

MAJ 2013

DETAILHANDELSANALYSE VIBORG KOMMUNE RAPPORT



COWI



hm

hm

hm



THE DRIVE
TO WIN

hm
Soliker
1 par 30,-
5 par
100,-

DEALER

INDHOLD

- 4 SAMMENFATNING
- 12 BUTIKSANALYSE
- 18 FORBRUGSUDVIKLING OG AREALBEHOV
- 30 EFFEKTER VED UDVIDELSE AF AFLASTNINGSCENTRET
- 34 ORDFORKLARING
- 40 BRANCHEFORTEGNELSE



SAMMENFATNING

Der er gennemført analyser af detailhandlen i Viborg Kommune i 2008 og i 2013. Perioden har været præget af en strukturudvikling, der har budt på en del lukninger af både dagligvare- og udvalgsvarebutikker. Baggrunden, er at forbruget ligesom i resten af landet er skrumpet, og at den generelle strukturudvikling i detailhandlen har ført til færre butikker. Der er stort set balance i detailhandlen i Viborg Kommune, dog med et underskud i handlen med tøj og sko.

INDLEDNING

Viborg Kommune igangsatte i vinteren 2013 en analyse af detailhandlen som et led i kommunens overordnede planlægning for den fremtidige detailhandelsudvikling. Detailhandelsanalysen danner desuden grundlag for igangsætning og efterfølgende evaluering af frikommuneprojekterne om detailhandel.

Frikommuneprojekterne vil give mulighed for udvidelse af aflastningscentret ved Holstebrovej og mulighed for at planlægge for større udvalgsvarebutikker end fastsat i planloven. I aflastningscentret vil frikommuneforsøget give mulighed for at udvide områdets afgrænsning og det maksimale bruttoetageareal til detailhandel. Forsøgsprojektet vil også give mulighed for at planlægge for udvalgsvarebutikker, der er større end 2.000 m² i bymidten, bydelscentre og aflastningscentret. Som grundlag for forsøgsprojektet skal der udarbejdes en redegørelse, som bl.a. skal indeholde en vurdering af konsekvenserne for detailhandlen i bymidten, oplandsbyerne og nabokommunerne.

Viborg Kommune har herudover fået godkendt to andre forsøgsprojekter om udvidelse af bymidten og muligheder for sammenlægninger af bydelscentre i Viborg by til nye bydelscentre med en større maksimal ramme end planlovens maksimum på 5.000 m². Som grundlag for frikommuneforsøget skal Viborg Kommune udarbejde en detailhandelsanalyse, og ved forsøgets udløb i 2015-2016 skal forsøget evalueres bl.a. med en ny analyse. Der skal kunne sammenlignes på ændringer i antallet af butikker og deres bruttoetageareal i kommunen og i oplandet.

Som grundlag for Viborg Kommunes detailhandelsplanlægning og forsøgsprojekterne giver rapporten et overblik over detailhandlens aktuelle tilstand i Viborg Kommune.

Detailhandelsanalysen for Viborg Kommune omfatter en opdateret kortlægning af butikkerne i kommunen. Resultaterne af butiksanalysen er, hvor det er muligt, sammenlignet med detailhandelsanalysen fra 2008. Derudover omfatter analysen også konsekvensvurderinger af udvidelsesmuligheder for aflastningscentret ved Holstebrovej.



Vurderingen indeholder to scenarier for forbrugsudviklingen, der angiver spændet i forventningerne til arealbehovet i 2024, når der tages hensyn til befolkningsudviklingen, udviklingen i privatforbruget, øget internethandel og udviklingen i styrkeforholdet til nabokommunerne. Forbruget omregnes herefter til et arealbehov til butiksudvikling. Der opstilles også en konsekvensvurderingsmodel for, hvor omsætningsvæksten, som følge af en udvidelse af aflastningscentret, sandsynligvis vil blive hentet.

DETAILHANDLEN I VIBORG KOMMUNE UNDER ÉT

Detailhandlen i Viborg Kommune består af ca. 425 butikker, hvoraf ca. 65 % er lokaliseret i Viborg by. På landsplan har strukturudviklingen i kombination med den økonomiske krise gjort et betydeligt indhug i butiksbestanden. De sammen tendenser ses i Viborg Kommune. Siden 2008 er antallet af butikker reduceret med ca. 75 svarende til ca. 15 %.

I 2012 havde detailhandlen i Viborg Kommune en samlet omsætning på 4,2 mia. kr., mens borgerne i kommunen havde et forbrug på ca. 4,3 mia. kr. Detailhandlen er således stort set i balance. Balancen kan også beskrives ved dækningsgraden, som angiver forholdet mellem butikkernes omsætning og borgernes forbrug. For detailhandlen i Viborg Kommune under ét lå dækningsgraden i 2012 på 99. Det dækker over et mindre overskud på dagligvarehandlen samt handlen med øvrige udvalgsvarer som hårde hvidevarer, møbler, bøger, elektronik mv. og et underskud på ca. 15 % for handlen med tøj og sko.

I 2007 blev dækningsgraden for hele kommunen målt til 106. Omsætningen var dengang ca. 4,6 mia. kr., og det samlede forbrug var ca. 4,3 mia. kr. I 2012 var forbruget stadig ca. 4,3 mia. Befolkningstilvæksten på 2.500 personer opvejer således faldet i forbruget. Siden højkonjunktoren i 2007-2008 er omsætningen i butikkerne faldet med ca. 400 mio. kr. svarende til ca. 9 %.

Faldet i dækningsgrad fra 106 til 99 for Viborg Kommune som helhed indikerer, at detailhandlen i Viborg Kommune kan have tabt markedsandele til bymidter og centre i de omkringliggende kommuner, men det vurderes også, at dækningsgraden på 106 i 2008 er højt sat.

Detailhandelsstrukturen er kendetegnet ved, at der rundt om Viborg Kommune ligger stærke indkøbsbyer som Aarhus med aflastningscentret ved Bilka placeret på Viborgvej samt Randers, Holstebro, Herning og Silkeborg. Da Viborg Kommune dækker et stort areal, hvor afstandene til konkurrerende byer flere steder er stort set de samme som til Viborg, så er det svært for Viborg Kommune at opnå en dækningsgrad, der er væsentligt over 100.

DETAILHANDLEN I BYERNE I VIBORG KOMMUNE

Detailhandlen i byerne i Viborg Kommune kan opdeles i Viborg by, de større centerbyer og de mindre centerbyer, som er karakteriseret ved at have betydelige forskelle, udfordringer og muligheder.

