

Sluttrapport: Fremtidens næringsparker i Bærum

1. Innledning:

Bærum Næringsråd har på oppdrag fra Bærum kommune nedsatt en prosjektgruppe som skal vurdere fremtidens næringsparker i Bærum. Gruppen har avholdt 5 møter hvor vi har diskutert status og problemstillinger, men i utgangspunktet fokusert på nye markedsmuligheter. Norconsult og Bedriftsmegler1 har i tillegg utført analyse- og utredningsarbeid.

Næringsparkene spiller en meget viktig rolle i Bærum, både med tanke på allsidige, kortreiste og bærekraftige arbeidsplasser, men også ut fra deres relative størrelse i forhold til øvrig næringsliv.

Næringsparkene har en stor mulighet til videre utvikling og vekst som allsidige næringsparker ved å tilpasse seg nye markedsmuligheter knyttet til endringer i handelsmønster, nye logistikk-løsninger og ikke minst de fundamentale endringene som skjer med næringslivet i Groruddalen i Oslo.

Fylkeskommunens varsler om en smal og rigid definisjon av plasskrevende handel er meget utfordrende, og medfører at næringsparkene har behov for større grad av fleksibilitet på kommunalt nivå, for å møte fremtidens utfordringer i næringsutviklingen. Dette er i utgangspunktet ikke ønskelig, da dette kan føre til ulike tolkninger og ulik behandling av begrepet. Vi mener derfor at dette burde vært løst mellom kommune og fylkeskommune.

For å utnytte mulighetene som ligger i videre utvikling, er det en forutsetning at de enkelte næringsparker har en tydelig og koordinert strategi og god dialog med kommunen.

2. Status:

Vi har i vårt arbeid så langt fokusert på 5-fem næringsparker i Bærum: Rud, Vøyenenga, Skui, Grini, og den minste og nyeste; Mølladammen.

Næringsparkene i Bærum har en meget viktig og sentral stilling i kommunen.

- De har like mange ansatte som de 5 største arbeidsplassene i Bærum; rett under 9.000 ansatte

Bærum 5 største arbeidsplasser

Telenor ASA	3314
Veritas	1741
Statoil, FBU	1430
Storebrand	1200
Aker	1200
	8885

8.885 ansatte

5 Næringsparker

Grini	1000
Vøyen	1874
Rud	4874
Skui	811
Mølladammen	146
	8705

8.705 ansatte

- De har like store arealer som de største kontorsentrene på Fornebu + Kjørbo samlet: ca 500.000 m²

	m2
Telenor, Fornebu	200 000
Technopolis, Fornebu	70 000
Statoll, Fornebu	57 000
Akershus, Fornebu	40 000
Fornebuporten, Fornebu	50 000
Kjørbo, Politihuset	12 000
Powerhouse 1, Kjørbo	5 200
Powerhouse 2, Kjørbo	3 500
	207 000
	448 000

Grini	52 376
Vøyen	105 323
Rud	244 947
Skui	23 758
Mølladammen	15 000
	712 404

"Fornebu" + Kjørbo = 450.000 m² 5 Næringsparker = 470.000 m²

- Handelsarealene hos de 3 største Næringsparkene er like store som hos de 3 største storsentrene; ca 90.000 m² handelsflate

Handel, i areal

3 Storsentre		3 Næringsparker	
	m2		m2
		Rud	60 959
Sandvika Storsenter	60 000		
Fornebu Senter	24 000		
		Grini	21 400
Bekkestua Senter	12 000		
		Vøyenenga	8 574
Sum	96 000		90 933

Med noe variasjon, har næringsparkene i sum en relativt jevn fordeling av arealer mellom:

- Handel
- Produksjon/utvikling
- Logistikk/lager
- Kontor
- Annen virksomhet (service/undervisning/underholdning)

	Grini	Vøyen	Rud	Skui	Mølladammen	SUM
HANDEL	34%	8%	25%	5%	0%	20%
Produksjon/utv	14%	15%	24%	33%	27%	22%
Lager/logistikk	20%	43%	15%	21%	67%	24%
Kontor	22%	23%	18%	19%	7%	19%
Servering	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Service(underv/trening)	6%	9%	10%	15%	0%	10%
Annet	3%	1%	8%	6%	0%	5%
SUM	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Grini har fokus på møbler/interiør og Rud på bil/motor. Vøyenenga har mye møbler og byggevare

3. Dagens utfordringer knyttet til handel:

Plasskrevende handel er en viktig del av næringsparkenes virksomhet, og må opprettholdes på en bærekraftig måte, dog uten å true sentrumsutvikling. Begrepet "Plasskrevende" må respekteres. Det er opp til Fylkeskommune/kommune å definere begrepet «plasskrevende» i overordnede planer forut for reguleringsplaner.

