbeidet i tidsrommet 1999 - 2004, ikke ble godt nok fulgt opp. I kjølevannet av at RPB fra 1999 var den første RPB som ble etablert ble det etter hvert nødvendig å evaluere den, ikke minst i forhold til Plan- og bygningsloven § 17-1 andre ledd som setter et maksimalt tak på 10 år, med rett til å forlenge den med ytterligere 5 år av gangen. Med bakgrunn i Plan- og bygningsloven § 17-1 ble kjøpesenterstoppen fra 1999 evaluert i 2006.

27. juni 2008 fastsatte regjeringen ved kongelig resolusjon, forskrift om rikspolitiske bestemmelser for kjøpesentra. Forskriften er hjemlet i plan- og bygningsloven (1985) § 17-1 (I ny plan- og bygningslov (2008) ville den vært hjemlet i § 6-3). Bestemmelsen gjelder uten unntak for hele landet. Videre har den en varighet på 10 år, eller inntil den avløses av regionale planbestemmelser etter plan- og bygningsloven (2008) § 8-5. Godkjente fylkes(del)planer vil ha en juridisk bindende virkning, og disse planene skal legges til grunn for fremtidig behandling av søknader om etablering eller utvidelse av større kjøpesentre.

På Miljøverndepartementets sider fremgår målet med den nye RPB for kjøpesentra:

"Målet med den rikspolitiske bestemmelsen om kjøpesentra er å styrke by- og tettstedssentrene og legge til rette for miljøvennlige transportvalg, dvs. unngå en utvikling med byspredning, økt bilavhengighet og dårligere tilgjengelighet for dem som ikke disponerer eller ønsker å bruke bil. Det overordnede og langsiktige målet er å utvikle bærekraftige og robuste by- og tettstedsstrukturer som også bidrar til å redusere klimagassutslippene" (Kilde: Regjeringen.no).

Forskriften er langt på vei en ytterligere forsterkning av kjøpesenterstoppen fra 1999. Eksempelvis er unntaket for plasskrevende handel fjernet i RPB fra 2008.

For å danne seg en oversikt over hvordan RPB av 2008 har blitt etablert, må vi først se på Stortingsmelding nr. 26 (2006-2007) *"Regjeringens miljøpolitikk og rikets miljøtilstand"*. I nevnte dokument fremkommer det at det skal satses på klarere bestemmelser for lokalisering av offentlig og privat publikumsrettet virksomhet, herunder kjøpesentra. Disse skal lokaliseres sentralt og til områder som er lett tilgjengelig med miljøvennlig kollektivtransport. Det er ønsket fra regjeringens

side en ytterligere tydeliggjøring av RPR for samordnet areal og transportplanlegging, samt en revitalisering av de nasjonale politiske føringene som lå til grunn for RPB av 1999. Nye og strengere juridiske virkemidler ble vurdert. Formålet er å fange opp alle handelskonsepter og sørge for en mer helhetlig planlegging, hvorav etableringen primært blir etablert i områder som er godkjent i fylkes(del)planene (Kilde: Stortinget.no).

Stortingsmelding nr. 34 (2006-2007) "*Norsk klimapolitikk*", er et mer generelt dokument som omhandler miljøet og belyser hva vi kan gjøre for å redusere våre utslipp. I det norske nasjonalbudsjettet for 2007 ble utslippene av klimagasser i 2020 på usikkert grunnlag anslått til om lag 59 millioner tonn CO₂ - ekvivalenter. Basert på analyser fra Statens forurensningstilsyn mener regjeringen det er realistisk å ha et mål om å redusere utslippene i Norge med 13-16 millioner CO₂ - ekvivalenter i forhold til referansebanen for 2007.

For Norge innebærer dette at et sted mellom halvparten, og opp mot to tredjedeler av Norges totale utslipp må tas nasjonalt. For å nå dette målet må en revisjon av nasjonale mål og virkemidler legges til grunn, kombinert med en ny internasjonal klimaavtale. Norge har som flere andre land satt seg høye mål. Norge skal skjerpe sine internasjonale miljøforpliktelser med ti prosentpoeng til ni prosent under 1990 nivået. I perioden 2007-2020 skal Norge kutte de globale utslippene av klimagasser tilsvarende 30 prosent av Norges utslipp i 1990. Norge skal innen 2050 være karbonnøytral. For å komme dit er det laget et nasjonalt mål som er tredelt (Kilde: Regjering):

1. Dagens internasjonale klimaavtale må forbedres
2. Norge må bidra til utslippsreduksjon i utviklingsland og i raskt voksende økonomier som blant annet India, Kina med flere
3. Intensivering i Norge for å redusere sine egne utslipp

Noen av de viktigste virkemidlene Norge vil gjøre lokalt er en dobling av støtten til fornybar energi, forbedring av byggeforskriftene og økt satsing på kollektivtransport (Kilde: Stortinget.no).

RPB fra 2008 er et av mange virkemidler for at nasjonen skal nå målene nevnt i de ovennevnte Stortingsmeldingene. Som det fremgår er den nye RPB tillagt en forsterkning av ordet MILJØ. Det er altså internasjonale retningslinjer for miljø som er videreført og tatt i bruk av Norge som ligger til grunn for en ytterligere forsterkning av RPB av 2008 (Kilde: Miljøverndepartementet).

Den første og kanskje viktigste rapporten som omhandler en felles internasjonal miljøatsing er fra Rio de Janeiro i Brasil fra 1992, deler av innholdet er gjengitt nedenfor:

"United Nations Conference on Environment and Development. Dette var en FNs konferanse om miljø og utvikling, avholdt i Rio de Janeiro i Brasil juni 1992. UNCED ble initiert etter at rapporten fra Verdens- kommisjonen for miljø og utvikling ble lagt frem 1987. 30 000 mennesker og 120 statsledere deltok på konferansen, som er den største og viktigste som har vært arrangert på miljøområdet. UNCED vedtok en konvensjon om vern av biologisk mangfold, og den første klimakonvensjonen ble vedtatt. Senere i 1997 ble det i Kyoto, Japan vedtatt en protokoll til Klimakonvensjonen som inneholdt et sett med differensiert forpliktelser, denne protokollen er kjent som Kyoto - avtalen" (Kilde: www.snl.no).

Disse retningslinjene er videreført, bearbeidet og danner grunnlag for miljøatsingen både internasjonalt, nasjonalt for blant annet Norge som igjen er en årsak til RPB ene for kjøpesenter - etablering.

For å nå klimamålene er RPB fra 2008 en av mange forutsetninger som ligger til grunn for nasjonal satsing. Lokaliseringen skal i all hovedsak sentraliseres til byene. Forskning viser at kjøpesentre utenfor byer fører til opp mot 95 prosent bilbruk, mens sentrale kjøpesentre reduserer bilbruken ned mot 20 prosent. RPB fra 2008 er i så måte ikke en kjøpesenterstopp som RPB fra 1999 ble betegnet som, men heller en kjøpesenterkontroll. Målet er en god by og sentrumsutvikling. RPB fra 2008 er en sterk statlig styringsmekanisme som setter krav til hvor og hvordan kjøpesenter skal etableres. RPB skal overlappes av regional planlegging. RPB skal også sikre inngrep i LNF områder og styrke jordvern og biologisk mangfold (Kilde: Miljøverndepartementet).

I skrivende stund (mai. 2011) er det i følge Erik Sveistrup som er en av rådgiverne som jobber med RPB i Miljøverndepartementet enda ikke utarbeidet en veileder for den nye forskriften, den er ventet i løpet av 2011.

3.5 FYLKEDELPLAN - VESTFOLD

I dette kapitlet skal vi se nærmere på regionen Vestfold. Vestfold fylkeskommune var den første fylkeskommunen som utarbeidet ny plan etter RPB av 2008, og anses i så måte som et *pilotfylkefylkeskommune*. *Regional plan for handel og sentrumsutvikling i Vestfold* ble endelig vedtatt av fylkestinget 20. oktober 2009. Det er i denne planen gitt unntaksbestemmelse for en fremtidig etablering for IKEA ved Danebu som ligger mellom Larvik og Sandefjord, unntaket skal endelig avklares av Miljøverndepartementet. Planen er en revisjon av fylkes(del)planen for etablering av kjøpesentre og sentrumsutvikling i Vestfold som ble vedtatt 10.10.2003 (Kilde: Miljøverndepartementet).

For å kunne danne seg et oversiktsbilde over dagens status har jeg laget en oversikt over alle kjøpesentrene i Vestfold per 2011.

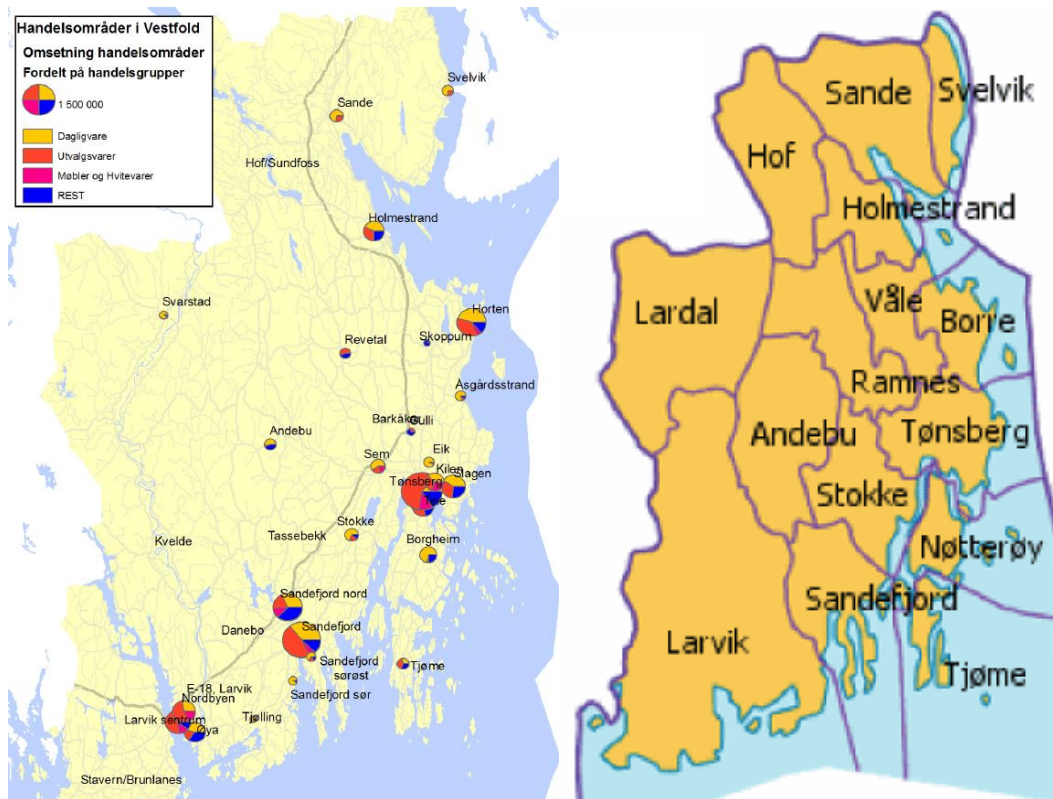
Figur 4 Oversikt over alle kjøpesentrene i Vestfold (2009):

Senter	Poststed	Fylke	Kjedenavn	Etablert	Salgsflate (kvm)	Bruksareal (kvm)	Sentertype	Omsetning 2008 inkl. mva (MNOK)	Omsetning per kvm salgsflate (NOK)
FARMANDSTREDET	TØNSBERG	VESTFOLD	STEEN & STRØM	1989	19 000	26 000	Regionsenter	1 340	70 526
NORDBYEN	LARVIK	VESTFOLD	STEEN & STRØM	1991	14 100	18 185	Regionsenter	534	37 872
SJØSIDEN KJØPESENTER	HORTEN	VESTFOLD	VITAL	2001	9 600	12 500	Lokalsenter	389	40 521
RE TORVET	REVETAL	VESTFOLD		1982	11 000	13 500	Lokalsenter	372	33 818
HVALTORVET KJØPESENTER	SANDEFJORD	VESTFOLD	ABERDEEN P.I.	1989	15 820	19 000	Regionsenter	295	18 647
BELLEVUESENTERET	NØTTERØY	VESTFOLD		1989	3 200	4 400	Bydelsenter	265	82 813
BRYGGERIKVARTALET	LARVIK	VESTFOLD	AMFI	2001	10 000	15 562	Bysenter	194	19 355
PALETTEN	ÅSGÅRDSTRAND	VESTFOLD		1988	3 000	3 600	Lokalsenter	146	48 667
HOLMESTRAND TOPPEN	HOLMESTRAND	VESTFOLD		1997	2 500	3 200	Lokalsenter	130	52 000
STØKKE SENTER	STØKKE	VESTFOLD		1988	6 000	6 500	Lokalsenter	125	20 833
CITY SHOPPING	TØNSBERG	VESTFOLD		1999	5 358	6 120	Bysenter	118	22 023
TOLVSRØD SENTER	TOLVSRØD	VESTFOLD		1967	3 000	4 000	Lokalsenter	101	33 667
ANDEBU SENTER	ANDEBU	VESTFOLD		1983	2 750	2 900	Lokalsenter	100	36 364
FRITZØE BRYGGE	LARVIK	VESTFOLD	STEEN & STRØM	2003	3 200	3 776	Bysenter	75	23 438
SVELVIK NÆRSENTER	SVELVIK	VESTFOLD	NG EIENDOMSDRIFT AS	1986	2 706	3 515	Lokalsenter	73	26 977
BØKESTREDET	LARVIK	VESTFOLD		1985	5 000	7 500	Bysenter	69	13 800
KULLBODEN/ PASSASJEN	HOLMESTRAND	VESTFOLD		1985	2 500	2 500	Bysenter	52	20 800
TORVGÅRDEN	TØNSBERG	VESTFOLD		1984	3 000	3 000	Bysenter	50	16 667

Kilde: Egen sammenstilling basert på data fra Kjenn ditt marked AS (2010).

Tabellen ovenfor gir en oversikt over alle kjøpesentra i Vestfold; senternavn, byer kjøpesentraene er etablert i, størrelsen på salgsflatene og bruksarealene i kvadratmeter. Videre fremgår sentertyper, omsetning for 2008 og en omsetning per kvadratmeter salgsflate. Tabellen er oppstilt kronologisk fra høyeste til laveste omsetning.

Figur 5 Kart over handelsområder og kommunenavn i Vestfold:



Kilde: Kartene er hentet fra Regional plan for handel og sentrumsutvikling i Vestfold 2009

Kartet til venstre gir en oversikt over hvor de forskjellige kjøpesentrene er etablert i Vestfold og omsetning fordelt etter dagligvare, utvalgsvarer, møbler og hvitvarer og rest. Kartet til høyre gir en oversikt over byene i Vestfold.

Vestfold består av omlag 200 000 innbyggere på et areal som er på størrelsen med Oslo kommune. Et av de viktigste fokusområdene i regional planlegging for Vestfold er en felles politikk, med sikte på å forsterke Vestfold byenes konkurransekraft både nasjonalt og internasjonalt. Et av virkemidlene for å nå dette er å videreutvikle sentrum i byene som levende miljøer, og med urbane kvaliteter som vil gi Vestfold et konkurransefortrinn ved å tiltrekke seg unge mennesker².

Det regionale styringsverktøyet skal i så måte sikre et mer dynamisk og helhetlig bysystem. Hvor målet med fylkes(del)planen er å styrke by og tettstedssentra og akseptere utvidelse av større

² Richard Florida teori om "talenter" bygger på at ung dynamiske mennesker er fremtidens arbeidskraft og det er således de som skal bidra med blant annet skatteinntekter. <http://creativeclass.com/> (hentet: 15.5.2011)

kjøpesentra. På samme tid som man ønsker å unngå en utvikling som fører til unødvendig spredning av handelsvirksomhet, og å redusere økt bilavhengighet.

En av målsetningene er å lage prioriterte områder for handel i sentrum. I følge utarbeidede analyser er det også behov for handelsareal ut over det som kan etableres innenfor sentrumssonene. Områdene på utsiden av sentrum ble tidligere kalt avlastningssenter og skulle dekke både plasskrevende varer og andre former for handel. I retningslinjene går det frem at avlastningssentrene må dimensjoneres på en slik måte at de ikke utarmer nærliggende sentre. Videre stilles det krav til god tilgjengelighet med kollektivtrafikk og tilknyttede gang og sykkelstier, samt en avklart parkeringspolitikk (Kilde: Vestfold fylkeskommune).

I retningslinjene for den regionale planen kreves det at etablering og utvidelse av handelsvirksomhet må skje i områder avsatt i kommuneplanens arealdel eller i kommune(del)planer. Dette gjelder for:

- ***"sentrumssoner = områder for handel i sentrum slik disse er avgrenset i fylkessenter"***
- ***"regionsentre og områdesentre"***
- ***"lokal- og nærsentre"***
- ***"andre områder for handel"***

(Kilde: regional plan for handel og sentrumsutvikling i Vestfold 2009:35).

Nye områder som ved reguleringsplan eller dispensasjon transformeres til blant annet handel som ikke samsvarer med de overordnede planmessige avklaringene, er i strid med den regionale planen for handels og sentrumsutvikling i Vestfold. Det gjøres unntak for handelsetablering inntil 1000 m² totalt bruksareal. Etablering og eller utvidelse på inntil 3000 m² BRA kan fravikes ut fra en skjønnsmessig vurdering.

Regionale retningslinjene for Vestfold er på dette området strengere enn RPB for etablering av kjøpesentre fra 2008, hvor det i § 3, tredje ledd står det at det ikke er tillatt å etablere, eller utvide eksisterende kjøpesentre med over 3000 m² bruksareal.

For å nå målet med å sentralisere all handel mot sentrumssonene kombinert med å legge plasskrevende varer i randsonene, såkalte avlastningssentre, er det i et belte på 1 km på hver side av E18 ikke tillatt å etablere eller utvide handelsvirksomhet, med de unntak som fremgår av regional planbestemmelser. Det var fremsynte fylkespolitikere som først vedtok forbud om handel langs E18 i

forbindelse med motorveibygging for 20 år siden, hvor målsetningen var å kanalisere handelen mot sentrumssonene. Deretter fulgte en tydelig nasjonal politikk fra RPB 1999 og 2008. Vestfold er det eneste fylket i landet som har dette forbudet og det er ventet at Miljøverndepartementet vil etablere dette som praksis i langt flere fylker.

I forbindelse med rullering av fylkes(del)planen for handel i 2009 var det et krav fra MD at etableringsforbudet for handel i et belte på 1 km skulle videreføres. I gjeldene regional plan for handel og sentrumsutvikling i Vestfold er det som innledningsvis nevnt gjort et vesentlig unntak. IKEA får mulighet til å etablere seg på Danebo ved E18, endelig avgjørelse gjøres av MD (Kilde: Vestfold fylkeskommune).

Innenfor den såkalte sentrumssonen som skal defineres i kommuneplanens arealdel eller i kommune(del)planer, kan det etableres:

- Fylkessenter
- Regionsenter
- Områdesenter

I sentrumssonene legger den regionale planen for handel og sentrumsutvikling ikke begrensninger på omfanget av etableringer og utvidelser av handelsvirksomhet. Til tross for dette skal sentrumssonene planlegges og tilpasses senterets rolle og funksjon. Dette avklares i kommuneplanen arealdel eller kommune(del)plan og dens utfyllende bestemmelser. For å bli definert som sentrumssone bør ikke sentre ligge lenger unna enn 500 meter fra kollektivknutepunkt, og eller torv.

I området avsatt til lokalsentre og nærsentre tillates etablering av handelsvirksomhet med samlet bruksareal inntil 3000 m² BRA. Utviklingen av lokalsenter og nærsenter må tilpasses den generelle utvikling på stedet. Målet er å dekke beboerne i nærområde sitt primærbehov og å unngå unødig bilbruk.

Andre områder for handel skal avsettes i kommuneplanens arealdel eller kommune(del)planen for de respektive kommuner. Slike områder skal være knyttet til byer og sentre i senterstrukturen, og tilpasses den generelle utvikling for sitt område. Det vil bli satt et tak på maksimalt tillatt utbygget bruksareal.

I forbindelse med etablering og utvidelse av eksisterende sentra er det krav om det skal utarbeides analyser som skal innholde en måling (reisemotstand) som angir hvordan reiselengden påvirker valg av handelssted³.

Forholdene som skal vektlegges ved etablering eller utvidelse er gjengitt nedenfor:

"Reduksjon av omsetning i senterstrukturen målt som antall år med tapt omsetningsvekst. Om påvirkningen primært er innenfor den aktuelle kommunes egen senterstruktur, eller om det er en betydelig påvirkning over kommunegrensen, og lokale vurderinger av virkningen av svikt i omsetning i senter/sentra. Andre områder for handel som ligger i umiddelbar tilslutning til sentrumssone/lokalsenter/nærsenter skal vurderes mindre restriktivt enn andre områder for handel som ligger i en viss avstand fra sentra. Andre områder for handel som er innenfor forbudssonen langs E18 skal vurderes særlig restriktivt for å unngå en uthuling av forbudet mot handelsetableringer langs E18" (Kilde: Fylkesdelplan for Vestfold 2009)

I forbindelse med etablering av nye og eller utvidelse av eksisterende kjøpesentra, er det fra regionalt holdt satt krav om miljøvennlig transport også for avlastningssentrene. Avstander på maksimalt 500 meter til jernbanestasjon anses som et særlig lokaliseringstrinn. Kravene skal inn allerede ved kommuneplanlegging. Områdene rundt sentrene skal tilrettelegges for myke trafikanter og med miljøvennlige tiltak.

I forbindelse med revideringen av regional plan for handel og sentrumsutvikling i Vestfold (2009) er det unntak og overgangsregler fra tidligere; Fylkes(del)plan for etablering av kjøpesentra og sentrumsutvikling i Vestfold (2003). Unntak og overgangsregler er gjengitt nedenfor:

"Inntil sentrumssoner er fastsatt i kommuneplanens arealdel eller kommune(del)planer, gjelder sentrum og sentrumssoner slik de er avgrenset i Fylkes(del)plan for etablering av kjøpesentre og sentrumsutvikling i Vestfold (2003) og lagt ved retningslinjene jf. punkt 8.

Gjennomføring av allerede godkjente reguleringsplaner som tillater handel med plasskrevende varer i tråd med fylkes(del)plan for etablering av kjøpesentre og sentrumsutvikling i Vestfold (2003), vurderes av kommunen. Gjennomføring av allerede godkjente reguleringsplaner som både

³ Reisemotstand er et uttrykk for hvordan reiselengden påvirker valg av handelssted. Denne uttrykkes som en logaritmisk funksjon ($f(d)=e^{-\beta*d}$). " β " er et uttrykk for avstandsfølsomhet og "d" er gjennomsnittlig reiseavstand målt i km.

er i strid med fylkes(del)planen for etablering av kjøpesentra og sentrumsutvikling (2003) og planbestemmelsen i den regionale planen for handel og sentrumsutvikling, vurderes av regional planmyndighet. Inntil kommuneplanene er revidert og andre områder for handel er etablert, må det til hver enkelt sak om handelsetablering utenfor sentrumssone, lokalsentre og nærsentre konsekvensutredes virkninger av etableringen på senterstrukturen på linje med krav ved lokalisering og avgrensning av andre områder for handel"

(Kilde: VFK regional plan for handel 2009).

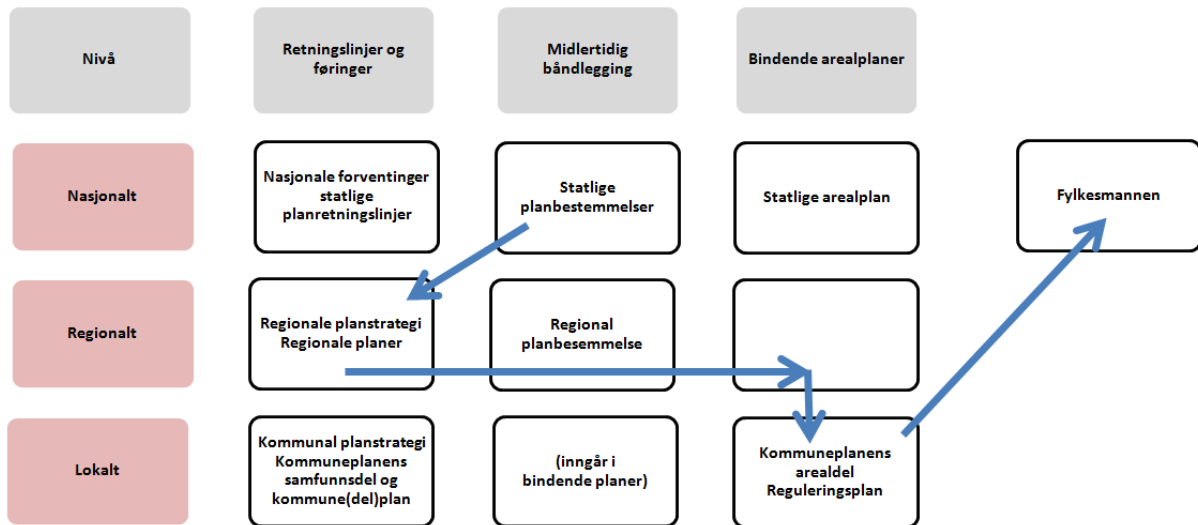
Regional plan for handel og sentrumsutvikling i Vestfold 2009 er som nevnt en videreføring av Fylkes(del)plan for etablering av kjøpesentra og sentrumsutvikling i Vestfold fra 2003. Mens 2003 planen er utarbeidet etter RPB av 1999, er den nye planen fra 2009 basert på RPB fra 2008. Styringsverktøyet fra MD er overtatt av Vestfold fylkeskommune som regional part.

Kjøpesentra skal kun etableres eller utvides i samsvar med godkjente fylkes(del)planer med retningslinjer handelsetablering jamfør RPB § 3 første ledd. Fylkesmannen kan gi samtykke til å fravike bestemmelsen om etablering av kjøpesentra, dersom det etter en konkret vurdering anses å være forenelig med formålsparagrafen § 1.

RPB (2008) § 1 Formålsparagraf er gjengitt nedenfor:

"Formålet med denne rikspolitiske bestemmelsen er å legge til rette for en sterkere regional samordning av politikken for etablering og utvidelse av større kjøpesentre. Hensikten er å styrke eksisterende by- og tettstedssentra og bidra til effektiv arealbruk og miljøvennlige transportvalg, dvs. unngå en utvikling som fører til byspredning, bilavhengighet og dårligere tilgjengelighet for dem som ikke disponerer bil. Det langsiktige målet er å oppnå en mer bærekraftig og robust by- og tettstedsutvikling og begrense klimagassutslippene" (Kilde: Regjeringen.no).

Figur 6 Illustrasjon over fremgangsmetode for handelsetablering:



Egen sammenstilling basert på RPB 2008 og regional plan for handel og sentrumsutvikling i Vestfold (2009)

(Kilde: Miljøverndepartementet).

Den riktige veien å gå for utbygger, er via områder som allerede ligger avsatt til handel. Hvis området utbygger har hånd om ikke er avsatt til formålet, må utbygger fremme sin plan ved neste rullering av kommune(del)plan. Kommunen må da, hvis de mener planen er god nok, sørge for at planen kommer med på neste rullering av fylkes(del)planen. I praksis blir en slik plan godkjent med mindre fylkeskommunene eller andre myndigheter kommer med innsigelser som stopper planen. Hvis innsigelser kommer, blir det som regel avsatt tid til mekling hos Fylkesmannen. Blir partene enige, blir KDP endelig vedtatt og stadfestet av kommunestyret med de endringer som partene har blitt enige om. Blir det ikke enighet er siste avgjørelsesmyndighet hos Miljøverndepartementet.