Detailhandlen i Viborg Kommune er kendetegnet ved Viborg bymidte som det største udbudspunkt. De mindre udvalgswarebutikker i de gamle brostensbelagte strøggader er suppleret med en række store udvalgswarebutikker samt Bilka ved Viborg Storcenter ca. 2 km vest for bymidten. Tilsammen rummer Viborg by ca. 65 % af samtlige butikker og ca. 75 % af udvalgswarebutikkerne i kommunen.

Afstanden fra centerbyerne Bjerringbro, Karup og Stoholm til Viborg by er ca. 20-25 km. Disse er alle kendetegnet ved at ligge omtrent midt mellem Viborg og en anden af de store midtjyske handelsbyer.

I de mindre centerbyer er der en dagligvareforsyning til områdets borgere, mens udvalgswarehandlen er meget begrænset.

VIBORG BY

Viborg by er egnens gamle købstad og handelsby. Butikkerne i Viborg by omsatte i 2012 for ca. 3,1 mia. kr. svarende til knap 75 % af den samlede detailhandelsomsætning i hele kommunen.

Viborg er en af de ældste byer i Danmark, og byens centrum er kendetegnet ved en række historiske bygningsværker, snævre gader og Sct. Mathias Centret som det sydvestlige ankerpunkt. Butikkerne dækker stort set alle brancher i detailhandlen med en vis koncentration af tøj- og skobutikker, som typisk er kendetegnende for bymidterne i de mellemstore handelsbyer.

Udviklingen siden 2008 har budt på en del butikslukninger. Langs Gravene, Vestergade og St. Sct. Hans Gade er der registreret ca. 20 færre butikker end i 2008. Afstanden til de attraktive butikker i og omkring Sct. Mathias Centret vurderes at være en medvirkende årsag til, at detailhandlen langs Gravene, Vestergade og St. Sct. Hans Gade er vigende.

Den gennemgående handelsgade, Sct. Mathias Gade, har generelt oplevet en mindre tilgang af stærkere butikskoncepter. I perioden 2008-2013 er der lukket 7 butikker, men de er alle blevet erstattet af nye og stærke butikker – herunder eksempelvis Deichmann, Sport 24 og 3. I foråret 2010 flyttede Stereo Studio og Louis Nielsen desuden ind i nyrenoverede lokaler på Sct. Mathias Gade 17 og Solo flyttede ind i det gamle posthus i Sct. Mathias Gade 19. Samlet set omsætter butikkerne i Viborg bymidte for i omegnen af 1,1 mia. kr. svarende til ca. 25 % af den samlede omsætning i Viborg Kommune.

Ca. 2 km vest for Viborgs bymidte ligger aflastningscentret med store butikker som Bilka og Elgiganten. Aflastningscentret rummer i alt 16 butikker og har

en omsætning på knap 900 mio. kr. svarende til ca. 20 % af omsætningen i hele Viborg Kommune. Ved siden af aflastningscentret blev der i 2007 etableret Center Vest, som rummer 6 store butikker, der forhandler særligt pladskrævende varer. I alt har de nye udvalgswarebutikker i og omkring aflastningscentret tilsammen et areal på ca. 13.000 m² og en omsætning i 2012 på ca. 160 mio. kr.

Overordnet set vurderes butikkerne omkring Viborg Storcenter fortsat at fungere som et supplement til bymidtens mere strøgorienterede butiksudvalg og mindre butiksenheder. Det vurderes, at aflastningscentret er stærkt medvirkende til, at udvalgswarehandlen i Viborg klarer sig forholdsvis godt og trækker kunder til fra et større opland. Det vurderes også, at aflastningscentret har vundet betydelige markedsandele siden 2008, men at væksten især er hentet inden for Viborg Kommunes grænser. Viborg Kommune dækker et stort område, og afstanden til de nærmeste handelsbyer som Herning, Randers og Silkeborg er i størrelsesordenen 40 km. Derfor er væksten i mindre grad hentet fra detailhandlen udenfor Viborg Kommune.

Bydelscentrene i Viborg by forsyner hoveddageligt borgerne med dagligvarer. I de fleste bydelscentre er der et supermarked, og flere er også suppleret med discountbutikker, kiosker og specialbutikker som bager, slagter mv. Tilsammen rummer bydelscentrene ca. 40 butikker, hvoraf halvdelen er dagligvarebutikker. Dagligvarebutikkerne i bydelscentrene omsatte i 2012 for i størrelsesordenen 900 mio. kr., og der er stort set balance mellem borgernes dagligvareforbrug og bydelscentrenes dagligvareomsætning. Den største koncentration af udvalgswarebutikker findes i Viborg nordvest, som bl.a. rummer en række køkkenbutikker. Udvalgswareomsætningen i bydelscentrene er omkring 55 mio. kr.

DE STØRRE CENTERBYER

Centerbyerne, Bjerringbro, Stoholm og Karup har udviklet sig forskelligt siden 2008.

Bjerringbro (ca. 7.500 indbyggere) er den næststørste by i Viborg Kommune og ligger ca. 20 km fra Viborg. Byens ca. 45 butikker er koncentreret centralt i byen ved Torvegade, Nørregade og Storegade. Detailhandlen i Bjerringbro har oplevet en mærkbar tilbagegang i perioden 2008-2013. Der er stort set ikke flere butikker på Torvegade og omkring byens centrale torv. Handelslivet er hovedsageligt koncentreret omkring parkeringspladsen ved Rossensgade og i gågaden, Storegade.

Adgangen til Bjerringbros handelsmiljø sker fra bymidtens store parkeringsplads ved Rossensgade. Herfra er der adgang til bymidtens fire store dagligvarebutikker samt til bagsiderne af en række udvalgswarebutikker, herunder Bog&Idé og Imerco. Fra parkeringspladsen er der desuden adgang til Bjerringbros kulturhus og bibliotek, Gudenåhuset.

Udvalgswarebutikkerne i Storegade er udfordrede. I 2013 er der registreret 17 butikker på Bjerringbros primære gågade. Siden 2008 er der lukket 4 butikker, uden at nye er åbnet i lokalene.

I 2013 er der registreret 13 færre butikker i Bjerringbro svarende til en reduktion på ca. 23 %. Især udvalgswarebutikkerne er lukket.

Dagligvarehandlen i Bjerringbro er også gået tilbage, om end der ikke er sket så mange butikslukninger som i udvalgswarehandlen. Dagligvarebutikkerne i Bjerringbro omsætter for ca. 80 mio. kr. mindre end i 2007 svarende til en reduktion på ca. 20 %.

