

AUGUST 2014

# DETAILHANDELSANALYSE FREDERICIA KOMMUNE RAPPORT



COWI



fotex

fotex  
H&M

PANORAMA  
BIOGRAFERNE

fotex

fotex

fotex

ÅBENT TID  
8-21  
LØRDAG  
7-20  
SØNDAG  
10-18



fotex



ÅBENT TID  
8-21  
LØRDAG  
7-20  
SØNDAG  
10-18

fotex



60 138



# INDHOLD

- 5 SAMMENFATNING
- 18 RAMMEBETINGELSER OG REGIONALE FORHOLD
- 24 BUTIKSANALYSE
- 42 FORBRUGSUDVIKLING OG AREALBEHOV
- 48 ORDFORKLARING
- 50 BRANCHEFORTEGNELSE







# SAMMENFATNING

Der er gennemført analyser af detailhandlen i Fredericia Kommune i 2008 og i 2014. Detailhandelen i Fredericia Kommune stod i 2008 ret svagt og er gået yderligere tilbage siden. Detailhandlen i Danmark er generelt udfordret af faldende forbrug som følge af lavkonjunktoren og fra voksende nethandel. Fredericia Kommune ligger tæt på større byer og indkøbscentre. Det er nogle af årsagerne til, at den samlede detailhandelsomsætning i Fredericia Kommune var ca. 200 mio. kr. lavere end Fredericia-borgernes forbrug.

## INDLEDNING

Fredericia Kommune igangsatte i foråret 2014 en analyse af detailhandlen. Detailhandelsanalysen for Fredericia Kommune omfatter en opdateret kortlægning af butikkerne i kommunen. Resultaterne af butiksanalysen kan på de mest centrale områder sammenlignes med en tilsvarende analyse af detailhandlen fra 2008. Detailhandelsanalysen bidrager med detaljeret viden om detailhandlen i kommunens største udbudspunkter og skal udgøre grundlaget for den fremadrettede kommuneplanlægning og for dialog om og udvikling af kommunens detailhandel.

Analysen indeholder beskrivelser af detailhandlens status i 2014 og udviklingen siden 2008. Analysen indeholder også vurderinger af det fremtidige arealbehov. Vurderingen af arealbehov indeholder to scenarier, der angiver spændet i forventningerne til arealbehovet i 2026, når der tages hensyn til befolkningsudviklingen, udviklingen i privatforbruget, øget internethandel og handelsbalancen over for nabokommunerne. Forbruget omregnes herefter til et arealbehov til butiksudvikling.

## DETAILHANDLEN I FREDERICIA KOMMUNE UNDER ÉT

Der er ca. 235 butikker i Fredericia Kommune inkl. butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Siden 2008 er der kommet flere store butikker til i Fredericia, herunder H&M, flere store dagligvarebutikker samt store bilforhandlere. Omkring halvdelen af butikkerne ligger i Fredericia bymidte. Den

UDVIKLINGEN I DETAILHANDLEN 2008-2014, EKSKL. SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE							
	ANTAL BUTIKKER*	OMSÆTNING* (MIO. KR)	BUTIKSAREAL (M2)	BUTIKKERNES AT- TRAKTIVITET	FORBRUG (MIO. KR.)	DÆKNINGSGRAD	INDBYGGERE
ANALYSE 2008	250	2.340	81.400	2,9	2.460	95	49.300
ANALYSE 2014	218	2.125	82.200	2,8	2.320	91	50.400
FORSKEL	-32	-225	+800	-0,2	-140	-5	+900
*INKL. MØBELBUTIKKER OG BYGGEMARKEDER							





seneste detailhandelsanalyse for Fredericia Kommune er fra 2008. Butikkerne blev kortlagt i 2007. Omsætningen og forbruget blev hentet fra det seneste regnskabsår, 2006.

I 2013 omsatte butikkerne i Fredericia Kommune for ca. 2,1 mia. kr. ekskl. omsætningen i detailhandel med biler, campingvogne mv. Omsætningen er ca. 220 mio. kr. mindre end i 2006, hvilket svarer til en omsætningsreduktion på ca. 10 %. Reduktionen svarer i store træk til udviklingen på landsplan. Borgernes forbrug i fysiske butikker, fratrukket biler, campingvogne mv., var i 2013 ca. 2,3 mia. kr. Der er dermed et samlet underskud i detailhandlen i Fredericia Kommune på i størrelsesordenen 200 mio. kr. Forholdet mellem butikkernes omsætning og borgernes forbrug kan også beskrives ved dækningsgraden, som angiver forholdet mellem butikkernes omsætning og borgernes forbrug. For detailhandlen i Fredericia Kommune under ét (fratrullet internethandel og køb af biler mv.) er dækningsgraden for 2013 beregnet til 91. Butikkernes omsætter således ca. 10 % mindre end borgernes forbrug. Dækningsgraden har været faldende gennem en årrække. I 2003 var dækningsgraden 101 og i 2006 var den 95.

Der er underskud i alle hovedbrancher. Dækningsgraden på 92 for dagligvarer er på niveau med 2006 og svarer til et underskud i 2013 på ca. 100 mio. kr. Dækningsgraden på 83 for beklædning (tøj og sko) er lav og svarer til et handelsunderskud på ca. 50 mio. kr. Der har været et kraftigt fald fra 2006, hvor

#### FREDERICIA SAMMENLIGNET MED VIBORG

Målt på antal indbyggere er Fredericia og Viborg stort set ens, men Viborg har ca. 200 flere butikker end i Fredericia og en omsætning, der er ca. dobbelt så stor som i Fredericia. Forskellene skal ses i sammenhæng med geografien, kommunernes arealmæssige størrelse og placeringen af hovedbyen.

Viborg har siden 2008 mistet ca. 75 butikker svarende til ca. 15 % af butiksbestanden. Fredericia har mistet ca. 30 butikker i samme periode svarende til ca. 12 %. I Viborg er omsætningen faldet med ca. 400 mio. kr. i forhold til 2007, hvilket svarer til et fald på ca. 9 %. I Fredericia er omsætningen reduceret med ca. 200 mio. kr. svarende til et fald på ca. 10%.

I Viborg står bymidten for ca. 26 % af omsætningen i hele kommunen, hvor Fredericia bymidte står for ca. 31 %. Aflastningsområdet i Viborg står for ca. 21 % af omsætningen, mens vestbyen i Fredericia står for ca. 31 %.

Samlet set er der sket en omsætningsreduktion i Viborg og Fredericia på ca. 10 %, hvilket svarer til landsgennemsnittet. Dækningsgraderne i de to kommuner er faldet med 5-7 procentpoint. Faldet vidner om en udvikling, hvor de mellemstore byer taber terræn i forhold til de store udbudspunkter.



UDVIKLINGEN I DÆKNINGSGRADERNE 2003, 2006 OG 2013			
ÅR	DAGLIGVARER	UDVALGSVARER	I ALT
2003	98	104	101
2006	92	98	95
2013	92	90	91

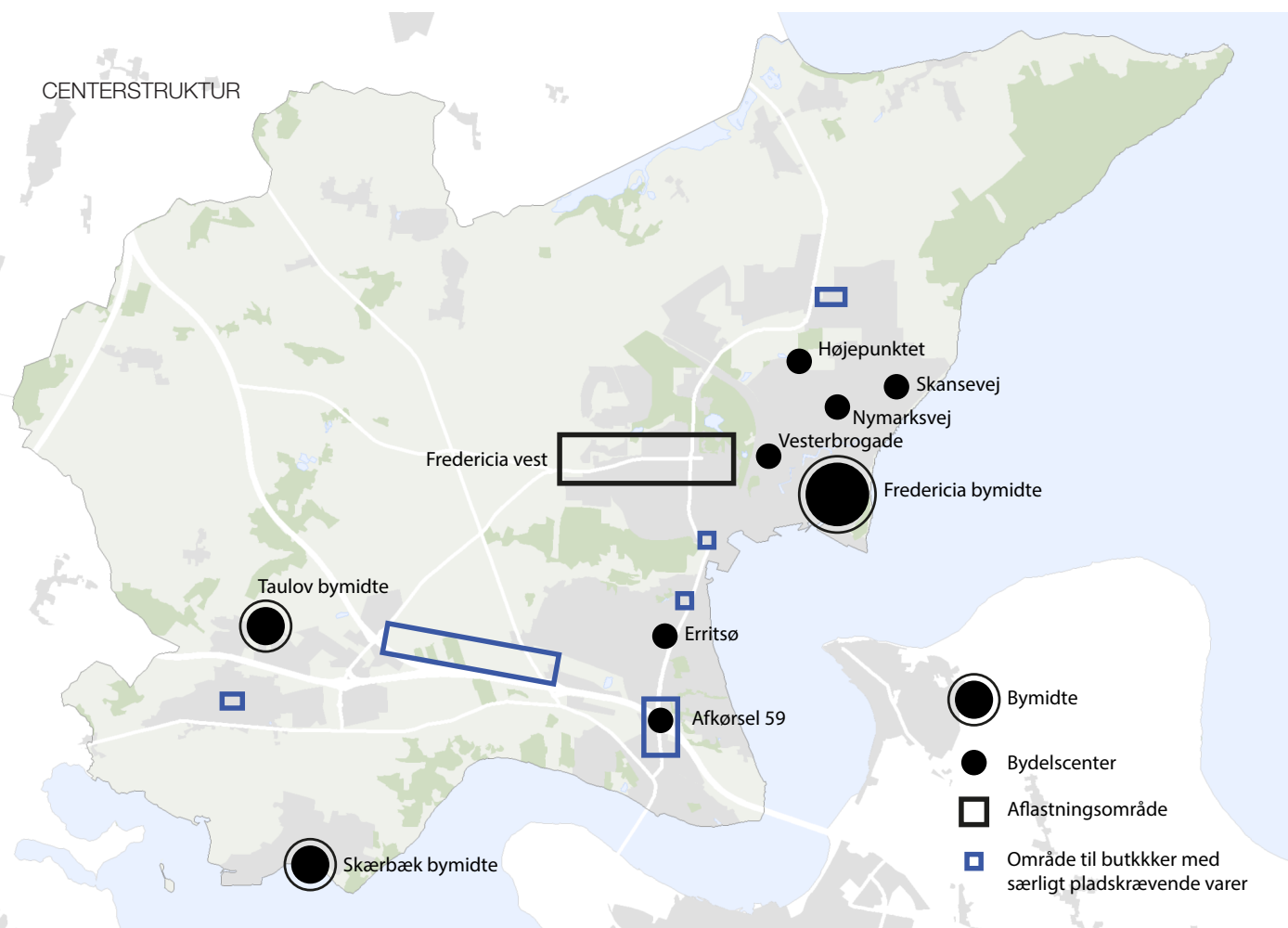
dækningsgraden for beklædning var 93. For handlen med øvrige udvalgsvarer som hårde hvidevarer, møbler, bøger, elektronik mv. er dækningsgraden beregnet til 92 svarende til et underskud på ca. 60 mio. kr. Dækningsgraden er faldet fra 95 i 2006. Det skal bemærkes, at internethandlen er trukket ud i analysen fra 2014. Hvis internethandlen også var trukket i analysen fra 2008 ville dækningsgraden dengang være lidt større. Internethandlen udgjorde dengang en væsentligt mindre andel af detailhandlen end i dag, og derfor påvirkede internethandlen dengang dækningsgraden mindre end i dag.

Det samlede butiksareal i Fredericia Kommune ekskl. butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper er opgjort til ca. 82.000 m<sup>2</sup>, hvilket er stort set på niveau med sidste analyse fra 2008. Der er samtidigt blevet færre butikker, hvilket viser en tendens til, at den gennemsnitlige butik vokser. Derudover har Fredericia en stor andel af butiksareal til særligt pladskrævende varegrupper. Tilsammen udgør butikker med særligt pladskrævende varegrupper ca. 55.000 m<sup>2</sup> svarende til ca. 40 % af det samlede butiksareal i kommunen. Det er en væsentlig større andel end i de fleste andre danske kommuner. Alene bilforhandlerne står for ca. 27.000 m<sup>2</sup>.

Status og udvikling i detailhandlen kan kort karakteriseres ved færre butikker, stort set uændret butiksareal bortset fra bilforhandlere, faldende omsætning og faldende markedsandele (dækningsgrad). Der er flere årsager. Detailhandlen i Danmark som helhed er presset af det lave forbrug under lavkonjunkturen, som ligger ca. 10-15 % under forbruget, da det toppede i 2008. Samtidig vokser nethandlen kraftigt og tager andele fra de fysiske butikker. Det vurderes, at nethandlen i dag udgør ca. 10-12 % af den samlede detailhandel. Her til kommer, at Fredericia ligger tæt på en række større og stærkere handelsbyer og storcentre, som udsætter detailhandlen i Fredericia Kommune for hård konkurrence om forbrugernes valg af indkøbssted. Flere af de omkringliggende handelsbyer har udviklet sig markant siden 2007. Eksempelvis har Odense fået et stort IKEA og Rosengårdscentret er udvidet, og Bryggen er åbnet i Vejle. Endelig kan der peges på den spredte dagligvarestuktur i Fredericia med stor omsætningsandel uden for bymidten. Den lave andel af dagligvarehandel i bymidten betyder, at det daglige flow af kunder til bymidten begrænses.

Fremadrettet er der en forventning om fortsat befolkningstilvækst i Fredericia Kommune, som vil styrke grundlaget for detailhandlen. Fra 2008 til 2014 har der været en stigning i indbyggertallet på 2 % svarende til ca. 900 personer. Ifølge befolkningsprognosen for Fredericia Kommune forventes der i 2026 at være ca. 2.600 flere indbyggere end i 2014. I 2026 vil befolkningstilvæksten medføre et øget forbrugsgrundlag i de fysiske butikker på i størrelsesordenen 120 mio. kr. om året. Udover prognosen vil der de næste ca. 20 år ske en udvikling af de centrale byområder ved FredericiaC, Elektrolux-grunden mv. Befolkningstilvæksten betyder, at det lokale kundegrundlag til butikkerne i Fredericia stiger – også i perioden efter 2026. Der er en stærk tendens til at forbrugerne handler mest i de nærmeste butikker, og derfor vil befolkningstilvækst i de centrale bydele føre til øget handel i bymidten. Ud over befolkningstilvækst forventes ca. 2.800 nye arbejdspladser i bymidten på FredericiaC, som vil





medføre et øget forbrugsgrundlag til bymidtens butikker og øvrige serviceerhverv som caféer og restaurationer.

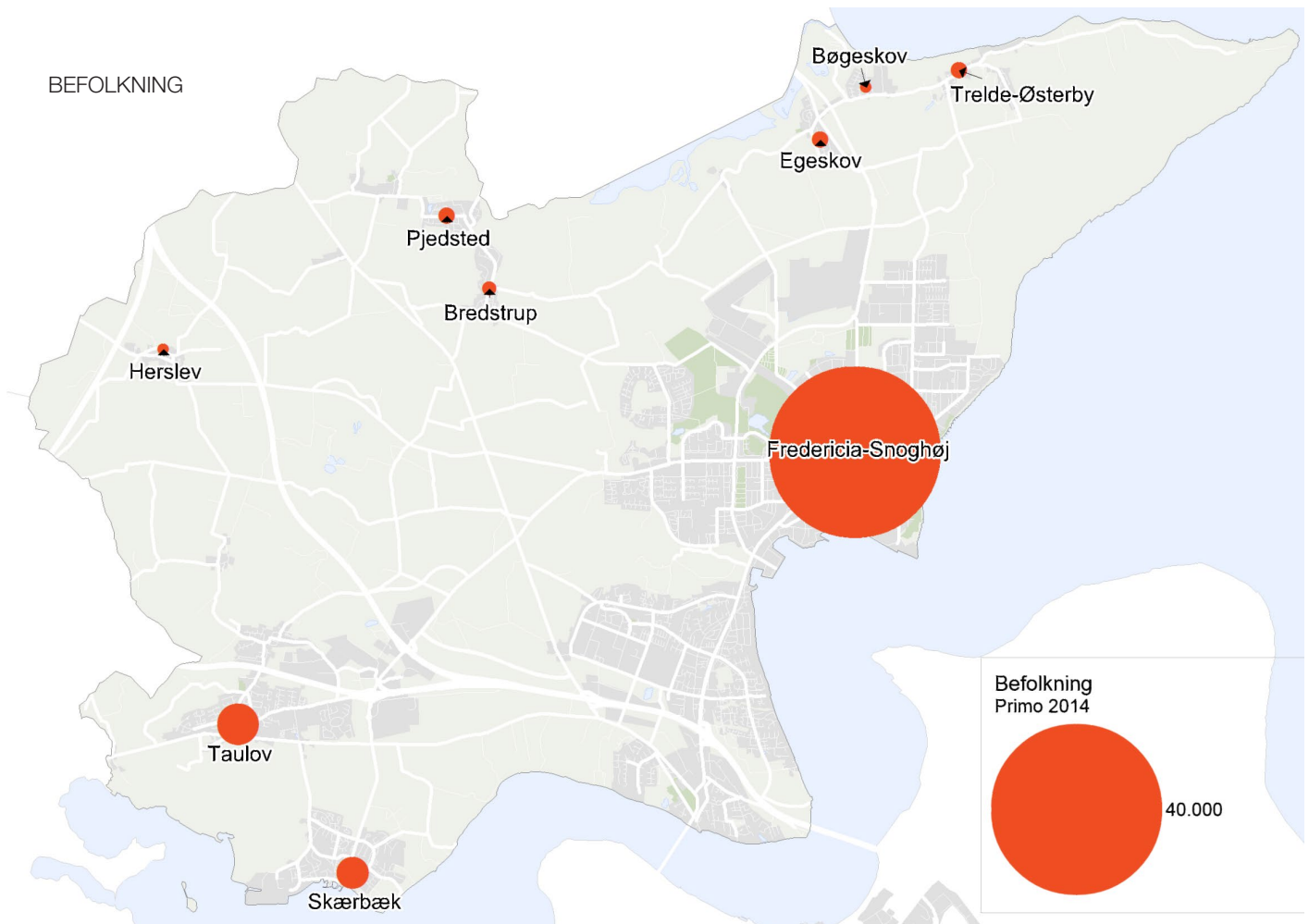
#### DETAILHANDLEN I DE ENKELTE OMRÅDER

Detailhandlen i handelsområderne i Fredericia Kommune kan opdeles i bymidten, aflastningsområdet i Fredericia vest, bydelsscentre i Fredericia samt de mindre lokalbyer som Taulov, Skærbæk m.fl. Detailhandelsområderne er karakteriseret ved at have betydelige forskelle, udfordringer og muligheder.

Detailhandlen i Fredericia Kommune er kendetegnet ved to dominerende handelsområder - bymidten og aflastningsområdet i Fredericia vest. Målt på antal butikker er bymidten størst. Målt på butiksareal er Fredericia vest størst. Målt på omsætning er de to indkøbsområder stort set lige store. Tilsammen står de to områder for ca. 80 % af udvalgsvareomsætningen og 48 % af dagligvareomsætningen. Det vurderes, at de to områder supplerer hinanden godt, da de i store træk rummer forskellige butikstyper og forskellige butiksstørrelser. Eksempelvis rummer Fredericia vest kun i begrænset omfang beklædningsbutikker, og bymidten rummer kun få udvalgsvarebutikker på mere end 1.000 m<sup>2</sup>.

#### Fredericia bymidte

Fredericia bymidte rummer ca. 125 butikker og dækker et bredt udbud af specialbutikker og kædebutikker inden for både dagligvarer og udvalgsvarer. Bymidten er stærkt specialiseret inden for beklædningsbutikker, hvilket illustreres af, at bymidten står for ca. 80 % af den samlede omsætning inden for beklædning, mens andelen for øvrige udvalgsvarer er 38 % og 18 % for dagligvarer. Samlet set er den årlige omsætning i bymidten reduceret med i størrelsesordenen 130 mio. kr. eller ca. 17 % i forhold til analysen fra 2008. Detailhandlerne i bymidten har under



feltregistreringen udtrykt en mindre positiv udvikling i omsætningen end i resten af kommunen, ligesom forventningerne til fremtiden er lavere i bymidten end uden for.

### Aflastningsområdet

Aflastningsområdet i Fredericia vest rummer bl.a. en række store møbelbutikker, bilforhandlere og dagligvarebutikker. Den gennemsnitlige butiksstørrelse i Fredericia vest er ca. 1.100 m<sup>2</sup>. Til sammenligning er den gennemsnitlige butiksstørrelse i bymidten ca. 250 m<sup>2</sup>. Specialiseringen i Fredericia vest kan beskrives ved, at området står for 30 % af dagligvareomsætningen, 17 % af beklædningsomsætningen og 36 % af omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer. Fredericia vest rummer herudover et større antal butikker med særligt pladskrævende varer. Fratrukket bilforhandlerne svarer den samlede omsætning i Fredericia vest stort set til omsætningen i bymidten. Udvalgsvareomsætningen i Fredericia vest er på ca. 300 mio. kr. Til sammenligning omsætter bymidtens udvalgsvarebutikker for ca. 450 mio. kr.

