



Detailhandelen og bymidterne

- Udvikling og udfordringer

Maj 2017

Detailhandelen og bymidterne

- Udvikling og udfordringer

Maj 2017

Rapporten er udarbejdet med økonomisk støtte fra Realdania.

Rapporten er udarbejdet af ICP A/S i samarbejde med en følgegruppe bestående af tre medarbejdere fra Realdania, Mikkel Suell Henriques, Claus Ravn samt Karen Skou.

© ICP A/S

Institut for Center-Planlægning

INDHOLDSFORTEGNELSE

• 1. Forord	3
• 2. Udviklingsmuligheder og kommunal planlægning	5
– Butiksstrukturens udvikling	6
– Forskellige faktorerers betydning	8
▪ Planloven	9
▪ Lov om butikstid	11
▪ Kædedannelse	11
▪ Internationalisering	12
▪ Forbrugeradfærd	12
– Koncentration eller spredning	14
▪ Udflytning af dagligvarebutikker	14
▪ Bymidter og aflastningsområdet	15
• 3. Detailhandelens udvikling 1969-2016	19
– Den generelle udvikling	20
– Dagligvarebutikkernes udvikling	22
▪ Antallet	23
▪ Omsætningen	25
▪ Dagligvarearealet	27
– Dagligvarebutikker i forskellige bystørrelser	28
▪ Byer med over 75.000 indbyggere	31
▪ Byer med 45-75.000 indbyggere	32
▪ Byer med 25-45.000 indbyggere	33
▪ Byer med 15-25.000 indbyggere	34
▪ Byer med 8-15.000 indbyggere	35
▪ Byer med 4-8.000 indbyggere	36
▪ Byer med 2.500- 4.000 indbyggere	37
▪ Byer med under 2.500 indbyggere	38
– Dagligvarebutikkernes udbredelse i byerne	39
– Udvalgsvarebutikkernes udvikling	43
▪ Antallet af udvalgsvarebutikker	43
▪ Det samlede bruttoareal til udvalgsvarebutikker	44
▪ Det gennemsnitlige bruttoareal til udvalgsvarebutikker 1999-2014	45

– 4. Udvikling i 15 udvalgte byer	47
– Udvælgelse af byer	48
– Shopping Index	50
– Udviklingen i de 15 eksempelbyer	55
– Aarhus	55
– Kolding vs. Vejle	57
– Næstved vs. Hillerød	61
– Ringsted vs. Middelfart	65
– Ribe vs. Vejen	70
– Faaborg vs. Assens	74
– Holsted vs. Bogense	78
– Gjern vs. Bredebro	83
– 5. Bymidter og aflastningsområder	89
– Bymidter og aflastningsområder – 5 udvalgte byer	90
– Odense	91
– Esbjerg	92
– Randers	93
– Kolding	94
– Næstved	95
Bilag 1: Metode	97
Bilag 2: Branchefortegnelse	99
Bilag 3: Oversigt over store dagligvarebutikker	105
Bilag 4: Ordliste	107



1. Forord

Realdania har bedt Institut for Center-Planlægning (ICP) om at beskrive og vurdere detailhandelens udvikling i forhold til udviklingen i bymidterne i Danmark på baggrund af eksisterende analyser og viden omkring detailhandelsforhold.

Detailhandelen har hidtil været den væsentligste driver for livet i de danske bymidter.

Ændrede indkøbsvaner, øget e-handel, forlængede åbningstider og etablering af relativt store butikker uden for bymidterne udfordrer bymidterne, som ikke kan fortsætte som tidligere.

Hertil kommer, at planloven i løbet af 1. halvår 2017 revideres på baggrund af et politisk forlig mellem Venstre, Socialdemokraterne, Dansk Folkeparti og det Konservative Folkeparti om Danmark i bedre balance i juni 2016.

Aftalen indebærer en række lempelser af planlovens detailhandelsbestemmelser, som bl.a. giver muligheder for at etablere og udvide aflastningsområder samtidig med, at den maksimale størrelse på dagligvarebutikker øges og den maksimale størrelsesbegrænsning for udvalgsvarebutikker helt ophæves.

Antallet af fysiske butikker har igennem en længere periode været faldende i Danmark. Især antallet af dagligvarebutikker er reduceret voldsomt, mens reduktionen i antallet af udvalgsvarebutikker har været mere moderat.

Undersøgelsen viser, at der generelt er en meget fin dækning med dagligvarebutikker i Danmark. Især er der sket en væsentlig stigning i antallet af discountbutikker og at det tilsyneladende er såvel små som store byer, der er velforsynet.

Endvidere viser sammenligningen af en række byer, at detailhandelen i byen vokser mest i de byer, der har koncentreret handelen i bymidten, hvorimod der er en forskydning af detailhandelen fra bymidten til aflastningscentre i de byer, der har valgt at etablere et aflastningscenter.

Da butikkerne generer den største personstrøm i vore byer, vil et fortsat fald i antallet af butikker kunne medføre betydelige ændringer i byernes attraktion med mærkbare konsekvenser for bymidterne.

Nærværende publikation beskriver bl.a. med baggrund i en række kommuners politik og beslutninger på detailhandelsområdet, hvorledes udviklingen er foregået over en årrække i en række danske byer.

Det er hensigten, at publikationen gennem en fakta baseret analyse giver et nøgternt indspil til debatten om, hvad vi vil med vore byer.

Det er vort håb, at kommunerne vil kunne benytte resultaterne af arbejdet som en del af grundlaget for at træffe beslutninger omkring butikernes fremtidige lokalisering, hvilket kan have vidtgående indflydelse på den fremtidige butiksstruktur og dermed om handelen lokaliseres i bymidten eller uden for bymidten.



2. Udviklingsmuligheder og kommunal planlægning



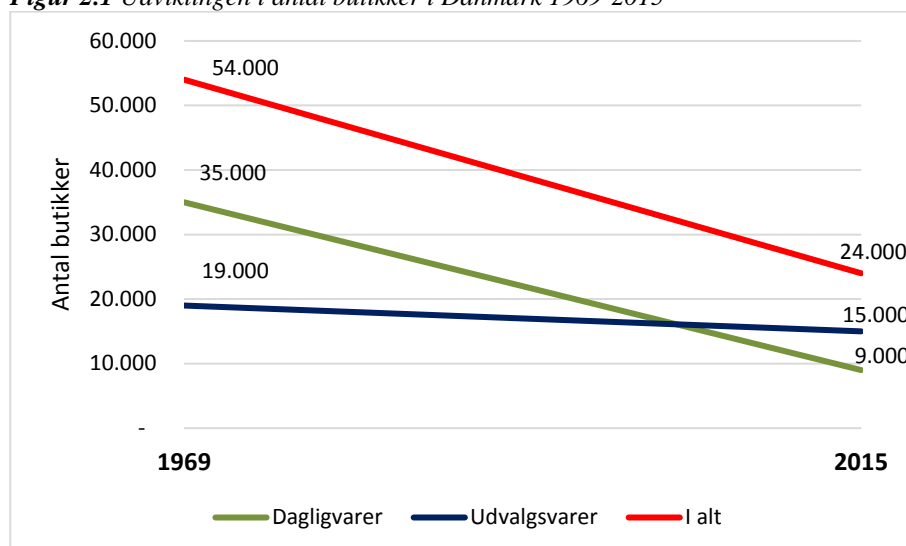
Butiksstrukturens udvikling

Antallet af dagligvarebutikker er de sidste 45 år faldet med 75 %

Antallet af dagligvarebutikker i Danmark er gennem de sidste 45 år blevet reduceret med knap 75 %.

Antallet af dagligvarebutikker i Danmark er faldet i takt med tilkomsten af selvbetjeningsbutikker som supermarkeder, varehuse og ikke mindst discountbutikker som erstatning for mindre købmændsbutikker og dagligvarespecialbutikker som ismejeri, ostehandel, slagter, fiskehandel samt bager.

Figur 2.1 Udviklingen i antal butikker i Danmark 1969-2015



Kilde: Danmarks Statistik

Tallene dækker over en betydelig udvikling, hvor der er blevet færre dagligvarebutikker, men hvor størrelsen på butikkerne til stadighed er vokset, så vi aldrig har haft så stort et areal til rådighed at handle på som nu.

En analyse af de store dagligvarebutikker (discountbutikker, supermarkeder, varehuse og hypermarkeder) i Jylland og på Fyn dækkende perioden 1998 – 2016 viser, at alle de undersøgte bystørrelser har fået flere store dagligvarebutikker.

I byer med op til 15.000 indbyggere har man typisk fået 15 – 20 % flere

Byerne har fået flere store dagligvarebutikker

store dagligvarebutikker i årene 1998 – 2016. Byer med 2.500 – 4.000 indbyggere har i 2016 i gennemsnit 2,5 store dagligvarebutikker, byer med 4 – 8.000 indbyggere har 4,2, mens byer med 8 – 15.000 indbyggere i gennemsnit har 6,9 store dagligvarebutikker.

I byer med 15 -25.000 indbyggere er antallet af store dagligvarebutikker blevet øget med 31 %, så hver by i gennemsnit i 2016 har 11 store dagligvarebutikker, mens byer med 25 – 45.000 indbyggere i samme periode har fået 41 % flere store dagligvarebutikker, så hver by gennemsnitligt har 16,9 store dagligvarebutikker.

I byer med flere end 45.000 indbyggere er antallet af store dagligvarebutikker øget med ca. 57 % fra 1998 til 2016. Byer med 45 – 75.000 indbyggere har således i gennemsnit 28,3 store dagligvarebutikker, mens byer med flere end 75.000 indbyggere i gennemsnit har 72 store dagligvarebutikker.

Den procentvise stigning i antallet af store dagligvarebutikker er større, jo større byen er

Det kan således konstateres, at den procentvise stigning i antallet af store dagligvarebutikker er større, jo større byen er.

Discountbutikken (Netto, Fakta, Rema 1000, Lidl, Aldi og Kiwi) findes nu stort set i alle byer med flere end 4.000 indbyggere og i knap 90 % af byerne med 2.500 – 4.000 indbyggere.

Der har i de senere år været en tendens til, at mange af discountbutikkerne i forbindelse med en relokalisering og udvidelse af butikken er søgt mod trafikale placeringer, som ofte ligger i udkanten af byerne – dels for at opnå en god synlighed, dels for at få en god trafikal tilgængelighed.

Dagligvarer bliver generelt købt så tæt på bopælen som muligt. Analyser af lokaliseringsmønstre for discountbutikker viser, at der ikke er væsentlig forskel på oplandet til en trafikplacering og en placering i et boligområde. Analyserne viste, at over 2/3 af kunderne bor inden for 5 km kørsel fra både discountbutikker med en trafikplacering og en placering i et boligområde.

I 1998 fandtes mindst et stort supermarked i alle byer med flere end 15.000 indbyggere og i over 90 % af byerne med 4 – 15.000 indbyggere. I 2016 er det kun byer med flere end 45.000 indbyggere, der har mindst et stort supermarked.

Mange af supermarkederne er blevet nedlagt eller omdannet til discountbutikker i den belyste periode.

Varehusene findes ikke i byer med under 4.000 indbyggere og kun i under 20 % af byerne med 4 – 8.000 indbyggere. Der har været en mindre tilbagegang i andelen af byer med varehuse i byer med 8 – 15.000 indbyggere, mens alle byer med over 15.000 indbyggere nu har mindst et varehus.

De fleste husstandes dagligvareforsyning har aldrig været bedre

De fleste husstandes dagligvareforsyning har således aldrig været bedre. De mindre dagligvarebutikker er primært blevet nedlagt i byer med færre end 2.500 indbyggere og i de egentlige landområder. Det er først i de senere år, at vi har oplevet butiksdød i de større byer.

Nethandel med dagligvarer udgør i 2016 omkring 2 % af dagligvareforbruget, men er i vækst.

Forbrugerne vælger i stigende grad halvfabrikata og spiser i langt højere grad ude end tidligere. Brugen af restauranter, caféer etc. er steget med 30 % de seneste 5 år.

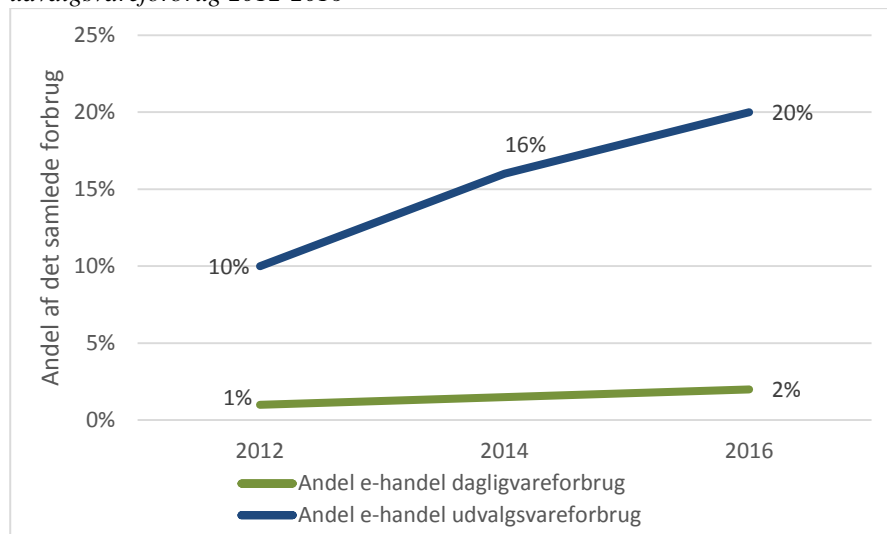
Inden for udvalgsvarersektoen (langvarige forbrugsgoder som f.eks. bøger, el artikler, beklædning, hårde hvidevarer, radio/tv, isenkramvarer, sportsudstyr, cykler, ure og smykker etc.) er antallet af butikker i Danmark siden 1969 blevet reduceret med ca. 21 %.

Der er investeret i nye udvalgswarebutikker og nye butikksformer

Forbruget af udvalgsvarer er med nogle få afbræk steget med omkring 1,25 % om året i de sidste 30 år. Det er en af årsagerne til, at der har været basis for massive investeringer i nye butikker og nye butikksformer i den danske detailhandel.

Tilkomsten af nye produkter bl.a. inden for elektronikområdet har både medført etablering af nye, mindre specialbutikker med salg af f.eks. mobiltelefoner, men også været medvirkende til, at vi har fået elektronikvarehuse med et meget omfattende sortiment inden for elektronik til hjemmet i bred forstand.

Figur 2.2 ICP's vurdering af E-handelens andel af det samlede dagligvare- og udvalgswareforbrug 2012-2016



Nethandel med udvalgsvarer er vokset markant i de senere år og udgør i 2016 ca. 20 % af det samlede forbrug af udvalgsvarer i Danmark og er fortsat stigende. Det har især ramt tøjbutikkerne, elektronikområdet og boghandlere, hvor antallet af butikker er faldet markant.

Såfremt der ikke sker en øget integration af nethandel i de fysiske butikker, vurderes det, at antallet af fysiske udvalgswarebutikker vil blive reduceret kraftigt.

Forskellige faktorerers betydning

Færre, men større butikker

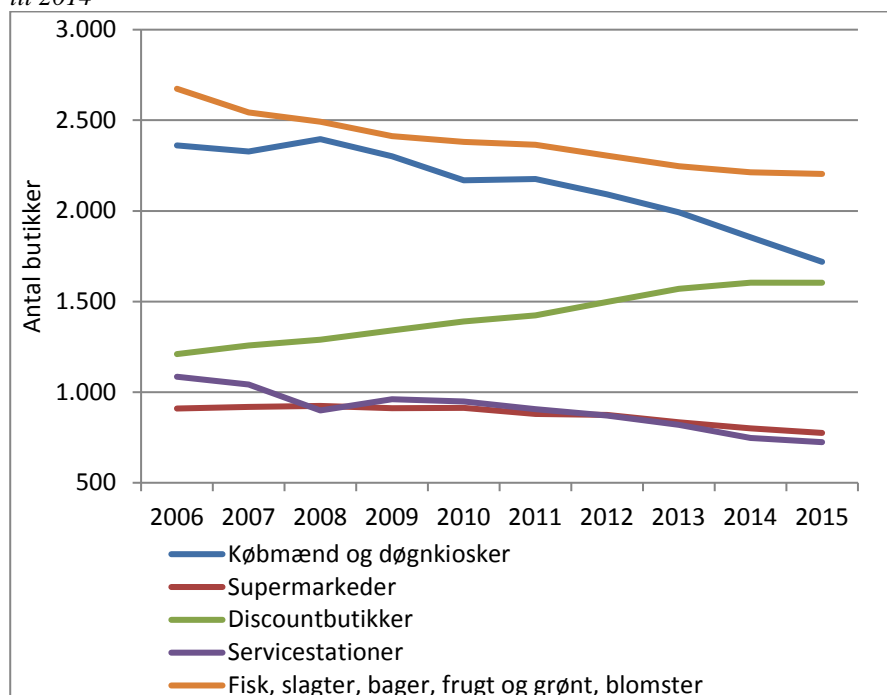
Overordnet beskrives udviklingen med et faldende antal butikker, hvor butikkerne typisk bliver større end tidligere og koncentrerer sig i færre udbudspunkter, som den generelle strukturudvikling.

I takt med udbredelsen af discountbutikkerne og i takt med udvidelsen af deres sortiment er en lang række mindre dagligvarebutikker såsom fødevarer-specialbutikker som bagere og slagtere samt mindre kolonialbutikker blevet nedlagt, ligesom en række mindre supermarkeder enten er blevet nedlagt eller omdannet til discountkonceptet.

I perioden 2006 til 2015 er antallet af discountbutikker eksempelvis steget 32 %, mens antallet af supermarkeder er faldet 15 %, antallet af købmænd og døgnkiosker er faldet 27 % og antallet af servicestationer er faldet 33 %. Antallet af dagligvarespecialbutikker som bager, slagter, fiskehandel mv. er i samme periode faldet med 18 %.

Denne udvikling har fundet sted som en følge af en lang række faktorer, hvor det umiddelbart kan være vanskeligt at udsondre, hvilken indflydelse de enkelte faktorer har haft på den samlede udvikling.

Figur 2.3 Udviklingen i antallet af udvalgte typer af dagligvarebutikker 2006 til 2014



Kilde: Danmarks Statistik

Planloven

Der er ingen tvivl om, at planloven indtil revisionen i 2017 har haft en væsentlig indflydelse på detailhandelens udvikling i Danmark, hvor detailhandelsbestemmelserne er blevet justeret i større og mindre omfang i flere omgange siden slutningen af 1990'erne.

Detailhandelsbestemmelserne i planloven har afgørende ændret på udviklingen i strukturen på dagligvareområdet, hvor forbuddet mod at etablere store varehuse og hypermarkeder har givet bedre muligheder for at drive mindre dagligvarebutikker – primært discountbutikker, hvilket har resulteret i en relativt decentral dagligvareforsyning i Danmark.

Derimod har detailhandelsbestemmelserne i planloven ikke afgørende ændret på udviklingen i strukturen på udvalgsvareområdet, men har formentlig bremset hastigheden på udviklingen, hvor udvalgsvarebutikkerne bliver koncentreret i forholdsvis få, store udbudspunkter.

Dagligvarer

Indførelsen af maksimumstørrelser for butikker betød, at grænsen for dagligvarebutikker i bymidter og i bydelscentre var 3.000 m², hvilket især var et problem for butikker af varehustypen (Føtex og Kvickly), som typisk etablerede butikker på 4.000-5.000 m².

Herudover betød størrelsesbegrænsningen et stop for etablering af hypermarkeder (som tidligere blev kaldt lavprisvarehuse), hvor Obs! og Bilka var de eneste i Danmark. Senere har Coop droppet Obs! konceptet, hvorfor Dansk Supermarked med Bilka i dag har monopol på denne butikstype.

I 2007 fik dagligvarebutikkerne mulighed for at gå op til 3.500 m² og det blev muligt at anvende op til 200 m² til personalerum, som ikke talte med i opgørelsen af arealet.

Discountbutikkernes succes er et produkt af planloven

I lokalcentrene har den maksimale butiksstørrelse indtil nu været 1.000 m² med mulighed for at anvende op til 200 m² til personale rum, som ikke tæller med i opgørelsen af arealet.

Det nuværende net af dagligvarebutikker er således i allerhøjeste grad et produkt af planloven, hvor især discountbutikkerne har tilpasset konceptet til at kunne etableres i et lokalcenter inden for rammen på 1.000 + 200 m². For 25 år siden havde en discountbutik gennemsnitligt et salgsareal på 352 m². I 2015 udgør det gennemsnitlige salgsareal 638 m². Tillægges lager og varemodtagelse er butikkens samlede areal således godt på vej mod 900 – 1.000 m².

Det gennemsnitlige areal i såvel supermarkeder som varehuse er steget igennem de sidste 45 år, men antallet af butikker har været faldende, hvorimod antallet af discountbutikker er vokset konstant i de sidste 30 år, hvorfor discountbutikken er blevet danskernes dominerende nærbutik.



Udvalgsvarer

Reguleringen af udvalgsvarerbutikkerne har gennemgået endnu flere ændringer: Maksimumstørrelsen var oprindeligt i slutningen af 90'erne 1.000 m², men blev i 2002 øget til 1.500 m² og 5 år senere sat op til 2.000 m². Også her blev det muligt at indrette op til 200 m² til personale rum.

Efter mange politiske diskussioner blev der givet mulighed for at opføre udvalgsvarerbutikker på mere end 2.000 m² – såkaldt store udvalgsvarerbutikker, men kun i byer med over 40.000 indbyggere, som fik mulighed for at planlægge for 3 store udvalgsvarerbutikker hvert 4. år.

Internationale butikskæder fravælger Danmark pga. restriktive regler

Planlovens begrænsninger af arealet i udvalgsvarerbutikker har primært betydet, at en række internationale butikskæder har vurderet, at de danske restriktioner ved etablering af udvalgsvarerbutikker generelt har været af en sådan karakter, at man har fravalgt at etablere sig i Danmark, selvom der umiddelbart kunne anvises en række muligheder i tilknytning til de større byer. Eksempelvis har MediaMarkt og Decathlon fravalgt Danmark og i stedet etableret butikker i Sverige.

Lov om butikstid

Lukkeloven, som Lov om butikstid populært hed, blev afskaffet i oktober 2012 efter en række liberaliseringer med typisk 5 års mellemrum. Tilbage er alene en regulering af nogle få helligdage, hvor butikkerne typisk ikke må holde åbent.

Udfasningen af lukkeloven har indebåret mulighed for generelt længere åbningstider og mulighed for at holde åbent om søndagen.

Især de store dagligvarebutikker som discountbutikker, supermarkeder, varehuse og hypermarkeder har øget deres daglige åbningstid. Det er således ikke usædvanligt, at mange af de store dagligvarebutikker har åbent hver dag til kl. 21, 22 eller endda 24.

Mindre kiosker er nedlagt efter udfasningen af lukkeloven

Det har kunnet mærkes i døgnkiosker og kiosker i forbindelse med tankstationer, som i mange tilfælde har opgivet og nedlagt butikken.

Senest har Netto valgt at lade en række butikker være døgnåbne og Bilka gennemfører et forsøg i en enkelt butik med døgnåbent.

Det er primært (som i Sverige) shoppingcentre, der har indført søndagsåbent. I første omgang de større shoppingcentre i Hovedstadsområdet og shoppingcentre beliggende i forbindelse med de største byer, mens detailhandelen i mange bymidter enten slet ikke har søndagsåbent eller måske blot har åbent den første søndag i hver måned.

De mindre butikker, som er karakteriseret ved at have et begrænset personale, har selvsagt vanskeligere ved at dække et stigende antal åbningstimer sammenlignet med større butikker med mange ansatte.

Især større butikker og shoppingcentre har udnyttet liberaliseringen af lukkeloven

Liberaliseringen af åbningstiderne er således primært blevet udnyttet af butikker af en vis størrelse eller shoppingcentre af en vis størrelse. Den igangværende koncentrationstendens, hvor butikkerne bliver større og samles i større udbudspunkter er således blevet understøttet af den ændrede lovgivning.

Kædedannelse

Principielt kan butikker organiseres som del af en butikskæde eller være uafhængige.

Kædebutikkerne kan enten være en del af en kapitalkæde, hvor ejerne styrer alle butikkerne i kæden fra centralt hold, eller butikken kan være en del af en frivillig kæde, hvor samarbejdet omfatter f.eks. indkøb og markedsføring, men hvor ejerskabet ligger hos den enkelte butik.

Analyser af detailhandelen gennemført gennem de sidste mange år forskellige steder i Danmark viser, at kædedannelsen i mange år har været høj på dagligvaremarkedet, som er domineret af en række landsdækkende butikskæder.

På udvalgsvarermarkedet har billedet været lidt anderledes. En lang række udvalgsvarebutikker har traditionelt været uafhængige, mens antallet af butikskæder har været relativt begrænset set i forhold til andre lande.

Denne udvikling er dog vendt til, at stadig flere udvalgsvarebutikker er en del af et kædesamarbejde. Især kapitalkæderne har en stram styring af, hvor butikkerne skal være til stede; hvilke dele af landet og i hvilke bystørrelser.

Kædebutikker forstærker koncentrationstendensen

Med en tiltagende dominans af kædebutikker inden for udvalgsvaresektoren har denne styring været med til at forstærke koncentrationstendenserne, hvor butikkerne er samlet i færre, større byer, mens antallet af udvalgsvarerbutikker i de mindre og mellemstore byer er faldet.



Internationalisering

Som en del af den tiltagende kædedannelse viser analyser, at udenlandske kæder i Danmark nu er repræsenteret med ca. 90 butikskæder, som tilsammen har knap 2.500 butikker i Danmark.

Bortset fra dagligvarekæderne er de udenlandske kædebutikker typisk placeret i de større byer, hvilket er med til at understrege tendensen til koncentration mod de større byer.

Et andet aspekt af internationaliseringen er udenlandske investeringer i danske ejendomme, som indeholder butikker. Det kan være enten ejendomme med en enkelt butik som lejer, shoppingcentre eller ejendomme med blandet anvendelse, hvoraf detailhandel er en del af anvendelsen.

Udenlandske investorer primært interesseret i de største danske byer

Ifølge en række mæglervirksomheder er de udenlandske investorer primært interesseret i at foretage investeringer i Københavnsområdet, i Aarhus eller i nogle få af de største danske byer i øvrigt.

Udenlandske etableringer af butikker i Danmark og investeringer i danske butiksejendomme er således med til at forstærke tendensen til koncentrationen af butikker til de største byer i Danmark.

Forbrugeradfærd

Forbrugernes disponering af, hvorledes de dækker deres forbrug af detailhandelsvarer gennem indkøb forskellige steder, har stor betydning for butiksstrukturens udvikling.

Dagligvarer

Forbruget af dagligvarer har været næsten konstant gennem de sidste 35 år. Der har været svingninger i perioder grundet politiske indgreb som f.eks. Kartoffelkuren i midten af 1980'erne, men niveauet for forbruget har stort set været uændret.

Historisk har ændringen fra betjente butikker, hvor købmanden eller slagteren fandt varerne frem til kunden, til selvbetjeningsbutikker hvor kunden selv indsamler, pakker og nu også betaler sine varer, været den mest markante ændring i dagligvaresektoren.

Dagligvarehandelen domineret af få store aktører

I de senere år er det blevet muligt at bestille sine dagligvarer på nettet og få dem bragt til døren. Omkring 2 % af forbruget af dagligvarer i 2016 bliver dækket ved køb på nettet. Andelen har været voksende, men har ikke for alvor ændret butiksstrukturen.

Dagligvarehandelen i Danmark er domineret af nogle få store aktører som Coop, Dansk Supermarked og Dagrofa, som har landsdækkende net af dagligvarebutikker. Deres interesse for at udbrede e-handel med dagligvarer har indtil nu været relativt begrænset.

Såfremt Nemlig.com eller andre får stor succes med at sælge dagligvarer på nettet, kan det ikke udelukkes, at de store aktører på dagligvaremarkedet vil øge indsatsen inden for e-handel, således at den får større betydning i Danmark.

Tid er i fokus i forhold til køb af dagligvarer

Engelske erfaringer med e-handel (bl.a. Tesco) indikerer, at det er vanskeligt at opretholde en fornuftig indtjening på e-handel med dagligvarer.

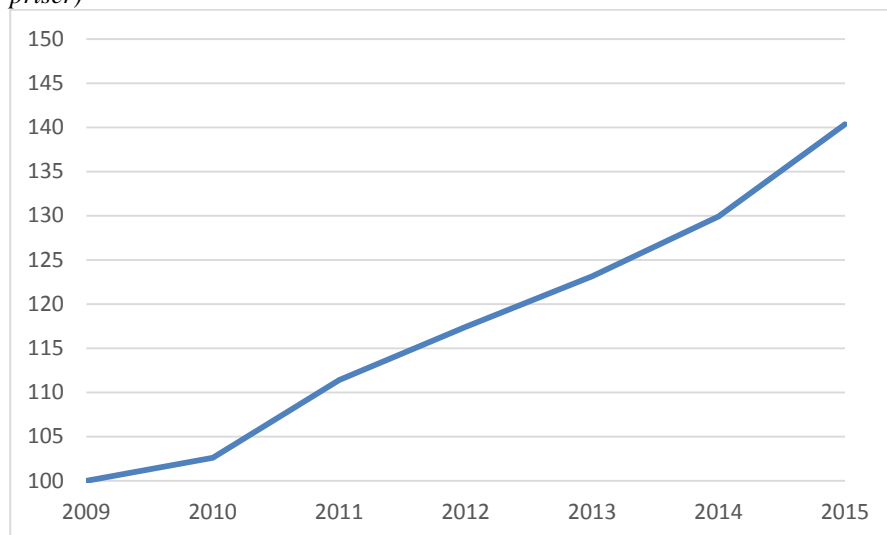
Husstandenes tidsanvendelse er i fokus i forhold til ikke kun at indkøbe dagligvarer, men også i forhold til at tilberede f.eks. aftensmaden. Udbuddet af halv- eller helfærdige retter er vokset markant i de seneste år, hvor butikkerne ikke kun konkurrerer indbyrdes, men hvor de også delvis er i konkurrence med catering sektoren, hvor producenter af færdigretter har succes med at hjælpe den travle husstand med et lødigt måltid.

Nogle producenter har rødder i restaurationsbranchen, hvor man har udnyttet et brand til at producere færdigretter, som sælges gennem dagligvarebutikkerne, som derfor i en vis udstrækning har ændret på deres sortiment.

Dagligvarebutikkerne i konkurrence med stigende udespisning

Dagligvarebutikkerne er også i konkurrence med udespisnings sektoren, idet forbrugernes benyttelse af caféer og restauranter mv. blot på de seneste 5 år er steget med 30 %.

Figur 2.4 Indexeret udvikling i omsætningen i restaurationsbranchen (løbende priser)



Kilde: Danmarks Statistik

Den øgede udespisning erstatter måltider indtaget i hjemmet, som typisk købes i dagligvarebutikkerne, som herved sættes under pres.

Omvendt øges antallet af caféer og restauranter i mange byer – ofte etableret i lokaler, der tidligere husede en traditionel butik.

Skift i funktionerne i bymidterne

Der sker således et skifte i by funktionerne, hvor antallet af butikker bliver færre, mens antallet af spisesteder og andre servicefunktioner vokser.

Udvalgsvarer

Udvalgsvarerforbruget er meget mere afhængig af konjunkturernes udvikling, hvorfor svingningerne i forbruget har været betydeligt større over årene sammenlignet med forbruget af dagligvarer.

Væksten i forbruget af udvalgsvarer har bl.a. medført etablering af nye typer af butikker med varer, som ikke tidligere fandtes (eksempelvis mobiltelefoner), hvilket har tilført flere butikker.

Omvendt kan man konstatere, at etableringen af store udvalgswarebutikker (eksempelvis inden for elektronikområdet) har fjernet grundlaget for traditionelle radio/TV butikker, som er blevet nedlagt i stort antal.

Etableringen af de såkaldt store udvalgswarebutikker er typisk sket uden for den egentlige bymidte, som ofte ikke har haft det fornødne areal til rådighed eller hvor huslejen typisk har været for høj for de store udvalgswarebutikker.

Handelen på nettet med udvalgsvarer er vokset markant i de senere år og udgør i 2016 omkring 20 % af det samlede forbrug af udvalgsvarer i Danmark. Der er stor forskel fra branche til branche, men udviklingen har sat sine spor inden for såvel tøjbutikkerne som elektronikområdet og boghandlere, hvor antallet af butikker er faldet markant.

Nethandelen er fortsat stigende og medmindre de fysiske butikker formår at indlemme denne form for handel i deres butikker, vil strukturudviklingen blive accelereret og antallet af fysiske butikker vil blive reduceret kraftigt.

Det er især butikskæderne, der har fokus på at indlemme e-handel i deres forretningsmodeller, så de fysiske butikker og handel på nettet supplerer hinanden. Det gælder om at handle med kunderne – uanset om det er i de fysiske butikker eller på nettet.

Koncentration eller spredning?

Etableringen af store butikker uden for bymidten på bekostning af mindre butikker i bymidten har indflydelse på bymidtens samlede attraktion.

Det er derfor ikke uvæsentligt, i hvilken udstrækning der udlægges arealer til butikker uden for bymidten – f.eks. i aflastningsområder eller i forbindelse med indfaldsveje til bymidten.

Udflytning af dagligvarebutikker

I forbindelse med især etablering af det store antal discountbutikker i de senere år er mange kommuner blevet udfordret af butikskædernes ønsker til lokalisering af en ny butik.

Kommunal planlægnings betydning

Nogle kommuner har valgt at planlægge for en centerstruktur (detailhandelsstruktur), hvor nye butikker skal etableres i tilknytning til allerede eksisterende butikker – typisk i en bymidte, i et bydels- eller lokalcenter.

Andre kommuner har i en række tilfælde givet tilladelse til etablering af nye butikker uden for centerstrukturen – ofte i placeringer med en god trafikal tilgængelighed.

De to typer af kommunal planlægning kan have forskellige konsekvenser for butikslivet og borgerne på længere sigt. I værste fald kan en spredning

Store udvalgswarebutikker etableres typisk uden for bymidterne

Udflytning af store dagligvarebutikker mindsker synergieffekten

af butikkerne føre til butiksnedlæggelser og dermed forringede indkøbsmuligheder for borgerne.

Ved at sprede butikkernes lokalisering i et område mindskes mulighederne for, at butikkerne kan understøtte hinanden og opnå synergieffekter.

Manglen på synergi kan især opstå, hvis en store dagligvarebutik (discountbutik, supermarked eller varehus) fraflytter en bymidte for at etablere butikken i en ekstern placering i udkanten af byen. De hundredvis af daglige kunder, som butikken tidligere har tiltrukket til bymidten, vil nu ikke længere besøge bymidten så hyppigt, hvilket de øvrige butikker i bymidten vil blive ramt af.

Det kan i nogle tilfælde medføre, at nogle butikker bliver nedlagt og i værste fald, at de fleste af butikkerne i bymidten forsvinder.

Ved at fastholde, at nye butikker skal etableres i direkte tilknytning til de eksisterende butikker, vil muligheden for at opnå synergieffekter være langt større. Det kræver naturligvis, at der fysisk er mulighed for at etablere en ny butik i nærheden af de bestående butikker.

Omvendt er det altid vigtigt at vurdere, hvorvidt den gældende centerstruktur er i overensstemmelse med kommunens befolkningsmæssige udvikling: Er der boligudbygningsområder, der giver basis for etablering af nye lokalcentre, hvor der vil være et befolkningsmæssigt underlag for at etablere en ny dagligvarebutik?

Discountbutikkerne har tilpasset konceptet, så det er muligt at etablere en butik selv i relativt små byer; således er der en discountbutik i knap 90 % af byerne med 2.500 – 4.000 indbyggere og i godt 20 % af byerne med 1.000 – 2.500 indbyggere.



Bymidter og aflastningsområder

Det har ikke - siden stramningerne af detailhandelsbestemmelserne i planloven blev gennemført i slutningen af 1990'erne - været muligt at udvide eller udlægge nye aflastningsområder i Danmark.

Antallet af egentlige aflastningsområder i Danmark er relativt begrænset.