I 2010 vedtog Viborg Byråd en lokalplan for slagterigrunden, som ligger i den centrale del af Bjerringbro nær stationen og det øvrige handelsmiljø. Lokalplanen giver mulighed for, at der kan opføres op til 5.000 m² detailhandel på området. Indtil videre er der opført ca. 50 boliger på slagterigrunden. En ny ankerbutik

ved slagterigrunden kan være med til at generere et fodgængerflow gennem Storegade, som kan være med til at understøtte udvalgsvarerhandlen i Bjerringbro.

Stoholm (ca. 2.500 indbyggere) ligger mellem Viborg og Skive og rummer 12 butikker. Detailhandlen i Stoholm er koncentreret omkring Østergade, Vestergade og Nørregade, som er Stoholms centrale gader. Den centrale del af Stoholm er udformet med tætte bygninger, smalle gader og fartreducerende tiltag, der tilsammen giver gode forhold for fodgængere.

I Stoholm er der i 2013 registreret 6 færre butikker end i 2008 svarende til en reduktion på ca. 33 %. Dagligvarerhandlen er koncentreret ved Vestergade og Iglsøvej med Rema 1000 og Super Spar. Udvalgsvarerhandlen er koncentreret omkring Nørregade og Vestergade med en tøjbutik, en malerbutik m.fl. Der er ca. 100 m mellem de to handelsområder.

Det er hovedsageligt strækningen mellem dagligvare- og udvalgsvarerområdet, som har oplevet butikslukninger. De lukkede butikker er kendetegnet ved at være mindre udvalgsvarerbutikker uden for kædesamarbejde.

Karup (ca. 2.300 indbyggere) ligger ca. 20 km fra både Viborg og Herning og rummer 13 butikker. Detailhandlen i Karup er koncentreret centralt i byen omkring Bredgade med Super Brugsen, Spar og få andre butikker. På den anden side af Herningvej ligger Rema 1000 sammen med apotek, pizzeria mv. Området fungerer som et mindre butikscenter. Afstanden på ca. 200 m til den øvrige bymidte gør, at de to områder fungerer som to adskilte områder.

Detailhandlen i Karup er siden 2008 gået tilbage. 3 butikker er lukket, herunder dametøjsbutikken, Butik K, og DLG-forretningen, Land og Fritid. For at forbedre attraktiviteten af Karups bymidte har Viborg Kommune afsat knap 2,5 mio. kr. til renovering og forskønnelse af nedslidte gader og fortove.

DE ØVRIGE CENTERBYER

Frederiks, Rødkærsbro, Ørum, Hammershøj, Løgstrup, Skals og Møldrup har alle en velfungerende dagligvarerforsyning. Byerne har kun en meget begrænset handel med udvalgsvarer. Flere af dem har mistet udvalgsvarerbutikker siden 2008.

Udviklingen kan tilskrives den generelle strukturudvikling, der har skabt en centralisering af udvalgsvarerhandlen i de større byer, brancheglidningen, hvor flere dagligvarerbutikker også forhandler udvalgsvarer og ikke mindst den økonomiske krise, der især har reduceret grundlaget for udvalgsvarerhandlen.

Reduktionen i forbruget har betydet, at omtrent halvdelen af alle butikker på landsplan havde røde tal på bundlinjen i 2011, og næsten en fjerdedel var direkte lukningstruede. Det er især gået ud over forholdsvis nystartede butikker, som ikke har oparbejdet en økonomisk soliditet, og butikker, der har skullet gennemgå et generationsskifte.

AREALBEHOV

Forbrugerne har siden starten på finanskrisen ændret adfærd og er blevet mere tilbageholdende samtidig med, at de har øget handlen på internettet. Det har betydning for arealbehovet, som er vurderet til maksimalt at være i størrelsesordenen 56.000 m² i hele Viborg Kommune de kommende 12 år. Hvis de økonomiske konjunkturer fortsætter, og hvis internethandlen fortsætter med at tage markedsandele fra de fysiske butikker kan omsætningen i Viborg Kommune klares på et butiksareal, der er ca. 3.000 m² mindre end i dag. Der er således et

betydeligt spillerum for udviklingen i arealbehovet de kommende 12 år afhængigt af udviklingen i rammebetingelserne.

Strukturudviklingen forventes at skabe behov for en vis omfordeling af butiksarealer, hvor butikker i nogle områder lukker, mens der etableres nyt butiksareal andre steder, eller at butikkerne flyttes for at opnå et tidssvarende butiks-koncept og -indretning. Der vil derfor være behov for nyt butiksareal udover det beregnede behov som følge af en omfordeling af forbruget, geografisk omfordeling internt i byerne eller behov for fornyelse af udbuddet af butikslokaler. Ved vurdering af behovet for udvikling spiller det også ind, at der i lokalplan nr. 351 for Tolbodcenteret er planlagt for 16.000 m² detailhandel, som ikke er anvendt i det realiserede projekt.

EFFEKTER VED UDVIDELSE AF AFLASTNINGSCENTRET

Der er foretaget en vurdering af konsekvenserne af frikommuneforsøgsprojektet om udvidelse af aflastningscentret. Konsekvenserne er vurderet for tre scenarier, hvor der udbygges med hhv. 10.000 m², 15.000 m² og 20.000 m² til detailhandel.

Store udvalgswarebutikker i aflastningscentret i Viborg Kommune og i andre lignende områder omsætter typisk for 20.000 kr. pr. m². Det er vigtigt at gøre opmærksom på, at effektvurderingerne er gennemsnitsbetragtninger. Den faktiske effekt vil afhænge af de konkrete butikstyper, der vil blive etableret, og hvor der er tilsvarende butikstyper, som vil blive konkurrenceudsat.

Butiksstørrelser, brancher mv. har en betydning for, hvor store andele af omsætningen, der vil blive hentet i de forskellige delområder. Hvis der eksempelvis etableres store butikker med brancher, der kun er svagt repræsenteret i bymidten, så vil effekten på bymidten blive mindre end vurderet.

OMSÆTNINGEN TIL I DE NYE BUTIKKER OG HVOR DEN VIL KOMME FRA

Det simpleste er at forestille sig, at udvidelsen bliver etableret nu og dermed vurdere påvirkningen, som den ville være på den nuværende detailhandel. Der er taget udgangspunkt i 2012-priser, og derfor er effekterne vurderet, hvis de nye butikker blev etableret i 2012. Under de forudsætninger vurderes det, at udvidelsen vil hente i størrelsesordenen 70 % af sin omsætning fra butikkerne i Viborg by, 10 % fra detailhandlen i kommunen i øvrigt og 20 % i de omkringliggende kommuner. I størrelsesordenen 35-40 % forventes at komme fra Viborg bymidte.

