



BRT

MARKEDSUNDERSØGELSE AF POTENTIAL ET FOR BYUDVIKLING

Movia
Rapport, 14. februar 2020

INCENTIVE

Indledning

Movia har igangsat et BRT-program, der over en 3-årig periode fra 2018 til 2021 skal screene mulighederne for at etablere BRT-linjer i hovedstadsområdet.

Formålet er at styrke vidensniveauet og beslutningsgrundlaget for kommuner, regioner og staten.

Som et bidrag til det samlede BRT-program har Movia bedt Incentive om at gennemføre en markedsundersøgelse af potentialet for byudvikling som følge af at etablere BRT-linjer.

I denne rapport præsenterer vi resultaterne.

God læselyst.

Ansvarlig partner hos Incentive:

Kristian Kolstrup
Manager og partner

T. 2744 7486
M. kk@incentive.dk

Indholdsfortegnelse	Side
Om analysen	3
Oversigt over interviewpersoner	4
Anbefalinger fra analysen	5
Oversigt over de 10 temaer	6
Tema 1: Ejendomsmarkedet lige nu	7
Tema 2: Vurdering af BRT og kollektiv trafik	8
Tema 3: Hvordan bliver BRT en succes?	9
Tema 4: Bedre markedsføring er nødvendig	10
Tema 5: Status af stationsnærhed har mindre betydning	11
Tema 6: Tryghed og byliv har stigende betydning	12
Tema 7: Segmenter på ejendomsmarkedet	13
Tema 8: Hvor er BRT mest oplagt?	14
Tema 9: Parkering	15
Tema 10: Medfinansiering er muligt	16

BRT-NET

- Store skiftesteder
- - - Letbane
- Jernbane og S-tog
- ⋯ Metro
- BRT-net



Om analysen

Analysen tager udgangspunkt i Movias foreløbige overvejelser om et fremtidigt BRT-net. Et eksempel på det er vist til venstre.

Alle interviewpersonerne har fået vist dette kort sammen med en introduktion til, at et BRT-koncept indebærer elementer som:

- Eget tracé
- Højklassede stoppesteder
- Høj rejsehastighed og regularitet
- Stor kapacitet og høj frekvens
- Selvstændig identitet og integration i bymiljø.

Som eksempel på, hvordan det kan udføres i praksis, har vi desuden vist teoretiske cases for Høje Taastrup og DTU Science Park i Hørsholm.

Resultaterne af alle interviews er bearbejdet af Incentive. Pointerne, der er præsenteret i denne rapport, er således udtryk for en samlet vurdering af markedets holdning på baggrund af alle interviews. Hvor der har været udtrykt modstridende synspunkter, har vi gjort rede for det.

Interviewene og resultaterne, der præsenteres i denne rapport, er baseret på de områder, som BRT-nettet, vist på kortet til venstre, dækker. Fokus har været på områder uden for Københavns Kommune, og svarene er således ikke nødvendigvis dækkende dér.

Alle interviews er foretaget af Incentive. Movia har deltaget i de fleste af dem.

Oversigt over interviewpersoner

Interviewpersonerne er udvalgt, så de repræsenterer forskellige dele af ejendomsmarkedet, og fordi de har aktiviteter nær de BRT-linjer som Movia udreder mulighederne for at etablere. ATP, PensionDanmark og Wihlborgs er desuden tre af de fire mest aktive virksomheder i Københavns omegn i perioden 2012-2019 målt på værdien af deres ejendomstransaktioner.¹

Pensionselskaber

Ejer og udvikler ejendomme med henblik på at levere et afkast af de pensionsmidler, de forvalter.

ATP Ejendomme

- Kenneth Olsson
Investeringsdirektør

PensionDanmark

- Niels Kristian Johne
Projektchef

Rådgivere

Rådgiver virksomheder og andre om ejendomsmarkedet, fx i forbindelse med udvikling, køb, salg eller leje af ejendomme.

CBRE

- Ninna Therkelsen
Senior Director, Head of A&T,
Investor Leasing
- Mikael Glud
Executive Director, MRICS - Head of
Capital Markets, Investment
Properties

Cushman & Wakefield | RED

- Ole Hjort
Director, cand.silv., MRICS
- Bjarne Eilertsen
Senior Associate

Colliers

- Lau Melchiorsen
Partner, Corporate Solutions, MRICS
- Andreas Brandt
Manager

Andre

Andre markedsaktører med særligt lokalkendskab til de områder, hvor Movia udreder BRT-linjer.