Den andre veien en kjøpesenterutbygger kan gå for å få etablert handel i områder som ikke er avsatt til handel, er direkte til kommunen. Kommunen behandler da saken, legger ved sin uttalelse og sender så saken til Fylkesmannen for endelig avgjørelse. I dette tilfelle skal fylkeskommunen høres, som forøvrig fremgår av overgangs- og unntaksreglene for regional plan for handel og sentrumsutvikling i Vestfold (2009).

Del 2

4 KJØPESENTER

4.1 DEFINISJON AV BEGREPET KJØPESENTER

I Norge åpnet det som regnes som det første kjøpesenteret på Eiksmarka i Bærum i 1953, utviklingen fortsatte i drabantbyene og har siden skutt fart. I 1988 nådde det et tak på 552 sentre, mens det per 2008 er 397 kjøpesentra (Kilde: Senterboken 2010).

Hvorfor var det blitt en nedgang i denne perioden?

For å få svar på dette med flere spørsmål, måtte jeg søke meg mot bransjeaktørene som kunne gi meg svar. Det finnes en rekke aktører som leverer analyser til bransjen, og en av de mest kjente er Kjenn ditt marked AS. Selskapet eies av flere kjente personer med sterk tilhørighet på ulike måter til bransjen. Noen av eierne sine spesialiteter er utarbeidelse av statistikker og analyser. De har stått sentralt i forbindelse med utarbeidelse av definisjoner på forskjellige typer sentra. De har forsket, og bedriver forskning rundt ulike problemstillinger knyttet til kjøpesentrenes rolle i samfunnet. I tillegg til å ha skrevet en doktoravhandling rundt temaet; *"Kjøpesentre som kommunale beslutningsfenomener"* (1995). En av aktørene har hatt, og har ledende roller innen rådgivning ved noen av de største undervisningsstudiene som utdanner blant annet kjøpmenn, i tillegg til å ha utarbeidet en rekke bøker mv.

For å få svar på mine spørsmål rådførte jeg meg med en av dem. En av hovedsakene jeg lurte på var hvorfor antallet hadde gått ned så kraftig fra 1988 (552 sentre) til 2008 (397 sentre)?

Svaret jeg fikk var at definisjon av begrepet kjøpesenter har forandret seg over tidens løp.

Definisjonen fra 2000 som fortsatt er gjeldende er:

"Et kjøpesenter består av et bygg eller en samling bygg som er planlagt, utviklet, eid og drevet som en enhet. De enkelte funksjoner/ bedrifter er samlet i en bygning eller gruppert omkring et torg, gågate, eller åpen plass. Salgsarealet skal være større enn 2 499 kvadratmeter og senteret skal inneholde minst fem ulike detaljhandelsenheter. Senteret har gjerne egen funksjon for salg og markedsføring av senterets tjenester" (Kilde: Senterboken 2010:78).

Definisjonen som benyttes av International Council of Shopping Centers (ICSC) som er en internasjonal aktør i bransjen er:

"Shopping Center: A group of retail and other commercial establishments that is planned, developed, owned, and managed as a single property" (Kilde: Institutt for bransjeanalyser 2010).

Fram til år 1999 var definisjonen på et kjøpesenter følgende:

"Minimum 800 m² BRA og tre butikker" (Kilde Andøy, A. 2010).

Etter denne tilbakemeldingen fikk jeg en logisk forklaring på nedgangen. 552 sentra som nådde toppen i 1988 var basert på et lavere areal kombinert med et mindre antall butikker. Fra og med år 2000 ble den nye definisjonen innført, og det gjorde at mange av de sentrene som tidligere ble regnet som kjøpesentra falt ut av listen fra og med 2000.

Videre var det interessant å definere sentrene ut fra markedsgrunnlag, her fant jeg tre typer (Kilde: Senterboken 2010:78):

1. Lokalsenter, som også omtales som nærsenter eller nærmiljøsentere, er et kjøpesenter som baseres på et svært avgrenset marked, som for eksempel et tettsted, en bydel eller boområde. Et slikt senter inneholder vanligvis masse distribuerende varer og noen få innslag av selektive varer
2. Områdesenter er et kjøpesenter hvor det primære kundegrunnlaget er tilpasset en større del av en by, flere bydeler eller en kommune. Tilbudene er større enn hos et lokalsenter, men ikke fullstendig. Det er ofte tilknyttet et innslag av offentlige servicetjenester og et enkelt bespisningstilbud
3. Regionsenter er et kjøpesenter som tiltrekker seg store deler av en region, en større by, og eller flere kommuner. Et slikt senter rommer et bredt tilbud av varer og tjenester inkludert forskjellige utvalg av bespisningstilbud. Et slikt senter er normalt dekkende for massedistribuerende, selektive og eksklusive varer. Utvalget er normalt meget godt både i bredde og dybde

Etter ovennevnte avklaring satt jeg igjen med mange spørsmål, som blant annet: Blir alle sentra kalt kjøpesenter? Er det forskjellige navn basert på hva de selger? Er det av betydning hvor utsalgsstedet ligger? Betyr utsalgsvarenes sammensetting noe for type sentre? Dette var noen av spørsmålene jeg lurte på.

Etter hvert som jeg fant svarene ønsket jeg å belyse de kjøpesentrene som jeg synes er mest spennende ut fra beliggenhet, vareutvalg, butikktype, tjenestetilbud og eller profilering. Formålet

med dette var å synliggjøre og illustrere disse sentrene på en enkel måte. I noen av disse sentrene har jeg valgt å gå mer inngående inn i tidlig fase arbeidene. Formålet mitt er å synliggjøre usikkerheten og fallgruver rundt de juridiske forholdene i prosessen.

Kjøpesentrene jeg har valgt etter definisjon fra Senterboken (2010:78-81) er:

- Sentrumssenter og bransjesenter
- Handlingsparker
- Outlet - senter

Sentrumssenter: er lokalisert i byer og tettsteder. Senteret har som regel et stort vareutvalg i både bredde og dybde. Videre har vi **bransjesenter** som er dannet med utgangspunkt i en stor faghandelsaktør, som ofte står for mer enn 80 prosent av senterets omsetning. Slike sentre er ofte etablert som såkalte avlastningssentre på utsiden av sentrum. Hovedgrunnen til det er at en normal handel i et bransjesenter ofte er bilbasert fordi varene primært er store og tunge, og trenger egen transport.

For enklest mulig å forklare forskjellen i et praktisk eksempel vil jeg synliggjøre dette ved å trekke inn kommune(del)plan(ene) for Tønsberg kommune som jeg har spisset meg inn mot i denne oppgaven.

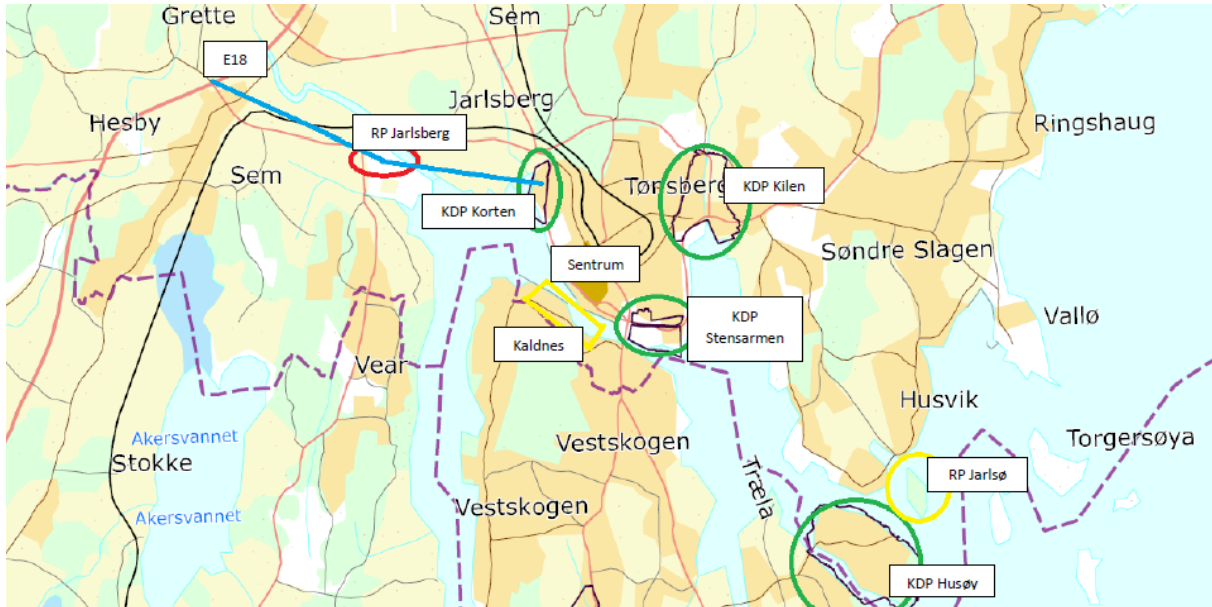
I Tønsberg foregår all sentrumshandel i sentrumssenteret som i all hovedsak består av det største kjøpesenteret - Farmandstredet (som utgjør en salgsflate på 19 000 m² BRA), men også med mindre innslag som Torvgården (som utgjør en salgsflate på 3 000 m² BRA) og City Shopping (som utgjør en salgsflate på 5 358 m² BRA) (Kilde: Andøys kjøpesenterregister 2009).

I utgangspunktet er det fire områder i Tønsberg som selger primært plasskrevende varer. Disse områdene er Kilen, Stensarmen, Korten og Jarlsberg. Flere andre områder selger også plasskrevende varer men i mindre format. De vil også i mindre grad bli synliggjort i denne illustrasjonen. Felles for de fleste av de fire nevnte områdene er at de først er etablert via gamle reguleringsplaner (RP). I den senere tid, og fordi det etter rikspolitiske bestemmelser fra 2008 stilles krav til kommunedelplan (KDP) ved etablering av all handel over 3 000 m² BRA, har Tønsberg kommune vedtatt fire KDP i Tønsberg.

Nedenfor har jeg illustrert hvor sentrumssentrene er etablert, og hvor de KDP ene som er vedtatt og stadfestet ligger. I tillegg er handel for plasskrevende varer for Jarlsberg avmerket, disse er etablert via RP. I illustrasjonene fremkommer også reguleringsplanen for Kaldnes (RP åpner for 1 000 boliger og noen tusen kvadratmeter med næring og handel) og Jarlsø (RP åpner for 400 boliger og noen tusen kvadratmeter med næring og handel). Disse planene er etablert etter plan- og bygningsloven

1985, og det er nok en av grunnene til at det ikke er laget egne KDP for de to områdene. I dag ville det nok blitt et krav blant annet på grunn av størrelsen på detaljhandelen som er etablert i disse områdene.

Figur 7 Kart over Tønsberg kommune som viser kommuneplaner og reguleringsstatus:



Egen sammenstilling basert på kartdata fra Tønsberg kommune (2011).

Sentrumssentrene er etablert i sentrum. Kartet gir en oversikt over KDP ene for Korten, Stensarmen, Husøy⁴ og Kilen. Videre er det laget en oversikt over Jarlsø, Kaldnes og Jarlsberg som er etablert som reguleringsplaner etter plan- og bygningsloven (1985). I KDP for Kilen er andel plasskrevende handel stor, det er også innslag av mindre detaljbutikker. I forbindelse med at forslagstillere ville etablere bransjesenter på Kilen over 3 000 m² BRA ble det krav om utarbeidelse av KDP.

Handelsparker: fremstår vanligvis som et område med ekstern beliggenhet og som en samlet enhet. I følge Institutt for Bransjeanalyser AS som har utarbeidet "*Handelsparker i Norge 2008*" hører Kilen - området i Tønsberg inn under begrepet handelspark:

"Handelspark: En konsentrasjon av handelsvirksomheter hvor det inngår minst ett kjøpsenter og i tillegg minst tre andre detaljhandelsbedrifter. Handelsparker har vanligvis ekstern beliggenhet og fremstår lokaliseringmessig som en enhet. Handelsparkene oppfattes gjerne av kundene som en enhet selv om det som oftest er flere eiere og det i begrenset grad gjennom felles markedsføring eller organisert driftssamarbeid. Den engelske betegnelsen er retail parks og amerikanerne omtaler gjerne et slikt område for "strip malls" (Kilde: Kjenn ditt marked AS:4).

⁴ KDP for Husøy er etablert på bakgrunn av at det er planlagt mange hundre boliger og en del næring. Men også på bakgrunn av at Tønsberg kommune ønsker at flest mulig skal ta del i utviklingen av Husøy.

I følge opplysninger fra boken består Kilen Handlingspark av noe rundt 100 forskjellige bedrifter og området utgjør omtrent 300 daa. Området er eid av en rekke aktører, deriblant Tønsberg kommune som har festet bort mye av arealene. I boken opplyses det at det er ca. 3 000 ansatte i området og omsetningen som bærer preg av usikre tall er estimert til 2 milliarder kroner. Totalt butikkareal er oppgitt til 100 000 m² BRA (Kilde: Kjenn ditt Marked AS:28).

Figur 8 Flyfoto av Handlingsparken Kilen i Tønsberg kommune:

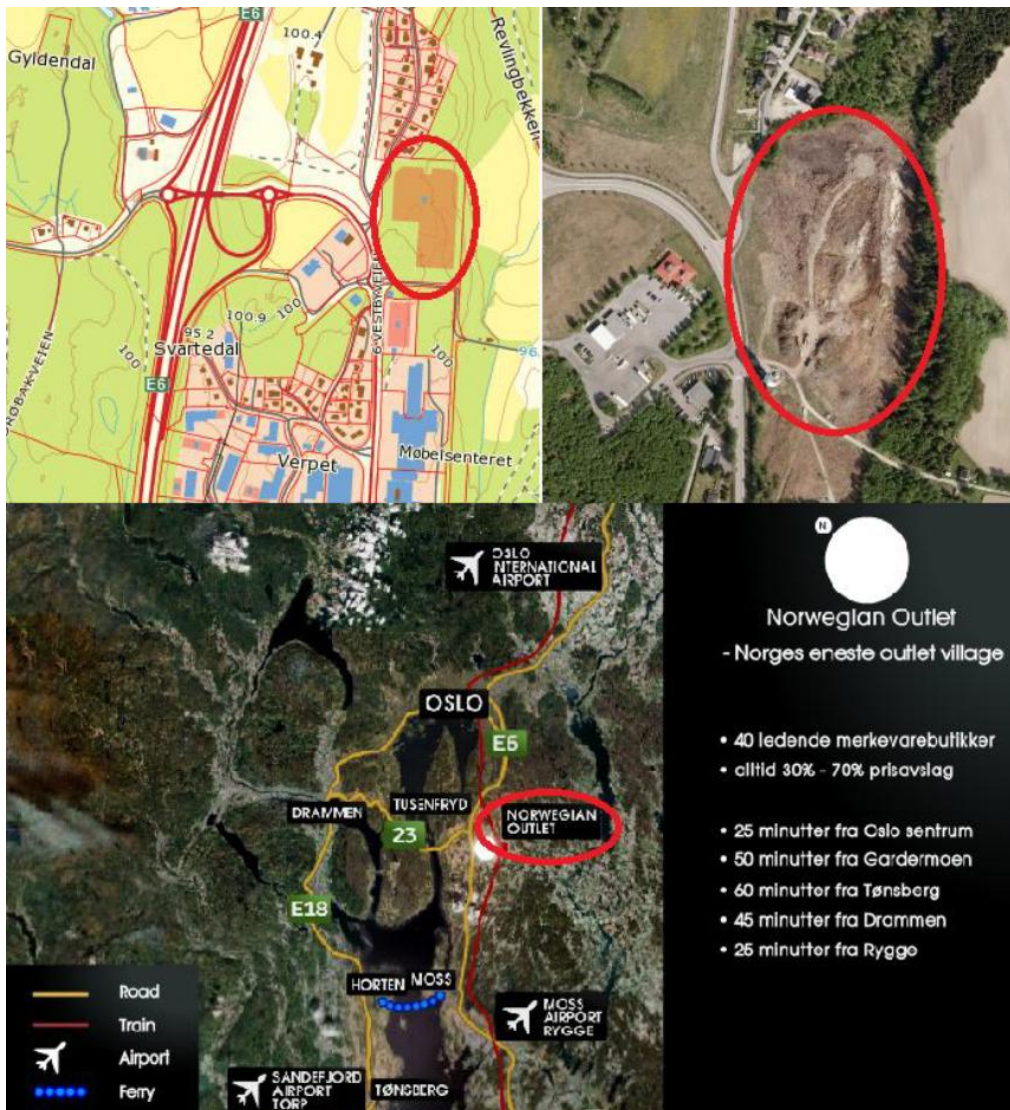


Egen sammenstilling basert på data fra Norgeskart (Kilde: Statens kartverk).

Outlet - senter: er et senter som normalt fører merkevarer til nedsatt pris. Sentrene er normalt etablert i utkanten av byene, ofte med dårlig kollektivdekning noe som fører til økt bilbruk. Slike senter finnes det bare ett av i Norge, mens de vokser sterkt i Europa. Outlet - sentrene har sitt utspring fra USA.

Det første Outlet - senteret ble etablert sommeren 2010. Senteret heter Norwegian Outlet - senter og er etablert i Vestby kommune som ligger i Akershus fylke.

Figur 9 Illustrasjon av Norwegian Outlet i Vestby, Akershus - i tre bilder:



Egen sammenstilling basert på sammensatt data (Kilde www.norgeskart.no og www.norwegianoutlet.no).

Det nederste bildet gir en overordnet oversikt over plasseringen på Østlandet også i forhold til reiseavstander fra forskjellige byer. Bildet øverst til venstre gir en oversikt over hvor det ligger i forhold til avkjøringsrampen fra E6. Bildet øverst til høyre er et bilde-i-bilde funksjon, og angir i fugleperspektiv nærmere hvor Outlet - senteret er etablert (bildet er tatt før senteret er bygd).

I forbindelse med gjennomgangen av Norwegian Outlet - senteret vil *tidligfase arbeidene* bli belyst. Det begrunnes med at et slikt sentra i utgangspunktet strider mot nasjonale målsetninger på grunn av ugunstig plassering og derav unødig CO²- utslipp.

Ved å sammenligne Outlet - senteret på Vestby mot Kilen handelspark avdekkes store forskjeller. Kilen handelspark er primært ment for plasskrevende handel med noe få innslag av detaljhandel, kundegruppen er primært beboerne fra Tønsberg kommune. Norwegian Outlet - senteret retter seg mot et større marked. Trafikken til og fra senteret er i all hovedsak bilbasert. I illustrasjonen ovenfor fremgår målgruppen målt i bilavstand (målgruppen går fra Gardermoen i nord til Tønsberg i syd).

Norwegian Outlet senteret opplyser på sin webside at det er etablert 35 merkevarebutikker, det er mulighet for å etablere inntil 40 butikker. Varene annonseres året rundt med 35 - 70 prosent rabatt. Senteret er i følge opplysninger fra pressen og deres egen webside en foreløpig stor økonomisk suksess (Kilde: www.norwegianoutlet.no). En av eierne Ådne Søndrål, er kjent som tidligere skøyteløper i verdensklassen. Trygve Hegnar skriver i en artikkel i Hegnar media 22. mai 2010:

"Ådne Søndrål har greid å trekke internasjonale motehus til en potetåker i Vestby. Svenneprøven som eiendomsutvikler er bestått" (Kilde: www.norwegianoutlet.no).

Veien til suksess for Norwegian Outlet har ikke alltid gått på skinner. Til tross for omfattende undersøkelser i forkant med blant annet juridiske og reguleringsmessige forhold, samt en godkjent rammetillatelse fra mai 2008 kom eierne i første omgang ikke lenger enn til utgraving av tomten før arbeidene ble stoppet. Fylkesmannen i Oslo og Akershus, Statens Vegvesen og Akershus fylkeskommunen varslet innsigelser. Fordi det var en innsigelse mot en byggetillatelse sendte Fylkesmannen i Oslo og Akershus saken til Fornyings-, og administrasjons- og kirke departementet (FAD). FAD oppnevnte en *settefylkesmann*, Buskerud ble valgt, og saken ble deretter sendt til Fylkesmannen i Buskerud for endelig behandling. Settefylkesmannen ga først klagen til Fylkesmannen i Oslo og Akershus oppsettende virkning og derav byggestopp frem til saken var ferdigbehandlet (Kilde: Fylkesmannen i Oslo og Akershus).

I denne saken er det verdt å merke seg at den omsøkte etableringen er i strid med fylkes(del)planen for handelsvirksomhet, service og senterstruktur i Akershus. Men fordi det ikke ble fremmet innsigelser i forbindelse med kommuneplanens arealdel som ble utarbeidet i 2007, har de ikke innsigelsesmyndighet til byggesaken i etterkant da planen er vedtatt og stadfestet.

Settefylkesmannen i Buskerud ga dermed ikke innsigelsesmyndighetene medhold, og søkerne ble gitt endelig rammetillatelse som ikke kunne påklages (Kilde: Fylkesmannen i Oslo og Akershus).

4.2 HISTORISK UTVIKLING AV KJØPESENTRER

De først kjøpesentrene har sitt opphav blant annet fra Roma og Paris på 1800 tallet, i Norge omtales gjerne basarene som holdt til i sentrumssonene i de største byene på 1800 tallet som en forløper for kjøpesentrene. I USA dukket de første former for moderne kjøpesentra opp i 1916 med Market Square i Chicago Illinois, senteret hadde 28 butikker, 12 kontorer og 30 leiligheter samlet rundt en sentral plass med tilhørende parkering.

I Norge åpnet det vi regner som det første kjøpesenteret på Eiksmarka i Bærum i 1953. Utviklingen fortsatte med Tveita og Lambertseter og fulgte utviklingen av drabantbyene. Lambertseter kjøpesenter med sine 5200 kvadratmeter regnes som det første virkelige kjøpesenter og ble åpnet i 1957. Året etter åpnet Veitvet med 12000 kvadratmeter. I 1969 fantes det 11 sentra, i 1970 var det åpnet 62 sentra. I 1980 var det etablert 165 sentra og i 1988 nådde sentrene et tak på 552 sentra.

Som tidligere nevnt var definisjonen på et kjøpesenter frem til 1999: "*minimum 800 m² BRA og tre butikker*". Fra 2000 ble det etablert en ny standard for kjøpesenter: "*Minimum 2 500 m² BRA og fem butikker*". I følge ny beregningsmåte (fra 2000) var utviklingen i perioden 1985 - 1999 følgende:

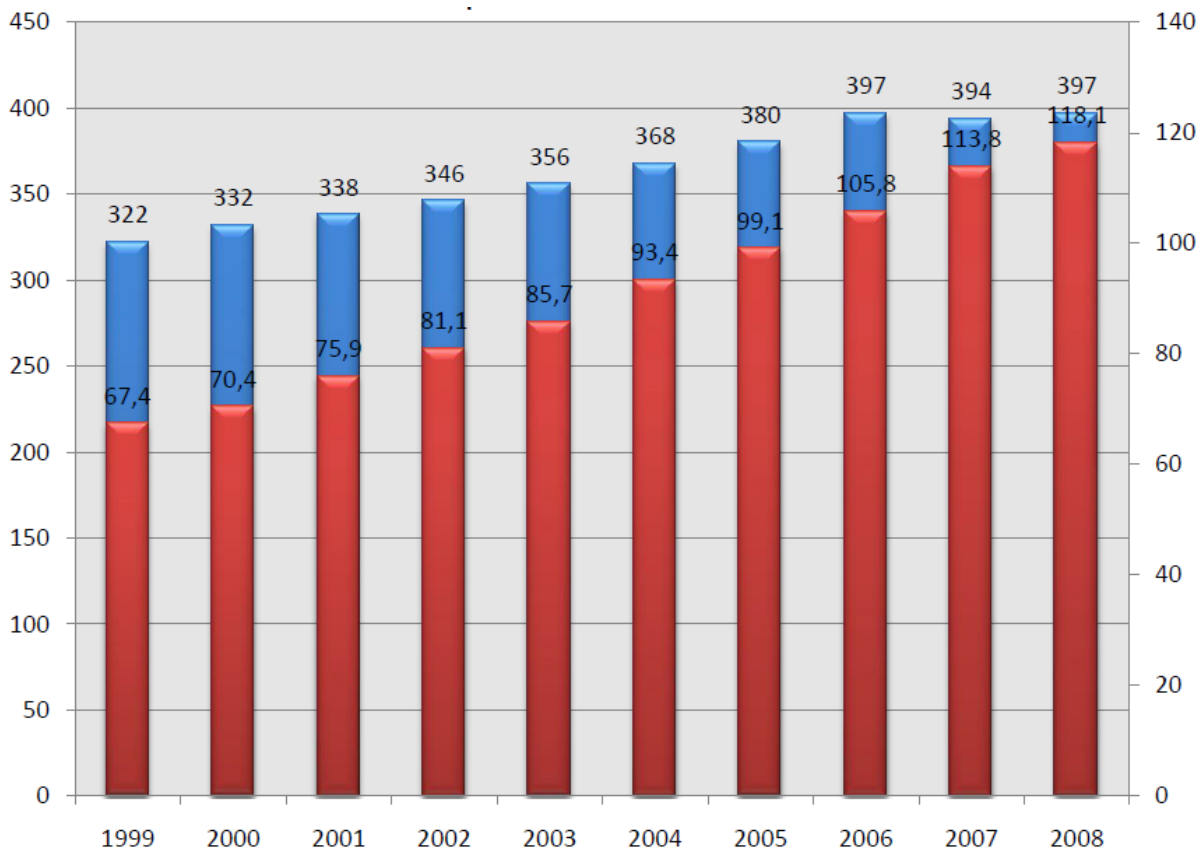
I 1985 var det 220 sentra, 1991 var det 259 sentra, 1995 var det 285 sentra mens det for 1999 nådde 322 sentra (Kilde: Senterboken 2002).

Som det fremgår ovenfor ble antall kjøpesentra kraftig redusert i overgangen fra 1999 til 2000 som følge av definisjonsendringen. Det som er verdt å merke seg er at til tross for at den gamle definisjonen var gjeldende frem til 1999 ble toppen nådd i 1988. 1988 blir best husket som "*jappetiden*", som forøvrig var starten på en lang økonomisk nedtur for Norge.

Utviklingen av antall sentra har i perioden 1988 - 1999 blitt noe redusert frem til den nye definisjonen i 2000 som tok over. I følge Andøy som utarbeider senterbøkene har salgsarealet i perioden 1988 - 2008 økt med omtrent 400 prosent.

I følge senterboken av 2010 var det i 1999 ca. 2,7 millioner kvadratmeter salgsarealer, mens det i 2008 var ca. 4 millioner kvadratmeter salgsarealer tilgjengelig i norske kjøpesentra, økningen i sistnevnte periode utgjorde nærmere 50 prosent.

Graf 1 Antall kjøpesentra [stk] og omsetning [MRD] i perioden 1999 - 2008:



Egen sammenstilling basert på opplysninger fra Senterboken 2010

Utviklingen av antall kjøpesentra i perioden 1999 til 2008 fremgår av de blå søylene, og ved å lese av tallene på venstre side i grafen. Utviklingen i perioden gikk fra 322 til 397 stykker. Utviklingen av omsetningen fremgår av de røde søylene og tallene kan leses av på høyre side i grafen. I denne periode økte omsetningen fra 67,4 til 118,1 milliarder kroner eksklusiv merverdiavgift⁵.