Den store andel af omsætningen, som de nye butikker i aflastningscentret vurderes at ville hente i Viborg by, udtrykker, at der er et stort omsætningspotentiale i Viborg by. Viborgenserne bor tæt på og vil derfor vil have større tilbøjelighed til at handle i de nye butikker i aflastningscentret end borgere, der bor længere væk.

METODE TIL VURDERING AF EFFEKTER

Først estimeres omsætningen i nabokommunerne. Omsætningen i deloplandene i Viborg bygger på denne rapport.

Dernæst vurderes omsætning pr. m² i de nye butikker i aflastningsområdet, og den sandsynlige årlige omsætning i de nye butikker beregnes.

Til sidst vurderes det, hvorfra omsætningen i de nye butikker i aflastningscentret vil blive hentet. Det gøres ud fra principper om, at områderne tættest på de nye butikker vil afgive større omsætning, end områder længere væk, og at områder med svagt butiksudbud vil afgive større andele end områder med stærkt butiksudbud.

Den mindre andel, der forventes at komme fra den øvrige del af Viborg Kommune skyldes, at der er større afstand til Viborg og dermed også større konkurrence fra omkringliggende handelsbyer, og at udvalgswarehandlen allerede er reduceret i omfang i de mindre byer i Viborg Kommune.

EFFEKTER I 2012

Spørgsmålet er dernæst, hvad effekten vil blive for detailhandlen i og omkring aflastningscentret. Som skemaet viser, forventes reduktionen i omsætning i de eksisterende butikker at blive størst i aflastningscentret, lidt mindre i Viborg bymidte og igen lidt mindre i butikkerne i den øvrige del Viborg Kommune.

Vurderingen viser også, at effekten på de omkringliggende kommuners detailhandel vil blive meget beskeden. Den overførte omsætning fra de enkelte nabokommuner udgør i alle tre scenarier under 2 % af den samlede omsætning i de eksisterende udvalgswarebutikker i nabokommunerne. Bag tallene ligger, at borgerne i de omkringliggende kommuner har store lokale handelsbyer som Herning, Holstebro, Silkeborg og Randers, der også har et stort udbud, og som borgerne vil være tilbøjelige til at vælge på grund af nærheden.

Hvis der opføres 10.000 m² vil det betyde, at omsætningen i aflastningscentrets udvalgswarebutikker reduceres med ca. 15-20 %. I bymidten forventes ca. 10 % af omsætningen at blive overført til de nye butikker. I resten af kommunen forventes ca. 5-10 % af den eksisterende omsætning i udvalgswarebutikkerne at blive overført til de nye butikker, og i nabokommunerne overføres ca. 1 %.

Hvis der opføres 15.000 m² vil det betyde, at omsætningen i aflastningscentrets udvalgswarebutikker reduceres med ca. 25-30 %. I bymidten forventes ca. 15 % af omsætningen at blive overført til de nye butikker. I byerne i resten af kommunen forventes ca. 10 % af den eksisterende omsætning i udvalgswarebutikkerne at blive overført til de nye butikker, og i nabokommunerne overføres ca. 1,5 %.

En udvidelse på 20.000 m² vil betyde, at omsætningen i aflastningscentrets udvalgswarebutikker reduceres med ca. 35-40 %. I bymidten forventes ca. 20 % af omsætningen at blive overført til de nye butikker. I byerne i resten af kommunen forventes ca. 10-15 % af den eksisterende omsætning i udvalgswarebutikkerne at blive overført til de nye butikker, og i nabokommunerne overføres ca. 2 %.

EFFEKTER I 2025

Effekterne i 2025 forventes at blive mindre. I 2025 forventes det, at indbyggertallet i Viborg Kommune er vokset med ca. 4.700. Befolkningstilvæksten vil skabe et merforbrug på udvalgsvarer på i størrelsesordenen 100 mio. kr. i Viborg Kommune i 2025, som vil modveje en del af den forventede reduktion i omsætningen.

VURDERING AF EFFEKTER					
	ESTIMERET OMSÆTNING	OMSÆTNINGSREDUKTION I %			
	PR. ÅR I MIO. KR.	AFLASTNINGS- CENTRET	VIBORG BYMIDTE	VIBORG KOMMUNE I ØVRIGT	NABOKOMMUNER
10.000 M ²	200	15-20	10	5-10	1
15.000 M ²	300	25-30	15	10	1,5
20.000 M ²	400	35-40	20	10-15	2



BUTIKSANALYSE

Kortlægningen giver et overblik over antallet af butikker, hvordan dækningen med butikstyper er i byerne, hvor meget areal butikkerne har og hvor stærk handelslivet står i byerne. Der kan på de væsentligste områder sammenlignes med en tilsvarende kortlægning fra 2008.

KORTLÆGNING AF BUTIKKER

Udgangspunktet for detailhandelsanalysen er en kortlægning af alle butikker i Viborg Kommune. Butikkerne er kortlagt med afsæt i den opdaterede butiksliste for Viborg Kommune efterfulgt af en kvalitetssikring via besigtigelse, internetopslag, opslag på OIS mv.