MT Højgaard

Udvikler og bygger ejendomme og infrastruktur.

- Christina Jørgensen
Direktør, Projektudvikling & OPP

Wihlborgs

Ejer, udlejer og servicerer kontor- og lagerejendomme på særligt Københavns Vestegn.

- Peter Ildal Nielsen
Adm. direktør

Høje Taastrup C

Ejendomsudviklingselskab, der udvikler et 262.00 m² stort område i Høje Taastrup.

- Lars Bloch
Direktør

Kilde: ¹ Cushman Wakefield | RED (2020), red.dk

Anbefalinger fra analysen

Anbefaling 1: Markedsfør BRT, så de ikke forveksles med "de gule busser".

Alle interviewede peger på behov for markant bedre branding og markedsføring.

Anbefaling 2: Invester i fx BRT-stationer, så der er tiltro til, at de også eksisterer i fremtiden.

Investorer har tiltro til, at kollektiv trafik på skinner også eksisterer i fremtiden. Skab samme tro på BRT.

Anbefaling 3: Sørg for reelle forbedringer for de rejsende.

Markedsføring er ikke nok på sigt. BRT skal levere varen i form af reelle forbedringer for de rejsende.

Anbefaling 4: Lav BRT i områder, hvor der allerede er et potentiale.

BRT kan ikke i sig selv drive udviklingen. BRT får størst effekt i de områder, hvor der allerede er en interesse.

Anbefaling 5: Planlæg for boliger. Dét er den største vækst.

Der bygges langt flere boliger i Københavns omegn end kontorer. Det er her de bedste muligheder for udvikling er.

Anbefaling 6: Sørg for tryghed og byliv omkring BRT-stationerne.

Tryghed og byliv har stigende betydning.

Anbefaling 7: Afdæk, hvor meget BRT betyder for behovet for parkeringspladser.

Parkeringspladser koster, men er vigtige. Hvis BRT kan reducere behovet for parkeringspladser, er der en økonomisk gevinst.

Anbefaling 8: Afdæk mulige medfinansieringsmodeller.

Interessen for et medfinansiere BRT-anlæg er til stede.

Oversigt over de ti temaer

1

Ejendomsmarkedet lige nu

- Boligmarkedet driver væksten i nybyggeriet.
- Begrænset vækst i kontorbyggeriet.
- Mange tilgængelige grunde.

2

Vurdering af BRT og kollektiv trafik

- Kollektiv trafik betyder meget.
- Vurdering: BRT er 2/3 så attraktivt som S-tog.
- BRT kan øge eksisterende potentialer.

3

Hvordan bliver BRT en succes?

- Reelle gevinster for de rejsende.
- Sikkerhed for, at BRT eksisterer i fremtiden.

4

Bedre markedsføring er nødvendig

- Kendskab til BRT som selvstændigt produkt er minimalt.
- "Gule busser" har lille eller ingen betydning for byudvikling.

5

Status af stationsnærhed har mindre betydning

- Mulighed for, at BRT får status af stationsnærhed.
- Stort udbud af stationsnære grunde.
- Lille effekt af, at BRT får status af stationsnærhed.

6

Tryghed og byliv har stigende betydning

- Tryghed og byliv i lokalområdet har stigende betydning.
- Plan for kvartersudvikling er vigtig.

7

Segmenter på ejendomsmarkedet

- Storkøbenhavn kan groft opdeles i tre områder.
- Boliger til 'affordable living'-segmentet.
- Tiltrækning af unge fra centrum af København.

8

Hvor er BRT mest oplagt?

- Forbindelser ind mod Københavns centrum vigtigst.
- 'Last mile' et par km fra stationen.
- Områder med dårlig kollektiv betjening i dag.

9

Parkering

- Stigende behov for parkeringspladser.
- Øgede muligheder for betalingsparkering.
- BRT kan måske reducere parkeringsomkostninger.

10

Medfinansiering er muligt

- Mulighederne for medfinansiering er øgede.
- Interessen for medfinansiering er til stede.

Tema 1: Ejendomsmarkedet lige nu

Boligmarkedet driver væksten i nybyggeriet

Væksten i byggeriet i Københavns omegn er drevet af væksten i boligmarkedet. I 2019 blev der således fuldført 195.000 m² etageareal i Københavns omegn, jf. figuren til højre. Det er det højeste niveau i hele perioden 2007-2019.