Drøfting: Det som er interessant i perioden 1999 - 2008 er at utviklingen av antall sentra har økt til tross for RPB fra 1999 som satte en stopper for etablering av flere kjøpesentra fra og med 1999. En av årsakene som jeg vil drøfte er muligheten for at det rett før RPB 1999 ble vedtatt, var mange sentra som allerede var under bygging. Hvis jeg tar høyde for at en normal utbygging av et kjøpesenter tar et par år, vil dette isolert sett være med på å øke antall av sentrene i perioden. En annen årsak kan være fra RPB (1999) § 4 hvor det var en rekke unntak.

⁵ Ved beregning av omsetning og prosent legges næringshovedgruppe 52 til grunn, IBA legger også til salg gjennom bensinstasjoner og salg av bilrekvisita. I 2008 var denne omsetningen ca 377 MRD eks. mva.

En metode var å synliggjøre med analyser at byen lå innenfor sentralitet på nivå 2 og 3 jamfør SSB standard for kommuneklassifisering. Dette ble enklere etter at Miljøverndepartementet (MD) i juni 2001 hadde utarbeidet en veileder, "*Planlegging av by og tettstedsstruktur - Oppfølging av kjøpsenterstoppen i regionale planer*"(2001). Veilederen ga unntak fra etableringsstoppen for 31 byer (deriblant Tønsberg). Grunnlaget var at disse byene hadde klare regionale senterfunksjoner og inngikk i de to første nivåene i senterstrukturen. Videre fremgikk det at andre by- og tettstedssenter med regional handelsfunksjoner utover dette først måtte fastsettes i fylkes(del)planen.

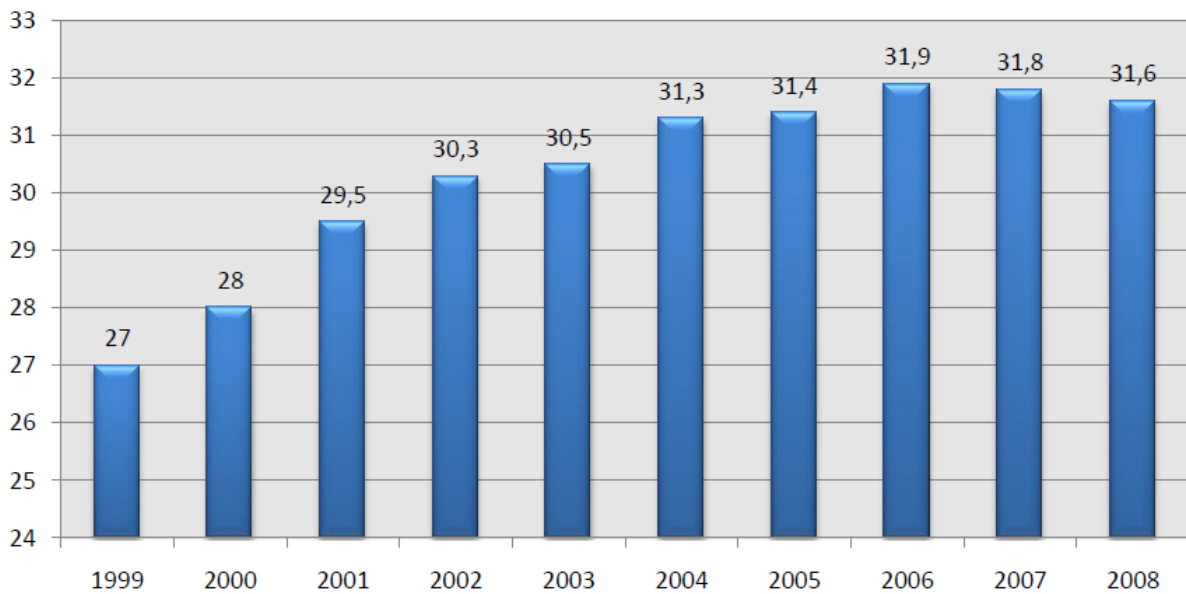
En av de letteste veiene var å bygge plasskrevende handel, men det var til liten nytte hvis en ønsket å etablere detaljhandel. Et eksempel på en aktør som har benyttet seg av å bygge plasskrevende handel er Plantasjen som i følge sin webside har etablert 56 butikker i Norge i perioden 1995 og frem til i dag. Plantasjen har også etablert seg i Skandinavia med totalt 105 butikker (Kilde: plantasjen.no). Problemet med de forskjellige fylkes(del)planene for handel var at det ble laget ulike definisjoner for hva som i realiteten var plasskrevende handel etter RPB 1999. Dette har Miljøverndepartementet ønsket å stramme inn i en revidert utgave.

De ovennevnte momentene var noen av de viktigste for at kjøpsentrene kunne fortsette sin utvikling i perioden 1999 - 2008. På en annen side var det lettere for politikerne å gi aksept for å bygge ut eksisterende sentrumssentra. Sentrumssentra som var regnet som miljøvennlige var det i og for seg lettere å få aksept for i lys av nasjonal føring og utvikling. Dette fremkommer også av rikspolitiske retningslinjer for *areal og transportplanlegging fra 1999*.

Videre kunne Fylkesmannen gi aksept for tidligere og også nye reguleringsplaner som var laget for nyetablering og eller utvidelse av eksisterende kjøpesenter. I den anledning skulle alltid fylkeskommunen få lov til å uttale seg. Fylkesmannens vedtak i søknad om samtykke etter RPB kunne påklages til Miljøverndepartementet (MD).

Som det fremgår ovenfor var det en rekke faktorer og muligheter som gjorde at etableringer og utvidelser kunne leve sitt eget liv og øke til tross for kjøpesenterstoppen fra 1999.

Graf 2 Kjøpesentrenes nasjonale markedsandel i prosent i perioden 1999 - 2008:



Egen sammenstilling basert på opplysninger fra Senterboken (2010)

Per 2008 utgjorde kjøpesentrenes nasjonale markedsandel 31,6 prosent som er en økning på 4,6 prosent fra 1999. Ved måling av markedsandelene er det i følge Senterboken (2010) næringsgruppe 52 med tillegg av salg gjennom bensinstasjoner og salg av bilrekvisita som skal legges til grunn side 9. I 2008 utgjorde denne omsetningen ca 377 milliarder kroner eksklusiv merverdiavgift.

- Netto gjennomsnittlig omsetning per kvadratmeter salgsareal var kroner 29 212
- I gjennomsnitt handlet hver innbygger i Norge i 2008 for kroner 79 108
- Av gjennomsnittet ovenfor handlet norske innbygger for kroner 24 598 i kjøpesentre.
- I perioden fra 1999 - 2008 økte markedsandelen for kjøpesentrene med 4,6 prosent.
- Netto omsetning per KVM salgsareal i gjennomsnitt for bransjen kroner 29 212

Trenden har historisk gått fra en utvikling med småsentra til større og større sentra. Kombinert med at arealene for kjøpesentrene har økt kraftig. Forbrukerne ønsker å effektivisere handlingene og det gjør at kjøpesentrene tar større markedsandeler. Etter at jeg har intervjuet bransjeaktører som jobber med kjøpesentra har jeg funnet noen *trender* for denne utviklingen.

Noen av årsakene til veksten i et kjøpesenter:

- Kjøpesentrene benytter seg av ulike markedsføringskampanjer rettet mot kundene
- Kundene foretrekker å kunne kombinere de største handlingene sine med et kafébesøk og gjerne opplevelse i regi av kjøpesenterets mange arrangementer
- Kundene ønsker trygge omgivelser og de fleste sentre har egne vaktelskap
- Kundene foretrekker et godt klima (unngå å løpe fra butikk til butikk i regn- og snøvær)
- Kundene ønsker å kunne kjøpe mest mulig på et sted, det betyr effektivitet og god logistikk
- Kundene ønsker å kunne handle også etter klokken 1600 (og gjerne så sent som mulig)
- Kunden handler ofte svært mye og er avhengig av god kollektivdekning og eller biltransport

I ordinære butikker har det historisk vært mye vanskeligere å samarbeide om åpningstider og felles markedsføring. En rekke byer har opprettet egne sentrumsforeninger, men interessen og viljen for et optimalt samarbeid er ofte ikke så lett å få satt ut live.

4.3 DE STØRSTE EIENDOMSUTVIKLERNE OG DRIVERNE AV KJØPESENTRER I NORGE

I følge Senterboken (2010) er det et stort antall eiere bak landets 397 kjøpesentre. Noen av disse har eierskap i flere sentra eller samarbeider med andre sentra. Institutt for Bransjeanalyser AS har laget en egen definisjon for kjøpesenterkjeder:

"Flere sentra, dog minimum tre som inngår i et driftsmessig samarbeid. Ofte vil eier og forvalter være den samme, men en forvalter kan også drifte et senter på vegne av en annen eier. Sentre i en kjede vil ofte inngå i et markedsførings samarbeid, slik at de markedsføres under felles navn, felles logo eller lignende, men dette behøver ikke være tilfelle" (Kjøpesenterboken 2010:226).

Andøys kjøpesenterregister utarbeider hvert år en egen oversikt over alle kjøpesentra. Jeg har bearbeidet registeret og trukket frem noen av hovedpunktene. Oversikt over de største kjøpesenterkjedene og de frittstående kjøpesentrene er summert.

Figur 10 Oversikt over alle kjøpesenter i Norge:

Antall senter	Kjedenavn	Salgsflate (KVM)	Bruksareal (KVM)	Omsetning 2007 inkl. mva (MNOK)	Omsetning 2008 inkl. mva (MNOK)
6	SALTO	34 200	41 297	873	918
9	NG EIENDOMSDRIFT AS	44 603	65 692	1 459	1 530
6	KLP EIENDOM	44 800	58 600	2 277	2 261
6	OBOS	45 564	56 280	2 453	2 510
10	ABERDEEN P.I.	113 536	155 774	2 573	2 989
8	VITAL	113 930	154 076	6 161	6 298
25	COOP	283 398	356 387	8 350	8 616
14	OLAV THON	292 600	399 000	14 743	15 667
17	SEKTOR	297 321	356 419	8 873	9 577
30	STEEN & STRØM	621 611	838 208	22 599	22 826
52	AMFI	770 156	904 483	17 735	18 408
223	Frittstående senter	1 520 008	2 052 436	53 588	56 009

Egen sammenstilling basert på Andøy kjøpesenterregister (2009).

Registeret over er bearbeidet og jeg har trukket frem: antall senter, kjedenavn, salgsflate og bruksareal i kvadratmeter. Videre her jeg trukket frem omsetningen for 2007 og 2008 for å vise utviklingen. Rekkefølgen for registeret er gjengitt i kronologisk rekkefølge fra lavest til høyest omsetning.

Den største posten med antall sentra har jeg kalt frittstående sentra og utgjør totalt 223 sentra. Det som er verdt å merke seg er at flere av sentrene er eid og driftet om hverandre. I følge Senterboken (2010:226) har for eksempel AMFI 31 heleide og 10 deleide sentra. I tillegg har de utviklings- og forvaltningsavtale med ni andre sentra. AMFI er et datterselskap av Olav Thon Gruppen.

4.4 DEFINISJON AV BEGREPET EIENDOMSUTVIKLING OG DRIFTING AV KJØPESENTRER

Når det gjelder prosjektering og selve byggingen av et kjøpsenter skiller ikke dette seg nevneverdig ut fra annen eiendomsutvikling. For å illustrere dette synliggjøres en normal selskapsstruktur.

På toppen sitter basisorganisasjonen som har som formål å utvikle, bygge nye kjøpesentra og drifte sentrene. Når basisorganisasjonen gjør utviklingsavtaler nedsettes en prosjektgruppe med hovedansvaret for gjennomføringen av byggeriet.

Definisjonen på et prosjekt er i følge Andersen (2007):

- Engangsopplevelse og unikt
- Det skal lede fram til bestemt resultat
- Det kreves tverrfaglige ressurser og samarbeid
- Det er begrenset i tid (start og sluttdato)

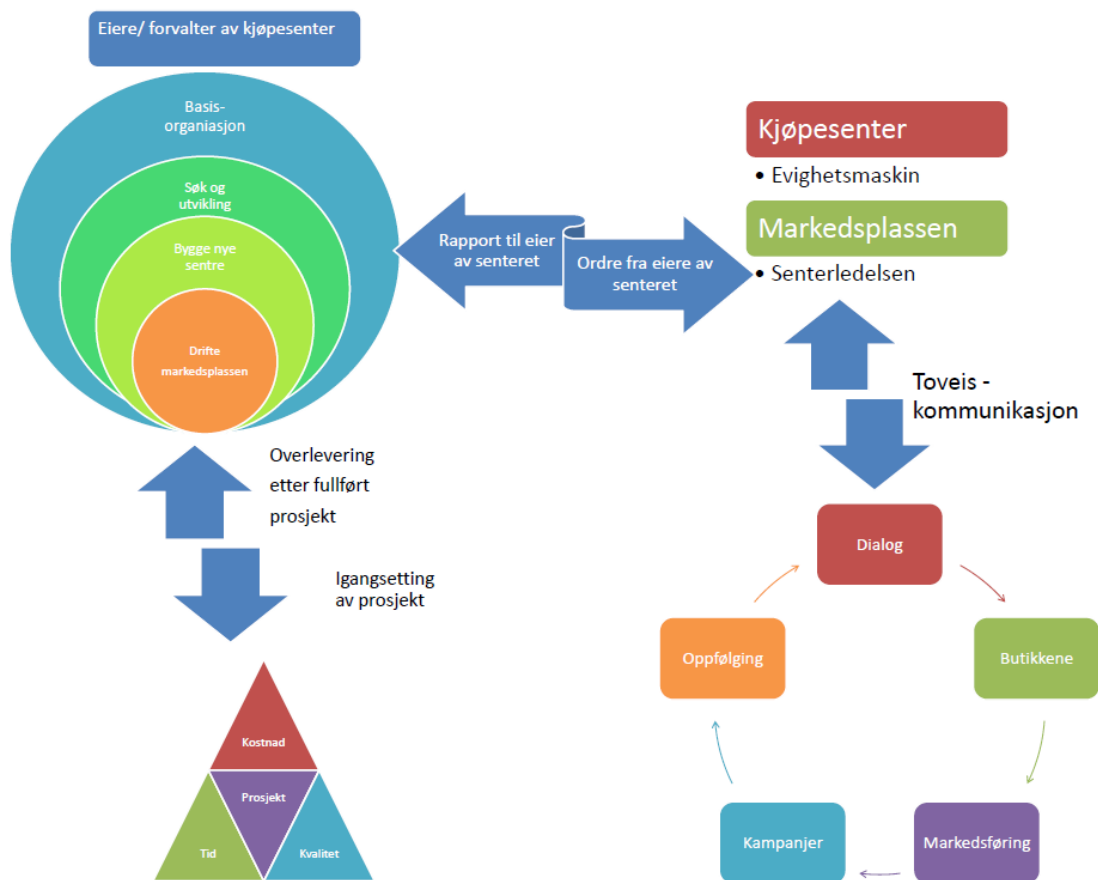
Prosjektet blir som regel målt via den trekanten som i byggebransjen fortsatt brukes for å måle suksess som er levering til rett:

- Tid
- Kostnad
- Kvalitet

Ved utvikling av et boligfelt vil i prinsippet hele jobben og interessen fra eiendomsutvikleren sin del være ferdig i det ferdigattesten er undertegnet av kommunen, overtagelse til kunden er holdt og rettidig oppgjør fra kunde har funnet sted (hvis vi ser bort i fra ettårsbefaring og garantitiden som løper i fem år). Den samme modellen stemmer nok for de som kun bygger kjøpesentra. De fokuserer i tillegg på å få leid ut 100 prosent før salg for å oppnå best mulig pris, da det er leieinntekter som styrer det meste av verdien.

For driverne av et kjøpsenter er det annerledes. Kjøpsenteret skal forvaltes, driftes, vedlikeholdes og det kreves konstant utvikling (FDVU) av "*markedsplassen*". Dette gjøres for å optimalisere markedsplassen til det beste for både leietagerne og ikke minst kundene. Ved at driverne av kjøpesentrene jobber aktivt sammen med leietakerne med blant annet felles markedsføringskampanjer vil dette være en vinn - vinn situasjon. For leietakeren er det viktig med en god omsetning for å betjene sin faste leie og beholde sin eksistens. Driverne håper på en best mulig omsetning. Oppnår de det slår den todelte leien inn, og det tilfaller driverne en ekstra prosent av omsetningen over en gitt sum i tillegg til fastleie.

Figur 11 Kjøpesenter - prosjektstart - slutt og konstant utvikling av markedsplassen:



Egen sammenstilling basert på *Målrrettet prosjektstyring* (2007), *Eiendomsutvikling i tidlig fase* (2009:21) og intervjuer med bransjeaktører.

Figuren over illustrer hvordan basisorganisasjonen (eierne og forvalterne) velger ut et område for så å nedsette en prosjektgruppe som gjennomfører selve byggeriet. Når prosjektet er ferdig blir kjøpesenteret overlevert. Parallelt med byggearbeidene jobbes det mot 100 prosent uteie av arealer og den "perfekte butikkmix" settes sammen. Senterledelsen som er eierne og forvalterne sin forlengede arm, jobber tett på butikkeierne for å optimalisere omsetningen. Gjennom hvert eneste år kjøres det en rekke markedsføringstiltak og kampanjer mv. for å dra mest mulig handlende til senteret. Det er viktig hele tiden å utvikle seg og følge med på trender. Et kjøpesenter er i utgangspunktet en evighetsmaskin, de som bestemmer om det går bra er i følge direktøren i Olav Thon Gruppen kundene⁶

⁶ I følge direktøren i Olav Thon Gruppen forteller han at *Olav Thon* har et slagord: "Stillstand er tilbakegang" (intervju mai 2011)

5. TRANSFORMASJON AV OMRÅDET KILEN I TØNSBERG

5.1 KILEN SOM NÆRINGSOMRÅDE

Den første reguleringsplan for deler av Kilen - område ble først behandlet av Bygningsrådet i Sem kommune den 4.mai 1983, og senere endelig stadfestet av Fylkesmannen i Vestfold den 19. september 1983. Reguleringsbestemmelsens § 2 sier at område skal brukes til lett industri, håndverksbedrifter, lager og eller forretningsdrift. Det kan i tillegg oppføres bygg i forbindelse med transportbedrifter som garasjer, vaskehaller, egne kontorer og verksteder mv. Utnyttelsesgraden sier maksimal; U- grad på 0,3 og 2 etasjer bygg som ikke skal være høyere enn 9 meter til overkant gesims.

Figur 12 Oversiktsbilder over næringsområde - Kilen og kommunedelplanen (2009):



Egen sammenstilling basert på innhentede opplysninger fra Tønsberg kommune (tonsberg.kommune.no).

Kommunedelplanen til høyre viser områdene merket med: Gult - AB 8 og 9 - Her kan det etableres Hypermarked/ Storhandel med inntil 10 000 m² KVM på hvert område. Grønt - AB 10 - Her kan det etableres Hypermarked/ Storhandel med inntil 20 000 m² KVM på område. Rød - Ny avlastningsvei. Brunt - 3 nye rundkjøringer. I situasjonskartet til venstre er det definert tre områder over Kilen, område 1 - 3. Hypermarkedet/ Storhandelen som jeg skal redegjøre for skal etableres i område 3 hvor det som nevnt kan bygges inntil 20 000 m² KVM.

5.2 EN IDE BLIR TIL

Tønsberg har i perioden fra 1980 - 2011 hatt en forholdsvis stor økning av innbyggere. I forbindelse med økt biltrafikk til og fra jobb ble det ved morgen- og ettermiddagsrushet lengre og lengre køer gjennom byen. De to mest krevende områdene i Tønsberg er trafikkflyten gjennom Tønsberg sentrum mot Nøtterøy kommune, samt mot østsiden som inneholder boområder som blant annet Olsrød, Tolvsrød og Ringshaug.

På bakgrunn av dette ble det på slutten av 1990 tallet påstartet utarbeidelse av planer for det som omtales som "Tønsberg-pakken". Formålet med "Tønsberg-pakken" består i korte trekk av å lede trafikken utenom Tønsberg sentrum. Hensikten er å avlaste sentrum, og det er første skritt mot et bilfritt sentrum. Statens vegvesen jobbet sammen med Tønsberg kommune, og det ble prosjektert, stadfestet i reguleringsplanen, etablert og opparbeidet en ny firefelts motorvei i 2005. Trafikken blir i dag ledet fra Kilen - område, videre nordover før veien svinger vestover gjennom en tunnel og ut på E18.

For å få en best mulig trafikkavvikling ble det i forbindelse med prosjekteringsarbeidene foreslått tre nye rundkjøringer mellom Kilen - områdene nummer 1, 2 og 3. Se begge situasjonskartene ovenfor som angir rundkjøringene i tilknytting til Kilen.

I forbindelse med myndighetenes diskusjoner rundt etableringene av rundkjøringene var det en lokal aktør fra Tønsberg som så muligheter for utvikling av Kilen - område. I følge eiendomssjef til det Tønsberg baserte selskapet, var tankene og handlingene følgende:

"Det var nok en lampe som ble tent da rundkjøringene ble diskutert også (ikke bare da de var vedtatt). Det tok uansett noe tid fra ideen var på plass til sjefen min skjønnte hvor gode muligheter dette kunne gi disse eiendommene. Da lyset var tent kjøpte han det som var mulig å kjøpe på denne siden. Eiendommene han ikke kjøpte droppet han da de skulle ha altfor mye betalt. Visjonen var å skape en helhetlig bilhandel løsning for Tønsberg og regionen (regionshovedstad). Bigbox eiendommen (storhandel/bilhandel) stammer vel opprinnelig fra USA. De siste 15 år har det vært en stor vekst i denne type eiendommer. Trendene gjør at også brukerne (leietakerne) ønsker større forretninger og større utvalg, dermed større lokaler. Visjonen var å kunne tilby dette for brukerne også i Tønsberg (lite alternativer slik byen fremstod den gang). Fra første eiendom var kjøpt til siste ble kjøpt tok det vel omtrent 1,5 år. Media (Kilde: Tønsberg Blad) ble brukt og det ble jobbet aktivt mot politikere for å vise frem visjonen. Da dette var forankret politisk ble media brukt for å fronte prosjektet. Da kom interessentene på banen" (Kilde: Tønsberg Invest AS 2011).

I juni 2006 ble eiendommene solgt til et selskap som ble etablert i anledningen, *Kilen Handespark AS*.

Eierne pr. mai 2011 er:

- Canica AS
- Norsk Bransjesenter AS
- Profier AS

Eierne representerer noen av de store kjøpesenterutviklerne, driverne og butikkeierne som jobber i eller med kjøpesenter mv. i Norge.

6 ANALYSE OG VERDIVURDERING AV KILEN PROSJEKTET

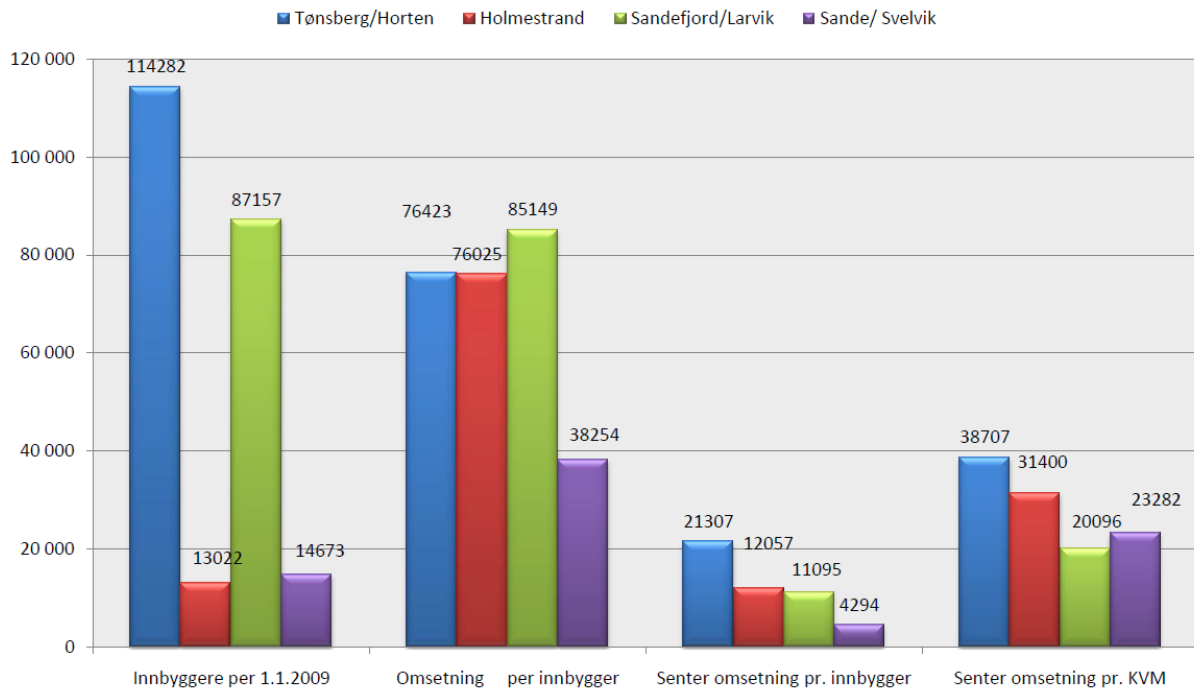
6.1 ANALYSE AV VESTFOLD - TØNSBERG - KILEN

I dette kapitlet har jeg utarbeidet en analyse som har til formål å måle om det er marked for en etablering av Kilen Handelspark - isolert til område AB 10. Jeg vil ta for meg hele Vestfold fylke som består av fire økonomiske soner. En rekke faktorer synliggjøres underveis og til slutt spisse analysene inn mot Kilen Handelspark. Analysemetoden kan på mange måter sammenlignes med en *Top - down - tilnærming*. Med det menes at jeg tar for meg hele Vestfold og deler det opp i flere forskjellige biter. Forskjellen vil være at noen av delene (i denne sammenheng befolkningen fra andre kommuner enn Tønsberg, også soner) som jeg i utgangspunktet vil kvitte meg med underveis, vil dukke opp igjen og slå inn i regnestykket som handelsoverskudd eller handelsunderskudd. For å gjøre denne analysejobben har jeg primært hentet data fra rapporten til Vestfold fylkeskommune (*Regional plan for handel og sentrumsutvikling i Vestfold 2009*), Senterboken (2010) og fra Statistisk sentralbyrå (*Befolkningsfremskrivning 2011 - 2030*).