REGIONALE FORHOLD I MIDTJYLLAND

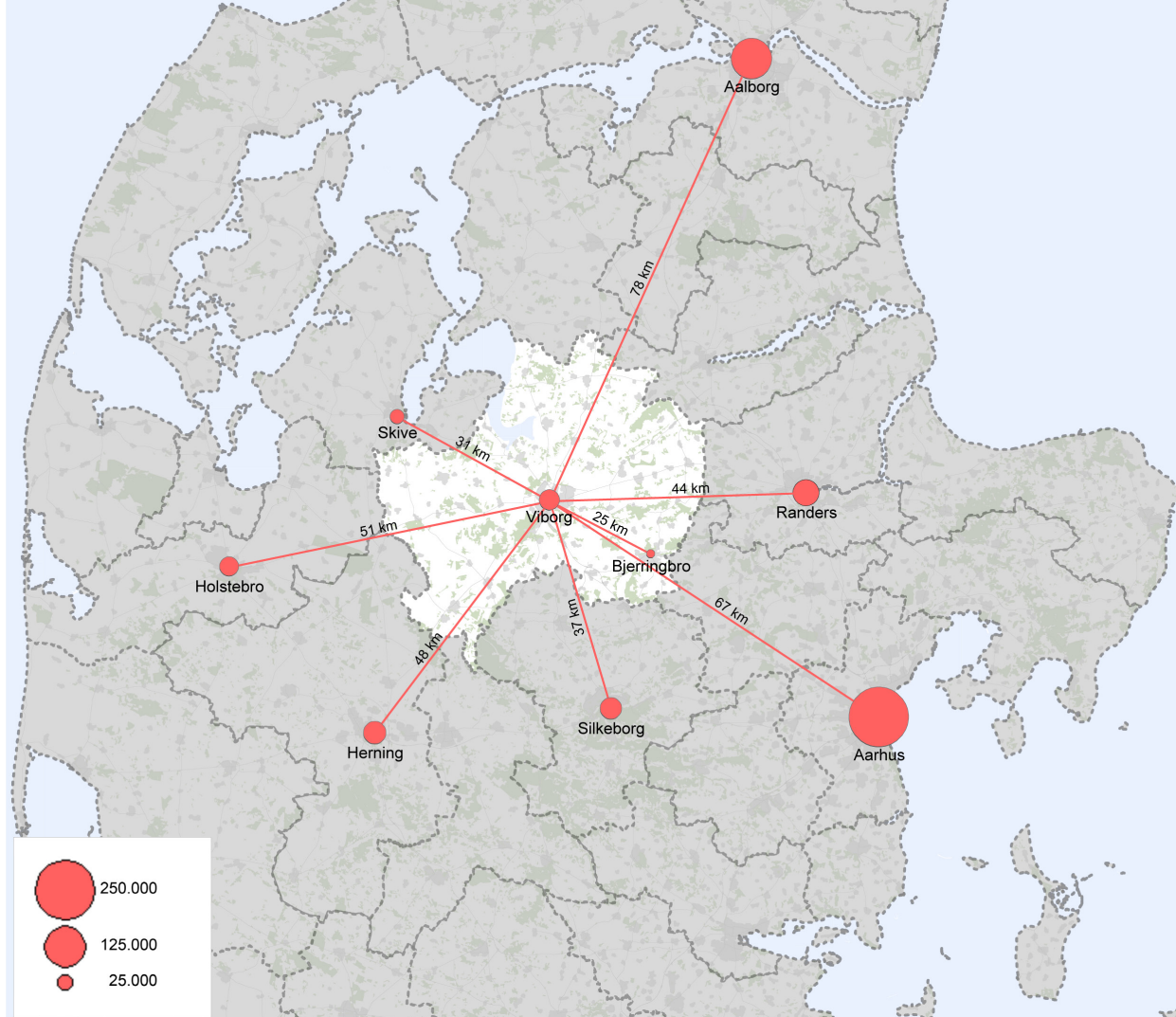
Midtjylland er karakteriseret ved flere mellemstore byer med en stærk detailhandel. Bystrukturen afspejler sig i detailhandelsstrukturen, hvor der er hård konkurrence om oplandet mellem byerne. De større handelsbyer omkring Viborg er Silkeborg, Randers, Skive og Herning samt Aarhus, der også er en væsentligt konkurrerende indkøbsby trods afstanden.

Detailhandlen i Viborg Kommune er koncentreret i Viborg by, som er det naturlige midtpunkt for handlen i kraft af byens størrelse og tradition som købstad og overordnet handelsby. Bortset fra Bjerringbro, der rummer ca. 30 udvalgswarebutikker, er detailhandlen i de øvrige byer primært koncentreret om dagligvarehandlen og forsyner et mere lokalt opland.

BUTIKKER I 2013

Viborg by har i alt ca. 275 butikker svarende til ca. 65 % af alle butikker i kommunen. Udbuddet vidner om byens styrke og betydning som handelsby for et større opland.

Detailhandlen i **bymidten** er koncentreret i gaderne omkring Preislers Plads. Sct. Mathias Gade er den gennemgående gågade og strækker sig fra Sct.



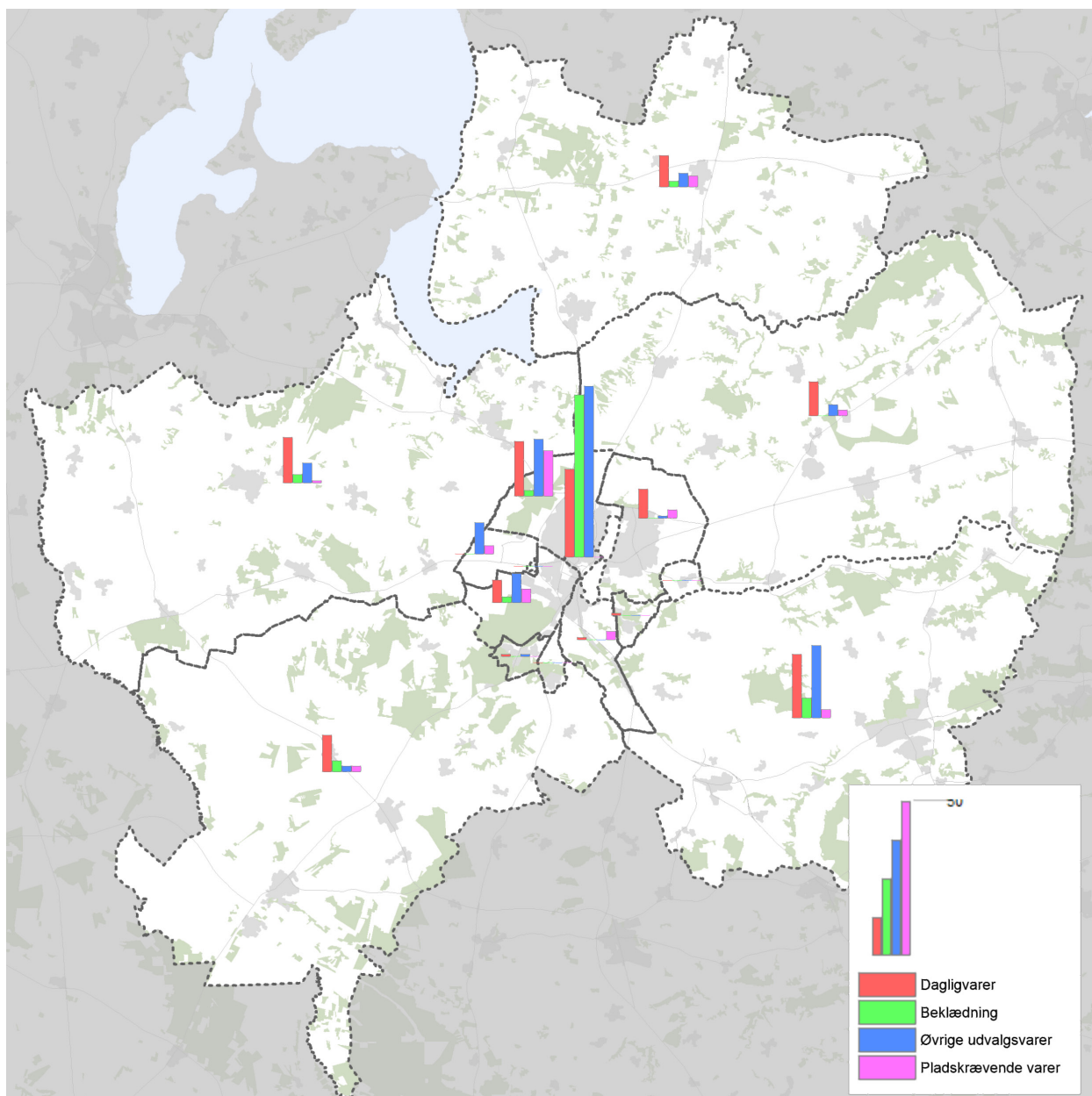
/Bystørrelser baseret på indbyggertal. Kilde: Danmarks Statistik