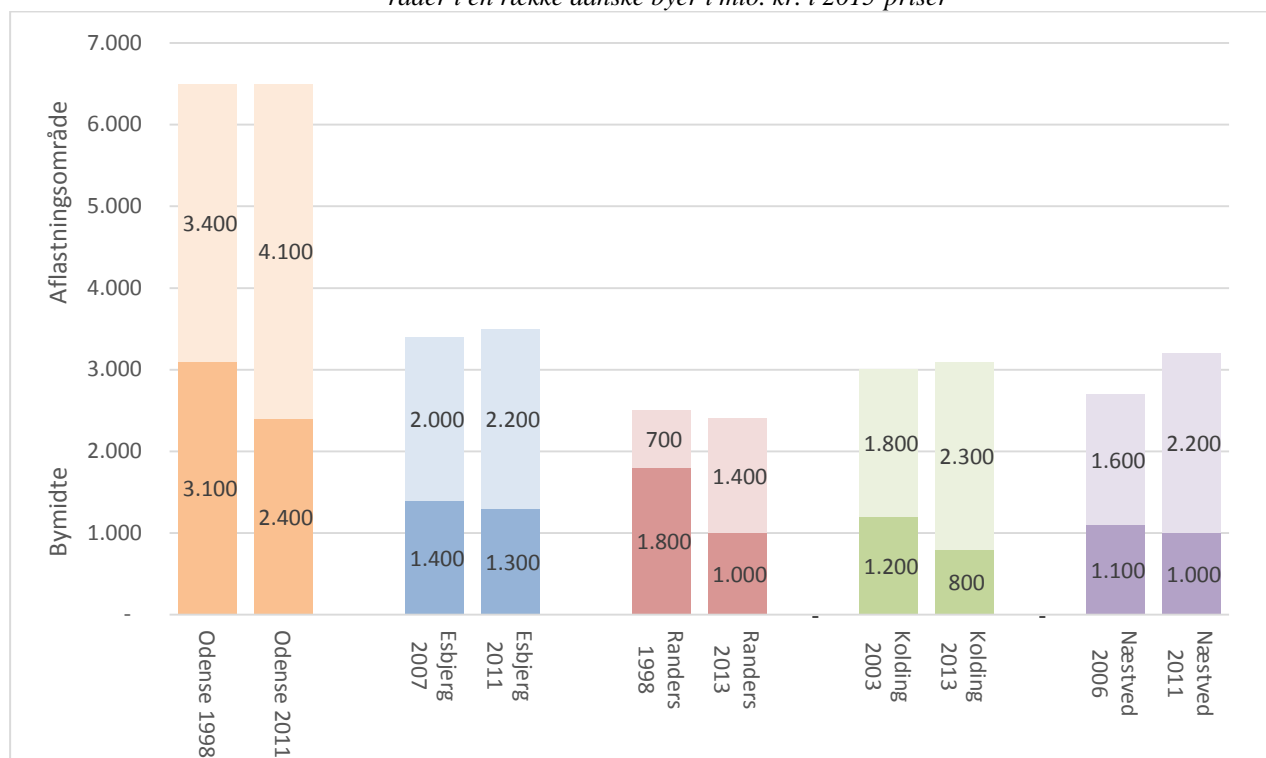
Kommunal planlægnings betydning

Aflastningsområderne mindsker bymidternes betydning

I de 5 udvalgte kommuner (se nærmere i kapitel 5), hvor man tidligere har udlagt aflastningsområder – Odense, Esbjerg, Randers, Kolding og Næstved – er aflastningsområderne blevet så stor en succes blandt forbrugere, at bymidterne i alle 5 kommuner har mistet betydning.

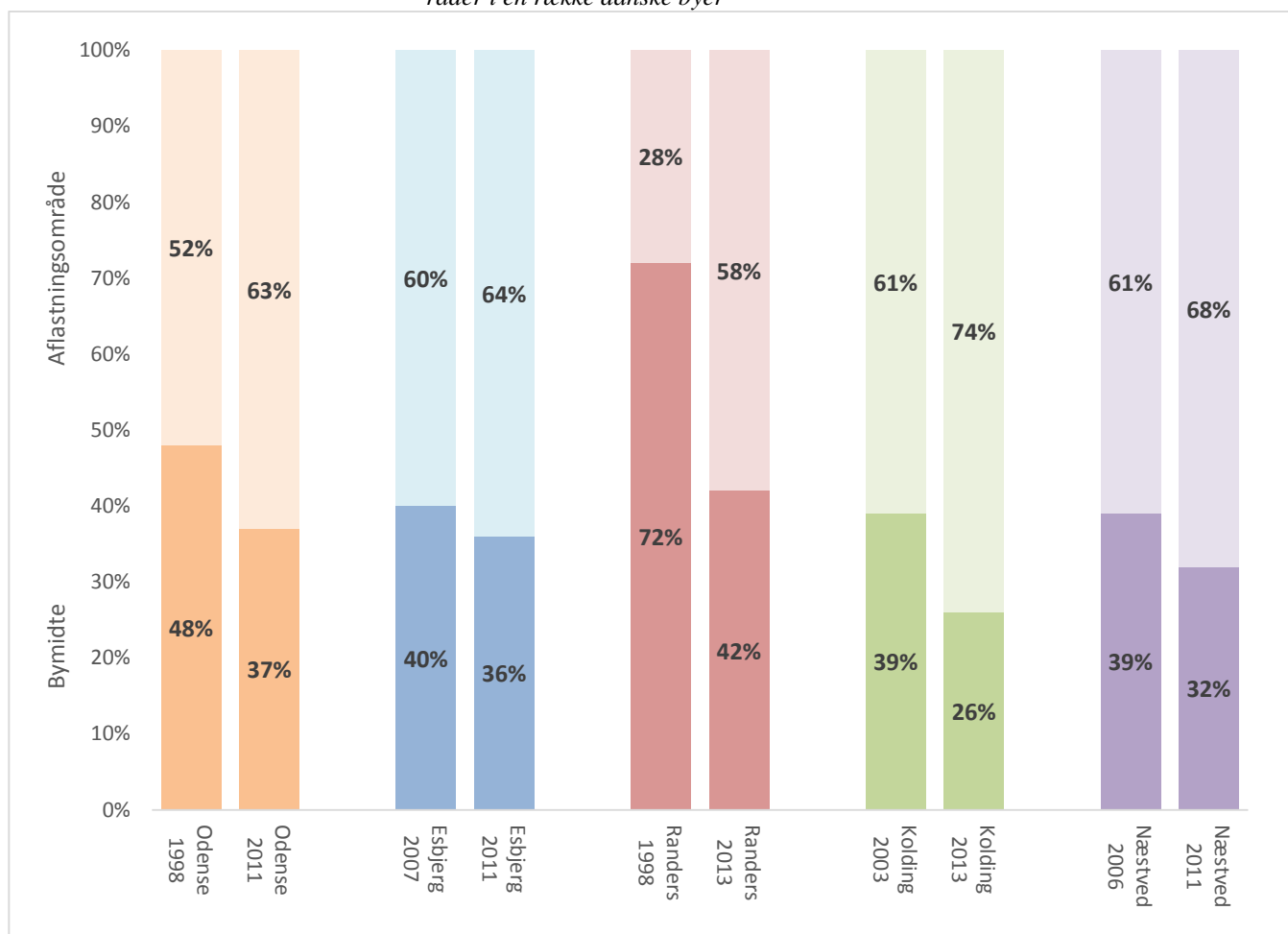
Udviklingsmuligheder og kommunal planlægning

Figur 2.5 Udviklingen i omsætningsforholdet mellem bymidter og aflastningsområder i en række danske byer i mio. kr. i 2015-priser



Kilde: Detailhandelsanalyser for en række kommuner

Figur 2.6 Udviklingen i omsætningsforholdet mellem bymidter og aflastningsområder i en række danske byer



Kilde: Detailhandelsanalyser for en række kommuner

Omsætningen i aflastningsområderne overstiger bymidternes

Hvis man betragter den samlede omsætning af daglig- og udvalgsvarer i bymidten og i aflastningsområdet, er der sket en mærkbar ændring i forholdet mellem omsætningen i bymidten og i aflastningsområdet.

Aflastningsområderne i alle byer er blevet markant mere betydende og bymidterne har i mange tilfælde mistet omsætning i betydeligt omfang. Aflastningsområderne har omvendt oplevet en markant stigning i omsætningen.

Kolding bymidte har for eksempel mistet 35 % af den samlede omsætning i bymidten i perioden 2003 til 2011, mens aflastningsområdet har oplevet en stigning i den samlede omsætning på 27 % målt i faste priser.

Det er ikke i forbindelse med denne analyse undersøgt, i hvilket omfang dette har påvirket tomgangen i de beskrevne byer.

ICP har generelt kunnet konstatere, at bymidterne i de fleste provinsbyer er blevet mindre. Der sker en generel flytning af funktionerne ind mod det kommercielle centrum.

Butikker bliver erstattet af andre funktioner

I mange bymidter er de forladte butikker blevet overtaget af caféer, fast food, restauranter samt i mange tilfælde også af andre servicefunktioner som f.eks. behandlere, tatovører, spillehaller etc.

Det er ICP's vurdering, at huslejeniveauet på de bedste placeringer i bymidterne ikke i væsentligt omfang er påvirket, men at lejeniveauet generelt er faldet uden for de mest attraktive områder.

Målt på det samlede Shopping Index, som er et benchmarking-værktøj udviklet af ICP, har Vejle bymidte en score på ca. 650 mod Kolding bymidtes score på ca. 435. Det er især detailhandelsscoren, der er højere i Vejle bymidte. Dette skyldes dels, at Vejle bymidte har næsten dobbelt så mange butikker sammenlignet med Kolding bymidte og at kædeandelen i Vejle er markant højere sammenlignet med Kolding.

Benchmarking-værktøjet Shopping Index er beskrevet i kapitel 4.

I de lidt mindre byer Næstved og Hillerød (25-45.000 indbyggere) har Næstved etableret et aflastningsområde, mens Hillerød har valgt at satse på at udvikle bymidten.

Også her har Hillerød bymidte et højere samlet Shopping Index på ca. 475 mod Næstved bymidtes score på ca. 435. Det skyldes bl.a., at detailhandelsscoren er højere i Hillerød. Til gengæld har Næstved bymidte flere spisesteder, hvilket trækker servicescoren op i forhold til Hillerød.

Aflastningsområder har indvirkning på bymidtens muligheder

En af effekterne ved at have et betydeligt, eksternt aflastningsområde i tilknytning til en større by er således, at det har en markant indvirkning på bymidtens muligheder for at opretholde et attraktivt handelsmiljø.

Der er i øvrigt en klar tendens til, at andelen af servicefunktioner i de byer, der enten har aflastningsområder eller har satset på en mere spredt detailhandelsstruktur er højere end i de byer, der har satset entydigt på bymidten.

Det er ikke opgjort, om forskellen i service-scoren skyldes typen af servicefunktion, så som det er offentlig eller privat service, caféer/grillbar mv. Det er således vanskeligt på dette grundlag at drage konklusioner om betydningen af forskellige bymidtestrategier.

Generelt afhænger et attraktivt og bredt udbud af spisesteder og cafemiljø af et stort opland, men faktorer som turisme, befolkningssammensætning med studiemiljø og geografisk placering har ligeledes en betydning.

Andre faktorerers betydning

Den kommunale planlægning sætter overordnet rammen for den detailhandelsmæssige udvikling i kommunen. Det er dog i sig selv ingen garanti for, at udviklingen vil forløbe, som kommunen har ønsket. I sidste ende skal der foretages investeringer i butikker og anden service for at udfylde de rammer, som kommunen har udarbejdet.

Investorer i såvel enkeltbutikker som i større butiksejendomme vil som udgangspunkt vurdere det markedsmæssige underlag – er der et tilstrækkeligt stort kundeunderlag og hvordan vil det udvikle sig i de kommende år?

Hvordan er konkurrencesituationen i markedsområdet og hvordan vil den udvikle sig fremover? Kan det lade sig gøre at supplere det nuværende udbud af butikker og anden service med en ny butik eller et nyt projekt?

Andre afgørende faktorer er tilgængeligheden og synligheden ved etablering af nye butikker. De senere års tilvækst i antallet af privatbiler har øget befolkningens mobilitet samtidig med, at der investeres kraftigt i at forbedre den kollektive trafik i store dele af landet.

Gode parkeringsforhold og nærhed til kollektiv trafik er derfor meget væsentlige.

Endelig skal man ikke undervurdere butikskædernes etableringsstrategier, som ofte er styret af en mindstestørrelse på et oplandsområde.

Mange af faktorerne peger således i samme retning: Interessen for at investere i nye butikker og især i større butiksbebyggelser som shoppingcentre er primært rettet mod de større byer.

Interessen for at investere i nye butikker er primært rettet mod de større byer





3. Detailhandelens udvikling

Konklusion

Antallet af dagligvarebutikker er faldet 75 % siden 1969, men der er en klar tendens til større butikker. Antallet af supermarkeder og varehuse er for eksempel faldet 20 % i perioden 1980 til 2016, mens salgsarealet er steget 46 %.

Især discountbutikkerne vinder frem på bekostning af de store supermarkeder og varehuse i alle bystørrelser. Discountbutikker udgør over halvdelen af det samlede antal store dagligvarebutikker og 41 % af den samlede dagligvareomsætning. Mindre supermarkeder udgør 21 % af det samlede antal butikker og 9 % af den samlede dagligvareomsætning.

For udvalgswarebutikkerne ses samme tendens med færre men større butikker. Antallet af udvalgswarebutikker er dog ikke faldet nær så drastisk. I perioden 1999 til 2014 er antallet af udvalgswarebutikker faldet 21 %, mens det gennemsnitlige bruttoareal for en udvalgswarebutik er steget ca. 14 %.

I nærværende afsnit beskrives detailhandelens udvikling på nationalt plan i perioden 1969-2015.

Bl.a. beskrives udviklingen i antallet af butikker, butikkernes omsætning og bruttoareal på landsplan i perioden 1969-2015.

Butikkerne er kategoriseret i hovedbranchegrupperne dagligvarer og udvalgsvarer, hvor sidstnævnte indeholder branchegrupperne beklædning, boligudstyr og øvrige udvalgsvarer.

Derudover redegøres for udviklingen af dagligvarebutikkernes og udvalgswarebutikkernes tilstedeværelse i forskellige bystørrelser.

Den generelle udvikling

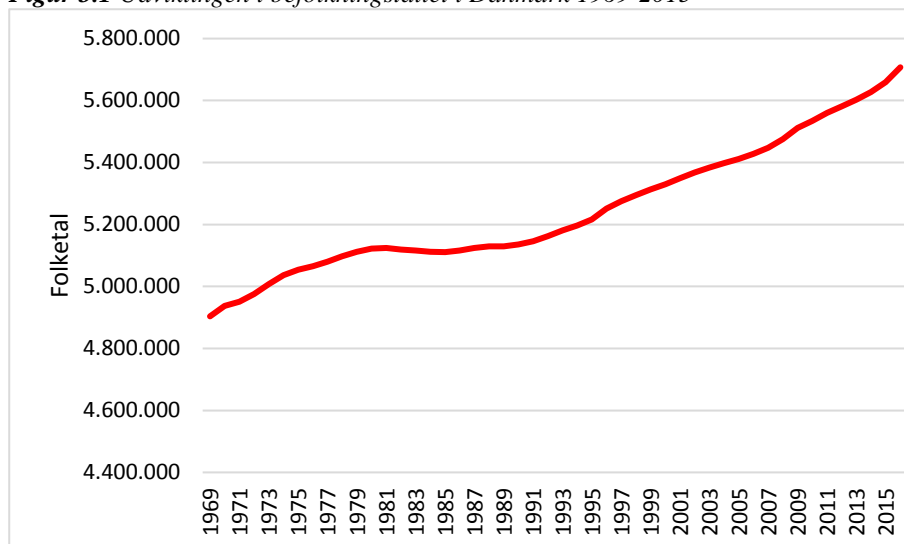
Udvikling i folketal og husstandsstørrelser

Figur 3.1 viser udviklingen i befolkningstallet i Danmark i perioden 1969-2015.

Befolkningstallet er i perioden 1969-2015 steget med 16 %. Således steg befolkningstallet fra godt 4,9 mio. personer i 1969 til 5,7 mio. personer i 2015.

Befolkningstallet er steget med 16 % fra 1969 til 2015

Figur 3.1 Udviklingen i befolkningstallet i Danmark 1969-2015



Kilde: Danmarks Statistik

Detailhandelens udvikling

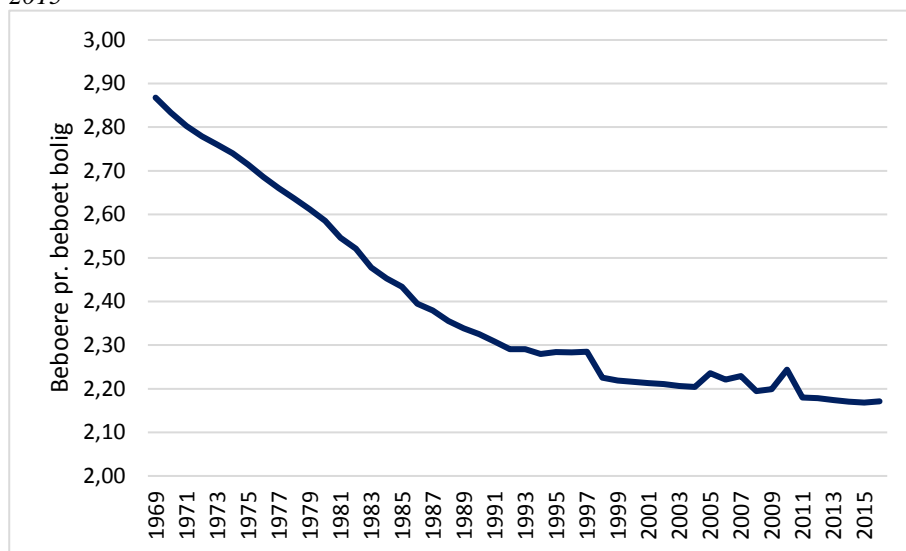
Den gennemsnitlige husstandsstørrelse er faldet

Den gennemsnitlige husstandsstørrelse i Danmark er faldet fra 2,87 personer i 1969 til 2,17 personer i 2015, hvilket svarer til et fald på 24 %.

Der er således tale om en markant ændret husstandssammensætning, hvor især antallet af 1 personers husstande er steget mærkbart i perioden og i 2016 udgør godt 44 % af alle husstande i Danmark.

Figur 3.2 viser udviklingen i den gennemsnitlige husstandsstørrelse i Danmark i perioden 1969-2015.

Figur 3.2 Udviklingen i den gennemsnitlige husstandsstørrelse i Danmark 1969-2015



Kilde: Danmarks Statistik

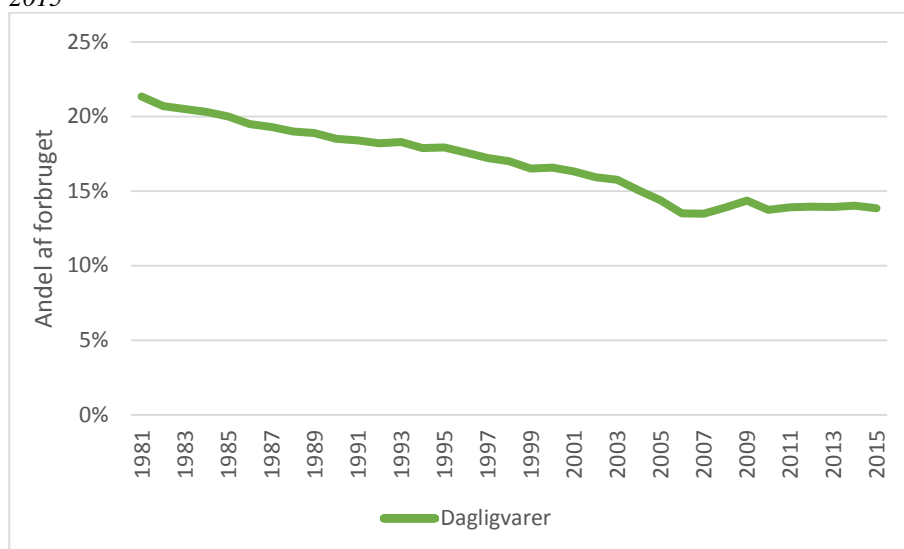


Udvikling i dagligvareforbrugets andel af det samlede forbrug

I 1981 udgjorde dagligvareforbruget 21 % af det samlede forbrug, mens dagligvareforbruget kun udgjorde 14 % af det samlede forbrug i 2015. Danskerne bruger således en forholdsmæssig meget mindre del af den disponible indkomst på at købe dagligvarer.

Til gengæld bliver en større andel af forbruget anvendt på udespisning og hoteller samt på kommunikation.

Figur 3.3 Udviklingen i dagligvareforbrugets andel af det samlede forbrug 1981 til 2015



Kilde: Danmarks Statistik

Dagligvarebutikkernes udvikling

Dagligvarebutikkerne (se bilag 3 for definition) opdeles typisk efter funktion og størrelse. Her opdeles de overordnet i mindre dagligvarebutikker og store dagligvarebutikker.

De **mindre dagligvarebutikker** er typisk kiosker og dagligvarespecialbutikker som bagere, slagtere, blomsterbutikker og chokoladebutikker m.v.

De **store dagligvarebutikker** omfatter discountbutikker, mindre supermarkeder, store supermarkeder, varehuse og hypermarkeder.

Discountbutikkerne består af kæderne Netto, Fakta, Aldi, Rema 1000, Kiwi og Lidl.

De **mindre supermarkeder** er bl.a. Min Købmand, Dagli'Brugsen og Lokal-Brugsen, disse adskiller sig fra de store supermarkeder ved at have et mindre sortiment samt areal og betragtes som nærbutikker.

De **store supermarkeder** er f.eks. SuperBrugsen, Meny, Løvbjerg og ABC Lavpris.

Varehusene er Kvickly og Føtex, som udover fødevarer har et vist sortiment af udvalgsvarer.

I **hypermarkederne** er der foruden dagligvarer et stort sortiment inden for udvalgsvarer. Bilka er i dag den eneste hypermarkeds-kæde i Danmark, men i 1998 indgik også Obs! i denne kategori (se bilag 4).

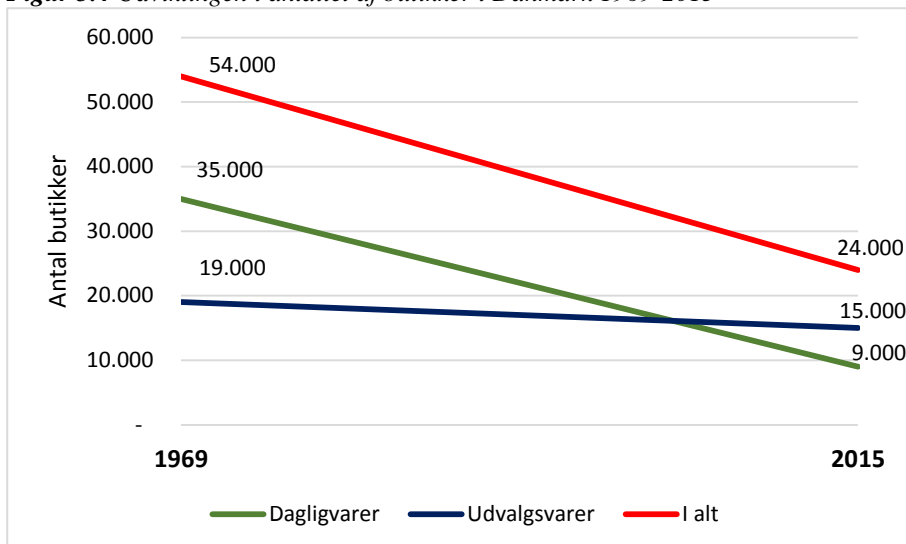
Antallet af fysiske butikker er faldet – især dagligvarebutikker

Udvikling i antallet

Antallet af fysiske butikker har siden 1969 været faldende i Danmark. Især antallet af dagligvarebutikker er reduceret voldsomt, mens reduktionen i antallet af udvalgsvarerbutikker har været mere moderat.

Figur 3.4 viser udviklingen i antallet af butikker i Danmark i perioden 1969-2015.

Figur 3.4 Udviklingen i antallet af butikker i Danmark 1969-2015

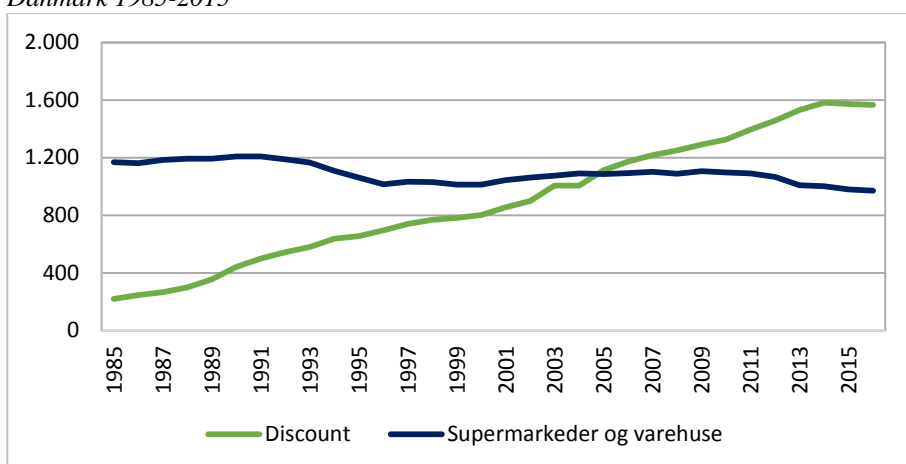


Kilde: Danmarks Statistik

Fra 1969 til 2015 er antallet af dagligvarebutikker faldet fra ca. 35.000 butikker til ca. 9.000 butikker, hvilket svarer til et fald på knap 75 %.

Figur 3.5 viser udviklingen i antallet af supermarkeder/varehuse og discountbutikker fra 1985 til 2015.

Figur 3.5 Udviklingen i antallet af supermarkeder/varehuse og discountbutikker i Danmark 1985-2015



Kilde: Supermarkedshåndbogen

Tendens til færre, men større butikker

Faldet i antallet af dagligvarebutikker, skyldes en tendens til færre, men større butikker. Således er mange små dagligvarebutikker lukket, mens discountbutikkerne er blevet mere udbredt.

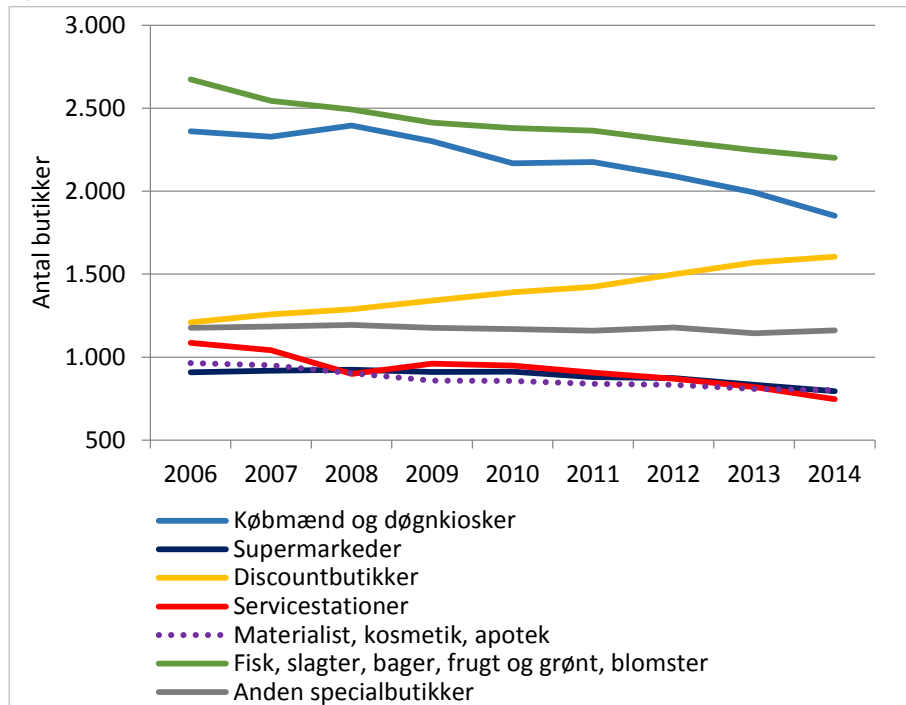
Siden 1985 er antallet af supermarkeder/varehuse og discountbutikker steget med over 80 %.

Detailhandelens udvikling

Færre supermarkeder/varehuse og flere discountbutikker

Som det ses i figur 3.5, er antallet af supermarkeder og varehuse faldet fra 1985 til 2015, mens antallet af discountbutikker er steget markant i samme periode.

Figur 3.6 Udviklingen i antallet af dagligvarebutikker fordelt på brancher 2006 - 2014



Kilde: Danmarks Statistik

Figur 3.6 viser udviklingen i antal dagligvarebutikker fordelt på brancher i Danmark. Antallet af discountbutikker er steget 33 % i perioden 2006 til 2014, mens antallet af købmænd og døgnskiosker er faldet 22 % og antallet af supermarkeder er faldet 12 %.

Antallet af dagligvarespecialbutikker som fiskehandel, slagter, bager, blomster samt frugt og grønt er faldet 18 % i perioden 2006 til 2014. Butikker med kosmetik, materialister og apoteker har oplevet et fald i antal butikker på 17 % i samme periode.

Servicestationer med dagligvarebutik har oplevet det største fald i antal butikker i perioden 2006 til 2014 med et fald på 31 %.

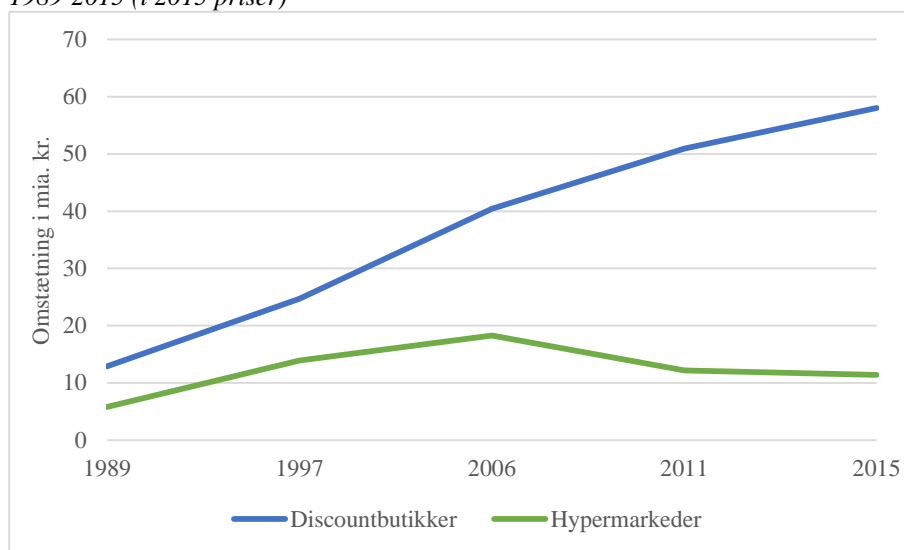




Udvikling i omsætningen

Figur 3.7 viser omsætningsudviklingen for discountbutikker og hypermarkeder i Danmark fra 1989 til 2015.

Figur 3.7 Omsætningsudviklingen i discountbutikker og hypermarkeder i Danmark 1989-2015 (i 2015 priser)



Kilde: Supermarkedshåndbogen og egne beregninger

Discountbutikkernes samlede omsætning er steget fra 13 mia. kr. i 1989 til 58 mia. kr. i 2015, hvilket svarer til en stigning på ca. 350 %.

Tilsvarende er omsætningen i hypermarkederne i perioden 1989 til 2015 næsten fordoblet. Hypermarkedernes omsætning tredobledes i perioden 1989 til 2006, derefter er omsætningen faldet. Fra 2006 til 2015 er hypermarkedernes omsætning faldet med næsten 40 %.

Detailhandelens udvikling



Discountbutikkernes omsætning er nu 5 gange større end hypermarkedernes

Hvor discountbutikkerne betød ca. dobbelt så meget som hypermarkederne i 1989, er discountbutikkernes samlede omsætning nu ca. 5 gange større end hypermarkedernes samlede omsætning.

Hypermarkedernes udvikling er bl.a. præget af, at hypermarkeds-kæden OBS! indgår i tallene frem til 2006. Kæden blev nedlagt og konverteret til Kvickly Xtra i 2002, der også var et hypermarked. I 2009 blev Kvickly Xtra kæden lagt ind under Kvickly og butikkerne konverteret til varehuse.

Antallet af varehuse er i perioden fra 1989 til 2015 steget med 22 %. Varehusene har ligesom hypermarkederne et udvalg af udvalgsvarer omend i begrænset omfang. Stigningen i antallet af varehuse kan have været med til at begrænse omsætningsudviklingen hos hypermarkederne.



Udvikling i dagligvarearealet

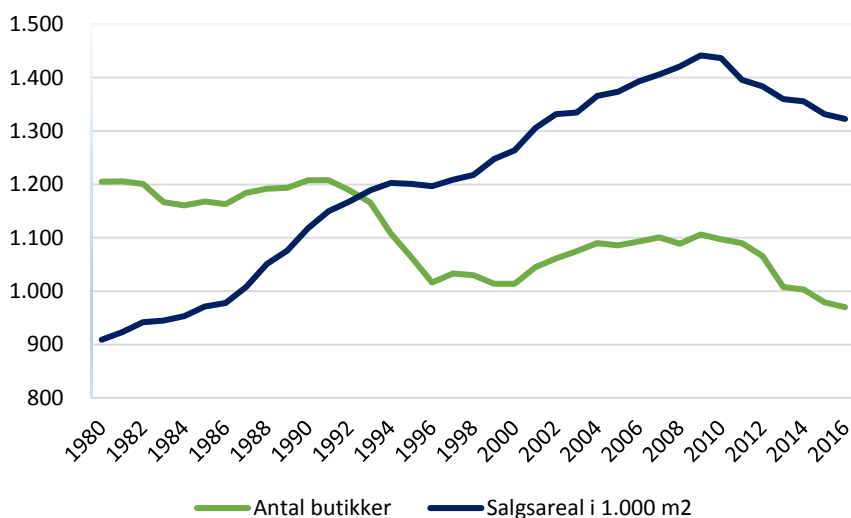
Fra 1980 til 2016 er antallet af supermarkeder og varehuse faldet. Butiksan-
tallet toppede i 1990-1991, derefter er antallet faldet med 20 % frem til 2016.

Fra 1996 frem til den økonomiske krise var der en begyndende fremgang i
antallet af supermarkeder og varehuse, derefter er antallet reduceret med 12
% fra 2009 til 2016.

Det samlede salgsareal for supermarkeder og varehuse steg med 46 % fra
1980 frem til 2009, hvor det toppede. Siden 2009 er det samlede salgsareal
for supermarkeder og varehuse faldet med 8 %.

**Salgsarealet for supermarkeder
og varehuse faldet med 8 %
siden 2009**

Figur 3.8 Udviklingen i antal butikker og i salgsarealet (m²) i supermarkeder og va-
rehouse i Danmark 1980-2016



Kilde: Supermarkedshåndbogen



Dagligvarebutikker i forskellige bystørrelser

Der er gennemført en undersøgelse af store dagligvarebutikkers tilstedeværelse i forskellige bystørrelser fra 1998 til 2016.

I undersøgelsen indgår alle byer på Fyn og i Jylland, hvor der minimum er én stor dagligvarebutik i enten 1998 eller i 2016. Således indgår 263 byer i 1998 og 256 byer i 2016.

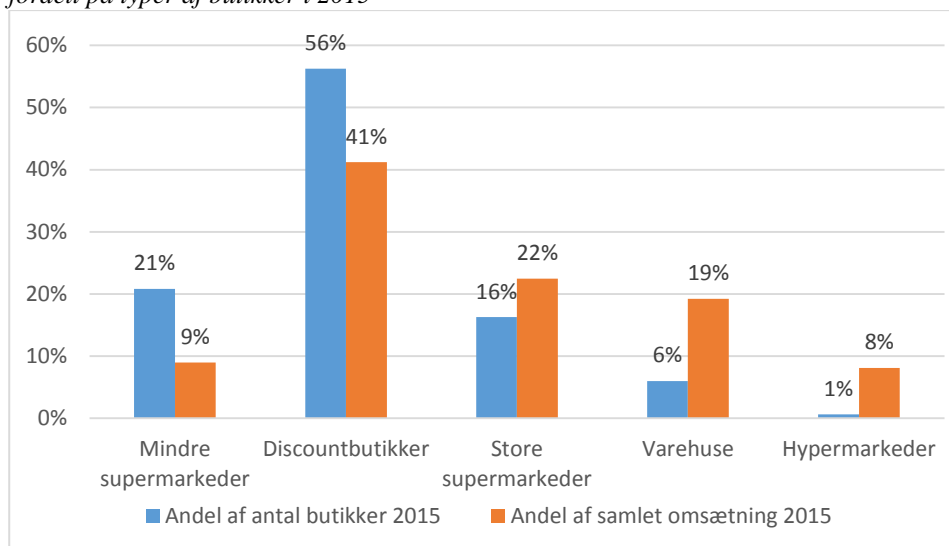
De store dagligvarebutikker omfatter discountbutikker, mindre supermarkeder, store supermarkeder, varehuse og hypermarkeder.

Af bilag 4 fremgår hvilke dagligvarekæder, der indgår i de forskellige butikskategorier i henholdsvis 1998 og 2016.

Figur 3.9 viser fordelingen af antal butikker og samlet omsætning i de store dagligvarebutikker for Danmark i alt. Varehusene, som er Kvickly og Føtex, udgør 6 % af det samlede antal store dagligvarebutikker, men udgør 19 % af den samlede omsætning i store dagligvarebutikker.