Vestfold er inndelt i fire økonomiske soner (Kilde: Senterboken 2010:157):

- Sone 1 - Tønsberg og Horten. Her inngår også: Tjøme, Nøtterøy, Re, Stokke og Andebu
- Sone 2 - Holmestrand. Her inngår også: Hof
- Sone 3 - Sandefjord og Larvik. Her inngår også: Lardal
- Sone 4 - Sande og Svelvik

Graf 3 Omsetningsoversikt for fire økonomiske soner i Vestfold 2008:



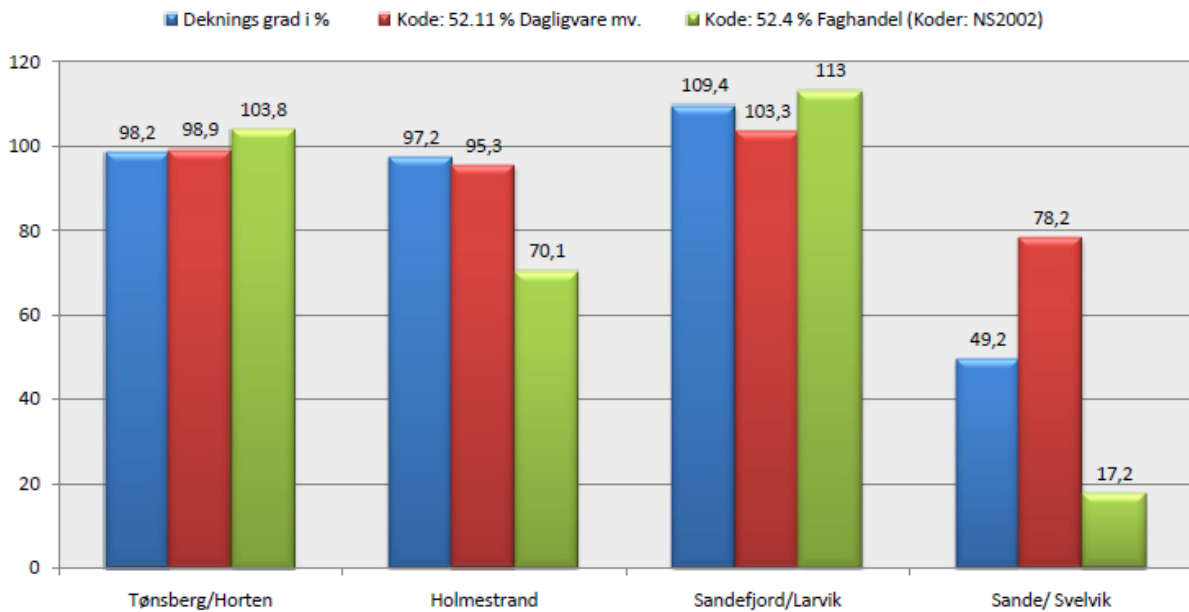
Egen sammenstilling basert på data fra Senterboken (2010)

I grafen ovenfor fremgår innbyggertallet i søylene fra venstre side, i neste bolke med søyler fremkommer total omsetning per innbygger. I den tredje bolken med søyler fremkommer hvor mye av total handel som blir handlet i kjøpesenter, og i bolken med søyler på høyre side synliggjøres hvor mye som handles per kvadratmeter salgsflate i kjøpesentrene (Kilde: Senterboken 2010:154).

I bolken for omsetning skiller Sandefjord/ Larvik seg ut med en noe høyere omsetning enn Tønsberg/ Horten og Holmestrand regionene, Sande/ Svelvik skiller seg klart ut med lavest omsetning. Årsaken til den lave omsetningen for Sande/Svelvik antas å være på grunn av den store handelslekkasjen som primært går til nabobyene i samme region, men også til Drammen som er nærmeste by i nabo fylket. Mye av det samme kan sees ut fra senter omsetningen per innbygger, Sande/ Svelvik er her lavest med kroner 4 294 mens Tønsberg/ Horten har høyest omsetning med kroner 21 307.

Avslutningsvis måles senter omsetningen per kvadratmeter, Tønsberg/ Horten ligger på topp med kroner 38 707, lavest er Holmestrand med kroner 20 296, mens Sande/ Svelvik faktisk leverer kroner 23 282 per kvadratmeter. Dette må skyldes få kvadratmeter kjøpesenter i forhold til folketallet, noe som bekreftes ytterligere ved å se på oversikten over alle kjøpesentrene i kapittel 3.5 *Fylkesdelplan Vestfold*. Her fremgår det at *Svelvik Nærsenter* som eneste kjøpesenter i sonen har totalt 2 706 m² BRA.

Graf 4 Dekningsgrad for de økonomiske sonene i Vestfold 2008:



Egen sammenstilling basert på data fra Senterboken (2010) og næringskodene (NS2002).

Forklaring: Hvis alle innbyggerne handler i sine kommuner jamfør landsgjennomsnittet, vil summen bli 100 prosent. Blir det handlet mindre blir det et underskudd, blir det handlet mer har vi et overskudd.

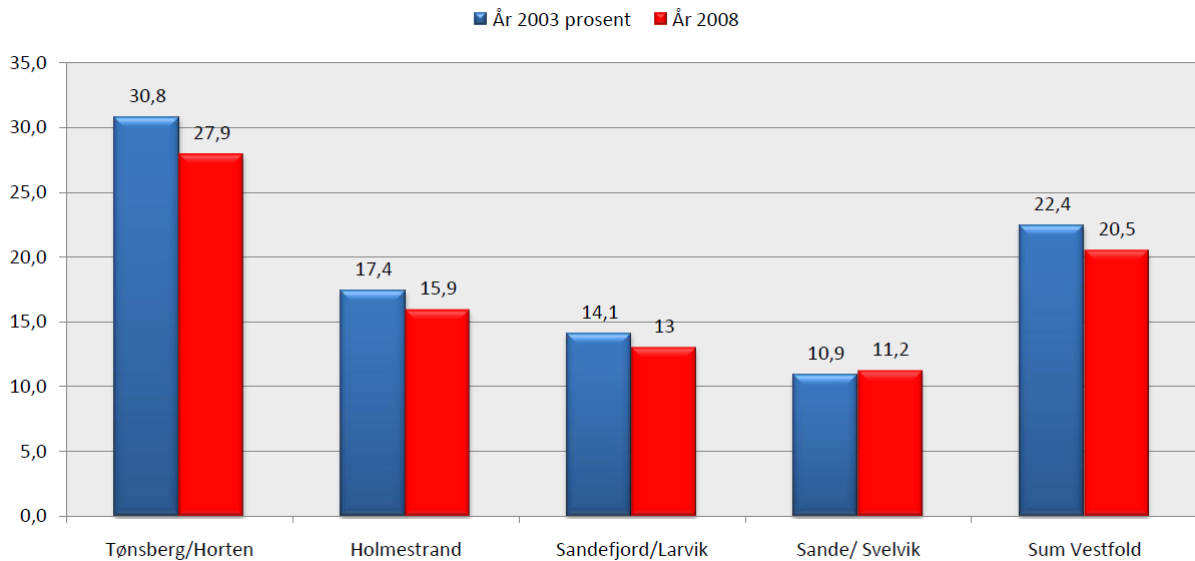
I grafen over med de fire økonomiske sonene i Vestfold har jeg synliggjort dekningsgraden i prosent i de blå søylene. I de røde søylene fremgår andel i prosent som utgjør dagligvare mv. (kode 52.11) og til slutt i de grønne søylene fremgår andel prosent som utgjør faghandel (kode 52.4)⁷.

Holmestrand har hatt en unormal høy vekst på 12,4 prosent siden 2007. Dette forklares med tunnelulykken på E18 som medførte at trafikken ble ledet gjennom Holmestrand i en lengre periode mens utbedringsarbeider pågikk. (Kilde: Senterboken 2010:154).

Basert på de fire økonomiske sonene er det Sande og Svelvik som har størst handelsunderskudd, faghandel skiller seg ut med en dekningsgrad på så lavt som 17,2 prosent.

⁷ Kodene er basert på gamle koder (SN2002)

Graf 5 Omsetningsandel for kjøpesenterhandel i de økonomiske regionene i Vestfold:

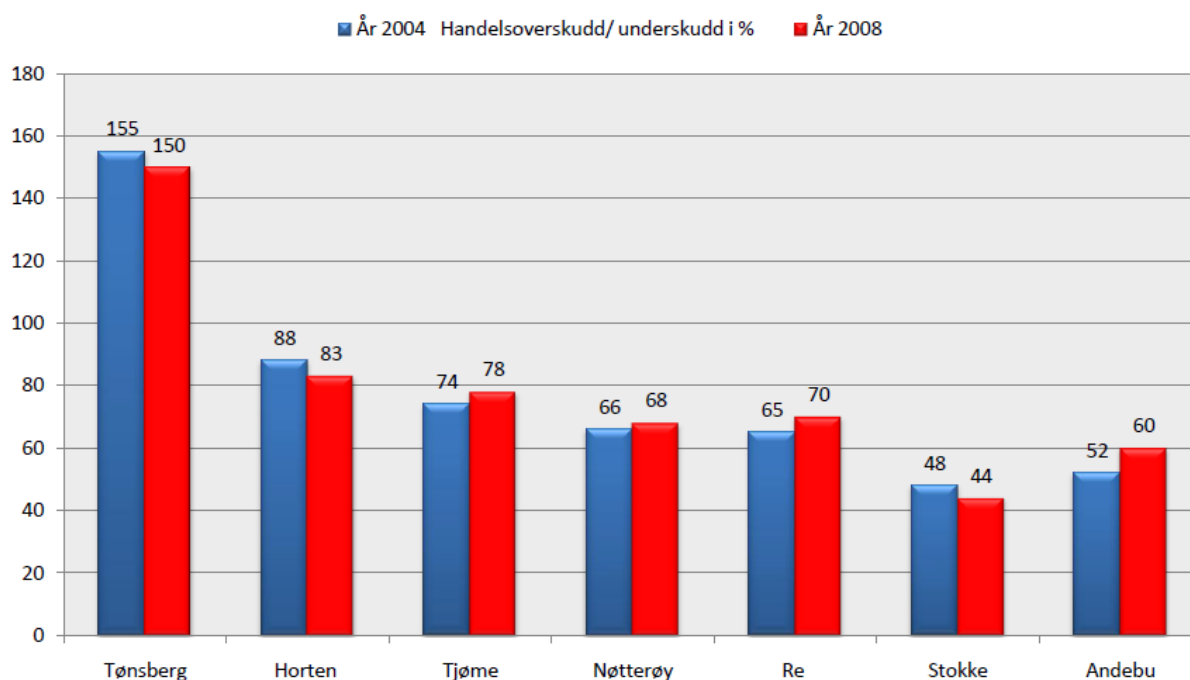


Egen sammenstilling basert på data fra Senterboken (2010).

I grafen ovenfor fremgår utviklingen i prosent for de forskjellige områdene. Tønsberg/ Vestfold har per 2008 en omsetningsandel for kjøpesenterhandel på 27,9 prosent, noe som er en nedgang på 2,9 prosent fra 2003. Nedgangen i denne perioden gjenspeiler seg for de andre sonene med unntak av Sande/ Svelvik som har en omsetningsandel for kjøpesenterhandel på 11,2 prosent, noe som utgjør en marginal oppgang på 0,3 prosent. Omsetningsandel for kjøpesenterhandel for hele Vestfold utgjorde per 2008 20,5 prosent, en nedgang fra 2003 på 1,9 prosent.

I delkapittel 4.2 *Historisk utvikling av kjøpesentre* ble nasjonale gjennomsnitt for omsetningsandel via kjøpesenterhandel gjennomgått (graf 2). For 2003 utgjorde dette 30,5 prosent, mens det for 2008 utgjorde 31,6 prosent. Dette gir en økning i perioden på 1,1 prosent. I Vestfold er det et totalt handelsoverskudd på 0,2 prosent i følge Senterboken (2010:154). Forklaringen på omsetningsandel gjennom kjøpesentra må være en underdekning av kjøpesentre i noen av regionene, og desto mer handel gjennom butikkene som ikke er definert som kjøpesentra.

Graf 6 Handelsoverskudd/ - underskudd i prosent for økonomisk sone - Tønsberg/ Horten:

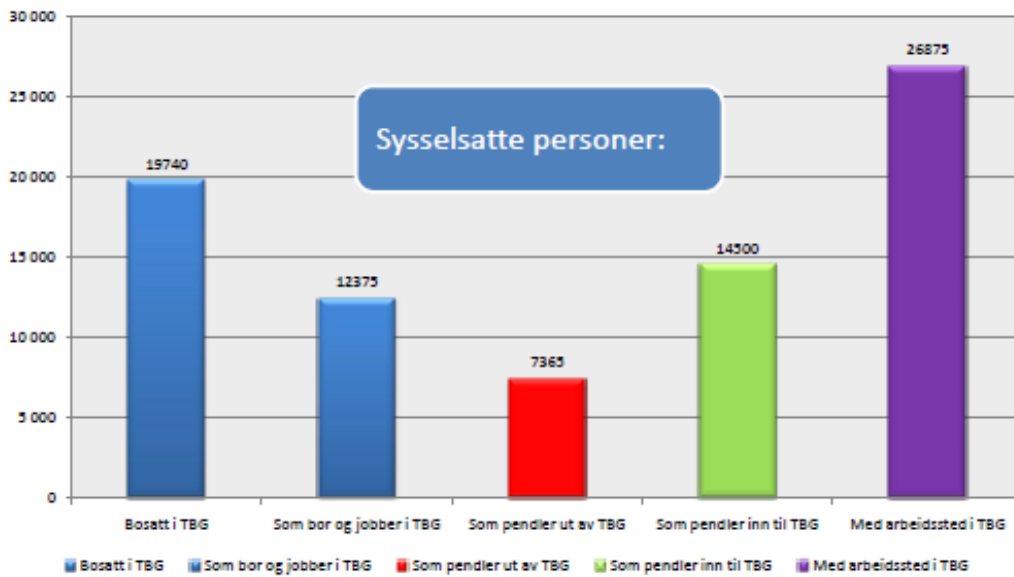


Egen sammenstilling basert på data fra Vestfold fylkeskommunes regionale handelsplanlegging (2009).

I grafen over har jeg delt opp den økonomiske sonen Tønsberg/ Horten i de syv underliggende kommuner. Dataene er videre bearbeidet for å finne et eventuelt handelsoverskudd/ - underskudd for periodene 2004 - 2008 i de forskjellige kommuner. Tønsberg er den eneste kommunen med et handelsoverskudd. Handelsoverskuddet gått ned med 5 prosent og ligger per 2008 på 150 prosent. Andre kommuner med negativ utvikling i perioden er Horten og Stokke. Tjøme, Nøtterøy, Re og Andebu har hatt en positiv utvikling til tross for handelsunderskudd. Kommunen med størst handelsunderskudd er Stokke som per 2008 har en dekning på 44 prosent (Kilde: Regional plan for handel og sentrumsutvikling i Vestfold 2009:13).

Grunnen til at Tønsberg har så stort handelsoverskudd, er sin regionale status med dertil brede og dype varetilbud. Dette medfører at en god del av kundene kommer fra nærliggende kommuner, primært innefor den samme økonomiske sonen som Tønsberg. Dette gjenspeiler seg i handelsunderskuddene for disse kommuner, og bekreftes via "graf 4" med tittel: "Dekningsgrad for de økonomiske sonene i 2008" som gir 98,2 prosent dekning.

Graf 7 Sysselsatte personer i Tønsberg kommune:



Egen sammenstilling basert på data fra SSB (2011).

I grafen over fremgår det fra venstre til høyre side hvor mange sysselsatte personer som per 2009 er bosatt (19 740), bor og jobber i Tønsberg (12 375). Hvor mange sysselsatte personer som jobber i andre kommuner (7 365) og hvor mange som pendler til Tønsberg (14 500) for å jobbe der. Helt til høyre fremgår det hvor mange som totalt har sitt arbeidssted i Tønsberg (26 875).

Det er altså flere innpendlere som jobber i byen, enn det er utpendlere. Dette utgjør (7 135)⁸. I følge analyseavdelingen ved Asplan Viak brukes det en generell måling som sier at 40 prosent av disse personene handler i arbeidskommunen. Dette er nok en av årsakene til dagens handelsoverskudd på 150 prosent.

⁸ Innpendlere (14 500) minus utpendlere (7 365) = 7 135

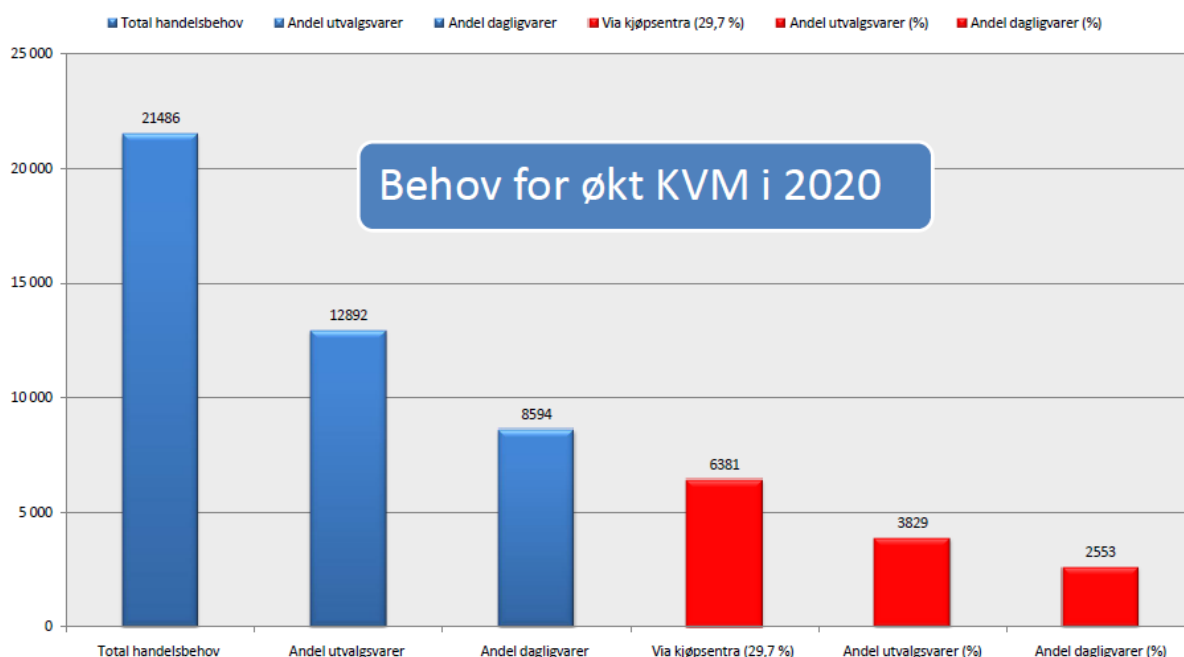
Fremtidig arealbehov til handel 2011 - 2020 - egne utregninger:

Ved å bruke samme beregningsunderlag som Vestfold fylkeskommune (2009) vil teoretisk arealbehov for handel bli⁹:

Befolkningstallet i Tønsberg er for 2011 (39 979) og for 2020 (45 114) som utgjør en vekst på 5 135 personer (Kilde: SSB Befolkningsfremskrivning 2011-2030). Denne summen ganges opp med dekningsgraden som er 150 prosent, og vi får 7 703 personer som handler i kommunen. Deretter legges landsgjennomsnittet for all handel til grunn som i følge Senterboken (2010:9) er (79 108) for 2008, summen KPI justeres med 2,5 % frem til 2011 (85 190). Jeg legger høyeste forbruksvekst til grunn (3 %) og vi får (87 746). Antall handlende (7 703) ganges * med denne summen (87 746) som gir kroner 675 907 438. Den totale omsetningen deles på gjennomsnittlig senteromsetning per kvadratmeter for hele Norge som i følge Senterboken (2010:10) utgjør (29 212) for 2008. Denne summen KPI justeres frem til 2011 med 2,5 % (31 458)¹⁰.

675 907 438/ 31 458 = 21 486. Estimert behov i 2020 på 21 486 m² BRA ekstra handelsarealer.

Graf 8 Teoretisk behov for økt kvadratmeter handel i Tønsberg 2020:



Egen sammenstilling basert på SSB befolkningsfremskrivning (2011) og opplysninger fra senterboken (2010).

⁹ Beregninger som legges til grunn: SSB (MMMM), Lav/ høy forbruksvekst (1,5 - 3 %) og dagens dekningsgrad for Tønsberg 150 prosent.

¹⁰ Landsgjennomsnittet er lag til grunn med kroner 29 212 i omsetning per netto kvadratmeter salgsareal. Tallene for Tønsberg er langt over med kroner 38 707 i 2008 i følge Senterboken (2010:155).

Grafen ovenfor illustrer estimert kvadratmeter behov i 2020 for all handel og hvor mye som vil bli lagt til kjøpesenter forutsatt at trenden på 29,7 prosent blir opprettholdt. Fordelingen for andel *utvalgsvare* er lagt til grunn med 60 prosent og andel *dagligvare* som utgjør 40 prosent. Prosentsatsen er basert på informasjon fra analyseavdeling i Asplan Viak 11. mai 2011.

Drøfting av analysen:

Nødvendige nye handelsarealer vil, gitt at teorien stemmer, gi et fremtidig behov på 21 486 m² BRA handelsarealer innen 2020. I forbindelse med *Kilen Handespark* sin fremtidige etablering av Hypermarked/ Storhandel på inntil 20 000 m² BRA vil dette isolert sett være akseptabelt. Dette forsettes imidlertid at all fremtidig handel for perioden legges til senteret på Kilen. Dagens gjennomsnittlige omsetning per kvadratmeter (31 458) vil nås før 2020.

Legger vi til grunn at 27,9 prosent av all handel blir etablert i kjøpesenter, tilsvarer det et totalt "*kjøpesenterbehov*" på 6 381 m² BRA innen 2020. Det er ingenting i veien for at det kan bli en vekst som kan gå ut over 29,7 prosent. Det vil avhenge av tilgang på regulert areal avsatt til handel generelt i Tønsberg.

Den fremtidige etterspørselen gjelder for alle varer. Da det er begrensninger for hva som kan selges i senteret på Kilen vil det ta mye lenger tid før senteret på Kilen oppnår dagens gjennomsnittlige omsetning (kroner 31 458 per KVM). Forsettes det videre at Tønsberg sin regionale rolle blir ytterligere forsterket med økt dekningsgrad, i en kombinasjon med lekkasje fra Tønsberg sine egne bysentra og områdesentra så vil Kilen oppnå maksimal utnyttelse på et tidligere tidspunkt.

Det totale behovet for handel i Tønsberg i 2020 er 21 486 m² BRA, basert på historiske prosentsatser vil nærmere 30 prosent etablert i kjøpesentra - resten via annen handel.

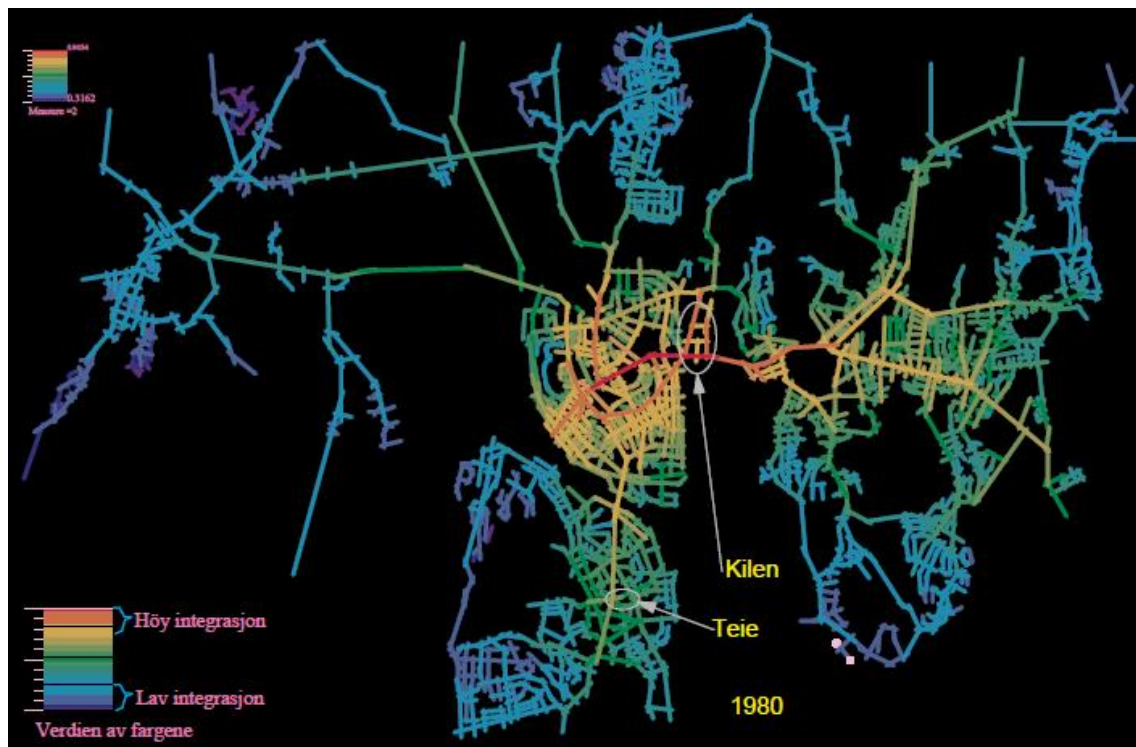
6.2 SPACE SYNTAX - ANALYSE AV TØNSBERG

Kort innføring i Space Syntax metoden:

"Selv Space Syntax metoden går ut på å beregne hvordan alle gatene i en by forholder seg til hverandre. Hver gate blir presentert som en akse som er forbundet til andre akser. På denne måten blir gatenettet representert som et system av forbundet geometriske elementer som er relatert til hverandre. Hver akse kan representeres som et gaterom, forbundet til andre gaterom. På denne måten kan man beregne hvordan en og hver akse er forbundet til alle andre aksene i et system. Man beregner med andre ord den topologiske dybde hver og en akse har i forhold til alle andre aksene i et system. Hver gang man må skifte retning i et system, har man tatt et topologisk skritt (topological step). Figuren til venstre viser en integrasjonsanalyse av dette aksielle systemet. Integrasjonsverdiene til de ulike aksene er representert ved hjelp av fargekoder. Jo rødere en akse er, jo mere integrert er denne aksene. Jo blåere aksene er, jo mer segregert er denne aksene"
(Kilde: Space Syntax analyse av Tønsbergpakken 2003:5)

I forbindelse med at Space Syntax Norway fikk i oppdrag av Statens vegvesen avdeling Vestfold å analysere de foreslåtte vegalternativene i Tønsbergpakken ble det gjort en rekke undersøkelser. En av undersøkelsene var å vurdere potensiell lokalisering av forretninger for å indikere de mest vitale områdene for økonomisk aktivitet.

Figur 13 Illustrasjon over områder som er mest vitale for økonomisk aktivitet:



Utklipp fra Space Syntax analysen av Tønsbergpakken (2003:13).

Kartet illustrer hvilke områder som er mest vitale for økonomisk aktivitet ved etablering av nytt vegsystem. De mest gule og røde linjene indikerer de mest vitale områdene for økonomiske aktiviteter. Kilen området ble i denne undersøkelsen fra 2003 vurdert til å være et av områdene med best potensiale for økonomisk vekst under forutsetning av at ny avkjøring skulle ledes gjennom ny ringvei ved Kilen og videre gjennom tunnel og ut mot E18.

Basert på disse dataene og med tanke på at vegsystemet er etablert i dag, vil det være overveiende stor sannsynlighet for at Kilen Handelspark er et riktig sted å etablere et kjøpesenter. Det forutsettes at teoriene fungerer i praksis. Kjøpesenteret som skal etableres må tilpasses befolkningen og etterspørselen.

Områdene rundt Kilen Handelspark er i følge Space Syntax rapporten (2003) et av de mest vitale områdene for økonomisk vekst i Tønsberg.