Mathias Centret i sydøst til St. Sct. Mikkel's Gade i nordøst. Strøget langs Sct. Mathias Gade er knap 400 m langt og rummer ca. 70 butikker, der dækker et bredt udvalg inden for alle hovedbrancher. Siden 2008 er der sket flere udskiftninger i butiksbestanden. 64 % af butikkerne i Sct. Mathias Gade er med i et kædesamarbejde.

Handelsstrøget langs Sct. Mathias Gade er det stærkeste detailhandelsstrøg i Viborg bymidte og omkranses af Gravene i vest, Vestergade i nord, St. Sct. Mikkel's Gade mod øst og St. Sct. Peders Gade mod syd. Der er ca. 45 butikker i gaderne rundt om Sct. Mathias Gade, og ca. 23 % af butikkerne er med i et kædesamarbejde. Siden 2008 er ca. 10 butikker lukket eller flyttet, uden at de er erstattet af nye butikker.

I centrum af handelsstrøget – mellem Sct. Mathias Gade og Vestergade – ligger Preislers Plads med knap 300 p-pladser, og syd for Sct. Mathias Centret er der ca. 550 p-pladser på Fischers Plads. Den høje biltæthed til Sct. Mathias Centret ca. 30 butikker gør centret til et naturligt ankomstpunkt til detailhandlen i Viborg. I 2013 anlægges der store p-pladsanlæg ved Toldbodcentret, og der er åbnet nye p-pladser ved regionshospitalet.

Viborg bymidte har en god bredde i dagligvareudbudet, der strækker sig fra det store Føtex-varehus med bredt varesortiment inden for food og non-food til specialbutikker som slagter, bager og vinforretning. Inden for beklædning og øvrige udvalgsvarer har Viborg bymidte en del af de kendte kædekoncepter som H&M, Fona, Fætter BR og specialbutikker som optikere, telebutikker og kosmetikforretninger. De store og kendte kædebutikker ligger primært i Sct. Mathias Centret eller nær ved centrets indgang ved Sct. Mathias Gade.



/Antal butikker fordelt på hovedbranche indenfor oplandene, 2013.

Byerne i analysen
omfatter:

Hovedby

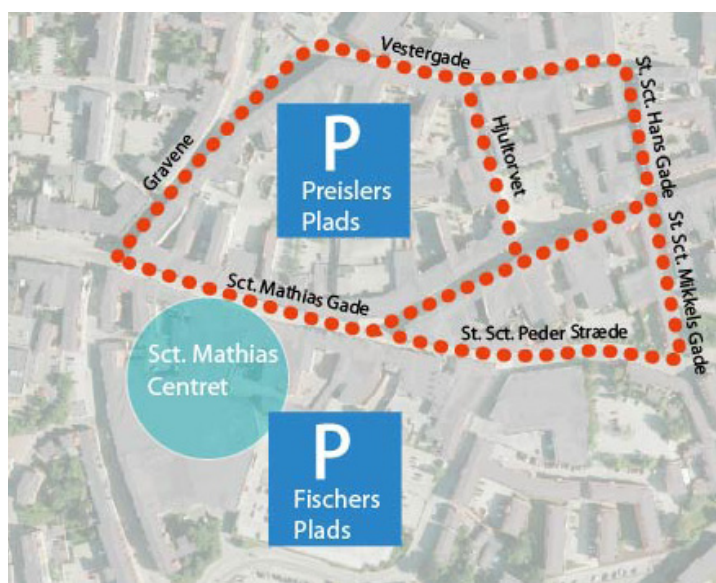
Viborg

De større centerbyer

Bjerringbro, Stoholm,
Karup

Øvrige centerbyer

Frederiks, Rødkærshøj,
Ørum, Hammershøj,
Løgstrup, Skals og
Møldrup



/ Handelsgader, parkeringsområder og bycentret.

Ca. 400 m nordvest for det centrale handelsområde omkring Sct. Mathias Centret ligger Føtex og Fakta som mindre ankerfunktioner. Gravene, som ligger mellem Sct. Mathias Gade og Føtex, er kendetegnet ved kontorer, boliger og få butikker. Der er ca. 15 butikker på strækningen, som er kendetegnet ved at være mindre og selvstændige butikker uden egen webshop.

Siden 2008 er **aflastningscentret** blevet udvidet en del. I 2010 åbnede Elgiganten en ny butik på ca. 2.200 m² ved Viborg Storcenter og Bilka. I 2012 flyttede Harald Nyborg ind som nabo til Elgiganten i en nyopført butik, der også er ca. 2.200 m². Umiddelbart vest for Bilka, Elgiganten m.fl. ligger Center Vest, hvor der i 2011 er sket en større udskiftning af butikkerne, der i dag består af bl.a. ILVA, Jem & Fix m.fl. De nye udvalgswarebutikker har tilsammen et areal på ca. 13.000 m² og omsatte i 2012 tilsammen for ca. 160 mio. kr.

