

Introduktion fra kommunaldirektør Morten Winge:

Den overordnede plan og vision fra Glostrup kommune.

Kort gennemgang af de andre gruppers opgaver og strukturen for arbejdet.

► Præsentation af deltagerne og præsentation af grupperådgiveren reteam v. Kathrine Heiberg.

Oplæg ved reteam med temaet: Hvad skal der til for at skabe liv og puls i en by i bred forstand?

Trenddiskussion: hvor vigtigt er restauranter, cafeer og underholdning for en by?

Er der forskelle på behov og ønsker i dag og om 5 år?

Hvordan ser udbuddet ud i Glostrup i dag – gennemgang af reteam's registrering af udbuddet

Forberedelse til næste møde

Afslutning – kommentarer

## Start

Founded in 2001 by Kathrine Heiberg and Lasse Brodén. reteam has worked with more than 70 retail destinations from 2.000 sqm to more than 100.000 sqm retail. Jacques Sinke is since December 2013 ceo for reteam international.

## What we do

Based on our consumer understanding and retail experience we deliver competitive and sustainable solution for retail properties.

## Global

We work all over the world. Our head office is in Copenhagen, Denmark, and we have local offices in Canada, The Netherlands, Poland and Sweden.

## Basic philosophy

We develop desirable retail destinations.


## Research products

mind16®, replacemaking©, retail research©

## Contact

Kathrine Heiberg  
Tel +45 2991 5089  
Mail: kh@reteamgroup.com





Introduktion fra kommunaldirektør Morten Winge:

Den overordnede plan og vision fra Glostrup kommune.

Kort gennemgang af de andre gruppers opgaver og strukturen for arbejdet.

Præsentation af deltagerne og præsentation af grupperådgiveren reteam v. Kathrine Heiberg.

► Oplæg ved reteam med temaet: Hvad skal der til for at skabe liv og puls i en by i bred forstand?

Trenddiskussion: hvor vigtigt er restauranter, cafeer og underholdning for en by?

Er der forskelle på behov og ønsker i dag og om 5 år?

Hvordan ser udbuddet ud i Glostrup i dag – gennemgang af reteam's registrering af udbuddet

Forberedelse til næste møde

Afslutning – kommentarer

# Hvad skal der til for at skabe liv og puls i en by?

Vi bliver glade af at se på andre mennesker og være med andre mennesker.

For at skabe liv og puls i en by må man derfor skabe rammer som gør at mennesker føler sig godt tilpas.

Der er 5 kriterier som skal være opfyldt for at vi føler os godt tilpas/lykkelige:

1. Man er tryk
2. Man har sin integritet
3. Man udvikles
4. Man føler man hører til
5. Man behøves

De første 3 kriterier får de fleste opfyldt i Glostrup, i hvert tilfælde på et rimeligt niveau.

Med hensyn til de sidste to kriterier kan bymidten erobre en central plads. Lykkes bymidten med at skabe rammerne, så borgerne føler at de hører til og at andre behøver dem, vil de helt automatisk ofte tage beslutningen om at befinde sig i bymidten – den kemiske reaktion som ske i kroppen når vi føler velbehag er vanedannende og opererer direkte i underbevidstheden.



# Hvad skal der til for at skabe liv og puls i en by?

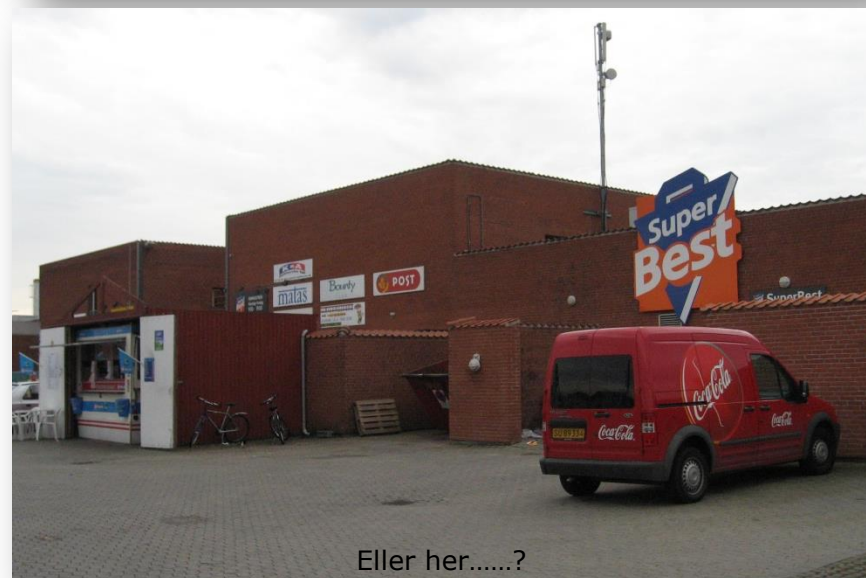
## At høre til

Det tager ikke lang tid fra man er flyttet ind til man bliver genkendt i det lokale supermarked. Og efter den første klipning hos en ny frisør smiler de til en gennem ruden når man går forbi.

Mennesker er sociale væsner, kontakten og accepten af andre i flokken gør os glade. Der findes naturligvis forskellige grader af hvor meget socialt samvær vi vil ha, men bekræftelsen af at tilhøre en eller flere sociale strukturer gør at vi føler os godt tilpas.

Bymidten er et naturligt sted for ovenstående, men det kræver at vi har lyst til at handle der, at strukturen på gader og strøg tillader os at se andre og selv blive set. Butikker og service skal være i takt med tiden i forhold til de referencer man får fra de store byer – København/London osv.