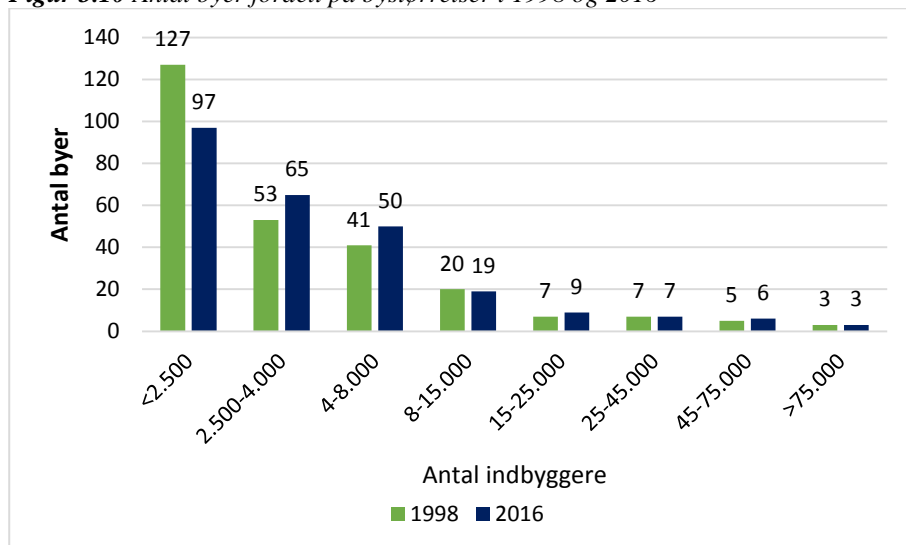
Discountbutikkerne udgør over halvdelen af det samlede antal butikker og 41 % af den samlede omsætning. De mindre supermarkeder udgør 21 % af det samlede antal butikker, men kun 9 % af den samlede omsætning.

Figur 3.9 Andelen af antal store dagligvarebutikker og samlet dagligvareomsætning fordelt på typer af butikker i 2015



Figur 3.10 viser antallet af byer i de forskellige bystørrelser i undersøgelsen i 1998 og 2016.

Figur 3.10 Antal byer fordelt på bystørrelser i 1998 og 2016

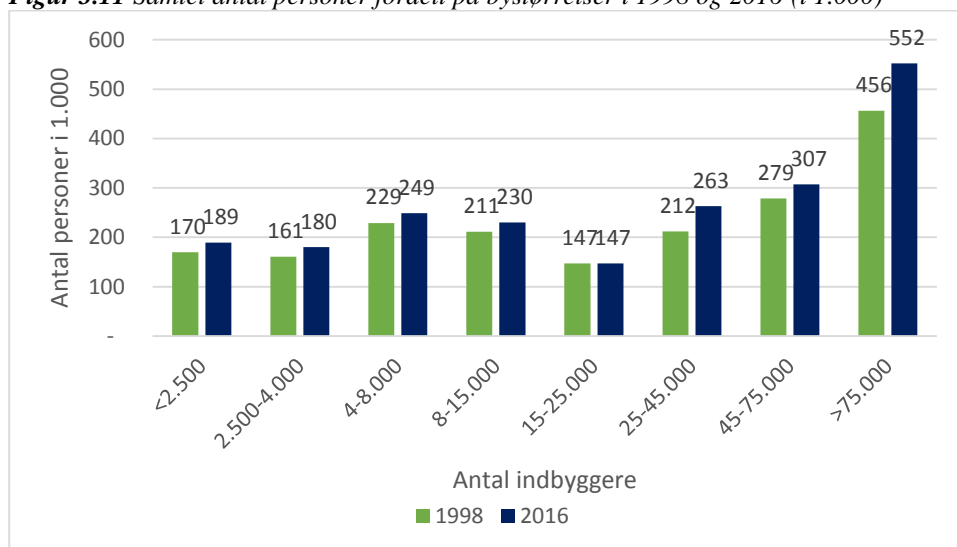


Kilde: Danmarks Statistik

Der er færre byer med under 2.500 indbyggere i 2016 i forhold til i 1998. Omvendt er antallet af byer med et indbyggertal på mellem 2.500 og 8.000 personer steget i den pågældende periode.

I alle bystørrelser, undtagen i byer med 15.-25.000 indbyggere, er der samlet set kommet flere indbyggere.

Figur 3.11 Samlet antal personer fordelt på bystørrelser i 1998 og 2016 (i 1.000)



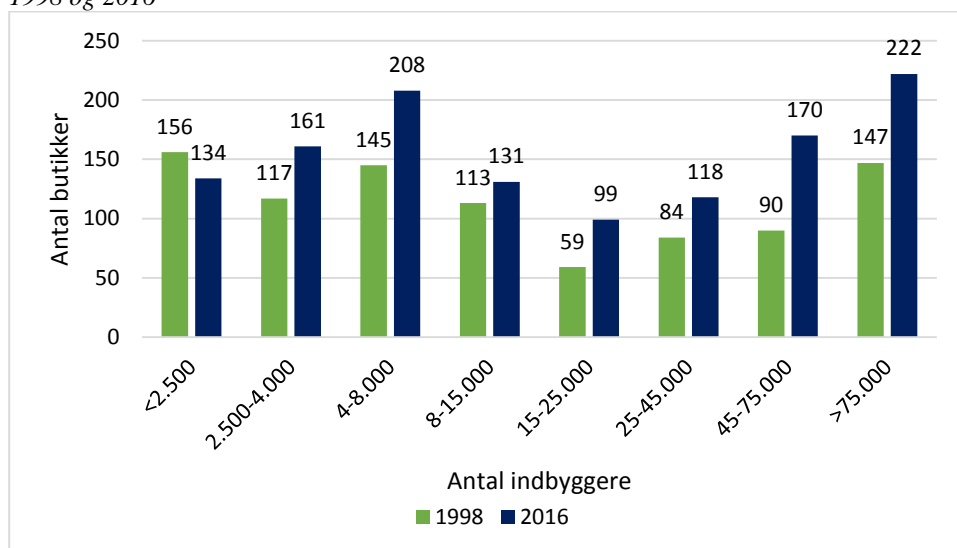
Kilde: Danmarks Statistik

Antallet af store dagligvarebutikker er steget

Det samlede antal store dagligvarebutikker er steget i perioden 1998 til 2016. Således var der i alt godt 900 store dagligvarebutikker i 1998 og knap 1.250 store dagligvarebutikker i 2016.

Det samlede antal store dagligvarebutikker i de forskellige bystørrelser ses i figur 3.12.

Figur 3.12 Det samlede antal store dagligvarebutikker fordelt på bystørrelser i 1998 og 2016

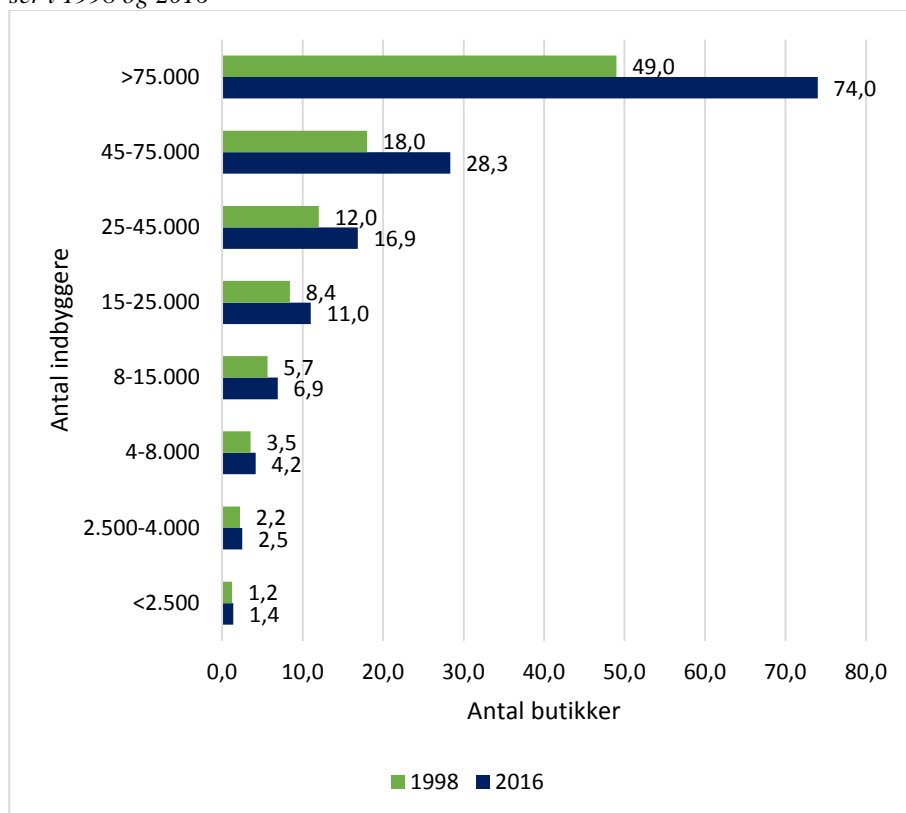


Kilde: Danmarks Statistik og Supermarkedshåndbogen div. årgange

Antallet af store dagligvarebutikker er steget i alle bystørrelser undtagen byer med under 2.500 indbyggere, hvor antallet er faldet. Dette hænger bl.a. sammen med, at antallet af byer under 2.500 indbyggere er faldet i perioden.

Figur 3.13 viser det gennemsnitlige antal butikker i de forskellige bystørrelser i henholdsvis 1998 og 2016 og illustrerer forskellene i udviklingen i byerne.

Figur 3.13 Det gennemsnitlige antal store dagligvarebutikker fordelt på bystørrelser i 1998 og 2016



Kilde: Danmarks Statistik og Supermarkedshåndbogen div. årgange

Alle byer har fået en bedre dagligvare forsyning

Alle byer, uanset størrelse, har fået en bedre forsyning med dagligvarer. Således er der i selv de mindre byer med et indbyggertal under 2.500 gennemsnitligt flere butikker.

Det gennemsnitlige antal store dagligvarebutikker stiger kraftigst i byer med 45.000-75.000 indbyggere, hvor det gennemsnitlige antal er steget med 57 %.

Udviklingen i byer med over 75.000 indbyggere

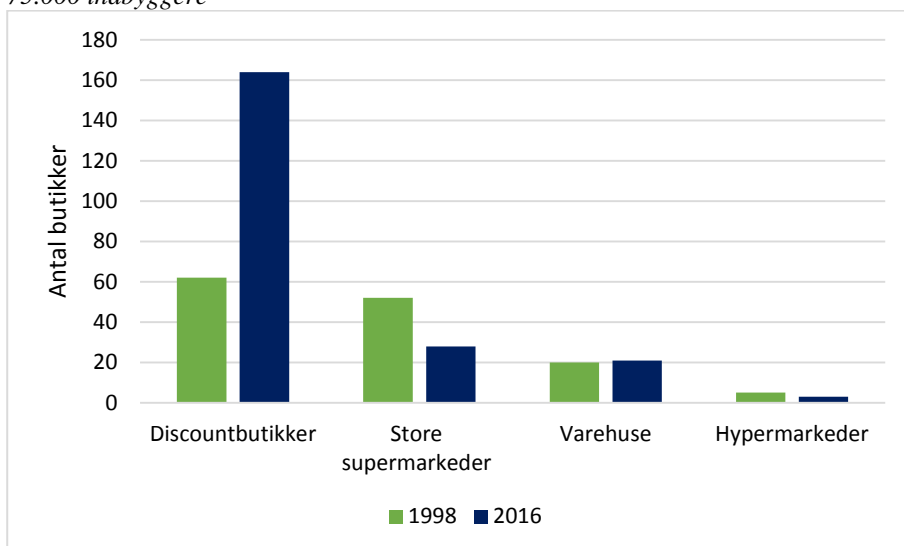
På Fyn og i Jylland er der tre byer med over 75.000 indbyggere: Aalborg, Odense og Aarhus.

I 1998 lå der i de tre byer 139 store dagligvarebutikker, hvilket svarer til ca. 46 butikker pr. by.

I de tre byer lå der samlet set 216 store dagligvarebutikker i 2016, dermed lå der gennemsnitligt 72 butikker i disse byer.

Figur 3.14 viser udviklingen i de forskellige typer dagligvarebutikker fra 1998 til 2016.

Figur 3.14 Forskellige typer dagligvarebutikker i 1998 og 2016 i byer med over 75.000 indbyggere



Kilde: Danmarks Statistik og Supermarkedshåndbogen div. årgange

I alle tre byer lå der et hypermarked i 2016. Siden 1998 er 2 hypermarkeder konverteret til varehuse i de tre byer, det drejer sig om tidligere Obs! butikker.

Antallet af varehuse er næsten uændret. I 1998 var der 20 varehuse i de tre byer og i 2016 var der 21 varehuse.

Antallet af store supermarkeder er næsten halveret i de tre byer fra 1998 til 2016. I 1998 lå der 52 store supermarkeder og i 2016 var der 28 store supermarkeder tilbage i de tre byer.

I Aalborg og Aarhus er de store supermarkeder reduceret med 60 % fra 1998 til 2016 og i Odense er antallet af de store supermarkeder halveret i samme periode.

Discountbutikker præger bybilledet i de tre store byer. Antallet af discountbutikker er steget markant, således lå der 62 discountbutikker i 1998 og 164 discountbutikker i 2016.

Antallet af discountbutikker er steget fra 62 til 164 butikker

Antallet af store dagligvarebutikker er steget med 57 %

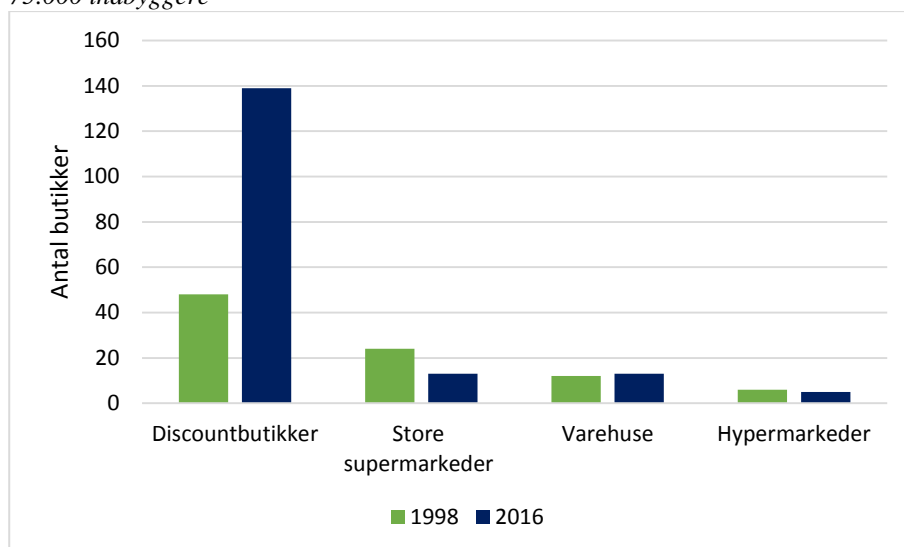
Udviklingen i byer med 45-75.000 indbyggere

Der lå i alt 170 store dagligvarebutikker i de 6 byer med 45-75.000 indbyggere i 2016. Tilsvarende var der 90 store butikker i 1998 i de dengang 5 byer.

Byer med 45-75.000 indbyggere havde gennemsnitligt 28,3 store dagligvarebutikker i 2016. Tilsvarende var der gennemsnitlig 18 store dagligvarebutikker i 1998.

Figur 3.15 viser udviklingen i de forskellige typer dagligvarebutikker fra 1998 til 2016 i byer med 45-75.000 indbyggere.

Figur 3.15 *Forskellige typer dagligvarebutikker i 1998 og 2016 i byer med 45-75.000 indbyggere*



Kilde: Supermarkedshåndbogen div. årgange og Danmarks Statistik

I alle byer med 45-75.000 indbyggere med undtagelse af Randers ligger der et hypermarked. Der er ét hypermarked færre i 2016 i ft. i 1998. Det er hypermarkedet Obs!, der blev konverteret til et Kwickly varehus.

Antallet af varehuse er næsten uændret. I 1998 var der 12 varehuse i byerne og i 2016 var der 13 varehuse.

Antallet af store supermarkeder er næsten halveret fra 1998 til 2016. I 1998 lå der 24 store supermarkeder og alle byerne havde mindst tre store supermarkeder. I 2016 er der tre af byerne, hvor der ligger ét enkelt stort supermarked i forhold til mindst 3 tidligere.

Gennemsnitlig var der 4,8 store supermarkeder pr. by i 1998 mens det gennemsnitlige antal var 2,4 i 2016.

Antallet af discountbutikker er steget markant fra 1998 til 2016. I 1998 havde de 5 byer gennemsnitligt 9,6 discountbutikker pr. by. Tilsvarende er antallet 23,2 i 2016.

Udviklingen i byer med 25-45.000 indbyggere

Både i 1998 og 2016 var der 7 byer med 25-45.000 indbyggere.

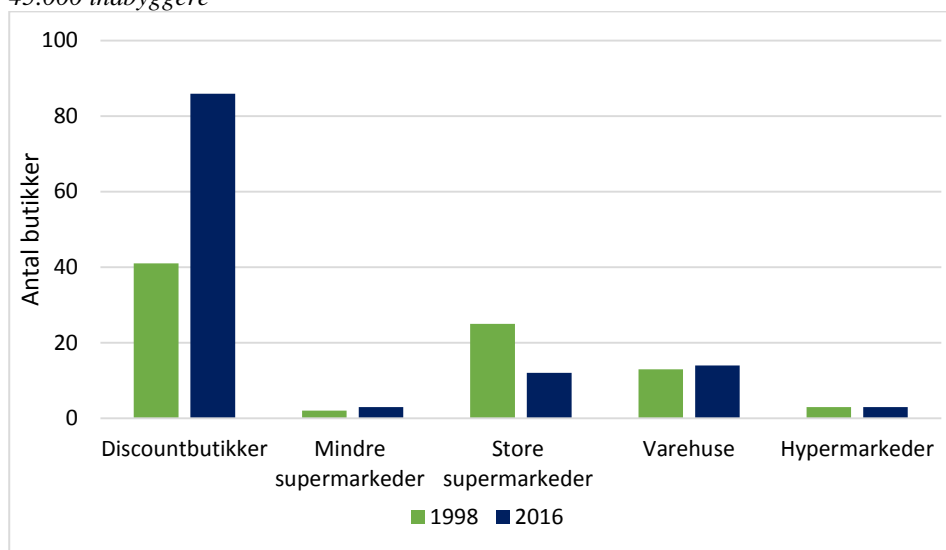
Der lå samlet set 118 store dagligvarebutikker i 2016 i de 7 byer. Tilsvarende var der 84 i 1998.

Byerne havde i gennemsnit 16,9 dagligvarebutikker i 2016. Tilsvarende var gennemsnittet i 1998 12 dagligvarebutikker.

Figur 3.16 viser udviklingen i de forskellige typer dagligvarebutikker fra 1998 til 2016.

Det gennemsnitlige antal store dagligvarebutikker er steget med ca. 40 %

Figur 3.16 Forskellige typer dagligvarebutikker i 1998 og 2016 i byer med 25-45.000 indbyggere



Kilde: Supermarkedshåndbogen div. årgange og Danmarks Statistik

I 3 af de 7 byer med 25-45.000 indbyggere ligger der et hypermarked. Antallet af hypermarkeder er uændret fra 1998 til 2016.

Der har heller ikke været den store udvikling i antallet af varehuse. I 1998 lå der 13 varehuse i byerne, mens der i 2016 lå 14 varehuse. Alle byer har mindst to varehuse, dog har to af byerne et varehus og et hypermarked.

De store supermarkeder er lukket i flere af byerne. I 1998 lå der 25 store supermarkeder og alle byerne havde mindst to store supermarkeder. I 2016 havde to af byerne ikke et stort supermarked.

Antallet af discountbutikker er mere end fordoblet fra 1998 til 2016 i byer med 25-45.000 indbyggere. Antallet af discountbutikker er steget fra 41 butikker i 1998 til 86 butikker i 2016. I 1998 havde de 7 byer gennemsnitligt 5,9 discountbutikker pr. by. Tilsvarende var antallet 12,3 i 2016.

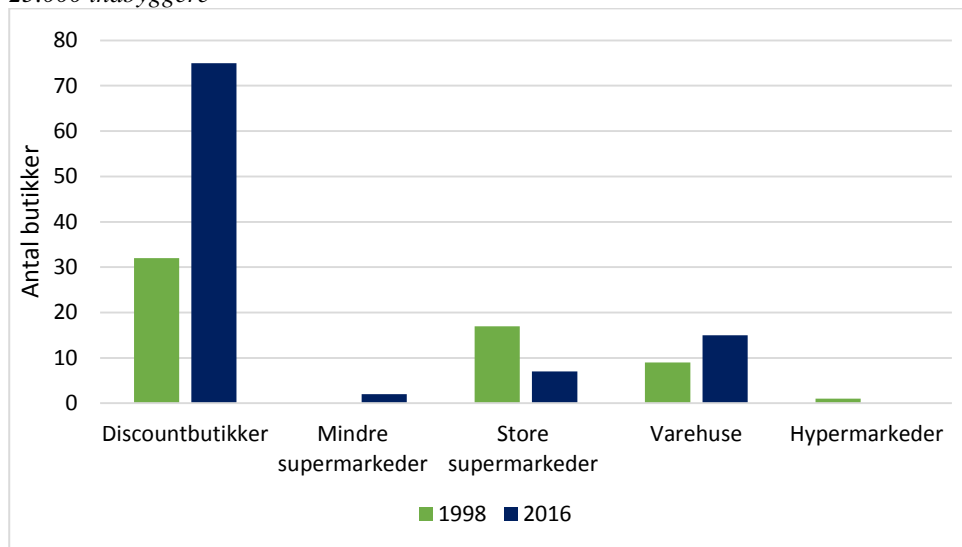
Udviklingen i byer med 15-25.000 indbyggere

Der lå i alt 99 store dagligvarebutikker i de 9 byer med 15-25.000 indbyggere i 2016. Tilsvarende var der 59 store butikker i 1998 i de dengang 7 byer.

Byerne havde gennemsnitligt 11 store dagligvarebutikker i 2016. Tilsvarende var der gennemsnitlig 8,4 dagligvarebutikker i 1998.

Figur 3.17 viser udviklingen i de forskellige typer dagligvarebutikker fra 1998 til 2016 i byer med 15-25.000 indbyggere.

Figur 3.17 Forskellige typer dagligvarebutikker i 1998 og 2016 i byer med 15-25.000 indbyggere



Kilde: Supermarkedshåndbogen div. årgange og Danmarks Statistik

Flere af byerne har mere end ét varehus

Alle byer i gruppen har et varehus og i 6 ud af de 9 byer, ligger der to varehuse.

Antallet af varehuse er steget. Således lå der 1,3 varehus pr. by i 1998 og 1,7 varehus i byerne i 2016.

Omvendt er det gået med antallet af store supermarkeder. I 1998 lå der store supermarkeder i alle byerne – gennemsnitligt lå der pr. by 2,4 store supermarkeder i byerne. I 2016 lå der kun store dagligvarebutikker i 2/3 dele af de pågældende byer.

Antallet af discountbutikker er mere end fordoblet

Antallet af discountbutikker er mere end fordoblet fra 1998 til 2016. Antallet af discountbutikker er steget fra 32 butikker i 1998 til 75 butikker i 2016. I 1998 havde de 7 byer gennemsnitligt 4,8 discountbutikker pr. by, hvor det tilsvarende antal i 2016 var 8,3.

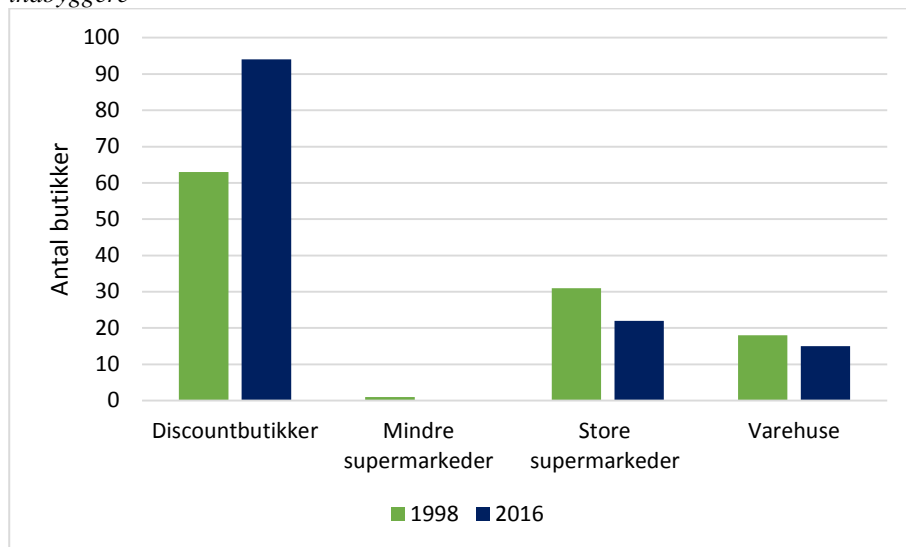
Udviklingen i byer med 8-15.000 indbyggere

Der lå samlet set 131 store dagligvarebutikker i de 20 byer med 8-15.000 indbyggere i 2016. I 1998 var der 19 byer i gruppen med i alt 113 store dagligvarebutikker.

Byerne havde gennemsnitligt 6,9 store dagligvarebutikker i 2016. Tilsvarende var der gennemsnitligt 5,7 dagligvarebutikker i 1998.

Figur 3.18 viser udviklingen i de forskellige typer dagligvarebutikker fra 1998 til 2016 i byerne.

Figur 3.18 Forskellige typer dagligvarebutikker i 1998 og 2016 i byer med 8-15.000 indbyggere



Kilde: Supermarkedshåndbogen div. årgange og Danmarks Statistik

70 % af byerne har mindst ét varehus

Byer med 8-15.000 indbyggere har ofte et varehus eller endda to varehuse. 70 % af byerne har mindst ét varehus. Der er enkelte varehuse, der er lukket fra 1998 til 2016.

Antallet af discountbutikker er steget med knap 50 % fra 1998 til 2016, således var der 94 discountbutikker i de 20 byer i 2016. Alle byerne havde mindst 3 discountbutikker – og én havde 7 discountbutikker.

Antallet af store supermarkeder er faldet i byerne. Således var der 31 store supermarkeder i 1998 og 22 store supermarkeder i 2016.

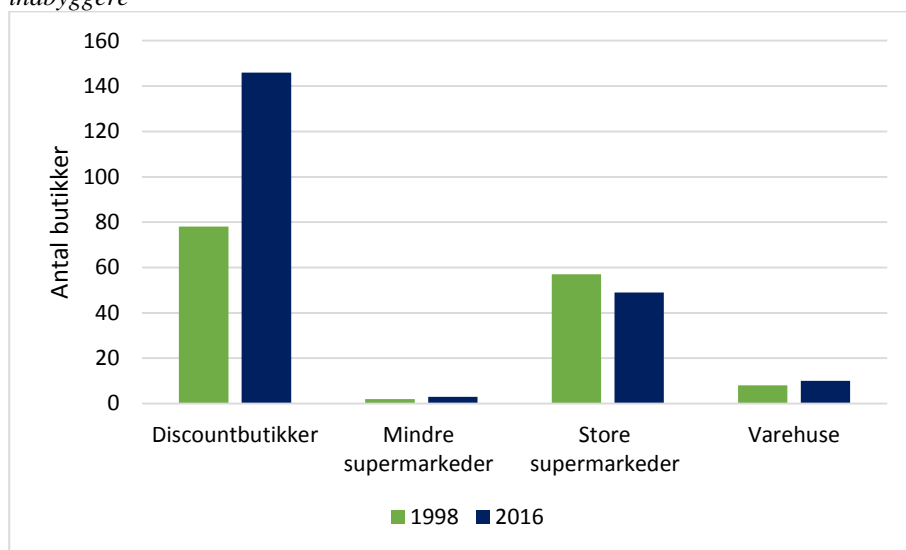
Udviklingen i byer med 4-8.000 indbyggere

I de 50 byer med 4-8.000 indbyggere lå der samlet set 208 store dagligvarebutikker i 2016. Dermed har disse byer gennemsnitligt 4,2 store dagligvarebutikker i 2016.

Tilsvarende var der gennemsnitlig 3,5 store dagligvarebutikker i 41 byer i 1998. Dermed har byerne fået flere store dagligvarebutikker siden 1998.

Figur 3.19 viser udviklingen i de forskellige typer dagligvarebutikker fra 1998 til 2016 i byer med 4-8.000 indbyggere.

Figur 3.19 *Forskellige typer dagligvarebutikker i 1998 og 2016 i byer med 4-8.000 indbyggere*



Kilde: Supermarkedshåndbogen div. årgange og Danmarks Statistik

Varehuse ligger i 18 % af byerne med 4.000-8.000 indbyggere

18 % af byerne har et varehus i 2016.

Antallet af discountbutikker er steget markant fra 1998 til 2016. Således lå der 78 discountbutikker i 1998 og 146 discountbutikker i 2016. Der er kun en enkelt by ud af de 50 byer i 2016, som ikke har en discountbutik.

Omvendt er der færre store supermarkeder – således var der 57 store supermarkeder i 1998 og 49 store supermarkeder i 2016 til trods for, at antallet af byer i gruppen er steget.

Udviklingen i byer med 2.500- 4.000 indbyggere

Samlet set lå der 161 store dagligvarebutikker fordelt i de 65 byer med et indbyggertal på 2.500-4.000 personer i 2016. Dermed har denne størrelse byer gennemsnitligt 2,5 dagligvarebutikker i 2016.

Tilsvarende var der gennemsnitlig 2,2 dagligvarebutikker i de 53 byer i 1998. Således har byerne fået flere store dagligvarebutikker siden 1998.

Figur 3.20 viser udviklingen i de forskellige typer dagligvarebutikker fra 1998 til 2016 i byer med 2.500-4.000 indbyggere.

Figur 3.20 Forskellige typer dagligvarebutikker i 1998 og 2016 i byer med 2.500-4.000 indbyggere



Kilde: Supermarkedshåndbogen div. årgange og Danmarks Statistik

Sammensætningen af dagligvarebutikker har dog ændret sig i disse byer, da antallet af discountbutikker er steget markant samtidig med, at der har været et fald i antallet af de store supermarkeder.

91 % af byerne har mindst én discountbutik i 2016 – i 1998 var det 75%

91 % af alle byerne har mindst én discountbutik i 2016, hvilket er en stigning fra 75 % i 1998. Ligeledes er der i 71 % af byerne mindst et stort supermarked.

Udviklingen i byer med under 2.500 indbyggere

Samlet set lå der 134 dagligvarebutikker fordelt i de 97 byer med et indbyggertal under 2.500 personer i 2016.

Gennemsnitligt havde byerne 1,4 dagligvarebutikker i 2016. 67 % af byerne havde en enkelt dagligvarebutik, 29 % af byerne havde to dagligvarebutikker og 4 % havde tre dagligvarebutikker.

I 1998 lå der 156 butikker i de 127 byer, svarerende til at byerne gennemsnitligt havde 1,2 dagligvarebutikker. Antallet er således steget i disse byer.

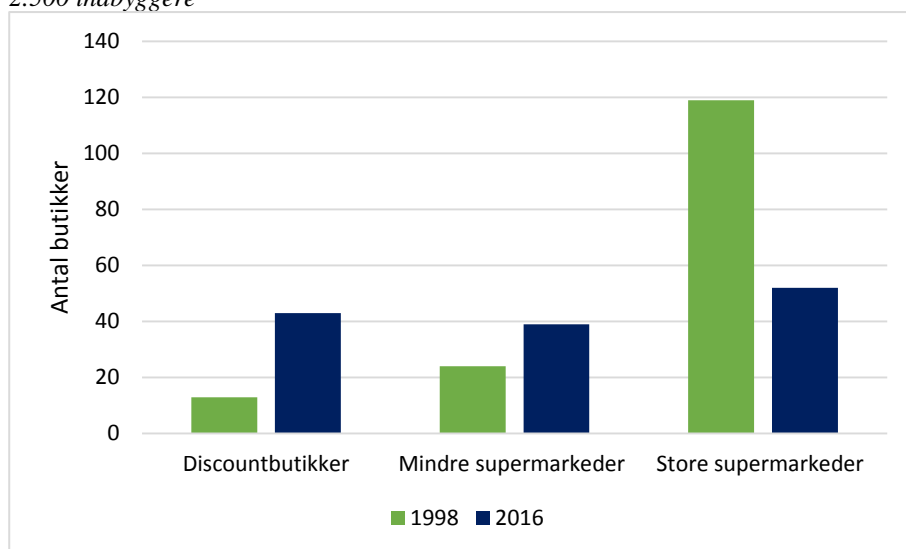
Det er dog forskel på, hvilke typer af dagligvarebutikker der ligger i disse byer i 2016 i forhold til i 1998. Der er fortsat mange byer med et stort supermarked, selvom antallet er faldet væsentligt fra 1998 til 2016. Halvdelen af byerne i gruppen har fortsat et stort supermarked i 2016.

Flere discountbutikker og mindre supermarkeder i de små byer

Omvendt er antallet af discountbutikker og mindre supermarkeder steget markant i samme periode. I 2016 havde 40 % af byerne mindst én discountbutik.

Figur 3.21 viser udviklingen indenfor de forskellige typer af dagligvarebutikker i byer med under 2.500 indbyggere.

Figur 3.21 *Forskellige typer dagligvarebutikker i 1998 og 2016 i byer med under 2.500 indbyggere*



Kilde: Supermarkedshåndbogen div. årgange og Danmarks Statistik

Dagligvarebutikkernes udbredelse i byerne

Udviklingen af dagligvarebutikkernes udbredelse i de forskellige bystørrelser på Fyn og i Jylland er blevet undersøgt.

Udbredelsen vises for henholdsvis discountbutikker, store supermarkeder og varehuse.

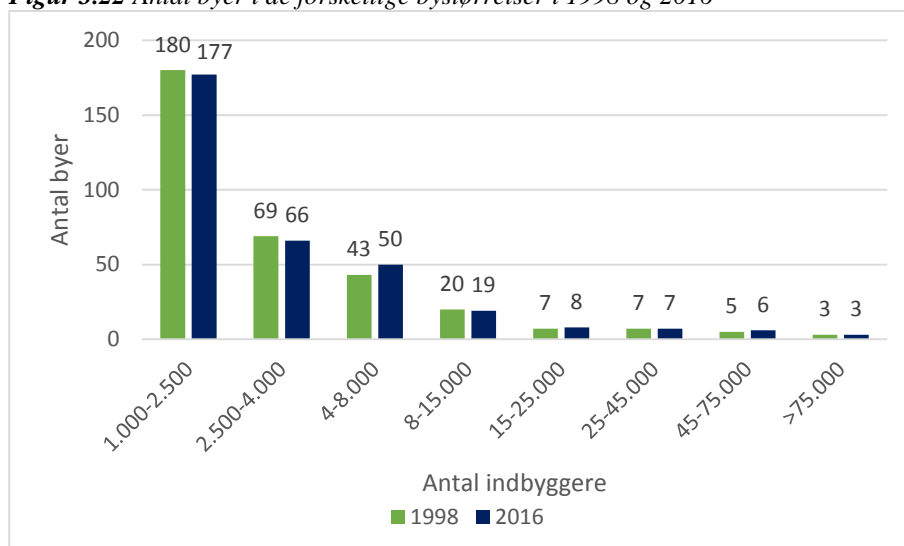
Ved at undersøge udbredelsen af forskellige dagligvarebutikker er det muligt at kortlægge dagligvarebutikkernes etableringsmønster inden for forskellige bystørrelser.

Således viser en udbredelsesprocent af store supermarkeder på 90 % i en given bystørrelse, at der i 10 % af byerne i denne gruppe slet ikke er et supermarked.

Undersøgelsen omfatter alle Danmarks Statistiks definerede byer i Jylland og på Fyn med mindst 1.000 indbyggere.

Figur 3.22 viser det samlede antal byer på Fyn og i Jylland i de forskellige bystørrelser i 1998 og 2016.

Figur 3.22 Antal byer i de forskellige bystørrelser i 1998 og 2016



Kilde: Danmarks Statistik

Figur 3.23 viser udbredelsesprocenten for discountbutikker i det samlede antal byer på Fyn og i Jylland i de forskellige bystørrelser i 1998 og 2016.

I byer med mindst 8.000 indbyggere havde alle byer en discountbutik.

I byer med 4-8.000 indbyggere havde 79 % discountbutikker i 1998 og 98 % i 2016.