På grunn av stramme definisjoner på plasskrevende handel mener flertallet at det i konkrete vurderinger også må vektlegges at næringsparkene kan vise til synergier mellom faghandel og øvrig virksomhet i en bransjedimensjon, slik at handelen underbygger næringsparkens strategi og profil.

Bil/Parkeringskapasitet. Det må aksepteres at «plasskrevende handel» i stor grad er bilbasert, og næringsparkenes øvrige virksomhet og beliggenhet avhenger også av effektiv og bilbasert/enhetsbasert logistikk. Utfordringen ligger i å gjøre denne individuelle logistikken effektiv og bærekraftig, ikke å fjerne den. Dette må hensyntas i planlegging av transportveier og parkeringskapasitet.

Netthandel. Prognoser tilsier at andelen av den totale faghandelen som gjøres via nett kan øke fra ca 13% til 35% innen 2030. For enkelte varegrupper vil det slå meget dramatisk ut.

Dette betyr bla:

- Behovet for effektive logistikkentre øker, og det er næringsparkene er godt posisjonert for
- Næringsparkene har få eller ingen tilleggsgoder; opplevelser, servering, sosiale møteplasser. Dette gjør dem mindre attraktive for opplevelseshandel, men det er viktig at noe av dette ivaretas i forhold til å gjøre parkene attraktive som arbeidsplass.

Nye handels-og kundemønstre

Eksempel 1: Bilbransjen, som kanskje er næringsparkenes viktigste bransje innen handel, er i kraftig endring. En av trendene (Ref. Møller Bil) er at man fokuserer på små showrom med virtuelle løsninger (Forskjellige farger og detaljer på bil/interiør oppleves gjennom VR briller eller på skjerm). Disse lokalene vil bli lagt til travle sentrumsområder. Utlevering av biler vil skje til kunden hjemme. Tilsvarende vil biler hentes for service/repasasjon. Stadig mer av service og reparasjoner er SW-relatert og kan skje over nettet. Disse trendene

i kombinasjon med mindre bilbehov generelt i sentrale strøk, vil kunne få en dramatisk påvirkning på næringsparkene.

Eksempel 2: IKEA dropper planer om etablering av nye storbutikker flere steder. Har prøvd seg på showrom i sentrum, kjøp via nett og leveranse rett hjem evt "click and collect", men dette er nå skrinlagt. Usikkert i hvilken retning de går. Internasjonalt har de startet samarbeide med Amazon.

Eksempel 3: Økning av netthandel med levering på døren, øker behovet for store, effektive lagerplasser. Disse kan effektivt kombineres med andre kunderettede aktiviteter

Sammensmelting av proff- og forbrukermarked

Det blir færre ledd i verdikjedene, og maskiner og teknisk utstyr, som tidligere var forbeholdt proffmarkedet er nå tilgjengelig for alle. Proffe aktører behandler og henter varene like gjerne hos detaljist som egne grossister. Dette medfører at disse utsalgsstedene nå både er lager for grossist og butikk for detaljist. Dette er rasjonelt og ønskelig.

Mulighet: Sammensmelting av tjenester og produkter

Økt kompleksitet/funksjonalitet, større produkttilbud og fjerning av grossistledd gjør at forbrukere og kunder stiller større krav til kompetanse og support i forhold til blant annet kjøp av kapitalvarer. I mange tilfeller smelter også produktene sammen med tjenesten. Dette gjelder for eksempel innen IT/TV (produkt + abonnement t+ tjeneste +forsikring).

Et annet området er for eksempel bil-pool ordninger - kunden er opptatt av tilgang på "bil som fungerer", når man trenger det, ikke selve bilen. Det åpner for å levere tjenester som ; service, vedlikehold, flåtestyring, regnskap for både solgte og "lånte" biler.

Dette gjør at det kan være opportunt for næringsparkene å sentralisere kompetanse, som kan utnyttes mer effektivt mot et bredere publikum.

Oppsummering:

Plasskrevende Handel:

- Store salgsarealer som ikke finnes naturlig i sentrum
- Store produkter, som kan kreve biltransport
- Ved avvik: fokus på Proff-kunder, gjerne knyttet til øvrige tjenester/aktiviteter i området
- Sammensmelting av produkt/tjenester
- Næringsklynger og strategisk fokus
- Ikke dagligvare

Disse argumentene kan gjøre det interessant for Næringsparkene å se på muligheten i å organisere seg i forhold til en "næringsklynge" tankegang. Bærum har vært foregangskommune – med stort hell på dette området på flere andre næringer.