Når man er på en plads, spejler man sig i den og pladsen spejler sig i menneskerne som er der. Skal man ha lyst at være i bymidten, må den være en refleksion over en selvopfattelse eller aspiration.



# Hvad skal der til for at skabe liv og puls i en by?

At man behøves

”Jeg vil bare gerne ha et job, livet er blevet så kedeligt, det var meget sjovere da jeg stadig gik på arbejde”, var der en pensionist som sagde til mig forleden. Han har en god økonomi, en smuk kone og et godt helbred. Men ingen behøver ham længere.

Småbørnsfamilierne har alt for lidt tid, pensionærerne har for meget. Der findes altid mennesker som har brug for hjælp. Udfordringen er at koble dem sammen – at skabe en relation som er tryk og hvor begge parter har lyst at gi og ta imod.

En bymidte er et godt udgangspunkt. Man har ofte mere tillid til dem der bor rundt om hjørnet, man har fælles referencer og bekendte. Og drikker man kaffe på den samme café er det skridtet fra et opslag på væggen til kontakt ikke langt.

Det er ikke bare mennesker med tid over som vil føle at de behøves. I princip vil alle det, i sær hvis det ikke er for besværligt. Det er derfor TV-galaer kan indsamle millioner. En SMS og vi har det lidt bedre med os selv.

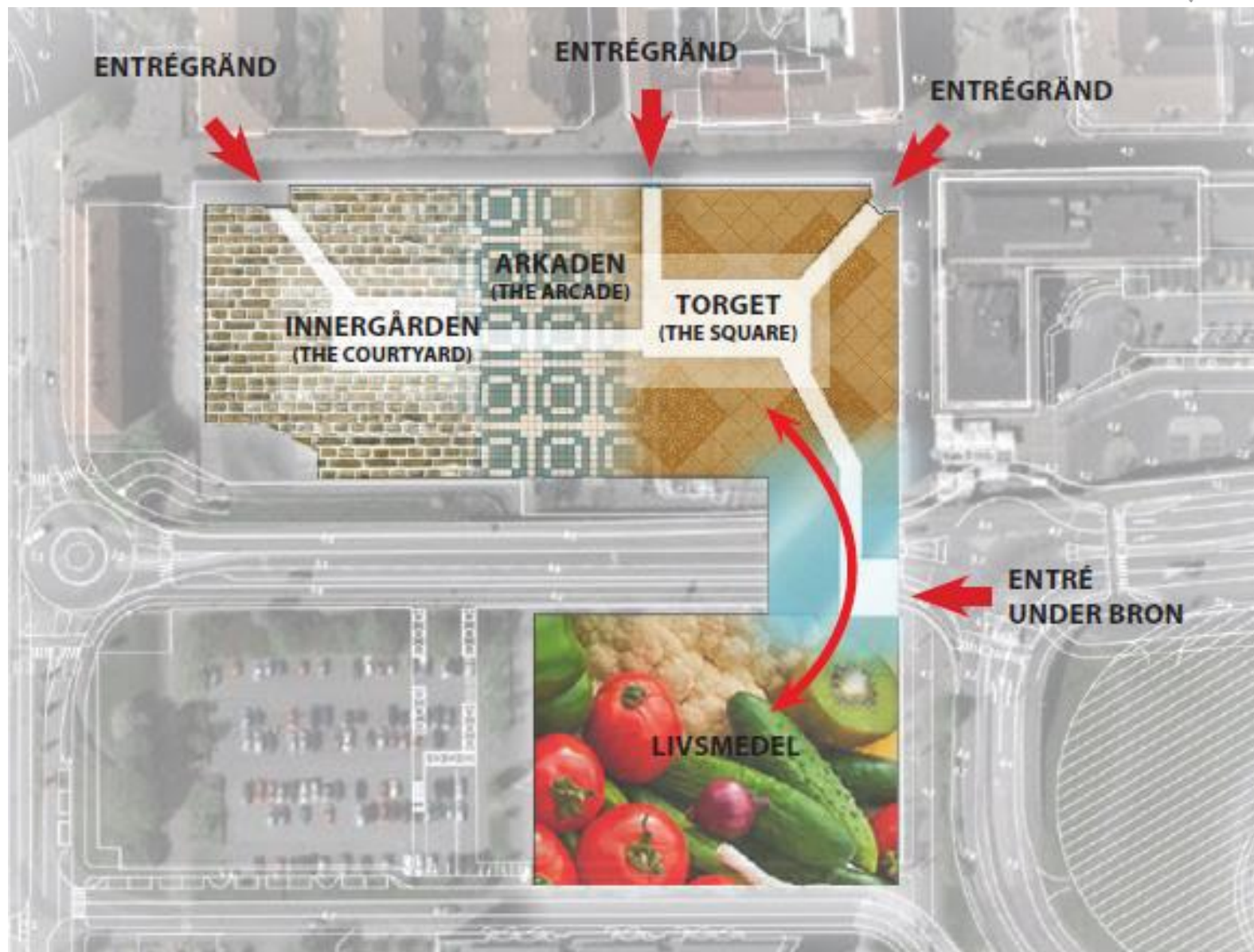
I Sienna i Italien er der hestevæddeløb hver sommer. Hver bydel kæmper mod de andre. Det er dyrt og derfor mødes man en gang i ugen og spiser aftensmad sammen, overskuddet går til væddeløbet.

Man kunne samle penge ind til hvad som helst, Syrien, udsmykning af parken, fodboldudstyr til juniorerne osv. Hovedsagen er at man behøves. Samtidigt udvider man sit netværk til andre borgere, hvilket gør det sjovere at være i Glostrup. En positiv bi effekt, som bliver til selve formålet når man vil skabe liv og puls i byen.