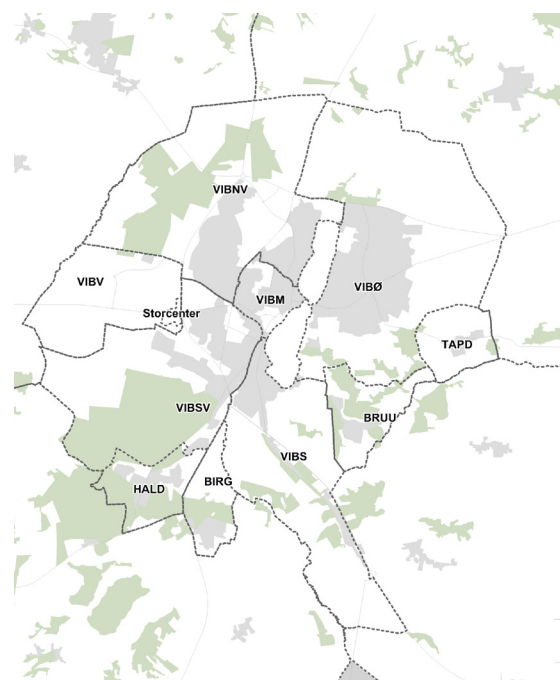
Deloplandene i Viborg by forsynes med lokal detailhandel i **bydelscentre**. Bydelscentrene kan inddeles i tre større delområder, Viborg nordvest Viborg sydvest og Viborg øst. I delområderne ligger også ca. 35 butikker i **områder til særligt pladskrævende varegrupper** som bilforhandlere, byggemarkeder mv.

Bydelscentrene forsyner primært borgerne med dagligvarer. De fleste bydelscentre rummer et supermarked, og flere er også suppleret med discountbutikker samt kiosker og specialbutikker som bager, slagter mv. Tilsammen rummer bydelscentrene ca. 40 butikker, hvoraf halvdelen er dagligvarebutikker. Dagligvarebutikkerne i bydelscentrene omsatte i 2012 for i størrelsesordenen 900 mio. kr. Udvalgswareomsætningen var omkring 55 mio. kr.

I Viborg nordvest er butikkerne spredt over et stort område. Der er ca. 15 butikker, som forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Omsætningen i dagligvarebutikkerne er hovedsageligt koncentreret i bydelscentret ved Rughavevej og Vestervangsvej.

I Viborg sydvest er dagligvarehandlen koncentreret i bydelscentret ved Løvsbjerg og Rema 1000 ved Koldingvej. De få udvalgswarebutikker ligger hovedsageligt udenfor bydelscentret.

I Viborg øst er mere end halvdelen af detailhandelsomsætningen koncentreret omkring bydelscentret ved Randersvej, der rummer Løvsbjerg og Rema 1000.



/ Deloplande i Viborg by.

ANTAL BUTIKKER 2013

	ANTAL IND-BYGGERE	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD-VALGSVARER	SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE	I ALT	ANDEL
VIBORG BYMIDTE	6.567	31	56	59	0	146	34%
VIBORG NORDVEST	10.481	19	2	20	16	57	13%
VIBORG SYD	2.549	1	0	0	3	4	1%
VIBORG SYDVEST	7.949	8	2	10	5	25	6%
VIBORG VEST	146	0	0	11	3	14	3%
AFLASTNINGSCENTRET	-	2	1	13	0	16	4%
VIBORG ØST	10.131	10	0	1	3	14	3%
BJERRINGBRO	14.755	22	7	25	3	57	13%
KARUP/FREDERIKS	8.567	13	4	2	2	21	5%
FJENDS/STOHOLM	12.000	16	3	7	1	27	6%
MØLDRUP/SKALS	8.610	11	2	5	4	22	5%
TJELE/ØRUM	9.076	12	0	4	2	18	4%
BRUUNSHÅB	861	1	0	0	0	1	0%
HALD SØ	1.996	1	0	1	0	2	0%
I ALT	CA. 94.000	147	77	158	42	424	100%

BUTIKKERNE ER OPGJORT EFTER DELOPLANDENE. I ET DELOMRÅDE KAN DER DERFOR GODT VÆRE OMRÅDER UDLAGT TIL BYDELSCENTRE, SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER MV. AFLASTNINGSCENTRET ER TAGET SÆRSKILT UD AF DELOPLANDET, VIBORG VEST.

Bjerringbro er kommunens næststørste handelsby med ca. 50 butikker, heraf 2 supermarkeder og 3 discountbutikker og en købmandsbutik. Bjerringbro ligger ca. 20 km fra Viborg og fungerer som en selvstændig handelsby med eget opland, handelsstandsforening mv. Den største butikskoncentration i Bjerringbro findes centralt i byen ved Torvegade, Nørregade og Storegade. Herudover rummer butiksområdet ved Sønderbro ca. 5 butikker, herunder en discountbutik, en bager og en slagter.

Bjerringbro rummer 2 supermarkeder, Super Best og Super Brugsen. Super Best ligger ved Torvegade i den centrale del af Bjerringbros handelsmiljø. Udvalgswarebutikkerne nær det store supermarked er meget udfordrede. Siden 2008 er omkring 1/3 af udvalgswarebutikkerne lukkede. Super Brugsen ligger ved Markedsgade i den vestlige del af bymidten, der er kendetegnet ved en række andre byfunktioner som læger, hotel mv. I 2008 flyttede posthuset til lokaler i Super Brugsen.

Byens størrelse og opland skaber grundlag for et vist udbud af butikker inden for beklædning og øvrige udvalgsvarer, som dækker isenkram, boghandel, cykelhandel, sportsudstyr mv. Der er ikke tale om et fuldt dækkende butiksudbud, og der er et begrænset udbud inden for den enkelte brancher.

Stoholm ligger ca. 20 km vest for Viborg og midt mellem Viborg og Skive. De ca. 15 butikker er spredt langs Østergade og Vestergade i den nordlige ende af byen. De to store dagligvarebutikker, Rema 1000 og Super Spar, ligger i den vestlige del af handelsområdet, mens de fleste udvalgswarebutikker samt bageren og slagteren er placeret ca. 100 m længere mod øst. De ca. 5 udvalgswarebutikker i Stoholm omfatter butikker som f.eks. en herretøjsbutik, en hobbybutik og en mindre møbelbutik. Butiksbestanden har været stort set konstant siden 2008.