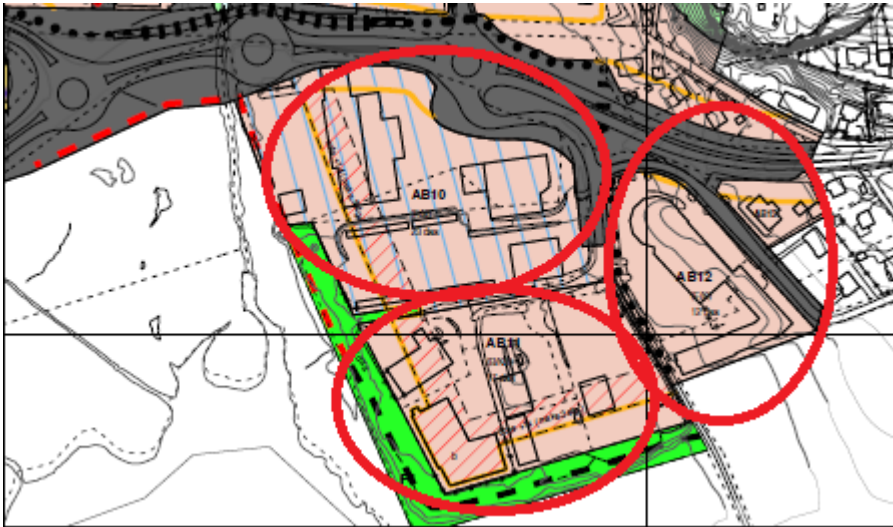
6.3 VERDIVURDERING AV KILEN PROSJEKTET

I denne delen skal jeg beregne potensielle leieinntekter for deler av *Kilen Handelspark*. Dagens status er at kommunedelplanen (KDP) for Kilen ble vedtatt av Tønsberg bystyret 4.november 2009. I gjeldende KDP fremgår blant annet planens rettsvirkning, fellesbestemmelser, byggeområder og rekkefølgebestemmelser.

Eiendommer som er eid av *Kilen Handelspark AS* er:

- AB 10 - Består av et gammelt lager/ verksted som skal rives til fordel for inntil 20 000 m² BRA Hypermarked/ Storhandel
- AB 11 - Består av lager verksted/ verksted som skal rives til fordel for mellom 7 000 - 9 000 m² BRA leiligheter. Av hele område utgjør eierskapet ca. 67 prosent. Den optimale løsningen vil være en samarbeidsavtale med de to andre eierne, hvor resultatet deles etter en brøk
- AB 12 - Tolvkanten er et kontorsenter kombinert med butikk som selger *utvalgsvarer* i første etasje. Eksisterende bebyggelse utgjør ca. 6 000 m² BRA. Område kan utvides (teoretisk) ubegrenset da det ikke er høydebegrensning i KDP. Område kan maksimalt utnyttes med handel inntil 3 000 m² BRA (Kilde: Profier AS 2011).

Figur 14 Illustrasjon av Kilen Handelspark - områdene AB 10 - AB 12:



Kartet er hentet fra kommunedelplanen (2009) for Kilen og gir inngående oversikt over feltene AB 10, AB 11 og AB 12.

Ved beregning av potensielle leieinntekter har jeg avgrenset beregningen til å gjelde AB 10 hvor det kan bygges inntil 20 000 m² BRA Hypermarked/ Storhandel.

Jeg begrunner dette med at det er forholdsvis enkelt å beregne verdien av eksisterende og nytt kontorbygg med fast leieinntekt. Yield er et kjent begrep innenfor eiendomsfaget, og uttrykker investors krav til avkastning. Avkastningen påvirkes blant annet av rentenivået og risikoen i markedet til en hver tid. Avkastningen regnes ut fra årlig leieinntekter¹¹.

Eksempel: Brutto leieinntekter NOK 120 000, minus eierkostnader (15 %) NOK 18 000 = netto leieinntekter NOK 102 000, som deles på Yield (eksempelvis 8 %) = NOK 1 275 000 som da legges til grunn som markedsvurdering.

For boligprosjektet er det i dette tilfelle ikke aktuelt å beregne leieinntekter på da boligene skal selges. Jeg velger å gi en kort oversikt over hvordan en verdsetter en *tomt* som det kan være aktuelt å kjøpe og hva en maksimalt kan betale. Det første som gjøres er å finne reelle salgspriser og alle kostnader som påløper (forutsetter boligbygging). Ved å gjøre følgende: Salgsprisen for boligene minus sum kostnader = XX som skal fordeles mellom tomten og brutto overskudd. Jeg legger til grunn at utbygger forlanger 20 % avkastning per år som utgjør 15 prosent risikopåslag, byggelån utgjør 5 prosent (*Eiendomsutvikling i tidlig fase* 2009:90). Videre forutsetter jeg at tomten kjøpes med egenkapital som det skal regnes avkastning av. XX deles da på 20 % per år for å finne hva vi maksimalt kan gi for tomten.

¹¹ "The yield of a property investment is generally defined as the annual rental income received from a property, expressed as a percentage of its purchase price or capital value." (Wilkinson & Reed & Cadman, 2008)

Forventet gjennomføringstid for hele prosjektet: Øvelse 1. = 2 år. Øvelse 2. = 4 år.

- Eksempel: (Salgspris) 100 MNOK - (Sum byggekostnader) 60 MNOK = 40 MNOK
- Øvelse 1: 40 MNOK / $1,2^2 = 27,8$ MNOK i maksimal tomtebelastning
- Øvelse 2: 40 MNOK / $1,2^4 = 19,3$ MNOK i maksimal tomtebelastning

Hvis jeg betaler mer en 27,8 MNOK for tomten i øvelse 1 vil det gå ut over avkastningskravet mitt på 20 prosent per år, betaler jeg mindre blir avkastningen min høyere (Kilde: Bøvre, H. 2011).

Det forutsettes at budsjettene og gjennomføringstiden overholdes og at alle kostnader er på plass.

Beregning av område AB 10:

I utgangspunktet kan Hypermarkedet verdivurderes likt som et kontorbygg. Det som er vanskelig er å finne hvor mye potensiell leieinntekt et slikt bygg vil gi. Da de aller fleste kjøpesentra blir leid ut med en minimumsleie og en prosentleie som hemmeligholdes. Forhandlingene om leiepriser er variable fra sted til sted, ut fra lokale forhandlig og øvrige forhold.

I KDP (2009) § 3.6 *Annet byggeområde AB 6-10: Forretning/ Kontor/ Boliger*, fremgår det at området AB 10 kan benyttes til Kontor/ Forretning inntil 20 000 m² BRA forretningsareal. Nærmere bestemmelser er gjengitt nedenfor:

"AB 8-10

Innenfor forretningsarealene skal det etableres forretningstyper som "Hypermarked" eller

"Storhandel" begrenset til følgende bransjer innenfor SSBs næringsgruppering (NACE SN2007):

Med betegnelsen "storhandel" forstås forretninger med en salgsflate på minimum 1500m²

innenfor bransjene :IKT-utstyr i spesialforretning (47.4) og butikkhandel med andre

husholdningsvarer i spesialforretning som bla. jernvarer, byggevarer og møbler (47.5). Med

betegnelsen "hypermarked" forstås større kjedebutikker med en salgsflate på over 2500m² med et

bredt, bransjeglidende vareutvalg (47.1). Andel "hypermarked" skal ikke overstige 50% innenfor

hhv AB 8-9 og AB 10.

Det tillates etablert inntil 1000m² annen detaljhandel per felt for hhv AB 8-9 og AB10"

(Kilde: Kommunedelplan for Kilen 2009 Tønsberg kommune).

I tillegg går det frem i KDP § 3.6 *Retningslinjer for Bybebyggelse* og AB 6-10 at det blant annet skal leveres en komplett oversikt over varetyper i samsvar med SSB sin næringsgruppering (NACE SN2007). Denne dokumentasjonen skal tas som en bestemmelse i reguleringsplanen for området.

For å kunne beregne potensielle utleieinntekter er det to viktig forhold som må avklares. Den riktige *butikkmiksen* må settes sammen som må være i henhold til KDP retningslinjer og det må lages et budsjett for leieinntekt med minimumsleie og prosentleie basert på erfaringstall.

Figur 15 Butikkmix og budsjetterte årlige leieinntekter for Hypermarkedet/ Storhandel:

Nr.	Bransje/leietaker	Tittel på varene: Basert på; NACE (NS2007)	Salgsareal KVM	15 % Fellesareal	Brutto KVM	Pr. m ² salgsareal	Salg	Butikk omsetning	Mfn. leie pr. KVM salgsareal	Minimum leie	Leiesats i %	Prosent leie	Prosent tillegg	Sum totale leieinntekter
1.	47,11	Butikkhandel med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler	3 000	529	3 529	45 000	158 823 529	1 250	4 411 765	3,0 %	4 764 706	352 941	4 764 706	
2.	47,40	Butikkhandel med IKT-utstyr i spesialforretninger	1 000	176	1 176	26 500	31 176 471	1 450	1 705 882	7,0 %	2 182 353	476 471	2 182 353	
3.	47,51	Butikkhandel med tekstiler og utstyrsvarer	1 000	176	1 176	24 500	28 823 529	1 450	1 705 882	5,5 %	1 585 294	-120 588	1 705 882	
4.	47,52	Butikkhandel med jernvarer, fargevarer og glass	2 000	353	2 353	30 000	70 588 235	1 400	3 294 118	7,0 %	4 941 176	1 647 059	4 941 176	
5.	47,53	Butikkhandel med tapeter, gulvtepper og gardiner	1 000	176	1 176	27 000	31 764 706	1 500	1 764 706	6,0 %	1 905 882	141 176	1 905 882	
6.	47,54	Butikkhandel med elektriske husholdningsapparater	2 000	353	2 353	26 000	61 176 471	1 550	3 647 059	8,0 %	4 894 118	1 247 059	4 894 118	
7.	47,59	Butikkhandel med møbler, belysnings- utstyr og andre innredningsartikler	5 000	882	5 882	24 000	141 176 471	1 250	7 352 941	6,0 %	8 470 588	1 117 647	8 470 588	
8.	47,64	Butikkhandel med sportsutstyr	2 000	353	2 353	26 000	61 176 471	1 350	3 176 471	5,5 %	3 364 706	188 235	3 364 706	
		Summering KVM/ omsetning, minimums- prosent leie og sum leie	17 000	3 000	20 000		584 705 882		27 058 824		32 108 824	5 050 000	32 229 412	

Egen sammenstilling basert på næringsgruppering (SN2007) og informasjon fra Kummen AS og Profier AS (2011).

Sammenstillingen over gir en oversikt over ulike bransjekoder etter Norsk standard for næringsgruppering. Butikkmiksen er sammensatt etter hva jeg tror vil være optimalt i lys av begrensningene i KDP (2009). Ulike bransjer er satt opp med et tenkt salgsareal, andel fellesareal som utgjør 15 prosent og arealene er til slutt summert til brutto areal som legges til grunn for leieprisen per kvadratmeter. Jeg har budsjettert salg per kvadratmeter og totalomsetningen for hver butikk. Videre har jeg budsjettert minimumsleie og prosentleie ut fra ulike bransjetyper. Til slutt har jeg summert dette og kommet frem til budsjettert leieinntekt som utgjør kroner 32 229 412 per år.

Totale budsjetterte leieinntekter er stipulert til kroner 32 229 412 per år.

6.4 BUDSJETTERTE KOSTNADER FOR KILEN PROSJEKTET

I dette avsnittet skal jeg utarbeide et budsjettere for et Hypermarked/ Stormarked på 20 000 m² BRA som er tenkt etablert på område AB 10 - Kilen Handelspark. I følge samtale med eiendomssjefen til Tønsberg Invest AS i september 2010 er salgssummen i område 200 millioner kroner (eiendommene er solgt via aksjeselskaper og der dermed ikke tinglyst).

Jeg forutsetter at dagens leieinntekter går i null og eiere slipper å tilføre løpende kapital til drift.

Totalt er det 6 000 m² BRA kontor som ikke skal rives (det leies ut) og det kan i tillegg bygges 3 000 m² BRA handel (AB 12). På området AB 11 skal alt rives og vi forutsetter at det kan bygges 8000 m² BRA * 67 % eierskap = 5 360 m² BRA. AB 10 kan som nevnt bygges med 20 000 m² BRA. Regnestykket blir da:

- 6 000 m² BRA kontorer som leies ut

Forutsatt en leiepris på 1 000 kroner per kvadratmeter inkludert fellesarealer, 10 prosent eierkostnader og en Yield på 8 % i dagens marked, vil markedsverdien for kontorene være kroner 67 500 000. (200 000 000 - 67 500 000 = 132 500 000 resterende som fordeles per kvadratmeter).

- 28 360 m² BRA som kan bygges ut med boliger, kontor, handel mv.

Jeg til grunn at tomtebelastningen fordeles likt mellom de ulike formålene. Tomtebelastning blir da: kroner 132 500 000 / 28 360 BRA = kroner 4 672 per m² BRA.

I rekkefølgebestemmelsen til KDP (2009) står det i § 9.3.3 at områdene AB 8, 9, 10 og 13 skal være med å dekke kostnader til en ombygging av rundkjøringen ved Presterødkrysset, samt en av- og påkjøringsrampe. I følge e-post fra Profier (mai 2011) er denne kostnaden anslått til 45 MNOK, hvorav både Statens vegvesen og kommunen er innstilt på å delta i spleiselaget. Jeg forutsetter videre at eierne av nevnte områder må dekke 50 prosent av kostnaden, som utgjør 22,5 MNOK.

Kostnadene til veien deles likt ut fra hva som kan bygges. På AB 8 og AB 10 kan det samlet bygges 30 000 m² BRA. AB 9 består av eksisterende byggmasse og kan maksimalt utvides inntil 10 000 m² BRA. AB 13 er på 18 daa og i følge KDP åpnes det for høy utnyttelse. Jeg legger 30 % BRA til grunn og en kotehøyde som utgjøre 4 fulle etasjer og kommer da til 21 600 m² BRA. Totalt 61 600 m² BRA.

Anslått kostnad til rekkefølgebestemmelsen 22,5 MNOK deles på 61 600 kvadratmeter BRA = 365 kroner i infrastrukturbelastning per kvadratmeter BRA.

I følge e-post (mai 2011) fra daglig leder og sivilingeniør i Agathonborgen AS, et datterselskap i Backe Gruppen AS anslår han byggekostnaden til senteret til ca. kroner 9 000 - 11 000 per m² BRA inklusiv mva. Han gir et overslag over rivekostnaden som utgjør kroner 1 000 per m² BRA.

Kostnadsoverslag: (Kilde: *Eiendomsutvikling i tidlig fase 2009:88-91*).

- Det skal bygges 20 000 m² BRA
- Vi har byggekostnad estimert til kroner 9 000 - 11 000 per m² BRA inkl. mva
- Rivekostnader kroner 1 000 per m² BRA
- Avgifter og gebyrer kroner 500 per m² BRA (Kilde: *Eiendomsutvikling i tidlig fase 2009:88*)
- Anslått kostnader til rekkefølgebestemmelsen - kroner 365 per m² BRA (off. veg fritatt mva.)
- Tomtebelastning kroner 4 672 per m² BRA
- Finansutgifter byggelån 5 % per år
- Gjennomføringstid 2,5 år

Figur 16 Sensitivitetsanalyse av ulike kostnader:

		Sum byggekostnader, rivekostnader og avgifter og gebyrer.per m ² BRA								
		9 000	9 500	10 000	10 500	11 000	11 500	12 000	12 500	13 000
Kostnader per m ² BRA til rekkefølgebestemmelser	227 300 000									
	150	183 000 000	193 000 000	203 000 000	213 000 000	223 000 000	233 000 000	243 000 000	253 000 000	263 000 000
	200	184 000 000	194 000 000	204 000 000	214 000 000	224 000 000	234 000 000	244 000 000	254 000 000	264 000 000
	250	185 000 000	195 000 000	205 000 000	215 000 000	225 000 000	235 000 000	245 000 000	255 000 000	265 000 000
	300	186 000 000	196 000 000	206 000 000	216 000 000	226 000 000	236 000 000	246 000 000	256 000 000	266 000 000
	365	187 300 000	197 300 000	207 300 000	217 300 000	227 300 000	237 300 000	247 300 000	257 300 000	267 300 000
	400	188 000 000	198 000 000	208 000 000	218 000 000	228 000 000	238 000 000	248 000 000	258 000 000	268 000 000
	450	189 000 000	199 000 000	209 000 000	219 000 000	229 000 000	239 000 000	249 000 000	259 000 000	269 000 000
	500	190 000 000	200 000 000	210 000 000	220 000 000	230 000 000	240 000 000	250 000 000	260 000 000	270 000 000
	550	191 000 000	201 000 000	211 000 000	221 000 000	231 000 000	241 000 000	251 000 000	261 000 000	271 000 000

Egen sammenstilling som viser byggekostnader, rivekostnader og avgifter og gebyrer i horisontal felt. Kostnader til vegutbedring i forbindelse med rekkefølgebestemmelser vertikalt felt. Avvik + / - leses ut av tabellen.

Jeg tar høyde for at AB 10 bygges ut med 20 000 m² BRA. Byggekostnad er estimert til kroner (9 500), rivekostnadene (1 000) og avgifter og gebyr (500) slik at disse kostnadene samlet utgjør kroner 11 000 per m² BRA. Budsjettert veikostnad utgjør kroner 355 per m² BRA. Med forbehold om at kostnadene holder vil det utgjøre 227,3 MNOK, avvik kan leses ut av tabellen. Alle tall er i kroner.

Andel tomtekostnad som tidligere er regnet ut og som utgjør kroner 4 672, ganges (*) med 20 000 kvadratmeter = 93,44 MNOK. Denne summen legges sammen (+) med 227,3 MNOK = 320,74 MNOK. Det forutsettes en prosjektvarighet (fra dagen leieinntekter bortfaller - prosjektet igangsettes og gjennomføres til ferdigattest gis - og bygge er 100 % utleid og leieinntekter innkommer) på 2,5 år og at byggelånet ligger i snitt på 50 % i prosjekttiden: $320,74 * 1,025^{2,5} = \text{kroner } 341\,163\,678$.

Totale budsjetterte kostnader er stipulert til kroner 341 163 678.

6.5 ØKONOMISK KONKLUSJON

I de to foregående delkapitlene har jeg estimert og budsjettert forventede leieinntekter og gjort den samme øvelsen ved å summere alle kostnader forbundet med bygging av senteret. I dette delkapitlet skal jeg vurdere om prosjektet bør realiseres basert på forventet avkastningskrav. Jeg forutsetter at egenkapitalen = tomtekostnaden; som utgjør 93 440 000.

Alternativ 1.

- Budsjettet for årlig leieinntekter utgjør kroner 32 229 412 (Utgjør kroner 1 611 per m² BRA).
- I følge direktør i Sektor EiendomsUtvikling, utgjør eierkostnadene 13 %¹² (jamfør telefonsamtale mai 2011)
- Gjennom mine intervjuer har jeg avdekket at dagens yield ligger rundt 7,5 %. Det forutsetter et veldrevet kjøpesenter og dagens rente (mai 2011)
- Totale kostnader for å bygge ut Hypermarked/ Storhandel på 20 000 m² BRA er budsjettert til kroner 341 163 678. Av denne summen utgjør andel tomtekostnad kroner 93 440 000

Alternativ 1 . (leieinntekt - kroner 1 611 per m² BRA):

32 229 412 minus (-)13 % eierkostnad = 28 039 588, som deles (/) på yield 7,5 % = 373 861 179.

Et salg gir kroner 373 861 179, mens kostnadene utgjør kroner 341 163 678.

Dette gir en teoretisk positivt overskudd på kroner 32 697 501¹³.

Avkastningskrav:

I trinn 1 legger jeg Profier sitt avkastningskrav til grunn som er 12 - (13,5) - 15 prosent avkastning basert på brutto omsetningen. Denne målemetoden forteller ingenting om hva årlig avkastning vil bli per år.

I trinn 2 beregner jeg hva årlig avkastning på investert kapital vil utgjøre. Jeg har lagt til grunn en gjennomføringstid på 2,5 år. (Jeg har ikke tatt hensyn til at eiendommen er kjøpt i juni 2007 og at prosjektet tidligst vil ha oppstart i 2013. Begrunnelsen min er at eiendommene i mellomtiden har en avkastning som betjener løpende finansutgifter m.m.). Avkastningskravet som jeg har satt er på 20 prosent per år, som beregnes ut fra investert kapital. I følge *Eiendomsutvikling i tidlig fase* (2009:90) vil et normal risikopåslag utgjøre 15 prosent + risikofri rente, 3 års statsobligasjon.

¹² Av 13 % utgjør 8 % forsikring, kommunale avgifter, vedlikehold m.m. Resterende 5 % er kostnader forbundet med lønnsutgifter til eiendomssjefen, andre direkte utgifter m.m.

¹³ Salg forutsetter ferdigattest, 100 % utleide lokaler, god butikkmikro og en yield 7,5 % (i dagens marked).

Alternativ 1 . (leieinntekt - kroner 1 611 per m² BRA):

Trinn 1.) (Brutto salg) $373\,861\,179 * 13,5 = 50\,471\,259$. Brutto resultat bør ligge rundt 50,4 MNOK.

Trinn 2.): (Investert kapital = tomtekostnad) $93\,440\,000 * 1,2 (20\%)^{2,5 \text{ år}} = 147\,396\,083$ minus (-) $93\,440\,000$ (investert kapital) = $53\,956\,083$ tilsvarende (20 % årlig avkastning, rentes rente).

Det teoretiske overskuddet (32 697 501) gir en årlig avkastning på 12,75 % per år.

Konklusjon:

Alternativ 1 gir et brutto overskudd på kroner 32 697 501. Det tilsvarer en avkastning på investert kapital på 12,75 prosent per år. Avkastningen er en god del lavere enn budsjettert avkastningskrav. Prosjektet bør realisere for dagens eiere, da de allerede eier tomten. Det ligger en økonomisk oppside på resterende områder som ikke er med i beregningene.

Basert på analysearbeidene som er gjennomført i delkapittel 6.1, gir det et økt handelsbehov i 2020 på 21 486 m² BRA (30 % av dette vil ut i fra statistikker bli etablert i kjøpesentra). Det er ikke behov for et nytt kjøpesenter av denne størrelsen. Forutsatt at bygge lar seg leie ut 100 prosent med stabile leietakere på lange kontrakter og satt sammen med en god butikkmix bør det allikevel være gode muligheter for å lykkes. En etablering på AB 10 vil trolig med sin unike beliggenhet markere seg kraftig i Tønsberg som vil gjøre at *Hypermarked/ Storhandel* vil få en god omsetning. Tønsberg vil som helhet styrke sin regionale rolle og sitt handelsoverskudd ytterligere. Eksisterende handel i Tønsberg vil trolig kortsiktig bli skadelidende, på lang sikt er det muligheter for at etableringen vil ytterligere øke handelsoverskudd i Tønsberg.

I følge eiendomssjefen i Tønsberg Invest AS ble ideen solgt inn via mediene med en tenkt etablering på bortimot 35 000 m² BRA handel, fasiten ble i følge kommunedelplanen for Tønsberg 20 000 m² BRA. Kostprisen deres for alle områdene (AB 10 - 12) var i størrelsesorden 100 millioner kroner området ble videresolgt for rundt 200 millioner kroner. Tiden handelen ble gjennomført på (juni 2006) kunne knapt vært bedre i nyere historie.

7. INTERVJU MED TRE PROFESJONELLE KJØPESENTER AKTØRER

I dette kapittelet gjengis referat fra intervjuene med tre profesjonelle aktører. Jeg har stilt de samme spørsmålene og fått dels like, men også ulike svar. Informantene er ikke navngitt, men både tittel og arbeidssted fremgår for å kunne etterprøve intervjuene. Alle intervjuene er avholdt muntlig med både informantene og meg til stede. Med meg hadde jeg en notatblokk og båndopptaker. Etter at intervjuene er nedskrevet av meg har jeg oversendt utkast og informanten har godkjent denne utgaven. I noen av spørsmålene hvor det først er tekst, så en klamme (..tekst....), betyr det at to spørsmål er slått sammen. Dette er gjort fordi spørsmålene anses som oppfølgingsspørsmål, og eller ville gitt tilnærmet samme svar.

Intervjuene startet med at informant 1, 2 og 3 gir generell informasjon om seg selv, utdanning, bakgrunn og arbeidssted. Hovedtemaene er listet opp på nedenfor:

- ANALYSEARBEIDER OG ØKONOMISKE BEREGNINGER
- JURIDISKE BESTEMMELSER
- POLITISK VILJE FOR ETABLERING ELLER UTVIDELSE AV ETABLERT SENTER
- UTVIKLINGSMULIGHETER
- EIENDOMSUTVIKLING
- AVSLUTNING

Etter hvert spørsmål og svar fra samtlige vil jeg synliggjøre relevante informasjon, og eller funn som jeg mener er av betydning. Der jeg mener det ikke er noe av betydning, går jeg videre. Disse svarene vil likevel ikke være bortkastet da de i enkelte sammenhenger bygges videre på, og eller henvises til i et senere spørsmål.

7.1 INFORMANTENE

1) Intervjuobjekt nr. 1 er direktør i eiendomsdivisjonen - Olav Thon Gruppen og styreleder i datterselskapet Amfi. OTG og Amfi eier og forvalter 79 kjøpesenter i Norge og Sverige. Utdanning: Cand. real. Bakgrunn: Tidligere jobbet noen år som lektor i videregående skole i ca. 6 år. Har siden jobbet for OTG i 25 år.

2) Intervjuobjekt nr. 2 er eiendomssjef/ utvikler i Profier. Utdanning: Ingeniør og økonom. Bakgrunn: Jobbet med utbyggingsprosjekter fra 1980 tallet, store sykehusprosjekt, boligprosjekt, OL i NSB. Fra 1994 jobbet hos Profier AS.

3) Intervjuobjekt nr. 3 er direktør i Sektor Eiendomsutvikling AS. Utdannelse: Siviløkonom/ MBA fra Wyoming USA. Bakgrunn: Start å jobbet hos Olav Thon og var der i ca. 4 år. Jobbet hos Steen & Strøm i ca. 4,5 år. Var deretter med å starte opp Sektor Eiendomsutvikling AS og har jobbet der siden.

Alle informantene har over middels nivå på utdanning, lang fartstid og dertil kunnskap og kompetanse om kjøpesentra.

7.2 ANALYSEARBEIDER OG ØKONOMISKE BEREGNINGER

Spørsmål 1. På hvilken måte får dere som profesjonelle utviklere nyttegjort dere av de lokale og regionale analyseutredninger i forbindelse med deres egne analyser, herunder økonomiske beregninger som jeg antar er det essensielle for dere (Benyttes ATP Handelsmodellen/ Space Syntax i deres analysearbeider, eventuelt andre program og hvordan benyttes disse)?

1) Det fortelles at analysearbeider i OTG blir brukt i beskjedne grad. Når det gjelder lovpålagte analyser, herunder konsekvensutredninger og veianalyser blir disse selvsagt utarbeidet iht. gjeldende krav. Det nevnes at det tidligere blant annet på Strømmen Storsenter måtte innhentes etableringssamtykke (etter gamle regler).

Etablering av Sandvika Storsenter trekkes frem som et godt eksempel hvor det ikke ble brukt analyser. Det var Olav Thon sammen med Bærum kommune som inngikk et utviklingssamarbeid for området. Trygve Hegnar spådde Sandvika Storsenter og Olav Thon "nord og ned". Etter endt etablering spurte en journalist Olav Thon hvilke konsulenter som var brukt, da senteret var blitt så bra. Olav Thon svarte: "*denne etableringen var så viktig, det har du helt rett i, så det gjorde vi selv*". Sandvika Storsenter bestod opprinnelig av 24 000 m² BRA over to etasjer. Over disse etasjene ble det etablert tre etasjer med parkering. Dette gjorde at kundene ikke kunne parkere for så å gå andre steder. Kundene ble styrt ned og inn i senteret. Dette er et av flere eksempler på geniale løsninger fra OTG. Videre fortelles det at OTG fikk skryt av butikkmixen. På spørsmål om hvem som tilrettela dette, var svaret: "*jo jobben med å utarbeide og sette sammen butikkmixen var så viktig den, så den satte vi sammen selv*".