Sienna. Gemensam middag i en "contrada"














Introduktion fra kommunaldirektør Morten Winge:

Den overordnede plan og vision fra Glostrup kommune.

Kort gennemgang af de andre gruppers opgaver og strukturen for arbejdet.

Præsentation af deltagerne og præsentation af grupperådgiveren reteam v. Kathrine Heiberg.

Oplæg ved reteam med temaet: Hvad skal der til for at skabe liv og puls i en by i bred forstand?

► Trenddiskussion: hvor vigtigt er restauranter, cafeer og underholdning for en by?  
Er der forskelle på behov og ønsker i dag og om 5 år?

Hvordan ser udbuddet ud i Glostrup i dag – gennemgang af reteam's registrering af udbuddet

Forberedelse til næste møde

Afslutning – kommentarer

Why are people here?

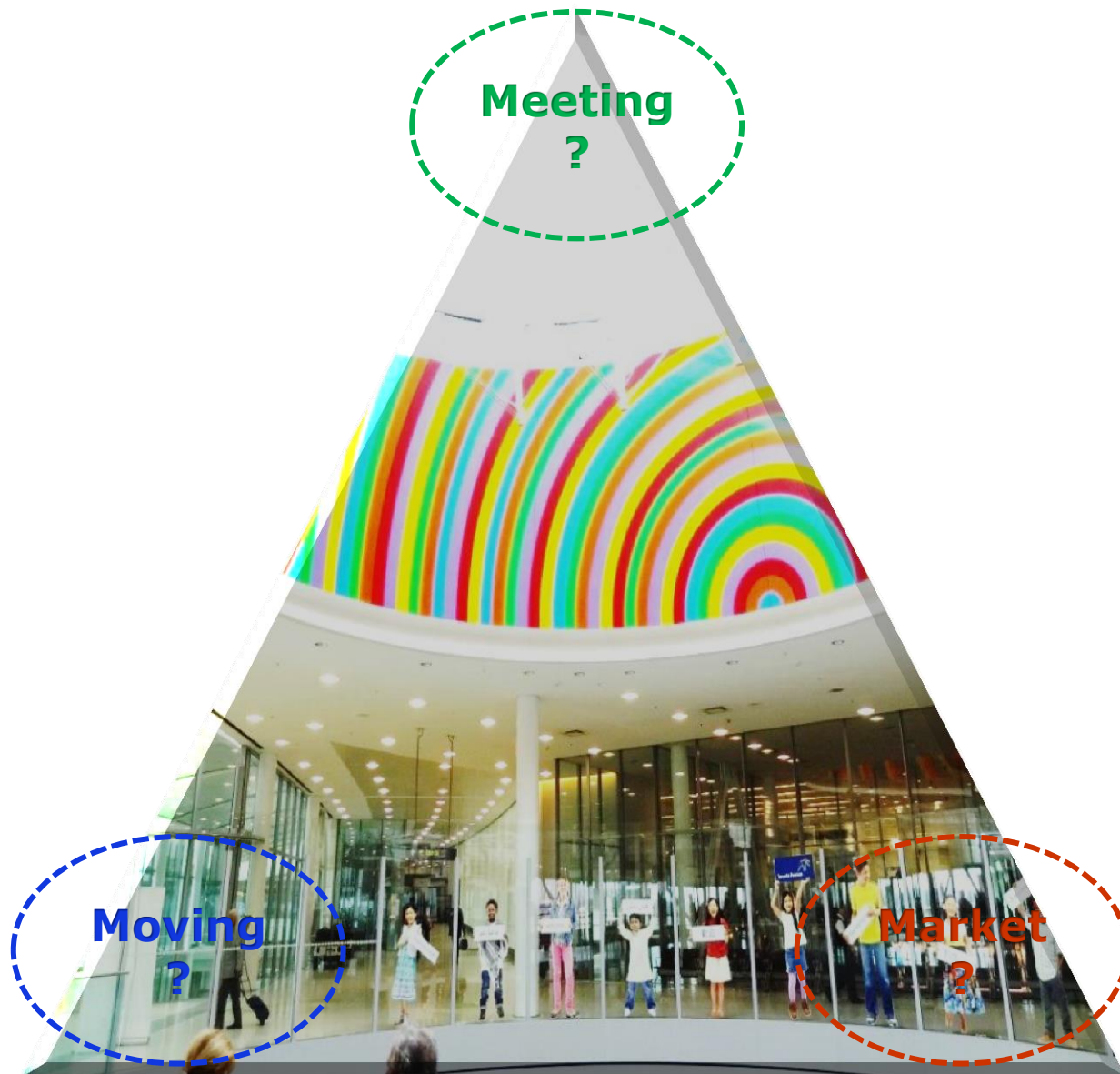
There are three reasons for people to be at a public space, meeting, moving or market.

Meeting covers all kind of social activity. It can be a restaurant, but it can also be a meeting spot. You can be out to meet a friend or hope to make contact with people you don't know yet. Or you use the space as your third place, a place with no obligations or people who tell you what you should do. (Home and work being first and second place).

Moving is when you are at a location on the way to some other place. Your first priority is to pass the place as easy as possible.

Market is when you are in a place because you want to shop.

Each combination of reasons to be at a marketplace ask for individual solutions with regard to store mix, master planning and design.



Mall	Meeting %	Market %	Moving %	Other %
1	32	24	42	2
2	18	64	15	4
3	7	72	9	11
4	24	69	0	7
5	2	92	2	3



Hvad behøver disse tre personer købe de næste 12 måneder?