Fredericia vest står stærkt på dagligvarehandlen i Fredericia Kommune. Med både varehus, flere discountbutikker, bagere mv. havde området i 2013 en samlet dagligvareomsætning på i størrelsesordenen 360 mio. kr., hvilket er omkring 80 % mere end dagligvareomsætning i bymidten. Samlet set er den årlige omsætning i aflastningsområdet reduceret med i størrelsesordenen 170 mio. kr. eller ca. 20 % i forhold til analysen fra 2008.

### Bydelscentre

Udover bymidten og aflastningsområdet har Fredericia seks bydelscentre. Fire bydelscentre ligger nord for Fredericia midtby. To bydelscentre ligger



i den sydlige del. Bydelscentrene rummer hovedsageligt dagligvarebutikker i form af supermarkeder, discountbutikker og specialbutikker. Bydelscentrenes dagligvarebutikker omsatte i 2013 for i størrelsesordenen 550 mio. kr. svarende til knap halvdelen af den samlede dagligvareomsætning i Fredericia Kommune. Udvalgsvarerhandlen i bydelscentrene er begrænset til få butikker. Den samlede omsætning var i 2013 på ca. 30 mio. kr. og udgjorde kun ca. 15 % af den samlede udvalgsvareomsætning i kommunen.

Der er betydelig forskel på bydelscentrene i Fredericia nord og i den sydlige del af Fredericia. Bydelscentrene i den nordlige del af byen har stort set kun dagligvarehandel, og bydelscentret ved Højdepunktet rummer kun en enkelt udvalgsvarebutik. Samlet er dagligvareomsætningen i den nordlige del af byen på ca. 275 mio. kr. svarende til ca. 23 % af dagligvareomsætningen i kommunen. I den nordlige del er der også enkelte dagligvarebutikker uden for centerområderne, bl.a. ved Treldevej. Bydelscentrene i den sydlige del af byen havde i 2013 en dagligvareomsætning på ca. 260 mio. kr. svarende til ca. 22 % af dagligvareomsætningen i kommunen. Bydelscentrene i både nord og syd havde hver en beskedent omsætning inden for beklædning og øvrige udvalgsvarer på ca. 80 mio. kr.

Facts om bydelscentre i Fredericia nord:

- I bydelscentret ved Vesterbrogade ligger Netto samt enkelte specialbutikker som bager og slagter. Omsætningen er i 2013 opgjort til knap 50 mio. kr.
- Bydelscentret ved Nymarksvej rummer Super Brugsen, Fakta og en stor genbrugsbutik, der tilsammen har et areal på ca. 4.000 m<sup>2</sup>. Omsætningen i butikkerne ved Nymarksvej er i størrelsesordenen 70 mio. kr.
- Bydelscentret ved Skanseparken rummer en Fakta på ca. 500 m<sup>2</sup> foruden en række tomme butikslokaler.
- Bydelscentret ved Højdepunktet ved Egeskovvej rummer en enkelt udvalgsvarebutik. Der er ingen dagligvarebutikker i området.

Facts om bydelscentre i Fredericia syd:

- Bydelscentret i Erritsø har ca. 10 butikker, heraf Super Brugsen, Fakta og Netto. Herudover er der også en tøjbutik, materialist, cykelhandler mv. Butikkerne i Erritsø omsatte i 2013 for ca. 150 mio. kr.
- Bydelscentret ved afkørsel 59 ved Strevelinsvej rummer Aldi samt to nye dagligvarebutikker, Rema 1000 og Løvbjerg, der åbnede i 2011. Tilsammen omsatte butikkerne for ca. 110 mio. kr. i 2013.

### Lokalcentre

I Fredericia Kommune er der lokalcentre i Taulov, FredericiaC, Herslev, Pjedsted-Bredstrup, Egeskov-Bøgeskov og Trelde. Taulov har Dagli' Brugsen og Fakta, mens Egeskov og Skærbæk har en Dagli' Brugsen. Der er ikke dagligvareforsyning i de øvrige mindre lokalbyer.

### Områder til butikker med særligt pladskrævende varegrupper

Seks områder er udlagt til butikker, der alene forhandler særligt pladskrævende varegrupper. De to største områder ligger ved DanmarkC og ved afkørsel 59. Butikkerne, der forhandler særligt pladskrævende varer, er hovedsageligt bilforhandlere, møbelbutikker og byggemarkeder. Fredericia har ca. 15 bilforhandlere, der tilsammen har et areal på ca. 27.000 m<sup>2</sup>. Halvdelen af bilforhandlerne er meget store (mindst ca. 2.000 m<sup>2</sup>). Sammenlignet med andre tilsvarende kommuner har Fredericia flere og væsentligt større bilforhandlere.

### STYRKER OG SVAGHEDER I FREDERICIAS DETAILHANDEL

Det følgende indeholder en vurdering af styrker og svagheder i detailhandlen i Fredericia Kommune. Vurderingerne er sket på baggrund af de gennemførte analyser, COWIs erfaringer med detailhandlen fra andre byer samt generelle erfaringer med detailhandelsudvikling.

### **Fredericias beliggenhed begrænser oplandet**

Detailhandlen i Fredericia Kommune begrænses af Fredericias beliggenhed ved kysten, som betyder, at byen ikke har et opland mod øst, og af beliggenheden tæt på større byer. Inden for en afstand af kun 20-25 km har kunder i Fredericia Kommune adgang til indkøbsmuligheder i Kolding Storcenter, Kolding bymidte og Vejle bymidte. Der er let adgang med bil til Kolding Storcenter, som kan nås på kun ca. 20 minutter fra Fredericia. Fra Taulov og Skærbæk i den vestlige del af kommunen er køretiden til Kolding Storcenter endnu kortere samtidig med. Køretiden fra den nordlige og vestlige del af kommunen til Fredericia bymidte er ca. 10 min. Der kunne være mulighed for at tiltrække kunder fra Middelfart, men Middelfart har selv et godt lokalt handelsliv. Samtidig er Kolding Storcenter et let valg for kunder fra Middelfart. Rosengaardscentret, som er et af landets største indkøbscentre, og bymidten i Odense kan også være en konkurrent til Fredericia selv om Odense ligger længere væk.

Der er betydelig indpendling til Fredericia Kommune, som vil medføre handel i Fredericia Kommune fra kunder udefra. Erfaringer viser, at nærhed mellem arbejdsplads og detailhandel har betydning, men at den betyder mindre end nærhed mellem bolig og detailhandel. Det vurderes umiddelbart, at beliggenheden af mange arbejdspladser appellerer mest til at køre direkte mellem hjem og arbejdsplads, da en del af arbejdspladserne ligger i en vis afstand fra detailhandelsområderne, hvilket betyder at kunderne skal træffe et aktivt valg om at købe ind i Fredericia og acceptere en mindre omvej.

Samlet set betyder oplands- og konkurrenceforholdene, at detailhandlen i Fredericia er i stærk konkurrence og har et begrænset opland. Det er derfor naturligt, at dækningsgraden for detailhandlen i Fredericia Kommune er under 100, da der vil gå mere handel ud af Fredericia Kommune, end der går ind af handel fra kunder uden for kommunen.

### **Bymidten og aflastningsområdet som supplerende og konkurrerende centre**

Bymidten og aflastningsområdet udgør de to overordnede centre i Fredericia Kommune. De to indkøbsområder rummer i de store træk forskellige butikstyper og forskellige butiksstørrelser og supplerer derfor hinanden i betydeligt omfang. Aflastningsområdet har sin specialisering inden for bil og bolig. Der er forhandlere af mange af de store bilmærker og biludstørsbutikker i området. Inden for bolig rummer området en række store møbel- og tæppebutikker, hårde hvidevarebutikker, elektronikbutikker, byggemarkeder mv. Bymidten har sin specialisering inden for ting til krop og sjæl med butikker inden for eksempelvis tøj, sko, briller, smykker, kropsplejeprodukter, sportsudstyr, musik, bøger og bager, som suppleres af restauranter, cafeer, konditorier, biograf, fitness, tatovører mv. Aflastningsområdet rummer store butikker. Bymidten rummer mindre butikker. På den måde supplerer de to hovedcentre hinanden godt, men arbejdsdelingen er ikke rendyrket. Aflastningsområdet rummer også enkelte butikker inden for bymidtens speciale, som eksempelvis beklædningsbutikker, og enkelte butiksenheder i aflastningsområdet er også mindre butiksenheder. Blandingen af butikstyper de to områder imellem skaber en utydelig profil og svækker Fredericias attraktivitet som indkøbsby. Det er veldokumenteret, at et stort udbud på er stærkt medvirkende til kundernes valg af indkøbssted. En blanding, hvor bymidten og aflastningsområdet rummer lidt af det hele vil derfor



samlet set gøre Fredericia mindre attraktiv som indkøbsby. Et stort og koncentreret udbud forventes at spille en særlig betydelig rolle i Fredericia, da kunderne har let adgang til et stort udvalg i Kolding og Vejle og derfor let kan fravælge Fredericia, hvis udbuddet i bymidten og aflastningsområdet ikke vurderet at være attraktivt.

Det er også kendetegnende, at aflastningsområdet er særdeles velforsynet med dagligvarebutikker. Området rummer stort set alle discountkæder samt et stort Føtex og står for ca. 30 % af dagligvareomsætningen i kommunen. Bymidten rummer et mindre Føtex og en enkelt discountbutik og står for ca. 18 % af dagligvareomsætningen i kommunen. Den begrænsede dagligvareomsætning i bymidten begrænser antallet af daglige kunder, der besøger bymidten for at købe dagligvarer. Konsekvensen er, at antallet af kunder i bymidten falder, og at det afledte salg i bymidtens udvalgsvarebutikker derfor også falder. Bymidten dagligvareomsætning på ca. 200 mio. kr. om året svarer til i størrelsesordenen 1,1 mio. kundebesøg om året eller ca. 3.800 kundebesøg om dagen. Undersøgelser i andre byer viser, at et besøg i en dagligvarebutik typisk medfører et afledt salg i en udvalgsvarebutik i 15-20 % af indkøbsturene. Regneeksemplet illustrerer, at bymidtens dagligvarebutikker har stor betydning for antallet af kunder i bymidten og omsætningen i udvalgsvarebutikkerne. Eksemplet illustrerer også, at der er ekstra handel at hente for bymidtens udvalgsvarebutikker, hvis dagligvarehandlen i bymidten kunne øges. Risikoen for tab af udvalgsvarehandel i Fredericia bymidte vurderes at blive større af nærheden til Kolding og Vejle, som er meget attraktive udvalgsvarebyer. Dagligvarebutikkerne spiller selvfølgelig også positivt ind på udvalgsvarehandlen i aflastningsområdet, men det er nærliggende at antage, at omfanget af afledt handel mellem dagligvareindkøb og udvalgsvareindkøb i aflastningscentret er mindre. Aflastningsområdets udvalgsvareudbud består i højere grad af større forbrugsgoder, hvor indkøbene er mindre styret af spontanitet end for bymidtens butikstyper, og afstandene mellem butikkerne i aflastningscentret begrænser mulighederne for spontane indkøb.

I aflastningsområdet er der igangsat udvikling af et megacentret på 13.000 m<sup>2</sup> og et nyt vestcenter, som yderligere vil styrke dagligvare- og udvalgsvarehandlen i området. Udviklingen vil styrke detailhandlen i Fredericia samlet set, hvis det fører til nye kunder udefra, eller hvis det afholder kommunens borgere fra at handle i de konkurrerende byer eller på nettet. Som nævnt ovenfor er det vigtigt at udviklingen i aflastningsområdet ikke sker inden for de butikstyper, som er bymidtens speciale. Bymidten har begrænset dagligvarehandel, som betyder at færre kunder dagligt besøger bymidten. Det er derfor vigtigt at dagligvareindkøbene i bymidten ikke begrænses yderligere. Det ligger uden for analysen at vurdere, hvor nye dagligvarebutikker i aflastningsområdet vil hente omsætningen fra. Generelt vil det være sådan, at nye dagligvarebutikker ikke vil føre til at omsætningen i kommunen øges med medføre en omfordeling af, hvor kunderne køber ind. Umiddelbart vurderet vil det i høj grad være tilfældet i aflastningsområdet, da der allerede er et stort udbud af dagligvarebutikker i området. Det er derfor vanskeligt at forestille sig, at flere dagligvarebutikker i området vil tiltrække kunder udefra og afholde kommunens borgere fra at købe dagligvarer andre steder. Nye dagligvarebutikker vil normalt hente mest omsætning fra butikkerne tættest på, og effekten vil aftale med afstanden. Hvor meget en yderligere udbygning med dagligvarebutikker i aflastningsområdet vil reducere dagligvarehandlen i bymidten vil forudsætte en nærmere analyse.

### **Bymidten**

Bymidten er kendetegnet af, at koncentrationen af butikker omfatter den centrale del af Danmarksgade mellem Vendersgade og Princessegade, Vendersgade mellem Danmarksgade og Jyllandsgade, Gothersgade mellem Danmarksgade og Sjællandsgade samt Jyllandsgade mellem Gothersgade og Domus Axel. De centrale strøggader er således nordligt beliggende i bymidteområdet inden for voldene. Der er også butikker uden for det centrale område, men her ligger butikkerne mere spredt. Det er også kendetegnende, at det centrale indkøbsområde ligger mellem Midtpunktet og Domus Axel, der kan karakteriseres som bymidtens to ankerpunkter. De to ankerpunkter udspænder den stærke del af strøggaderne mellem sig.



**/ Handelsgader og parkeringsområder.**

Midtpunktets styrke som ankerpunkt begrænses af, at dagligvareuddbuddet kun omfatter en mindre butik (Fakta), mens Domus Axel har betydelig styrke med Føtex og H&M som de store ankerbutikker.

Der er typisk en sammenhæng mellem trafiksystemet og butiksstrukturen i en bymidte, hvor de store og velbeliggende ankomstpunkter (store parkeringspladser i sammenhæng med store indfaldsveje) er bestemmende for, hvor kunderne kommer fra og dermed, hvor det er attraktivt at drive butik. Midtpunktet ligger strategisk godt placeret for kunder, der via Danmarksport og Danmarksgade kommer fra det betydelige nordlige opland i Fredericia by og området nord for. Domus Axel ligger placeret ved indfaldsvejen, Prangervej-Danmarksgade, som giver adgang fra det vestlige og sydlige opland til p-søgeringen ved Købmagergade. Der er parkeringspladser ved Midtpunktet og Domus Axel. Vurdering af om ankomstsyste­met er tilstrækkeligt og spiller optimalt sammen med butiksstrukturen indgår ikke i analysen. Umiddelbart vurderet vil kunderne ikke give Fredericia topkarakter for biltilgængelighed. Afstanden fra stationen på ca. 1 km. betyder, at stationen som ankomstpunkt ikke kan aflæses i butiksstrukturen.



Fredericia Kommune har indført betalingsparkering i de centrale dele af bymidten. Vurdering af fordele og ulemper ved betalingsparkering indgår ikke i analysen. Erfaringer fra andre byer viser, at betalingsparkering normalt gør det lettere for kunderne at finde ledige parkeringspladser, fordi ansatte og andre finder alternative steder til langtidsparkering. I Fredericia må fordelene ved bedre muligheder for at finde en velbeliggende parkeringsplads opvejes mod ulemperne. Umiddelbart vurderes sammenhængen at være, at en bymidte med høj attraktivitet har mulighed for at pålægge høj afgift, da kunderne vil vælge bymidten trods udgiften. På den anden side kan afgift i en bymidte, der står svagere i konkurrencen, blive en medvirkende årsag til fravalg af bymidten. Fredericia bymidte er i konkurrence mod Kolding Storcenter, hvor der er gratis og ubegrænset parkering, og det er sandsynligt, at mange kunder ankommer i bil til Fredericia bymidte. Hvad betydningen er kan belyses gennem en kundeinterviewanalyse og en parkeringsanalyse.

Det er målet, at FredericiaC og bymidten skal knyttes sammen via Gothersgade med et attraktivt og levende strøg. Der er ca. 300 meter fra afslutningen af den intensive del af strøget i Gothersgade til FredericiaC. Til sammenligning udgør den intensive del af det nuværende strøg 550-600 meter. Sammenkoblingen af de to områder med tæt liggende butikker vil forudsætte et butiksareal på i størrelsesordenen 8-10.000 m<sup>2</sup>. Hvis strækningen mellem Sjællandsgade og FredericiaC skal fyldes ud med aktive butiksfacader, vil det således kræve en vækst på i størrelsesordenen 30 % oven i det nuværende butiksareal i bymidten.

### **Bydelscentre**

Fredericia har 6 bydelscentre, men kun bydelscentret i Erritsø har et større antal butikker med et bredere udbud, som også omfatter udvalgswarebutikker. Bydelscentret ved Vesterbrogade knytter sig til stationen og har historisk spillet en rolle som blandet butiksområde med en funktion som bydelscenter. Centret rummer Netto og varetager således en dagligvarefunktion, mens udvalgswareudbuddet er stærkt begrænset. De øvrige bydelscentre rummer stort set ikke udvalgswarebutikker, men varetager en funktion som lokale muligheder for dagligvareindkøb.

Bydelscentrenes beliggenhed afspejler i store træk befolkningskoncentrationerne i Fredericia by og har en god fordeling, som overalt skaber korte afstande mellem bolig og dagligvarebutikker. I Fredericia nord ligger de tre bydelscentre tæt. Bydelscentret ved Nymarksvej er nyt. Det ligger centralt placeret i oplandet i nordbyen og rummer to dagligvarebutikker. Centret ved Skansevej rummer en enkelt dagligvarebutik, og centret ved Højdepunktet rummer ikke dagligvarebutikker. Strukturen peger på, at centret ved Nymarksvej spiller en rolle som bydelscenter for dagligvarer, mens de øvrige centres rolle er mere begrænset og lokal.

### **Skærbæk og Taulov**

Skærbæk og Taulov har fortsat dagligvareforsyning og Taulov rummer enkelte udvalgswarebutikker.

### **Butikker med særligt pladskrævende varer**

Fredericia rummer seks områder til butikker med pladskrævende varer. Her til kommer, at aflastningsområdet rummer et større antal butikker med særligt pladskrævende varer. Samlet er der meget stor rummelighed og gode muligheder for at lokalisere butikker med pladskrævende varer i Fredericia Kommune.

Som tidligere nævnt har Fredericia en styrkeposition inden for biler. Aflastningsområdet rummer en større koncentration af bilforhandlere, som sandsynligvis har et betydeligt opland. Kunderne kan inden for begrænset afstand se et større udbud af de kendte mærker. Ud over aflastningsområdet er der ved afkørsel 59 et antal bilforhandlere, ligesom der er en enkelt bilforhandler i DanmarkC.

### **AREALBEHOV**

Det fremtidige behov for areal til udvidelse af detailhandlen i Fredericia Kommune afhænger af befolkningsudviklingen, udviklingen i privatforbruget, nethandlen,

udviklingen i omsætningen pr. kvadratmeter i butikkerne og af udviklingen i Fredericia Kommunes markedsandele i forhold til de konkurrerende kommuner.

Som nævnt er omsætningen i Fredericia Kommune gået lidt tilbage siden seneste analyse fra 2008. Den væsentligste årsag er, at de konkurrerende kommuner har erobret markedsandele, og at nethandlen i dag har overtaget en del af handlen i de fysiske butikker.

Et behov for areal til udvidelse af detailhandlen i Fredericia Kommune påvirkes positivt af, at faldet i privatforbruget sandsynligvis har nået sit lavpunkt, og at det sandsynligvis vil stige de kommende år. Spørgsmålet er blot, hvornår det for alvor vil stige igen, og hvor meget det vil stige. Behovet for udvidelse påvirkes herudover positivt af forventningerne om, at befolkningstallet forventes at stige. Behovet for areal påvirkes negativt af, at nethandlen må forventes at fortsætte med at tage andele fra de fysiske butikker, men det er usikkert, hvor hurtigt det vil gå. Endelig er det usikkert, om Fredericia Kommune fortsat vil tabe markedsandele til de konkurrerende kommuner eller om udviklingen vil vende.