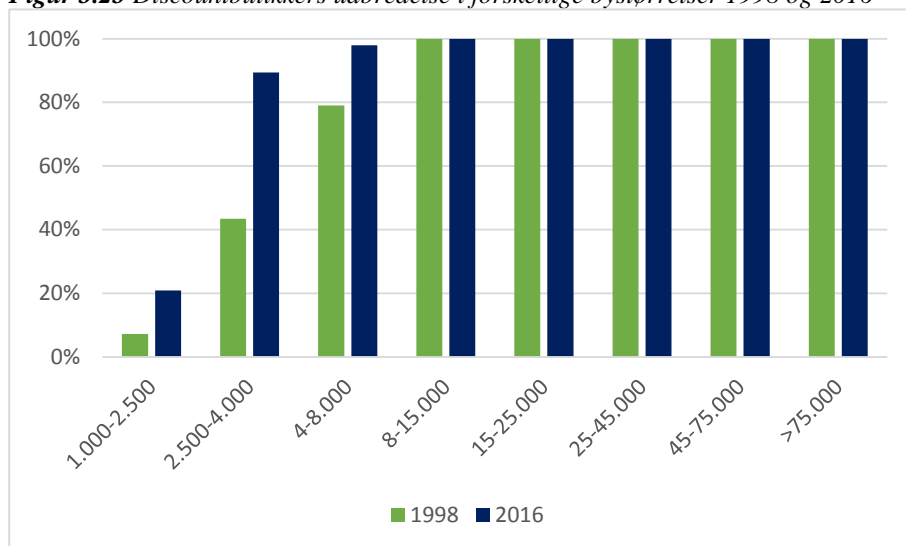
I byer med 2.500-4.000 indbyggere er discountbutikkernes udbredelse ligeledes steget. I 1998 var andelen af byer med en discountbutik 43 %, mens den var 89 % i 2016.

Det er blot 11 % af alle byerne på Fyn og i Jylland med 2.500-4.000 indbyggere, som ikke har mindst én discountbutik i 2016.

Discountbutikkernes udbredelse er ligeledes steget i byer med 1.000-2.500 indbyggere. Således havde 7 % af byerne en discountbutik i 1998 mod 21 % af byerne i 2016.

Stort set alle byer over 4.000 indbyggere har i dag mindst én discountbutik – i 1998 havde 80 % af byerne med 4-8.000 indbyggere mindst én discountbutik

Figur 3.23 Discountbutikkers udbredelse i forskellige bystørrelser 1998 og 2016



Kilde: Supermarkedshåndbogen div. årgange og Danmarks Statistik



Figur 3.24 viser udbredelsesprocenten for store supermarkeder i de samme byer på Fyn og i Jylland i de forskellige bystørrelser i 1998 og 2016.

I takt med at antallet af store supermarkeder er faldet, er de store supermarketers udbredelsesprocent også faldet.

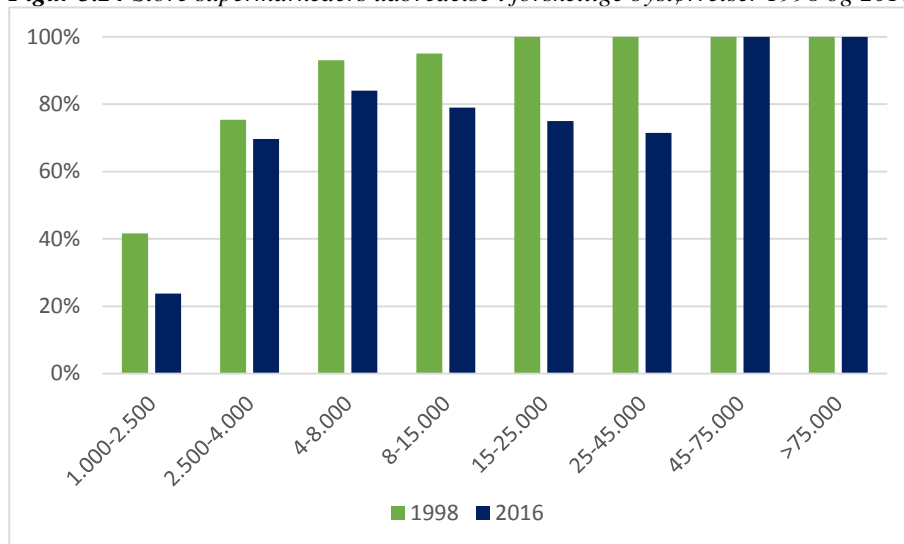
I byer med 15-25.000 indbyggere og 25-45.000 indbyggere er de store supermarketers udbredelsesprocent faldet med henholdsvis 24 procentpoint og 29 procentpoint fra 1998 til 2016.

I byer med 1.000-2.500 indbyggere er store supermarketers udbredelse faldet fra 42 % i 1998 til 24 % i 2016. Således har kun 24 % af byerne i dag mindst ét stort supermarked.

I 1998 havde stort set alle byer større end 8.000 indbyggere et supermarked. I 2016 er det kun alle byer over 45.000 indbyggere, der har mindst ét supermarked

Det er netop også i de mindre byer, at discountbutikkerne også er etableret. Dermed er det ikke overraskende, at store supermarketers tilstedeværelse især i disse byer er faldet.

Figur 3.24 Store supermarketers udbredelse i forskellige bystørrelser 1998 og 2016

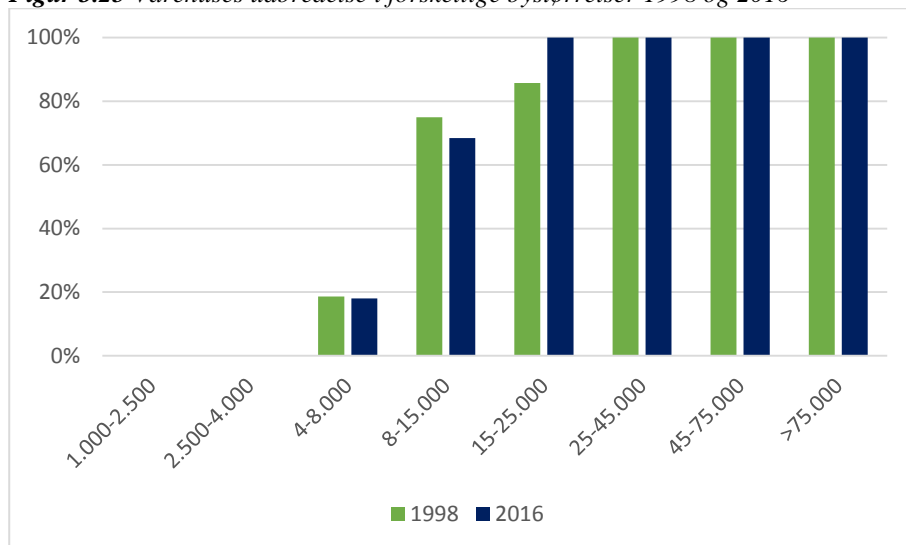


Kilde: Supermarkedshåndbogen div. årgange og Danmarks Statistik



Figur 3.25 viser udbredelsesprocenten for varehuse i det samlede antal byer på Fyn og i Jylland i de forskellige bystørrelser i 1998 og 2016.

Figur 3.25 Varehuses udbredelse i forskellige bystørrelser 1998 og 2016



Kilde: Supermarkedshåndbogen div. årgange og Danmarks Statistik

Der er blevet færre byer med 4 – 15.000 indbyggere, der har et varehus, men alle byer over 15.000 indbyggere har i dag mindst ét varehus

Udbredelsesprocenten er steget i byer med 15-25.000 indbyggere. Her var udbredelsen 86 % i 1998 og er steget til 100 % i 2016.

I byerne med 8-15.000 indbyggere er varehuses udbredelsesprocent faldet fra 75 % i 1998 til 68 % i 2016. I byer med 4-8.000 indbyggere er udbredelsen faldet med et procentpoint, fra 19 % i 1998 til 18 % i 2016.

Varehusene ligger ikke i byer med under 4.000 indbyggere.



Udvalgswarebutikkernes udvikling

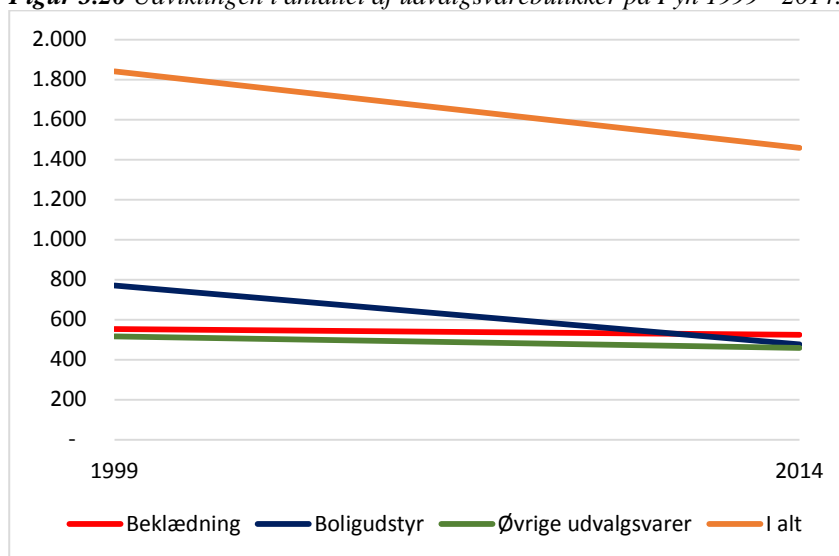
ICP gennemførte i henholdsvis 1999 og 2014 en fuld registrering af alle butikker på Fyn. Under rekognosceringen blev alle butikker besøgt og deres bruttoareal og omsætning skønnet.

Da Fyn stort set svarer til ca. 10 % af Danmark, kan udviklingen her tjene som en retningspil for, hvorledes detailhandelsudviklingen har foregået i hele landet.

Antallet af udvalgswarebutikker

I figur 3.26 beskrives udviklingen i antallet af udvalgswarebutikker (se bilag 3 for definition) på Fyn i perioden 1999 – 2014.

Figur 3.26 Udviklingen i antallet af udvalgswarebutikker på Fyn 1999 - 2014.



21 % af udvalgswarebutikkerne er forsvundet fra 1999 til 2014

Nye, større boligudstørsbutikker har presset de oprindelige

Ser man på udviklingen i antallet af butikker inden for udvalgsvarer er der i perioden 1999 til 2014 forsvundet knap 400, svarende til 21 % af det samlede antal butikker.

Det er især boligudstørsbutikker, der er forsvundet. Grunden til dette kan være, at der netop inden for boligudstyr er etableret en række storbutikskoncepter, der primært forhandler en lang række produkter inden for boligudstyr. Dette kan have påført de mindre butikker en konkurrence, der har betydet, at de måtte lukke.

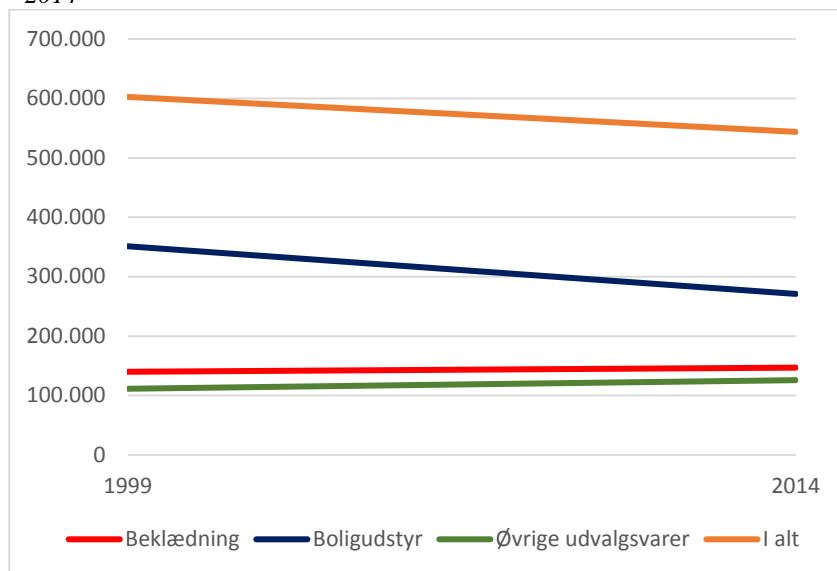
Desuden er der i Odense i 2009 etableret et IKEA-varehus i Aflastningsområdet Sydøst.

Antallet af beklædningsbutikker er i perioden stort set uændret, mens antallet af øvrige udvalgswarebutikker har været svagt faldende.

Det samlede bruttoareal til udvalgswarebutikker

I figur 3.27 beskrives udviklingen i det samlede bruttoareal til udvalgswarebutikker på Fyn i perioden 1999 – 2014.

Figur 3.27 Udvikling i det samlede bruttoareal til udvalgswarebutikker på Fyn 1999 - 2014



Bruttoarealet til udvalgswarebutikker er faldet med 10 % fra 1999 til 2014

Det samlede bruttoareal til udvalgsvarer på Fyn er faldet fra godt 600.000 m² i 1999 til godt 540.000 m² i 2014 svarende til et fald på ca. 10 %. Faldet fremkommer alene ved et fald i bruttoarealet til boligudstyr, der er faldet med mere end 20 %.

Både inden for beklædning og boligudstyr har arealet til beklædningsbutikker og øvrige udvalgswarebutikker været svagt stigende i perioden. Dette kan bl.a. hænge sammen med en større udvidelse af Rosengårdcentret i Odense.



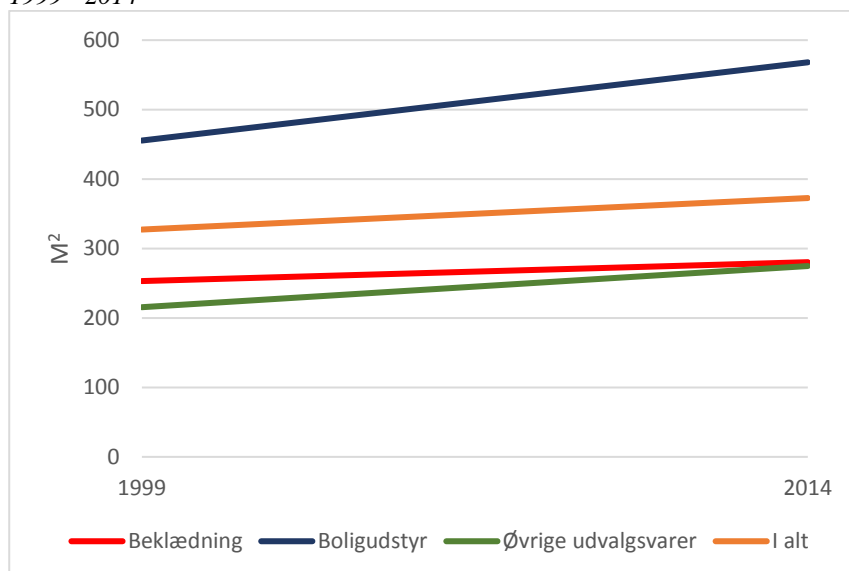
Det gennemsnitlige bruttoareal til udvalgswarebutikker 1999 - 2014

I perioden 1999 til 2014 er der på trods af Planlovens bestemmelser om, at udvalgswarebutikker fortrinsvis skal placeres i bymidterne og at der er maksimale størrelser på udvalgswarebutikker, etableret en lang række større udvalgswarebutikker i byernes udkant. Butikkerne er enten etableret i egentlige aflastningsområder eller i storbutiksområder, hvor bl.a. begrebet ”særligt pladskrævende varer” frem til den udtømmende definition, der blev vedtaget i 2007, åbnede mulighed for et kommunalt skøn.

På landsplan er der ligeledes en række kommuner, der med udlæg af meget store bymidter (udlagt før den Statistiske Bymidteafgrænsning blev indført i 2007) har skabt plads til en række storbutiksformater. Som eksempler kan nævnes Horsens og Glostrup kommuner.

I figur 3.28 beskrives udviklingen i det gennemsnitlige bruttoareal pr. udvalgswarebutik på Fyn i perioden 1999 – 2014.

Figur 3.28 Udvikling i det gennemsnitlige bruttoareal pr. udvalgswarebutik på Fyn 1999 - 2014



Det gennemsnitlige bruttoareal til udvalgswarebutikker er steget med 14 % fra 1999 til 2014

Det gennemsnitlige areal pr. udvalgswarebutik på Fyn steg fra godt 325 m² i 1999 til knap 375 m² i 2014. Dette svarer til en stigning på 14%.

Der har især kunnet konstateres en stigning i den gennemsnitlige størrelse inden for boligudstyr og øvrige udvalgsvarer, der begge har øget den gennemsnitlige størrelse med mere end 20 %. Inden for beklædning er den gennemsnitlige størrelse steget med ca. 10%.



4. Udviklingen i 15 udvalgte byer

Konklusion

De parvise analyser af eksempelbyerne viser, at for de største byer over 25.000 indbyggere som Kolding vs. Vejle og Næstved vs. Hillerød er der en forskel på udviklingen i detailhandelen i bymidterne, afhængig af hvilken planlægning kommunen har valgt. I samtlige eksempler er bymidternes detailhandel svækket på bekostning af et styrket aflastningsområde.

Især Shopping Index et værktøj udviklet af ICP, som direkte sammenligner detailhandelskoncentrationers konkurrencemæssige status i forhold til andre udbudspunkter, viser for så vidt angår de større og mindre byer, at hvor kommunerne har satset på en detailhandelsmæssig udvikling i bymidterne, er der generelt et højere Shopping Index end i bymidterne, hvor kommunerne har valgt at satse på en udvikling i et aflastningsområde eller i udkanten af en stærkt udvidet eller todelt bymidte.

Det er især detailhandelen i bymidten, der er svagere i de byer, hvor der er satset på udbygning i et aflastningsområde eller i udkanten af bymidten. Bl.a. er andelen af kædebutikker næsten dobbelt så høj i Vejle bymidte som i Kolding bymidte, hvor man har satset på et aflastningsområde.

For de øvrige mindre byer er tendensen mellem byer, hvor detailhandelen er samlet eller spredt mere diffus. Her har andre faktorer som for eksempel afstanden til større udbudspunkter, turisme og geografisk placering indflydelse på detailhandelsudviklingen i de enkelte bymidter.

Der er en række data udfordringer i sammenligningen af byerne, da der ikke har været ensartede data til rådighed. Det betyder, at sammenligningen i flere tilfælde bygger på data fra forskellige tidsperioder.

Den parvise sammenligning af byerne er nærmere beskrevet nedenfor.

Udvælgelse af byer

For at analysere detailhandelens udvikling er der udvalgt 15 eksempelbyer, som repræsenterer 8 forskellige bytyper.

Eksempelbyerne er udvalgt ud fra indbyggertal og fordelt i syv størrelseskategorier, fra ”Den store by”, der er Aarhus til Bredebro og Gjern, der har mellem 1.000 og 2.500 indbyggere.

Antallet af indbyggere i en by er i væsentlig grad med til at definere detailhandelsudbuddets størrelse og i langt de fleste tilfælde også udbuddets betydning i oplandet og oplandets udstrækning.

Efterfølgende er der i hver størrelseskategori udvalgt to byer, som repræsenterer to forskellige tilgange til detailhandelsplanlægning.

Den ene er den ofte målrettede satsning på bymidten, som det sted, hvor den detailhandelsmæssige udvikling har skullet foregå. De pågældende kommuner har fulgt intensjonen i planlovens detailhandelsbestemmelser og primært ladet butikslivet udvikle sig i bymidten.

Den anden strategi kan beskrives som en satsning på udvikling i egentlige aflastningsområder men også i storbutiksområder, der ofte er blevet udlagt til særligt pladskrævende varer, men inden planloven udtømmende definerede begrebet ”særligt pladskrævende varer” og derfor kunne indeholde en lang række storbutiksmaterialer også inden for udvalgsvarer.

Der er således tale om byer, hvor detailhandelsudbuddet enten er samlet i bymidten eller byer, hvor detailhandelen i højere grad er placeret i både bymidten og et aflastningsområde eller i anden ekstern butiksbegyggelse.

Udviklingen i 15 udvalgte byer

Eksempelbyerne er parvist sammenlignet med hensyn til faktorer så som udviklingen i antal butikker, bruttoareal, detailhandelsomsætning samt forskellen i Shopping Index.

Følgende eksemplerbyer er udvalgt:



- **Den store by (i alt 3 byer)**
Eksempelby:
 - **Aarhus**

- **Byer med 45–75.000 indbyggere (i alt 9 byer)**
Eksempelbyer:
 - By med betydeligt aflastningsområde: **Kolding**
 - By, hvor der målrettet er satset på bymidten: **Vejle**

- **Byer med 25–45.000 indbyggere (i alt 13 byer)**
Eksempelbyer:
 - By med betydeligt aflastningsområde: **Næstved**
 - By, hvor der målrettet er satset på bymidten: **Hillerød**

- **Byer med 15– 25.000 indbyggere (i alt 19 byer)**
Eksempelbyer:
 - By hvor detailhandelen er spredt: **Ringsted**
 - By hvor detailhandelen er samlet: **Middelfart**

- **Byer med 8–15.000 indbyggere (i alt 33 byer)**
Eksempelbyer:
 - By hvor detailhandelen er spredt: **Ribe**
 - By hvor detailhandelen er samlet: **Vej**

- **Byer med 4–8.000 indbyggere (i alt 72 byer)**
Eksempelbyer:
 - By hvor detailhandelen er spredt: **Faaborg**
 - By hvor detailhandelen er samlet: **Assens**

- **Byer med 2.500 – 4.000 indbyggere (i alt 87 byer)**
Eksempelbyer:
 - By hvor detailhandelen er spredt: **Holsted**
 - By hvor detailhandelen er samlet: **Bogense**

- **Byer med 1.000 - 2.500 indbyggere (i alt 272 byer)**
Eksempelbyer:
 - By hvor detailhandelen er spredt: **Gjern**
 - By hvor detailhandelen er samlet: **Bredebro**

Shopping Index - overordnet

For at kunne sammenligne detailhandelskoncentrationer, det være sig bymidter eller butikcentre, benyttes Shopping Index.

Shopping Index er benchmarking-værktøj udviklet af ICP. Dette værktøj gør det muligt direkte at sammenligne de enkelte udbudspunkters konkurrencemæssige status i forhold til andre udbudspunkter.

Shopping Indexet tager højde for en lang række forhold, som er af betydning for et udbudspunkts evne til at tiltrække og fastholde forbrugerne.

Det er parametre som f.eks. målbare faktorer som antallet af butikker, tilstedeværelse af kædebutikker, butiksåbningstider, antal caféer og andre kundeorienterede servicefunktioner, gågader, overdækkede shoppingmiljøer, betalingsparkering samt antal p-pladser.

Herudover indgår subjektivt bedømte faktorer som f.eks. de enkelte butikkers attraktion over for forbrugeren, tilgængelighed med privat og offentlig transport og bløde værdier som diversitet, shopping oplevelse, udsmykning og gademiljø.

Oplysningerne, der indgår i Shopping Index indsamles i forbindelse med en rekognoscering af bymidterne samt ved henvendelse til den kommunale forvaltning.

De subjektive faktorer i Shopping Indexet er vurderet af de samme eksperter fra ICP for hver af de 15 eksempelbyer.

Shopping Indexet består af 4 hovedkategorier: Detailhandel, service, miljø samt tilgængelighed og parkering.

Hver af disse hovedkategorier får en score ud fra en række faktuelle og subjektive bedømmelser beskrevet i figur 4.1. Tilsammen udgør disse således Shopping Index scoren, som er et tal. Herved er det muligt at sammenligne de enkelte byers score, og derved sammenligne udbudspunkternes styrkeforhold både inden for hver af de fire hovedfaktorer og til sammen, hvor de udgør Shopping Indexet.

Nedenfor er vist eksempler på de forhold, der indgår i Shopping Indexet.

Figur 4.1 Eksempler på faktorer, der er medtaget i Shopping Index

Detailhandel	Tilgængelighed og parkering
<ul style="list-style-type: none"> • Antal butikker (meget stor betydning) • Butikstyper & størrelser (vis betydning) • Kædestruktur (stor betydning) • Attraktion (vis betydning) • Åbningstid (vis betydning) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kapacitet (stor betydning) • Skiltning (vis betydning) • Lokalisering (vis betydning) • Betaling (vis betydning) • Tilgængelighed (vis betydning) • Offentlig transport (vis betydning) • Parkerings app (mindre betydning)
Service	Miljø
<ul style="list-style-type: none"> • Antal servicefunktioner (meget stor betydning) • Antal af typerne af bespisning, f.eks. restauranter/caféer/natteliv (meget stor betydning) • Kulturelle tilbud, f.eks. biograf, teater m.v. (vis betydning) • Bibliotek (stor betydning) • Serviceydelser, f.eks. borgerservice (vis betydning) 	<ul style="list-style-type: none"> • Gadeudstyr (vis betydning) • Kunst/bymiljø (vis betydning) • Beplantning (mindre betydning) • Gågade (stor betydning) • Torvedannelser (vis betydning) • By app (mindre betydning) • Affaldshåndtering (vis betydning) • Turistattraktioner (vis betydning)

Udviklingen i 15 udvalgte byer

Shopping Indexet viser udbudspunkternes styrke

Aarhus har markant højeste Shopping Index

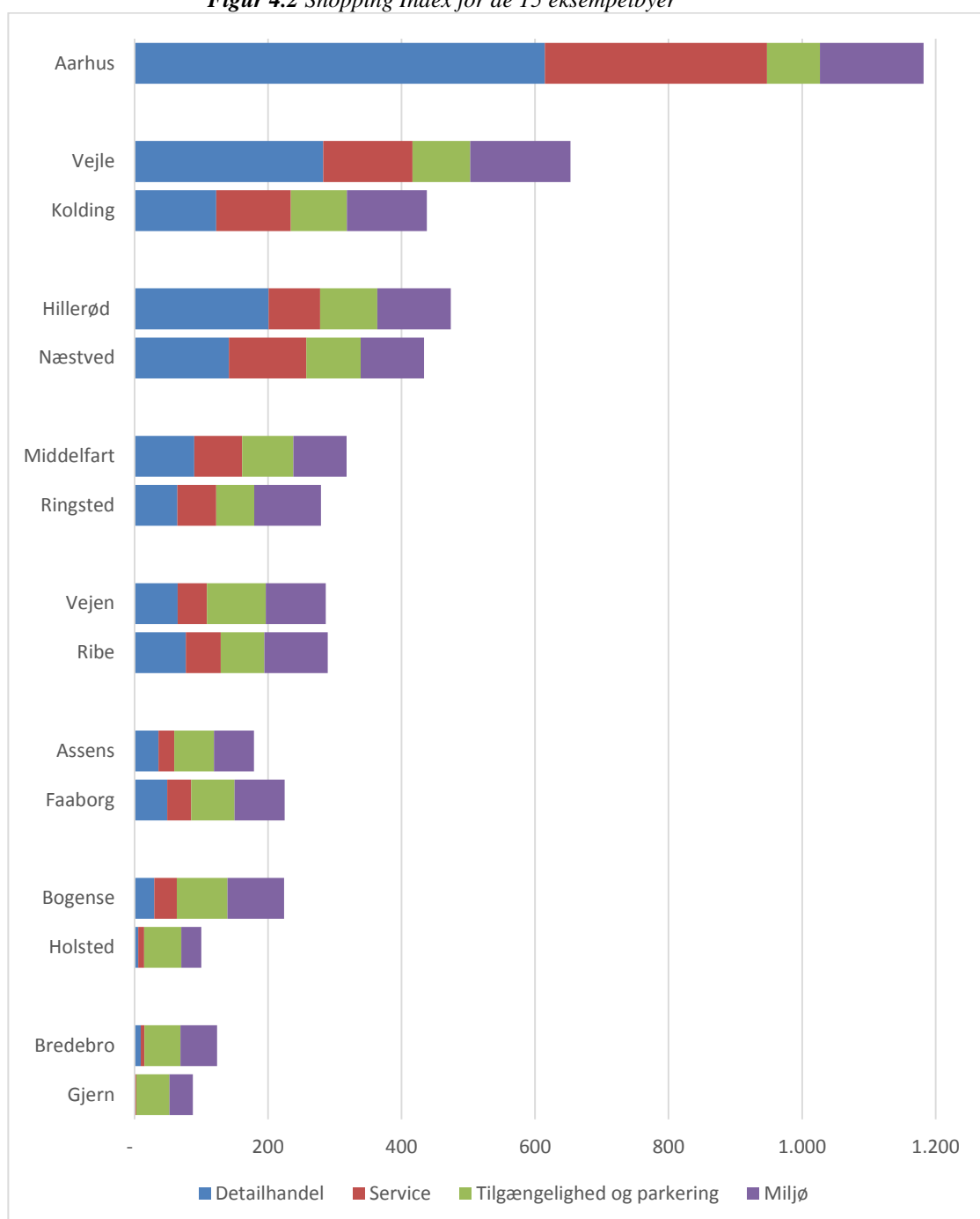
I figur 4.2. vises de 15 eksempelbyers Shopping Index og de forskellige udbudspunkters indbyrdes styrker inden for de 4 områder; detailhandel, service, miljø samt tilgængelighed og parkering.

Aarhus bymidte har et markant højere Shopping Index end de øvrige 14 eksempelbyer. Det er især det brede udbud af butikker og kundeorienterede servicefunktioner i den næststørste by i Danmark, som er med til at give den høje Shopping Index-score på knap 1.200 point.

Vejle bymidte har den næsthøjeste Shopping Index-score på ca. 650 point, mens Hillerød har en Shopping Index-score på ca. 475 point. Der er tale om byer, som begge målrettet har satset på bymidterne.

Derimod har Næstved og Kolding bymidter, som er byer med et betydeligt aflastningsområde, en Shopping Index-score på omkring 435 point.

Figur 4.2 Shopping Index for de 15 eksempelbyer



Udviklingen i 15 udvalgte byer

Byer som Vejle, Hillerød og Middelfart, hvor man har satset på en udvikling i bymidten, har en markant højere detailhandels-score end byer, hvor man har satset på en mere spredt struktur

Tilgængelighed og parkering vægter højt i Shopping Indexet i de mindste byer

Detailhandels-scoren markant højere i byer med over 15.000 indbyggere som har satset på bymidten

Ser man på den procentvise fordeling af Shopping Indexet mellem de fire kategorier detailhandel, service, tilgængelighed og parkering samt miljø, vægter detailhandel generelt mest i de største byer som målrettet har satset på bymidten, dvs. i Aarhus, Vejle, Hillerød og Middelfart og mindre i de byer, der har satset på en mere spredt detailhandelsstruktur.

For de mindre byer er billedet lidt mere uklart. Her vægter detailhandelen ikke i nær så høj grad i Shopping Indexet, primært på grund af et mindre udvalg af butikker.

Aarhus har som landsdelscenter og som en af landets største byer et markant højt Shopping Index, hvilket stemmer godt overens med byens store regionale opland. Det er især på detailhandels- og serviceområdet, at Aarhus med sit store og brede udbud af butikker og andre servicefunktioner scorer relativt højt. Detailhandelen udgør procentvis over halvdelen af detailhandels-scoren.

Omvendt betyder tilgængelighed og parkering meget for Shopping Index-scoren i de mindste byer f.eks. udgør tilgængelighed og parkering 56 % af den samlede Shopping Index-score i Holsted.

I byer med over 15.000 indbyggere udgør service 21-28 % af Shopping Index-scoren og vægter derved tungt i den samlede detailhandels-score.

Detailhandels-scoren er markant højere i de byer over 15.000 indbyggere, der målrettet har satset på en detailhandelsmæssig udvikling i bymidterne frem for aflastningsområder og som har satset på en strategi om at samle detailhandelen frem for at sprede den på flere udbudspunkter.

Det gælder såvel i de store byer (45-75.000 indbyggere), hvor Vejle bymidte har langt flere butikker sammenlignet med Kolding bymidte, i de lidt mindre byer (25-45.000 indbyggere), hvor Hillerød bymidte har betydeligt flere butikker end Næstved bymidte og i mellemstore byer (15-25.000 indbyggere), hvor Middelfart bymidte har flere butikker end Ringsted bymidte.

Dette er en naturlig konsekvens af, at byerne i Danmark ligger relativt tæt, og at en to- eller flerdelt struktur samlet set ikke nødvendigvis indebærer flere kunder på bekostning af andre byer i oplandet.

Derfor vil antallet af butikker i bymidten typisk være højere i byer, der entydigt har satset på en detailhandelsmæssig udvikling i bymidterne end i byer, der har satset på en mere spredt struktur.



Udviklingen i 15 udvalgte byer

Kædeandelen næsten dobbelt så høj i Vejle som i Kolding

Går man dybere ned i detailhandels-scoren, er der også andre forhold der har betydning. Ser man på forholdet mellem f.eks. Kolding og Vejle, er det i høj grad også kædeandelen, der indebærer den relativt markante forskel. Hvor der i Vejle bymidte er næsten dobbelt så mange butikker som i Kolding, er antallet af kædebutikker næsten fire gange så højt i Vejle bymidte som i Kolding bymidte.

Dette hænger tydeligt sammen med, at kædebutikkerne generelt har en præference for store, veldrevne shoppingcentre (ofte i aflastningsområder) og derfor, medmindre de har butikker i både bymidten og aflastningsområdet, fravælger en placering i bymidten.

Dette er der flere årsager til: Bl.a. kan det i mange bymidter være svært at finde store regulære butikslokaler, der lever op til kædernes etableringskrav. Derudover har flere af kæderne længere åbningstider i forhold til enkeltmandsejede butikker i bymidterne. Dette kan butikskæderne opfatte som negativt i forhold til et udbudspunkts samlede attraktion.

I byer med 4-15.000 indbyggere er der mindre forskelle i Shopping Indexet

I de lidt mindre byer (8-15.000 indbyggere) er der stort set ingen forskel på Shopping Indexet for Ribe og Vejen, hvilket også er tilfældet i de mindre byer (4-8.000 indbyggere), hvor forskellen i Shopping Indexet mellem Assens og Faaborg er relativt begrænset, på trods af at man i Faaborg har spredt udbuddet på Herregårdscentret og bymidten, mens man i Assens mere entydigt har satset på at samle detailhandelen i bymidten. En del af forklaringen kan dog være, at Faaborg by er en del større end Assens by.

I de mindste byer er Shopping Index højest i byer, hvor der målrettet satses på bymidten, men tendensen er ikke så tydelig som for de større byer

I de mindste byer (1-4.000 indbyggere) ser man igen mønsteret fra de større byer, men dog ikke med samme tydelighed.

Shopping Indexet er højere i Bogense i forhold til Holsted og tilsvarende højere i Bredebro sammenlignet med Gjern.

Der er generelt flere servicefunktioner som f.eks. spisesteder og behandlere i bymidternes stueplan. Denne udvikling er formentlig et resultat af, at der generelt er blevet færre butikker i bymidterne. Det vurderes, at konsekvensen af dette skifte f.eks. er et vigende lejeniveau i bymidterne.

I enkelte byer, der har satset på en mere spredt detailhandelsstruktur er service-scoren højere end i de byer, der har satset på en mere samlet struktur i bymidterne - indenfor samme bytype.

Dette hænger sandsynligvis sammen med, at butikkerne gradvist er forsvundet fra bymidterne i de byer, hvor muligheden for at flytte til et aflastningsområde eller andre steder i strukturen, har været tilstede.

Herefter har restauranter og andre spisesteder samt andre servicefunktioner igennem en længere årrække haft mulighed for at overtage lejemål i disse byer. Således ligger der et stort udvalg af servicefunktioner i bymidten, hvilket f.eks. er tilfældet i Næstved, hvor knap halvdelen af funktionerne i bymidten er service.

Omvendt kan servicefunktioner i de byer, der mere entydigt har satset på bymidten, være blevet holdt ude af butikkerne, der generelt kan betale en højere leje end de andre servicefunktioner.

Der er f.eks. flere servicefunktioner i Næstved bymidte med den spredte struktur end i Hillerød bymidte, hvor der er satset på bymidten. Det samme gør sig gældende for en række byer Ribe (spredt) vs. Vejen (samlet), Faaborg (spredt) vs. Assens (samlet).

Der synes kun i mindre grad at være sammenhæng mellem et godt bymiljø og en satsning på bymidten. Generelt er bymiljøet i bymidterne med pladsdannelse, gadeinventar, kunst o.l. stort set lige så betydende i byer, der har

Udviklingen i 15 udvalgte byer

satset på flere centre som i byer, der mere entydigt har satset på bymidten som det detailhandelsmæssige centrum.

Man ser i øvrigt generelt flere servicefunktioner som f.eks. spisesteder og behandlere i bymidternes stueplan. Denne udvikling er formentlig et resultat af, at der generelt er blevet færre butikker i bymidterne. Det vurderes, at konsekvensen af dette skifte f.eks. er et vigende lejeniveau i bymidterne.