Kategori	Mor Behov	Datter Behov	Barnebarn Behov
1. Accessories	Nej	Nej	Nej
2. Cosmetics/Care/ Hair	Ja	Ja	Ja
3. Electronics	Nej	Nej	Nej
4. Entertainment*	Nej	Nej	Nej
5. Fashion	Nej	Nej	Ja
6. Food	Ja	Ja	Ja
7. Food Service	Nej	Nej	Nej
8. Home	Nej	Nej	Ja
9. Jewelry / Watches	Nej	Nej	Nej
10. Lingerie	Nej	Nej	Nej
11. Media	Ja	Ja	Ja
12. Optic	Nej	Nej	Nej
13. Others	Nej	Nej	Nej
14. Service	Ja	Ja	Nej
15. Shoes	Nej	Nej	Ja
16. Sport	Nej	Nej	Ja
17. Children	Nej	Ja	Ja
<b>Antal Ja</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>9</b>

Hvorfor køber de formentlig noget alligevel?





# Behov og ønsker næste 12 måneder



Category	Mor Behov	Mor Ønsker	Datter Behov	Datter Ønsker	Barnebarn Behov	Barnebarn Ønsker
1. Accessories	Nej	Ja	Nej	Ja	Nej	Nej
2. Cosmetics/Care/ Hair	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej
3. Electronics	Nej	Nej	Nej	Ja	Nej	Ja
4. Entertainment*	Nej	Ja	Nej	Ja	Nej	Ja
6. Fashion	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej
9. Food	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
10. Food Service	Nej	Ja	Nej	Ja	Nej	Ja
11. Home	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej
12. Jewelry / Watches	Nej	Ja	Nej	Ja	Nej	Nej
13. Lingerie	Nej	Ja	Nej	Ja	Nej	Nej
14. Media	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
15. Optic	Nej	Ja	Nej	Ja	Nej	Nej
16. Others	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej
17. Service	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej
18. Shoes	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej
19. Sport	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja
20. Children	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
<b>Antal Ja</b>	<b>4</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>16</b>	<b>9</b>	<b>7</b>

Average Spending Power	921
Median Spending Power	500

Spending Power	
Currency	DKK
1 - 100	4,69%
101 - 300	35,94%
301 - 500	11,46%
501 - 1000	14,58%
1001 - 5000	29,69%
5001 - 10000	3,65%



Vi har spurgt om følgende: Hvor meget kan du købe for uden at spørge nogen, hvis du ser noget i dag som du ikke har planlagt at købe, men som du rigtig gerne vil have?

Gennemsnittet på 921 kr. er ganske højt og der er 30% som kan spontanshoppe for over 1000 kr. Men samtidig er der 35% som har mellem 100 og 300 kr.

Det stiller krav til butiksmikset, det er vigtigt at alle kan købe lidt ekstra med hjem hvis lysten skulle komme over dem, samtidig som Frihedens Butikscenter ikke skal fremstå som et discount center. Lokale multibrand butikker er en måde at få et bredt prisniveau selvom der er et begrænset antal butikker til rådighed.

Til sammenligning er gnsn. på ovenstående spørgsmål i Vanløse 846 kr., Holte Midtpunkt 1026 kr., Roskilde 1185 kr., Horsens 707 kr.

Average Spending Power	1026
Median Spending Power	500

Spending Power	
Currency	DKK
1 - 100	2%
101 - 300	31%
301 - 500	15%
501 - 1000	21%
1001 - 5000	28%
5001 -	3%




Vi har spurgt om følgende: Hvor meget kan du købe for uden at spørge nogen, hvis du ser noget i dag som du ikke har planlagt at købe, men som du rigtig gerne vil have?

Gennemsnittet på 1026 er ganske højt og det er meget få som slet ikke har nogen penge til spontan shopping. Hver tredje kunde kan bruge over 1.000 kr. 12% siger 2.000 kr. eller mere. Der er grundlag multibrands butikker med meget bredt prisspektrum.

Deler man svarene op i henholdsvis mænd og kvinder har mændene i gnsn. 1729 kr. og kvinderne har 956 kr. til spontan shopping. De unge har færre penge til rådighed end de ældre.

Detailhandlerne både inde og uden for Holte Midtpunkt har samstemmende fortalt, at der er meget stor spredning på, hvor mange penge folk har; og dem der har penge holder fast i dem. Måske fordi husene i Holte og Søllerød er ganske dyre.

Til sammenligning er gnsn. på ovenstående spørgsmål i Vanløse 846 kr., Friheden 921 kr., Roskilde 1185 kr., Horsens 707 kr.



Introduktion fra kommunaldirektør Morten Winge:

Den overordnede plan og vision fra Glostrup kommune.

Kort gennemgang af de andre gruppers opgaver og strukturen for arbejdet.

Præsentation af deltagerne og præsentation af grupperådgiveren reteam v. Kathrine Heiberg.

Oplæg ved reteam med temaet: Hvad skal der til for at skabe liv og puls i en by i bred forstand?

Trenddiskussion: hvor vigtigt er restauranter, cafeer og underholdning for en by?