Byggeriet er bl.a. drevet af stigende boligpriser i det indre København. Det øger interessen for at flytte til kommunerne i Københavns omegn.

Begrænset vækst i kontorbyggeriet

Der er begrænset vækst i markedet for kontorejendomme. I 2019 var det fuldførte etageareal i Københavns omegn knap 41.000 m². Det er på niveau med 2008.

De fleste nye kontorer placeres i stationsnære arealer og enten tæt på København eller i de nordlige kommuner, fx Lyngby-Taarbæk.

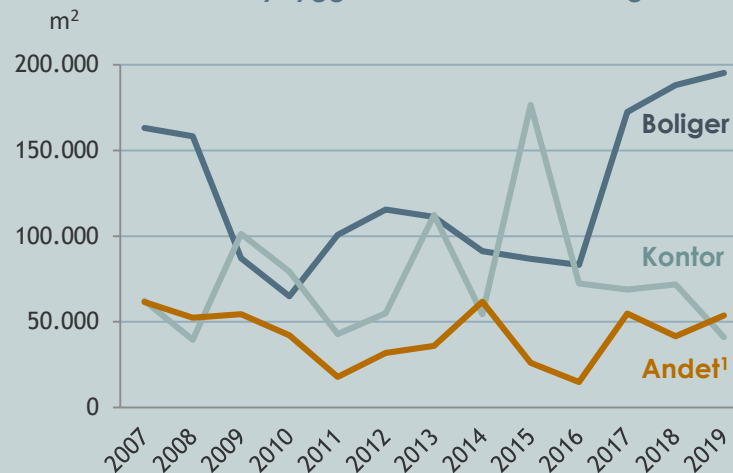
Der er derimod mere omsætning i kontorlejemål. Størst er aktiviteten i segmentet omkring de 1.000-3.000 m². Det afspejler en fortsat stærk økonomi med lav arbejdsløshed.

Retailsegmentet er fortsat presset af bl.a. øget internethandel. Det giver derfor et meget begrænset bidrag til det samlede nybyggeri.

Mange tilgængelige grunde

Udbuddet af byggegrunde er generelt stort. Byggeriet af Hovedstadens Letbane i Ring 3 medfører desuden et øget udbud af stationsnære arealer.

Fuldført nybyggeri i Københavns omegn²



*Væksten ligger i boligmarkedet.
Der kan de egentlige BRT-stationer få
betydning – men også til at understøtte
aktiviteten i eksisterende
erhvervsområder.*

Ole Hjort
Director, Cushman & Wakefield | RED

Kilde: Fuldført nybyggeri er baseret på Danmarks Statistik, tabel BYGV22.

Note: ¹ Dækker over offentlige bygninger (ekskl. idrætsanlæg), bygninger til produktion og forsyningssektoren samt hotel, restauration og lign.

Note: ² Københavns omegn dækker over kommunerne Albertslund, Ballerup, Brøndby, Gentofte, Gladsaxe, Glostrup, Herlev, Hvidovre, Høje-Taastrup, Ishøj, Lyngby-Taarbæk, Rødovre og Vallensbæk.

Tema 2: Vurdering af BRT og kollektiv trafik

Kollektiv trafik betyder meget

Der er enighed blandt de interviewede om, at nærhed til kollektiv trafik generelt betyder meget, når virksomheder skal vælge, hvor de vil placere sig. Det fremgår bl.a. også af de 'score cards' som rådgiverne udarbejder, og som scorer forskellige lokaliteter.

Kollektiv trafik betyder meget, fordi det øger den samlede arbejdskraft, som virksomhederne har adgang til. Nogle arbejdstagere har således ikke adgang til bil, mens andre tager den kollektive trafik pga. fx trængsel på vejene.