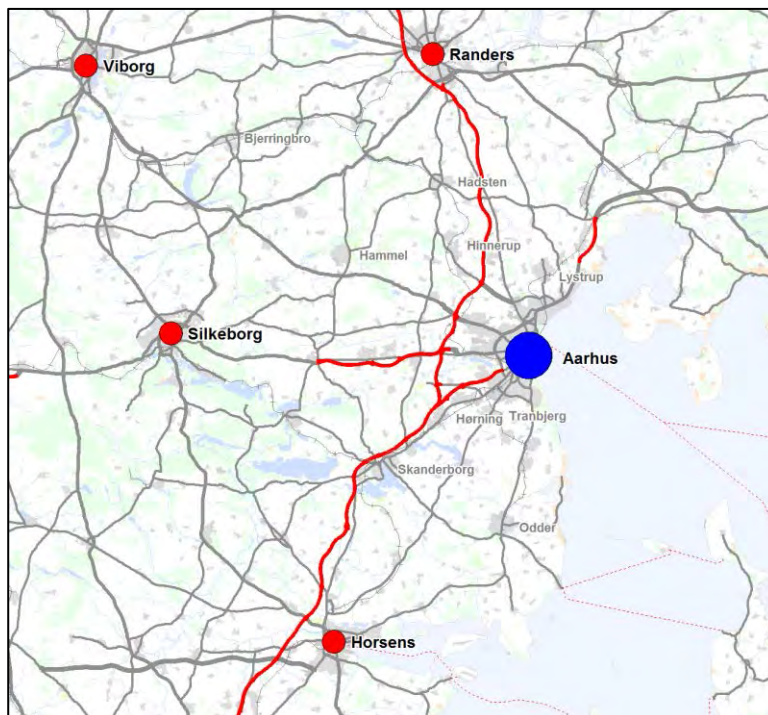
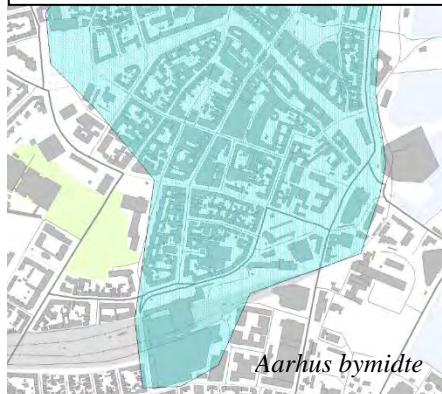


Udviklingen i de 15 eksempelbyer

Nedenstående vises udviklingen i de 15 eksempelbyer parvis. Udviklingen vises for henholdsvis eksempelbyen med en samlet bymidte, samt for en bymidte med en spredt detailhandel.

Aarhus Midtby - Den store bymidte

Befolkning 2016: 264.700
Befolkningsudvikling:
14 % (2007-2014)
Nærmeste store byer:
Horsens - 49 km
Silkeborg - 43 km
Viborg - 65 km
Randers - 40 km



Aarhus City er landets næststørste udbudspunkt efter Københavns City. Bymidten tiltrækker kunder ikke kun fra Jylland, men er også en turistdestination, der tiltrækker besøgende fra ind- og udland.

Der er godt 500 butikker i Aarhus City, heraf er langt hovedparten (88 %) udvalgswarebutikker. Det samlede bruttoareal til detailhandel er ca. 175.000 m², heraf er 90 % anvendt til udvalgsvarer. Den samlede detailhandelsomsætning var 5,8 mia. kr. incl. moms i 2013 og heraf udgjorde udvalgswareomsætningen 83 %.

I Søndergade, der er den centrale gågade, ligger stormagasinet Salling som ankerpunkt og på Immervad ligger stormagasinet Magasin. På Strøget ligger en lang række flagskibsbutikker og kædeandelen er høj. Latinerkvarteret rummer flere uprofilerede specialbutikker. Mod syd er ankerpunktet shoppingcentret Bruuns Galleri med ca. 80 butikker ved Aarhus Banegård.

Aarhus bymidte har Jyllands største detailhandelsudbud

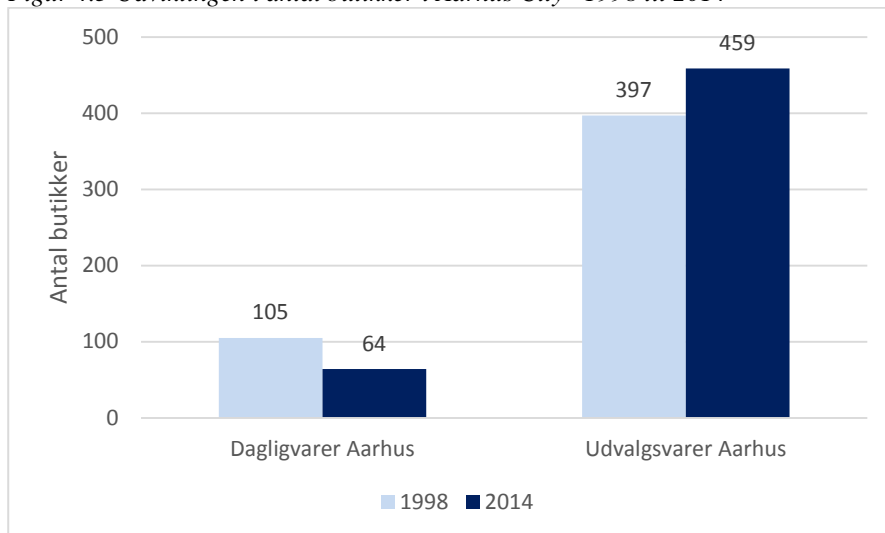


Udviklingen i 15 udvalgte byer

Antallet af udvalgswarebutikker i Aarhus Midtby er steget med 16 % fra 1998 til 2014

Antallet af dagligvarebutikker er faldet godt 39 % i Aarhus City i perioden 1998 til 2014, mens antallet af udvalgswarebutikker er steget 16 % i samme periode. Især Bruuns Galleri har styrket detailhandelen omkring Aarhus Banegård.

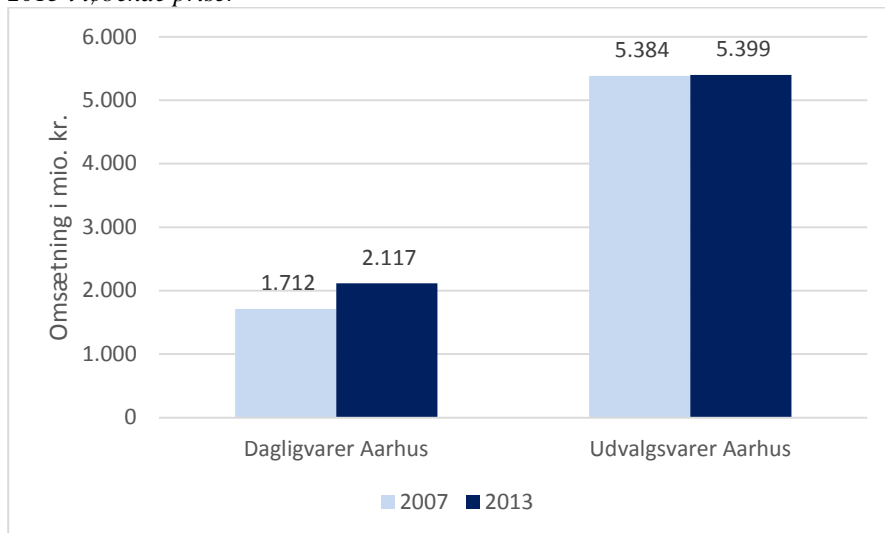
Figur 4.3 Udviklingen i antal butikker i Aarhus City* 1998 til 2014



*Aarhus City inkl. Bruuns Galleri

I perioden 2007 til 2013 er dagligvareomsætningen i bydelen Aarhus Midtby steget 24 %, mens udvalgswareomsætningen i årets priser er konstant.

Figur 4.4 Udviklingen i omsætningen butikker i bydelen Aarhus Midtby* 2007 til 2013 i løbende priser



*inkl områderne Aarhus City, Frederiksbjerg, Vesterbro, Havnen og Trøjborg. Der findes alene tal for Aarhus Midtby

Omsætningen inden for udvalgsvarer i løbende priser har stort set ikke ændret sig fra 2007 til 2013

Byer med 45 – 75.000 indbyggere – Kolding vs. Vejle bymidter

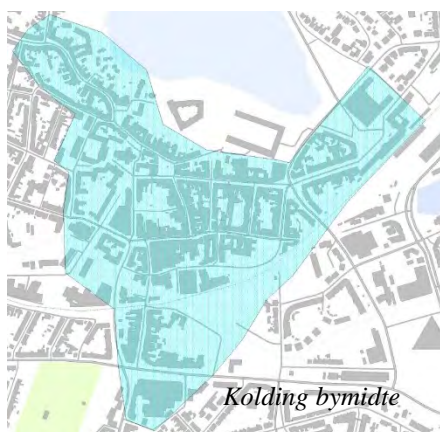
Befolkning 2016: 59.700

Befolkningsudvikling:
5 % (2007-2014)

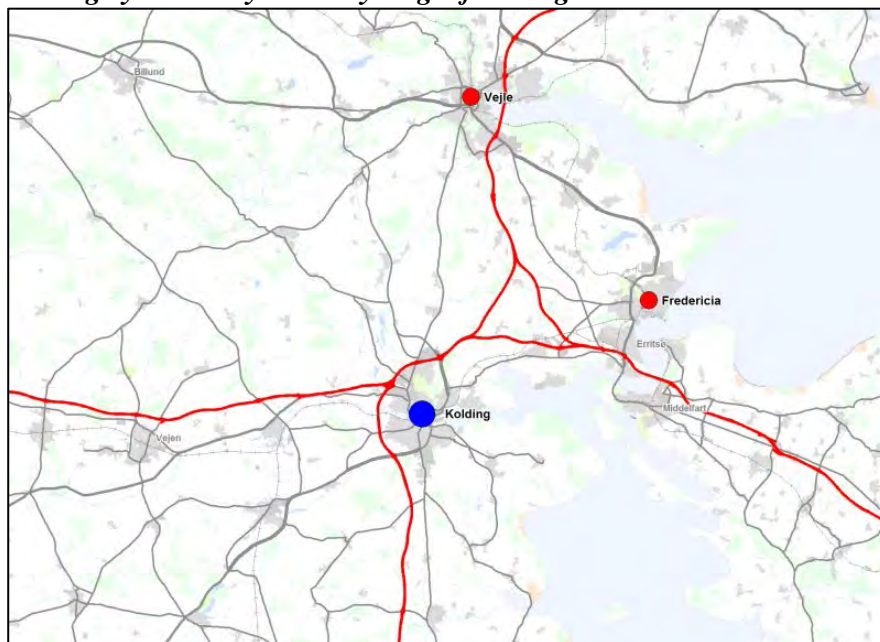
Nærmeste store byer:

Vejle - 30 km

Fredericia – 24 km



Kolding bymidte - By med betydeligt aflastningsområde



Kolding bymidte er et væsentligt indkøbssted primært for forbrugerne i Kolding Kommune.

Bymidten har et hyggeligt gågademiljø koncentreret om især Østergade og Helligkorsgade.

Der var omkring 130 butikker i Kolding bymidte i 2014, heraf udgjorde udvalgsvarer 77 %. Det samlede bruttoareal var ca. 31.000 m², heraf udgjorde udvalgsvarer 69 %. Den samlede detailhandelsomsætning var 780 mio. kr.

Kolding Storcenter er en meget væsentlig konkurrent til Kolding bymidte

Ca. 4 km fra Kolding bymidte ligger aflastningsområdet Kolding Nord, som tiltrækker forbrugere fra hele Sydjylland i kraft af både det overdækkede shoppingcenter Kolding Storcenter og en væsentlig koncentration af store udvalgswarebutikker.

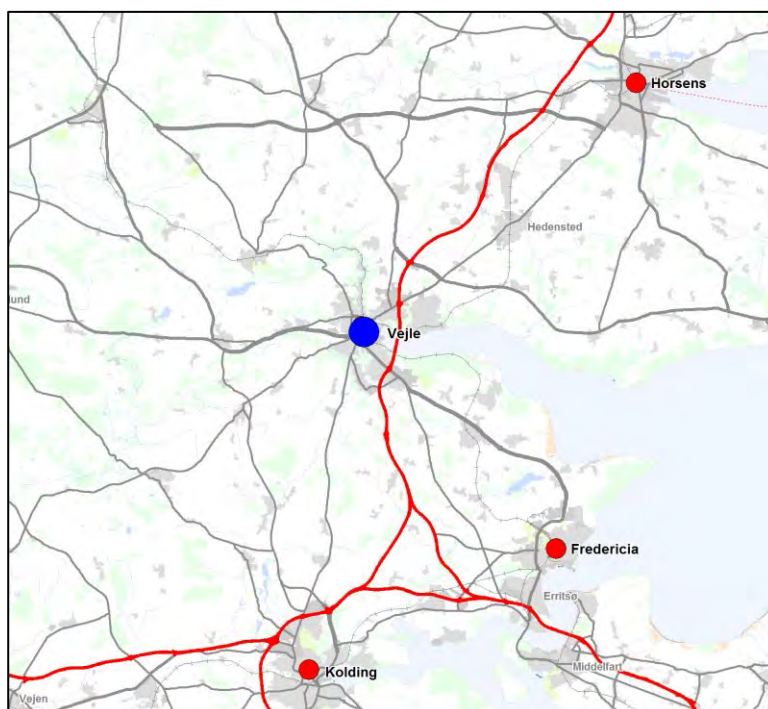
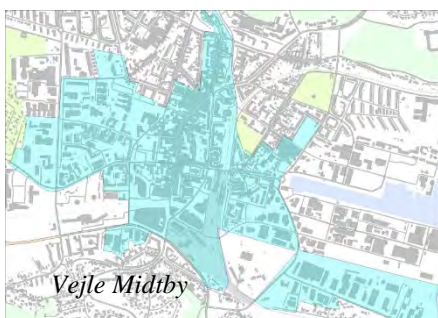
De ca. 110 butikker i Kolding Storcenter havde i 2014 en detailhandelsomsætning på omkring 1,8 mia. kr.



Udviklingen i 15 udvalgte byer

Vejle bymidte - By hvor der målrettet er satset på bymidten

Befolkning 2016:	54.900
Befolkningsudvikling:	7 % (2007-2014)
Nærmeste store byer:	
Kolding	30 km
Fredericia	24 km
Horsens	26 km



I Vejle er detailhandelen gennem en bevidst strategi primært blevet koncentreret i Vejle Midtby, som tiltrækker kunder fra hele midt- og Sydjylland.

Midtbyen blev i 2008 styrket med shoppingcentret Bryggen

Vejle Midtby består af gågaderne Søndergade/Torvegade/Nørregade og shoppingcentret Bryggen, der er etableret i 2008. Generelt er der i Vejle Midtby et bredt og dybt udbud af butikker.

Der er i alt ca. 267 butikker i Midtbyen, heraf er 79 % udvalgsvarerbutikker. Det samlede bruttoareal er 85.500 m², heraf er 76 % udvalgsvarer.

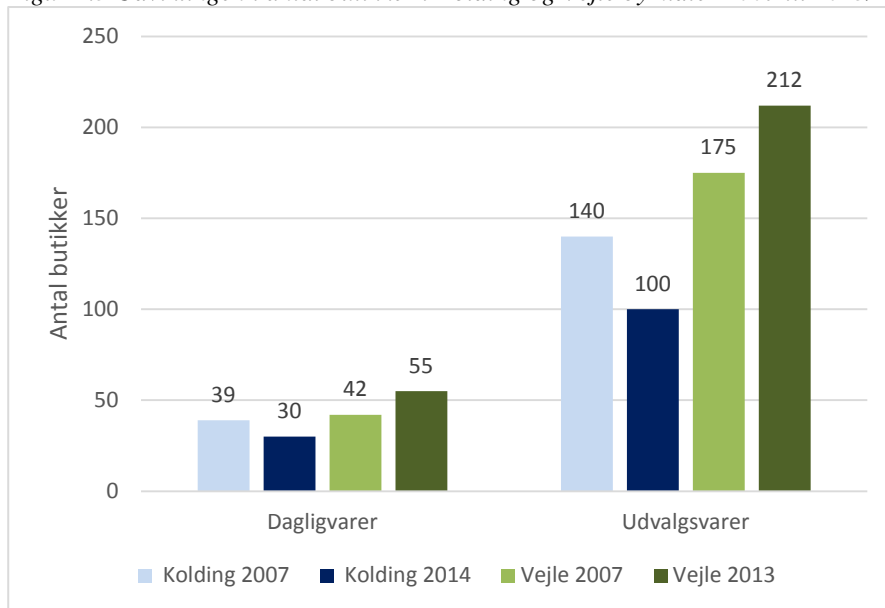
Den samlede detailhandelsomsætning i 2013 var 2,25 mia. kr. incl. moms, hvoraf udvalgsvarer udgjorde 71 %.



Udviklingen i de to bymidter

Nedenstående beskrives detailhandelsudviklingen i Kolding og Vejle bymidter i perioden 2007 til 2013/14.

Figur 4.5 Udviklingen i antal butikker i Kolding og Vejle bymidter 2007 til 2013/14



I Kolding bymidte er antallet af butikker faldet, både hvad angår dagligvarer og udvalgsvarer. Således er der blevet 9 dagligvarebutikker og 40 udvalgsvarerbutikker færre i Kolding bymidte i perioden 2007 til 2014.

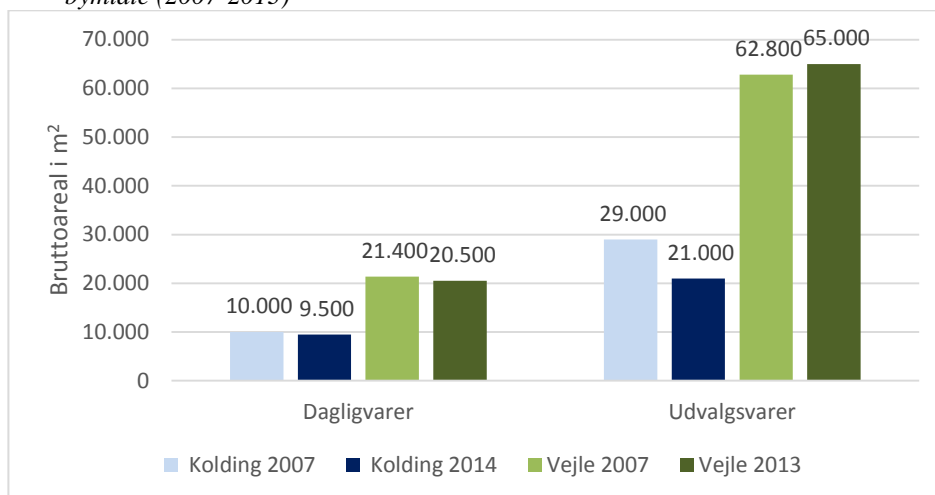
I Vejle Midtby er antallet af både dagligvare- og udvalgsvarerbutikker steget i perioden 2007 til 2013. Antallet af dagligvarebutikker er steget med 13, mens antallet af udvalgsvarerbutikker er steget med 37 i Vejle Midtby.

Stigningen i Vejle Midtby skyldes bl.a., at shoppingcentret Bryggen er etableret i denne periode.

Det samlede bruttoareal er ligeledes faldet i Kolding bymidte for både dagligvarer med 5 % og for udvalgsvarer med 27 %.

I Vejle Midtby er det samlede bruttoareal til udvalgsvarer steget med godt 4 %, mens arealet til dagligvarer er faldet med 4 %.

Figur 4.6 Udviklingen i bruttoarealet Kolding bymidte (2007 til 2014) og Vejle bymidte (2007-2013)



Antallet af udvalgsvarerbutikker er faldet i Kolding bymidte og steget i Vejle Midtby

Trods etablering af Bryggen er det samlede bruttoareal til udvalgsvarerbutikker kun steget marginalt i Vejle Midtby

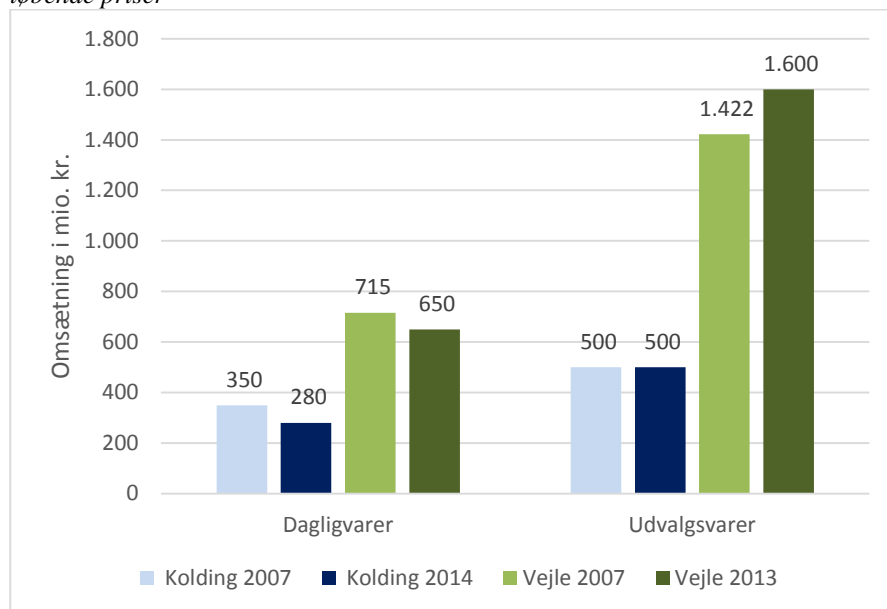
Udviklingen i 15 udvalgte byer

Udvalgsvarereomsætningen er uændret i Kolding bymidte og steget i Vejle Midtby med bl.a. etableringen af Bryggen

Dagligvareomsætningen i Kolding bymidte er faldet 20 %, mens dagligvareomsætningen er faldet 9 % i Vejle Midtby i perioden.

Udvalgsvarereomsætningen har været nogenlunde konstant i Kolding bymidte, mens udvalgsvarereomsætningen er steget 13 % i Vejle Midtby.

Figur 4.7 Udviklingen i omsætningen Kolding og Vejle bymidter 2007 til 2013/14 - løbende priser



Vejle Midtby har et højere Shopping Index end Kolding

Detailhandelsscoren er markant højere i Vejle end i Kolding bymidte, hvor service, parkering og miljø-scoren ikke er markant forskellig

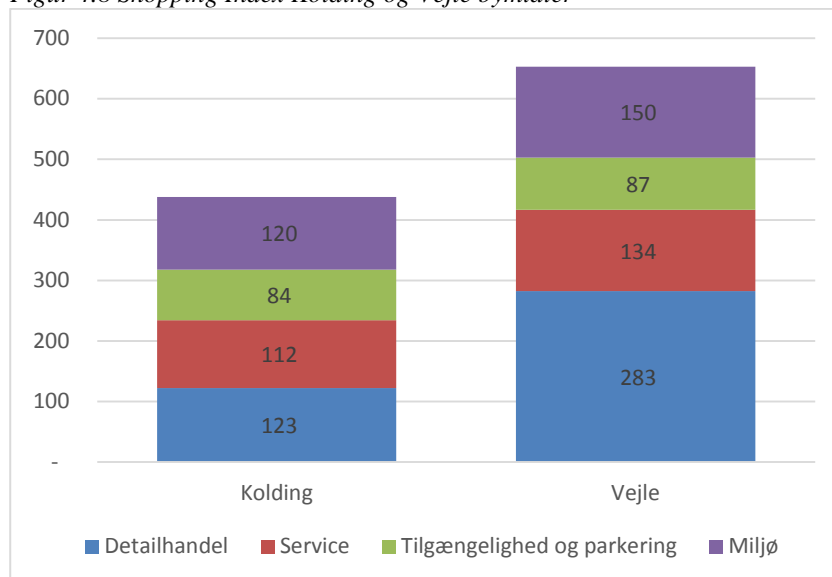
Shopping Index

Nedenstående beskrives Shopping Index for henholdsvis Vejle og Kolding.

Den samlede Shopping Index-score i Vejle bymidte ligger på ca. 650 point mod ca. 435 point for Kolding bymidte.

Det er især detailhandels-scoren, der er højere i Vejle Midtby. Der er dobbelt så mange butikker i Vejle bymidte sammenlignet med Kolding bymidte, og kædeandelen er markant højere i Vejle bymidte. Detailhandelen vægter højt i Vejle og udgør 43 % af Shopping Index-scoren. Tilsvarende udgør detailhandels-scoren 28 % af Shopping Index-scoren i Kolding.

Figur 4.8 Shopping Index Kolding og Vejle bymidter



Byer med 25 – 45.000 indbyggere – Næstved vs. Hillerød bymidter

Befolkning 2016: 43.000

Befolkningsudvikling:
3 % (2010-2016)

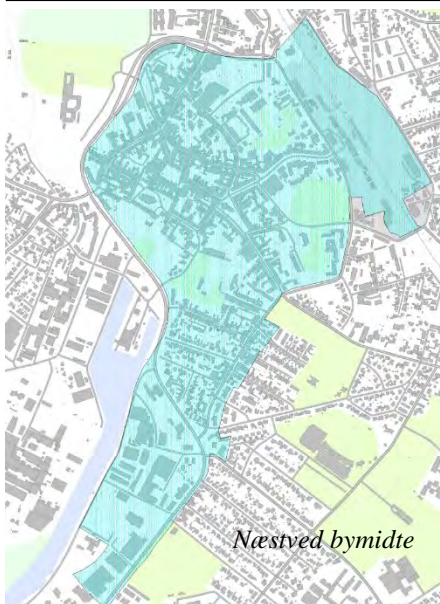
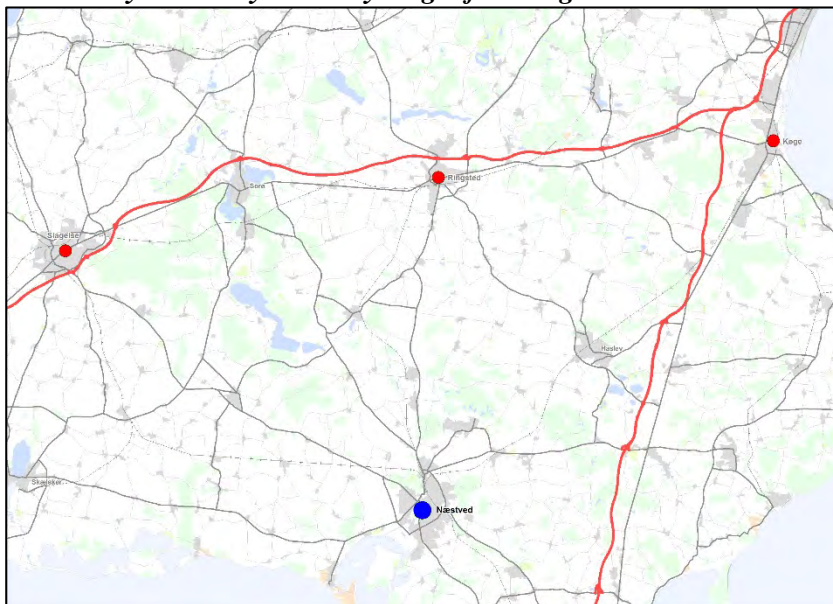
Nærmeste store byer:

Slagelse 26 km

Ringsted 29 km

Køge 45 km

Næstved bymidte - By med betydeligt aflastningsområde



Næstved bymidte er præget af konkurrencen fra aflastningsområdet, der har en omsætning, der er mere end dobbelt så stor som bymidtens

Næstved bymidte er et væsentligt indkøbssted for forbrugerne i Næstved kommune. Næstved by har samlet set det største detailhandelsudbud i den sydlige del af Region Sjælland, men størstedelen af omsætningen er placeret i aflastningsområdet, som består af shoppingcentret Næstved Storcenter med hypermarkedet Bilka som ankerbutik samt en række store udvalgsvarerbutikker i det omkringliggende område.

Aflastningsområdet ligger ca. 4 km fra Næstved bymidte. Næstved Storcenter tiltrækker forbrugere fra hele det sydlige Sjælland. De 88 butikker i aflastningsområdet havde i 2012 en detailhandelsomsætning på omkring 2,1 mia. kr. incl. moms, mens de 145 butikker i Næstved bymidte havde en samlet omsætning på knap 1,0 mia. kr.

Næstved bymidte har et hyggeligt gågademiljø i blandt andet Torvestræde, Hjultorv og Ringstedgade samt et hyggeligt torvemiljø på Axeltorv.



Udviklingen i 15 udvalgte byer

Hillerød bymidte - By hvor der målet er sat på bymidten

Befolkning 2016: 31.900

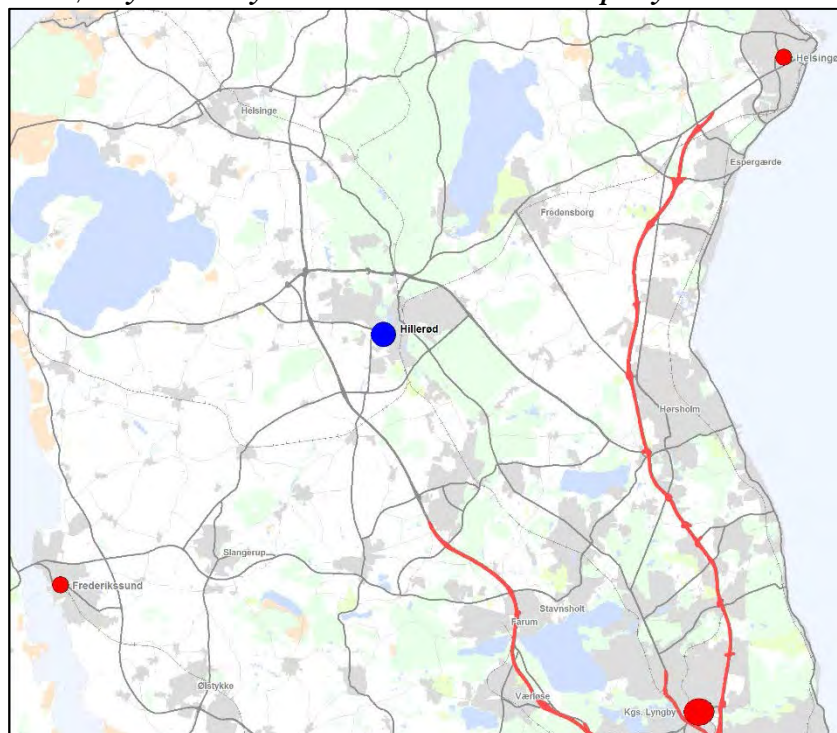
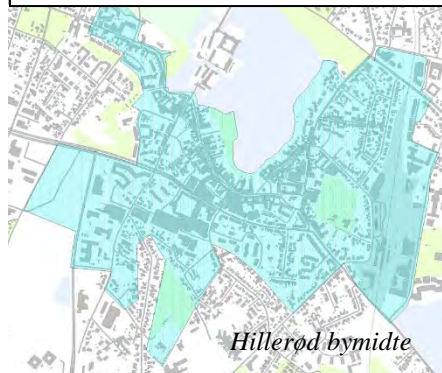
Befolkningsudvikling:

6 % (2010-2016)

Nærmeste store byer:

Kgs. Lyngby 23 km

Helsingør 23 km



I Hillerød er detailhandelen primært koncentreret i Hillerød bymidte, som tiltrækker kunder fra hele det nordlige Sjælland.

Shoppingcentret Slotsarkaderne med bl.a. Bilka er en meget væsentlig styrke i Hillerød bymidte

Kombinationen af shoppingcentret Slotsarkaderne centralt i den historiske bymidte med direkte kontakt til gågaden Slotsgade giver Hillerød bymidte muligheden for et bredt og dybt udbud af især udvalgsvarerbutikker. Hypermarkedet Bilka er desuden placeret centralt i Slotsarkaderne.

Der er i alt ca. 179 butikker i bymidten, hvoraf 78 % er udvalgsvarerbutikker. Det samlede bruttoareal er 60.000 m² og heraf er 69 % udvalgsvarer.

Den samlede detailhandelsomsætning i 2015 var 2,1 mia. kr. incl. moms, hvoraf udvalgsvarer udgjorde 62 %.



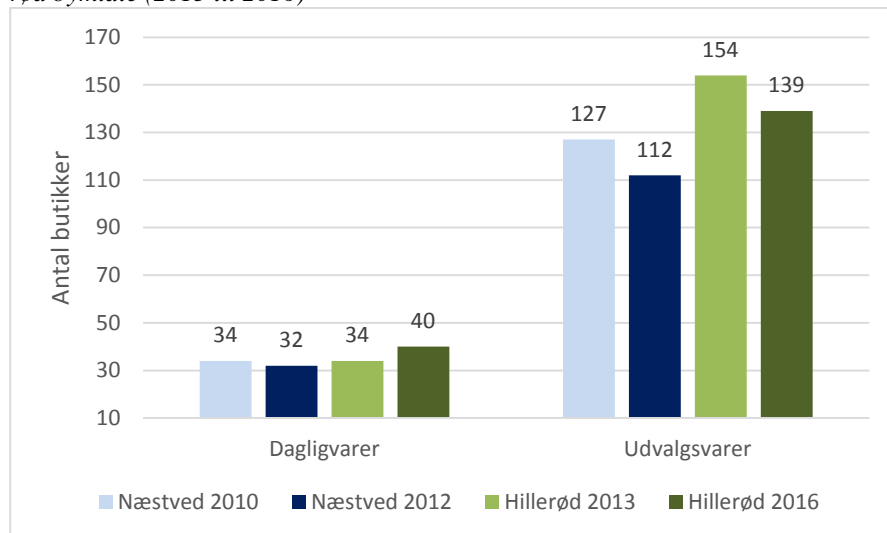
Udviklingen i de to bymidter

Nedenstående beskrives detailhandelsudviklingen i Næstved i perioden 2010 til 2012 og Hillerød i perioden 2013 til 2016.

I Næstved bymidte er antallet af butikker til både dagligvarer og udvalgsvarer faldet i perioden 2010 til 2012. Antallet af dagligvarebutikker er faldet med 2, mens antallet af udvalgsvarebutikker er faldet med 15.

På trods af en stærkere bymidte har udviklingen i antallet af udvalgsvarebutikker i perioden ikke være bedre i Hillerød end i Næstved.

Figur 4.9 Udviklingen i antal butikker Næstved bymidte (2011 til 2012) og Hillerød bymidte (2013 til 2016)



I Hillerød bymidte er antallet af butikker steget for dagligvarer med 6 butikker, men faldet med 15 inden for udvalgsvarer i perioden 2013 til 2016.

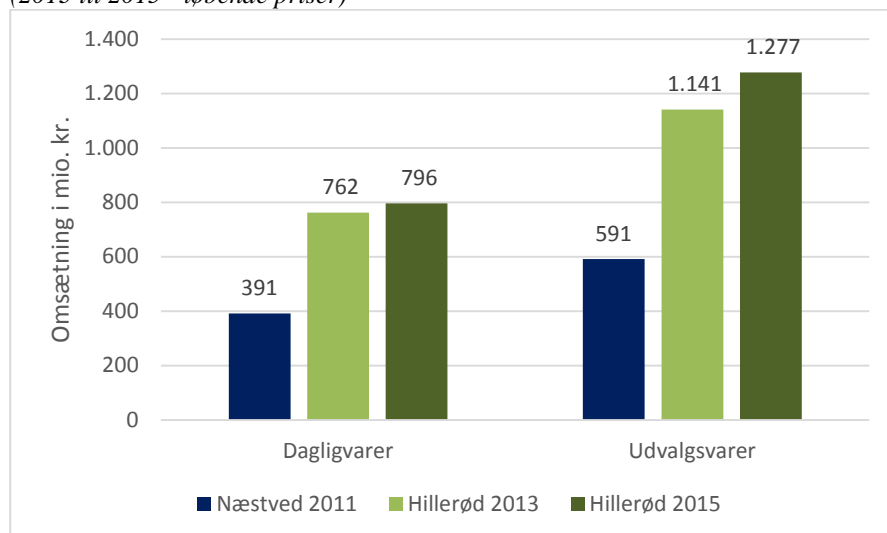
Der er ikke data for udviklingen i bruttoarealet i hverken Næstved eller Hillerød bymidter.

Der findes ikke valide tal for en omsætning i Næstved bymidte i 2010. I 2011 var omsætningen i bymidten knap 1. mia. kr. incl. moms, hvoraf knap 400 mio. kr. var dagligvarer.

Dagligvareomsætningen i Hillerød er steget 4 % i perioden 2013 til 2015. I denne periode er varehuset Kvickly blevet erstattet af hypermarkedet Bilka i Slotsarkaderne.

På trods af at Hillerød by har ca. 11.000 færre indbyggere end Næstved by, er udvalgsvareomsætningen i Hillerød bymidte dobbelt så stor som i Næstved bymidte

Figur 4.10 Udviklingen i omsætningen i Næstved (2011) og Hillerød bymidte (2013 til 2015 - løbende priser)



Udvalgsvareomsætningen er steget 12 % i Hillerød bymidte i perioden 2013 til 2016.

Shopping Index

Nedenstående beskrives Shopping Index for henholdsvis Næstved og Hillerød bymidter.