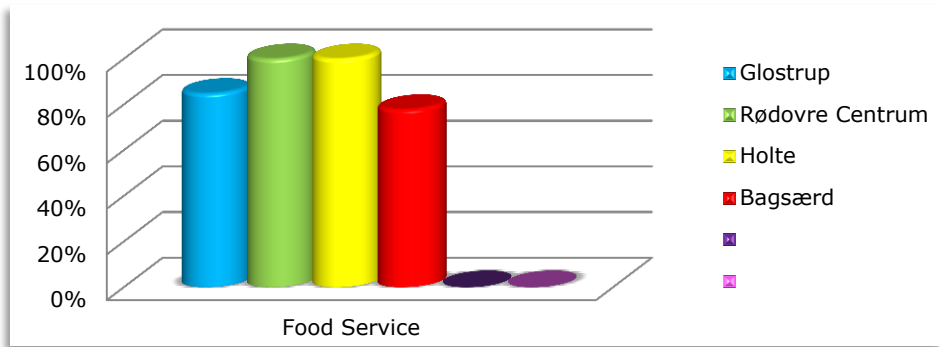
Er der forskelle på behov og ønsker i dag og om 5 år?

► Hvordan ser udbuddet ud i Glostrup i dag – gennemgang af reteam's registrering af udbuddet

Forberedelse til næste møde

Afslutning – kommentarer





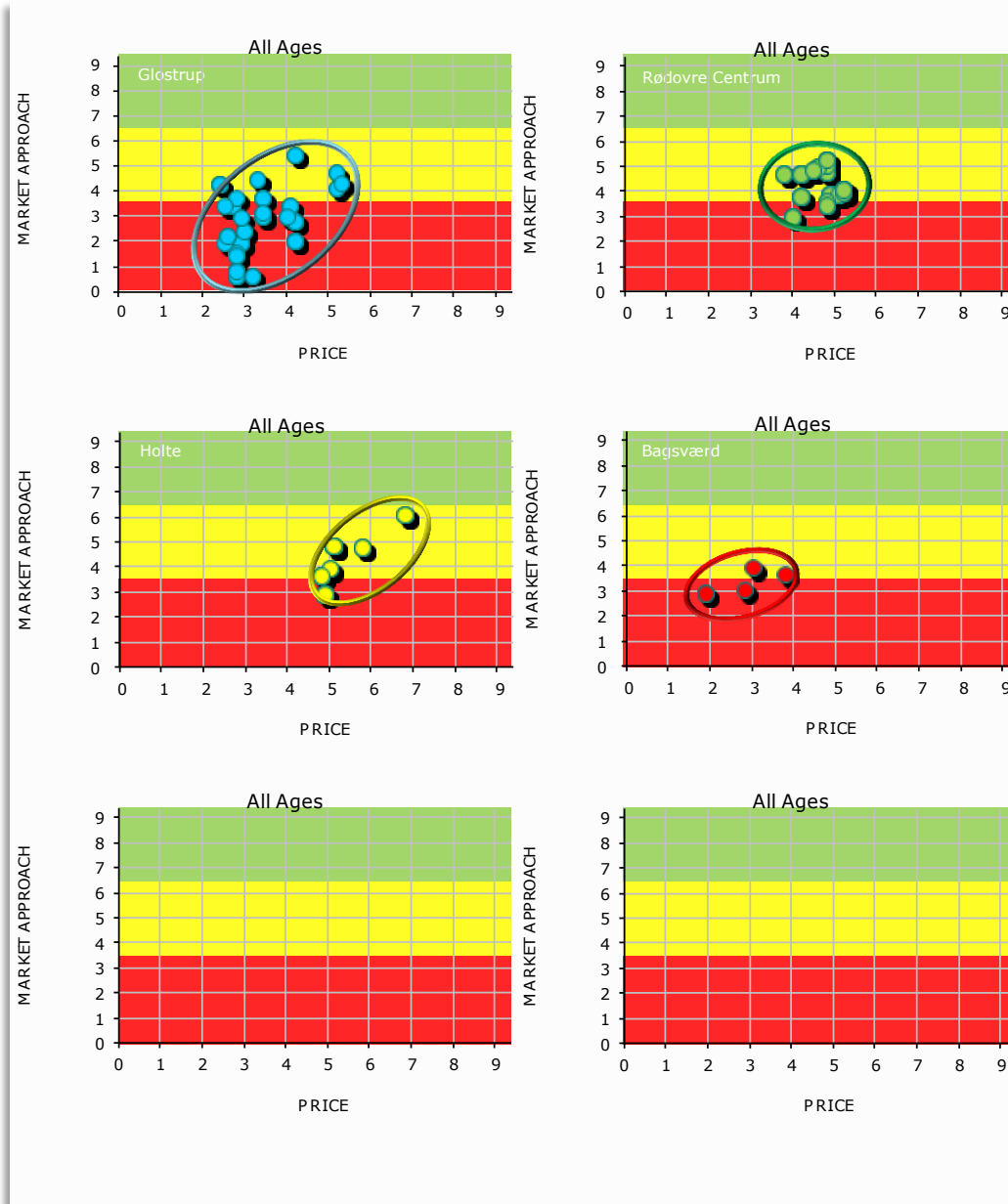
**Price:** Prisen er ganske lav og afspejler et udpræget "to go" udbud af mad. Både Holte og Rødovre Centrum har et væsentligt højere prisniveau.

**Market Approach:** Mange lejere behøver løfte deres market approach for at blive attraktive steder at mødes, spise og drikke. Den højeste markeds approach findes i Glostrup Centret.