4. Rammebetingelser og muligheter

Det er viktig at Næringsparkene utvikles videre som varierte næringsparker, ikke handelsparker. Det må sikres gjennom forutsigbare rammer for arealtilgang og fastsatt regulering.

Handelsvirksomheten er en viktig side, men rammene for dette legges ofte på høyere politisk nivå.

For å sikre robuste og bærekraftige planer for næringsparkene, er det en forutsetning at næringsparkene selv utvikler tydelige strategier for sin totale virksomhet, og at denne er tydelig kommunisert. For å lykkes med dette, er det viktig at hver enkelt næringspark har en felles strategi, men vi innser at dette kan være utfordrende uten et sterkt og samlet eierskap.

Det er viktig at næringsparkene bestreber seg på å ha en sunn balanse mellom de ulike virksomhetene, og vi tror at en sterkere fokus på næringsklynger kan være en klok strategi.

Næringsparkene kjennetegnes bla ved rimelige og effektive lokaler, og næringsparkene må være opptatt av å opprettholde fleksible lokaler som lett kan transformeres til etterspurte funksjoner, på en rimelig og effektiv måte.

Kommunen på sin side bør ha tettere oppfølging og forståelse for Næringsparkenes handlinger og beslutninger, og ha åpen dialog rundt både kortsiktige tiltak og de lange linjene.

Næringsparkene bør vurdere tettere og mer forpliktende samarbeid med nærliggende videregående skoler, for eksempel Rud. Dette vi være "vinn-vinn" i forhold til både rekruttering og utvikling av sterke fagområder og bransjeklynger.

Man bør i samarbeid med kommunen og Ruter se nøyer på kollektivtilbudene til NP.

5. Markedsmuligheter i forbindelse med relokalisering av Oslo bedrifter

Oslo kommune har utarbeidet planer for transformasjon av Groruddalen fra næring til bolig. I henhold til kommuneplanen skal "Hovinbyen" konverteres til ca 40.000 boliger. [Se link til Kommuneplan for Oslo](#) (Se også Norconsult rapport side 22-28).

Det er utfra planen vanskelig å se at det finnes konkrete eller detaljerte planer på hvordan man tenker å håndtere dagens næringsliv i Groruddalen. Mye tyder på at disse vil bli presset ut i ganske stort omfang. Allerede nå er det tegn på usikkerhet blant mange leietagere i området, drevet at korte leiekontrakter og at ledende boligutvikleres kjøper opp store arealer. (Det som konkret er sagt (s 68): I øst ønskes Hovinbyen utviklet med tilsvarende ambisjon, som et flerfunksjonelt og innovativt byområde. Hovinbyens kvaliteter og utfordringer medfører et potensial for å gjøre området til en plattform for innovasjon, med kunnskaps miljøer innen grønn industri og med aktører innenfor bygge, anleggs og eiendomsbransjen, samt renovasjons bransjen ved Haraldrud.)

I de berørte bydelene, som omfatter Ensjø, Ulven, Valle Hovin, Vollebekk, Løren, Økern, Haraldrud og Bryn er det pt ca 6.000 bedrifter med 105.000 ansatte totalt.

Vi har foretatt en grov analyse, hvor vi har fjernet alle mindre bedrifter (omsetning under 1 MNOK og alle ENK), all detaljhandel, all stedbunden virksomhet (lege, tjenester, opplæring, trening, underholdning, servering etc). Med andre ord kun fokusert på virksomhet som **kan** passe inn i en næringspark innenfor et større geografisk område.

Vi har da redusert gruppen til drøyt 1.000 bedrifter, som sysselsetter 38.000 personer og omsetter for 131 MRD.

Målt i antall ansatte er dette 4 ganger så stort som Bærums eksisterende næringsparker

Et stort antall av disse bedriftene vil flytte/relokaliseres i løpet av de neste 10-30 årene

Hvilke forretningsmuligheter gir dette for Bærum? (Ikke alle vil langs E-6 mot Gardermoen).