Vurdering: BRT er 2/3 så attraktivt som S-tog

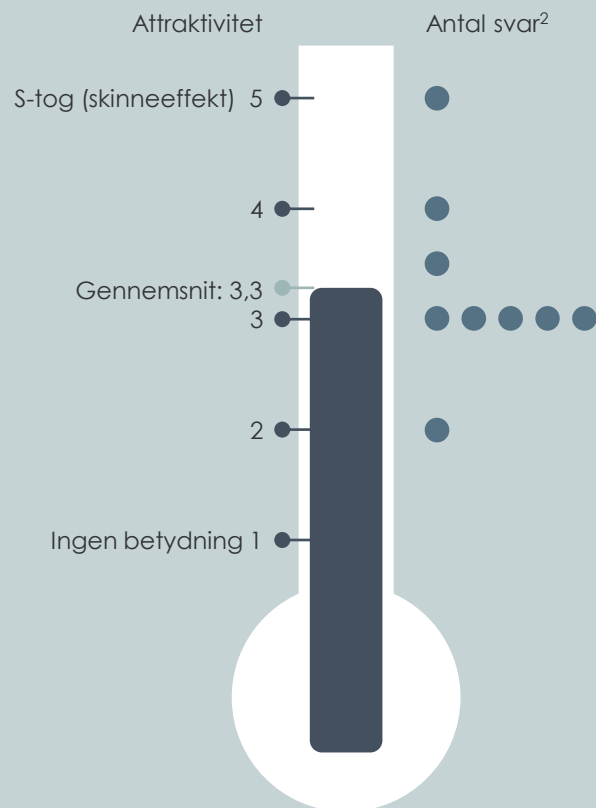
S-togsnettet er i dag en central del af den kollektive trafik i Storkøbenhavn. S-toget er kendt af alle, og en række undersøgelser viser, at både virksomheder og boligsøgende generelt foretrækker - og er villige til at betale ekstra for - at være placeret eller bo tæt på en S-togstation.¹

Vi har spurgt alle de interviewede om deres forventninger til, hvordan markedet vil tage mod BRT på en skala fra 1 til 5, hvor 5 svarer til samme attraktivitet som en S-togsstation. Resultatet er et gennemsnit på 3,3 svarende til 2/3 så attraktivt som S-tog. Spredningen i svarene er fra 2 til 5. Generelt svarer de interviewede, at vurderingen er baseret på, at BRT er bedre end de nuværende "gule busser". Ellers vurderer de, at attraktiviteten er markant lavere.

BRT kan øge eksisterende potentialer

BRT kan øge interessen og dermed byudviklingspotentialer for områder, hvor der allerede er et potentiale. I sig selv er det derfor ikke nok til at drive udviklingen. Flere peger på, at BRT er mere oplagt til at øge interessen for byfortætning, hvorimod der skal langt mere til at drive udviklingen af et "barmarks"-område.

På en skala fra 1-5, hvor nærhed til S-tog er 5, hvor attraktivt forventer du, BRT bliver opfattet af ejendomsmarkedet?



Note: ¹ Se fx Panduro, T. E., Lundhede, T., & Thorsen, B. J. (2014): Virksomheders værdisætning af byrummets kvaliteter. Institut for Fødevarer- og Ressourceøkonomi, Københavns Universitet. (IFRO Rapport; Nr. 235).

Note: ² Det samlede antal svar er 9, da Colliers og CBRE begge gav et samlet svar.

Tema 3: Hvordan bliver BRT en succes?

Reelle gevinster for de rejsende

For at BRT kan blive en succes, forstået på den måde, at det er med til at påvirke ejendomsmarkedet positivt nær BRT-stationer, skal der være reelle gevinster for de rejsende. Er der ikke det, vil BRT blive opfattet på samme niveau som de nuværende busser.

Gevinsterne for de rejsende kan fx være hurtigere rejsetid, højere frekvens, bedre regularitet og komfort. Men det kan også være andre forhold som fx bedre mulighed for cykelmedtagning, forbedrede forhold på stationerne eller flere afgange i ydertimerne.

Sikkerhed for, at BRT eksisterer i fremtiden

Levetiden på ejendomme er lange. Derfor vurderer ejendomsinvestorer også mulighederne for afkast over en lang tidshorizont, fx 20-30 år eller længere. Ejendomsinvestorer forventer, at busruter og stoppesteder kan blive omlagt eller fjernet i fremtiden, hvorimod skinnebåren kollektiv transport i højere grad bliver liggende. Ingen af de interviewede var dog opmærksomme på, at fx S-buslinjerne historisk har haft en høj grad af stabilitet.

Fra ejendomsinvestorerne er der i den optimale situation givet en garanti for, at BRT bliver liggende i fremtiden. En af de interviewede peger fx på Nordhavns-modellen som et eksempel på en sådan garanti, hvor investorerne først betaler et ejendomsbidrag for den forbedrede kollektive transport, når den åbner.