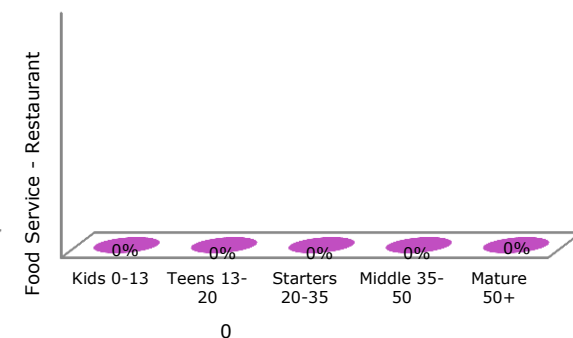
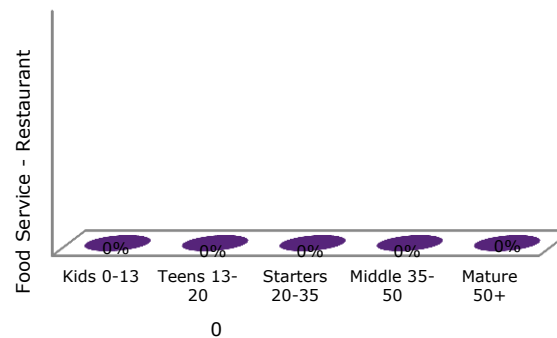
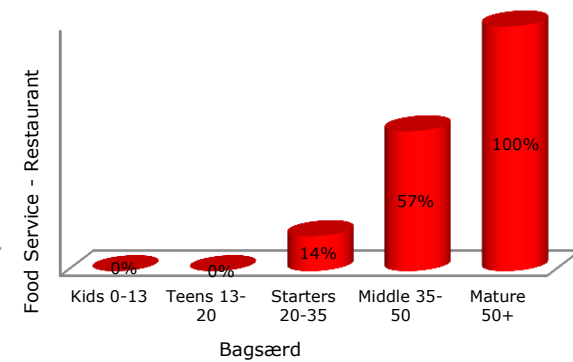
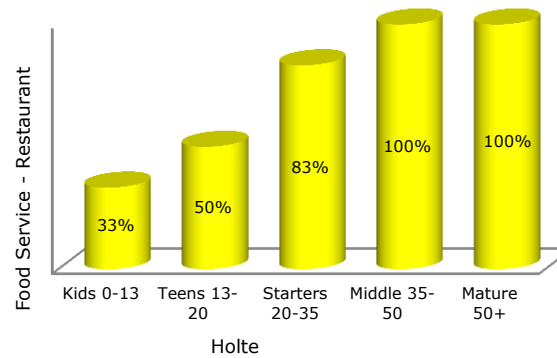
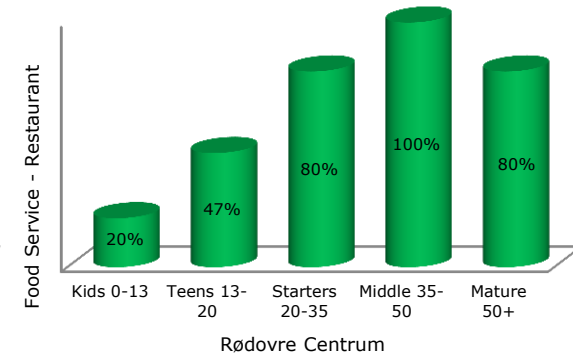
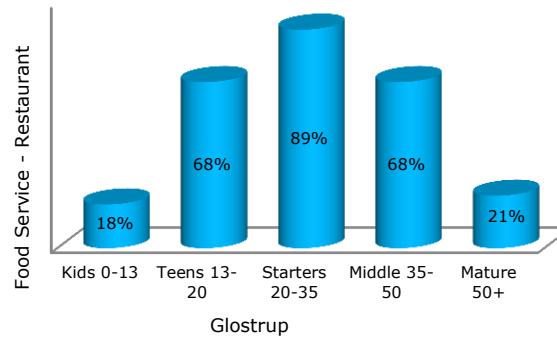
**Strategy:** Forbedre marked approachen. Udvide bredden i prisniveauet.

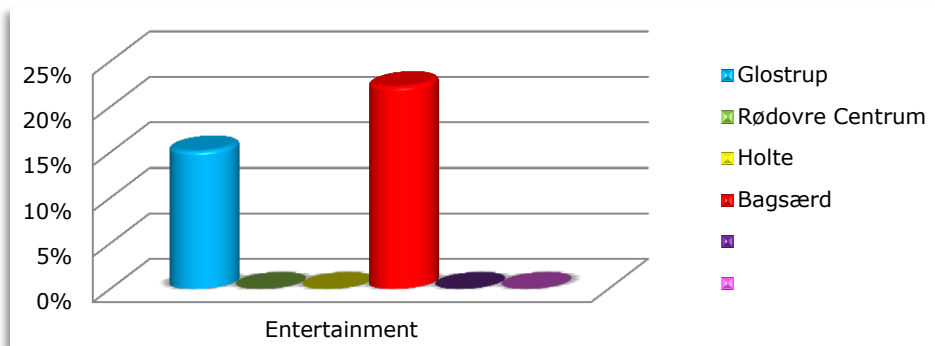


**Sample stores:** Lokale og kæder.



Fin aldersspredning i udbuddet i Glostrup.