Da behovet for areal til udvikling af detailhandlen er præget af usikkerhed, er der udarbejdet to alternative scenarier for det fremtidige arealbehov. Scenarierne omfatter ikke behov for areal til butikker med særligt pladskrævende varer. Minimumssceneriet illustrerer en situation, hvor alt der begrænser behovet for butiksareal vil blive opfyldt. Det viser, at den forventede omsætning i 2026 vil kunne klares på et detailhandelsareal, der er 13.000 m<sup>2</sup> mindre end i dag. Maksimumssceneriet illustrerer en situation, hvor alt, der skaber behov for mere butiksareal, bliver opfyldt. Det viser et behov på 24.000 m<sup>2</sup>. Det betydelige spænd i scenarierne er et udtryk for usikkerheden om eksempelvis, hvordan privatforbruget vil udvikle sig, og hvordan nethandlens udbredelse vil blive. Et gennemsnit af de to scenarier vil svare til et beskedent behov for udvidelse af butiksarealet på i størrelsesordenen 5.000 m<sup>2</sup>. Det beregnede arealbehov udtrykker behovet oven i det eksisterende detailhandelsareal. Udover arealbehovet i de to scenarier vil det være et muligt behov for butikker med et stort regionalt opland som eksempelvis store bilforhandlere mv.

Det er vigtigt at være opmærksom på, at det beregnede arealbehov udtrykker det samlede behov for areal. Bag det beregnede behov for udvikling vil der på grund af den almindelige strukturudvikling i detailhandlen vil være et løbende behov for nyt butiksareal samtidig med, at der vil ske lukninger af eksisterende og mindre attraktive butikslokaler.

## ANBEFALINGER

På baggrund af analysen er der udarbejdet en række anbefalinger til udvikling af butikslivet i Fredericia som helhed og i bymidten. Anbefalingerne skal læses som et idekatalog, der kan kvalificeres yderligere. Detailhandlen og andre aktører kan inddrages i arbejdet.

### Anbefalinger vedrørende Fredericia by som helhed

- › Arbejdsdelingen mellem bymidten og aflastningsområdet i Fredericia vest kan gøres endnu tydeligere, så de to områder supplerer hinanden frem for at konkurrere. Konkurrence mellem de to områder skaber en situation med



to indkøbsområder med et mindre udbud og dermed en lavere attraktivitet end to indkøbsområder med et stort udbud inden for hver sit segment af butikker. Aflastningscentret kan frem over målrettes butikker inden for "bil og bolig" og forbeholdes butikker, der har behov for større lokaler. Fredericias stærke klynge inden for biler med aflastningsområdet som hovedområde kan søges styrket endnu mere. Bymidten kan i endnu højere grad rendyrkes butikker for "krop og sjæl".

- › De trafikalt velbeliggende arealer til butikker med særligt pladskrævende varer ved DanmarkC kan søges udviklet som et detailhandelsområde med en tredje profil af butikker, der henvender sig til et stort opland, og som adskiller sig fra de øvrige detailhandelsområder i kommunen.
- › Det kan overvejes om bydelscentrene ved Højdepunktet, Skansevej og Vesterbrogade skal opretholdes som bydelscentre, da deres butiksudbud ikke matcher bydelscenterfunktionen.

### **Anbefalinger vedrørende Fredericia bymidte**

- › Der er behov for en afklaring af, hvordan bymidtens detailhandelsstruktur skal være, hvor ankomstmulighederne, ankerfunktionerne og det centrale strøgområde spiller sammen og udgør en samlet struktur, der har optimal attraktivitet for kunder i Fredericia og oplandet omkring byen.
- › Rammerne for detailhandelsudbygning på FredericiaC og FredericiaC's rolle som indkøbssted kunne revurderes set i forhold til behovet for udvidelse af detailhandelsarealet, mulighederne for at skabe et stærkt indkøbsmiljø i bymidten som helhed. Herunder kan det også analyseres nærmere om en dagligvareforsyning på FredericiaC vil få en afsmittende effekt på udvalgsvarehandlen, samt hvordan det vil påvirke bymidtens detailhandelsstruktur, som er koncentreret i området mellem Midtpunkt og Domus Axel. En mulighed vil være at FredericiaC spiller en mindre og mere lokal rolle som indkøbsområde, og at koblingen mellem FredericiaC og strøgområdet skabes med andre aktiviteter og tilbud end detailhandel.
- › Der er behov for at styrke bymidtens dagligvarehandel for at øge den daglige tilstrømning af kunder til området. Nærhed spiller en stor rolle for, hvor meget afledt handel en ny dagligvarebutik vil skabe i udvalgsvarebutikkerne. Lokalisering helt tæt på, hvor dagligvarebutikkens kunder passerer forbi og kan se de andre butikkers tilbud, skaber størst afledt effekt, da det understøtter spontane indkøb. Lokalisering i bymidten inden for voldene er bedre end længere væk, da det er lettere at planlægge en indkøbstur, som omfatter både dagligvare- og udvalgsvareindkøb. På den anden side betyder den længere afstand netop, at kombinationen af dagligvare- og udvalgsvareindkøb skal være planlagt. En mulighed kan være at udarbejde en plan med udpegning af muligheder for indpasning af dagligvarebutikker i bymidten, som hænger sammen med ankomstmulighederne, understøtter bymidtens handelsstruktur og er praktisk mulig at indpasse i bebyggelsesstrukturen. Umiddelbare muligheder vil være at styrke de nuværende ankerpunkter ved Midtpunktet og Domus Axel med nye dagligvarebutikker. Styrkelse af bymidtens dagligvareudbud kan understøttes med et stop for eller en begrænsning af udbygning med dagligvarebutikker uden for bymidten, hvor der i dag er god dækning - især aflastningsområdet har god dækning. Væksten i dagligvarebutikker, der skabes af den forventede befolkningstilvækst kunne prioriteres etableret i bymidten.
- › FredericiaC og byfortætning i bymidten i øvrigt med flere boliger og arbejdspladser vil styrke grundlaget for detailhandlen og andre byfunktioner som caféer, biograf mv. i bymidten, da nærhed fra især boliger men også arbejdspladser har betydning for valg af indkøbssted.
- › En strategi for udvikling af bymidtens detailhandel kan med fordel inkludere andre erhverv og tilbud som cafeer, fitness og biograf, da de udgør en stor del af



bymidstens tilbud, supplerer butikslivet, øger attraktiviteten, trækker kunder til og bidrager til bylivet. Mens detailhandlen på landsplan har været i tilbagegang er andre funktioner som f.eks. cafeer, take away og fitness i vækst.

- › Der kan arbejdes målrettet på at tiltrække kæder, som ikke findes i Fredericia men normalt etablerer sig i byer af Fredericias størrelse. Mulighederne for at tiltrække kæder kunne forbedres ved at tænke attraktive lokaliseringsmuligheder for lidt større enheder ind i en strukturplan for strøgområdet.
- › Der kan arbejdes på at styrke iværksætteri inden for detailhandel og andre bymidteerhverv og med at forbedre iværksætterbutikkernes overlevelsese- og udviklingsmuligheder i et samarbejde mellem kommune, detailhandel og grundejere.
- › Der kan arbejdes på at få de mange butikker uden for bymidten, som passer ind i bymidtens profil, til at flytte til bymidten.
- › Opholdskvaliteterne kan styrkes og bidrage til at styrke bymidtens attraktivitet. På ideplanet kan der tænkes i mere grønt og flere opholdsmuligheder. Det kan f.eks. være lette stole, legemøbler, gratis WiFi og toiletadgang under indkøbsture i bymidten, som bidrager til at forlænge opholdet. Børnene, de ældre og alle andre grupper kan tænkes aktivt med. Bedre opholdsmuligheder kunne styrke det primære strøgområde og strække sig mod FredericiaC. I Vendersgade kunne der arbejdes på at udvikle en klynge af møbel- og designbutikker med udgangspunkt i den eksisterende Copenhagen Room mv. Den visuelle kvalitet i bymidten kan forbedres (facader generelt og udvalgte uskønne steder, der trækker niveauet ned). Der kan fyldes mere ind i byrummet. Gaderne er brede og kan virke tomme. Flere vareudstillinger, legemøbler, pottedplanter mv. giver både en mere oplevelsesrig bymidte og bidrager til at reducere vinden igennem det retlinede gadenet. Forbindelserne i bymidten kan styrkes med skiltning, visuelle trædesten og øvrige sammenbindende elementer.
- › Aktivitetsniveauet i Fredericia Shopping og samspillet mellem Fredericia Shopping, grundejerne og Fredericia Kommune indgår ikke i analysen, men det er muligt, at der kan ske forbedringer. Er der f.eks. et klart ansvar for, hvem der tager sig af at kontakte kæder, hvem der kontakter butikker i byen, som med fordel kunne flytte til bymidten, og kan kommunens erhvervsservice og grundejerne skabe bedre rammer for butiksiværksættere?



# RAMMEBETINGELSER OG REGIONALE FORHOLD

De regionale udviklingstendenser påvirker detailhandlen i Fredericia Kommune. Den regionale konkurrence, de seneste års faldende forbrug og den stigende internethandel har betydning for udviklingen butikkerne i Fredericia Kommune.

Siden 2007 er detailomsætningen i Danmark faldet med mere end 10 % i faste priser. Samtidig er strukturudviklingen fortsat mod færre men større butikker. Internethandlen er stigende og vurderes at udgøre ca. 10% af den samlede omsætning i detailhandlen i 2013. Samlet set har det på nationalt plan betydet, at mange butikker er lukket siden 2007, og at udvalgsvarerhandlen fortsat går mod mere handel i de store handelscentre og på internettet.

Dagligvarer handles typisk nær bopælen, på vej til eller fra arbejde eller i butikker med god trafikal beliggenhed. Indtil videre handles dagligvarer kun i begrænset omfang på internettet, og dagligvarer er den mindst konjunkturfølsomme varegruppe.

Overordnet set er omsætningen i detailhandlen tilbage på et niveau, der svarer til 2003-2004. Krisen har gjort forbrugerne mere prisbevidste. Det kommer særligt til udtryk ved, at især discountbutikkerne oplever markant fremgang. Forbrugerne er også blevet mere kvalitetsbevidste. Handlen med økologiske varer satte i 2013 omsætningsrekord for 6. år i træk. Et andet eksempel på de ændrede indkøbsvaner er, at de fleste indkøb kan klares i butikcentre, som har en høj andel af udvalgsvarer som tøj, elektronik, bøger, men der er også flere eksempler på, at dagligvarebutikker i storcentrene ikke klarer sig så godt som dagligvarebutikker nær forbrugernes bopæl.

## FINANSKRISEN HAR BETYDET LAVERE PRIVATFORBRUG

Siden 2007, hvor forbruget toppede, har forbrugerne været tilbageholdende, som en konsekvens af den økonomiske krise. Det er især gået ud over udvalgsvarerhandlen, men også dagligvarehandlen er ramt. I de kommende år forventes den økonomiske krise fortsat, at have stor betydning for udviklingen i forbruget. Tilbagegangen fra 2007-2014 har været størst inden for beklædning, hvor omsætningen er faldet med ca. 25 %. Inden for øvrige udvalgsvarer er omsætningen faldet med ca. 10-15 %, mens dagligvareomsætningen er faldet med lidt under 10 %. Til trods for, at omsætningen i udvalgsvarerhandlen i de seneste år har været i bedste fald stagnerende, må det forventes, at der fortsat vil ske vækst i privatforbruget i et 12-årigt tidsperspektiv – om end i et noget mere afdæmpet tempo end gennemsnittet for perioden fra 2000-2010.

## INTERNETHANDLEN VINDER FREM

De seneste 5 år har vist en tendens til en omsætningsstigning i internethandlen på ca. 15 % om året. I 2013 handlede mere end 70 % af danskerne på internettet. Ud af alle de, som har handlet på internettet, har ca. 40 % handlet i udenlandske internetbutikker. Det betyder, at Danmark ikke blot er et af de mest internethandelnde lande i EU men også, at Danmark indtager en europæisk topplacering, når det kommer til internethandel over landegrænser. Udviklingen i internethandlen har skærpet konkurrencen i detailhandlen. Hvor internetbutikkerne kan konkurrere på prisen, må de fysiske butikker konkurrere på indkøbsoplevelsen. Indkøbsmiljø, serviceniveau og den samlede attraktivitet af handelsmiljøet har betydning for, om danskerne vælger de fysiske butikker frem for internetbutikker. Internationale tendenser peger mod, at mobilhandlen vil blive udbredt de kommende år og spås som det næste skridt i udviklingen af internethandel.



Nye tendenser i detailhandlen peger på en større integration af de to koncepter; fysiske butikker og internetbutikker. Flere kæder arbejder på at udvikle koncepter med showrooms med et højt serviceniveau, hvor den fysiske vare kan ses, prøves og opleves. Når varen er købt, bliver den leveret til forbrugers adresse. Kombinationen af den fysiske oplevelse med den lavere pris grundet reducerede omkostninger til f.eks. indkøb, lager mv., kan vise sig, at have stor betydning for den fremtidige udvikling i detailhandlen.

#### LUKKELOVENS BETYDNING FOR DETAILHANDLEN

Den 1. oktober 2011 blev lukkeloven delvist afskaffet. Alle butikker må nu holde åbent 24 timer i døgnet, alle dage om året - bortset fra nogle enkelte helligdage. Dagligvarebutikker med en årlig omsætning på mindre end 32,2 mio. kr. samt bagere, byggemarkeder mv. må holde åbent alle årets dage. Liberaliseringen af lukkeloven betyder, at især kapitalstærke kæder har udvidet åbningstiderne – både i hverdage og i weekenderne. Et eksempel er Bilka, der i dag holder åbent fra 8-22 alle ugens dage. Samtidig betyder det, at de mindre og selvstændige butikker er blevet yderligere udfordret, fordi de har begrænsede muligheder for at udvide åbningstiderne. Liberalisering af lukkeloven har haft konsekvenser for især mindre og selvstændige dagligvarebutikker – typisk købmænd og mindre discountbutikker – der tidligere var begunstiget af, at kunne holde søndagsåbent. På samme måde er det sandsynligt, at ændringen af lukkeloven vil bidrage til at flytte yderligere andele af udvalgsvarerhandlen til de store varehuse. Samlet set forventes det, at de stærke kædebutikker med søndagsåbent vinder markedsandele.

#### BUTIKSCENTRENE VINDER FREM

Butikscentrene vinder også markedsandele. Især butikscentrene har udnyttet liberaliseringen af lukkeloven med fælles åbningstider, og har med mange stærke kapitalkæder vundet frem. I 2013 stod butikscentrene for ca. 25 % af omsætningen i dansk detailhandel. Hvis andelen øges de kommende år vil det betyde, at bymidterne vil blive yderligere udfordret.

I USA og andre steder, der traditionelt ikke har bymidter som vi kender dem i Europa, er de store hypermarkeder udfordret. De nye tendenser peger på, at de kommende store butikcentre i vid udstrækning vil minde om europæiske bymidter med blandede funktioner nær bopælen og i et hyggeligt og bilfrit miljø.



Flere tendenser peger også mod, at bymidten i højere grad bør tænkes som et samlet center med fælles åbningstider, markedsføring mv.

#### PENDLING

Fredericia Kommune er en indpendlingskommune og er karakteriseret ved en nettoindpendling på ca. 3.400 beskæftigede personer i 2013. Nettoindpendlingen er skabt af en indpendling på ca. 11.800 personer og en udpending på ca. 8.400. En stor del af arbejdspladserne i Fredericia Kommune ligger i områder uden for bymidten. Derfor er det sandsynligt, at en stor del af indpendlerne ikke kommer ind til bymidtens butikker. På den anden side er det muligt, at en del af pendlerne handler i butikkerne i aflastningsområdet eller i dagligvarebutikkerne i bydelscentrene.

#### BEFOLKNINGSUDVIKLING

Udviklingen i indbyggertallet har stor betydning for detailhandlens udviklingsmuligheder. På landsplan forventes befolkningen, at stige med ca. 10 % frem mod 2050. I Fredericia Kommune har der været en stigning i indbyggertallet på 2 % svarende til ca. 900 personer i perioden 2008 til 2014. Befolkningsfremskrivninger viser, at tendensen med befolkningstilvækst forventes at fortsætte frem til 2026. I 2026 vil der være ca. 2.600 flere indbyggere end i 2014, hvilket vil medføre et øget forbrugsgrundlag i de fysiske butikker på i størrelsesordenen 120 mio. kr. om året.

#### PLANLAGT UDVIKLING

Over de kommende år tilføres Fredericia en helt ny bydel, FredericiaC. Når bydelen er fuldt udbygget om ca. 20-25 vil den dække over et areal på ca. 20 ha og rumme ca. 1.300 boliger og ca. 2.800 arbejdspladser. Der er udlagt areal i FredericiaC til detailhandel på østsiden af Gl. Havn, med en ramme på ca. 15.000 m<sup>2</sup>.

Som følge af udbygningen af FredericiaC, samt Elektrolux-grunden, Oldenborggade mv. forventes der yderligere ca. 1.800 borgere i Fredericia, som ikke er medregnet i befolkningsprognosens 2026 forventning. Det er ikke afgjort, hvorvidt de forventes at blive realiseret indenfor perioden. 1.800 yderligere borgere, vil medføre et øget forbrug på i størrelsesordenen 80 mio. kr. En stor del af forbruget forventes at blive lagt i butikkerne i Fredericia Kommune.

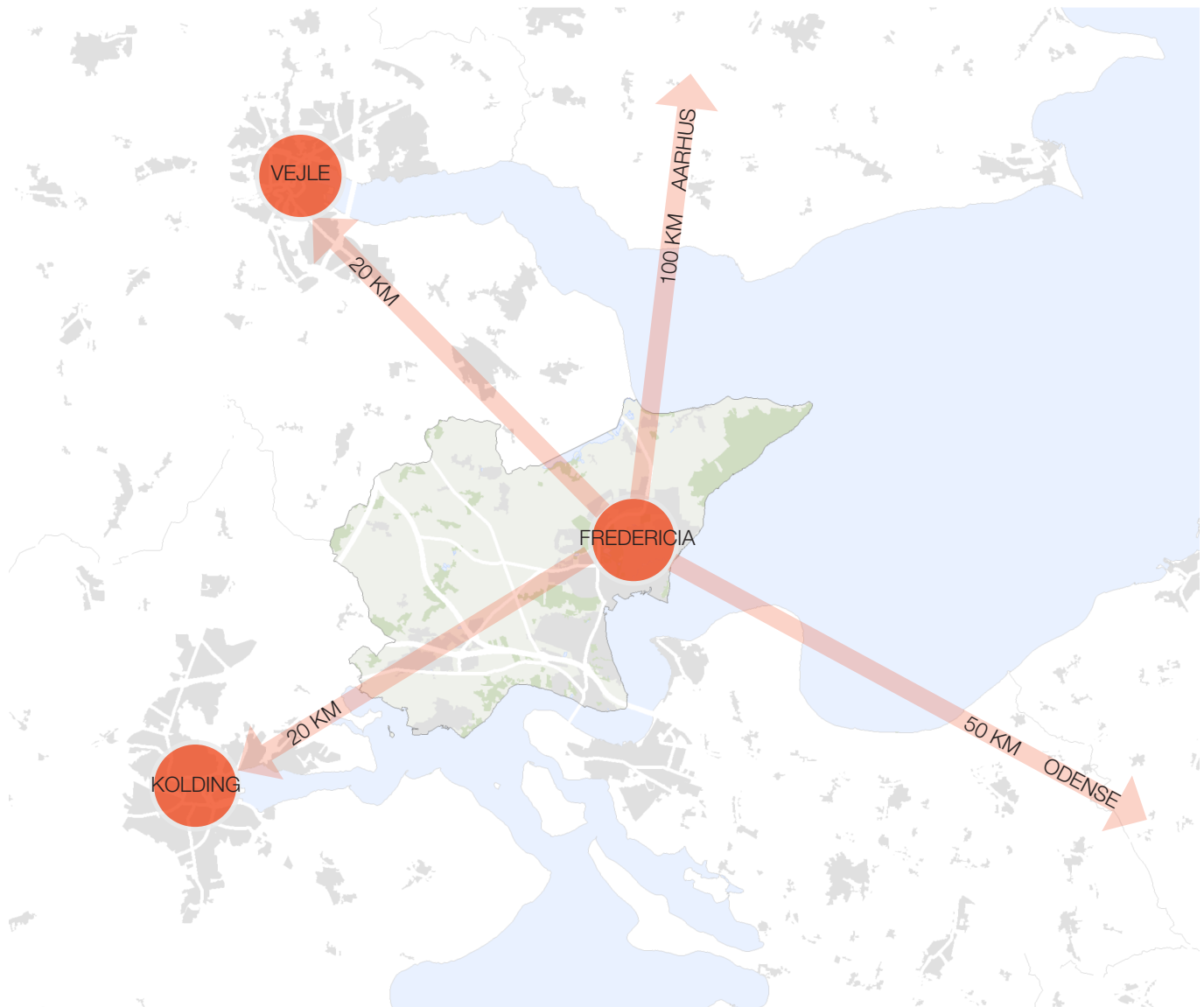
Foruden de nye borgere vil der blive etableret ca. 2.800 arbejdspladser, som også forventes at medføre øget forbrug i butikkerne og de øvrige bylivsfunktioner som caféer, restaurationer mv.