Alternativt kan opfattelsen af BRT som noget, der er blivende, påvirkes ved fx at investere i BRT-stationer og lave busbaner m.m. Alt sammen elementer, der har mere karakter af blivende infrastruktur end et almindeligt busstoppested.



20-30
år eller
længere

Tidshorizont for ejendomsinvestorer

Hvis BTR skal have en væsentlig betydning for investorerne, så skal der kunne gives en blivende sikkerhed for frekvens og forbindelse til den øvrige infrastruktur.

Christina Jørgensen
Direktør, MT Højgaard

Tema 4: Bedre markedsføring er nødvendig

Kendskab til BRT som selvstændigt produkt er minimalt

Nogle af de interviewede kender BRT-konceptet – bl.a. fra Movias eksisterende arbejde i Ballerup og fra 'Den kvikke vej' i København. Resten gør ikke. Og blandt virksomheder og borgere, der skal tiltrækkes til områderne, er kendskabet lavt.

BRT forbindes i dag ikke med ét koncept. Derfor er forskellen til busser flydende, og vurderingen er, at BRT vil blive opfattet som et busprodukt.

"Gule busser" har lille eller ingen betydning for byudvikling

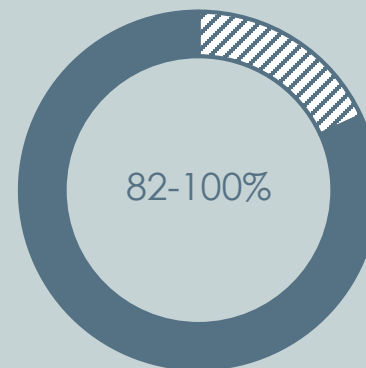
Der er bred enighed om, at de nuværende "gule busser" generelt har den laveste status blandt de kollektive transportformer. Flere nævner, at busser samlet set bliver opfattet så uattraktive, når virksomheder skal vælge nye kontorer, at de fravælger placeringer, hvor bus er eneste kollektive infrastruktur inden for gangafstand.

Bedre markedsføring er nødvendig

Holdningen blandt de interviewede var meget klar. Hvis markedsføringen af BRT ikke øges markant, vil det på kort sigt ikke have nogen værdi for virksomheder og boligsøgende, at der er en BRT-station i nærheden.

Markedsføringen gælder ikke mindst navnet, som flere uopfordret nævner som et problem. Der bliver desuden bemærket, at der mangler en samlet storytelling om BRT.

Der er dog også en klar holdning til, at markedsføringen kun får effekt på længere sigt, hvis produktet lever op til det markedsførte. Værdien for brugerne er kernen i produktet.



Mener, at markant øget markedsføring er nødvendig.¹

*BRT – er det bruttoregister-ton?
Et rummål for skibe.*

*Citat af Bjarne Eilertsen
Senior Associate, Cushman & Wakefield | RED*

Note: ¹Intervallet afspejler, at 9 ud af 11 interviewpersoner har svaret.

Tema 5: Status af stationsnærhed har mindre betydning

Mulighed for, at BRT får status af stationsnærhed

Med den seneste version af fingerplanen fra marts 2019 er der blevet åbnet op for, at der på forsøgsbasis kan gives status af stationsnære kerneområder for op til 9 BRT-standsingssteder fordelt på 3 linjer, jf. citat til højere.

Fingerplanen regulerer, at erhvervsbyggerier på over 1.500 etagemeter skal placeres i et stationsnært kerneområde. Dermed kan etableringen af nye BRT-stationer gøre det muligt at placere større erhvervsbyggerier i et nyt område, der førhen ikke har haft status som stationsnært område.

I Fingerplanen afgrænses det stationsnære kerneområde til 600 meter. For nogle købstadsstationer samt Høje-Taastrup Station går grænsen ved 1.000 meter. De rådgivere, vi har interviewet, bekræfter, at de fleste virksomheder opfatter stationsnære placeringer som gangafstand til stationen, dvs. primært inden for 600 meter.

Stort udbud af stationsnære grunde

Med etableringen af Hovedstadens Letbane i Ring 3 kommer der et væsentligt forøget udbud af stationsnære arealer i en lang række af kommunerne i Københavns omegn. Samtidig er kontorbyggeriet historisk set relativt lavt, jf. side 6.