2) Vi lager våre egne analyser. Vi henter tallmateriale fra SSB, Nilsen og Nilsen AS (som har data over de fleste butikker, herunder omsetning mv.). Videre henter vi data fra Geodata og i mindre grad fra kommunenes egne beregninger (som blir laget i forbindelse med rullinger av kommuneplanen og samfunnsdelen). Basert på innhentede opplysninger, bearbeider vi dem og lager våre egne analyser.

Rundt en tenkt etablering settes en sirkel. Sirkelen, eller sirklene som settes vil variere i størrelse. Er det et område i Oslo blir sirkelen mindre enn om vi jobber i et mer gravgrendt strøk som eksempelvis Alta (hvor det er rom for at avstanden kan være større). Det fortelles videre at Profier fra sin spede begynnelse delte opp hver kommune etter valgroder. Det er siden delt opp etter postnummer, og eller oppdelt etter naturlige veier som avgrensing for å nevne noe.

Videre nevnes krav til analyser for konsekvensutredning som er lovpålagt i plan- og bygningsloven, og som må oppfylles.

Ingen av modellene er kjente. Vi bruker som nevnt SSB, Nilsen og Nilsen AS mv. Det utdypes videre med sirkler rundt sentrenes primærsirkel og sekundærsirkel. Videre vurderes den totale kjøpekraften, som måles opp mot eksisterende etableringer, samt kjent fremtidig etablering. Basert på disse opplysningene foretas en vurdering.

3) Vi foretar stort sett egne analyser, men innhenter alltid det som måtte gå an å skaffe av analyser fra kommunene og fylket. Vi bruker kommunale prognoser for befolkningsvekst og legger dette til grunn for egen veksttakt. Vi ser på hvilke områder der det satses på boligutvikling, bruker kommuneplanene for å kartlegge hvilke områder som skal bebygges for å kartlegges mulige forskyvninger i konkurransesituasjonen. Veiplanlegging er viktig å fokusere på med tanke på tilgjengelighet til egne og konkurrerende prosjekter.

Ingen av de ovenfor nevnte modellene er i noe særlig grad i bruk. Vi bruker blant annet Asplan Viak, Norconsult med flere i forbindelse med trafikkanalyser. Både ved kommunale krav og i forbindelse med interne krav for trafikkflyt.

Oppsummering: Mens informant 2 og 3 forteller at de bruker moderne analyseverktøy skiller informant 1 seg ut med at de i beskjeden grad benytter seg av analyser, hvis vi ser bort fra lovpålagte analyser etter plan- og bygningsloven. Ingen bruker analyser som ATP Handelsmodellen eller Space Syntax.

Spørsmål 2. Hvordan lager dere som utviklere deres egne beregninger, og hva er de basert på?

1) Olav Thon Gruppen mener det viktigste er å ha troen på kjøpesentrene. Større etableringer og å være nummer 1 eller 2 i området er viktige faktorer. Videre nevnes etablering rundt knutepunkter som en viktig faktor. Noen ganger blir det kjørt en "pretest" rundt etableringsvilligheten for de største "dragerne" Hennes og Mauritz m.m. Ved en etablering blir det selvsagt vurdert kostnader knyttet opp mot potensielle leieinntekter. Alt blir så videre styrebesluttet. I realiteten er det fortsatt

Olav Thon som tar avgjørelsene. Men det ligger selvsagt gode økonomiske vurderinger til grunn før vurderinger tas.

Nordbysenteret i Sverige ble trukket frem som et godt eksempel, hvis det lages en ring rundt nedsalgsfeltet rundt Nordby får man i beste fall et par tusen svensker som ikke engang er dagens kunder!

2) Se siste del av svar fra spørsmål 1.

3) Vi bruker Experian som lager analyse blant annet for kjøpesenter. Det er et nyttig verktøy for etablering av riktig butikkmix og det viser seg at deres demografiske analyser stemmer bra etter etableringen har funnet sted, og senteret er i drift. Vi bruker også et selskap som heter Vista Analyse til det samme formålet. Dataene er basert på en rekke faktorer: innbyggere, kjønn, alder, bosted, inntekt, konkurrenter, mv. Disse gir estimater for mulig omsetning, og hvor denne kan hentes fra.

Oppsummering: Mens informant 1 svarer at magefølelsen, større etableringer og det å være nummer 1 eller 2 i området og samtidig trekker inn knutepunktteorien som viktigste argumenter, henviser informant 2 til spørsmål 1 (SSB og Nilsen og Nilsen AS - som er et analyseselskap). Informant 3 viser primært til Experian, men også til Vista Analyse som eksempel på program de bruker.

3. Har dere et eksempel på et prosjekt som var vellykket, og et som ikke var så vellykket?

1) Her nevnes det at de aller fleste store prosjekter som eies direkte av OTG gruppen (han ser da bort fra Amfi sentrene som har kommet inn de siste årene) har gått veldig bra. Det nevnes spesielt Ski, Sandvika og Strømmen som har blitt utvidet flere ganger, som meget gode sentre. Et kjøpsenter er en evighetsmaskin og man er avhengig av nyheter, markedsføring og kontinuerlige forandringer. Flere kunder gir økt omsetning for butikkene som igjen gir positivt utslag i økt prosentleie. Olav Thon har et eget ordtak som sier: "*stillstand er tilbakegang*". Med det menes at selv om sentrene selger bra i dag, må det jobbes kontinuerlig med markedsføring m.m. for å opprettholde markedsdelene. Det fortelles videre at størrelsen teller, derfor har de bygd ut disse sentrene alt fra en til flere ganger for å skape et bedre og mer helhetlig tilbud for kundene.

Videre trekkes Nordbysenteret i Sverige inn igjen. I dette sentret er det lavere leie per BRA enn for eksempel Sandvika Storsenter. En faktor som er positiv er at Nordbysenteret har gått bedre enn forventet og det gir positivt utslag i prosentleien. En annen faktor er lavere byggekostnad, da det er bygget på et flatt jorde. Videre nevnes Sandvika Storsenter og Bergen storsenter som gode eksempler på "knotepunkttenking".

Et senter som fikk vesentlig høyere utgifter i forbindelse med i utgangspunktet en delutbygging er Storosenteret. Her sprakk kostnadene totalt. Veldig mye av det gamle senteret måtte refundanteres og forskjellen mellom nytt og gammelt ble for stor, slik at alt det gamle måtte rehabiliteres. Det førte til at det underveis i prosessen ble bestemt at mer enn forutsatt skulle utbedres. Av den grunn er det vanskelig å forutsi hvor mye det sprakk med, men totalkostnaden økte med over 50 prosent. Det bemerkes at det inkluderte en utvidet jobb, så den reelle prosenten er vanskelig å fastslå. Senteret fikk likevel et positiv resultat fra første år, men det kunne gått bedre.

Videre nevns Senter syd - Mortensrud som er et lite senter som ligger i søndre Oslo. OTG satset på å få hånd om deler av Nordstrand område som har høy kjøpekraft. Senteret oppnådde i første omgang suksess og ble fullt utleid med blant annet H&M og andre høyprofilerte butikker. Markedsføringen mot Nordstrand område ble derimot ingen suksess. Dette resulterte i lavere omsetning, og når utleie avtalen skulle reforhandles etter ti år, måtte OTG justeres leien for å beholde leietakerne. Bransjemiksen er også endret mer mot kjøpekraften til beboerne i nærområdet.

2) Her ble det ikke nevnt noe konkret prosjekt. Profier selger handelsprosjekter i utgangspunktet etter at ferdigattest er utstedet og 100 prosent utleid. Vi budsjetterer våre prosjekter med 12 - 15 prosent avkastning basert på brutto omsetningen.

3) Herkules i Skien er et godt eksempel på et suksessprosjekt. I handelen fulgte det med 100 daa tomt og senteret bestod av 15 000 m² BRA kjøpesenter da vi kjøpte det. Vi bestemte oss for å utvide senteret og etter en periode på fem år og 12-15 MNOK i reguleringskostnad endte vi opp med å bygge totalt 34 800 m² BRA kjøpesenter, 15 000 m² BRA storhandel, 60 leiligheter og enda har vi 215 leiligheter på tegnebrettet. I 2011 vil vi omsette for ca 1,3 MRD i senteret Herkules som forøvrig ble kåret til årets kjøpesenter 2008 av Nordic Council of Shopping Centers.

Tønsberg Torv som ligger i Tønsberg var tidligere eid av Sektor før det ble solgt ut til Salto (Salto eier og driver egne sentra). Omsetningsmessig var Tønsberg Torv dårlig, men det ble likevel et bra regnestykke etter at sentre ble solgt. NAF huset i Oslo ble heller ingen suksess som kjøpesenter, dels fordi det er lite med sine 5 000 m² BRA. Det endte med at senteret ble tilpasset, og leid ut til XXL. Etter at XXL kom på banen har avkastningen blitt god både for oss og for leietaker. Det gjelder å være kreativ og nytenkende når utfordringer dukker opp.

Oppsummering: Det mest vesentlige som fremkommer for å skape suksess fra informant 1 er kontinuerlig jobbing med både utbygging (for få større sentra/ flere tilbud - være nr. 1 eller 2 i markedet), og jobbe kontinuerlig med markedsføring og kampanjer. Knutepunkteorien trekkes inn for to sentra og suksessen til Nordbysenteret blir nevnt. Informant 2 driver ikke egne sentra, de selger

etter at de er ferdig bygget og om prosjektet er vellykket blir målt i avkastning. Informant 3 nevner et prosjekt i Skien hvor det fulgte med en stor tomt som kunne videreutvikles som et eksempel på suksess.

Informant 1 forteller om prosjekter som ikke gikk fullt så bra. Et av dem fikk en kostnadssprekk ved utvidelse, et annet gikk på en kombinasjon av feil målgruppe og dertil feil bransjemiks. Informant 3 nevner blant annet kjøpesentrene Tønsberg Torv og NAF huset i Oslo, felles for dem er at de er små. Sentrene fikk aldri den helt store omsetningen som var ønsket.

Spørsmål 4. Ved en normal etablering, hvor lang tid regner dere som utviklere at det skal ta før det blir overskudd (målt fra start til xx år)?

1) Her blir det nevnt at OTG tenker på en annen måte enn fondseiere av kjøpesenter. Med dagens rente i næringsmarkedet på omtrent 5 prosent bør man sørge for at avkastningen bør ligge på 9 prosent slik at 4 prosent kan gå til nedbetaling av avdrag og igjen gjøre senteret gjeldsfritt innen 25 år. Om det er egenkapital eller lån ser ikke OTG gruppen så mye på. Det fortelles videre at det er umulig å betjene avdrag med en netto yield på 6,5 prosent. Det gjøres normalt heller ikke, det satses heller på høyere prosentleie på sikt og høyere fastleie ved neste reforhandling, kombinert med en normal inflasjon på 2,5 per år.

På slutten av 1980 da renten var 12-13 prosent sa Olav Thon at man skulle være fornøyd om man fikk 10 prosent. Den gangen gikk OTG inn på slike avtaler, men det hadde man nok ikke gjort i dag. Men OTG var av en klar oppfatning at renten over tid ikke kunne holdes på et slikt høyt nivå.

2) Fordi Profier selger med en gang etter ferdigattest foreligger og senteret er etablert er det i utgangspunktet ikke så relevant, men det blir nok tatt hensyn til en viss vekst de neste tre til fem år som er innkalkulert i salgssummen.

3) Det bør være en positiv konstantstrøm fra dag en. Men normalt tar det tre år før prosjektet er oppe og går. Det kan påregnes en del ekstrakostnader med utskifting av leietakere og innkjøring av senteret i denne perioden for å få en stabilisering.

Oppsummering: Felles for informant 1 og 3 er at det bør være positiv kontantstrøm fra først dag/ år. Informant 2 selger etter ferdigattest, men jeg vil anta at det er essensielt med en positiv kontantstrøm for å oppnå et godt salg.

7.3 JURIDISKE BESTEMMELSER

Spørsmål 5. Hvordan har dere innordnet dere etter "Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpsentre, av 2008"?

1) OTG gruppen mener at fylkesdelplanene er det beste for alle parter og det er slike føringer OTG vil bygge etter, det vil si at kjøpesentrene bør ligge sentrumsnært. Et unntak som nevnes er Lagunen senter som ligger på utsiden av Bergen, og som også var en av årsakene til RPB for 1999 ble i stand. Politikerne i Bergen ville stoppe utbyggingen, til tross for at det den gangen forelå en godkjent reguleringsplan. Behandlingen gikk til Miljøverndepartementet (MD), det var Thorbjørn Berntsen som var sjef i MD den gangen. MD fikk ikke stoppet senterutviklingen da det forelå gyldig reguleringsplan.

2) RPB og alle andre offentlige rammebetingelser må følges.

3) Det er loven som er kommet som vi som andre må forholde oss til. Det er en del prosjekter som vi ikke gidder å prøve oss på som følge av RPB. Utvikling av nye prosjekter har dratt seg nærmere sentrum, hvis vi ser bort fra avlastningssentrene.

Oppsummering: Informant 1, 2 og 3 er enige i at det er en RPB som alle må følge, og dertil er bestemmelsen lik for alle. Informant 1 nevner etableringen Lagunen i Bergen som omhandler tiden før RPB av 1999. Det hevdes at Lagunen var en utløsende årsak til at det ble fortgang i RPB 1999.

Spørsmål 6. Hvilke unntak fra fylkes(del)planen kan utviklerne benytte seg av med tenke på å utvikle områder som ligger på utsiden av avsatt område for kjøpsentra etablering etter forskrift fra 2008?

1) Her trekkes plasskrevende handel frem. Problemet har vært at enhver kommune ønsker et kjøpesenter i sin kommune, " lokalpolitikere sier ja til alt". OTG synes det er bra at fylket fungerer som statens forlengende arm for å bremse de etableringsvillige politikere. En annen ting som har vært et problem er definisjonen på plasskrevende handel som har blitt praktisert ulikt fra fylkeskommune til fylkeskommune.

Videre fortelles det at utviklere som selger inn "opplevelse" ofte får dispensasjon og aksept for planene sine. Eksempler på det på Økern, hvor Steen og Strøm har lovet badeland og hotell. Til tross for innsigelser tror OTG det vil løse seg.

Til slutt nevnes det at hvis man heter IKEA da gjelder ingen planer lenger. Vi snakker da om regelrett forskjellsbehandling. Slik kan ikke plansystemet fungerer.

2) Profier leter kun etter tomter som ligger plassert som handelstomter innenfor fylkesdelplaner som utgangspunkt. Å se på andre steder er tidkrevende og er som å jobbe mot "veggen". Det går selvsagt an å få planene inn på ny KDP rullering, men det tar mange år.

3) Det finnes ingen alternative veier å gå, fylkesdelplanene må følges. Fordi det er en treghet i systemet med gamle fylkesdelplaner kan sentra som var såkalte avlastningssentra ha utviklet seg til sentrumsområder i perioden mellom gammel og ny fylkesdelplan. Her kan det jobbes mot politikerne og synliggjøre det for dem.

Oppsummering: Informant 1 nevner en rekke faktorer som jeg tolker tilbake til RPB 1999 (ulike definisjoner av plasskrevende handel/ opplevelser). Derimot dukker det opp en særegen problemstilling rundt IKEA. Det hevdes at ingen planer gjelder for IKEA. Informant 2 jobber kun i FDP avsatt til handel. Informant 3 nevner at gamle planer i kombinasjon med byens utvikling kan gjøre at avlastningssentrene kan ha utviklet seg til sentrumsområder. Dette bør da synliggjøres for politikerne.

7.4 POLITISK VIJE FOR ETABLERING ELLER UTVIDELSE AV ETABLERT SENTER

Spørsmål 7. Hvordan opplever dere lokalpolitikernes vilje til etablering i forskjellige kommuner (Kan dere nevnes noen eksempler på hva lokalpolitikerne fokuserte mest ved den/ de siste senterutviklingene)?

1) De fleste kommuner ønsker et stort kjøpesenter i sin kommune, og de er ganske villige til å få til en etablering. Gjennomgående er de positive, andre ganger er de negative og tar for eksempel hensyn til eksisterende sentra. Det nevnes at Sandvika Storsenter som flere ganger har blitt enig med Vinmonopolet, har fått foten ned av lokalpolitikerne. Politikerne ønsker å beskytte det gamle sentrum.

I Sverige er politikerne veldig opptatt av økt sysselsetting, og det er en av hovedgrunnene for en etablering. I Norge er ikke sysselsetting noe stort tema for en fremtidig etablering / utvidelse.

2) Prosessen ved etablering av et kjøpesenter i Tromsø ble nevnt, det ble fortalt at sysselsetting ikke var noe tema for politikerne. De politikerne som var for, argumenterte med at området lå innenfor fylkesdelplaner. De som var mot etablering mente at sentrum ble ødelagt og tømt. Andre negative ting som ble nevnt var økt biltrafikk som følge av kjøpesenteret.

3) Det varierer fra kommune til kommune, og avhenger av prosjektet man kommer med. Det nevnes et godt prosjekt hvor politikerne i Oppegård kommune ønsket en utvikling og revitalisering av

Kolbotn Torv. Politikerne ønsket seg en felles samlingsplass. Det ble etablert kjøpsenter på 22 000 m² BRA, kulturhus på 11.000 kvm, torv, brygger og 215 leiligheter og et underjordisk parkeringsanlegg. Kolbotn Torv fremstår i dag som en hyggelig, moderne møteplass for hele Oppegårds befolkning. Vi opplever Kolbotn Torv som et vellykket eksempel på godt offentlig / privat samarbeid hvor begge parter både bidro med kunnskap, midler og vilje til å få til noe sammen.

Her henvises det til Kolbotn Torv på Oppegård som et godt eksempel. Den grunnleggende ideen om at Oppegård måtte få et skikkelig sentrum og en egen identitet ble etablert av politikerne allerede i 1997. Det var også et mål om at den store handelslekkasjen mot kommunene i nord og i syd skulle stoppes. Det tok riktignok 10 år før planene ble realisert, men alle parter er nå enige om at målene ble oppnådd og at dette var et vellykket prosjekt.

Oppsummering: Informant 1 trekker fram en variabel, men gjennomgående positiv holdning. Parallelt med at politikerne ønsker kjøpesentra i byen vil de bevare eksisterende byhandel. Det nevnes at i Sverige, hvor de har etablert 3 sentra, er opptatt av sysselsetting. Informant 2 refererer til et case i Tromsø. Sysselsetting var ikke tema. De som var for argumenterte for at område lå innenfor FDP for handel, de som var mot var redd for et dødt sentrum. Informant 3 henviste til Kolbotn Torv hvor utbygger fikk bygge ut kjøpesentra og deltok i dugnaden med å friske opp området.

Spørsmål 8. Hvis det ikke lar seg gjøre å etablere kjøpesenter via dagens regulerings-, kommuneplaner i kommunen jf. forskrift av 2008, vil en av veiene da være å fremme planene i en revidert utgave av fylkes(del)plan for så å gå veien om område- og detaljregulering - beskriv deres synspunkt?

- 1) Dette spørsmålet hoppet vi over pga tiden.
- 2) Vi vil i utgangpunktet ikke starte på en tomt som vi tenker benyttet til kjøpesenter og som ikke er plassert rett i forhold til fylkesplanen.
- 3) Hvis det er eldre fylkesdelplaner bør det være mulig å drive lobby virksomhet mot det offentlige ved å legge frem gode analyser som synliggjøre at "her" bør det være mulig å etablere nytt senter. Det er sjelden noe snarvei. Men politikerne kan være lydhøre til gode argumenter dokumentert av gode analyser.

Oppsummering: Informant 3 forteller at hvis planen er god nok og kommunen synes det samme kan planen sendes direkte til Fylkesmannen (Fylkeskommunen skal da høres. Jf. RPB 2008). Det sies

ingenting om utfallet da det avgjøres av Fylkesmannen, og de på generelt grunnlag forlanger handel innunder FDP først.

7.5 UTVIKLINGSMULIGHETER

Spørsmål 9. Hva er hovedfokuset deres når dere skal utvikle et område?

1) For OTG gjelder følgende: Beliggenhet * 3. Beliggenhet er enda viktigere for et kjøpesenter enn for et boligmarked. Videre er knutepunkt meget viktig, kombinert med god veitilgang. OTG liker å være en av de største i området (helst nummer 1 eller 2).

Amfi gruppen som er kjøpt av OTG de senere årene og ligger som et datterselskap under OTG bygger mye i Nord - Norge. Her sees det mye på demografi, flyttemønster, antall beboere, og om det er et stigende eller synkende marked. Det er jo ikke alle sentrene som har vekst, heller tvert om.

2) Hva som etterspørres i markedet. Hva er mulig i forhold til kommunal prosess.

3) Som eksempel nevnes Herkules i Skien som et utgangspunkt. Hva er markedsområdet? Hvor stor omsetning kan senteret gi? Hvilke utviklingsmuligheter er det for utvidelse av senteret, og eventuelt kontorer? Det trekkes spesielt frem kontorer for leger, tannleger m.m. som et stort trekkplaster for å få flere besøkende til sentrene.

Oppsummering: Informant 1 vurderer på følgende måte: beliggenhet, knutepunkt og det å være nr. 1 eller nr. 2 i regionen. For AMFI som har mange sentra utenfor de mest sentrale strøkene vurderes det som viktig at antall innbyggere ikke er synkende og utviklingen dårlig. Informant 2 satser på hva kan lovlig bygges og hva kan leies ut og selges i markedet. Informant 3 nevner igjen oppsiden det er å kjøpe et senter som kan videreutvikles.

Spørsmål 10. Hvis dere velger å kjøpe et område som dere har tro på, i hvilken grad blir en ren avhending inngått uten løpende kontantstrøm. (Har dere brukt opsjonsavtale, kostet det eventuelt mer en ved kjøp til markedspris)?

1) OTG har veldig sjelden brukt opsjonsavtaler. Det kan nesten ikke ha skjedd, det må i så fall være noen ytterst få ganger. Det blir mer brukt for boligområder. Når det gjelder kjøp av næringsområder som blir prøvd omregulert til kjøpesenter eller etablert via fylkesdelplaner, har OTG noe å falle tilbake på dersom et kjøpesenter ikke lar seg realisere - det kan da utvikles næringsområder. Vi har

råd til å sitte på noen ekstra eiendommer. Informanten synliggjør at tomtekostnaden er beskjeden, og for å slippe å eie den i ti år, er det av liten betydning hvis vi må betaler noen prosent mer.

2) De fleste ønsker å kjøpe en eiendom med løpende kontantstrøm frem til byggestart, men slik er ikke verden. Vi prøver oss nesten alltid med en opsjonsavtale frem til byggestart, men det er ikke alltid like lett. I de fleste tilfeller blir tomten kjøpt, men helst med betaling ved byggestart.

3) Det bør være en prosjektportefølje til enhver tid. Det bør ikke være så mange "døde" tomter i balansen. Det er smart å kjøpe noe som gir avkastning til enhver tid. Hvis det selges en eiendom som har et utviklingspotensial på for eksempel 10 000 ekstra m² BRA blir det gjerne betalt en tilleggskostnad for det. Dvs. at det blir betalt en mer sum utover hva dagens avkastning gir, basert på muligheter og forventninger med de 10 000 m² BRA.

Vi har en del opsjonsavtaler hvor det betales en løpende premie. Ved å ha en opsjonsavtale vet vi at vi har en eksklusiv rett til å kjøpe eiendommen når, og hvis den blir regulert til en gitt pris. Hvis det ikke foreligger en opsjonsavtale vil tomten sannsynligvis bli dobbelt så dyr etter vellykket regulering. Det er altså en stor fordel å vite at man har en rett og da heller betale en årlig premie for det.

Oppsummering: Informant 1 kjøper normalt tomter som er i K(D)P eller regulert til næringsområder. Går det ikke å bruke de til handel kan de brukes til næring. Sjelden bruk av opsjonsavtaler. Informant 2 sier at markedet bestemmer hvilken løsning man må gå for, men kan de få opsjonsavtaler eller områder med løpende inntekt er det, det beste. Informant 3 forteller at de har noen opsjonsavtaler i porteføljen. Jeg tolker det dit at en inngått opsjon, er inngått til markedsprisen ut fra statusen i kommuneplan/ reguleringsstatusen. Hvis informant 3 får en vellykket plan gjennom, får selger markedspris fra tidligere status med et påslag og informant 3 får en billigere tomt enn om de skulle kjøpt den ferdig regulert.

Spørsmål 11. Hvordan vurderer dere exit muligheten deres underveis i planarbeidene (kommune(del)plan/ områderegulering/ detaljregulering) i et stigende/ synkende marked jf. de to ovennevnte spørsmålene?

1) Uaktuelt problemstilling da vi stort sett kjøper tomter, og bruker den til andre ting hvis kjøpesenter ikke lar seg gjennomføre. Olav Thon selger ikke tomter - det har kun skjedd noen få ganger.

2) Hoppes over pga. tiden.

3) Vi er langsiktige. Når vi først går inn i et prosjekt finner vi alltid en måte å utvikle eiendommen på.

Oppsummering: Ingen relevant informasjon.

Spørsmål 12. Hva skaper et suksessprosjekt?

1) Her nevnes igjen, beliggenhet * 3. Videre hvordan trafikkflyten ordnes. Knutepunkt er høyaktuelt. Størrelsen er en viktig faktor for OTG. Videre en god butikkmix. Leietagerne må "tvinges" til å være med på en høy grad av markedsføring. Et eksempel som nevnes er Sandvika Storsenter hvor leietakerne ble "tvunget" med til å bruke 15 MNOK hvert år i markedsføring første gang i 1993. Hadde ikke dette skjedd hadde aldri Sandvika Storsenter fått første plass som beste senter omsetningsmessig med mer. Denne type markedsføring har senere blitt en grunnleggende faktor for fremtidig etableringer i OTG. Leietakerne som tvilsomt ble med på markedsføringskampanjen så nytten av dette meget raskt og er mer enn villig til å bli med på videre markedsføring i neste runde.

2) Suksess er mulighet til å realisere et prosjekt, da er kommunale behandling, inntektsmulighet, kostnadsnivå, markeds etterspørsel viktige stikkord. Da Profier er en ren utviklingsbedrift og ikke en langsiktig eier, vil alle prosjekter selges. Avkastningen måles ut fra brutto omsetning som for vår del utgjør 12 - 15 prosent og er et viktig målepunkt, men de øvrige stikkordene er viktig for og realisasjon.

3) Det å "få hånd om tomten" og utvikle prosjektet fra bunnen av. Det er viktig å sette sammen den rette butikkmixen. Videre er tilgjengelighet til prosjektet med bilveier og gangveier viktig. God markedsføring gir god omsetning over tid. Gode kundeopplevelser som gjør at de liker seg og legger igjen penger slik at leietakerne får tilfredsstillende omsetning og tjener penger. Tenke på senteret som en markeds plass, ikke bare et bygg som skal leies ut.

Hvis det skal være aktuelt å selge et prosjekt som blir etablert (noe som ikke er vanlig), så bør netto yield ligge på 6 -6,5 prosent, skal vi kjøpe bør gjerne yield'en ligge litt høyere. I tillegg bør det ved kjøp ligge en oppside med for eksempel et utbyggingspotensiale og muligheter for vekst i leie og omsetning.