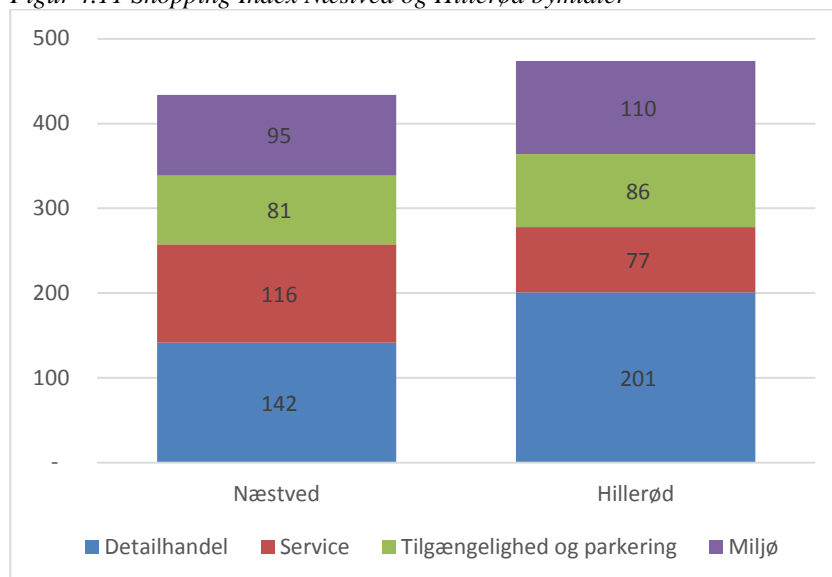
Shopping Indexet for Hillerød er højere end for Næstved, hvilket især skyldes detailhandels-scoren

Den samlede Shopping Index-score er lidt højere i Hillerød bymidte på ca. 474 point end i Næstved bymidte på 434 point.

Detailhandels-scoren er højest i Hillerød bymidte blandt andet på grund af flere butikker, højere kædeandel og længere åbningstider. Detailhandels-scoren udgør 42 % af den samlede score i Shopping Indexet.

Til gengæld har Næstved bymidte en højere score på service på grund af flere spisesteder i bymidten. Service-scoren udgør 27 % af den samlede score i Shopping Indexet for Næstved

Figur 4.11 Shopping Index Næstved og Hillerød bymidter



Byer med 15 – 25.000 indbyggere – Ringsted vs. Middelfart bymidter

Befolkning 2016: 22.200

Befolkningsudvikling:
14 % (2007-2016)

Nærmeste store byer:

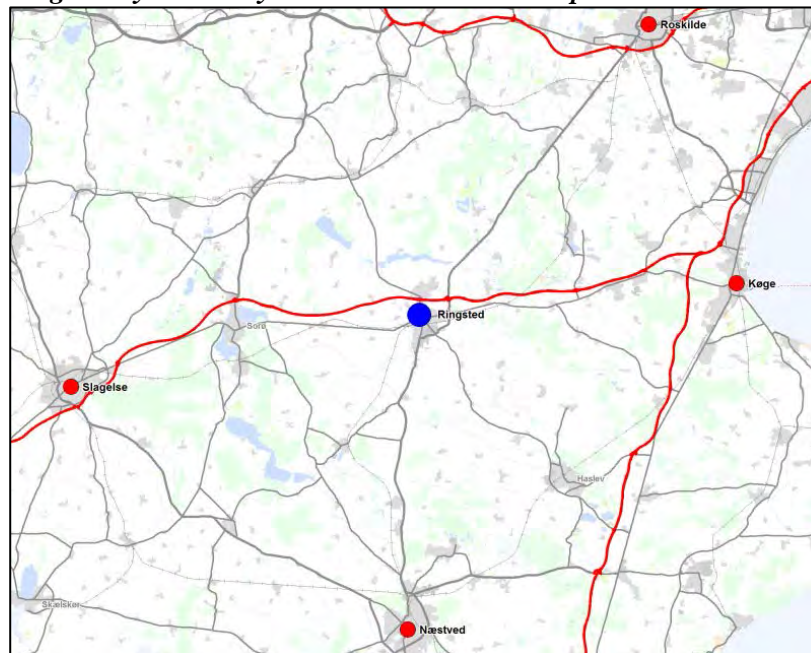
Køge	27 km
Næstved	29 km
Roskilde	23 km
Slagelse	34 km



Ringsted bymidte

På grund af store afstande mellem de tre funktionelle udbudspunkter i Ringsted bymidte opfattes den af forbrugerne ikke som ét samlet udbudspunkt

Ringsted bymidte - By hvor detailhandelen er spredt



I Ringsted er detailhandelen spredt i flere områder. Ringsted bymidte er den oprindelige historiske bymidte, som består af gågaderne Sct. Hansgade, Tinggade samt Torvet og sivegaden Nørregade. Tæt på bymidten men uden visuel og fysisk kontakt ligger shoppingcentrene Ringsted Outlet og RingStedet. Centrenes p-pladser grænser op til hinanden.

På grund af en afstand på knap 1 km fra den oprindelige bymidte til Ringsted Outlet og RingStedet bliver udbudspunkterne ikke opfattet som en samlet enhed. Da der samtidig er betragtelige ”døde” områder, forekommer det ikke naturligt at gå mellem de to koncentrationer.

Ringsted bymidte, RingStedet og Ringsted Outlet tiltrækker ligeledes forskellige kundetyper.

Ringsted Outlet, som er det største koncentrerede outletcenter i Danmark, tiltrækker kunder fra især Sjælland og Hovedstadsområdet. Omkring 2/3 af kunderne i Ringsted Outlet bor ikke i Ringsted.

Ringsted bymidte tiltrækker især kunder fra Ringsted byområde, mens shoppingcentret RingStedet tiltrækker kunder fra hele Ringsted kommune.

I Ringsted bymidte (Sct. Hansgade, Tinggade og Nørregade) lå der 92 butikker i 2015, heraf var 73 % udvalgswarebutikker.

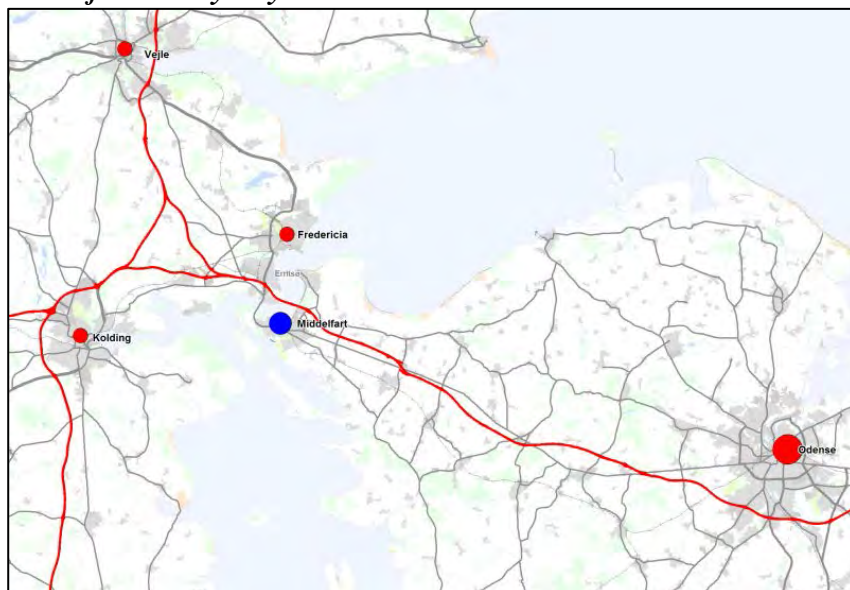
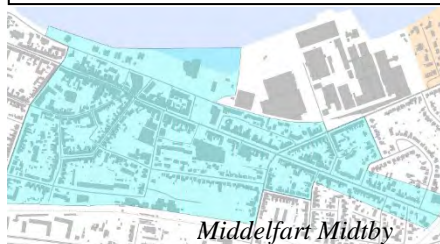
Det samlede bruttoareal var 29.000 m², hvoraf 67 % var udvalgsvarer.

Den samlede detailhandelsomsætning i 2014 lå på 462 mio. kr., hvoraf udvalgsvarer udgjorde 56 %.

Udviklingen i 15 udvalgte byer

Middelfart Midtby - By hvor detailhandelen er samlet

Befolkning 2016: 15.000
Befolkningsudvikling:
9 % (2007-2016)
Nærmeste store byer:
Fredericia 10 km
Kolding 26 km
Vejle 33 km
Odense 54 km

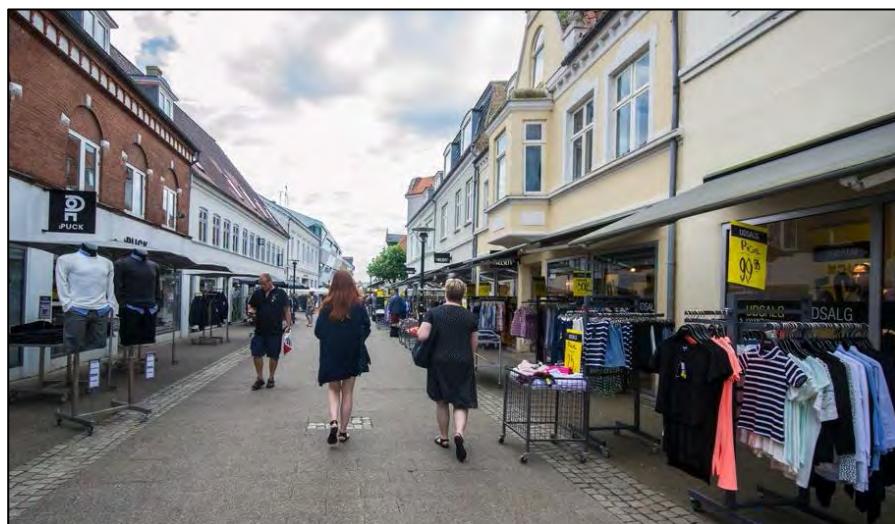


Middelfart Midtby skal især konkurrere med udbuddet i Kolding Storcenter og i et vist omfang med udbuddet i Rosengårdcentret

Middelfart Midtby er et væsentligt indkøbssted primært for forbrugerne i Middelfart kommune. Konkurrencen fra bl.a. Kolding Storcenter og i et vist omfang Rosengårdcentret er dog betydelig.

Middelfart Midtby er koncentreret i gågaden Algade samt i Østergade. Herudover har Middelfart Midtby fået skabt et hyggelig havnemiljø med KulturØen, hvor der er bibliotek, kulturhus og biograf.

Bymidten forventes at blive styrket yderligere med etableringen af Middelfart Bycenter med et nyt Rådhus, boliger og detailhandel, herunder en Hennes & Mauritz.



Der var omkring 95 butikker i Middelfart Midtby i 2016, heraf udgjorde udvalgsvarer 74 %. Det samlede bruttoareal var ca. 26.000 m², hvoraf udvalgsvarer udgjorde 62 %.

Den samlede detailhandelsomsætning var 584 mio. kr. i 2015, heraf udgjorde udvalgsvarer 46 %.

Middelfart Midtby har klaret sig bedre end Ringsted bymidte, når det gælder om at tiltrække flere udvalgswarebutikker

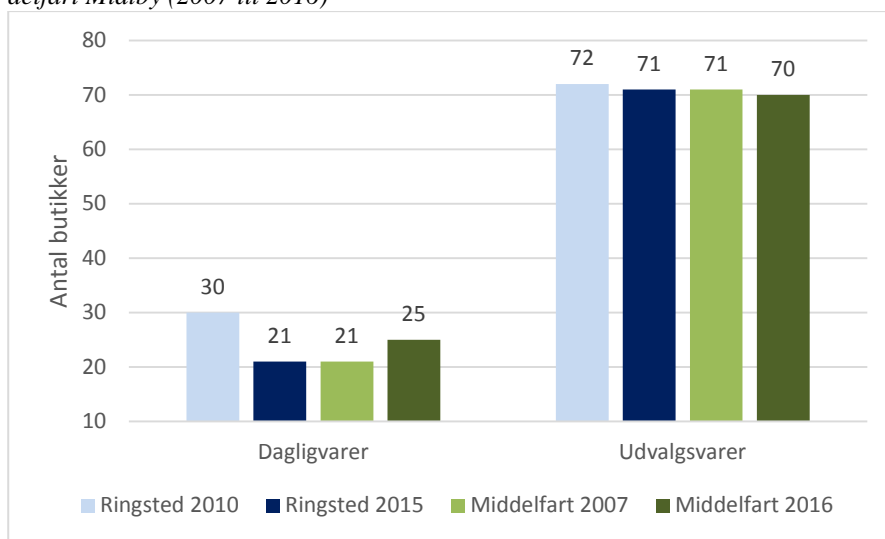
Udviklingen i de to bymidter

Nedenstående beskrives detailhandelsudviklingen i Ringsted bymidte i perioden 2010 til 2015 og Middelfart Midtby i perioden 2007 til 2016.

I Ringsted bymidte faldt antallet af både dagligvare- og udvalgswarebutikker i perioden 2010 til 2015. Antallet af dagligvarebutikker faldt med 9 butikker, mens antallet af udvalgswarebutikker faldt med 1.

I Middelfart Midtby er antallet af dagligvarebutikker faldet med 2, mens antallet af udvalgswarebutikker er steget med 4 butikker i perioden 2007 til 2016.

Figur 4.12 Udviklingen i antal butikker Ringsted bymidte (2010 til 2015) og Middelfart Midtby (2007 til 2016)



Udviklingen i 15 udvalgte byer

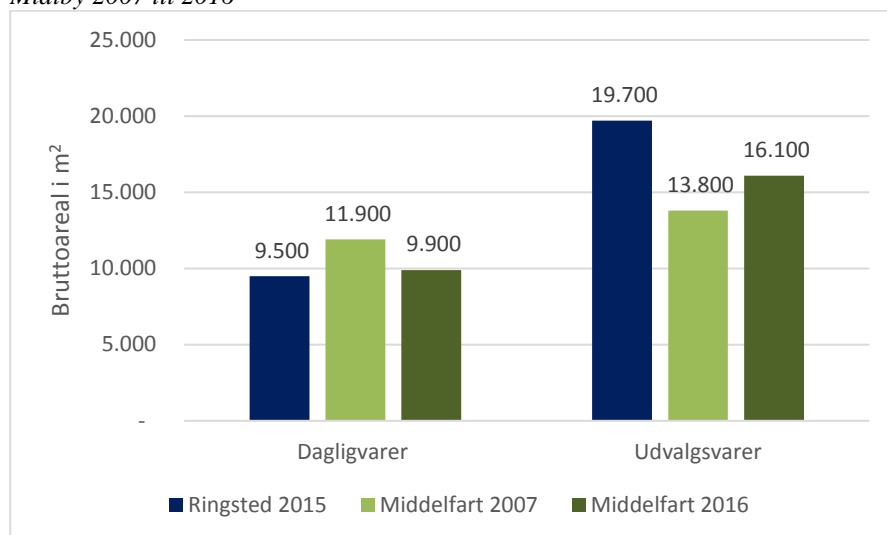
Det samlede bruttoareal til dagligvarer er faldet med 2.000 m² svarende til et fald på 17 % i Middelfart Midtby.

Udvalgsvarerbruttoarealet er dog steget i Middelfart Midtby med tilsvarende 17 % fra 13.800 m² i 2007 til 16.100 m² i 2016.

Der er alene data for udviklingen i Middelfart Midtby for henholdsvis bruttoarealet og detailhandelsomsætningen. For Ringsted bymidte vises tal for 2015.

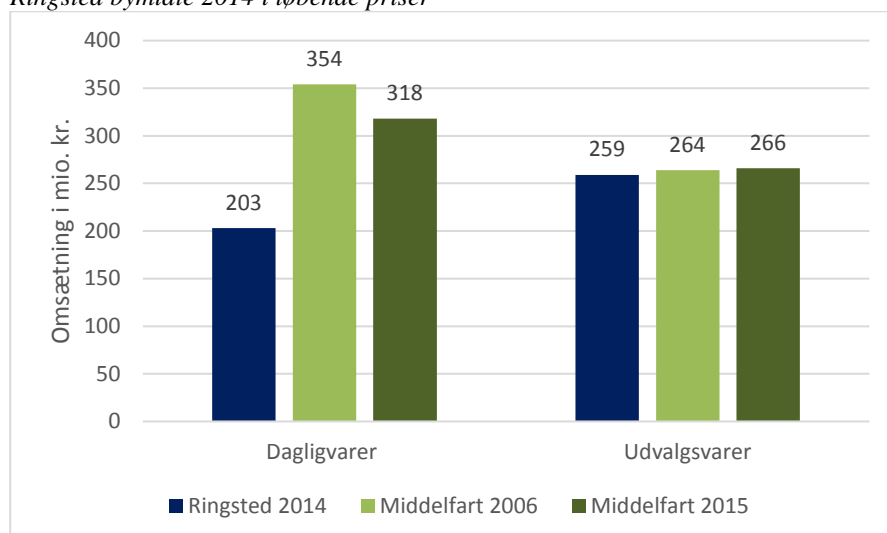
Trods en vanskelig konkurrencesituation er arealet til udvalgsvarer steget i Middelfart Midtby

Figur 4.13 Udviklingen i bruttoarealet Ringsted bymidte i 2015 samt Middelfart Midtby 2007 til 2016



Dagligvareomsætningen i Middelfart Midtby er faldet 11 %, mens udvalgsvareomsætningen har været nogenlunde konstant i perioden 2006 til 2015.

Figur 4.14 Udviklingen i omsætningen Middelfart Midtby 2006 til 2015 samt Ringsted bymidte 2014 i løbende priser



Shopping Index

Nedenstående beskrives Shopping Index for henholdsvis Ringsted bymidte og Middelfart Midtby. Shopping Index-scoren er vist for Ringsted bymidte inklusiv og eksklusiv Ringsted Outlet og RingStedet.

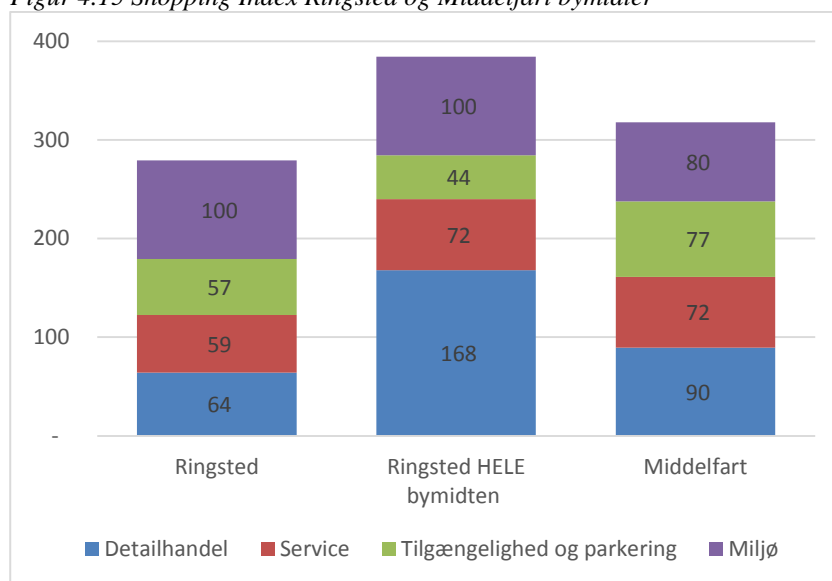
På trods af at Middelfart er en væsentlig mindre by end Ringsted, er Shopping Indexet i Middelfart Midtby højere end i Ringsted bymidte excl. RingStedet og Ringsted Outlet

Ringsted bymidte eksklusiv Ringsted Outlet og RingStedet har en Shopping Index-score på 279 point, hvilket er lavere end Middelfart på 318 point. Ringsted bymidte har færre butikker, lavere kædeandel og flere tomme lokaler.

Omvendt hvis HELE Ringsted bymidte inklusiv Ringsted Outlet og RingStedet tælles med, er Shopping Indexet 384 point. Kædeandelen stiger således markant ligesom antallet af butikker.

**Ringsted scorer højest på Miljø
ellers scorer Middelfarts højest**

Figur 4.15 Shopping Index Ringsted og Middelfart bymidter



Byer med 8– 15.000 indbyggere – Ribe vs. Vejen bymidter

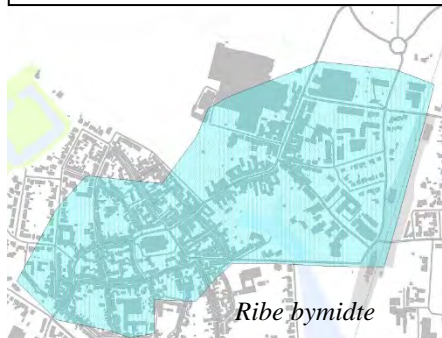
Befolkning 2016: 8.200

Befolkningsudvikling:

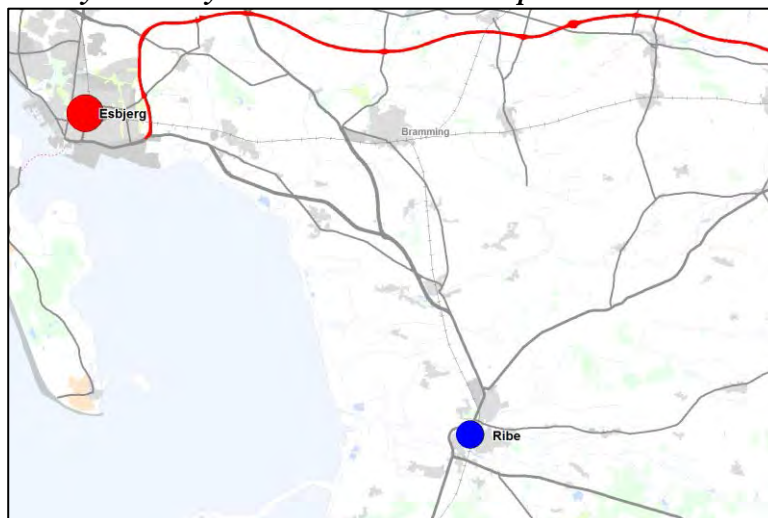
-1 % (2008-2015)

Nærmeste store byer:

Esbjerg 32 km



Ribe bymidte - By hvor detailhandelen er spredt



Ribe bymidte er det primære indkøbssted for forbrugerne i Ribe-området. Ribe har et væsentligt tilskud fra turister, bl.a. i kraft af Domkirke, den kulturarv som Ribe repræsenterer som Danmarks ældste by, historiske gader og et hyggeligt bymiljø. Dertil kommer naturtilbud tæt på i Nationalpark Vadehavet og forskellige kulturtilbud som vikingecenter og kunstmuseum.

Ribe bymidte har et væsentligt tilskud fra turister

Ribe bymidte er koncentreret i den historiske bymidte omkring gågaderne Overdammen, Mellemdammen, Nederdammen samt Saltgade og Tvedgade. Her var i 2012 68 butikker, hvoraf 77 % var udvalgswarebutikker.

Det samlede bruttoareal var godt 17.000 m², hvoraf 59 % var udvalgsvarer. Detailhandelsomsætningen i 2011 var 500 mio. kr. hvoraf udvalgsvarer udgjorde 60 %.

Detailhandelen og servicefunktionerne omkring Domkirken er præget af de mange turister, der besøger bymidten, mens detailhandelen især i Nederdammen, Saltgade og Tvedgade tilbyder et bredt udvalg til kunderne i Ribe-området. Her ligger blandt andet varehuset Kwickly.

Lige nord for Ribe bymidte ligger butikskoncentrationen Marsk Centret med varehuset Føtex samt en række store udvalgswarebutikker. Marsk Centret adskilles fra bymidten af en parkeringsplads samt Ribe Å.



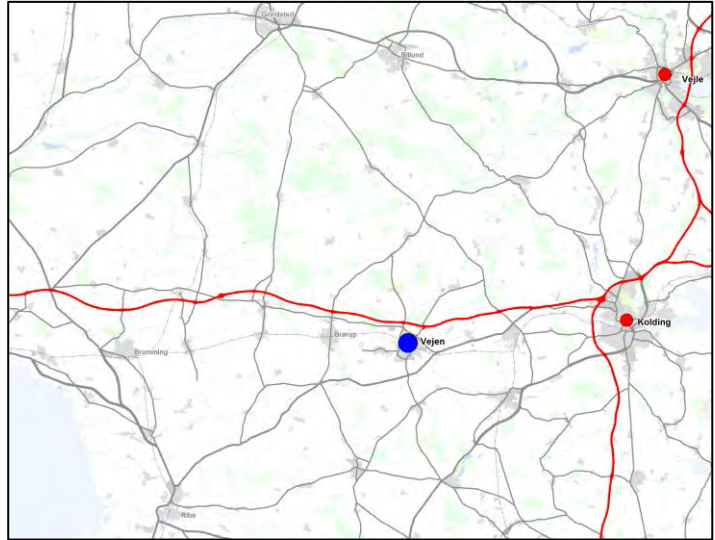
Udviklingen i 15 udvalgte byer

Befolkning 2016: 9.600
Befolkningsudvikling:
7 % (2008-2015)
Nærmeste store byer:
Kolding 25 km
Vejele 48 km



Vejen bymidtes væsentligste konkurrent er Kolding Storcenter og aflastningsområdet i Kolding i øvrigt

Vejen bymidte - By hvor detailhandelen er samlet



Vejen bymidte er det primære indkøbssted for forbrugerne i Vejen, men tiltrækker også kunder fra det nærmeste opland i øvrigt. Vejens primære konkurrent er aflastningsområdet med bl.a. Kolding Storcenter, der ligger meget let tilgængeligt fra Vejen, når man er i bil.

Vejen bymidte er koncentreret ved Torvet samt i Nørregade og Rådhusstien. En af bymidtens styrker er beliggenheden af tre store dagligvarebutikker Kvickly, Løvbjerg og Rema 1000 centralt i bymidten. Desuden er der et relativt godt og bredt udbud af udvalgsvarebutikker i forhold til byens størrelse.

Der var omkring 46 butikker i Vejen bymidte i 2015, heraf udgjorde udvalgsvarer 70 %. Det samlede bruttoareal var ca. 16.000 m², heraf udgjorde udvalgsvarer 58 %.

Den samlede detailhandelsomsætning i Vejen området var 816 mio. kr. i 2014, heraf udgjorde udvalgsvarer 48 %.



Udviklingen i de to bymidter

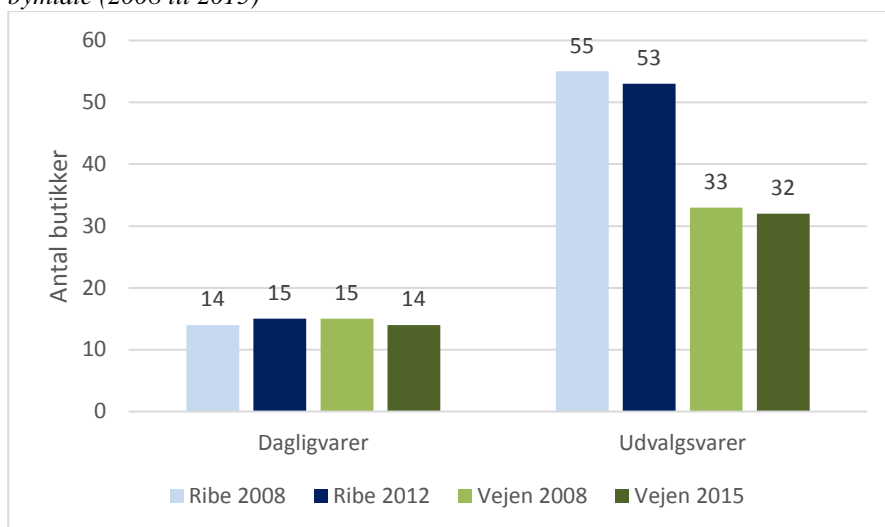
Nedenstående beskrives detailhandelsudviklingen i Ribe i perioden 2008 til 2012 og Vejen i perioden 2008 til 2015.

I Ribe bymidte er antallet af både dagligvare- og udvalgsvarerbutikker nogenlunde konstant i perioden 2008 til 2012. Antallet af dagligvarebutikker er steget med 1, mens antallet af udvalgsvarerbutikker er faldet med 2.

I Vejen bymidte er antallet af butikker ligeledes nogenlunde konstant. Antallet af dagligvarebutikker er faldet med 1 og antallet af udvalgsvarerbutikker er ligeledes faldet med 1 i perioden 2008 til 2015.

Udviklingen i antallet af butikker er stort set ens i de to byer på trods af forskelligt udgangspunkt, konkurrencesituation og turisme

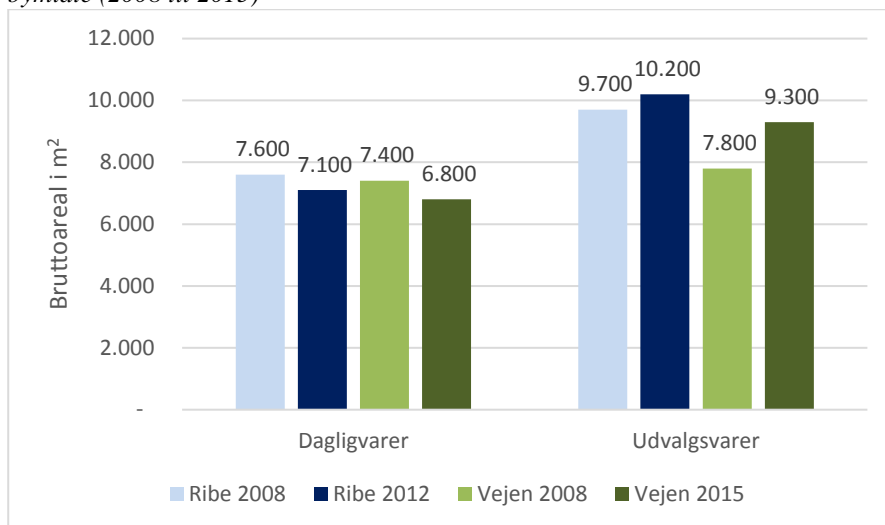
Figur 4.16 Udviklingen i antal butikker Ribe bymidte (2008 til 2012) og Vejen bymidte (2008 til 2015)



Det samlede bruttoareal til dagligvarer er faldet med 500 m² svarende til et fald på 7 % i Ribe bymidte, mens udvalgsvarerbruttoarealet tilsvarende er steget med 5 % svarende til en stigning på 500 m².

I Vejen bymidte er bruttoarealet til dagligvarer er faldet med 600 m² svarende til et fald på 8 %. Bruttoarealet til udvalgsvarer er derimod steget med 19 % svarende til en stigning på 1.500 m².

Figur 4.17 Udviklingen i bruttoarealet Ribe bymidte (2008 til 2012) og Vejen bymidte (2008 til 2015)



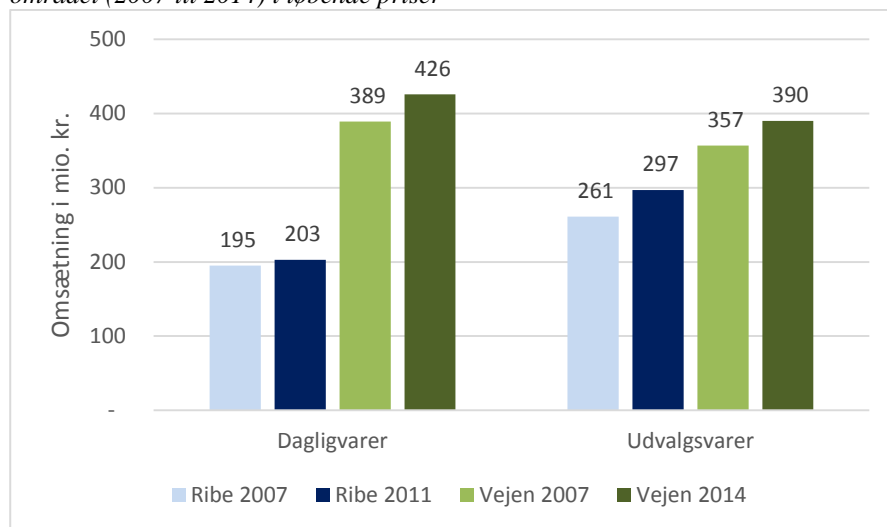
Dagligvareomsætningen i Ribe bymidte er steget 4 %, mens udvalgsvareromsætningen er steget 13 % i perioden 2007 til 2011.

Udviklingen i 15 udvalgte byer

Dagligvareomsætningen og udvalgsvareomsætningen i Vejen området er steget 9 % i perioden 2007 til 2014.

Udviklingen i udvalgsvareomsætningen i de to bymidter er stort set ens

Figur 4.18 Udviklingen i omsætningen Ribe bymidte (2007 til 2011) og Vejen området (2007 til 2014) i løbende priser



Shopping Index

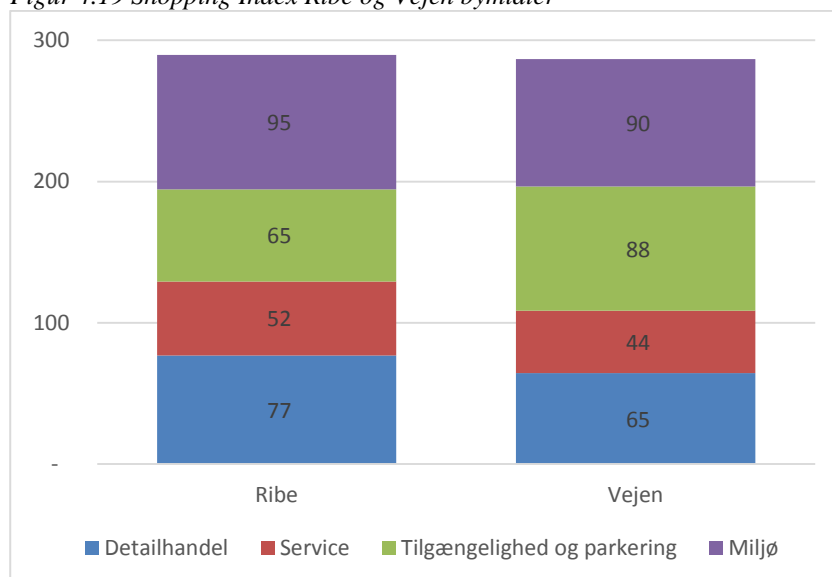
Nedenstående beskrives Shopping Index for henholdsvis i Ribe og Vejen bymidter.

Ribes og Vejens Shopping Index er stort set ens

Det samlede Shopping Index for Ribe og Vejen bymidter er nogenlunde ens - omkring 290 point.

Ribe har flere butikker og servicefunktioner i bymidten end Vejen, mens tilgængeligheds-scoren er højere i Vejen og udgør 31 % af den samlede score i Shopping Indexet.

Figur 4.19 Shopping Index Ribe og Vejen bymidter



Byer med 4– 8.000 indbyggere – Faaborg vs. Assens bymidter

Faaborg bymidte - By hvor detailhandelen er spredt

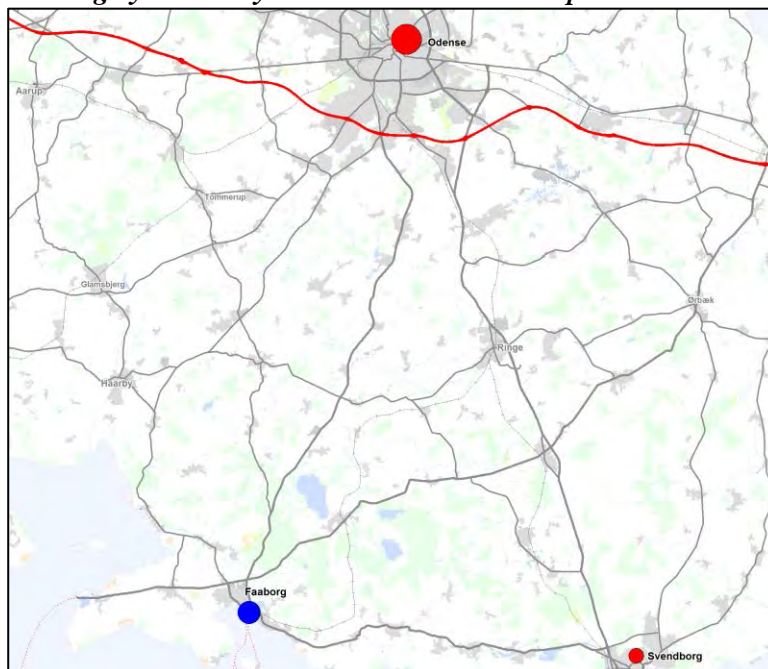
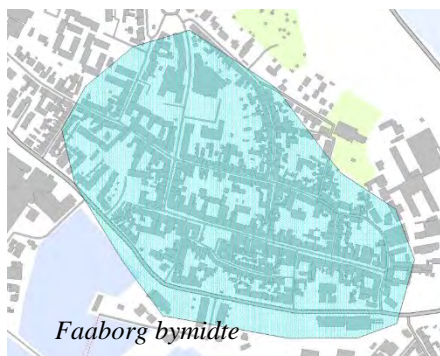
Befolkning 2016: 7.200

Befolkningsudvikling:
- 1 % (2006-2014)

Nærmeste store byer:

Svendborg 28 km

Odense 39 km



Faaborg bymidte er det primære indkøbssted for forbrugerne i Faaborg området.

I Faaborg bymidte er detailhandelen koncentreret omkring gågaderne Østergade, Vestergade, Mellemgade, Torvet og Torvegade. Her ligger hovedparten af bymidtens butikker.