#### REGIONALE FORHOLD OMKRING FREDERICIA KOMMUNE

Fredericia ligger i køreafstand fra en række stærke udbudspunkter, herunder særligt Vejle, Kolding, Aarhus og Odense. Der er tale om byer, der alle har indkøbscentre og bymidter af en vis størrelse – og i flere af byerne er der yderligere projekter i gang.

Koldings bymidte har både butikker og en række andre oplevelsestilbud, hvoraf en del er samlet i kulturcentret Nicolai, der rummer udstillinger, biograf, et oplevelsesunivers for børn mv. Siden åbningen i 1993 er Kolding Storcenter blevet et væsentligt regionalt udbudspunkt. Mere end 120 butikker og restauranter, Bilka og en biograf med seks sale er blandt attraktionerne i Kolding Storcenter. Storcentrets beliggenhed tæt på motorvejen og tæt på Fredericia betyder, at storcentret udgør en væsentlig konkurrent til detailhandlen i Fredericia Kommune. Afstanden til Kolding er ca. 25 km.

Vejle har en levende bymidte med et stort udvalg af kædebutikker og specialbutikker og en gågade på ca. 900 meter. Den rummer indkøbscentrene Bryggen og Marys. Bymidten er generelt attraktiv og oplevelsesrig, og Vejle er en væsentlig regional konkurrent til Fredericia på udvalgsvarerområdet. Afstanden til Vejle er ca. 25 km.



### ***/Regionale forhold i Trekantområdet***

Aarhus har i kraft af sin størrelse et butiksudbud og et byliv, der overgår de andre byer i regionen. En lang gågade med tre stærke ankerpunkter er blandt styrkerne: Salling, Bruuns Galleri og Magasin. Der er også et væsentligt udbud af specialbutikker, ligesom cafémiljøet ved Aarhus Å er blevet særdeles populært. Bruuns Galleri er med sine ca. 100 butikker, biograf, minigolf på taget, 1.000 parkeringspladser og beliggenheden direkte i forbindelse med banegården et både væsentligt og lettilgængeligt udbudspunkt i regionen. Afstanden til Århus er ca. 90 km.

Odense er interessant i kraft af Rosengårdscenteret, som med mere end 150 butikker og et areal på over 100.000 m<sup>2</sup> er et af Danmarks største butikscentre. Centret blev i 2013 solgt til den tyske storcenteroperatør ECE, der kan forventes at sætte yderligere skub i udviklingen af centret. Derudover har Odense en bymidte, der må forventes at udvikle sig positivt bl.a. i kraft af lukningen af Thomas B. Thriges Gade og etableringen af endnu et shoppingcenter, VIVA. Det vil styrke både kundeunderlaget og opholdskvaliteterne i bymidten. Afstanden til Odense er ca. 55 km.

I Billund åbner Design Outlet Center i løbet af 2015 og vil gøre Billund til et interessant sted at købe udvalgsvarer. Sammen med Legoland og Lalandia vil outlettet gøre Billund til en oplevelsesdestination, understøttet af den langsigtede



satsning på at gøre Billund til Børnenes Hovedstad. Billund Lufthavn betyder, at det også er muligt at kombinere en udlandsrejse med et besøg i f.eks. outlettet. Afstanden til Billund er ca. 50 km.

Fredericia er altså udsat for betragtelig regional konkurrence på udvalgsvaresiden. Borgerne i Fredericia har adgang til større udbudspunkter indenfor kort transportafstand i Vejle, Kolding og Kolding Storcenter, alle indenfor mindre en 30 minutters kørsel fra centrum i Fredericia. Dertil kommer adgangen til nogle af Danmarks største indkøbsmiljøer i henholdsvis Aarhus og Odense indenfor cirka en times transport. Til større indkøbsture er Fredericias detailhandel altså stærkt konkurrenceudsat. Især Aarhus og Odense har også en bredere attraktion indenfor andre rekreative formål som kultur, spisning med videre.

Den hårde konkurrencesituation er antageligt endnu mere tydelig i oplandet. Byer af Fredericias størrelse og historie fungerer typisk som det naturlige centrum for et større opland af landområder og mindre byer, som understøtter detailhandlen og andre byfunktioner. Den korte afstand til de øvrige udbudspunkter indskrænker størrelsen på Fredericias opland. Den sydlige del af Fredericia Kommune indeholder de største byer udenfor Fredericia by. Fra Skærbæk, Erritsø og Snoghøj er der kort afstand til Kolding Storcenter, som har en meget god tilgængelighed med bil og fra Taulov er der endnu kortere afstand. Den nordvestlige del af kommunen har ligeledes kort afstand og god tilgængelighed til Vejle, og til motorvejsnettet, og har dermed let adgang til større udbudspunkter. Mod øst er det potentielle opland den nordvestlige del af Fyn, groft sagt Middelfart Kommune. Her er Fredericia i konkurrence med dels Odense og Kolding Storcenter. Dertil ligger Middelfart direkte på vejen til Fredericia fra øst, men har dog et svagere handelsliv.

Alt i alt har Fredericia som handelsby en hård konkurrencesituation, som understreges af at der både findes storcenteralternativer (Kolding og Odense) og bymidtealternativer (særligt Vejle) i et lille geografisk opland. Det kan bl.a. aflæses på følgende måde i butiksanalysen. Ca. 56 % af omsætningen i Fredericias butikker kommer fra dagligvarer, og kun 44 % udgøres af udvalgsvarer. I de fleste byer er fordelingen 50/50.

Fredericia er altså i højere grad end gennemsnittet en 'dagligvarekommune' end handelscenter for et større udvalgsvareopland. Det underbygges af, at lokalkøbsandelen for udvalgsvarer i Fredericia er faldet siden seneste analyse, og ligger et stykke under 'balance-punktet' (100) for alle varegrupper, se afsnittet Butiksanalyse.

#### INTERNATIONALE EKSEMPLER - BYSAMARBEJDE

Erfaringer fra bl.a. tyske byer viser, at der er fordele ved et tæt samarbejde mellem grundejere, kommune og butikker, f.eks. koordineret af en såkaldt kvartermanager. I Hamburg er der 14 kvartermanager, heraf 4 på fuld tid. I bydelen Grossneumarkt-Fleetinsel er det lykkedes en kvartermanager at ændre butikprofilen i en gaden Wexstrasse, der på 10 år er gået fra at være nedslidt og præget af gamle beværetninger til at være en charmerende gade med kaffebarer, galleri, møbel- og bolig- og designbutikker mv. Alt sammen udviklet efter devisen "individualitet og kreativitet" og med et fokus på ejerledede butikker. I forhold til Vendersgade i Fredericia kunne Wexstrasse være et spændende sted at hente inspiration til udvikling af gadens profil og gøre den til en destination i byen. Samarbejdet i Wexstrasse er frivilligt, og grundejerne betaler en del af kvartermanagerens løn, fordi de har set en fordel i en koordineret udvikling af gaden.

I flere nordtyske byer, bl.a. Hamburg og Flensburg, er der gode erfaringer med Business Improvement Districts, der er offentlig-private partnerskaber om udvikling af et afgrænset område i en bymidte. Resultaterne er gode, og tankegangen kan også anvendes i danske byer, selv om lovgrundlaget endnu ikke er på plads i Danmark. Det betyder, at man ikke kan forpligte grundejere til at bidrage finansielt, men som eksemplet fra Wexstrasse viser, kan der også skabes koordineret udvikling ad frivillighedens vej. Danske byer som f.eks. Ikast og Herning begynder at arbejde efter lignende principper, hvor der laves stærke og koordinerede bymidtesamarbejder.





thanso

KVÆR DET FOR DIG!

INDGANG

DK 11 384

DK 11 384

Få monteret vinterdæk her!

DK 11 384



799,-

NY

[G  
ink



S





## BUTIKSANALYSE

Kortlægningen giver et overblik over antallet af butikker, hvordan dækningen med butikstyper er i byerne, hvor meget areal butikkerne har, og hvor stærkt handelslivet står i byerne.

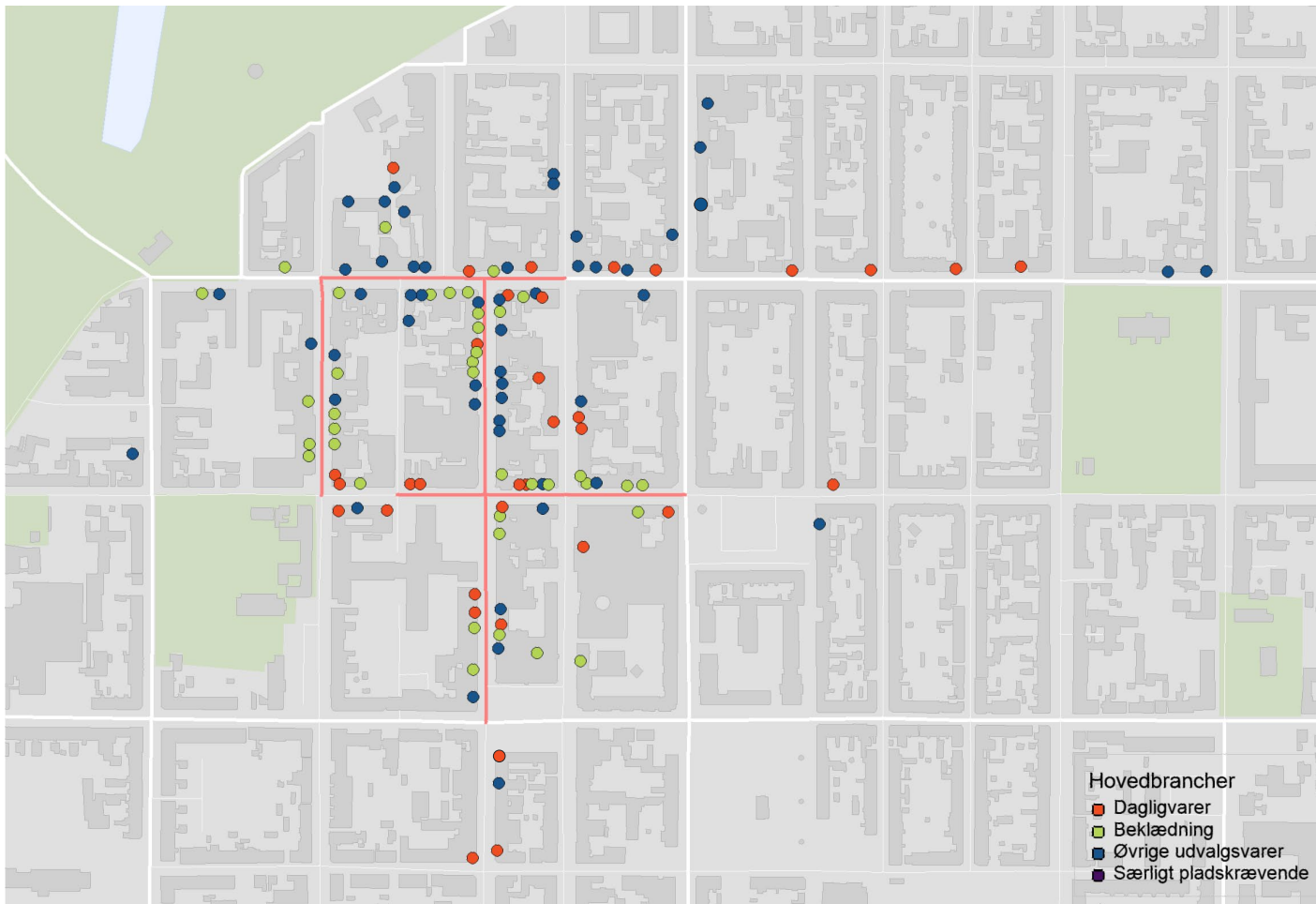
### KORTLÆGNING AF BUTIKKER

Udgangspunktet for detailhandelsanalysen er en kortlægning af alle butikker i Fredericia Kommune. Butikkerne er kortlagt med afsæt i butikslisten fra 2008, som er opdateret til 2014 og kvalitetssikret ved Fredericia Kommune samt via besigtigelse, internetopslag, opslag på OIS mv.

Detailhandlen i Fredericia Kommune er kendetegnet ved en koncentreret struktur, hvor butikkerne hovedsageligt er placeret i og omkring Fredericia by.

### FREDERICIA BYMIDTE

Planlægningsdistriktet "Den indre by" rummer i alt ca. 125 butikker. Butikkerne er primært koncentreret i gaderne Gothersgade (ca. 35 butikker), Danmarksgade (ca. 35 butikker), Jyllandsgade (ca. 20 butikker), Vendersgade (ca. 15 butikker) og Prinsessegade (ca. 10 butikker). De fem handelsgader har en god bredde i butiksudbuddet. Halvdelen af butikkerne i de fem gader er medlemmer af et kædesamarbejde. Nogle af de stærke tøjbutikker er H&M, Tøjeksperten, Vera Moda, Marcus, Din Tøjmand mv. Fredericia bymidte er stort set det eneste sted med tøjbutikker i hele kommunen. Det kommer til udtryk ved, at bymidten står for knap 95 % af beklædningsomsætningen i kommunen. Bymidten rummer også flere af de kendte kæder indenfor kategorien øvrige



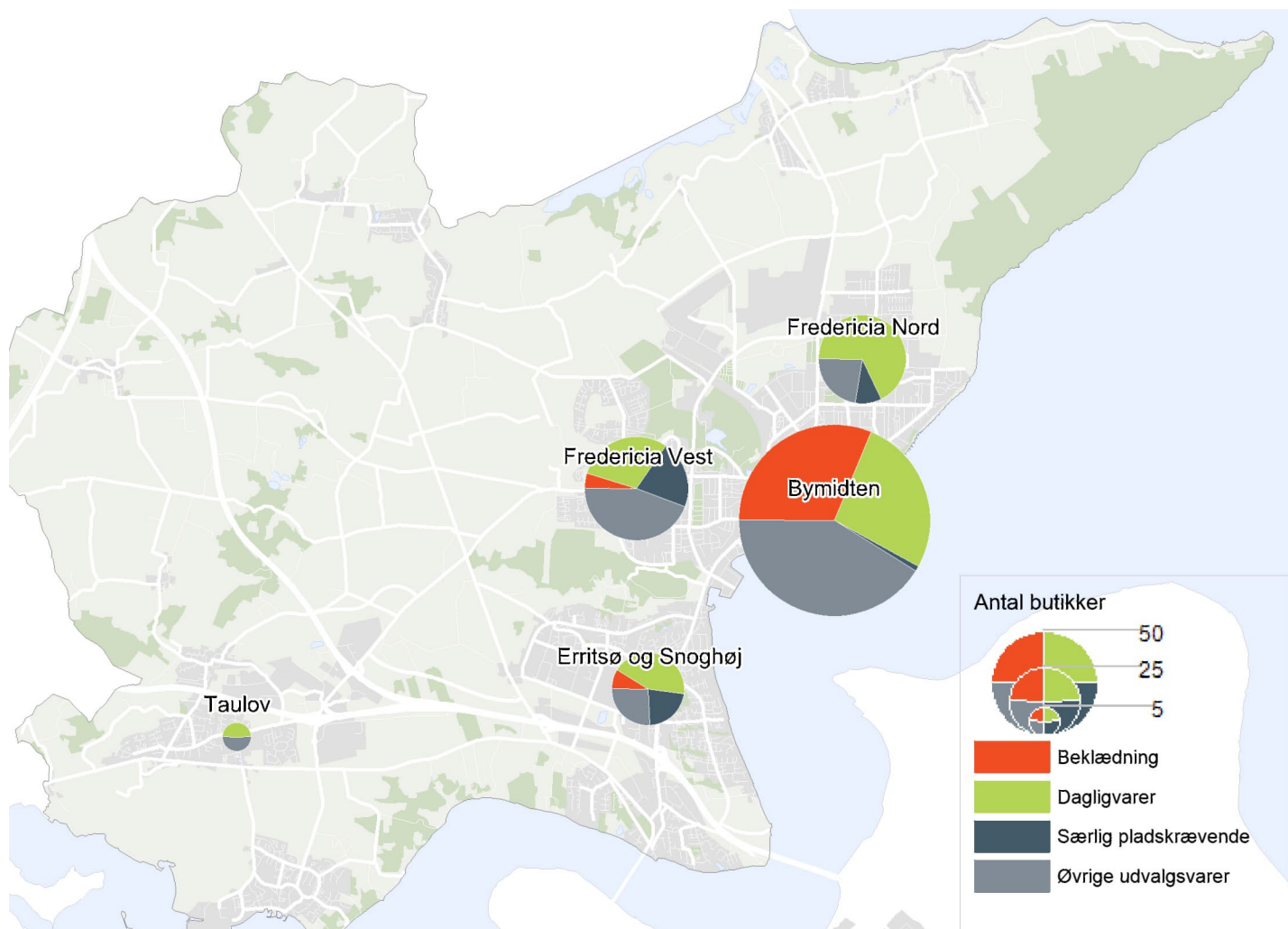
***/Butikkernes placering i bymidten. Besigtigelse fra foråret 2014.***

udvalgsvarerbutikker, såsom Fona, BR Legetøj, flere af de kendte optikerkæder mv. Bymidten har i størelsesordenen 55 % af hele udvalgsvareomsætningen i kommunen. Siden sidste analyse i 2008 (omsætning fra 2006) er omsætningen i bymidten reduceret med ca. 130 mio. kr. svarende til en reduktion på ca. 16 %.

Fredericia bymidte har en god bredde i dagligvareudbuddet. Det strækker sig fra det store Føtex-varerhus med bredt varesortiment inden for food og non-food til discountbutikken Fakta samt specialbutikker som f.eks. bager, kaffebutik, chokoladebutik og flere vinbutikker. Bymidten rummer ca. 18 % af hele dagligvareomsætningen i kommunen. De eneste større dagligvarebutikker i bymidten er Føtex og Fakta.

Gågaderne i Fredericia bymidte ligger i et kvadrat på ca. 200 x 200 meter. Gåafstanden inden for handelsområdet er således rimelig, og butikstætheden opleves generelt som høj. I det nordvestlige hjørne ligger det åbne butikscenter, Midtpunktet, med en stor parkeringsplads. I det sydøstlige hjørne, på kanten af kvadratet, ligger Domus Axel med Føtex, H&M, biograf, ca. 15 lejligheder og et parkeringshus. I forbindelse med åbningen af Domus Axel i 2011 flyttede Føtex 150 meter fra Gothersgade 14. De gamle lokaler står fortsat tomme. Flytningen af Føtex har medført en lille forskydning af den samlede omsætning i bymidten i retning mod øst.

Det tætte butiksområde og gågaden slutter mod øst med Domus Axel. Mod syd er der ca. 350 meter fra det tætte butiksområdes afslutning med Sjællandsgade og til FredericiaC. Det er den strækning, der skal bygges bro imellem, hvis der skal skabes ét detailhandelsområde på tværs af bymidten og FredericiaC.



*/Antal butikker fordelt på hovedbranche indenfor oplandene, 2014.*

Analysen omfatter følgende byer:

**REGIONALT CENTER**

Fredericia

**LOKALBYER**

Taulov, Skærbæk

**LANDSBYER**

Herslev, Pjedsted-Bredstrup, Egeskov-Bøgeskov og Trelde

Biltilgængeligheden til bymidten virker god. Parkeringspladsen ved Midtpunktets nordvestlige indgang er stor, godt placeret og er et godt udgangspunkt for shoppingturen i bymidten. Også længere inde i bymidten forekommer parkeringsdækningen god. I de mest centrale gader er der betalingsparkerings (indført 2012), mens resten af bymidten har gratis parkering. Det gælder også parkeringshuset i Domus Axel (maksimum tre timers gratis parkering). Erfaringer fra andre byer viser, at indførelse af betalingsparkerings medfører, at ansatte og andre "skiveflyttere" vælger at parkere andre steder. Det kan give bedre kapacitet for kunderne og andre besøgende i bymidten. Parkeringsstillinger og en undersøgelse kan underbygge fordele og ulemper i Fredericia.

Der er kun få opholdsmuligheder med læ i bymidten, og flere steder er der parkeringspladser, baggårde og tomter, der evt. kunne konverteres til lommeparker eller forskønnes med grønt. Også gaderummet kunne bruges mere aktivt til både butiksudstillinger og legemøbler mv. Belægningerne er smukke og kvaliteten høj. Et grønt modspil i form af træer, buske mv. vil styrke opholdskvaliteterne.

Gågaderne er nogle steder præget af u hensigtsmæssig biltrafik. Det gælder f.eks. Danmarksgade og Jyllandsgade, der er eneste adgangsvej til parkeringspladsen i Danmarksstræde. Hvis f.eks. parkeringspladsen og eventuelt den overfor liggende grund kan frigøres og omdannes til lommepark, legeplads mv., vil det styrke opholdskvaliteterne.