Oppsummering: Informant 1 gjentar innledningsvis tidligere informasjon. Det som er nytt og meget viktig er at leietakerne må forplikte seg til å delta i en aggressiv markedsføringsstrategi. Informant 2 trekker frem stikkord som blant annet kommunal behandling, markedets etterspørsel, kostnadsnivå og salg priser mv. Informant 3 synliggjør utvikling fra bunnen av for maksimal tilretteleggelse, utnyttelse mv.

7.6 EIENDOMSUTVIKLING

Spørsmål 13. På hvilken måte skiller en ordinær eiendomsutvikler av boliger, og eller kontorbygg seg fra en utvikler av kjøpesentra/ kombinertbygg?

- 1) Kjøpesenter er det mest krevende. Det er for spesialister og er for de beste. Det nytter ikke å skrive 10 års avtale og stoppe der. Det kreves kontinuerlig jobbing og markedsføring.
- 2) For å jobbe med et kjøpesenter må vi ha førstehånds kunnskap og kompetanse om virksomhetene som skal inn i senteret. Det samme gjelder jo for både boliger og kontor. Det handler altså om å vite hva kundene etterspør. Profier jobber på alle felt.
- 3) En normal boligutvikler leverer et prosjekt og i stor grad er ferdig med kunden etter overlevering. Når det gjelder kontorbygg blir kontorene leid ut (eksempelvis på 10 års avtaler) og utleier møter i mindre grad leietager før reforhandling. Normalt må det gjøres noen investeringer ved fornyelsen av kontrakten for kontorer, men utover det er det liten kontakt.

Når det gjelder kjøpesenter er det å ta for seg et område som venter på å bli utviklet. Skape seg selv en arena som blir foredlet fra et råprodukt. Sørge for en optimal utnyttelse av området.

Videre møter vi kunden daglig på markedsplassen. En av de viktigste oppgavene er en tett dialog med leietagerne, jobbe med konstant markedsføring og utvikling for å trekke kunder til senteret. Det å skape trivsel for kundene sørger for at de trives, og gir økt omsetning. Det er bra for leietagerne og bra for oss. Det er vesentlig å bygge opp senteret til en merkevare, finne det rette konseptet og være tro mot det over tid.

Oppsummering: Informant 1 mener at kjøpesenter er for proffer og at markedsplassen må holdes i gang hele tiden. Informant 2 hevder at førstehåndskunnskap og kompetanse er avgjørende. Følge med i markedet til enhver tid innenfor sitt fag. Informant 3 mener utvikler av kjøpsentra skiller seg ut ved at det er først når ferdigattesten er gitt at jobben starter med å holde markedsplassen i gang - evighetsmaskin.

Spørsmål 14. Hvor viktig er det for dere som utviklere å fokusere på miljø (Ved en utbygging av nytt eller en utvidelse av eksisterende kjøpesenter, setter dere høyere krav til kvaliteter enn tekniske forskrifters minstekrav setter)?

- 1) Uavhengig av de nye kravene som har kommet de senere årene, har vi fokusert på publikum. Vi har alltid fokusert på godt innemiljø, belysning mv. Det fortelles videre at OTG har laget større p-

plasser en det som er standard. OTG bygger B bygg energimerke. Det fortelles at energimerkingen kan være misvisende og i utgangspunktet er teoretiske. Den største utgiften går til kjøling og ventilasjon. Det nevnes at det senteret som de har minst energiutgifter på er Strømmen Storsenter som er gammelt uisolert industribygg. Når de bygde Sandvika Storsenter trodde OTG at nå måtte strømutgiften gå ned, men det stemte overhodet ikke, energikostnaden ble mye høyere. Grunnen til det er ekstra kostnader til komfort og kjøling mm.

2) Miljø er viktig stikkord, "alle" har fokus på miljø. I Profier prøver vi å holde tritt med utviklingen, slik at vi kan få tatt med ny teknologi og prosesser som utvikles. Vi har en standard som benyttes i våre prosjekter. Denne er tilpasset markedet. På noen punkter ligger vi inne med en høyere kvalitet og på andre områder følger vi kravene.

3) Alle byggene er miljøsertifisert i løpet av året (2011). Vi fokuserer på blant annet kildesortering og strømforbruk. I den senere tid har vi utvidet kildesorteringen til flere poster (forbedret sorteringen). Alle de nye byggene bygges nå etter BREAM standard. Det nevnes Kremmertorget som er det første kjøpsenteret som er sertifisert etter BREAM standarden. Det jobbes med tilrettelegging for kollektivtransport, ladestasjoner for elbiler mm. Standarden ligger trolig på det som tilsvarer energimerke B.

Oppsummering: Felles for alle informantene er at de leverer en standard over forskriftskrav. En av dem har miljøsertifisert alle bygg i 2011. Alle mener miljøfokus er viktig.

7.7 AVSLUTNING

Spørsmål 15. Hva kjennetegner de beste utviklerne og eierne av kjøpsentra i Norge i dag?

1) Det er blitt få store, og de som er igjen er blitt større deriblant OTG. OTG driver med aktivt eierskap som er en fordel. OTG tenker langsiktig og kan ta raske beslutninger "på huset" når det trengs. Det nevnes videre at Steen og Strøm og Sektor Eiendomsutvikling er solgt ut av landet. Equity fondene tenker helt annerledes. De tenker raskt vekst og utsalg av de dårligste sentrene. Videre økt omsetning og resultat for å kunne selge raskest mulig med best mulig fortjeneste. Et eksempel på dette er Steen og Strøm som ble solgt ut av landet, hvor flere av sentrene er tilsalgs allerede. Noen av disse fondene er styrt av et passivt eierskap og lang beslutningstid.

2) I forbindelse med et utviklingsprosjekt hender det at vi må snu oss og omprosjekttere. Med dagens tregheter i plansystemet kan markedet i mellomtiden totalt ha forandret seg, og det må gjøres

endringer. En gang måtte vi omprosjektet fire ganger før vi kom fram til et produkt som markedet var klar for. Det gjelder å være dynamisk.

3) Man må erkjenne at det er kunden som er nøkkelen til omsetning og fremtidig suksess. Det må legges til rette for kunden. Trives kunden blir det økt omsetning, som igjen faller leietagerne og utleierne til gode. På den måten kan både leietagerne og utleierne bruke mer penger på markedsføring og fornyelse av sentrene med diverse kampanjer. De beste eierne er langsiktige og jobber aktivt med både markedsføring og miljøspørsmål.

Oppsummering: Informant 1 nevner at det er blitt få store, og de er blitt større. Videre er aktivt eierskap og det å kunne ta raske beslutninger på huset når det trengs avgjørende. Informant 2 trekker frem det å tilpasse seg markedet som avgjørende i lys av tregheten i plansystemet. Informant 3 sier at kunden er nøkkelen til omsetningen. De beste eierne er langsiktige og jobber aktivt med markedsføring og miljøspørsmål.

Spørsmål 16. Er det noen viktige forhold ved utvikling av kjøpesentra som jeg ikke har spurt om, eventuelt forklar?

1) Det som betyr noe er riktig leieboerkabal, om man lykkes med det. Bransjen er profesjonell. Større forskjeller på gode og dårlige drivere. Det er viktig å ha den rette senterledelsen. Kundene er våre dommere og er avgjørende for suksess. Sentrene må ha en viss størrelse, og bli nummer 1, 2 senter i sitt område. Det må videre fokuseres på demografi, er den stigende eller synkende. Parkeringsforhold er sentralt.

2) Nei, vi har vært innom det mest relevante.

3) I forbindelse med vurderingen av om et prosjekt er lønnsomt kan man enkelt legge vaktmestermodellen til grunn. Alle kostnader forbundet med byggeriet og tomten summeres. Det budsjetteres brutto leieinntekter per år, av denne summen trekkes eierkostnadene fra og vi sitter igjen med netto leieinntekter. Ved å dele netto leieinntekter på alle kostnadene får man en prosentsats. I dagens marked og med dagens rente bør denne satsen utgjøre minimum 7,5 prosent. I våre beregninger brukes også en langt mer avansert modell. Videre fortelles det at butikkmiksen i senteret er viktig (dragerne må være på plass), markedsføring også for å dra mest mulig kunder dit.

Oppsummering: Informant 1 mener leiemiksen er avgjørende. Proffe drivere. Gode versus dårlige drivere. Kundene avgjør resultatet - de må trives. Størrelse er viktig. Gode parkeringsforhold. Svaret til

informant 3 hører til et annet spørsmål. Da jeg synes det var god informasjon i lys av å synliggjøre en verdsettelsesmetode er den tatt med.

8 INTERVJU MED TRE LOKAL POLITIKERE FRA TØNSBERG

Jeg har i dette kapittelet intervjuet tre lokalpolitikere med fast plass i utvalg for bygg- og arealsaker (UBA) og bystyret i Tønsberg. Jeg har stilt alle tre de samme spørsmålene og fått dels like-, men også ulike svar. Informantene er ikke navngitt, men både partiet og dagens politiske verv fremgår for å kunne etterprøve intervjuene. To av intervjuene er avholdt muntlig med både informantene og meg til stede. Et intervju er avholdt per telefon og skrevet direkte ned på datamaskin parallelt med intervjuet, da det var eneste løsningen. Med meg hadde jeg en notatblokk og båndopptaker. Etter at intervjuene ble utarbeidet har jeg oversendt utkast og informanten har godkjent endelig resultat. I noen av spørsmålene hvor det først er tekst og siden står en klamme med tekst (..tekst....), betyr det at to spørsmål er slått sammen. Dette er gjort fordi spørsmålene anses som oppfølgingsspørsmål, og eller ville gitt tilnærmet samme svar.

For å prøve og få frem forskjellige synspunkt fra informantene mine, valgte jeg følgende gruppering: FRP, Arbeiderpartiet og Senterpartiet. Formålet er å avdekke etableringsvilligheten. Hvilken kontakt forslagstiller har med politikerne i en planprosess. Det kommer frem hva som vurderes som positivt og negativt for en fremtidig etablering, i den forbindelse blir det brukt reelle etablerings case som blir trukket frem i de forskjellige svarene. Tønsberg har nylig vedtatt tre nye KDP er og en begrunnelse for hvorfor det ble valgt fremfor en regulering, blir diskutert.

8.1 INFORMANTENE

Informant nr. 1 (FRP) er varaordfører, FRP politiker og sitter i bystyret, UBA og FPN (finans, plan og næring). Utdannelse: Maskinteknisk. Bakgrunn: Startet i politikken i 1979. Har sittet i Bygningsrådet (nå UBA) siden 1983.

Informant nr. 2 (SP) er Senterparti politiker, sitter i bystyret og UBA. Avdelingsleder for økologisk førfabrikk i Sande kommune i Vestfold. Utdannelse: Agronom. Bakgrunn: Medlem av Senterpartiet i 16 år. Sitter nå sin andre periode (8 år) i bystyret og UBA. Har jobbet med gårdsbruk i 20 år.

Informant nr. 3 (AP) er Arbeiderparti politiker, sitter i bystyret på 16 året. Jobber som driftskonsulent innen HR. Har sittet 10 år i UBA og noen år til og fra i FPN. Utdannelse: Artium. Bakgrunn: Jobbet noen år til sjøs. Gått gradene innen IT siden 1980 og driver eget selskap. Har en far som har vært

aktiv i lokalpolitikken og har på den måten hatt en familiær tilknytting til politikk fra et tidlig tidspunkt.

Oppsummering: Informantene har variabel utdannelse og arbeidserfaring. Når det gjelder politisk tyngde og erfaring er det rimelig jevnt løp. Ap politikeren har hatt en aktiv politisk far som tydeligvis har gjort inntrykk på sønnens politiske interesse.

8.2 KOMMUNAL POLITIKK OG ETABLERINGSVILLIGHET

Spørsmål 1. I hvilken grad blir medlemmer av UBA kontaktet av forslagsstillere ved en tenkt etablering av kjøpesenter innenfor avsatt området til dette formålet. (Hvis UBA medlemmer blir kontaktet, i hvilke faser skjer det: før, under eller etter formell kontakt med planavdelingen)?

(FRP) FRP politikeren var en av politikerne som i 1988 la til rette for at alle kunne legge frem sakene sine for UBA. Han synes det er viktig at forslagstillere skal få rett til legge frem sine saker, fra sitt ståsted. På den måten vil politikerne få en best mulig innsikt i sakene før de blir behandlet. I et normalt UBA møte blir det behandlet rundt 30 saker. Før hver sak kommer det erfaringsmessig inn noe rundt 40 e-poster og sms vedrørende disse sakene.

FRP politikerne i Tønsberg (også andre partier) blir i tidligst mulig grad trukket inn, i de fleste tilfeller før planavdelingen. Dette blir gjort for å få det politiske miljøet med seg og for å få en forutsigbarhet for fremtidige plansaker.

I forbindelse med intervjuet dukker det tilfeldigvis opp en konsulent som ønsker å legge frem sin sak før andre gangsbehandling av en detaljregulering. FRP politikeren spør om jeg vil være med under konsulentens fremleggelse. Det takker jeg ja til. Under fremleggelsen som har en varighet på 15 min fremkommer det saklige og inngående opplysninger som politikeren normalt ikke ville fått satt seg inn i. Møte avsluttes.

(SP) I følge Senterpartiet skjer det i varierende grad. Utbygger tar ofte kontakt med AP og FRP for å få flertall for sin sak. SP blir sjelden kontaktet. Han nevner videre at SP var skeptisk til alle kommunedelplanene som ble etablert i Tønsberg (Kilen, Korten, Stensarmen og Husøy) som i prinsippet skal fungere som såkalte avlastningssentrene.

I følge SP politikeren kan dette skje i alle faser. Det presiseres at det ofte blir en uformell kontakt i forkant.

(AP) Utbyggere vil ha en god dialog også når prosjekter ligger innenfor planen. Svaret er ja. AP blir ofte kontaktet - grunnen til det er at AP har så mange stemmer. Utbygger sonderer ofte det politiske miljøet i forkant av kontakt med planavdeling. Dette blir ofte gjort i konfliktfylte områder hvor det er sterk mistanke om at det blir innsigelser, samt der hvor det utløser krav til KU og konsekvensanalyser mv.

Oppsummering: Informant (FRP) forteller at han var pådriver i 1988 for å åpne for at alle skulle kunne fronte sine saker til politikerne, slik at politikerne kunne sette seg bedre inn i sakene. FRP blir ofte kontaktet av forslagstillere. ## Under intervjuet dukker det opp en konsulent som ligger i fasen mellom 1 og 2 gangs behandling av en detaljregulering som gjelder 8 leiligheter. FRP politikerer spør om det er greit og jeg blir med på et 15 minutters informasjonsmøte hvor forslagsstiller fronter sine synspunkter. Informant (SP) forteller at kontakt med forslagstiller ofte skjer, men det er tilnærmet ingen som kontakter SP. Informant (AP) forteller at forslagstiller ofte kontakter de politiske miljøene spesielt der det spås innsigelser. Ap har mange stemmer og blir ofte kontaktet i alle faser.

Spørsmål 2. Har TBG kommune utarbeidet noen rutiner for hvordan utbyggere skal gå fram dersom de ønsker samtaler med politikerne i forkant av arbeidet med et forslag?

(FRP) Det finnes ingen rutiner for hvordan utbygger skal gå frem ved kontakt. Kontakten kan skje på UBA møtene for alle politikere som også er åpent for publikum. Møtene skjer også direkte mellom utbygger og medlemmene av UBA.

(SP) Nei, det finnes ingen rutiner i Tønsberg i dag. ## Oppfølgingsspørsmål: Er det noen ulemper med dette? (SP) En av ulempene vil være at utfallet kan være gitt i forkant, hvis utbygger eksempelvis har forespurt en miks av FRP, AP og Høyre.

(AP) Vi har våre etiske retningslinjer, men det er ikke etablert rutiner for samtaler med politikerne i forkant. Det må brukes sunn fornuft. Det har det siste året vært et par grove eksempler på uheldige situasjoner hvor noen politikere har vært med og jobbet frem en plan for deretter å inngå en privat avtale direkte med utbygger om kjøp av leilighet i prosjekt(er) de har vært med og behandlet. Det kan være uheldig.

Oppsummering: Informant (FRP), (SP) og (AP) er enig i at det ikke er laget skriftlig rutiner for hvordan kontakten skal skje. Informant (SP) forteller (etter et oppfølgingsspørsmål fra meg) at en ulempe med dette vil være at utfallet kan være "gitt" på forhånd. Informant (AP) legger sunn fornuft til grunn. De

siste årene har det vært et par uheldige episoder som gir negativ ringvirkning for hele det politiske miljøet uavhengig av parti.

Spørsmål 3. Hva vektlegger du som politiker og medlem av UBA høyest ved en forespørsel fra forslagsstillere om en tenkt nyetablering av kjøpesenter?

(FRP) Det er totaltilbudet byen kan få som et resultat av planene. Bredt og godt tilbud. Planene bør ikke komme i konflikt med annen eksisterende virksomhet som kan bli direkte skadelidende. Videre må vi tenke at Tønsberg er et regionalt senter. Hvis dette kan tilpasses så er det ypperlig. Kilen området er et godt avlastningssenter. Vi må passe på at vi ikke dreper næringen i sentrum. Spesialbutikker og mindre enheter bør etableres og bestå i sentrum. Plasskrevende handel bør etableres primært på Kilen hvor det er mer tilrettelagt for bilbasert handel.

informant (SP) ble tillagt et eksempel: Hva hvis det var en etablering på Tolvsrød på 10 000 m² BRA?

(SP) I følge politikeren er en slik utbygging ikke aktuelt i lys av SP visjoner. Det trekkes fram en svekkelse av eksisterende sentre på Tolvsrød og til dels byen som det viktigste argumentet.

(AP) Arbeidsplasser er ikke fullt så viktig, men det er med i regnstykket. Det bør vurderes at eksisterende sentrumshandel ikke dør ut. Samtidig endres handlemønsteret med tiden som bør vektlegges. Plasskrevende handel bør etableres ved randsonene. Ligger den på innsiden av fylkes(del)planen er utgangspunktet ja. På utsiden av planen vil det være en avveining pluss / minus på T - kontoen¹⁴. Mer pluss enn minus bør utløse et ja.

Oppsummering: Informant (FRP) vektlegger goder ved byen som innbyggerne får fordel av. Informant (SP) vurderer i sitt svar kun svekkelsen for andre sentra i nærheten av den nye etableringen.

Informant (AP) setter opp plusser og minuser på T - kontoen sin. Vern om sentrumshandelen er viktig, men tidene forandrer seg og man må følge utviklingen.

Spørsmål 4. Hvis en forslagstiller ønsker å etablere et nytt område som er i strid med nasjonale føringer og RPB for kjøpesentre, og samtidig ligger 5 km på utsiden av områdene som er avsatt til kjøpesentre i sentrum. I hvilke grad blir det tatt hensyn til at forslagstiller garanterer for 300 nye årsverk ved en etablering. (Fordi ovennevnte konsept er så spesielt så vil det ikke gå ut over

¹⁴ Med T – konto menes fordeler og ulemper.

eksisterende senter i Tønsberg, men sørge for at hele Tønsberg får ytterligere økt sitt handelsoverskudd med 10-20 prosent. Hvordan vurderer dere dette)?

(FRP) Vi som lokalpolitikere må tenke på kommunens beste selv om vi må forholde oss til RPB mv. I dette tilfellet ville arbeidsplassen være vektlagt. Hvis det kan være med å utvikle Tønsberg positivt, bør det kunne vurderes at det skal gis dispensasjon fra gjeldende planer.

Når det gjelder kost / nytte hva må Tønsberg betale i trafikkproblemer og andre problemer. Dette må settes opp mot eventuelt nødvendig infrastrukturkostnader som utløses og hvem som skal betale for dette.

CO² - forurensninger er med i vurderingene. Det er fra FRP sin side ønskelig å flytte all tungtransport nærmere E18. Ved å gjøre dette slipper vi tungtransport gjennom byene, og som en direkte følge av dette vil vi da unngå ulykker mellom myke trafikanter og billister. FRP ønsker å avsette et slikt område i ny KP nær E18.

(SP) Politikeren ser for seg Barkåker og Gulli som en tenkt etablering i forhold til 5 km grensen. En etablering av kjøpesenter blir uaktuelt. Det gis en åpning for etablering av plasskrevende handel hvor bil er nødvendig. Videre forutsettes det at næringen ikke taper lokalsentrene i nærheten og sentrum i Tønsberg.

Spørsmål (...)

Det ville vært ok. Miljøregnskapet må selvsagt vurderes nøye.

(AP) Her vises det til tiltenkt etablering av Smart Club ved Jarlsberg. Utbygger "lovet" 300-500 nye arbeidsplasser. Videre skulle Jarlsberg travbane oppgraderes betraktelig og fremstå i ny drakt. Hele området ville blitt revitalisert og det skulle blant annet forskes på et fyringsanlegg basert på hestemøkk fra travbanen. Område ville blitt et naturlig avlastningssenter for Hogsnes, Bjelland og Vear, som utgjør nordre del av Stokke og som et supplement for Barkåker og Tolvsrød i Tønsberg.

Sosialøkonomisk riktig for hele Tønsberg. Smart Club konseptet ville blitt veldig bra for Tønsberg. CO² ble vektlagt på T- kontoen (pluss / minus). Men da det allerede passerer 15 - 20 000 biler i døgnet ville det ikke blitt den store forskjellen. Forøvrig må kunden i dag kjøre til Sandvika for å handle på Smart Club.

Oppsummering: Informant (FRP) ville vektlagt arbeidsplassen. Videre ville det blitt satt på Tønsberg-kontoen for pluss/ minus. Informant (SP) mener et kjøpsenter med detaljhandel er uaktuelt, plasskrevende handel ville blitt vurdert, etter nøye avveining hvor eksisterende handel og

miljøspørsmål står i hovedfokus. Informant (AP) henviser til Jarlsberg saken (se spørsmål 6) hvor initiativtagere lovet mellom 3- 500 arbeidsplasser og en total revitalisering, deriblant er enormt løft for travbane anlegget. Ap fikk med seg FRP i dette vedtaket.

Spørsmål 5. En utvidelse av Farmanstredet ble igangsatt for ca 5-6 år siden og fullført noen år senere. Jeg har hørt at behandlingen tok mellom 5-10 år. I mesteparten av behandlingsperioden var RPB fra 1999 (Kjøpesenterstoppen) gjeldende, Tønsberg kommune var en av 31 kommuner som var fritatt fra RPB. Vet du hvorfor det tok så lang tid å få endelig godkjenning?

(FRP) Det var politisk uenighet blant AP og Høyre om utvidelse av kjøpesenteret. Høyre er veldig "sentrumsvennlig" og var ikke villig til å utarme sentrumshandelen fordi mange av butikkeierne stemmer Høyre. I forhold til RPB 1999 var det hovedårsaken.

(SP) Dette var før SP politikeren sin tid i UBA og bystyret i Tønsberg. Personen har da naturligvis ingen kunnskap om eller kjennskap til det.

(AP) Høyre sa nei pga. eliminering av nedre bydel i 1998/ 1999. Deler av AP var splittet i sitt syn på utvidelse av kjøpesenter også pga. utarming av nedre bydel. Det gikk en kommuneplan periode (4 år) før de gikk for en utvidelse. En av årsakene var utskifting av flere sentrale politikere og en endring i den politiske makt sammensetningen. Høyre, AP, FRP og SV fikk det inn på kommuneplanen i 2002 (flertall) i forbindelse med at det gikk opp for resterende partier at nasjonale føringer ønsker handelsetablering sentralisert i sentrum.

Oppsummering: Informant (FRP) og (AP) forteller at det var politisk uenighet og det ble en lang prosess. Frykt for utarming av blant annet sentrumshandel blir nevnt. Informant (SP) var ikke med i UBA og bystyret på denne tiden og har ikke mulighet til å svare.

Spørsmål 6.) (Innledning): Tønsberg Bystyre vedtok reguleringsplanen for Jarlsberg travbane i møte 20.06.2007. Planen legger til rette for etablering av et handelssenter med et samlet forretningsareal på 22 000 m², 17 500 m² til plasskrevende handel og 4 500 m² avsettes til detaljhandel. Både Statens vegvesen region sør, VFK og Fylkesmannen i Vestfold fremmet innsigelser på bakgrunn av følgende faktorer:

1. Fylkesdelplan for etablering av kjøpesentre og sentrumsutvikling

2. Kommuneplanen

3. Rikspolitiske retningslinjene for areal- og transportplanlegging

Miljøverndepartementet fant ikke å kunne stadfeste TBG bystyrets vedtak av 20.06.2007 for reguleringsplanen nr. 13019, Jarlsberg travbane.

Hva var argumentene for en aksept av reguleringsplanen fra UBA (og kommunestyret) sin side?

(FRP) AP og FRP dannet dette flertallet. I den situasjon vi var i den gangen hadde vi ingen store handelsområder i Tønsberg. Senere (2009) har KDP for Kilen område blitt vedtatt og vi har et bra område der. Det fortelles at forslagstillerne var villig til å utbedre veien fra Jarlsberg Travbane til Kjellekrysset (mot TBG sentrum). Alt lå til rette for en kraftig revitalisering av hele Jarlsberg område, både for handel og tranvægget. Men miljøvernavdelingen til Fylkesmannen i Vestfold satte foten ned for dette.

(SP) I følge SP politikeren gikk AP og FRP inn for å dispensere fra en nylig vedtatt kommuneplan og ga sammen flertall for reguleringsplanen på Jarlsberg. SP gikk i mot. Argumentet til SP var at det ville svekke alle lokalsentrene i nærmeste omkrets og Tønsberg sentrum. Videre vektla SP den generelle respekten for en kommuneplan som et godt argument for å gå i mot.

(AP) Grunnlaget for at AP representant gikk mot sin egen kommuneplan som var stadfestet noen måneder/ halvt år før Jarlsberg ideen dukket opp. Ideen var ny og så god at vi ville dispensere fra planene. Det var flere fordeler enn ulemper. # Se også svar i spørsmål nr. 4.

Oppsummering: Informant (FRP) forteller indirekte at mangel på handelsområder i Tønsberg, tilbudene som blir gitt til byen kombinert med utbedring av motorveien, var det som skulle til for å fravike gjeldende planer og regelverk. Informant (SP) som består av SP gikk i mot disse planene, med svekkelse av lokalsentrene rundt Jarlsberg og respekt for nylig vedtatt KP som begrunnelse. Informant (AP) forteller at tilbudet var så bra for befolkningen i Tønsberg at prosjektet ble akseptert.

Spørsmål 7. Kan du forklare hvorfor det nylig er vedtatt og stadfestet egne kommune(del)planer for Kilen, Korten, Stensarmen og Husøy i TBG kommune, og hvorfor det ikke lot seg løse alternativt med en områderegulering?

(FRP) På den tiden (2003) var plan- og bygningsloven (1985) gjeldende og da var det enten K(D)P eller reguleringsplan som var gjeldende. Først etter den nye plan- og bygningsloven har områderegulering blitt et tema etter ny lovgivning. Grunnen til det er at det ble utarbeidet KDP var for å skape en helhetlig plan, det var stor politisk uenighet rundt disse områdene rundt 2003. Planene ble lagt på

vent slik at KP for Tønsberg kunne utarbeides og stadfestes utavhengig av de tre områdene. På denne måten kunne disse områdene tas opp igjen senere og bli belyst på en grundigere måte og det kunne legges til rette for blant annet handel over 3 000 m² BRA.