I Faaborg bymidte var der i 2014 65 butikker, hvoraf de 71 % var udvalgs- varebutikker.

Det samlede bruttoareal var ca. 17.600 m², heraf var 69 % udvalgsvarer.

Uden direkte kontakt med gågaderne i den nordøstlige del af Faaborg by ligger en butikskoncentration omkring Herregårdscentret, som ikke er en del af Faaborg bymidte. Her ligger i alt 11 butikker, hvoraf 4 er dagligvarebutikker. Her ligger blandt andet Føtex, Fakta, Jysk, Skousen og et apotek. Føtex flyttede til Herregårdscentret fra en placering centralt i Mellemgade i Faaborg bymidte.

Den samlede detailhandelsomsætning Faaborg bymidte inklusiv Herregårdscentret blev i 2013 vurderet til 545 mio. kr. incl. moms, hvoraf udvalgsvarer udgjorde 41 %.

I Herregårdscentret ligger bl.a. Føtex, der før lå centralt i bymidten, hvor den var med til at sikre kundestrøm til de øvrige butikker

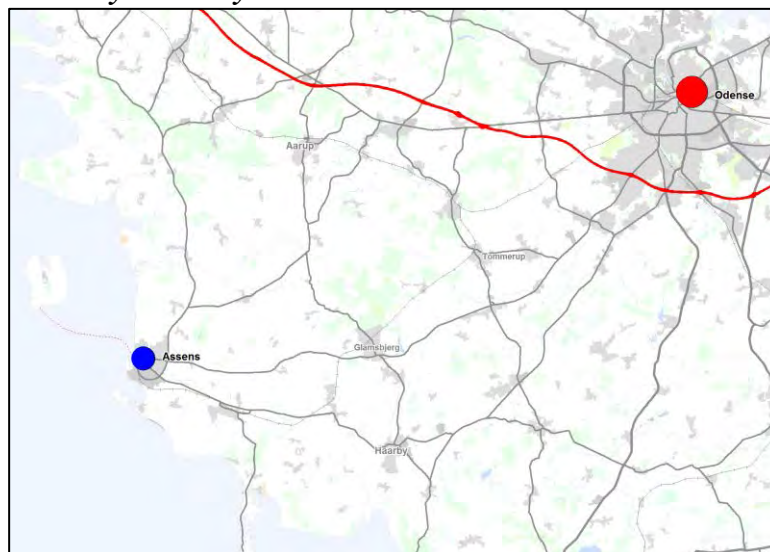


Udviklingen i 15 udvalgte byer

Befolkning 2016: 6.100
Befolkningsudvikling:
- 2 % (2006-2014)
Nærmeste store by:
Odense 41 km



Assens bymidte - By hvor detailhandelen er samlet



Assens by har mere end 1.000 indbyggere færre end Faaborg. Turismen giver også i Assens et tilskud til detailhandelen

Assens bymidte er det primære indkøbssted for forbrugerne i Assens området.

Detailhandelen i Assens bymidte er koncentreret i sivegaden Østergade. Sivegaden kan syne relativ lang på knap 500 meter, men her ligger langt hovedparten af butikkerne i bymidten.

Der var omkring 45 butikker i Assens bymidte i 2014, heraf udgjorde udvalgsvarer 78 %. Det samlede bruttoareal var ca. 8.900 m², heraf udgjorde udvalgsvarer 71 %. Den samlede detailhandelsomsætning i bymidten var 270 mio. kr. incl. moms i 2013, hvoraf 34 % var udvalgsvareomsætningen.



Udviklingen i de to bymidter

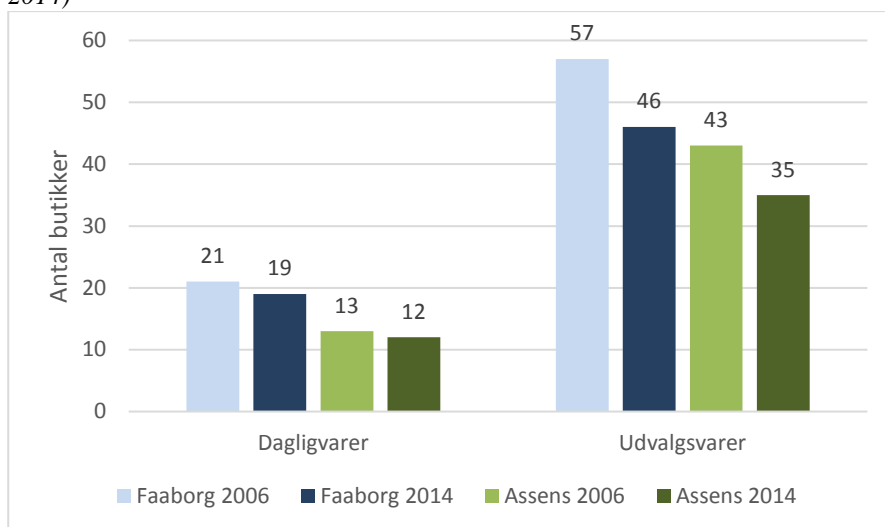
Nedenstående beskrives detailhandelsudviklingen i henholdsvis Faaborg og Assens bymidter i perioden 2006 til 2014.

I Faaborg bymidte er antallet af både dagligvare- og udvalgs varebutikker faldet i perioden 2006 til 2014. Antallet af dagligvarebutikker faldt med 2 butikker, mens antallet af udvalgs varebutikker faldt med 11 butikker.

I Assens bymidte er antallet af butikker ligeledes faldet. Antallet af dagligvarebutikker er faldet med én butik, mens antallet af udvalgs varebutikker er faldet med 8 butikker i perioden 2006 til 2014.

Udviklingen i antallet af både dagligvare- og udvalgs varebutikker i de to bymidter er stort set ens på trods af forskelligt befolkningsmæssigt udgangspunkt

Figur 4.20 Udviklingen i antal butikker Faaborg og Assens bymidter (2006 til 2014)

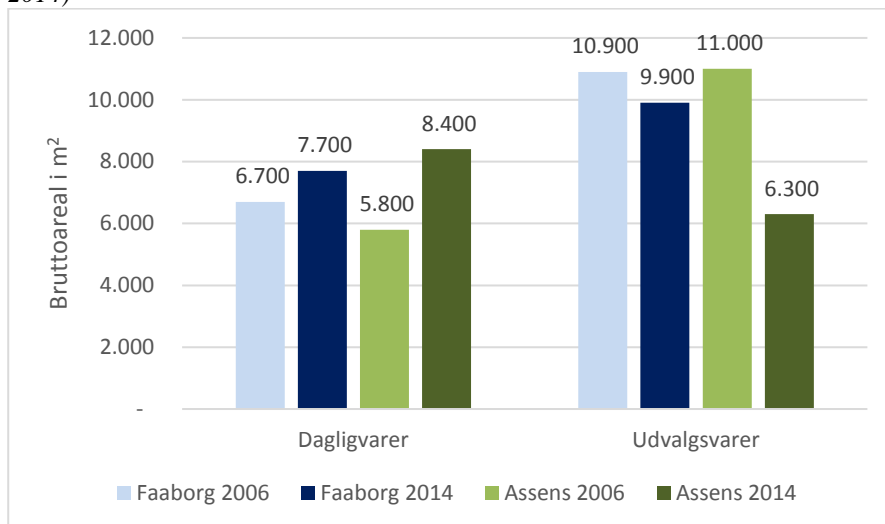


Det samlede bruttoareal til dagligvarer er steget med 1.000 m² svarende til en stigning på 7 % i Faaborg bymidte, mens udvalgs varebruttoarealet tilsvarende er faldet med 1.000 m² svarende til et fald på 9 %.

I Assens bymidte er bruttoarealet til dagligvarer steget med 2.600 m² svarende til en stigning på 45 %. Bruttoarealet til udvalgsvarer er derimod næsten halveret fra 11.000 m² i 2006 til 6.300 m² i 2014.

Udvalgs varearealet er faldet markant i Assens fra 2006 til 2014. Den gennemsnitlige størrelse på udvalgs varebutikkerne er faldet

Figur 4.21 Udviklingen i bruttoarealet Faaborg og Assens bymidter (2006 til 2014)



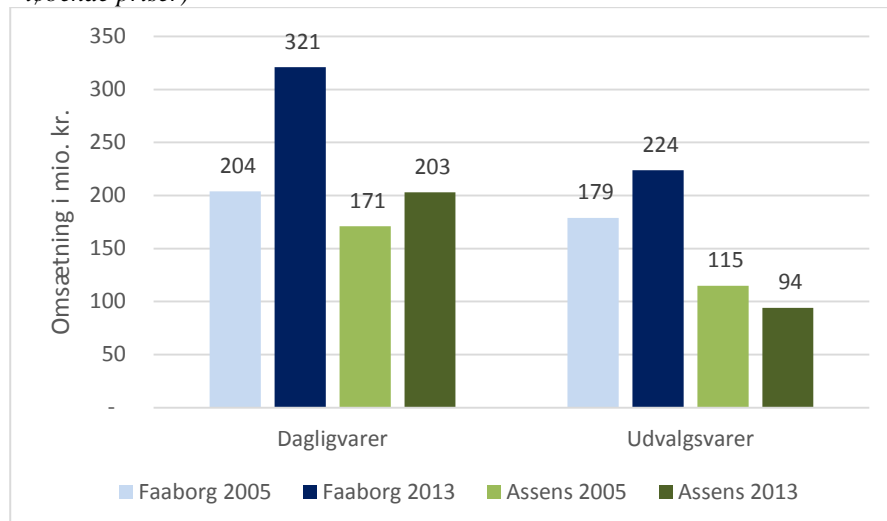
Udviklingen i 15 udvalgte byer

Dagligvareomsætningen i Faaborg bymidte inklusiv Herregårdscentret er steget 57 %, mens udvalgsvareomsætningen er steget 25 % i perioden 2005 til 2013.

Dagligvareomsætningen i Assens bymidte er steget 19 % i perioden 2005 til 2013, mens udvalgsvareomsætningen er faldet 18 %.

Den markant stigende dagligvareomsætning i Faaborg hænger sammen med at Føtex, der er inkluderet i omsætningen, er flyttet til et større anlæg uden for den centrale bymidte

Figur 4.22 Udviklingen i omsætningen Faaborg og Assens bymidter (2005 til 2013 - løbende priser)



* Omsætning for Faaborg bymidte inkl. Herregårdscentret pga. anonymitetshensyn

Shopping Index

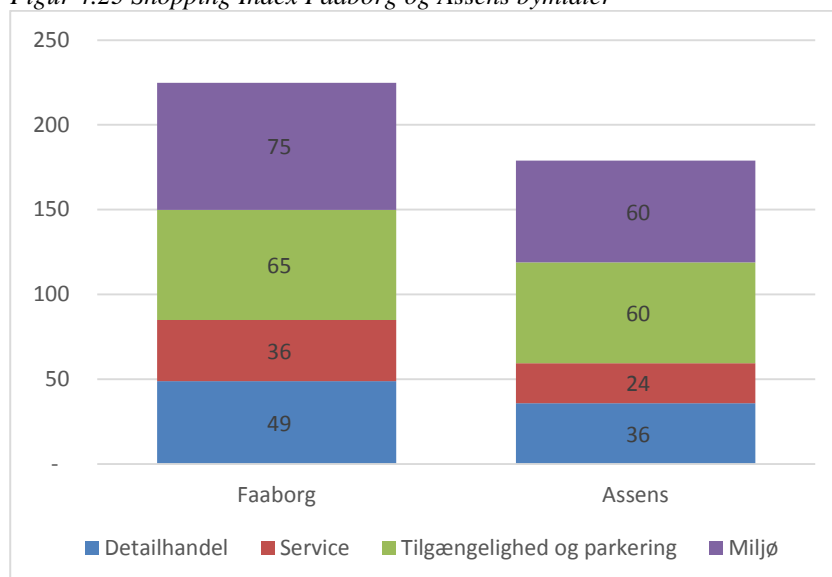
Nedenstående beskrives Shopping Index for henholdsvis Faaborg og Assens bymidter.

Den samlede Shopping Index-score er højest i Faaborg bymidte på 225 point, mens scoren er 179 point i Assens bymidte.

Faaborg bymidte har en højere score på alle fire kategorier. I Faaborg bymidte er blandet andet flere butikker, længere åbningstider, flere servicefunktioner og færre tomme lokaler.

Shopping Indexet for Faaborg bymidte er højere end Assens bymidte i alle grupper

Figur 4.23 Shopping Index Faaborg og Assens bymidter

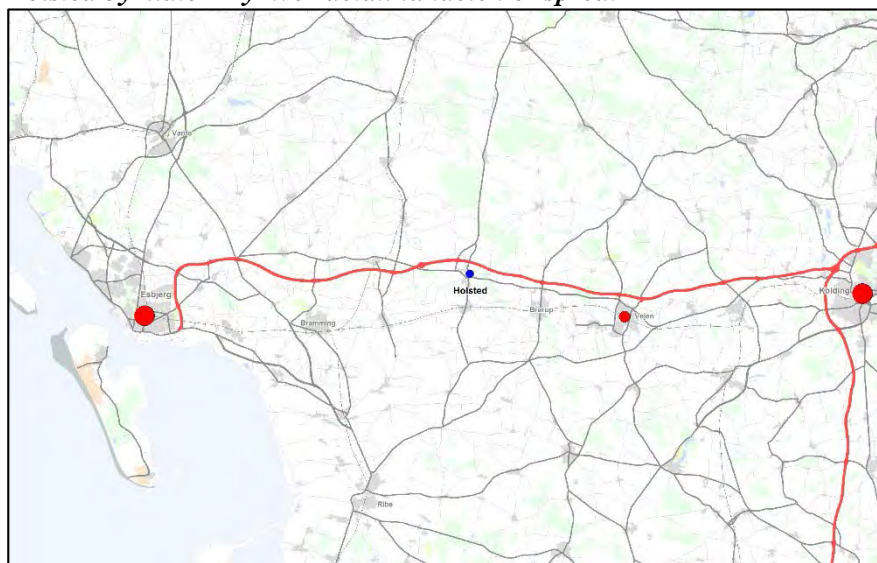


Især inden for service er Faaborg mere attraktiv end Assens

Byer med 2.500 – 4.000 indbyggere – Holsted vs. Bogense bymidter

Holsted bymidte - By hvor detailhandelen er spredt

Befolkning 2016:	3.100
Befolkningsudvikling:	0 % (2006-2015)
Nærmeste store byer:	
Vejen	16 km
Esbjerg	35 km
Kolding	36 km



Holsted by er det primære indkøbssted for dagligvarer for borgerne i Holsted området. På udvalgsvareområdet er Holsted dog mærket af konkurrencen fra Vejen, Kolding Storcenter, Brørup og Esbjerg.

Detailhandelen i Holsted er præget af, at bymidten er spredt på Holsted og Holsted Stationsby. Der er ca. 3 km mellem de to bymidter, der dog begge ligger i det sammenhængende byområde.

I Holsted er der i alt 9 butikker, heraf er den største er discountbutikken Fakta. I Holsted Stationsby ligger supermarkedet ABC Lavpris sammen med 9 andre butikker.

Især i Holsted ligger der en del tomme butikslokaler.

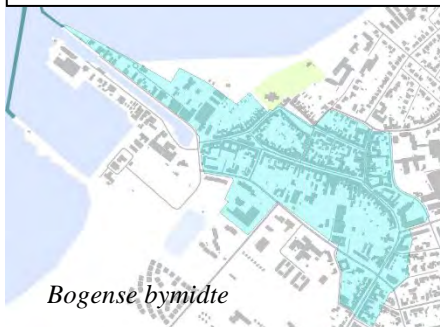
I 2015 var der 19 butikker i Holsted bymidte (Holsted og Holsted Stationsby), heraf var 68 % udvalgsvarebutikker. Det samlede bruttoareal var 9.100 m², hvoraf 45 % var udvalgsvarer.

Den samlede detailhandelsomsætning i 2014 var 185 mio. kr., hvoraf udvalgsvarer udgjorde 11 %.

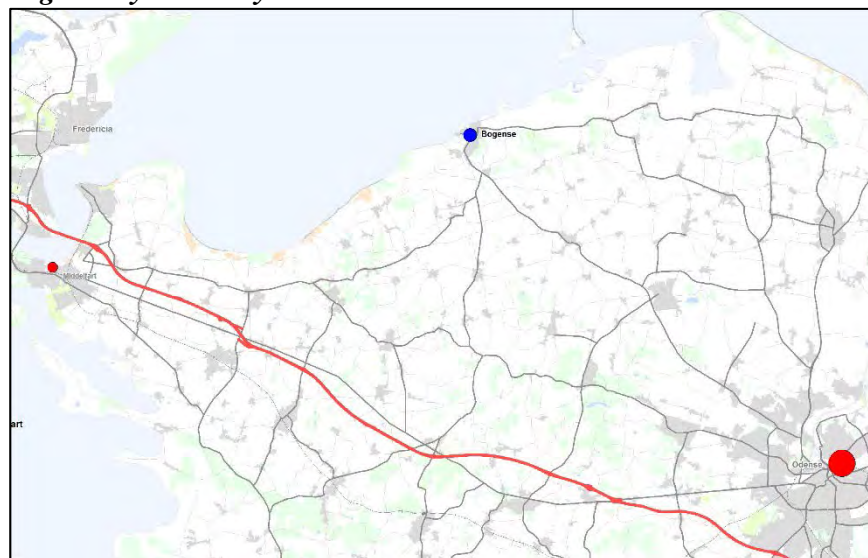
Holsted bymidte er delt på to områder

Udviklingen i 15 udvalgte byer

Befolkning 2016:	3.800
Befolkningsudvikling:	6% (2006-2015)
Nærmeste store byer:	
Middelfart	31 km
Odense	35 km



Bogense bymidte - By hvor detailhandelen er samlet



Bogense bymidte er det primære indkøbssted for forbrugerne i Bogense området, men tiltrækker ligeledes en del turister både i kraft af placeringen ved vandet, en stor lystbådehavn, Danland Bogense og en stor campingplads tæt på bymidten.

I forhold til byens størrelse har Bogense et attraktivt udbud af både dagligvare- og udvalgswarebutikker

Detailhandelen i Bogense bymidte er koncentreret i sivegaden Adelgade samt Østergade og Vestergade. Her er et relativt godt og bredt udbud af udvalgswarebutikker i forhold til byens størrelse. De største dagligvarebutikker i bymidten er supermarkedet Euro Spar samt discountbutikkerne Netto, Fakta og Rema 1000.

Der var omkring 35 butikker i Bogense bymidte i 2014, heraf udgjorde udvalgsvarer 77 %. Det samlede bruttoareal var ca. 10.000 m², hvoraf udvalgsvarer udgjorde 81 %.

Den samlede detailhandelsomsætning i Bogense bymidte var 249 mio. kr. incl. moms i 2013, heraf udgjorde udvalgsvarer 30 %.



Udviklingen i de to bymidter

Nedenstående beskrives detailhandelsudviklingen i Holsted i perioden 2008 til 2015 og i Bogense i perioden 2006 til 2014.

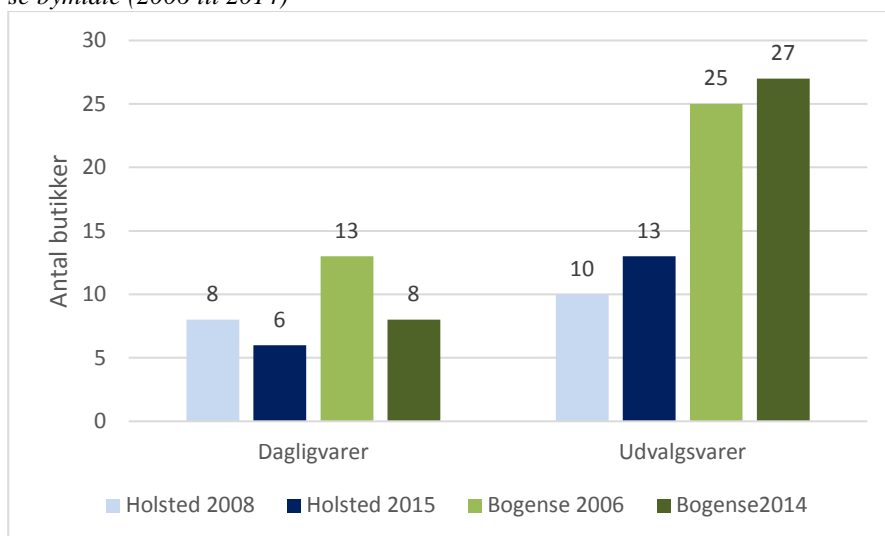
Antallet af dagligvarebutikker er faldet med 2, mens antallet af udvalgsvarerbutikker er steget med 3.

I Storegade i Holsted Stationsby er discountbutikken ABC Lavpris etableret i 2009.

I Bogense bymidte er antallet af dagligvarebutikker faldet med 5 og antallet af udvalgsvarerbutikker er steget med 2 i perioden 2006 til 2014.

På trods af det spredte udbud i Holsted er antallet af udvalgsvarerbutikker steget

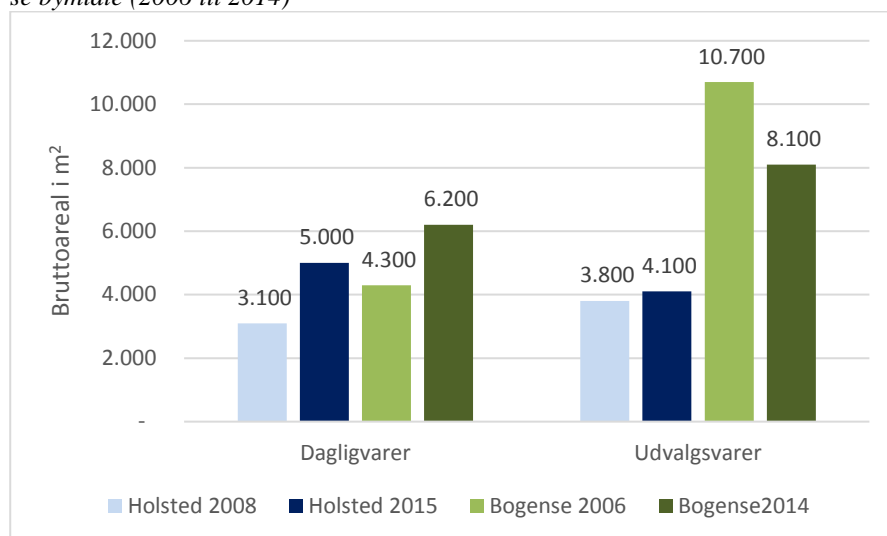
Figur 4.24 Udviklingen i antal butikker Holsted bymidte (2008 til 2015) og Bogense bymidte (2006 til 2014)



Det samlede bruttoareal til dagligvarer er steget med 1.900 m² primært på grund af etableringen af ABC Lavpris i Holsted. Bruttoarealet til udvalgsvarer er steget med 8 % svarende til en stigning på 300 m².

I Bogense bymidte er bruttoarealet til dagligvarer ligeledes steget med 1.900 m². Her er blandt andet blevet etableret discountbutikken Netto. Bruttoarealet til udvalgsvarer er derimod faldet med 24 % svarende til et fald på 2.600 m².

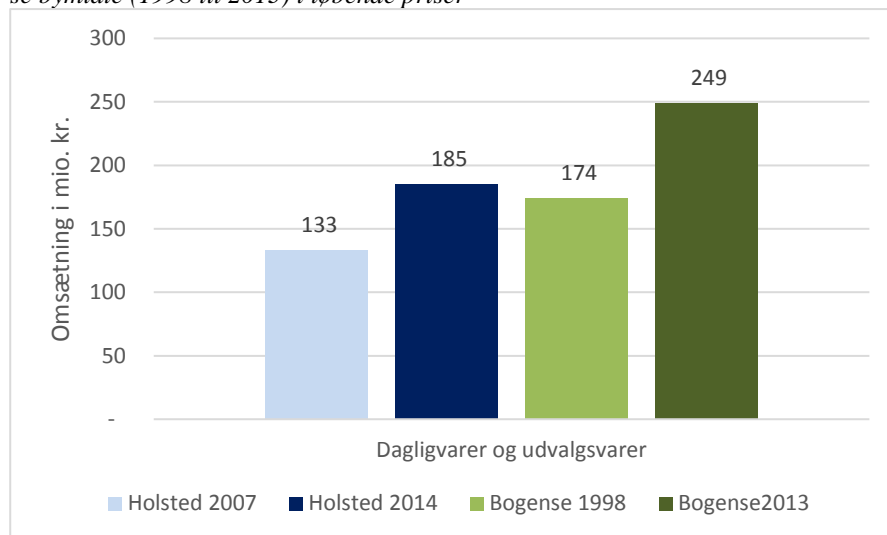
Figur 4.25 Udviklingen i bruttoarealet Holsted bymidte (2008 til 2015) og Bogense bymidte (2006 til 2014)



Detailhandelsomsætningen i Holsted området i alt er steget 39 % i perioden 2007 til 2014. Dette er især drevet af etableringen af ABC Lavpris på 2.700 m² i Holsted Stationsby i 2009. Etableringen betød, at SuperBrugsen i Holsted lukkede og Fakta fra Holsted Stationsby rykkede til SuperBrugsens placering i Holsted.

I Bogense bymidte er detailhandelsomsætningen steget 43 % i perioden 1998 til 2013.

Figur 4.26 Udviklingen i omsætningen Holsted-området (2007 til 2014) og Bogense bymidte (1998 til 2013) i løbende priser



**Bemærk: Også landområdet omkring Holsted by indgår i omsætningen, hvilket dog ikke i nævneværdig grad påvirker udviklingen*

Shopping Index

Nedenstående beskrives Shopping Index for henholdsvis Holsted og Bogense bymidter.

Bogense bymidte har dobbelt så høj Shopping Index-score som Holsted. Bogense bymidte har en score på 224 point mod 100 point i Holsted bymidte.

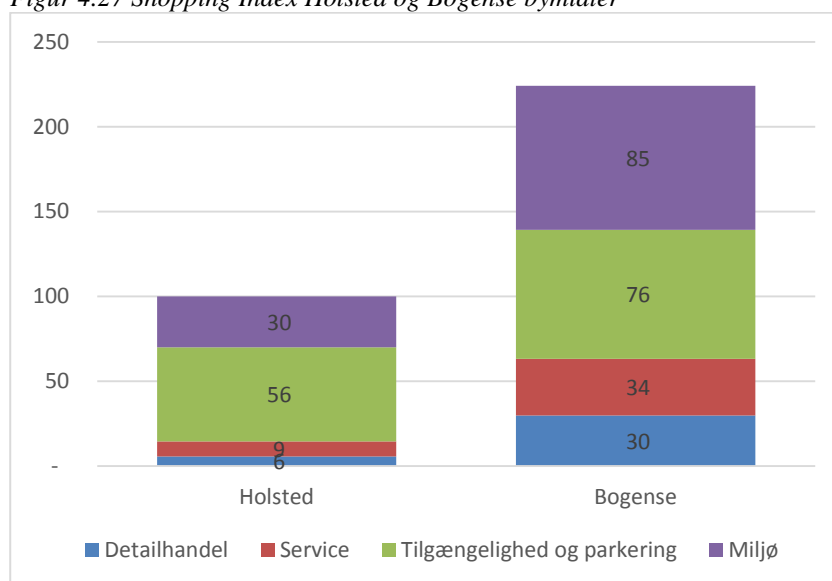
Både detailhandels-scoren og miljø-scoren er væsentlig højere i Bogense.

I Holsted ligger detailhandels-scoren meget lavt, hvilket hænger sammen med det meget begrænsede udvalg af butikker i bymidten.

I Holsted vægter tilgængelighed og parkering tungt i Shopping Indexet. Således udgør tilgængelighed og parkering 56 % af den samlede score i Shopping Indexet.

Shopping Indexet i Bogense afspejler en hyggelig, samlet by præget af butikker og restauranter

Figur 4.27 Shopping Index Holsted og Bogense bymidter



Byer med 1.000 – 2.500 indbyggere – Gjern vs. Bredebro bymidter

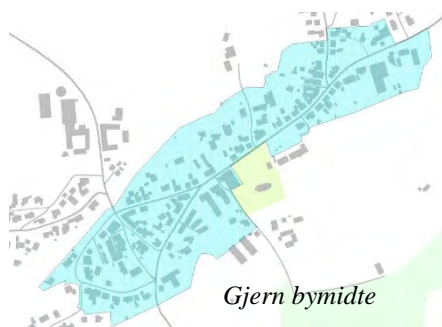
Befolkning 2016: 1.500

Befolkningsudvikling:
10 % (2008-2016)

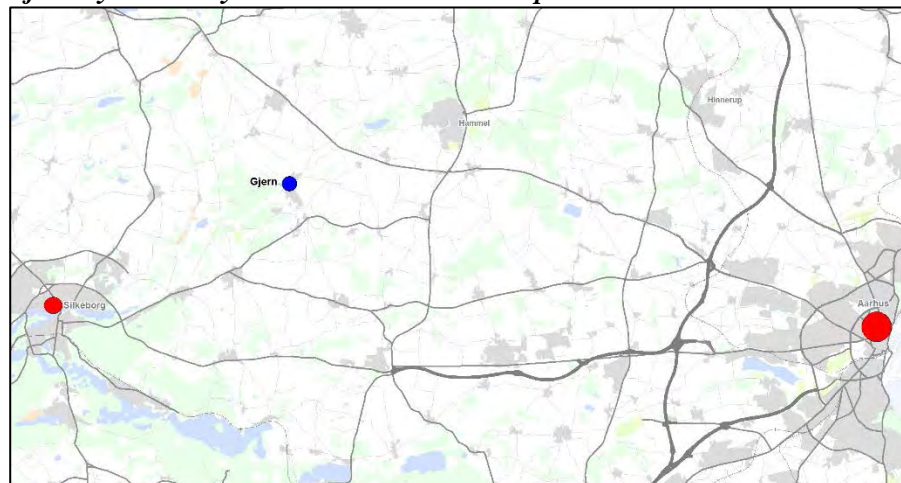
Nærmeste store byer:

Silkeborg 15 km

Aarhus 32 km



Gjern bymidte - By hvor detailhandelen er spredt



Gjern er det primære indkøbssted for dagligvarer for forbrugerne i det umiddelbare område omkring Gjern.

Den oprindelige bymidte i Gjern er krydset mellem Østergade, Stationsvej og Ejnar Niensensvej, placeret centralt tæt på kirken og tæt på den nedlagte station. Der er ingen busstoppesteder centralt i Gjern bymidte, men ved kirken udenfor bymidten og ved bydelscentret.

Bymiljøet i den oprindelige Gjern bymidte er markeret af ændring i vejbelægningen i den del, hvor der engang har været butikker og kundeorienterede servicefunktioner. Ligeledes er der etableret en lille pladssdannelse med træer, blomsterkummer og bænke.

I Gjern bymidte er i dag i alt 2 butikker en bager og en genbrugsbutik samt enkelte kundeorienterede servicefunktioner.

Købmanden Super Spar, som oprindeligt lå centralt i den nedlagte Gjern bymidte, har bygget en større butik godt 1 km herfra på Søndergade. Her ligger ligeledes to udvalgswarebutikker, en tømmerhandel, et pizzeria og et lægehus. Koncentrationen er udpeget til bydelscenter, mens den oprindelige Gjern bymidte er udpeget til lokalcenter.

Samlet set var der i 2015 i Gjern by (oprindelig bymidte samt bydelscenter) 2 dagligvarebutikker, 3 udvalgswarebutikker samt et byggemarked. Det samlede bruttoareal til detailhandel var 2.000 m², heraf var 25 % udvalgsvarer.

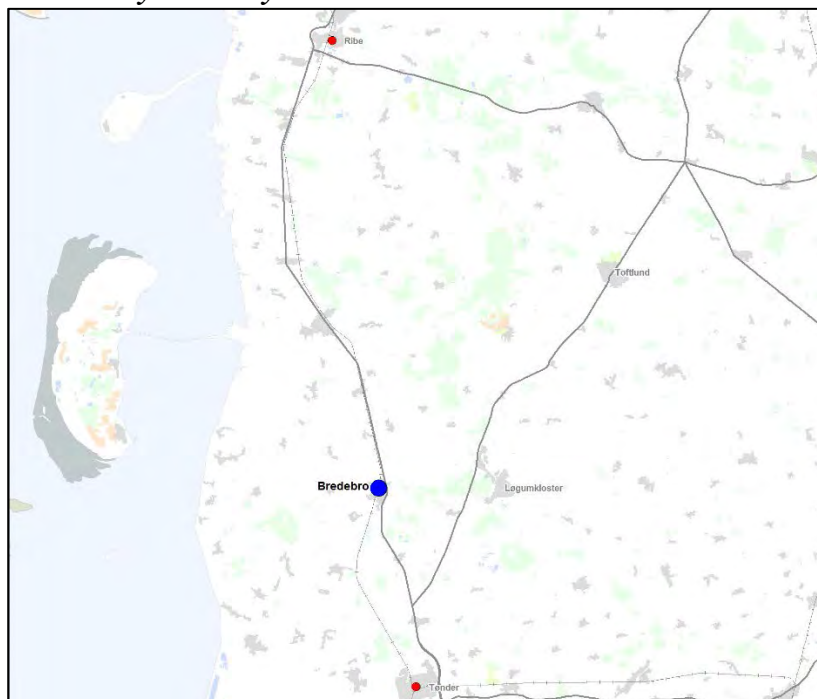
Butiksmæssigt er Gjern bymidte (nu lokalcenter) tømt for liv



Udviklingen i 15 udvalgte byer

Bredebro bymidte - By hvor detailhandelen er samlet

Befolkning 2016: 1.400
Befolkningsudvikling:
-7 % (2008-2016)
Nærmeste store byer:
Tønder 15 km
Ribe 34 km



Bredebro er det primære indkøbssted for dagligvarer for forbrugerne i nær-området omkring Bredebro.

I Bredebro bymidte er detailhandelen placeret i Søndergade og Storegade, samt på Toosbuys Torv.

Detailhandelen i Bredebro er i høj grad præget af placeringen af, at en af Danmarks største virksomheder Ecco har sit hovedsæde centralt i byen.

I bymidten ligger en række højtprofilerede butikker på Toosbuys Torv, som normalt ikke ville ligge i en by af Bredebros størrelse. Foruden en meget stor, flot ECCO-butik (outlet) ligger en Lego butik, en smykkebutik samt en jagt og fritidsbutik. Toosbuys Torv er etableret i 2015 af ECCO i forbindelse med en markering af 50-året for skovirksomhedens grundlæggelse.

Der er 2 dagligvarebutikker og i alt 10 udvalgsvarerbutikker i Bredebro bymidte. De 2 dagligvarebutikker er en købmand samt en blomsterbutik.

Det samlede bruttoareal var ca. 4.600 m², heraf udgjorde udvalgsvarer 80 %.

Den samlede detailhandelsomsætning i Bredebro var 60 mio. kr. incl. moms i 2015.

Toosbuys Torv er et meget markant, positivt element i Bredebro bymidte



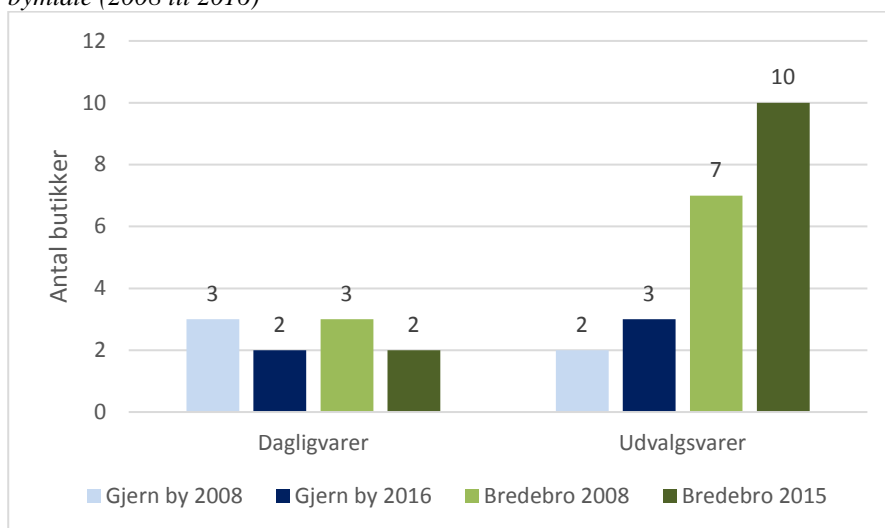
Udviklingen i de to bymidter

Nedenstående beskrives detailhandelsudviklingen i Gjern by i perioden 2008 til 2015 og Bredebro bymidte i perioden 2008 til 2016.

I Gjern by er antallet af både dagligvare- og udvalgsvarebutikker nogenlunde konstant i perioden 2008 til 2015. Antallet af dagligvarebutikker er faldet med 1 butik, mens antallet af udvalgsvarebutikker er steget med 1 butik.