Lille effekt af, at BRT får status af stationsnærhed

Samlet set betyder det, at effekten af, at nogle af BRT-stationerne kan få status som stationsnært område, er meget begrænset. Der vil dog være enkelte steder, hvor det vil have betydning. Det kan fx være i områder, hvor de eksisterende virksomheder ønsker at lave større udvidelser, men som ikke har mulighed for det i dag.

Kapitel 4. § 11. 3) Stk. 3.

Som led i en forsøgsordning kan erhvervsministeren og transport-, bygge- og boligministeren godkende, at der afgrænses stationsnære kerneområder omkring standsningssteder for BRT-linjer (Bus Rapid Transit) fordelt på op til i alt 3 BRT-linjer i det indre og/eller ydre storbyområde med op til 3 standsningssteder pr. linje.

Uddrag fra Fingerplan 2019 Erhvervsstyrelsen 2019

Eksempel på stationsnære områder ved Høje Taastrup Station



Tema 6: Tryghed og byliv har stigende betydning

Tryghed og byliv i lokalområdet har stigende betydning

Blandt både virksomheder og indbyggere er værdien af et byliv i nærområdet stigende. Hvor nogle virksomheder før prioriterede at placere sig nær natur, er trenden nu klart i retning af det mere urbane miljø.

Mindre virksomheder placerer sig gerne steder, hvor de ligger i nærheden af andre virksomheder og eventuelt kan dele fælles faciliteter. Enten organiseret som en del af en samlet pakke, som man lejer sig ind i, eller fordi der er et nærmiljø med fx en café.

I den sammenhæng er det vigtigt, at de campuslignende fællesområder og de udendørsarealer, der skal bruges til at komme hen til den kollektive trafik, opleves trygge at færdes i. Også hvis man arbejder længe og færdes dér om aftenen.

Malmparken S-togsstation bliver fremhævet som et eksempel på et nærmiljø omkring en station, hvor bylivet er fraværende, og som kan føles utrygt i særligt ydertimerne.

Plan for kvartersudvikling er vigtig

En blandet by, hvor der både er erhverv og boliger, kan være med til at bidrage til byliv på forskellige tidspunkter af døgnet. Hvor det kan lade sig gøre i praksis, giver det mulighed for øget værdi for virksomhederne. Flere nævner som et eksempel på det modsatte etableringen af "Businessparks" i 80'erne.

Hvis et område skal få det maksimale ud af en ny BRT-station, kræver det, at der er en samlet plan for udviklingen af kvarteret eller området omkring stationen. Det kræver involvering af kommunen, der skal se på området samlet og ikke på enkelte matrikler.

Trivsel og tryghed bliver stadig vigtigere for virksomheder, så vi ser gerne et øget fokus på at skabe gode lokale kvarterer.

—
**Citat af Peter Ildal Nielsen
Direktør, Wilhborgs**

"Se og bliv set", det er et centralt princip. Det betyder, at man skal undgå blinde vinkler og mangel på indsyn.

—
**Citat fra 'Byplanlægning, der skaber tryghed'
Det Kriminalpræventive Råd og Trygfonden 2014**

Tema 7: Segmenter på ejendomsmarkedet

Storkøbenhavn kan groft opdeles i tre områder

Virksomheder ser ofte på lokaliteter i flere kommuner, ikke kun én. De ser generelt meget på pris og arbejdskraftopland, men andre parametre har også betydning – fx byliv og tryghed i lokalområdet, jf. side 11.

Når virksomheder skal vælge, hvor de vil placere sig i København, er det groft opdelt tre områder, der internt konkurrerer med hinanden:

1. Københavns og Frederiksberg Kommuner
2. Nordlige del omkring Lyngby
3. Vestlige del fra Gladsaxe til Ishøj.

Boliger til 'affordable living'-segmentet

Uden for det centrale København er der særlig vækst i segmentet 'affordable living'. Det dækker over boliger for lavere indkomster, der har god beliggenhed og gode trafikale forbindelser, men til en lavere pris. Boligmarkedet er generelt i vækst, jf. side 6, og det er særligt dette segment, der vil være relevant for områderne nær nye BRT-stationer.

Tiltrækning af unge fra centrum af København

Fleere af de interviewede peger særligt på, at det kan være en udfordring at tiltrække unge nyuddannede. Mange unge bor i Københavns centrum, når de bliver færdiguddannede. Det gælder bl.a. dem, der uddannes fra universiteterne. Få af dem har bil, og her spiller gode kollektive forbindelser en vigtig rolle.