## AFLASTNINGSOMRÅDET

Fredericia Vest, har ca. 45 butikker og er således kommunens næststørste koncentration af butikker. Der er ca. 15 dagligvarebutikker, herunder Føtex, 5 discountbutikker og flere specialbutikker. De ca. 25 store udvalgswarebutikker tæller bl.a. Idé Møbler, Punkt1, Jem&Fix, Jysk m.fl. Den gennemsnitlige butiksstørrelse for udvalgswarebutikker i Fredericia Vest er ca. 1.100 m<sup>2</sup>. Der er også knap 10 bilforhandlere i området. Udvalgswareomsætningen i Fredericia Vest er i størrelsesordenen 300 mio. kr. Til sammenligning omsætter bymidtens udvalgswarebutikker for i størrelsesordenen 450 mio. kr. Siden sidste analyse er omsætningen i aflastningsområdet reduceret med ca. 170 mio. kr. pr. år svarende til en reduktion på ca. 20 %.

Der er planer om at etablere Fredericia Megacentre ved Vejlevej, som er begyndt at få de første lejere. Det færdigudbyggede Megacentre vil få ca. 13.000 m<sup>2</sup> og er begyndt at få de første lejere. Der er også planer om at opføre et nyt Vestcenter på 6.000 m<sup>2</sup> i samme område.

Aflastningsområdet står stærkt på dagligvarehandlen i Fredericia Kommune. Med både varehus, flere discountbutikker, bagere mv. havde området i 2013 en samlet omsætning på i størrelsesordenen 360 mio. kr. Det er knap dobbelt så høj en dagligvareomsætning som i bymidten. Fredericia Vest har kommunens største koncentration af dagligvarer. Med udviklingen af et nyt Vestcenter kan dagligvarehandlen i vestbyen med tiden stå endnu stærkere.

## BYDELSCENTRENE

Fredericia Kommune har seks bydelscentre med et forskelligt butiksudbud. Fire bydelscentre ligger nord for Fredericia midtby.

I bydelscentret ved Vesterbrogade er der foruden Netto enkelte specialdagligvarebutikker som bager og slagter. Det samlede butiksareal i bydelscentret ved Vesterbrogade er ca. 1.500 m<sup>2</sup>. Omsætningen er i 2013 opgjort til knap 50 mio. kr.

- Bydelscentret ved Nymarksvej rummer Super Brugsen, Fakta og en stor genbrugsbutik, der tilsammen har et areal på ca. 4.000 m<sup>2</sup>. Omsætningen i butikkerne ved Nymarksvej er i størrelsesordenen 70 mio. kr.
- Bydelscentret ved Skanseparken rummer en Fakta på ca. 500 m<sup>2</sup> foruden en række tomme butikslokaler.
- Bydelscentret ved Højdepunktet ved Egeskovvej rummer få udvalgswarebutikker. Der er ingen dagligvarebutikker i området.
- Bydelscentrene i Nordbyen har stort set kun dagligvarehandel. Udvalgswareomsætningen i bydelscentrene i Nordbyen har begrænset størrelse.

I den sydlige del af Fredericia er der to bydelscentre.

- Bydelscentret i Erritsø har ca. 10 butikker, heraf Super Brugsen, Fakta og Netto. Foruden dagligvarebutikkerne rummer centret også en tøjbutik, materialist, cykelhandler mv. Butikkerne i Erritsø har et samlet areal på ca. 5.000 m<sup>2</sup> og en omsætning på ca. 150 mio. kr. i 2013.
- Bydelscentret ved Strevelinsvej rummer Aldi samt de to nye dagligvarebutikker, Rema 1000 og Løvsbjerg, der åbnede i 2011. Tilsammen har butikkerne et areal på ca. 3.500 m<sup>2</sup> og en omsætning på ca. 110 mio. kr. i 2013. Der er ingen udvalgswarebutikker i bydelscentret ved Strevelinsvej.

### LOKALCENTRE

I Fredericia Kommune er der lokalcentre i Taulov, Skærbæk, Herslev, Pjedsted-Bredstrup, Egeskov-Bøgeskov og Trelde. Taulov har Dagli' Brugsen og Fakta, mens Egeskov og Skærbæk har en Dagli' Brugsen. Der er ikke dagligvareforsyning i de øvrige mindre lokalbyer.

### OMRÅDER TIL SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER

Der er foretaget en opgørelse af antallet af butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Der er her tale om butikker som møbelhuse, plantecentre, byggemarkeder, bilforhandlere mv. I Fredericia Kommune er seks områder udlagt til butikker, der alene forhandler særligt pladskrævende varegrupper. De to største ligger ved DanmarkC og ved Frakørsel 59. Særligt bilforhandlerne skiller sig ud. Fredericia har ca. 15 bilforhandlere, der tilsammen har et areal på ca. 27.000 m<sup>2</sup>. Halvdelen af bilforhandlerne er meget store (mindst ca. 2.000 m<sup>2</sup>). Sammenlignet med andre tilsvarende kommuner har Fredericia flere og væsentligt større bilforhandlere.

### ANTAL BUTIKKER

I analysen fra 2008 blev der registreret ca. 250 butikker uden bilforhandlerne. I 2014 er der registreret ca. 220 butikker. Hertil er der registreret ca. 15 bilforhandlere. Butiksbestanden i Fredericia Kommune er således blevet reduceret med ca. 30 butikker. Det skal ses i sammenhæng med følgende udvikling:

- 7 butikker fra 2008-analysen handler i 2014 kun med engrosvarer. Derfor er de ikke medtaget i detailhandelsanalysen.
- 3 butikker er slået sammen med andre til større butikker, herunder Punkt1, Ønskeborn/Legekæden og Garant/Møbelkæden.
- Få butikker er lukket og genåbnet som andre funktioner.

Hvis de 7 engrosbutikker og de 3 sammenlagte butikker ikke opfattes som butiks-lukninger er der i alt registreret ca. 20 færre butikker end i analysen fra 2008.

Det er særligt beklædningsbranchen, der er hårdest ramt. Siden sidste analyse har Fredericia Kommune mistet ca. 30 % af samtlige tøjbutikker. Til sammenligning er ca. 20-25 % af tøjbutikkerne lukket på landsplan siden 2007. I 2008 var hver 4. butik i kommunen en tøjbutik, og i 2014 er det hver 5. I 2010 åbnede H&M en stor butik centralt i Fredericia bymidte. Det har sandsynligvis haft en mærkbar effekt på de eksisterende tøjbutikker. Omsætningen i H&M svarer til omsætningen i 5-10 almindelige tøjbutikker. Samtidig har finanskrisen, internethandlen og den massive udbygning i butikscentrene i Østjylland har haft mærkbare konsekvenser for beklædningsbranchen i Fredericia.

ANTAL BUTIKKER 2014						
	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØV. UDV.VARER	SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE	I ALT	ANDEL I %
BYMIDTEN	34	39	52	1	126	54%
FREDERICIA VEST	13	2	19	10	44	19%
FREDERICIA NORD	21		7	3	31	13%
ERRITSØ OG SNOG-HØJ	10	2	6	5	23	10%
TAULOV	2		2	1	5	2%
SKÆRBÆK	1		1		2	1%
EGESKOV, BØGESKOV, TRELDE	1					0 %
I ALT	81	44	87	20	234	100%
6 BUTIKKER, DER "SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER" BLEV I 2007 REGISTRERT SOM "BOLIGUDSTYR" OG "ØVRIGE UDVALGVARER"						







## KÆDETILKNYTNING 2014

	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØV. UDV.VARER	I ALT
KAPITALKÆDE	49%	31%	32%	38%
FRIVILLIG KÆDE	23%	13%	16%	18%
UDEN FOR KÆDE	28%	56%	52%	44%
I ALT	100%	100%	100%	100%

BUTIKKER, DER FORHANDLER BILER, AUTCAMPERE MV., ER FRATRUKKET I OPGØRELSEN AF KÆDETILKNYTNING.

Der er registreret ca. 10 færre dagligvarebutikker end i sidste analyse, herunder særligt mindre dagligvarebutikker som kiosker, blomsterbutikker mv.

Der er stort set ikke sket ændringer i antallet af butikker, der forhandler øvrige udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper når der tages højde for butikker, der kun forhandler varer til virksomheder.

## KÆDER I FREDERICIA KOMMUNE

Antallet af butikker med tilknytning til kapitalkæder er normalt et udtryk for butiksbestandens samlede attraktion og styrke i oplandet. Det er samtidig også vigtigt for handelslivet, at de centralt styrede og forholdsvis ensartede kapitalkædebutikker suppleres af butikker i frivillige kæder og af butikker uden for kædesamarbejde, som bidrager til variation i butiksudbuddet.

Analysen viser, at 56 % af butikkerne i Fredericia Kommune indgik i et kædesamarbejde i 2014. 38 % af butikkerne indgik i en kapitalkæde (Fakta, Only, Fona mv.) og 18 % var med i en frivillig kæde (Matas, Sport 24. Photo Care mv.) 44 % af butikkerne var uden for kædesamarbejde. Niveauet af butikker uden for kædesamarbejde er lidt højere end i andre kommuner.

Især dagligvarebutikkerne har en høj andel af kapitalkædebutikker. Udviklingen inden for dagligvarer er drevet af hård priskonkurrence, og der er fordele ved at drive et stort antal butikker efter faste koncepter i centralt styrede kæder. De senere år har discountbutikkerne, der alle indgår i kapitalkæder, øget deres udbredelse. Samtidig er eksempelvis minimarkeder og mindre supermarkeder, der typisk indgår i frivillige kæder, blevet reduceret i antal. Dagligvarebutikkerne i Fredericia Kommune, der står uden for kædesamarbejde, er hovedsageligt kiosker og specialdagligvarebutikker som bagere, slagtere og lokale fødevarerbutikker.

Ca. 55 % af butikkerne inden for beklædning og ca. 50 % af butikkerne, der forhandler øvrige udvalgsvarer er selvstændige butikker uden for kædesamarbejde. Det afspejler, at der her er bedre muligheder og lokalt initiativ til at starte og drive selvstændig forretning. På den anden side indikerer den lave kædeandel for udvalgsvarerbutikkerne, at der er plads til flere kapitalkæder og frivillige kæder i Fredericia Kommune.

Sammenlignet med tilsvarende byer mangler Fredericia en del kæder. En gennemgang af kæder i jyske byer af tilsvarende størrelse viser, at Fredericia mangler flere tøjbutikker, og butikker, der forhandler boligudstyr. Der kan med fordel tages kontakt til kæderne for at høre om mulighederne for at etablere en butik i Fredericia.

MANGLENDE KÆDER I FREDERICIA		MANGLENDE KÆDER I FREDERICIA	
NAVN	BRANCHE	NAVN	BRANCHE
FLISERINGEN	ANDET	DESIGNA KØKKEN	KØKKENUdstyr
PANDURO HOBBY	ANDET	SCHMIDT KØKKEN OG BAD	KØKKENUdstyr
PEJSEGRUPPEN	ANDET	WVS COMFORT	KØKKENUdstyr
PLUS OFFICE	ANDET	BUDDY	LEGETØJ
ZAP-IN KONTORSUPERMAR- KED	ANDET	TOYS 'R' US	LEGETØJ
BILTEMA	BILUDSTYR	BIVA	MØBLER
ARNOLD BUSCK	BOGHANDEL	BO CONCEPT	MØBLER
BØGER & PAPIR	BOGHANDEL	BOLIA.COM	MØBLER
KON-TUR	BOGHANDEL	DAELS BOLIGHUS	MØBLER
GARDINFAGMANDEN	BOLIGTEKSTIL	DAN-BO MØBLER	MØBLER
STOF 2000	BOLIGTEKSTIL	DUXIANA	MØBLER
STOF OG STIL	BOLIGTEKSTIL	HÅSTENS	MØBLER
TÆPPELAND	BOLIGTEKSTIL	MY HOME	MØBLER
OPTIMERA	BYGGECEENTER	SMAG & BEHAG	MØBLER
KÆRE BØRN	BØRNEUDSTYR	TRIPTRAP	MØBLER
DESIGN CYKLER	CYKLER	TRÆVAREFABRIKKERNES UDSALG	MØBLER
MOSQUITO CYKELCENTER	CYKLER	FRILUFTSLAND	SPORT OG FRITID
2TAL	ELEKTRONIK	HORZE	SPORT OG FRITID
BANG & OLUFSEN	ELEKTRONIK	HÖÖKS HESTESPORT	SPORT OG FRITID
COMPUTER CITY	ELEKTRONIK	MACNAB	SPORT OG FRITID
HI-FI KLUBBEN	ELEKTRONIK	SPEJDER SPORT	SPORT OG FRITID
PANASONIC	ELEKTRONIK	STADIUM	SPORT OG FRITID
SONY CENTER	ELEKTRONIK	BERTONI	TEKSTIL
BECKERS FARVECENTER	FARVEHANDEL	B-YOUNG	TEKSTIL
BOLIGFARVER	FARVEHANDEL	CHANGE	TEKSTIL
COLORAMA	FARVEHANDEL	FEMILET	TEKSTIL
DYRUP FARVEFORUM	FARVEHANDEL	GINA TRICOT	TEKSTIL
PP MESTER MALING	FARVEHANDEL	HUNKEMÖLLER	TEKSTIL
PILGRIM	GULDSMED OG URMAGER	KAUFMANN	TEKSTIL
PLAZA	GULDSMED OG URMAGER	MESSAGE	TEKSTIL
SMYKKEKÆDEN	GULDSMED OG URMAGER	NAME IT	TEKSTIL
HVIDT OG FRIT	HÅRDE HVIDEVARER	NIELSENS	TEKSTIL
BAHNE	ISENKRÆMMER	NOA NOA	TEKSTIL
INSPIRATION	ISENKRÆMMER	PIECES	TEKSTIL
KVICKLY	KOLONIAL	QUINT	TEKSTIL
SPAR	KOLONIAL	SOLID	TEKSTIL
SUPERBEST	KOLONIAL	TIPPY	TEKSTIL
AUBO	KØKKENUdstyr	TRIUMPH	TEKSTIL
BAD & DESIGN	KØKKENUdstyr	WAGNER	TEKSTIL
LISTEN ER IKKE UDTØMMENDE		LISTEN ER IKKE UDTØMMENDE	

*/ Eksempler på butikker, der typisk etablerer sig i byer med 30-50.000 indbyggere.*

**BUTIKSAREAL**

Der er i 2014 registreret et samlet bruttoetageareal til butikker på ca. 137.000 m<sup>2</sup> inkl. ca. 55.000 m<sup>2</sup> til butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Oplandet med Fredericia bymidte står for ca. 20 % af det samlede butiksareal, Fredericia Vest står for ca. 40 %, områderne nord og syd for Fredericia står for ca. 25 % og områderne i de øvrige dele af kommunen for ca. 10 % af butiksarealet.

Set på hovedvaregrupper er arealet af butikkerne fordelt med ca. 30 % til dagligvarer, ca. 10 % til beklædning, ca. 25 % til øvrige udvalgsvarer og ca. 40 % til butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Andelen af butiksarealet til særligt pladskrævende varegrupper som bilforhandlere mv. er væsentlig højere end de fleste andre danske kommuner. Det skal ses i sammenhæng med den meget lave andel til beklædning og det store areal til bilforhandlere.

Butiksarealet blev i sidste analyse fra 2008 opgjort til ca. 81.000 m<sup>2</sup> ekskl. bilforhandlerne, hvilket stort set er på niveau med den seneste opgørelse fra 2014. Arealet af bilforhandlerne er også stort set på niveau med sidste analyse. En direkte sammenligning af arealopgørelsen i de to analyser fra 2008 og 2014 viser, at arealet til både dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer er stort set uændret i perioden.

I den tidligere analyse blev de store varehuse kategoriseret som rene dagligvarebutikker hvad angår både areal og omsætning, selvom varehusene også har et betydeligt salg af tøj, sko, bøger, elektronik og øvrigt boligudstyr. I 2014 er arealet og omsætningen opdelt på dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer. Der kan derfor være unøjagtigheder i en direkte sammenligning på brancherne.

**OMSÆTNING**

Detailhandlen i Fredericia Kommune omsatte i 2013 for ca. 2,1 mia. kr. inkl. moms, og det er et fald på ca. 220 mio. kr. i forhold til sidste analyse (omsætningen blev indhentet for 2006). Omsætningen er koncentreret i Fredericia ved både bymidten, aflastningscentret og i de 6 bydelscentre. Bymidten omsatte i 2013 for i størrelsesordenen 650 mio. kr. svarende til et fald på ca. 16 % i forhold til sidste analyse. Butikkerne ved aflastningsområdet i Fredericia Vest omsatte i 2013 også for i størrelsesordenen 650 mio. kr. og det svarer til et fald på ca. 20 % i forhold til sidst detailhandlen blev analyseret. Bydelscentrene omsatte tilsammen for i størrelsesordenen 700 mio. kr. i 2013. Der kan ikke umiddelbart sammenlignes med tallene fra sidste analyse, hvor enkelte omsætningstal er anonymiseret. Omsætningen i de øvrige dele af Fredericia Kommune var i 2013 for ca. 100 mio. kr.

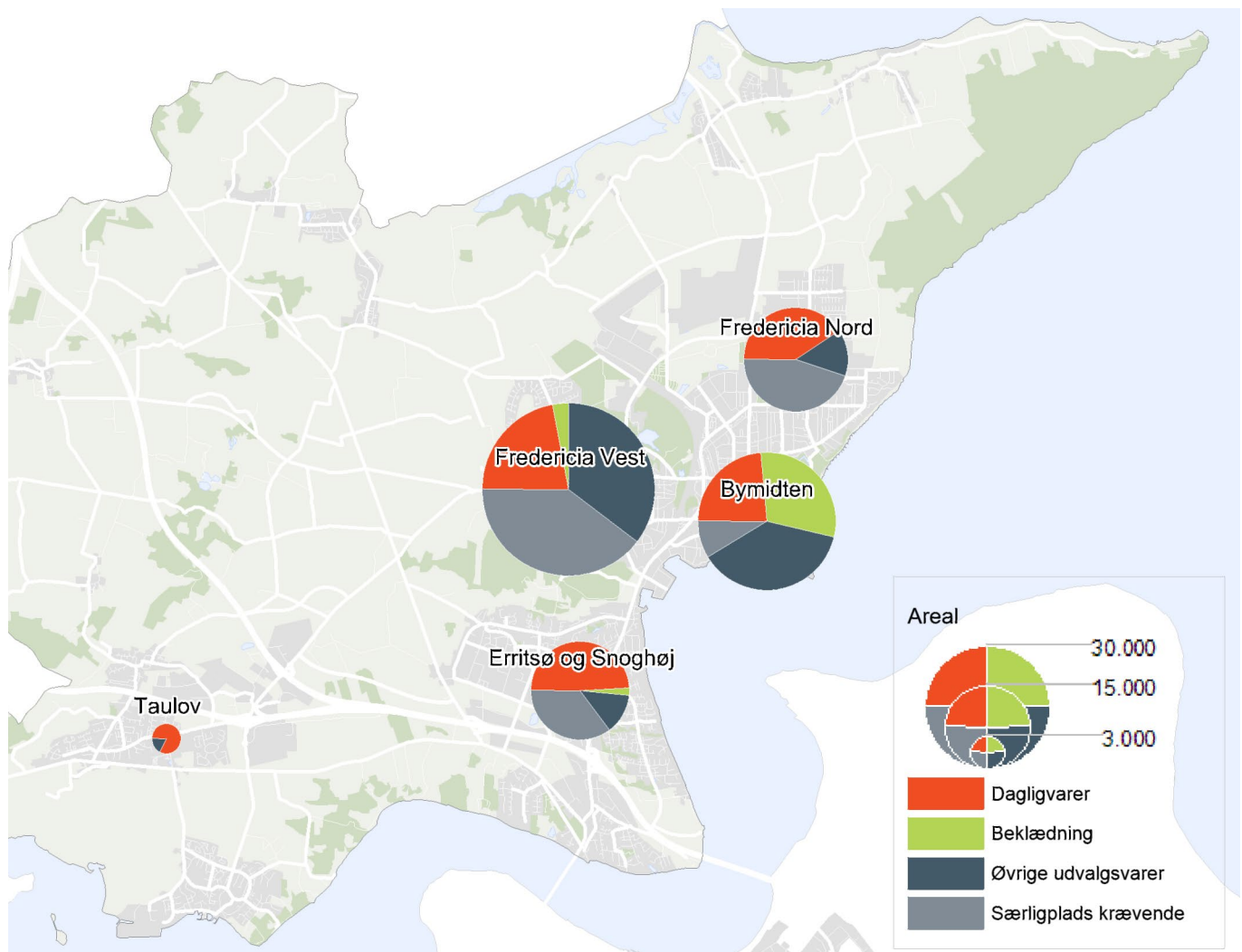
**BRUTTOETAGEAREAL 2014**

OPLAND	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER	PLADSKR. VARER	TOTAL	TOTAL
	M <sup>2</sup>	M <sup>2</sup>	M <sup>2</sup>	M <sup>2</sup>	M <sup>2</sup>	%
BYMIDTEN	7.800	9.500	11.800	2.800	31.900	23%
FREDERICIA VEST	10.100	1.400	16.200	28.600	56.300	41%
FREDERICIA NORD	7.800	-	2.700	8.500	19.000	14%
ERRITSØ OG SNOGHØJ	8.200	400	1.800	5.800	16.600	12%
TAULOV	1.700	-	400	8.900	11.000	8%
SKÆRBÆK	1.000	-	100	-	1.100	1%
EGESKOV, BØGESKOV OG TRELDE	1.000	-	-	-	1.000	1%
I ALT	37.600	11.300	33.400	54.700	136.890	100%

BRUTTOETAGEAREALET OMFATTER BUTIKKERNES SAMLEDE AREAL, HERUNDER SALGSAREAL, LAGER, KONTOR, MEN FRATRUKKET PERSONALERUM OP TIL 200 M<sup>2</sup>. I ALLE OPSUMMERINGER ER AREALET AFRUNDET TIL HELE 100 M<sup>2</sup>.