Antall ansatte								
	Ensjø	Ulven	Valle/Hovin	Vollebakk	Løren/Kern	Haraldsrud	Bryn	SUM
Div	1584	1112	231	110	212	923	1054	1014
Lettindustri/bearbeiding	1051	1112	261	165	277	732	165	1351
Konsulent/gådgivning	465	1112	371	112	162	334	679	1513
Logistikk	135	120	12	31	17	586	120	1021
Engroshandel	99	1112	785	137	450	243	267	1381
Motor	399	1112	205	111	382	52	319	108
Bygg/innlegg	268	1112	382	195	219	941	328	1033
IT	269	1120	329	113	163	47	276	104
Møbler	254	1112	37	113	113	24	16	121
SUM	1224	1140	1013	1751	1682	1322	1014	1346

Antall bedrifter								
	Ensjø	Ulven	Valle/Hovin	Vollebakk	Løren/Kern	Haraldsrud	Bryn	SUM
Div	31	1112	18	11	14	19	45	118
Lettindustri/bearbeiding	26	1112	19	11	13	19	12	15
Konsulent/gådgivning	30	1112	48	11	17	13	38	147
Logistikk	12	1112	13	12	14	16	13	142
Engroshandel	51	1112	37	11	30	40	71	140
Motor	18	1112	13	12	19	15	24	111
Bygg/innlegg	60	1112	20	12	17	36	68	113
IT	22	1112	19	11	16	13	39	190
Møbler	17	1112	13	11	11	12	14	116
SUM	1257	11113	170	130	115	123	114	1112

Omsetning i MNOK								
	Ensjø	Ulven	Valle/Hovin	Vollebakk	Løren/Kern	Haraldsrud	Bryn	SUM
Div	503	1112	718	112	452	450	976	100
Lettindustri/bearbeiding	317	1112	323	150	399	1391	22	1212
Konsulent/gådgivning	133	1112	776	114	189	327	318	147
Logistikk	917	1112	316	112	36	2710	81	132
Engroshandel	491	1112	156	589	338	1525	732	130
Motor	38	1112	297	52	1618	991	14	110
Bygg/innlegg	481	1112	904	216	243	375	496	114
IT	561	1112	2752	113	2188	355	446	147
Møbler	274	1112	38	113	11	26	32	130
SUM	1414	11304	5751	125	162	11050	6318	11622

Kilde: bedriftsanalyse, Bedriftsmegler1 AS

Det er foretatt ytterligere analyser med tanke på "næringsklynge" fokus. Vi tror det kan være spennende klynger i Groruddalen som kan passe godt inn i Bærum.

Dette omfatter for eksempel IT/telecom engros, medisinsk engroshandel, Film/TV/Media, mote, maskinutstyr, møbler, som i dag befinner seg i Groruddalen, men som kanskje må/vil være på flyttefot utover de neste årene:

Sum; oversikt over noen utvalgte næringsklynger				
Bransje/Klynge	Antall bedrifter	Ansatte	Oms i mill(NOK)	Forklaring Næringskoder
Film, TV og Media	23	169	22	59110,5811,58910,74200,74102,60200,90020
Engros IT/Telekom	30	519	341	41510,11520
Engros Mote og Sko, skinn	12	251	188	46421,16422
Engros Apotek/sykepleie	18	495	722	46460
Engros Maskiner og Teknisk utstyr	25	271	78	46620,16693,16694
SUM	108	1705	1451	

6. Bylogistikk – nye trender innen logistikk

Fortetting av sentrum og utflytting av logistikkfunksjoner utfordrer kravet til effektiv varedistribusjon. Temaet har hatt lite fokus til nå, men Statens vegvesen har nå satt i gang Bylogistikkprogrammet, basert på:

- Regionale terminaler
- Randsone-terminaler
- Bydistribusjonssentre

Bærum vil bli påvirket av dette som en naturlig vestlig randsone, og en proaktiv tilnærming til dette kan åpne for spennende forretningsmuligheter. (Se Norconsult rapport, side 29-35)

7. Anbefalinger

- Næringsparkene bør selv utvikle solide strategier og planer, som kan presenteres og diskuteres med Bærum kommune
- Næringsparkene og Bærum kommune bør sammen utarbeide plan for markedsføring mot bedriftene/klyngene i Groruddalen. I forkant bør man gjøre en mer spisset analyse, for eksempel bosted og bransje.
- Bærum kommune bør engasjere seg i Bylogistikk-program og kartlegge evt samarbeid i vest-korridoren
- Bærum kommune bør gå i dialog med Akershus fylkeskommune for å sikre at begrepet «Plasskrevende Handel» ivaretar fremtidens næringsutvikling på en god måte.

8. Referanser og vedlegg

- Prosjektoppdrag
- Prosjektrapport (Norconsult AS)
- Bedriftsanalyse Groruddalen (Bedriftsmegler1 AS)
- Nye trender innen bilbransjen (Møller Bil AS)
- Møteprotokoller