I Bredebro bymidte er antallet af dagligvarebutikker faldet med 1 butik, mens antallet af udvalgsvarebutikker er steget med 3 butikker i perioden 2008 til 2016. Som nævnt er Toosbuys Torv etableret i denne periode med i alt 4 butikker, hvoraf to er relativt store.

Figur 4.28 Udviklingen i antal butikker Gjern by (2008 til 2015) og Bredebro bymidte (2008 til 2016)



*Bemærk hele Gjern byområde indgår

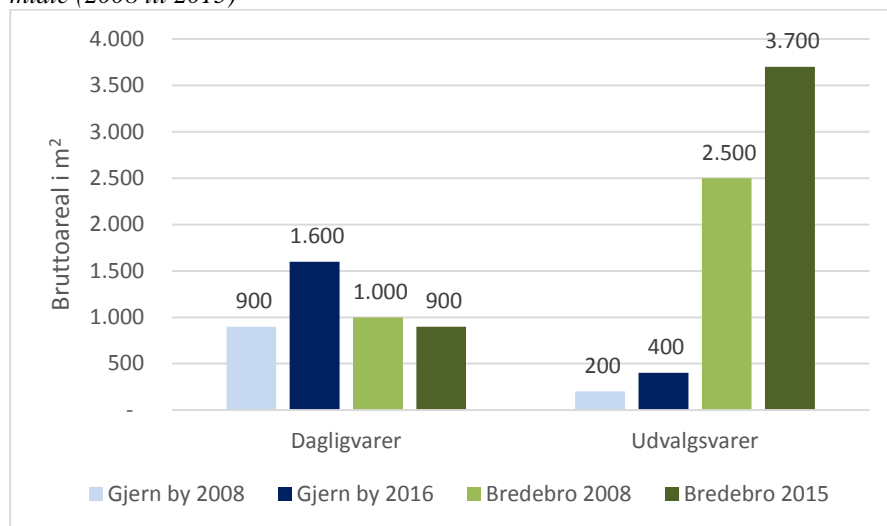


Udviklingen i 15 udvalgte byer

Det samlede bruttoareal til dagligvarer er steget med 800 m² i Gjern by, da supermarkedet Euro Spar er flyttet fra Gjern bymidte til en placering 1 km fra bymidten i et bydelscenter. Udvalgsvarerbruttoarealet er tilsvarende steget med 200 m².

I Bredebro bymidte er bruttoarealet til dagligvarer faldet med 100 m² svarende til et fald på 10 %. Bruttoarealet til udvalgsvarer er derimod steget med 1.200 m².

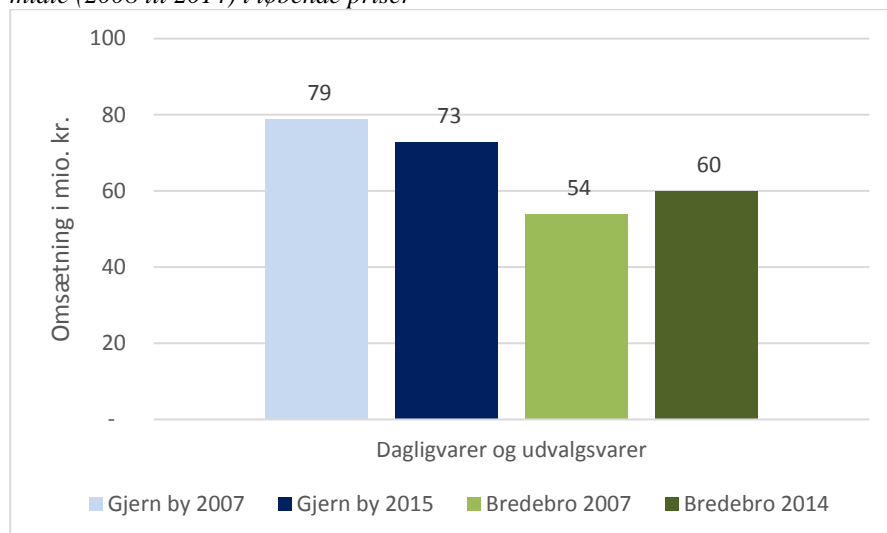
Figur 4.29 Udviklingen i bruttoarealet Gjern by (2008 til 2016) og Bredebro bymidte (2008 til 2015)



*Bemærk hele Gjern området indgår

Detailhandelsomsætningen i Gjern er faldet med knap 8 % i perioden 2007 til 2015, hvor detailhandelsomsætningen i Bredebro er steget 11 % i perioden 2007 til 2014.

Figur 4.30 Udviklingen i omsætningen Gjern by (2007 til 2015) og Bredebro bymidte (2008 til 2014) i løbende priser



*Bemærk hele Gjern området indgår

Shopping Indexet i Bredebro er 30 % højere end i Gjern

Shopping Index

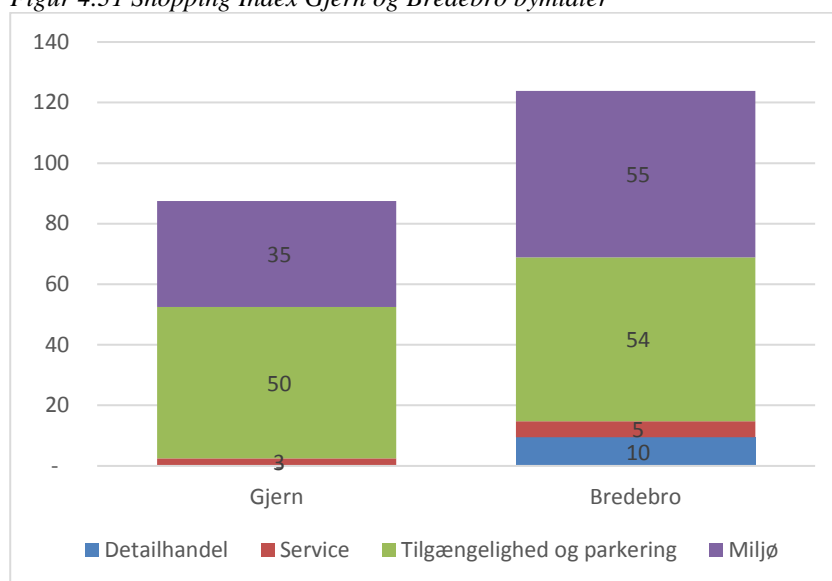
Nedenstående beskrives Shopping Index for henholdsvis Gjern oprindelige bymidte og Bredebro bymidte.

Shopping Index-scoren er 124 point i Bredebro, mens Gjern har en samlet score på 88 point.

Gjern bymidte har en lav detailhandels-score med kun 2 butikker - en bager og en genbrugsbutik. De øvrige butikker er som tidligere nævnt flyttet ud af bymidten. Derfor vægter parkering og tilgængelighed højt (57 %) i Shopping Indexets samlede score.

Bredebro har omvendt fået en tilvækst i antallet af butikker med etableringen af Toosbuys Torv, hvilket ligeledes har betydning for miljø-scoren og antallet af servicefunktioner.

Figur 4.31 Shopping Index Gjern og Bredebro bymidter





5. Bymidter og aflastnings- områder

Aflastningsområderne er blevet mere betydelige

Konklusion

I alle de viste byer er sket en markant ændring i forholdet mellem omsætningen i bymidten og omsætningen i aflastningsområdet.

Aflastningsområderne i alle byer er blevet markant mere betydelige og bymidterne har i mange tilfælde mistet omsætning i betydeligt omfang. Aflastningsområderne har omvendt oplevet en markant stigning i omsætningen. Kolding bymidte har for eksempel mistet 35 % af den samlede omsætning i bymidten i perioden 2003 til 2011, mens aflastningsområdet har oplevet en stigning i den samlede omsætning på 27 % målt i faste priser.

Det er ikke i forbindelse med denne analyse undersøgt, i hvilket omfang dette har påvirket tomgangen i de beskrevne byer.

ICP har generelt kunnet konstatere, at bymidterne i de fleste provinsbyer er blevet geografisk mindre. Der sker en generel flytning af funktionerne ind mod det kommercielle centrum.

I mange bymidter er de forladte butikker blevet overtaget af caféer, fast food, restauranter samt i mange tilfælde også af andre servicefunktioner som f.eks. behandlere, tatovører, spillehaller etc.

Det er ICP's vurdering, at huslejeniveauet på de bedste placeringer i bymidterne ikke i væsentligt omfang er påvirket, men at lejeniveauet generelt er faldet uden for de mest attraktive områder.

Bymidter og aflastningsområder – 5 udvalgte byer

I de fleste danske byer er der over de seneste 30 år etableret storbutiksbygninger i byernes udkant. Butikkerne er enten etableret i egentlige aflastningsområder eller i "storbutiksområder", der ofte er etableret i områder, der er udlagt til særligt pladskrævende varer, inden Planloven udtømmende definerede begrebet særligt pladskrævende varer.

Mange af disse aflastningsområder har opnået betydelige markedsandele og omsætninger. Nedenfor beskrives, hvorledes omsætningsfordelingen har udviklet sig mellem aflastningsområderne og de bymidter, der ligger i samme by.

Aflastningsområderne har forskellig karakter. I de mindre byer, er der typisk tale om butikstyper som byggemarkeder, mindre møbelbutikker, THansen, Jem&Fix og Jysk.

I de lidt større provinsbyer er udbuddet større. Her er der, foruden ovennævnte ofte også butikker som Elgiganten, Toys"R"Us, Petworld, Maxi-Zoo, Biltema, Plantorama og køkkenbutikker.

I de største byer og i de store aflastningsområder i Hovedstadsregionen, ligger der desuden ofte også f.eks. IKEA, Bauhaus og Bilka.

I en række af de større byer som f.eks. Aalborg, Odense, Esbjerg, Randers, Kolding og Næstved er man gået skridtet videre og har etableret et større, eksternt shoppingcenter som f.eks. Rosengårdcentret i Odense. Der er typisk tale om et shoppingcenter med en stor dagligvarebutik og en lang række butikker – primært kædebutikker – inden for stort set alle brancheområder.

Der er indsamlet oplysninger omkring de omsætningsmæssige forhold i Odense, Esbjerg, Randers, Kolding og Næstved.



Odense

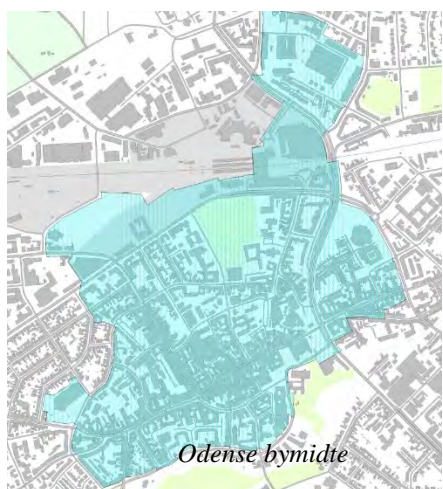
Aflastningsområde Sydøst

Aflastningsområdet Odense SØ er blandt landets største. De væsentligste elementer i området er shoppingcentret Rosengårdcentret, IKEA og Bilka.

I 2012 var der ca. 130 butikker i centerområdet, heraf var de ca. 115 udvalgswarebutikker. Det samlede areal til udvalgsvarer og dagligvarer var i 2012 ca. 122.000 m², hvoraf mere end 100.000 m² var disponeret til udvalgsvarer. Omsætningen i centerområdet var i 2011 ca. 3,9 mia. kr. incl. moms, hvoraf udvalgswareomsætningen udgjorde 3,2 mia. kr.

Aflastningsområde Sydøst har de senere år især udviklet sig, da IKEA blev etableret med en fuldsortimentsbutik i 2009.

Rosengårdcentret blev etableret i 1971 og er udvidet og renoveret ad flere omgange siden – senest i 2015. Centret blev i 2013 handlet til omkring 3 mia. kr. og var årets største ejendomstransaktion på det danske marked.



I Odense SØ er udvalgswareomsætningen dobbelt så høj som i bymidten

Både antallet af butikker og omsætningen er faldet i bymidten

Odense bymidte

I Odense bymidte lå der i 2012 ca. 320 butikker, hvoraf ca. 260 var udvalgswarebutikker. Den samlede omsætning lå i 2011 på ca. 2,3 mia. kr. incl. moms, hvoraf de 1,6 mia. kr. var udvalgswareomsætning.

Den centrale del af bymidten ligger omkring hovedstrøgene Vestergade og Kongensgade. Især omkring Vestergade ligger der en række mindre gader, hvor der trives en underskov af primært mode- og livsstilsbutikker.

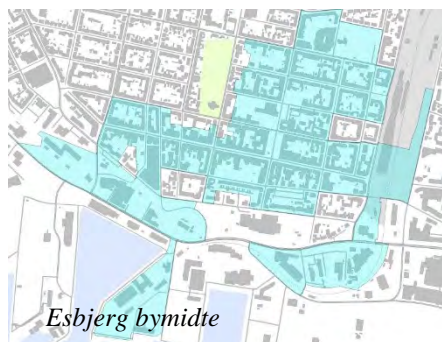
Især Kongensgade har de senere år været udfordret af butikslukninger i den nordlige ende.

Omsætningen i bymidten faldt i perioden 2007 til 2011 ca. 15 %, mens antallet af butikker faldt med ca. 80 i perioden 2008 til 2012.

Der er et større byomdannelseprojekt i gang omkring Thomas B. Thriges Gade og ved Vestre Stationsvej i den nordlige del af bymidten er der planer for et større shoppingcenter, der dog har været undervejs i efterhånden omkring 10 år.



Aflastningsområde Esbjerg Nord



Esbjerg bymidte

I Esbjerg er omsætningen 75 % højere i aflastningsområdet end i bymidten

Esbjerg

Aflastningsområde Esbjerg Nord

Aflastningsområdet i Esbjerg ligger nord for bymidten i Gjesing.

I Esbjerg Nord ligger bl.a. shoppingcentret Esbjerg Storcenter, Bilka, H&M, Elgiganten og Bauhaus.

I 2008 var der 46 butikker. Dette antal var i 2012 steget til 66 butikker. Omsætningen lå i 2007 på ca. 1,8 mia. kr. incl. moms, hvor den i 2011 var steget til 2,1 mia. kr. incl. moms.



Esbjerg bymidte

Bymidten ligger især omkring hovedstrøget Kongensgade samt i nogen grad omkring Torvet og i Torvegade.

I Kongensgade ligger der en lang række butikker og andre kommercielle funktioner. Midt i bymidten ligger en lille centerdannelse med bl.a. H&M.

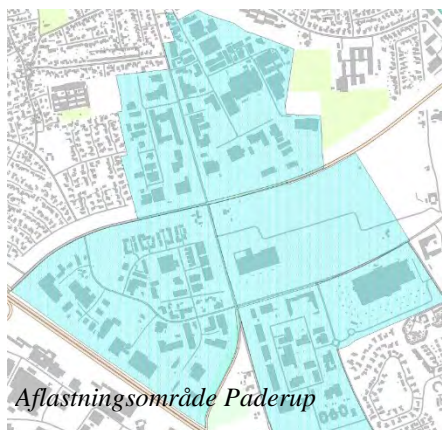
I 2008 var der ca. 170 butikker. Dette antal var svagt faldende frem mod 2012. Omsætningen lå både i 2007 og 2011 på omkring 1,2 mia. kr. incl. moms i Esbjerg bymidte.

I bymidtens østlige del åbner shoppingcentret Broen i foråret 2017. Broen bliver på omkring 28.000 m² og vil få ca. 70 kommercielle enheder, herunder en Kvickly, en H&M samt et biografcenter.

Det vurderes, at Broen vil styrke Esbjerg bymidte og øge dens betydning i markedsområdet.

Randers

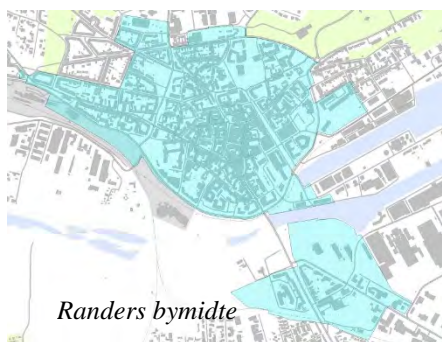
Aflastningsområde Paderup



I den sydlige del af Randers byområde ligger Aflastningsområde Paderup. Shoppingcentret Randers Storcenter er en meget væsentlig del af området. Centret har et udlejningsareal på ca. 20.000 m².

Randers Storcenter havde i 2015 en samlet omsætning på knap 725 mio. kr. incl. moms. Blandt de væsentligste butikker i Randers Storcenter kan nævnes Kvikly og H&M. Der er i alt 55 kommercielle funktioner, hvoraf de knap 50 er butikker. Mere end halvdelen af butikkerne i centret er beklædningsbutikker.

I Aflastningsområde Paderup lå der i 2013 ca. 75 butikker, der samlet set omsatte for ca. 1,5 mia. kr. incl. moms, i 2004 lå der ca. 60 butikker i området, hvor omsætningen da lå på ca. 950 mio. kr. incl. moms. Således er omsætningen i perioden 2004 til 2013 steget med næsten 60 %.



Omsætningen i Randers bymidte er på 10 år faldet med 12 %

Randers Bymidte

I Randers bymidte er der en række attraktive handelsstrøg med muligheder for rundgang.

I Randers bymidte var der i 2005 godt 200 butikker, hvoraf de næsten 160 var udvalgswarebutikker. Omsætningen i 2003 lå i bymidten på ca. 1,25 mia. kr. incl. moms. Dette tal var i 2013 faldet til i alt ca. 160 butikker, med en samlet omsætning på ca. 1,1 mia. kr. incl. moms.

Foruden butikkerne var der i 2013 ca. 220 andre kundeorienterede servicefunktioner.

I en årrække har der været talt om et større butiksprojekt centralt i Randers, der dog ikke indtil videre har kunnet løftes.

Kolding

Aflastningsområde Kolding Nord

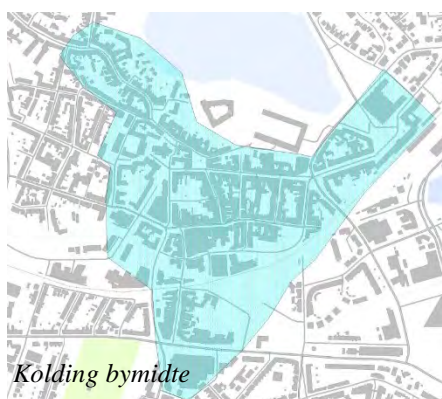


Kolding Nord består dels af shoppingcentret Kolding Storcenter, dels af en lang række storbutikskoncepter inden for især boligudstyr.

Samlet set er der i aflastningsområdet omkring 140 butikker. Blandt de betydeligste butikker er Bilka, der ligger i Kolding Storcenter, Elgiganten og Bauhaus. Den samlede omsætning i området var i 2014 2,25 mia. kr. incl. moms.

Kolding Storcenter er et af Danmarks største shoppingcentre, både målt på areal og på omsætning. Centrets opland dækker den vestlige del af Fyn og en meget betydelig del af den centrale del af Syd- og Sydvestjylland.

Centret er i flere omgange udvidet, og har i dag ca. 120 kommercielle funktioner. Heraf er der ca. 100 butikker – Omkring 15 dagligvarebutikker og ca. 85 udvalgsvarebutikker, hvoraf de omkring 55 er beklædningsbutikker.



Der er flere butikker i Kolding bymidte end i aflastningsområdet – men omsætningen er ca. 65 % lavere

Kolding bymidte

I Kolding bymidte er der flere muligheder for rundgange, hvilket gør Kolding bymidte til en meget hyggelig bymidte. I 2004 var der ca. 170 butikker i Kolding bymidte, heraf var de 135 udvalgsvarebutikker. I 2003 var der en omsætning i bymidten på ca. 850 mio. kr. incl. moms. I 2013 var der en omsætning på i underkanten af 800 mio. kr. incl. moms.

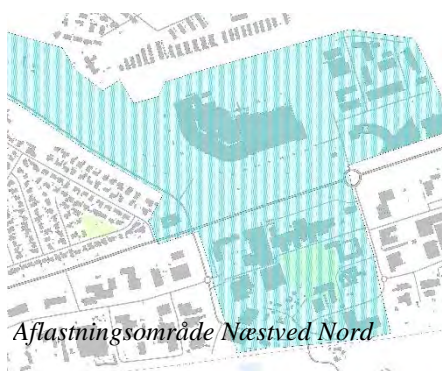
I 2016 var der ca. 120 butikker og ca. 130 servicefunktioner i øvrigt i stueplan i Kolding bymidte.

I forhold til at Kolding er blandt Danmarks ti største byer, er der i dag relativt få butikker i bymidten.

Der arbejdes med et større outlet-projekt i den sydøstlige del af bymidten.

Næstved

Aflastningsområde Næstved Nord



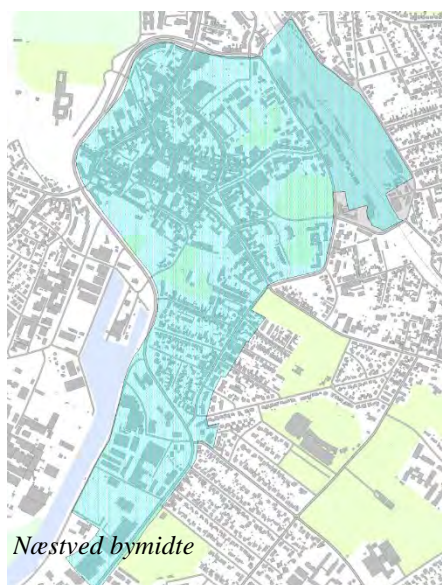
Aflastningsområde Næstved Nord

I aflastningsområdet Næstved Nord ligger dels shoppingcentret Næstved Storcenter, dels en lang række storbutikskoncepter inden for udvalgsvareer.

Samlet set er der i aflastningsområdet omkring 90 butikker. Blandt de betydeligste butikker er Bilka, der ligger i Næstved Storcenter, Elgiganten og Bauhaus. Den samlede omsætning i området var i 2012 knap 2,1 mia. kr. incl. moms.

Næstved Storcenter har i dag ca. 75 kommercielle funktioner, hvoraf mere end 60 er butikker. Næstved Storcenters samlede omsætning var i 2015 ca. 1,4 mia. kr. incl. moms. Centret havde i 2015 knap 5 mio. besøgende.

Næstved Nord tiltrækker kunder fra hele den sydlige del af Sjælland samt fra Lolland og Falster.



Næstved bymidte

Andelen af kædebutikker er væsentligt lavere i bymidten end i aflastningsområdet



Næstved bymidte

Næstved bymidte bærer meget præg af at være en gammel købstad. Byen er hyggelig, og der er muligheder for rundgang, hvilket grundlæggende betyder, at byen har et godt udgangspunkt som handelsby.

I 2013 var der ca. 145 butikker i Næstved bymidte, heraf var de ca. 110 udvalgsvarebutikker. Kædebutikkerne i bymidten udgjorde i 2013 ca. 48% af det samlede antal butikker, hvor andelen i Hillerød bymidte i 2016 var 58%.

I 2012 var der en omsætning på knap 1 mia. kr. incl. moms.

I 2013 var der foruden de 145 butikker også ca. 130 servicefunktioner i øvrigt i stueplan i bymidten.

Bilag 1

Metode

Arbejdet er gennemført på baggrund af den viden, som ICP over de seneste mange år har oparbejdet gennem detailhandelsanalyser eller andre former for rådgivning af 68 af Danmarks 98 kommuner, herunder bl.a. København, Aarhus, Aalborg, Odense, Esbjerg, Silkeborg, Skanderborg, Ringkøbing-Skjern, Skive, Favrskov, Vejle, Billund, Vejen, Haderslev, Middelfart, Assens, Svendborg, Slagelse, Ringsted, Næstved, Guldborgsund, Lolland, Vordingborg, Køge, Solrød, Roskilde, Greve, Lejre, Odsherred, Frederikssund, Høje-Taastrup, Glostrup, Brøndby, Rødovre, Hvidovre, Gladsaxe, Herlev, Ballerup, Furesø, Allerød, Hillerød, Rudersdal, Hørsholm, Helsingør og Lyngby-Taarbæk.

I forbindelse med samtlige analyser er alle butikker blevet besøgt af ICP's medarbejdere, hvilket er medvirkende til at give en solid indføring i driftsforholdene og vilkårene for de danske detailhandlere.

Bl.a. på baggrund af ovenstående er der foretaget en kvantitativ og kvalitativ beskrivelse af butikslivet og udviklingen i bymidterne med udgangspunkt i 15 danske byer.

Desuden indgår erfaringer indhentet ved sparring med og rådgivning af butikskæder både inden for dagligvare- og udvalgs varebrancherne.

Endelig indgår viden om, hvad der i forbindelse med detailhandelsplanlægning betyder noget for ejere af butiksejendomme, herunder shoppingcentre, større dagligvarebutikker og butiksejendomme i øvrigt.

Som en del af baggrunden for at belyse problemstillingerne er der desuden taget udgangspunkt i ICP's "Analyse af detailhandelsudviklingen på Fyn", december 2014 udarbejdet for Naturstyrelsen i Miljøministeriet (nu Erhvervsstyrelsen). Denne analyse er primært anvendt i Erhvervs- og Vækstministeriets "Redegørelse om detailhandelsplanlægning 2015", dec. 2015.

Desuden er bl.a. ICP's rapporter: "E-handelens indflydelse på butikstrukturen i Danmark", november 2012 og "E-handelens konsekvenser for butikstrukturen – Prognose 2014", marts 2014 indgået i arbejdet.

Analyserne baserer sig desuden på umiddelbart tilgængelige oplysninger fra Danmarks Statistik. På baggrund af disse oplysninger er der foretaget en generel beskrivelse af detailhandelsudviklingen i Danmark over de senere år. Perioden afhænger af de data, der umiddelbart har været til rådighed hos bl.a. Danmarks Statistik, men strækker sig i enkelte tilfælde tilbage til 1969.

Generelt er der anvendt oplysninger og tal fra en del forskellige år, ligesom udviklinger beskrives over forskellige perioder, hvor der umiddelbart har kunnet fremskaffes relevante data. På trods af forskellige periodiseringer beskriver tallene interessante udviklinger, der tjener som illustration af den generelle udvikling, man har kunnet konstatere.

Desuden er der anvendt oplysninger fra "Supermarkedshåndbogen", der er udgivet årligt de seneste godt 50 år. Publikationen beskriver de større danske, dagligvarebutikker, herunder bl.a. deres areal- og omsætningsforhold.

Der er i forbindelse med nærværende analyse derfor kun i meget begrænset omfang indsamlet supplerende oplysninger.

Bilag 2

Branchefortegnelse

1. DAGLIGVARER

47.30.00	Servicestationer med kiosksalg
47.11.10	Købmænd og døgnkiosker
47.11.20	Supermarkeder
47.11.30	Discountforretninger
47.11.20	Varehuse. Selvbetjeningsbutikker med fuldt fødevarsortiment, hvor omsætningen af non-food-varer udgør mere end 20% af den samlede omsætning og hvor salgsarealet udgør mindst 1.500 m ²
47.21.00	Frugt- og grøntforretninger
47.22.00	Slagter- og viktualieforretninger
47.23.00	Fiskeforretninger
47.24.00	Detailhandel med brød, konditori- og sukkervarer
47.25.00	Detailhandel med drikkevarer
47.29.00	Anden detailhandel med fødevarer i specialforretninger
47.29.00	Chokolade- og konfektforretninger
47.29.00	Vinforretninger
47.26.00	Tobaksforretninger
47.29.00	Osteforretninger
47.29.00	Helsekostforretninger
47.73.00	Apoteker
47.74.00	Detailhandel med medicinske og ortopædiske artikler
47.75.00	Parfumerier
47.75.00	Materialister
47.76.10	Blomsterforretninger
77.22.00	Udlejning af videobånd

2. Udvalgsvarer

47.19.00	Stormagasiner
47.51.00	Detailhandel med kjolestoffer, garn, broderier mv.
47.71.10	Dametøjsforretninger
47.71.10	Herretøjsforretninger
47.71.10	Herre- og dametøjsforretninger (blandet)
47.71.20	Babyudstyrs- og børnetøjforretninger
47.72.10	Skotøjsforretninger
47.79.00	Forhandlere af brugt tøj
47.91.20	Detailhandel fra postordre eller internetforretninger, hvis salgslokale
43.21.00	El-installatører med butikshandel
43.22.00	VVS-installatører og blikkenslagerforretninger
47.53.00	Detailhandel med tæpper, vægbeklædning og gulvbelægning, hvis salgslokale
43.34.20	Glarmesterforretninger med butikshandel
47.59.10	Møbelforretninger *)
47.59.20	Boligtekstilforretninger
47.59.30	Detailhandel med køkkenudstyr, glas, porcelæn, bestik, vaser, lysestager m.v.
47.59.90	Detailhandel med belysningsartikler samt husholdningsartikler i .a.n.”
47.54.00	Detailhandel med elektriske husholdningsapparater
47.43.00	Radio- og tv-forretninger
47.52.00	Detailhandel med isenkram og glas
47.52.20	Byggemarkeder og værktøjsmagasiner
47.52.10	Farve- og tapetforretninger
47.78.30	Forhandlere af gaveartikler og brugskunst
47.78.40	Kunsthandel og gallerivirksomhed
47.41.00	Detailhandel med computere, ydre enheder og software
47.42.00	Detailhandel med telekommunikationsudstyr
47.79.00	Antikvitetsforretninger
47.79.00	Detailhandel med brugte varer i forretninger
47.91.10	Detailhandel fra internet eller postordreforretninger, hvis salgslokale
47.78.90	Detailhandel med køkken og badeværelseelementer

95.29.00	Låsesmede, hvis salgslokale
45.40.00	Detailhandel med reservedele og tilbehør til biler mv. (autoudstørsforretninger)
45.32.00	Detailhandel med motorcykler, reservedele og tilbehør
47.72.20	Lædervareforretninger
47.63.00	Detailhandel med musik- og videoptagelser
47.59.40	Forhandlere af musikinstrumenter
47.61.00	Detailhandel med bøger
47.62.00	Detailhandel med aviser og papirvarer, herunder kontorartikler og plakater
47.77.00	Detailhandel med ure, smykker og guld- og sølvvarer
47.78.10	Optikere
47.78.20	Fotoforretninger
47.78.90	Detailhandel med frimærke- og mønter
47.64.10	Forhandlere af sports- og campingudstyr
47.65.00	Detailhandel med spil og legetøj
47.64.20	Cykel- og knallertforretninger
47.76.30	Dyrehandel
47.78.90	Pornobutikker
47.78.90	Detailhandel med andre varer, barnevogne, børstevarer, skumgummi, ovne og pejse, skibsproviantering med butikshandel.
47.79.00	Bogantikvariater
47.79.00	Andre forhandlere af brugte varer.
47.91.10	Detailhandel fra internet eller postordreforretninger, hvis salgslokale

*) Planloven definerer visse møbelforretninger og tømmerhandler med tilknyttet byggemarked som særligt pladskrævende varegruppe. ICP behandler detailhandelsomsætningen i både møbelforretninger og byggemarkedsdelen i en tømmerhandel som boligudstyr.

3. BUTIKSTYPER DER FORHANDLER SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VAREGRUPER

45.11.20	Detailhandel med biler
45.19.10	Detailhandel med campingvogne mv.
47.76.20	Planteforhandlere og havecentre
47.59.10	Møbelforretninger *)
47.64.30	Forhandlere af lystbåde og udstyr hertil
47.52.20	Tømmerhandler og butikker med større bygningsmaterialer *)

*) Planloven definerer visse møbelforretninger og tømmerhandler med tilknyttet byggemarked som særligt pladskrævende varegruppe. ICP behandler detailhandelsomsætningen i både møbelforretninger og byggemarkedsdelen i en tømmerhandel som boligudstyr.

Bilag 3

Oversigt over store dagligvarebutikker

	1998	2016
Discountbutikker	Netto, Fakta, Aldi, Rema 1000, Suma, Supra, Alta	Netto, Fakta, Aldi, Rema 1000, Kiwi, Lidl
Mindre supermarkeder	Dagli'Brugsen, Lokalbrugsen, Spar, Min Købmand, De Friske Butikker, Focus, Merko, Super1	Dagli'Brugsen, Lokalbrugsen, Spar, Min Købmand
Store supermarkeder	Superbrugsen, Superbest, Brugsforeninger, ISO, KC Storkøb, Aktiv Super, Rita, Favør, Dreisler, Fog, Prima, Liva	Superbrugsen, Meny, Løvbjerg, ABC Lavpris
Varehuse	Føtex, Kvickly	Føtex, Kvickly
Hypermarkeder	Bilka, Obs!	Bilka

Bilag 4

Ordliste

Ordliste

Butik

En butik er defineret som et sted, hvorfra der sælges og udleveres fysiske varer (bilag 3) direkte til privat kunder. Her skal være et fysisk overdækket salgskale samt synlige faste åbningstider. Det er afgørende, at der er fysisk kundekontakt mellem køber og sælger, da aktiviteten i så fald skaber kunde-strømme og dermed er et betragte som en butik i planlægningsmæssig forstand.

Alle butikker er overordnet kategoriseret inden for dagligvarer og udvalgsvarer samt butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper.

Servicefunktioner

Butikker, der sælger serviceydelser som for eksempel frisører, renserier, skrædder, klinikker er ikke defineret som detailhandel.

Dagligvarebutikker

Dagligvarer er defineret som varer, der forbruges samtidig med at de bruges (dvs. kortvarige forbrugsgoder). Dagligvarer er f.eks. madvarer, drikkevarer, artikler til personlig pleje og husholdningsartikler.

Dagligvarebutikker er både store og små dagligvarebutikker, samt andre typer af dagligvarebutikker så som apotek, parfumerier, materialister (Matas) og helsekost.

- **Mindre dagligvarebutikker** – kiosker, mini-markeder, døgnkiosker, tankstationer og dagligvarespecialbutikker som bagere, slagtere, blomsterbutikker, ostehandel m.v.
- **Store dagligvarebutikker** – discountbutikker, mindre supermarkeder, store supermarkeder, varehuse og hypermarkeder.
- **Discountbutikker** – Aldi, Fakta, KIWI, Lidl, Netto og Rema 1000.
- **Mindre supermarkeder** – Mindre sortiment og areal end de store supermarkeder. Betragtes som nærbutikker. f.eks. Dagli'Brugsen, LokalBrugsen og Min Købmand.
- **Store supermarkeder** – SuperBrugsen, Meny, Løvbjerg, ABC Lavpris og Irma.
- **Varehuse** – har udover fødevarer et vist sortiment af udvalgsvarer – Kvickly og Føtex.
- **Hypermarkeder** – har et stort sortiment af både dagligvarer og udvalgsvarer. Bilka er i dag den eneste hypermarkeds kæde i Danmark, men i 1998 indgik også Obs! i denne kategori.

Udvalgsvarebutikker

Udvalgsvarer er varer, der bliver ved med at eksistere samtidig med brugen, og som først går til grunde efter nedslidning over en længere periode (langvarige

forbrugsgoder). Udvalgsvarebutikker forhandler f.eks. tøj, sko, køkkenudstyr og gaveartikler, radio/tv, hårde hvidevarer, smykker, lamper, telefoner, optik, boghandel, cykler, lædervarer, legetøj mv.

Butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper

Særligt pladskrævende er på nuværende tidspunkt ud-tømmende defineret i Planloven som butikker, der alene forhandler biler, lystbåde, campingvogne, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer samt møbler.

Kædebutikker

Kædebutikker kan være en kapitalkæde eller en frivillig kæde. En kapitalkæde er defineret som en sammenslutning af butikker, som har samme ejer og består af mindst 4 butikker. Butikken kan enten være drevet af kæden direkte – en egentlig kædebutik eller være en franchisebutik, som er indrettet efter et kædekoncept men bestyret selvstændigt.

En frivillig kæde er et indkøbs- og markedsførings-samarbejde mellem enkelte butiksejere.

Bymidter

En bymidte er den centrale del af en by – ofte den historiske og/eller ældste del af byen, Bymidten er karakteriseret ved stor tæthed og har en lang række af funktioner udover detailhandel, f. eks. offentlige og private serviceerhverv. Bymidten er også ofte udgangspunkt for byens kollektive trafik.

Aflastningsområder

Aflastningsområder er områder – ofte placeret perifert ved store omfartsveje – der er etableret i henhold til tidligere regler med begrundelse i, at det ikke har været muligt at udlægge yderligere arealer til detailhandel i den eksisterende bymidte. Argumentet har ofte været, at kommunen ikke har synes, at indpasning af nyt byggeri til detailhandel har været mulig i et bevaringsværdigt bymiljø.

Med planlovens regler fra 1. juni 2007 har det indtil nu som udgangspunkt hverken været muligt at udvide eller etablere nye aflastningsområder i Danmark. Denne regel er i 2016 og 2017 til genovervejelse med lempelsen af den nye planlov.

Salgs og bruttoareal

Salgsarealet er det areal, hvor kunderne færdes og bliver betjent. Bruttoarealet er defineret som det samlede areal, der hører til butikken, det vil sige salgsarealet samt eventuelle lagerrum, kontorer, teknikrum, overdækkede varegårde og personalefaciliteter.