AREALET AF VAREHUSE SOM FØTET ER OPDELT PÅ DAGLIGVARER, BEKLÆDNING OG ØVRIGE UDVALGSVARER.





**/Butiksareal (m<sup>2</sup>) fordelt på hovedbranche indenfor oplandene, 2014.**

Tilsammen udgør bymidten, aflastningsområdet og bydelscentrene hver 1/3 af omsætningen i kommunen. De øvrige dele af Fredericia Kommune står kun for ca. 5 % af omsætningen i hele kommunen. Der er en vis opdeling mellem brancherne fordelt på de forskellige områder. Eksempelvis står bymidten for ca. 85 % af den samlede omsætning inden for tøj, sko mv. Bymidten og Fredericia Vest står hver for ca. 35 % af omsætningen med øvrige udvalgsvarer, og bydelscentrene står for ca. 50 % af dagligvareomsætningen. Fredericia Vest står også stærkt på dagligvarehandlen og rummer ca. 30 % af den samlede dagligvareomsætning i kommunen. Bymidten rummer ca. 15 % af dagligvareomsætningen i kommunen.

#### UDVIKLINGEN I OMSÆTNINGEN 2011-2013

I forbindelse med butiksregistreringen er de butiksdrevende blevet spurgt om omsætningsudviklingen. Se nærmere om indsamlingen og dens dækning i faktaboksen. De fleste butikker har oplevet en stigende omsætning de sidste to år. I alt har 25 % af butikkerne oplevet status quo (status quo forstået som mindre end 5 % stigning eller fald). 8 % har oplevet fald, og de resterende 68 % har oplevet stigninger. Gennemsnittet for udviklingen er på 10 % af omsætningen, udregnet som gennemsnit for den enkelte butik.

Der er ikke nogen klar sammenhæng mellem butikkens størrelse og omsætningsudviklingen i procent. Dagligvarebutikkerne er gået mest frem (12 %), mens øvrige udvalgsvarer (8 %) og beklædning (6 %) har haft en lavere vækst. Blandt dagligvarebutikkerne har

80 % oplevet fremgang, mens det for udvalgsvarebutikkerne er 60 %, der har oplevet fremgang.

Gennemsnitligt er kapitalkæderne gået mest frem, med i alt 12 %. De selvstændige butikker har øget omsætningen med 8 %, og de frivillige kæder med 4 %. Herunder skal der tages hensyn til, at der er et sammenfald mellem kapitalkæder og dagligvarebutikker, mens der er få kapitalkæder blandt udvalgsvarebutikkerne.

Udviklingen i omsætningen har været mindre positiv i bymidten end i resten af kommunen. Det forklares af, at den svageste butikstype (beklædning), næsten udelukkende findes i bymidten. Dagligvarebutikkerne i bymidten har gennemsnitligt haft samme vækst som kommunen i øvrigt. Øvrige udvalgsvarebutikker i bymidten har klaret sig dårligere end gennemsnittet for resten af kommunen.

#### DETAILHANDLENS FORVENTNINGER TIL FREMTIDEN

Gennemsnitligt forventer butikkerne en omsætningsstigning på 8 % fra 2013 til 2015 - marginalt lavere end udviklingen fra 2011-2013. Lægges de forventede omsætninger for butikkerne sammen, forventes en stigning på 5 %. Det svarer omtrent til halvdelen af stigning fra 2011 til 2013. Det viser, at butikkerne med den største omsætning ikke forventer de samme vækstrater de næste to år. Undersøges tallene nærmere viser det sig, at især de største dagligvarebutikker har haft store omsætningsstigninger fra 2011 til 2013, og kun forventer mindre stigninger fra 2013 til 2015.

Den største stigning (relativt set) forventes af beklædningsbutikkerne med 7 %, mens butikkerne indenfor dagligvarer og øvrige udvalgsvarer forventer stigninger på omkring 4 %. Der er færrest optimistiske butikker indenfor hovedbranchen øvrige udvalgsvarer.

Forventninger til fremtiden er lavest i bymidten, hvor butikkerne samlet forventer en omsætningsfremgang på 2 %. Det er kun i bymidten, at der findes butikker med forventning om en tilbagegang frem mod 2015 (10 %). Tilsvarende færre har forventning om fremgang, og omtrent samme andel tror på status quo.

#### BUTIKKER MED WEBSHOPS

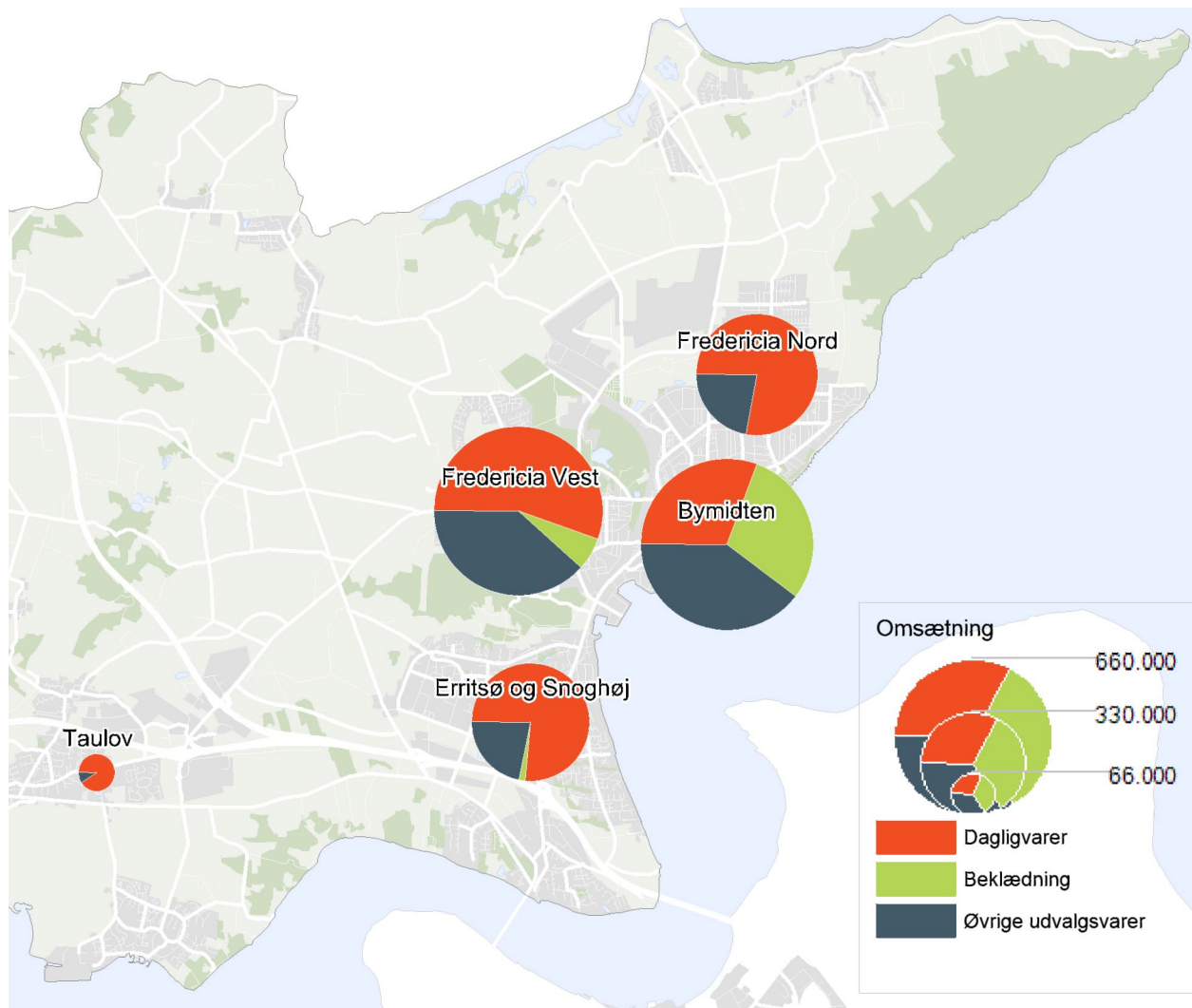
Internethandel udgør en stadig stigende andel af butikernes omsætning. Derfor er detailhandlens brug af muligheder for at kombinere den fysiske butik med nethandel blevet undersøgt. Internethandlen spiller en stadig stigende rolle i detailhandlen, og tendenser peger på, at flere fysiske butikker kombineres med webshops. Internethandlen er de seneste 5 år vokset med ca. 15 % om året. I 2013 udgjorde internethandlen ca. 1-2 % af dagligvarehandlen og ca. 10 % af handlen med udvalgsvarer. Generelt har flere og flere fysiske butikker har også en egentlig webshop, enten via kædens webshop eller som egen webshop.

#### OMSÆTNING OG FORVENTNINGER

Butikkerne er under dataindsamlingen blevet spurgt til omsætningsudviklingen - dels to år tilbage i tiden, og dels den forventede udvikling to år frem i tiden.

I alt 110 butikker af 216 har oplyst om omsætningsudviklingen 2011-13 eller 2013-15. 104 butikker har oplyst for begge perioder. Det er omtrent alle butikker, der også har oplyst deres faktiske 2013 omsætning.

Tolkningen af tallene er sket under hensyn til, at nogle butikstyper og -størrelser har været mere tilbøjelige til at oplyse omsætning og forventninger end andre. Det skal desuden nævnes, at undersøgelsen har en statistisk usikkerhed, da butikker der har oplevet en omsætningsnedgang, vil have en højere sandsynlighed for at være lukket. Bilforhandlere er udeladt fra denne undersøgelse.



/Omsætningsfordeling for dagligvarer og udvalgsvarer i mio. kr. fordelt på byerne, 2013.

OMSÆTNING 2013					
BYOMRÅDE	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØV. UDV. VARER	TOTAL	TOTAL
	MIO. KR.	MIO. KR.	MIO. KR.	MIO. KR.	%
BYMIDTEN	211	197	267	675	31%
FREDERICIA VEST	359	40	248	647	31%
FREDERICIA NORD	276	-	79	355	17%
ERRITSØ OG SNOGHØJ	263	*	76	344	16%
TAULOV	*	-	*	*	2%
SKÆRBÆK	*	-	-	*	1%
EGESKOV, BØGESKOV, TRELDE	*	-	-	*	1%
I ALT	1.186	243	695	2.125	100%

\*OMSÆTNINGERNE ER ANONYMISERET, HVIS DER ER 3 ELLER FÆRRE SAMMENLIGNELIGE BUTIKKER I KATEGORIEN. BELØBENE ER INKL. MOMS.  
 OMSÆTNINGEN FOR BYGGEMARKEDER MV. ER INKLUDERET I OMSÆTNINGEN FOR ØVRIGE UDVALGSVARER.  
 BYERNE ER AFGRÆNSET TIL BYMÆSSIG BEBYGGELSE OG DÆKKER IKKE OPLANDE OMKRING BYERNE.  
 OMSÆTNINGEN I VAREHUSE SOM FØTEX ER OPDELT PÅ DAGLIGVARER, BEKLÆDNING OG ØVRIGE UDVALGSVARER.



Under dataindsamlingen er det kortlagt, hvilke butikker, der har en webshop tilknyttet. Det kan både være i forbindelse med kapitalkæder, som har en fælles hjemmeside, eller en uafhængig af butik, der har sin egen hjemmeside. Forholdet mellem butik og webshop varierer også - webshoppen kan være et supplement til den fysiske butik, det kan være ligestillede eller separate salgskanaler, og nogle butikskoncepter anvender i dag aktivt en multichannel strategi, hvor webshoppen integreres i den fysiske butik.

I andre tilfælde kan webshoppen være forretningens primære platform.

I Fredericia Kommune er det ikke usædvanligt kæderne, der i størst grad har webshops. Lidt over halvdelen af både kapital- og frivillige kæder har webshops. Blandt de frivillige butikker, er det kun cirka 15 %. Der er heller ikke nogen forskel at spore blandt udvalgsvarebutikkerne, hvor lidt under halvdelen har webshops, mens det er en fjerdedel af dagligvarebutikkerne. For udvalgsvarebutikkernes vedkommende, er der ikke forskel på andelen af butikker med webshops i og udenfor bymidten. En større andel af dagligvarebutikker i bymidten har webshops end udenfor bymidten - det er især de største kapitalkæder (Føtex og Matas) og vinhandlere og blomsterbutikker.

#### BUTIKKERNES ATTRAKTIVITET

De enkelte butikkers attraktivitet er sammen med det samlede butiksudvalg, tilgængeligheden og handelscentrenes øvrige attraktion centrale i tiltrækning af besøgende og kunder til Fredericia. Under kortlægningen af kommunens butikker, er attraktiviteten af den enkelte butik vurderet. For at give en karakteristik af kommunens butiksudbud er der foretaget en bedømmelse af hver butiks attraktion efter følgende skala:

- › 5: Meget høj
- › 4: Høj
- › 3: Middel
- › 2: Lav
- › 1: Meget lav

I vurderingen er der bl.a. taget hensyn til kvaliteten og bredden i butikkens sortiment, butikkens størrelse i forhold til sortimentet og branchen samt disponeringen af arealerne. Vurderingen skal derfor opfattes som en forbrugers bedømmelse af den enkelte butiks attraktion.

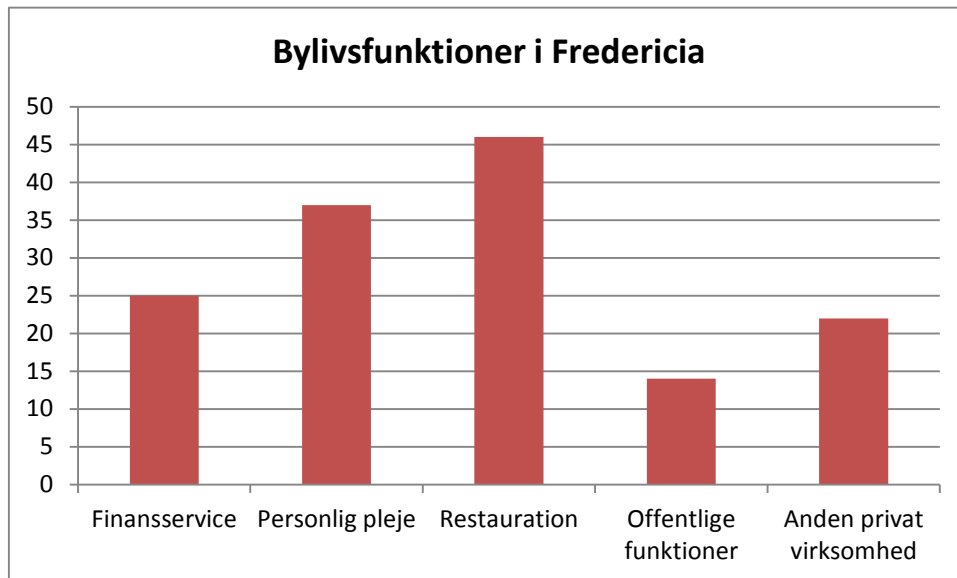
Attraktiviteten er for alle de vurderede butikker i kommunen er 2,8. I 2007 blev den gennemsnitlige attraktivitet opgjort til 2,9.

Der er ikke nogen nævneværdig forskel på attraktiviteten af dagligvare- og udvalgsvarebutikker. Kapitalkæderne er gennemsnitligt en smule mere attraktive end uafhængige butikker og butikker udenfor kædesamarbejde (3,0 mod 2,7). Samlet set er der ingen større forskel på attraktiviteten af bymidtens butikker kontra resten af kommunen (2,9 mod 2,8).

#### BYLIVSFUNKTIONER I FREDERICIA BYMIDTE

Sammen med butikkerne er service- og kulturtilbud vigtige elementer for i bymidtens attraktivitet for kunderne. Konkurrencen mellem byerne om at være attraktive for indbyggere, kunder og tilflyttere medfører en konstant udvikling af byernes service- og kulturtilbud. I det følgende er tilstedeværelsen af en række byfunktioner undersøgt i de centrale dele af Fredericia.

Bylivsfunktionerne har stor betydning for bylivet, men har en forskellig effekt, når det kommer til at generere fodgængerstrømme. Typisk har finanssektoren som banker, forsikringsselskaber, ejendomsmæglere mv. ikke længere så mange daglige kunder som tidligere. På den anden side har restaurationsbranchen, herunder særligt take-away, et større dagligt fodgængerflow.



I Fredericia bymidte er der registreret ca. 145 bylivsfunktioner i stueetagen. 17 % af bylivsfunktionerne er tilknyttet den finansielle sektor. 26 % er tilknyttet personlig pleje (frisør, solcenter, skønhedssalon, læge, fysioterapeut mv.), 32 % er restaurationer (café, bar, restaurant, take away mv.), 10 % er offentlige funktioner (jobcenter, kirke, skole mv.) og de resterende 15 % er andre private virksomheder (hotel, køreskole, spillehal mv.)

Antallet og fordelingen af bylivsfunktioner i Fredericia vidner om et stort, bredt og koncentreret udbud af forskellige funktioner. Der er en overvægt af restaurationer og funktioner med personlig pleje, der generere en vis fodgængerstrøm.

Der er registreret ca. 45 restaurationer, heraf er der ca. 20 caféer og restauranter, 13 take-away-steder og 12 værtshuse. Der er forskel på gadernes udbud af restaurationer. Gothersgade er kendetegnet ved at have flest caféer, Danmarksgade har det største udbud af take-away og Vendersgade og Jyllandsgade har det største udbud af værtshuse.

Der er registreret knap 40 funktioner i kategorien, personlig pleje, hvoraf omkring halvdelen er frisører. Derudover er der ca. 10 funktioner med anden kropspleje som wellness, neglesalon og fodterapi. De øvrige ca. 10 funktioner inden for personlig pleje er tatovører, psykologer, tandlæger mv. Bylivsfunktionerne med personlig pleje ligger spredt i de centrale gader i Fredericia. Undersøgelser fra andre byer viser, at lægehuse og sundhedstilbud trækker kunder fra et større opland, og at et besøg ofte kombineres med indkøb.

Der er registreret ca. 25 finansielle funktioner i de centrale gader i Fredericia bymidte. Halvdelen af de finansielle funktioner er banker, ca. 1/3 er ejendomsmæglere og de øvrige funktioner er forsikring, revisorer mv. Finanssektoren genererer begrænset fodgængerstrømme.

Knap 25 funktioner tilhører andre private virksomheder som bedemand, spillehal, reparation af forskellige forbrugsvarer mv. Funktionerne ligger blandet med Fredericias butikker og de andre byfunktioner. Sammenlignet med andre byer er der relativt få kunstvirksomheder og andre mere publikumsorienterede virksomheder.

De resterende ca. 15 funktioner tilhører kategorien, offentlig service. Herunder er der skole, kirke, bibliotek, center for frivillige mv. De fleste af de offentlige funktioner ligger i kanten af de centrale handeleggader.

En opgørelse på de danske ejendomsportaler viser, at der kun er ca. 5 butikslokaler til leje eller til salg i den centrale del af Fredericia by. Lokalerne er ca. 100 m<sup>2</sup>. Den

lave tomgang indikerer, at der er god efterspørgsel på butikslokaler i bymidten. Lidt flere lokaler er til salg i periferien af bymidten, og her er lokalerna typisk på op til 500 m<sup>2</sup>. Der er også få lokaler til leje eller til salg i Vestbyen. De største er ca. 3.000 m<sup>2</sup> og ligger ved Megacentret ved Vejlevej, mens de øvrige er af blandet størrelse. Det er bemærkelsesværdigt, at der kun er ca. 15 butikslokaler til leje eller salg i Fredericia.