Fleere virksomheder vælger således placeringer, der sikrer, at det er nemt og attraktivt at tiltrække de unge talenter. Det kan BRT-forbindelser potentielt understøtte.

Typiske lejepriser for kontor, kr. pr. m² (ekskl. driftsomkostninger og skatter)¹



Kilde: ¹ Copenhagen Property Market Report 2020 (Colliers International 2020).

Tema 8: Hvor er BRT mest oplagt?

Forbindelser ind mod Københavns centrum vigtigst

Når virksomheder skal vælge placering, er lokaliteter med direkte og hurtige forbindelser til Københavns centrum vigtigst. Generelt er placeringer ved knudepunkter, hvor der er gode forbindelser til mange områder, det mest attraktive. Og særligt, hvis der også er gode motorvejsforbindelser.

BRT-forbindelser, der går på tværs af "fingrene", øger sammenhængen i den kollektive trafik, mens de BRT-stationer, hvor der ikke er direkte forbindelser til Københavns centrum, vil få en sekundær attraktivitet.

'Last mile' et par km fra stationen

Flere af de interviewede ser oplagte muligheder i at etablere BRT som 'last mile'-forbindelser, der sikrer en god opkobling på S-togsnettet op til et par km fra stationen. Særligt, hvis det understøttes af gode omstigningsforhold mellem BRT og S-tog og høj regularitet, så de rejsende kan være sikre på at nå forbindelsen videre.

Enkelte giver dog udtryk for, at de ser mere perspektiv i BRT over længere afstande, der sikrer høj hastighed til flere knudepunkter.

Områder med dårlig kollektiv betjening i dag

Samstemmende peger de interviewede på, at BRT er mest oplagt i de områder, der i dag har en dårlig kollektiv betjening, og som allerede i dag har mange arbejdspladser. Eventuelt steder, hvor der er mulighed for yderligere fortætning. Konkrete steder, der nævnes, er bl.a. opkobling til Høje Taastrup Station (400S), Nærum (150S) eller de dele af Rødovre, der ligger et stykke væk fra Rødovre Station (200S).

Case Høje Taastrup

"Vi fremviste et kontordomicil i Høje Taastrup til en virksomhed, men det blev fravalgt, da det lå mere end 1 km fra stationen. Den eksisterende busrute til stationen talte ikke med for virksomheden. I stedet fandt vi et andet lejemål til dem.

—
Citat fra rådgiver

BRT som last mile et par km fra stationen - det vil jeg meget gerne købe ind på.

—
*Citat fra Lau Melchiorsen
Partner, Colliers*

Tema 9: Parkering

Stigende behov for parkeringspladser

Flere virksomheder oplever et stigende behov for parkeringspladser. Det er bl.a. drevet af et øget bilejerskab og øget brug af storrumskontorer, der medfører flere ansatte pr. m². En af de interviewede nævner således, at hvor der før var ca. 25 m² pr. medarbejder, er der i dag ca. 10-15 m² pr. medarbejder.

I takt med at finansieringsudgifterne er faldet pga. lavere renter, udgør grundskylden, der betales i forhold til grundarealet, en større andel af samlede udgifter. Jo flere parkeringspladser, jo mere areal er nødvendigt.

Øgede muligheder for betalingsparkering

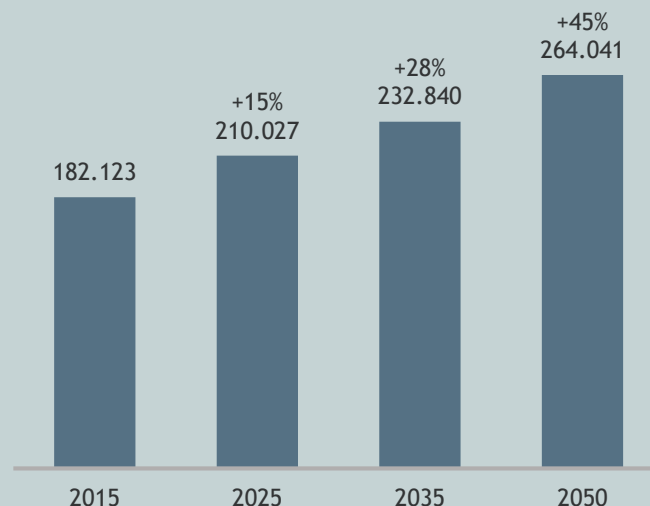
Lejeprisen for kontorer afhænger typisk af antallet af parkeringspladser, som virksomhederne vil have stillet til rådighed. I dag afregnes der sjældent særskilt for parkeringspladser, men der er en bevægelse i markedet henimod det. Virksomheder vil gerne have fleksibilitet, så de kan regulere antallet af parkeringspladser, i takt med at medarbejderstaben ændres.