**Representation:** Entertainment kan være meget andet end en lejer. Det kan være installationer i en park, events osv.

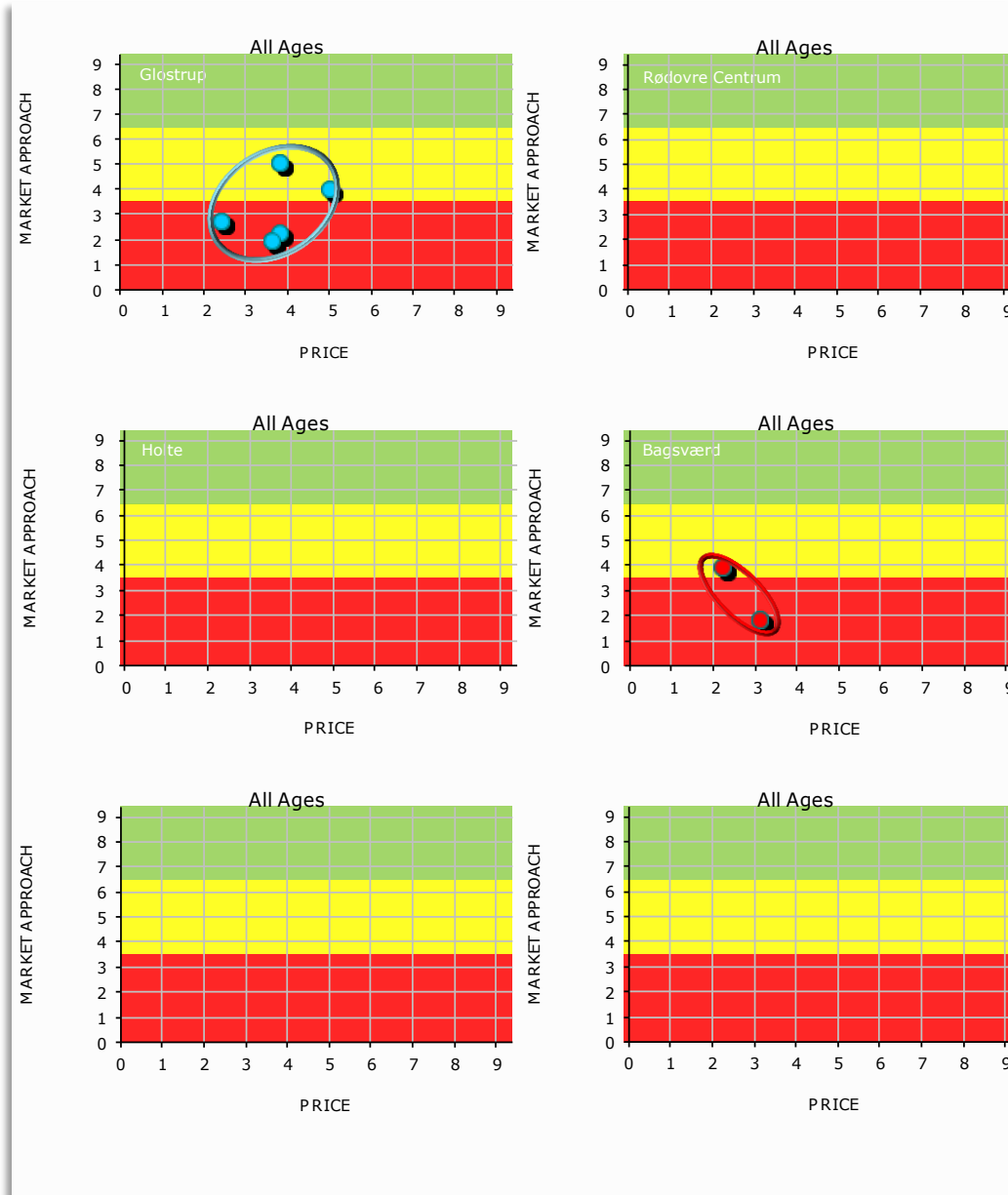
**Price:** Prisniveauet er lige under middel.

**Market Approach:** Market approachen er acceptable hos halvdelen, den anden halvdel bør forbedre sin market approach.

**Strategy:** Glostrup behøver udvikle sit byliv – ting man kan gøre eller se på når man er i byen. Det første skridt er at udvikle rammerne for aktiviteterne, så man oplever at Glostrup har et centrum/en bymidte som er attraktiv.