Tilsammen er der ca. 265 butik- og bylivsfunktioner i drift i Fredericias centrale handlegader. Samlet set er det kendetegnende for Fredericia, at butikker, personlig pleje og andre byfunktioner ligger blandet i de centrale handlegader, Gothersgade, Prinsessegade, Danmarksgade, Købmagergade, Jyllandsgade og Vendersgade. De ca. 145 byfunktionerne understøtter detailhandlens ca. 120 butikker. Samlet set har bymidten i Fredericia et godt udbud af bylivsfunktioner.

#### FORBRUGSPOTENTIALE I FREDERICIA

Det samlede forbrug i Fredericia Kommune er ultimo 2013 beregnet til 2,3 mia. kr., hvilket er ca. 150 mio. kr. mindre end i analysen fra 2008. I perioden 2008-2014 er der kommet ca. 900 flere borgere til Fredericia Kommune.

Privatforbruget er i høj grad koncentreret omkring Fredericia bymidte. Med udbygning af FredericiaC vil forbrugsgrundlaget i den centrale del af byen styrkes. Kortet viser, at befolkningstætheden også er forholdsvis høj i Erritsø og Snoghøj, samt i den nordlige del af Fredericia. Også i Taulov og i Skærbæk er der en vis befolkningstæthed. Kortet viser også placeringen af dagligvarebutikker på mere end 450 m<sup>2</sup>. De fleste områder med høj befolkningstæthed er godt forsynet med større dagligvarebutikker. Nørremark, Snoghøj og boligområdet vest for Den gamle Lillebæltsbro samt boligområdet omkring Bredstrupvej har en høj befolkningstæthed men ingen større dagligvarebutik.

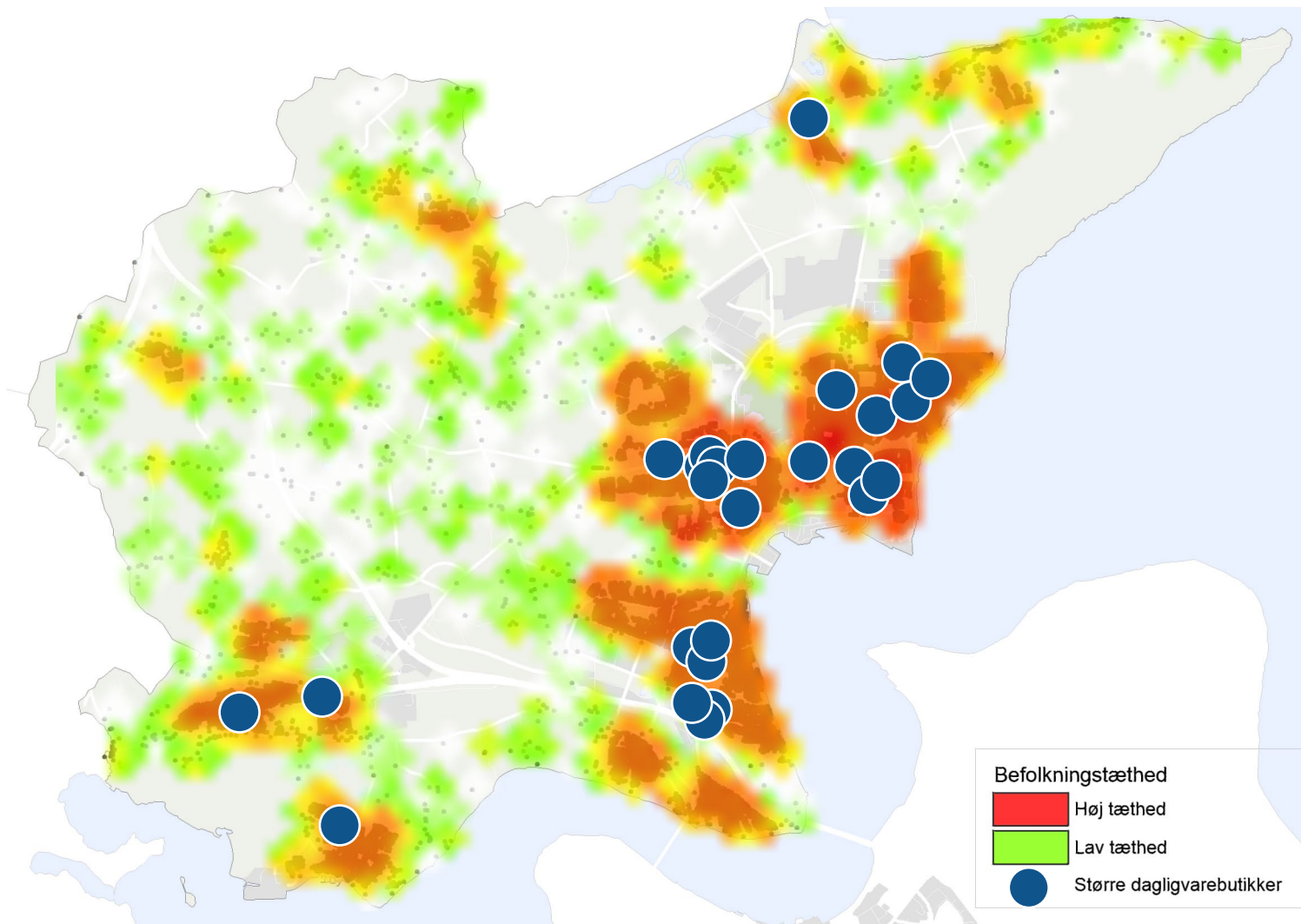
Ifølge Fredericia Kommunes seneste befolkningsprognose vil der de næste 12 år komme ca. 2.600 nye borgere til kommunen. De fleste vil sandsynligvis bosætte i og omkring Fredericia. Befolkningsudviklingen alene svarer til et årligt dagligvareforbrug på ca. 70 mio. kr. svarende til den årlige omsætning i 2 gennemsnitlige dagligvarebutikker. Som følge af udbygningen af FredericiaC, samt Elektrolux-grunden, Oldenborggade mv. forventes der yderligere ca. 1.800 borgere i Fredericia, som ikke er medregnet i befolkningsprognosens forventning. Det er ikke afgjort, hvorvidt de forventes at blive realiseret indenfor perioden. 1.800 yderligere borgere, vil medføre et øget dagligvareforbrug på i størrelsesordenen 50 mio. kr. En stor del af forbruget forventes at blive lagt i butikkerne i Fredericia Kommune.

#### FORBRUG OG DÆKNINGSGRAD

Ved hjælp af et udtræk fra Danmarks Statistik på forbrugsgrupper er indbyggernes forbrug beregnet. Det gør det muligt at beregne dækningsgraden, der er butikernes omsætning divideret med indbyggernes forbrug. Der er beregnet dækningsgrader for kommunen som helhed og for 8 oplande. Dækningsgraden er et udtryk for et givent områdes detailhandelsmæssige styrke. En dækningsgrad over 100 % udtrykker, at der er et handelsoverskud, hvor butikkerne i området omsætter for mere end indbyggerne forbruger. Det betyder, at byen står stærkt som udbudspunkt i et opland, der rækker ud over det lokale opland.

Internethandlen er trukket ud af forbruget ved beregning af dækningsgrader i 2013. Begrundelsen er, at internethandlen i dag har nået et betydeligt omfang, og at det påvirker et ønske om, at dækningsgraden udtrykker forholdet mellem omsætning og forbrug i fysiske butikker. Hvis internethandlen ikke trækkes ud af forbruget, så ville dækningsgraden være en del lavere.





**/Befolkningstætheden og forbrugspotentialet i Fredericia Kommune. Cirklerne viser dagligvarebutikker på mere end 450 m<sup>2</sup>.**

#### DÆKNINGSGRADER I FREDERICIA KOMMUNE

Dækningsgraden for Fredericia Kommune er for 2013 beregnet til 91. Det svarer til, at butikkerne omsætter for ca. 200 mio. kr. mindre end det samlede forbrug fra borgerne i Fredericia Kommune.

Dækningsgraden for dagligvarer er beregnet til 92, hvilket betyder, at der er et underskud i handlen med dagligvarer på ca. 100 mio. kr. I 2007 blev dækningsgraden for dagligvarer beregnet til 102 og i 2003 var den 98. Fredericia Kommune fastholder således niveauet fra 2007 men har over en 10-årig periode tabt terræn til nabokommunernes dagligvarebutikker.

For beklædning er dækningsgraden beregnet til 83 svarende til et handelsunderskud på ca. 50 mio. kr. I 2007 blev dækningsgraden beregnet til 93 og i 2003 var den 104. Det svarer til, at Fredericia Kommune de seneste 10 år har tabt ca. 20 procentpoint til de konkurrerende kommuner. Hvis internethandlen også var trukket ud af forbruget i analyserne fra 2003 og 2007 var handelsunderskuddet blevet lidt mindre. Den forholdsvis lave dækningsgrad skyldes sandsynligvis, at konkurrencen i Østjylland er blevet hårdere. Eksempelvis har Vejle har fået en række nye tøjbutikker i butiksentret Bryggen og Odense er blevet styrket med et nyt IKEA-varehus og en udvidelse af Rosengårdscentret. Samtidig er tøj og sko en branche, hvor forbrugerne generelt kræver et stort udbud, som de til gengæld er villige til at køre efter.

For øvrige udvalgsvarer er dækningsgraden beregnet til 92 svarende til et handelsunderskud på ca. 60 mio. kr. Underskuddet skyldes sandsynligvis, at Fredericia ikke har en række af de store udvalgsvarerbutikker som ligger i Odense, Kolding mv. Borgerne i Taulov, Skærbæk, Egeskov mv. har ca. lige så langt til Kolding eller Vejle som til Fredericia. Afstanden til det større udbud i de konkurrerende byer har sandsynligvis også en effekt for udvalgsvarerhandlen i Fredericia.

I planområdet, bymidten, er dækningsgraden for dagligvarer beregnet til 141. Det svarer til, at bymidtens butikker omsætter for ca. 40 % mere end de lokale borgeres dagligvareforbrug. I andre tilsvarende kommuner er dagligvareomsætningen for bymidten markant højere. Det skal ses i sammenhæng med, at der kun er to større dagligvarebutikker i bymidten, Føtex og Fakta. Der bor ca. 5.800 personer i planområdet til bymidten.

I planområdet, Fredericia Vest, er dækningsgraden for dagligvarer beregnet til 132 svarende til niveauet i bymidten. Det skal ses i sammenhæng med, at der næsten dobbelt så mange personer i Fredericia Vest. Dagligvareomsætningen i Fredericia Vest er tilsvarende dobbelt så høj som i bymidten. De bor ca. 10.700 personer i oplandet til Fredericia Vest.

Der er en betydelig forskel i dækningsgraden for dagligvarer i bydelscentrene nord for Fredericia sammenlignet med bydelscentrene syd for byen. Bydelscentrene i Fredericia nord har en tilsammen en dækningsgrad for dagligvarer på 77. Det svarer til, at borgerne nord for Fredericia køber ca. 25 % af deres dagligvarer uden for Fredericia nord. I Erritsø og Snoghøj er dækningsgraden for dagligvarer beregnet til 109 svarende til, at butikkerne omsætter for ca. 10 % mere end borgernes dagligvareforbrug. I Fredericia nord klarer bydelscentrene sig mindre godt, og der er få butikker. I bydelscentret ved Højdepunktet er der eksempelvis ingen dagligvarebutikker. I Fredericia syd klarer bydelscentrene sig bedre. Med en beliggenhed tæt ved motorvejen er det sandsynligt, at en del af handelsoverskuddet kan forklares ved forbigående trafik, der handler i dagligvarebutikkerne i Fredericia syd. Der bor ca. 14.000 personer i Fredericia nord og ca. 9.400 personer i Fredericia syd.

I Taulov, Skærbæk, Egeskov og Bredstup er dækningsgraden for dagligvarer under 50. Det betyder, at borgerne køber mere end 50 % af deres dagligvarer i butikker uden for deres egen by og opland. Der bor ca. 10.100 personer i områderne uden for Fredericia.

Der er stort set kun handel med tøj og sko i Fredericia bymidte. Det afspejler sig i dækningsgraderne, der er meget lave i stort set alle oplande bortset fra bymidten. Det er bemærkelsesværdigt, at dækningsgraden for tøj og sko i Fredericia Vest er opgjort 65. Det skal ses i lyset af, at der ligger to store tøjbutikker ved Vejlevej og at Føtex også rummer en vis handel med tøj og sko.

Bymidten og aflastningsområdet har en meget høj dækningsgrad for udvalgsvarer. Det skal ses i sammenhæng med det store butiksudbud, den høje omsætning i områderne og at oplandet til områderne er hele kommunen. Udvalgsvarerhandlen i stort set alle øvrige oplande i Fredericia Kommune er begrænset. Det er bemærkelsesværdigt, at oplandet omkring Erritsø og Snoghøj har en dækningsgrad for øvrige udvalgsvarer på 54. Det er den højeste dækningsgrad for udvalgsvarer i Fredericia Kommune bortset fra bymidten og aflastningsområdet. Det skal ses i sammenhæng med, at området har flere fritidsbutikker som cykelhandler, friluftsudstyr mv. foruden en tømmerhandel, hvis omsætning er medregnet som øvrige udvalgsvarer.



/Planområder i Fredericia Kommune.

DÆKNINGSGRAD 2013				
BYOMRÅDE	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØV. UDVARER	I ALT
BYMIDTEN	141 %	585 %	307 %	250 %
FREDERICIA VEST	132 %	65 %	168 %	135 %
FREDERICIA NORD	77 %	-	-	55 %
ERRITSØ OG SNOGHØJ	109 %	-	54 %	79 %
TAULOV	-	-	-	-
SKÆRBÆK	-	-	-	-
ØVRIGE	-	-	-	-
I ALT	92 %	83 %	92 %	91 %

DÆKNINGSGRADERNE ER ANONYMISERET, HVIS DER ER 3 ELLER FÆRRE SAMMENLIGNELIGE BUTIKKER I KATEGORIEN. BELØBENE ER INKL. MOMS. OMSÆTNINGEN FOR BYGGEMARKEDER MV. ER INKLUDERET I OMSÆTNINGEN FOR ØVRIGE UDVALGVARER. OMSÆTNINGEN I VAREHUSE SOM FØTEX ER OPDELT PÅ DAGLIGVARER, BEKLÆDNING OG ØVRIGE UDVALGVARER.





# FORBRUGSUDVIKLING OG AREALBEHOV

Som grundlag for den fremtidige detailhandelsplanlægning omsættes forbrugstilvæksten til to scenarier for det fremtidige arealbehov. Afhængigt af udviklingen i privatforbruget, væksten i internethandel mv. kan der forventes alt mellem et større behov for areal til detailhandel til, at fremtidens forbrug kan ske på et detailhandelsareal, der er mindre end det nuværende.

## FORBRUGSUDVIKLING OG FREMTIDIGT AREALBEHOV

Siden 2007, hvor forbruget toppede, har forbrugerne været tilbageholdende som en konsekvens af den økonomiske krise. Det er især gået ud over udvalgsvarerhandlen, men også dagligvarehandlen er ramt i et væsentligt omfang. I de kommende år vil den økonomiske krise fortsat have stor betydning for udviklingen i forbruget og dermed også det fremtidige arealbehov til butikker. Andre faktorer vil også have indflydelse på detailhandlens udviklingsmuligheder i Fredericia Kommune. Følgende faktorer vil have betydning for udviklingen:

- › Befolkningsudviklingen,
- › Udviklingen i privatforbruget,
- › Udviklingen i internethandlen,
- › Udvikling i handelsbalancen overfor nabokommunerne.

Det forudsættes desuden, at arealintensiteten (omsætningen pr. m<sup>2</sup> pr. år) er konstant i perioden 2014-2026. Det nuværende niveau for arealintensiteten svarer i store træk til andre tilsvarende kommuner.



#### AREALINTENSITET, OMSÆTNING PR. M<sup>2</sup>

DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER
31.500	21.500	11.500

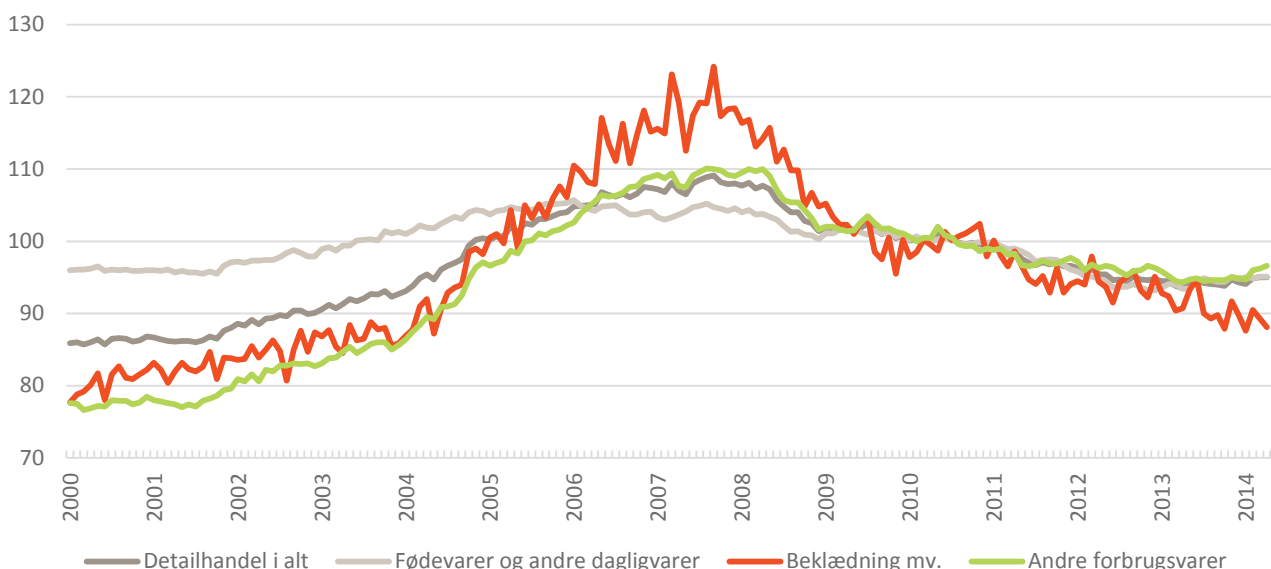
Der opstilles to scenarier for udviklingen. Maksimumsscenaeriet beskriver en fremtidig udvikling, hvor alle parametre har udviklet sig positivt for detailhandlen. Minimumsscenaeriet udtrykker den omvendte situation.

I forlængelse af scenarierne vurderes et yderligere potentiale i forbindelse med udbygning af større byudviklingsområder i kommunen, primært Fredericia C. Forbrugspotentialet som følge af byudviklingen kan have en vis betydning for detailhandlen – både inden for og udover scenariernes tidshorisont. Det er usikkert, hvornår projekterne kan være fuldt realiseret. Derfor beregnes byudviklingsområdernes forbrugspotentialer i stedet som et yderligere potentiale, som kan realiseres uafhængigt af de øvrige parametre i de to scenarier.

#### BEFOLKNINGSUDVIKLING

Udviklingen i indbyggertallet har stor betydning for detailhandlens udviklingsmuligheder. Ifølge Fredericia Kommunes befolkningsprognose vil der ske en befolkningstilvækst på ca. 2.600 personer fra 2014 til i 2026. Det svarer til en vækst på ca. 5 %. Befolkningsudviklingen vil betyde et øget forbrugsgrundlag på i størrelsesordenen 120 mio. kr. i de fysiske butikker. (2013 kr.). Udbygningen af FredericiaC, Elektrolux-grunden mv. vil betyde en yderligere befolkningstilgang udover prognosen på ca. 1.800 personer. Samlet set svarer befolkningsudviklingen inkl. boligudbygningen ved FredericiaC, at der på sigt vil være et øget forbrugsgrundlag på i størrelsesordenen 80 mio. kr. Samlet set vil der således være et forbrugsgrundlag i Fredericia Kommune, der er i størrelsesordenen 200 mio. kr. større end i dag.





***/Det sæsonkorrigerede mængdeindeks (2010=indeks 100). Mængdeindekset er et udtryk for den faktiske udvikling i dansk detailhandel, når der er taget højde for prisudviklingen.***

Hertil kommer etablering af 2.800 arbejdspladser på FredericiaC, som også forventes at medføre et øget forbrug i de fysiske butikker og andre funktioner som caféer mv. i Fredericia. Forbruget fra arbejdspladserne er vanskeligt at estimere, men de vil have en effekt i forhold til et yderligere forbrug, end befolkningsudviklingen ellers lægger op til.

Der regnes kun med én mulig befolkningsudvikling svarende til Fredericia Kommunes prognose.