(SP) I følge SP politikeren var prosessen med kommunedelplanene allerede påstartet da han ble valgt inn som politiker i bystyret og UBA (den gangen het det FUP). Han mener kommunedelplanene for disse områdene ble påstartet rundt 2003. Politikeren kan av den grunn ikke gi noe svar.

(AP) Det ble gjort for å se hele området under ett og fordi det skal være mulig å etablere handel over 3000 m² BRA, og på den måten unngå å måtte gi dispensasjoner som Høyre og FRP har praktisert gjennom en 10-15 års periode. De tre nevnte områdene skulle sees både samlet og isolert, og være avlastingssentre for sentrum.

Oppsummering: Informant (FRP) forteller at fordi det ble jobbet med planer fra 2003 så var ikke områderegulering et tema da begrepet først ble etablert i ny plan- og bygningslov (2008). Pga stor politisk uenighet ble disse planene lagt på is, slik at de kunne bli ytterligere gjennomarbeidet og tilrettelagt også for noe handel over 3 000 m² BRA. Informant (SP) var ikke aktiv da og kan ikke svare. Informant (AP) var mer bevist på at det ble gjort for å se hvert område under ett med en god planlegging. AP er lei av Høyres og FRP praksis de siste 10-15 årene med dispensasjoner. AP ønsker mere ryddighet.

8.3 TIDLIGERE UNDERSØKELSE AV KJØPESENTERETABLERING

I dette avsnittet vil jeg til slutt gi en kort oppsummering av forskjellene mellom mine intervjuer og en rapport med tittel *Kjøpesentra som kommunale beslutningsproblemer* laget av Holsen, T. (1995). Rapporten tar for seg tre kjøpesenteretableringer i tre forskjellige kommuner: Drøbak City i Frogn kommune, Mosseporten Senter i Moss kommune og Spareland i Råde kommune.

Stikkord fra rapporten:

I den politiske sammensetningen var Arbeiderpartiet, Høyre og Fremskrittspartiet for utbygging. De som var mot, var Sosialistisk Venstreparti, Venstre og Senterpartiet.

I alle tre tilfeller ble kommunen først presentert for ideen om kjøpesenteretablering ved uformell kontakt mellom utbygger og kommunens ledelse. Utbyggerne mente det var best å lodde stemningen før den ble sendt til planavdelingen. Det ble bedrevet bevisst lobbyvirksomhet underveis og i følge rapporten var dette avgjørende for både Drøbak City og Spareland.

I det lokale næringslivet var den lokale handelsstanden primært motstandere med noen få unntak. De som var for var utbyggerne og enkelte større lokale butikker.

Hovedargumentet fra utbyggerne var nye arbeidsplasser, argumentet smittet etter hvert over på kommunens ledelse og var således et sterkt argument for begge parter. Et annet tema som kom frem i sammen moment var konkurransesituasjonen, og fortrinnet man kunne oppnå overfor nabokommunene ved å ha et godt tilbud.

Kommunene var godt dekket faglig med arealplanleggere, men trakk seg unna når næringspolitikk og arbeidsplasser ble diskutert.

To av etableringene kom til etter reguleringsendringer, mens den ene kom til etter bruksendring.

Kort oppsummering:

Relativ stor likhet blant politikerne. Delvis unntak, Høyre politikerne i Tønsberg opplyses av informantene å ha mange velgere blant eierne av lokale sentrumsbutikker.

Utbyggerne drev lobbyvirksomhet med politikerne ved de tre etableringene og det er på linje med hva som blir gjort i Tønsberg i dag. SP politikerne i Tønsberg har ikke blitt kontaktet i kjøpesenter saker.

Hovedargumentet den gangen var arbeidsplasser, men også hvilken fordel det ville gi byen. Dette må sies å være identisk med tilbakemeldingen fra Tønsberg politikerne, med et liten unntak fra SP.

Når det gjelder reguleringsarbeider ble dette av to kommuner forsvarlig løst, mens den ene aktøren fikk rett til å etablere et kjøpesenter basert på en bruksendring. Den gangen var det ikke rikspolitiske bestemmelser for kjøpesenter og i prinsippet kunne de være like enkelt å få en bruksendring på et kjøpsenter som et bolighus. Hvis vi drar paralleller til Jarlsberg saken i Tønsberg ser vi at flertallet vedtok en kjøpesenter etablering i strid med Fylkesdelplan. Etter min oppfatning kan det dras paralleller i disse sakene, forskjellen er at den gangen fantes ikke sikkerhetsnett som i dag finnes og har sitt utspring fra RPB om kjøpesenter etablering (2008).

9 DRØFTING OG KONKLUSJON AV OPPGAVEN

9.1 OPPSUMMERING OG KONKLUSJON

Oppgaven redegjør for de juridiske problemstillingene som må ligge til grunn for at en kjøpesenteretablering kan finne sted. I dette momentet går jeg langt i å belyse de bakenforliggende forholdene som er avgjørende for den statlige styringen som er delegert ned på fylkesnivå. En av hovedgrunnene til at den statlige styringen måtte iverksettes var at nasjonale føringer legger opp til en sentralisering av all aktivitet rundt knutepunkter og større byer. Parallelt med dette har noen utviklere benyttet enhver mulighet til å bygge på områder på utsiden av de nasjonale føringene. Dette ble først strammet inn med den første rikspolitiske bestemmelsen for etablering av kjøpsenter i 1999. I den rikspolitiske bestemmelsen fra 1999 var det unntak for blant annet plasskrevende varer. Det ble også gitt unntak for de største byene etter en kommuneklassifisering gitt av statistisk sentralbyrå for de 31 største kommunene som hadde en regional rolle. Regjeringen hadde delegert myndighetsutøvelsen til de regionale myndighetene. Etter som bestemmelsen fikk virke litt ble det en praksis at fylkeskommunene praktiserte bestemmelsen for blant annet plasskrevende handel ulikt. Noe som gjorde at det ble gitt noen åpninger for detaljhandel hvor det ellers ikke skulle vært lov.

I 2006 ble det satt ned et utvalg som skulle revidere bestemmelsen og utfallet ble en fornyet rikspolitisk bestemmelse som trådte i kraft 2008. Unntakene er i denne utgaven fjernet og rammebetingelsen for aktørene kan i så måte sies å ha blitt mer rettferdig. På bakgrunn av dette mener jeg at jeg har gitt en god innføring i juridiske bestemmelser og hva som skal til for å etablere et kjøpsenter.

For å finne ut hva som må legges til grunn for at et kjøpsenter skal kunne forsvares økonomisk har jeg tatt for meg et reelt prosjekt. Jeg har blant annet benyttet kunnskap tillært via masterstudiet for å løse dette. Jeg har utarbeidet egne analyser basert på tilgjengelig statistikk og avkastningskrav som jeg har fått av bransjeaktører. Den mest krevende øvelsen har vært å få innsikt i hvordan leieinntekten er fordelt mellom minimumsleie og prosentleie. Bransjeaktørenes teoretisk tilnærming har blitt oppgitt som: *"20 prosent av invester kapital"*, og en annen variant er: *"12 - 15 prosent av brutto omsetning"* – disse har jeg fått teste ut i praksis. I mine beregninger har jeg kommet frem til at prosjektet er økonomisk forvarlig. Det er forutsatt at leieinntektene og byggekostnadene er i henhold til budsjettene.

Resultat jeg har kommet fremt til bærer preg av at eiendomsmassen i sin tid er solgt inn med større forventning (35 000 m² BRA endte på 20 000 m² BRA) enn det endelige resultat som går frem av dagens kommunedelplan. Nedjusteringene av utnyttelsen må i aller høyest grad anses som negativt for dagens eiere. Til tross for at etableringen er i henhold til fylkeskommunale planer for handel, har det for prosjektet heftet en stor usikkerhet rundt den endelige tillatte størrelsen.

Lokalpolitikere i byen har vært positive til planene blant annet basert på en positiv utvikling for byen som regionalt handelssenter og nye arbeidsplasser. Flaskehalsen for en større utnyttelse av område har blitt stoppet av regionale myndigheters planbestemmelser som bygger på rikspolitiske bestemmelser for etablering av kjøpsenter. Den politiske uforutsigbarheten som blir belyst i dette tilfellet er ikke først og fremst ja / nei, men om det kan bygges 35 000 m² BRA eller 20 000 m² BRA.

I intervjuer med tre profesjonelle aktører blir noen av spørsmålene rettet mot hva de ser etter. Til tross for at aktørene opererer på ulikt nivå er fokuset rettet mot: beliggenhet, størrelsen er viktig (1 eller 2 plass i regionen) knutepunktetableringer, utviklingsmuligheter, god trafikk adkomst, finne den rette butikkmixen og tenke og handle miljøvennlig m.m.

De tre politikerne som jeg har intervjuet vektlegger en kjøpesenteretablering ut fra hva byen får igjen. En rekke positive faktorer på "T - kontoen" vil mest sannsynlig gi en aksept for planene uavhengig av om prosjektet er innenfor eller utenfor kommuneplanen og fylkedelplanen for handelsetablering over 3 000 m² BRA. Politikerne representerer Fremskrittspartiet, Arbeiderpartiet og Senterpartiet. De to førstnevnte er positive til gode planer for byen, uavhengig av kommuneplanens status. Sistnevnte er mer skeptisk til nye planer og dreier fokuset over på å bevare sentrumshandelen. Denne politiske tilbakemeldingen speiler en rapport fra 1995, *Kjøpesentra som kommunale beslutningsproblemer*, som er laget av Terje Holsen.

Konklusjon:

- Til tross for at rikspolitiske bestemmelser for etablering av kjøpesentra 2008 kun har virket i noen år ser det ut til at rammebetingelsene er mer rettferdig for alle
- For at økonomi i et prosjekt skal være god er det en rekke underliggende faktorer som må være på plass. Det bør være et marked for etableringen. Marked måles nødvendigvis ikke bare ut fra om det er handelsunderskudd i kommunen. Konseptet kan være svært godt, og eller spesielt at kundene foretrekker å handle i et spesielt senter
- For å gjennomføre en kjøpesenterutbygging har jeg lært at det primært er to faktorer som kan brukes: En variant er at bruttoresultatet måles i prosent av totalomsetningen. Etter mitt

syn er det et unøyaktig måleinstrument i den grad gjennomføringstiden ikke er definert. En annen variant er X prosent avkastning per år av investert kapital, dette er et nøyaktig måleinstrument. Felles for begge måle metodene er at fasiten ikke kan gis før prosjektet er fullført og solgt

- **Kilen Prosjektet er realiserbart, men gir allerede ved budsjettering lavere marginer enn eiernes krav**
- Utviklernes fokus ved etablering er: beliggenhet *3, etablering rundt et knutepunkt, være av de største aktørene i regionen, utviklingsmuligheter, gode trafikale forhold, god butikkmix og være miljøbevisst
- Lokalpolitikere tenker mest på hva en etablering kan gjøre for deres by og at det er flere plusser enn minuser ved en etablering av kjøpesentra. De som er mot fokuserer først og fremst på utarming av sentrumshandelen

9.2 VIDERE FORSKNING

Det vil være spennende å forske videre på hvilken vei den prosentvise omsetningen utvikler seg gjennom ordinær handel og kjøpesentra. Trenden har vært stigene siden kjøpesentrenes spede start.

De siste 20 -40 årene har utviklingen gått fra en familie hvor kvinnen normalt var hjemmeværende til at begge er i jobb. Det kreves mer effektivitet og logistikk når familien skal handle. I dag er det kun de største byene som har et fullgodt tilbud i handlegatene i sentrum, noe som gjør at de fleste kundene med dårlig tid velger å handle der de kan kjøpe mest mulig på kortest mulig tid. Foreløpig ser det ut til at kjøpesentrene har forstått kundenes behov i dagens samfunn der "tidsklemma" er et velkjent begrep.

10 KILDER

- Andhøy, A. m flere. (2010) *Senterboken*
- Andøy, A. (2009) *Andøys kjøpsenterregister*
- Andøy, A. (2009) *Handelsparker i Norge 2008*
- Andersen, E.S (2007) *Mållrettet prosjektstyring*
- Bøvre, H. (2011) *Beregningsmetode etter samtale med ekstern*
- Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre (RPB) 2008
<http://www.lovdatabank.no/for/sf/md/xd-20080627-0742.html> (hentet: 14.4.2011)
- Fylkesmannen i Buskerud. (2008) "*Klage på tillatelse til oppføring av nybygg. Factory Outlet. Klagere: Fylkesmannen i Oslo og Akershus, Statens vegvesen og Akershus fylkeskommune*" av 23.10.2008
- Fylkesmannen i Oslo og Akershus. Telefonintervju med juridisk saksbehandler Odd Meland 5. mai 2011
- Hellevik, O. (2002). *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*. Oslo: Universitetsforlaget. 487 s.
- Halvorsen, K. (1993): *Å forske på samfunnet: En innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Oslo: Bedriftsøkonomenes Forlag
- Holter, H. (1996): "Fra kvalitative metoder til kvalitativ samfunnsforskning". I Harriet Holter og Ragnvald Kalleberg (red.): *Kvalitative metoder i samfunnsforskning*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Kvale, S (1987)"Validity in the qualitative research interview".
- Kvale, S (1987)"Validity in the qualitative research interview". I Jette Fog, Klaus Bruhn Jenssen, Ole S. Kristensen og Steinar Kvale (red.): *Interviewet som forskningsmetode. Psykologisk Skriftserie Aarhus* 12:1, 68-104. Danmark: Aarhus.
- Kummen, G. (2011) Informasjonen baseres på informasjon gitt av Profier AS 5. mai 2011 e-post
- Kommunedelplan for Kilen Plan nr. 90011 *Utfyllende bestemmelser og retningslinjer*
- Lovkommentar til plandelen av ny plan- og bygningslov 1. juli 2009
- Miljøverndepartementet (2001) "*Planlegging av by og tettstedsstruktur - Oppfølging av kjøpsenterstoppen i regionale planer*"
- Miljøverndepartementet (2010) "*Ny veileder for rikspolitiske bestemmelse for kjøpesentre*"
- Miljøverndepartementet (2001 & 2003) *Planlovutvalget (NOU 2001:7 og NOU 2003:14)*
- Miljøverndepartementet (2001) *Veileder - Planlegging av by og tettstedsstruktur - Oppfølging av kjøpesenterstoppen i regionale planer* (hentet: 14.04.2011)
- Miljøverndepartementet (2008-2009) "*Rikspolitiske bestemmer (RPB) om kjøpesentre*" (Pdf.foiler)

Norsk standard for næringsgruppering (SN2007)

NIBR har utarbeidet en egen rapport om RPB som gir et tilbakeblikk. *"Rikspolitiske retningslinjer - Utgangspunkt og erfaringer"* (2004)

Rasmussen, P. G. (2010) *"Utvikling av kjøpesentre nasjonalt og internasjonalt"* Institutt for Bransjeanalyser

Regional plan for handel og sentrumsutvikling i Vestfold 2009. side 16

Røsnes, A.E. m. flere (2009) *Eiendomsutvikling i tidlig fase*

St. meld. nr. 26 (2006-2007) *"Regjeringens miljøpolitikk og rikets miljøtilstand"*

St. meld. nr. 34 (2006-2007) *"Norsk klimapolitikk"*

Statens kartverk (2011) Dataene og derav bildene er fra Statkart.no (hentet 05.04.2011)

SSB Befolkningsfremskrivning 2011-2030

Space Syntax analyse av Tønsbergpakken (2003) side 5

Thagaard, T (2003). *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode.*

Telefonsamtale med Sveistrup, E. Miljøverndepartementet av 01.02.2011.

Tønsberg Invest AS (2011) Skriftelig intervju via e-post av 27.4.2011

Telefonsamtale 11. mai 2011 med analysemedarbeider som jobber i Asplan Viak

Vik, T. (2011) Informasjonen baseres på informasjon gitt av Profier AS 5. mai 2011 e-post *"The yield of a property investment is generally defined as the annual rental income received from a property, expressed as a percentage of its purchase price or capital value."* (Wilkinson & Reed & Cadman, 2008)

Vik, T. (2011) Informasjonen baseres på informasjon gitt av Profier AS 5. mai 2011 e-post

http://www.lovddata.no/cgi-wift/wiftldles?doc=/app/gratis/www/docroot/for/sf/dl/md-20090612-0639.html&emne=byggningslov*&& (hentet: 11.04.2011)

<http://www.fylkesmannen.no> (hentet: 06.04.2011)

<http://www.sivilombudsmannen.no/saksomrader/> (hentet: 06.05.2011)

http://www.regjeringen.no/nb/dep/md/dok/regpubl/stmeld/19961997/st-meld-nr-29_1996-97/7.html?id=191114 (hentet: 14.04.2011)

http://www.regjeringen.no/nb/dokumentarkiv/Regjeringen-Bondevik-I/md/Lover-og-regler/1999/etableringsstopp_for_kjopesentre.html?id=260618 (hentet: 14.04.2011)

http://www.regjeringen.no/nb/dep/md/dok/regpubl/stmeld/19961997/st-meld-nr-29_1996-97/7.html?id=191114 (hentet: 14.04.2011)

<http://www.regjeringen.no/nb/dep/md/dok/rundskriv/1993/t-593-areal-og-transportplanlegging.html?id=107851> (hentet: 14.04.2011)

http://www.regjeringen.no/nb/dep/md/tema/planlegging_plan-_og_bygningsloven/regional_planlegging/ny-rikspolitisk-bestemmelse-om-kjopresent.html?id=499464 (hentet: 14.04.2011)

http://snl.no/United_Nations_Conference_on_Environment_and_Development (hentet 15.04.2011)

<http://snl.no/Klimakonvensjonen> (hentet 15.04.2011)

http://www.norwegianoutlet.no/sitefiles/1/Bilder_til_artikler/Nyhetsbrev/Aapningsfest/Presse_PDF/FA-svenneproven1.pdf (hentet 22.04.2011)

<http://no.wikipedia.org/wiki/Kj%C3%B8pesenter> (hentet 22.04.2011)

www.statskart.no og www.norwegianoutlet.no (hentet 22.04.2011)

http://www.plantasjen.no/om_plantasjen/ (hentet: 14.05.2011)

<http://tb.no/nyheter/vil-bygge-for-1-2-milliarder-1.1359974> (hentet 15.5.2011)

<http://norge.no/samkart/default.asp?kart=01b> (hentet 08.04.2011)

1 Vedlegg: Intervjuguiden av tre kjøpesenteraktører

Vedlegg intervjuguiden

Intervjuguiden

Dato:

Bedrift:

Navn:

Stilling:

Bakgrunn/ utdanning:

Introduksjon:

Teamet for masteroppgaven er etablering av kjøpsentra i tidlig fase. Formålet med masteroppgaven er å avdekke hvilke fallgruver som finnes fra en ide blir etablert, frem til det foreligger godkjent og stadfestet reguleringsplan. De viktigste faktorene jeg skal belyse i masteroppgaven er juridiske bestemmelser og analysearbeider, herunder økonomiske analyser. Analysearbeidene er todelt. I forbindelse med nyetablering og utvidelse av eksisterende sentra blir det laget analyser av det offentlige. De private aktørene lager sine egne økonomiske analyser. Jeg vil også vektlegge politiske rammebetingelser som utformer det juridiske regelverket. Oppgaven gir en innføring i betydningen av hva et kjøpsenter er, historisk utvikling, aktørene i dagens marked mv. I oppgaven vil jeg også belyse hvordan delvis motstridende interesser må jobbe mot hverandre, og også med hverandre for å ta hensyn til internasjonal satsing som er retningsgivende for den norske regjeringen; MILJØ, og for eiendomsutviklerne; økonomi.

ANALYSEARBEIDER OG ØKONOMISKE BEREGNINGER

1. På hvilken måte får dere som profesjonelle utviklere nyttegjort dere av de lokale og regionale analyseutredningene i forbindelse med deres egne analyser, herunder økonomiske bergninger som jeg antar er det essensielle for dere?
2. Benyttes ATP Handelsmodellen/ Space Syntac i deres analysearbeider, eventuelt andre program og hvordan benyttes disse?
3. Hvordan lager dere som utvikler deres egne bergninger, og hva er de basert på?
4. Har dere et eksempel på et prosjekt som var vellykket? - og et som ikke var så vellykket?

5. Ved en normal etablering, hvor lang tid regner dere som utvikler at det skal ta før det blir overskudd (målt fra start til xx år)?

6. Hva er "nøkkelen" for at dere skal vurdere et prosjekt som lønnsomt?

JURIDISKE BESTEMMELSER

7. Hvordan har dere innordnet dere etter "*Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpsentre, av 2008*"?

8. Hvilke unntak fra fylkes(del)planen kan utviklerne benytte seg av med tenke på å utvikle områder som ligger på utsiden av avsatt område for kjøpsentra etablering etter forskrift fra 2008?

POLITISK VILJE FOR ETABLERING ELLER UTVIDELSE AV ETABLERT SENTER

9. Hvordan opplever dere lokalpolitikernes vilje til etablering i forskjellige kommuner?

10. Kan dere nevne noen eksempler på hva lokalpolitikerne fokuserte mest på ved den/ de siste senterutviklingene (eksempel økt sysselsetting, handelsunderskudd, utvikle byen mv.) ?

11. Hvis det ikke lar seg gjøre å etablere kjøpesenter via dages regulerings-, kommuneplaner i kommunen jf. forskrift av 2008, vil en av veiene da være å fremme planene i en revidert utgave av fylkes(del)plan for så å gå veien om område- og detaljregulering - beskriv deres synspunkt?

UTVIKLINGSMULIGHETER:

12. Hva er hovedfokusert deres når dere skal utvikle et område?

13. Hvis dere velger å kjøpe et område som dere har tro på, i hvilken grad blir en ren avhending inngått uten løpende kontantstrøm?

14. Har dere brukt opsjonsavtale, (hvis ja), ble tomten dyrere enn om dere hadde kjøpt tomten til "markedspris" (med eksempler)?

15. Hvordan vurderer dere exit muligheten deres underveis i planarbeidene (kommune(del)plan/ områderegulering/ detaljregulering) i et stigende/ synkende marked jf. de to ovennevnte spørsmålene?

16. Hva skaper et suksessprosjekt?

EIENDOMSUTVIKLING

17. På hvilken måte skiller en *ordinær* eiendomsutvikler av boliger og eller kontorbygg seg mot en utvikler av kjøpsentra/ kombinertbygg?

18. Hvor viktig er det for dere som utviklere å fokusere på miljø?

19. Ved en utbygging av nytt eller en utvidelse av eksisterende kjøpesenter, setter dere høyere krav til kvaliteter enn de tekniske forskrifter minstekrav setter?

AVSLUTNING

20. Hva kjennetegner de beste utviklerne og eierne av kjøpsentra i Norge i dag?

21. Er det noen viktige forhold ved utvikling av kjøpsentra som jeg ikke har spurt om, eventuelt forklar?

2 Vedlegg: Intervjuguiden av tre lokalpolitikere i Tønsberg

Vedlegg intervjuguiden

Intervjuguiden

Dato:

Navn:

Parti:

Stilling:

Bakgrunn/ utdanning:

Introduksjon.

Teamet for masteroppgaven er etablering av kjøpsentra i tidlig fase. Formålet med masteroppgaven er å avdekke hvilke fallgruver som finnes fra en ide blir etablert, frem til det foreligger godkjent og stadfestet reguleringsplan. De viktigste faktorene jeg skal belyse i masteroppgaven er juridiske bestemmelser og analysearbeider, herunder økonomiske analyser. Analysearbeidene er todelt. I forbindelse med nyetablering og utvidelse av eksisterende sentra blir det laget analyser av det offentlige. De private aktørene lager sine egne økonomiske analyser. Jeg vil også vektlegge politiske rammebetingelser som utformer det juridiske regelverket. Oppgaven gir en innføring i betydningen av hva et kjøpsenter er, historisk utvikling, aktørene i dagens marked mv. I oppgaven vil jeg også belyse hvordan delvis motstridende interesser må jobbe mot hverandre, og også med hverandre for å ta hensyn til internasjonal satsing som er retningsgivende for den norske regjeringen; MILJØ, og for eiendomsutviklerne; økonomi.

Kommunal politikk og etableringsvillighet

1. I hvilken grad blir medlemmer av UBA kontaktet av forslagsstillere ved en tenkt etablering av kjøpesenter innenfor avsatt område til dette formålet?

2. Hvis UBA medlemmer blir kontaktet, i hvilke faser skjer det; før, under eller etter formell kontakt med planavdelingen?

3. (Innledning): I forbindelse med at forslagstiller ønsker å fremme et nytt område som ikke er avsatt til formålet i kommuneplanens arealdel eller kommune(del)planen (VFK punkt 7.2 retningslinjer for handel og sentrumsutvikling) er det krav om at området må avsettes i ny kommune(del)plan. Behandlingen må da skje av kommunestyret etter plan- og bygningsloven § 11-15, dvs. at det er kommunestyret som må ta den endelige avgjørelsen.

#Har TBG kommune utarbeidet noen rutiner for hvordan utbyggere skal gå fram dersom de ønsker samtaler med politikerne i forkant av arbeidet med et forslag?

4. Hva vektlegger du som politiker og medlem av UBA høyest ved en forespørsel fra forslagsstillere om en tenkt nyetablering av kjøpesenter?

5.a. Hvis en forslagstiller ønsker å etablere et nytt område som er i strid med nasjonale føringer og RPB for kjøpesentre, og samtidig ligger 10 km på utsiden av områdene som er avsatt til kjøpesentre i sentrum. I hvilken grad blir det tatt hensyn til at forslagstiller garanterer for 300 nye årsverk ved en etablering?

5.b. Fordi ovennevnte konsept er så spesielt så vil det ikke gå ut over eksisterende senter i TBG, men sørge for at hele TBG får ytterligere økt sitt handelsoverskudd med 10-20 prosent. Hvordan vurderer dere dette?

6. En utvidelse av Farmanstredet ble igangsatt for ca 5-6 år siden og fullført noen år senere. Jeg har hørt at behandlingen tok mellom 5-10 år. I mesteparten av behandlingsperioden var RPB fra 1999 (Kjøpesenterstoppen) gjeldende, TBG kommune var en av 31 kommuner som var fritatt fra Kjøpesenterstoppen. Vet du hvorfor det tok så lang tid å få endelig godkjenning?

7. (Innledning): TBG bystyret vedtok reguleringsplanen for Jarlsberg travbane i møte 20.06.2007. Planen legger til rette for etablering av et handelssenter med et samlet forretningsareal på 22 000 m², 17 500 m² til plasskrevende handel og 4 500 m² avsettes til detaljhandel. Både Statens vegvesen region sør, VFK og Fylkesmannen i Vestfold fremmet innsigelser på bakgrunn av følgende faktorer:

- Fylkesdelplan for etablering av kjøpesentre og sentrumsutvikling
- 2.kommuneplanen
- Rikspolitiske retningslinjene for areal- og transportplanlegging
- Miljøverndepartementet fant ikke å kunne stadfeste TBG bystyrets vedtak av 20.06.2007 for reguleringsplanen nr. 13019, Jarlsberg travbane

Hva var argumentene for en aksept av reguleringsplanen fra UBA (og kommunestyret) sin side?

8. Kan du forklare hvorfor det nylig er vedtatt og stadfestet egne kommune(del)planer for Kilen, Korten, Stensarmen og Husøy i TBG kommune, og hvorfor det ikke lot seg løse alternativt med en områderegulering?

9. Er det noe jeg burde spurt om i forbindelse med kjøpesenter problematikken?

10. Er det noe du ønsker å utdype avslutningsvis?