BRT kan måske reducere parkeringsomkostninger

I det omfang BRT kan medvirke til at flytte pendlere over i den kollektive trafik, vil det medføre et mindre behov for medarbejderparkeringspladser. Det kan give besparelser til både anlæg, drift og vedligeholdelse. Det koster således ca. 25-75.000 kr. at anlægge en parkeringsplads på bar mark, og væsentligt mere, hvis den skal anlægges i konstruktion.

Ved nybyggeri kan der desuden potentielt bygges flere etagemeter bolig eller kontor, hvis der kan spares parkeringspladser. Det giver et merprovenu. Flere af de interviewede udtrykker dog skepsis for, om det vil være muligt at overflytte bilister til BRT i nævneværdigt omfang.

Forventet vækst i antal biler i Københavns omegn¹²



Kilde: ¹ Fremskrivning af antal personbiler er baseret på beregningsforudsætninger til opdatering af Metroselskabets passagerprognose til langtidsbudget 2017 (Christian Overgård Hansen 2017).

Note: ² Københavns omegn dækker over kommunerne Albertslund, Ballerup, Brøndby, Gentofte, Gladsaxe, Glostrup, Herlev, Hvidovre, Høje-Taastrup, Ishøj, Lyngby-Taarbæk, Rødovre og Vallensbæk.

Tema 10: Medfinansiering

Mulighederne for medfinansiering er øget

Den 5. marts 2019 blev loven om trafiksselskaber ændret, så det nu er muligt, at private virksomheder kan yde tilskud til nye ruter til og fra virksomheden. Eller tilskud til at øge antallet af afgang på eksisterende ruter, jf. uddrag af lovtæksten til højre.

Derudover er det muligt, at private grundejere bidrager til dele af infrastrukturen i forbindelse med et BRT-anlæg, fx en stiforbindelse fra virksomheden til BRT-stationen.

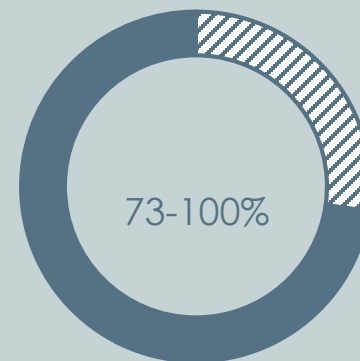
Interessen for medfinansiering er til stede

Blandt alle de interviewede er holdningen, at en BRT-station lige ude for døren af en ejendom vil bidrage til at gøre ejendommen mere attraktiv for lejere.

Både pensionskasserne og de andre interviewede var positivt indstillede over for at diskutere mulighederne for, at de medfinansierer dele af en ny BRT-linje.

Det kan både være i forbindelse med eksisterende ejendomme, men også i forbindelse med udvikling af nye ejendomme eller områder. Ved udvikling af nye områder er der desuden mulighed for at indtænke BRT-stationen direkte i designet af området, så rejseoplevelsen forbedres.

Uanset hvordan BRT-anlægget udarbejdes, afhænger lysten til at medfinansiere af udbyttet for dem, der leverer medfinansieringen. I jo højere grad man kan skabe værdi for virksomhederne, jo større er potentialet for medfinansiering. Eksempelvis nævner en af de interviewede, at man i forbindelse med BRT-stationen kan markedsføre virksomheden.



**Er positivt indstillet
over for medfinansiering¹**

§ 3 b. Private virksomheder kan efter aftale med et trafiksselskab yde et tilskud til nye ruter eller ekstra afgang på eksisterende ruter til og fra virksomheden. Tilskuddet skal dække alle omkostninger forbundet hermed.

**Uddrag fra 'Lov om ændring af lov om trafiksselskaber og jernbaneloven'
LOV nr. 206 af 05/03/2019**

Note: ¹Intervallet afspejler, at 8 ud 11 interviewpersoner har svaret.

INCENTIVE