#### UDVIKLING I PRIVATFORBRUGET

Siden 2007, hvor forbruget toppede, har forbrugerne været tilbageholdende som en konsekvens af den økonomiske krise. Det er især gået ud over udvalgsvarerhandlen, men også dagligvarehandlen er ramt. I de kommende år forventes den økonomiske krise fortsat at have stor betydning for udviklingen i forbruget. Siden 2007 er omsætningen i handlen med tøj og andre beklædningsvarer faldet med ca. 25-30 %, omsætningen i øvrige udvalgsvarer er faldet med ca. 10-15 %, og for dagligvarer er omsætningen faldet med ca. 5-10 %.

I et 12-årigt tidsperspektiv er forbrugsudviklingen usikker. De kommende år må det forventes, at forbrugsudviklingen vil blive afdæmpet, og at forbruget herefter vil udvikle sig afhængigt af, hvornår de økonomiske konjunkturer vender. På den baggrund er det i minimumsscenarioet forudsat, at forbruget stort set ikke stiger frem til 2025, hvilket i store træk svarer til, at stagnationen i forbruget de seneste år vil fortsætte i mange år endnu.

I maksimumsscenarioet antages forbruget i 2026 at være steget til et niveau, der svarer til det niveau, som forbruget havde omkring højdepunktet i 2007-2008.

#### INTERNETHANDEL

Internethandlen vinder frem. Siden 2009 er omsætningen i internethandlen steget med ca. 15 % om året og vurderes i dag at udgøre i størrelsesordenen 10 % af det samlede privatforbrug ekskl. boligudgifter. Internethandlen forventes at fortsætte væksten de kommende år. Væksten forventes især at ske inden for brancher som elektronik og beklædning, men også nye brancher som dagligvarer og møbler forventes at blive mere udbredte på internettet. Hvis væksten primært sker i rene internetbutikker, vil det reducere behovet for arealer til butikksformål, da varelagre og distribution vil kunne foregå i f.eks. lagerbygninger i erhvervsområder. Sker omsætningen derimod som et



supplement til omsætningen i den fysiske butik, vil det i nogle tilfælde direkte medvirke til øge behovet for butiksareal eller kan medvirke til at sikre eksistensen af fysiske butikker. Overordnet set forventes internethandlen at fortsætte sin vækst og vil komme til at udgøre en stadig større del af detailhandlen.

I de to scenarier forudsættes det, at internethandlen fortsat vil vokse. I scenariet, der beskriver minimumsbehovet for nyt areal til detailhandel, er det forudsat, at internethandlen vil vokse kraftigt. Eksempelvis forventes den at dække 25 % af forbruget inden for øvrige udvalgsvarer i 2026. I maksimumsscenarioet forventes internethandlen at vokse mere beskedent og vil eksempelvis kun dække 15 % af forbruget inden for øvrige udvalgsvarer i 2026.

#### UDVIKLINGEN I HANDELSBALANCEN OVER FOR OMVERDENEN

Dagligvarer købes i højere grad lokalt og tæt på bopælen, hvorimod udvalgsvarer i højere grad købes i de større byer, i centre eller via internettet. De øvrige handelsbyer i regionale opland omkring Fredericia har de senere år øget markedsandelene. Samtidig har Fredericia Kommune tabt markedsandele.

I minimumsscenarioet forudsættes det, at Fredericia Kommunes andele af handlen med dagligvarer vil falde en anelse. Andelen af handlen med tøj og sko forudsættes at falde yderligere som følge af det lavere udbud i Fredericia. Dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer forudsættes også at falde en anelse frem mod 2026.

I maksimumsscenarioet forudsættes det, at dækningsgraden for dagligvarer stiger til 95 svarende til en stigning på 3 procentpoint. Det er vanskeligt at forestille sig, at dækningsgraden vil nærme sig 100 eller endda overstige 100. Bilka i både Vejle, Kolding og Odense vurderes at tiltrække kunder fra Fredericia Kommune både i dag og i 2026. Den forholdsvis lave dækningsgrad for beklædning forudsættes at stige til 93 svarende til en stigning på 10. I bedste fald kan stigningen ske som følge af en udvikling af butiksudbuddet. Stigningen svarer til en meromsætning i beklædningsbutikkerne på ca. 70 mio. kr. pr. år. Det svarer til omsætningen i 10-20 gennemsnitlige tøjbutikker. Dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer forudsættes at stige til 96 svarende til en stigning på 4 procentpoint. Stigningen kan ske bl.a. som følge af, at Fredericia Kommune styrker den nuværende position i markedet med nye udvalgswarebutikker.

## SCENARIER FOR AREALBEHOVET I 2026

Med udgangspunkt i de beskrevne forudsætninger er der opstillet to scenarier for det fremtidige arealbehov til detailhandel i Fredericia Kommune. De to scenarier beskriver som nævnt to yderpunkter for arealbehovet i 2026 og omfatter ikke behovet for areal til butikker med særligt pladskrævende varer.

### MINIMUM AREALBEHOV

Minimumsscenarioet, hvor der er mindst behov for areal til detailhandel, kan beskrives ved:

- › at den økonomiske krise fortsætter i mange år endnu, og at borgerne ikke får flere penge til privatforbrug, end de har i dag,
- › at internethandlen vokser kraftigt og tager større andele fra de fysiske butikker i 2026,
- › at dækningsgraderne falder som følge af, de konkurrerende handelsbyer vinder markedsandele,
- › at indbyggertallet vokser med ca. 2.600 personer i perioden 2014-2026.

Det svarer til, at omsætningen i 2026 vil kunne ske på et areal, der er ca. 13.000 m<sup>2</sup> mindre end i dag.

### MAKSIMUM AREALBEHOV

Maksimumsscenarioet, hvor der er maksimalt behov for areal til detailhandel, kan beskrives ved:

- › at forbruget igen vil vokse og i 2026 nå niveauet fra 2007-2008, hvilket vil betyde vækst i forbruget af både dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer,
- › at væksten i internethandlen bliver mindre markant og i mindre grad vil tage andele fra de fysiske butikker,
- › at dækningsgraderne stiger,
- › at indbyggertallet vokser med ca. 2.600 personer i perioden 2014-2026.

Maksimumsscenarioet indebærer, at der vil blive behov for udvidelse af butiksarealet med i størrelsesordenen 24.000 m<sup>2</sup>. Det maksimale arealbehov er fordelt på ca. 7.000 m<sup>2</sup> til dagligvarebutikker, ca. 4.000 m<sup>2</sup> til beklædningsbutikker og ca. 13.000 m<sup>2</sup> til øvrige udvalgsvarerbutikker. Det vurderes, at det største arealbehov vil være i Fredericia bymidte. For at sikre en lokal forsyning med især dagligvarer kan bydelscentrene også have behov for nyt butiksareal.

Det skal understreges, at vurderingen af arealbehovet i de to fremskrivninger ikke tager højde for, at en del af den skønnede forbrugstilvækst også vil kunne omsættes i de eksisterende butikker ved en højere omsætning pr. m<sup>2</sup> og derved ikke give anledning til et øget behov for nyt butiksareal. Modsat forventes der at være behov for en vis fornyelse og omfordeling af butiksarealer, hvor der etableres nyt butiksareal nogle steder, mens der andre steder er butikker, der lukker. Omfordelingen kan bl.a. ske som følge af et ønske om at udvide eller flytte en butik for at opnå et tidssvarende butikskoncept og -indretning. Der kan således opstå situationer, hvor der vil være behov for nyt butiksareal på trods af, at der ikke er sket en egentlig vækst i omsætningen, men som følge af en omfordeling af forbruget, eller som følge af, at lejemålene ikke er tidssvarende.

### YDERLIGERE UDBYGNING

Udover befolkningsprognosen vil der på sigt være ca. 1.800 yderligere borgere i Fredericia som følge af udbygningen af FredericiaC, Elektrolux-grunden mv. De yderligere 1.800 personer vil generere et arealbehov på i størrelsesordenen 4-5.000 m<sup>2</sup> fordelt på ca. 1.-2.000 m<sup>2</sup> dagligvarer og ca. 3.000 m<sup>2</sup> udvalgsvarer. Hertil kommer etablering af ca. 2.800 arbejdspladser på FredericiaC, som også vil generere et vist arealbehov.

Samlet set viser beregningerne af forbrugsvæksten i de to scenarier, at den skønnede vækst i forbruget vurderes at blive ganske forskellig. Det skyldes især udviklingen i privatforbruget og internethandlen, hvor kun ganske små forskelle i forudsætningerne slår stærkt igennem.

**MINIMUM AREALBEHOV**

	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER
DÆKNINGSGRAD	90 (-2)	78 (-5)	86 (-6)
FORBRUGSVÆKST	0 %	0 %	0 %
ANDEL TIL INTERNETHANDEL	7%	20 %	25 %

 AREALBEHOV: -13.000 M<sup>2</sup>
**MAKSIMUM AREALBEHOV**

	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER
DÆKNINGSGRAD	95 (+3)	93(+10)	95 (+3)
FORBRUGSVÆKST	10 %	20 %	15 %
ANDEL TIL INTERNETHANDEL	3 %	12 %	15 %

 AREALBEHOV: 24.000 M<sup>2</sup>




# ORDFORKLARING

## BUTIK

En butik er et fast forretningsendehed, hvorfra der sælges varer til private, dvs. slutbrugeren. I henhold til Planlovens regler om detailhandel betragtes også forretninger, hvorfra der sker udlejning af fx film til private, som butik. Detailhandel fra hjemmet, via postordre og internet mv. uden egentlige fysiske udstillingslokaler indgår ikke i analysen.

## HOVEDBRANCHER

### Dagligvarer

Dagligvarer er kortvarige forbrugsgoder som fx madvarer, drikkevarer og rengøringsmidler. Butikker, der sælger dagligvarer, betragtes som dagligvarebutikker, herunder også servicestationer med kiosk og varehuse, som har et betydeligt salg af udvalgsvarer.

### Beklædning

Beklædningsvarer er f.eks. tøj, sko, babyudstyr, stof og børnetøj.

### Øvrige udvalgsvarer

Udvalgsvarer er fx smykker, cykler og bøger, hårde hvidevarer og isenkram. El- og VVS-installatører, der har butik og sælger til private, betragtes som en butik med øvrigt udvalgsvarer.

### Pladskrævende varegrupper

Under pladskrævende varegrupper hører biler, lystbåde, campingvogne, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer samt i særlige tilfælde møbelbutikker, der alene forhandler møbler.

## KÆDEBUTIKKER

Butikkernes kædetilknytning fortæller noget om det pågældende udbudspunkts detailhandelsmæssige styrke, tiltrækningskraft og mulighed for at overleve på sigt. Tilstedeværelsen af kædebutikker siger også noget om, hvor attraktiv en by er at investere i for detailhandlen.

Butikkerne er opdelt efter, om de indgår i en kapital-kæde, en frivillig kæde eller ikke indgår i et kædesamarbejde. I undersøgelsen betragtes franchisekæder som kapitalkæder.

### Kapitalkæder

En kæde defineres ved at være centralt ejet og drevet (person eller selskab), og indeholder mindst fire enheder. Eksempler på kapitalkæder: Jysk, El-giganten, Fakta, Jack & Jones, Bauhaus mv. Franchisekæder er en kæde, hvor en franchisegiver stiller et fuldt

butikskoncept til rådighed for en franchisetager mod royalties. Franchisegiver udstikker retningslinier for indkøb, markedsføring, butiksindretning m.m., mens franchisetager varetager driften. Eksempler på franchisekæder er Rema 1000, 7-eleven, Pilgrim.

### Frivillige kæder

Frivillige kæder er selvstændige lokale forretningsdrivende, der går sammen i et samarbejde om fx markedsføring, branding og koncept. Eksempler på frivillige kæder: GuldBageren, XL-byg, Sadolin Farveland, Intersport, Tøjeksperten, Bog og Idé mv.

### Uden for kæde

Butikker uden for kædesamarbejde er selvstændige butikker, hvor ejeren maksimalt ejer 3 enheder. Butikker uden for kæde indgår ikke i samarbejde med andre.

## BRUTTOETAGEAREAL

Butiksarealerne er defineret som butikkernes bruttoetageareal. Dvs. butiks-, personale- og lagerareal indgår i bruttoetagearealet. Lagerarealet er kun taget med, hvis det har umiddelbar tilknytning til butikken. Arealoplysningerne bygger på data oplyst af de butiksdrivende, via besigtigelse og de tilgængelige oplysninger fra den Offentlige InformationsServer (OIS). Det registrerede bruttoetageareal er udtryk for et øjebliksbillede af detailhandlen.

## OMSÆTNING

Butikkernes omsætning er fra 2013 og inkl. moms. Omsætningsoplysninger for butikkerne er indhentet ved kontakt til de enkelte butikker eller besigtigelse undtagen for brancher, der er kategoriseret i hovedbranchen med butikker, der forhandler særlig pladskrævende varegrupper.

For butikker, der vurderes at have aktiviteter, der ikke er relateret til detailhandlen, er den del af omsætningen fratrukket. Fx vil omsætning fra tankstationer med dagligvarebutikker, receptpligtigt medicin på apoteker, elinstallatørers servicearbejde mv. give fejlagtig stor omsætning i butikkerne, ligesom også dagligvarebutikker med væsentlig udvalgsvarerhandel (varehuse) vil føre til for høj omsætning i dagligvarebutikkerne. Inden for udvalgsvarer vil fx omsætningen i byggemarkeder vil blive for stor, hvis ikke tømmerhandelsdelen og engrossalget til håndværkere trækkes ud.

## DÆKNINGSGRAD

Dækningsgraden er defineret som forholdet mellem omsætningen og forbruget i et fast afgrænset område. Hvis dækningsgraden for en kommune er under 100

betyder det, at butikkerne i kommunen omsætter for mindre end kommunens borgere handler for. En del af borgernes forbrug bliver således lagt i butikker uden for kommunen. Tilsvarende betyder en dækningsgrad over 100, at butikkerne i kommunen tiltrækker kunder uden for kommunen. Dækningsgraden er således en måde at vurdere detailhandlen styrke og tiltrækningskraft.

#### DAGLIGVAREFORRETNINGER

##### Varehuse

Butikker med meget bredt varesortiment både inden for fødevarer og non-food varer, med betjente afdelinger (F.eks. Føtex).

##### Lavprisvarehus

Butikker med meget bredt varesortiment både inden for fødevarer og non-food varer. Stort sortiment af discountvarer (F.eks. Bilka).

##### Supermarked

Bredt udvalg i dagligvarer, især fuldt fødevarsortiment. Selvbetjening, men høj grad af service. Flere betjente afdelinger f.eks. med slagtervarer, kiosksvarer mv. (F.eks. Super Best, Super Brugsen eller Euro Spar).

##### Discountbutik

Butikker med lavprisvarer og sparsom indretning. Sortimentsbredden og dybden er begrænset. (Rema 1000, Fakta, Netto, Aldi, LIDL, KIWI).

##### Minimarked

Fødevarerbutik med fuldt fødevarsortiment, dog med ringe dybde, for eksempel på området fersk kød. (Kwik Spar, Lokal Brugsen, Nærkøb, Letkøb).

##### Kiosk

Mindre butikker der sælger aviser, blade, tobak, konfektur, drikkevarer og et begrænset antal fødevarer. (Kort & Godt, DSB, 7-eleven, tankstationer).

#### UDDRAG AF PLANLOVENS DETAILHANDELSBESTEMMELSER

Planlovens seneste detailhandelsbestemmelser trådte i kraft 4. april 2013. Hovedreglen i detailhandlsreglerne er fortsat, at detailhandelsbutikker skal placeres i den centrale del af en by, dvs. i **bymidten**.

Der kan udlægges arealer i et **lokalcenter**, der udgør og forsyner mindre dele af en by, en landsby, et sommerhusområde eller lignende. Det samlede

bruttoetageareal til butiksformål i et lokalcenter må ikke overstige 3.000 m<sup>2</sup>.

Endeligt kan der uden for bymidter, bydelscentre og lokalcentre placeres **enkelstående butikker**, der tjener til lokalområdets daglige forsyning. Jf. bemærkningerne til lovgrundlaget står det beskrevet, at der primært er tale om dagligvarebutikker, som kan etableres som enkeltstående butikker.

Planloven fastsætter de maksimale bruttoetagearealer for den enkelte butik til 3.500 m<sup>2</sup> for dagligvarebutikker og 2.000 m<sup>2</sup> for udvalgsvarebutikker - dog maksimalt 1.000 m<sup>2</sup> i lokalcentre og for enkeltstående butikker til lokalområdets forsyning.

## BRANCHEFORTEGNELSE

BRANCHEFORTEGNELSE	
<b>DAGLIGVARER</b>	DETAILHANDEL MED COMPUTERE, YDRE ENHEDER OG SOFTWARE
FREMSTILLING AF FRISKE BAGERIPRODUKTER	DETAILHANDEL MED TELEKOMMUNIKATIONSUDSTYR
KØBMÆND OG DØGNKIOSKER	RADIO- OG TV-FORRETNINGER
SUPERMARKEDER	FARVE- OG TAPETFORRETNINGER
DISCOUNTFORRETNINGER	BYGGEMARKEDER OG VÆRKTØJSMAGASINER
ANDEN DETAILHANDEL FRA IKKE-SPECIALISEREDE FORRETNINGER	DETAILHANDEL MED TÆPPER, VÆGBEKLÆDNING OG GULVBELÆGNING
FRUGT- OG GRØNTFORRETNINGER	DETAILHANDEL MED ELEKTRISKE HUSHOLDNINGSAPPARATER
SLAGTER- OG VIKTUALIEFORRETNINGER	MØBELFORRETNINGER
FISKEFORRETNINGER	DETAILHANDEL MED KØKKENUDSTYR, GLAS, PORCELÆN, BESTIK, VASER, LYSESTAGER MV.
DETAILHANDEL MED BRØD, KONDITORI- OG SUKKERVARER	FØRHANDLERE AF MUSIKINSTRUMENTER
DETAILHANDEL MED DRILLEVARER	DETAILHANDEL MED BELYSNINGSARTIKLER SAMT HUSHOLDNINGSARTIKLER I.A.N.
TOBAKSFORRETNINGER	DETAILHANDEL MED BØGER
ANDEN DETAILHANDEL MED FØDEVARER I SPECIALFORRETNINGER	DETAILHANDEL MED MUSIK- OG VIDEOOPTAGELSER
SERVICESTATIONER	FØRHANDLERE AF SPORTS- OG CAMPINGUDSTYR
APOTEKER	CYKEL- OG KNALLERTFORRETNINGER
DETAILHANDEL MED MEDICINSKE OG ORTOPÆDISKE ARTIKLER	DETAILHANDEL MED SPIL OG LEGETØJ
DETAILHANDEL MED KOSMETIKVARER OG PRODUKTER TIL PERSONLIG PLEJE	LÆDERVAREFORRETNINGER
BLOMSTERFORRETNINGER	DYREHANDEL
UDLEJNING AF VIDEOBÅND OG VIDEODISKS	DETAILHANDEL MED URE, SMYKKER OG GULD- OG SØLVVARER
	OPTIKERE
<b>BEKLÆDNING</b>	FOTOFORRETNINGER
ANDEN DETAILHANDEL FRA IKKE-SPECIALISEREDE FORRETNINGER	FØRHANDLERE AF GAVEARTIKLER OG BRUGSKUNST
DETAILHANDEL MED KJOLESTOFFER, GARN, BRØDERIER MV.	KUNSTHANDEL OG GALLERIVIRKSOMHED
TØJFORRETNINGER	DETAILHANDEL MED ANDRE VARER I.A.N.
BABYUDSTYRS- OG BØRNETØJSFORRETNINGER	DETAILHANDEL MED BRUGTE VARER I FORRETNINGER
SKOTØJSFORRETNINGER	DETAILHANDEL FRA POSTORDREFORRETNINGER
DETAILHANDEL MED BRUGTE VARER I FORRETNINGER	REPARATION AF ANDRE VARER TIL PERSONLIGT BRUG OG HUSHOLDNINGSBRUG
<b>ØVRIGE UDVALGTVARER</b>	<b>SÆRLIG PLADSKRÆVENDE VARER</b>
EL-INSTALLATION	DETAILHANDEL MED PERSONBILER, VAREBILER OG MINIBUSSE
VVS- OG BLIKKENSLAGERFORRETNINGER	ENGROS- OG DETAILHANDEL MED CAMPINGKØRETØJER, SMÅ TRAILERE MV.
UDFØRELSE AF GULVBELÆGNINGER OG VÆGBEKLÆDNING	FØRHANDLERE AF LYSTBÅDE OG UDSTYR HERTIL
GLARMESTERVIRKSOMHED	PLANTEFØRHANDLERE OG HAVECENTRE
DETAILHANDEL MED RESERVEDELE OG TILBEHØR TIL MOTORCYKLER	PLANTEFORMERING
SALG, VEDLIGEHOLDELSE OG REPARATION AF MOTORCYKLER OG RESERVEDELE OG TILBEHØR HERTIL	ENGROSHANDEL MED TRÆ, TRÆLAST OG BYGGEMATERIALER