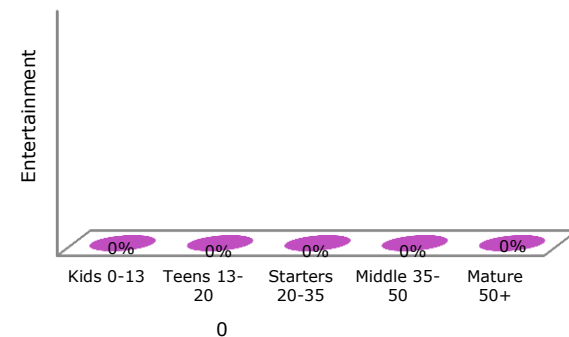
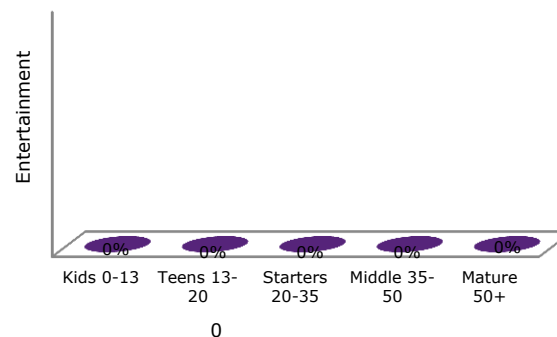
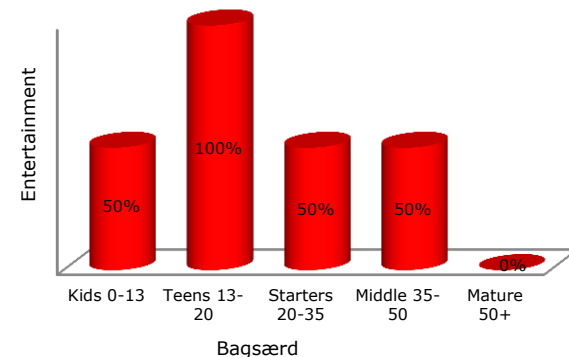
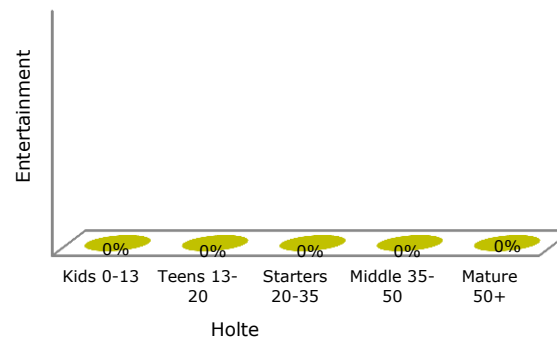
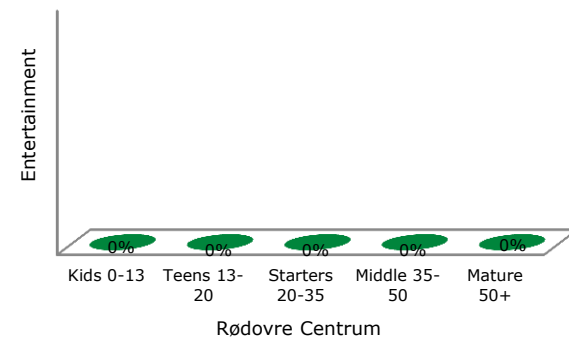
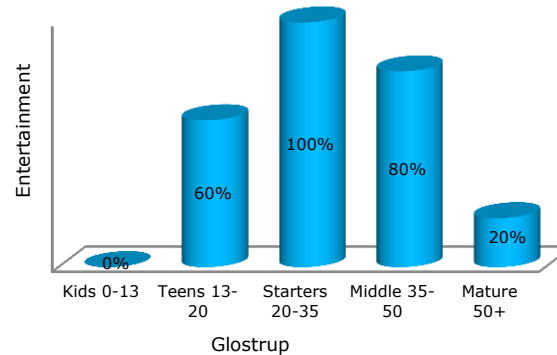



**Sample activities:** Festivals, competitions, concerts, installations for fitness, sound installations etc





Ingen forlystelser for børn.





Introduktion fra kommunaldirektør Morten Winge:

Den overordnede plan og vision fra Glostrup kommune.

Kort gennemgang af de andre gruppers opgaver og strukturen for arbejdet.

Præsentation af deltagerne og præsentation af grupperådgiveren reteam v. Kathrine Heiberg.

Oplæg ved reteam med temaet: Hvad skal der til for at skabe liv og puls i en by i bred forstand?

Trenddiskussion: hvor vigtigt er restauranter, cafeer og underholdning for en by?

Er der forskelle på behov og ønsker i dag og om 5 år?

Hvordan ser udbuddet ud i Glostrup i dag – gennemgang af reteam's registrering af udbuddet

► Forberedelse til næste møde

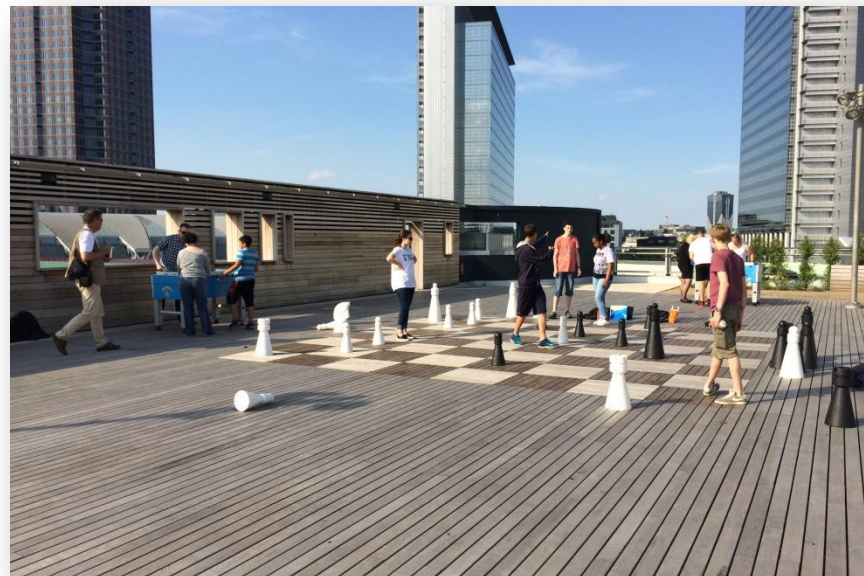
Afslutning – kommentarer


Scenarie:

Du bor i Glostrup. Du kan have familie, bo alene eller i kollektiv.

Skriv et brev/indtal på snap talk/uploaded på Youtube/lav et diagram/etc. till din søster/fætter om hvad du gjorde den 23. maj 2025.

Ha det med på næste møde.





Introduktion fra kommunaldirektør Morten Winge:

Den overordnede plan og vision fra Glostrup kommune.

Kort gennemgang af de andre gruppers opgaver og strukturen for arbejdet.

Præsentation af deltagerne og præsentation af grupperådgiveren reteam v. Kathrine Heiberg.

Oplæg ved reteam med temaet: Hvad skal der til for at skabe liv og puls i en by i bred forstand?

Trenddiskussion: hvor vigtigt er restauranter, cafeer og underholdning for en by?

Er der forskelle på behov og ønsker i dag og om 5 år?

Hvordan ser udbuddet ud i Glostrup i dag – gennemgang af reteam's registrering af udbuddet

Forberedelse til næste møde

► Afslutning – kommentarer