Karup ligger ca. 20 km sydvest for Viborg og midt mellem Viborg og Herning. De fleste af Karups ca. 10 butikker er koncentreret omkring Super Brugsen i den sydøstlige del af byen. Karup har et rimeligt udbud af dagligvarer med både Super Brugsen, Rema 1000 og en Spar købmand. Udvalgswarehandlen i Karup er meget

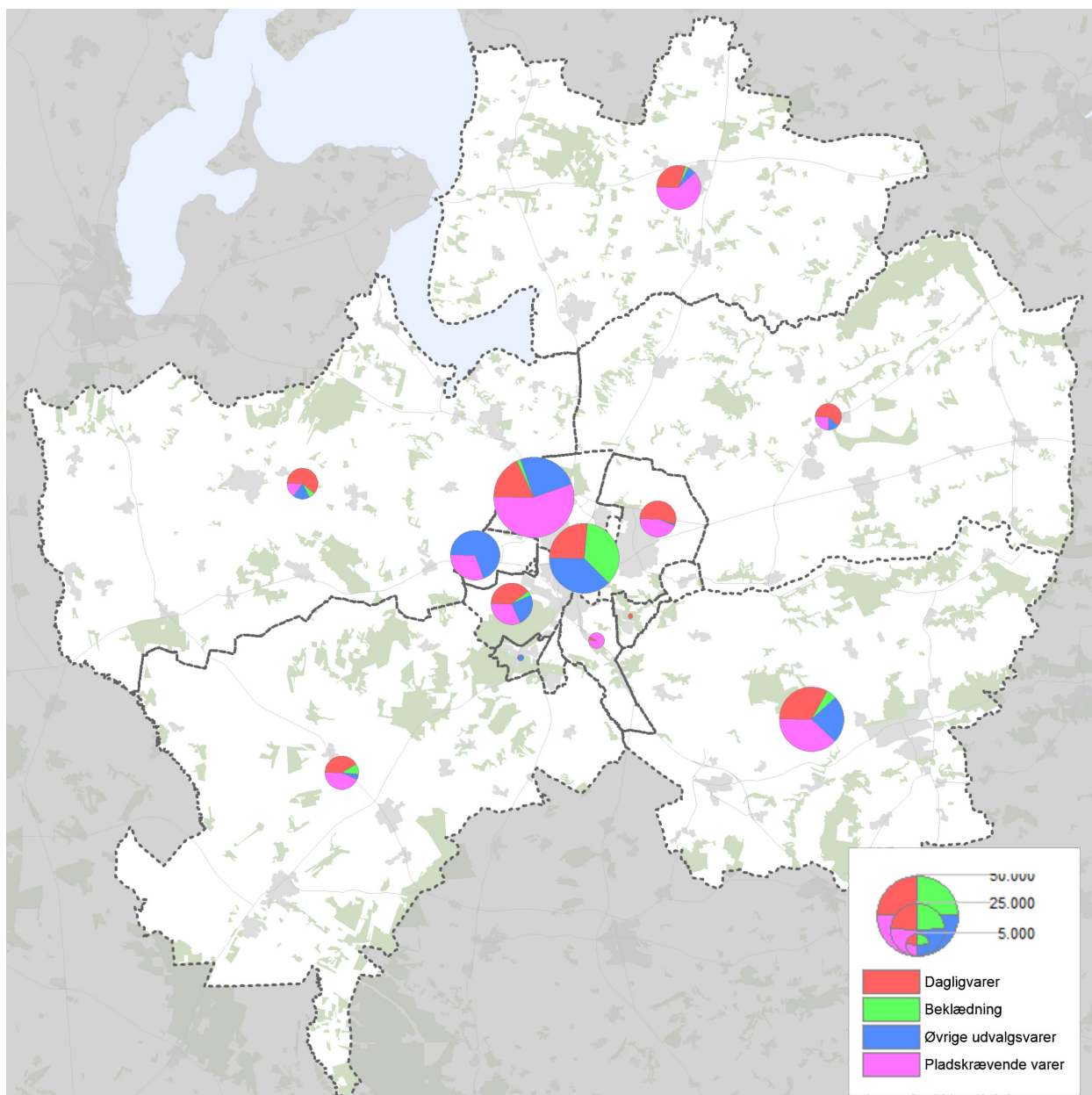
ANTAL BUTIKKER - UDVIKLING 2008-2013

	2008	2013	UDVIKLING ANTAL BUTIK- KER	UDVIKLING %
DAGLIGVARER	168	147	-21	-13%
BEKLÆDNING	100	77	-23	-23%
ØVRIGE UD- VALGSVARER	186	158	-28	-15%
SÆRLIGT PLADS- KRÆVENDE	45	42	-3	-7%
HELE KOMMUNEN	499	424	-75	-15%

KÆDETILKNYTNING 2013

	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØV. UDVARER	I ALT	ANDEL AF BU- TIKKER I KÆDE
KAPITALKÆDE	54	21	51	126	32%
FRIVILLIG KÆDE	49	10	33	92	23%
UDEN FOR KÆDE	44	46	84	174	44%
I ALT	147	77	168	392	100%
ANDEL AF BUTIKKER I KÆDE	70%	40%	50%	56%	-

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



/Areal af butikker fordelt på hovedbranche indenfor oplandene, 2013.

begrænset. Siden 2008 er der lukket få butikker i Karup, men generelt har detailhandlen i Karup tilsyneladende fundet et balanceret niveau.

Antallet af butikker i de øvrige byer centerbyer, Frederiks, Rødkærsbro, Ørum, Hammershøj, Skals og Møldrup afspejler stort set byernes indbyggertal. Byerne har 1-2 dagligvarebutikker i form af købmandsbutikker eller discountbutik.

UDVIKLING I ANTAL BUTIKKER SIDEN 2008

Antallet af butikker i Viborg Kommune er blevet reduceret fra 499 i 2008 til 424 i 2013 svarende til en reduktion på ca. 15 %. Forskellige opgørelser tyder på, at der på landsplan i kriseåret 2008 alene lukkede butikker i størrelsesordenen 4-5 % af den samlede bestand, mens det vurderes – om end det er usikkert – at der yderligere er lukket ca. 4-5 % fra 2008 og frem til 2012. Samlet set vurderes tilbagegangen i butiksbestanden i Viborg Kommune derfor at være mere markant end udviklingen på landsplan de seneste 12 år.

KÆDER I VIBORG 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

Analysen viser, at ca. 55 % af butikkerne i Viborg Kommune indgik i et kædesamarbejde i 2012. Ca. 32 % af butikkerne i Viborg Kommune indgik i en kapitalkæde i 2011, ca. 23 % var med i en frivillig kæde. Ca. 44 % af butikkerne var uden for kædesamarbejde. Til sammenligning var ca. 50 % af butikkerne på landsplan med i et kædesamarbejde i 2012.

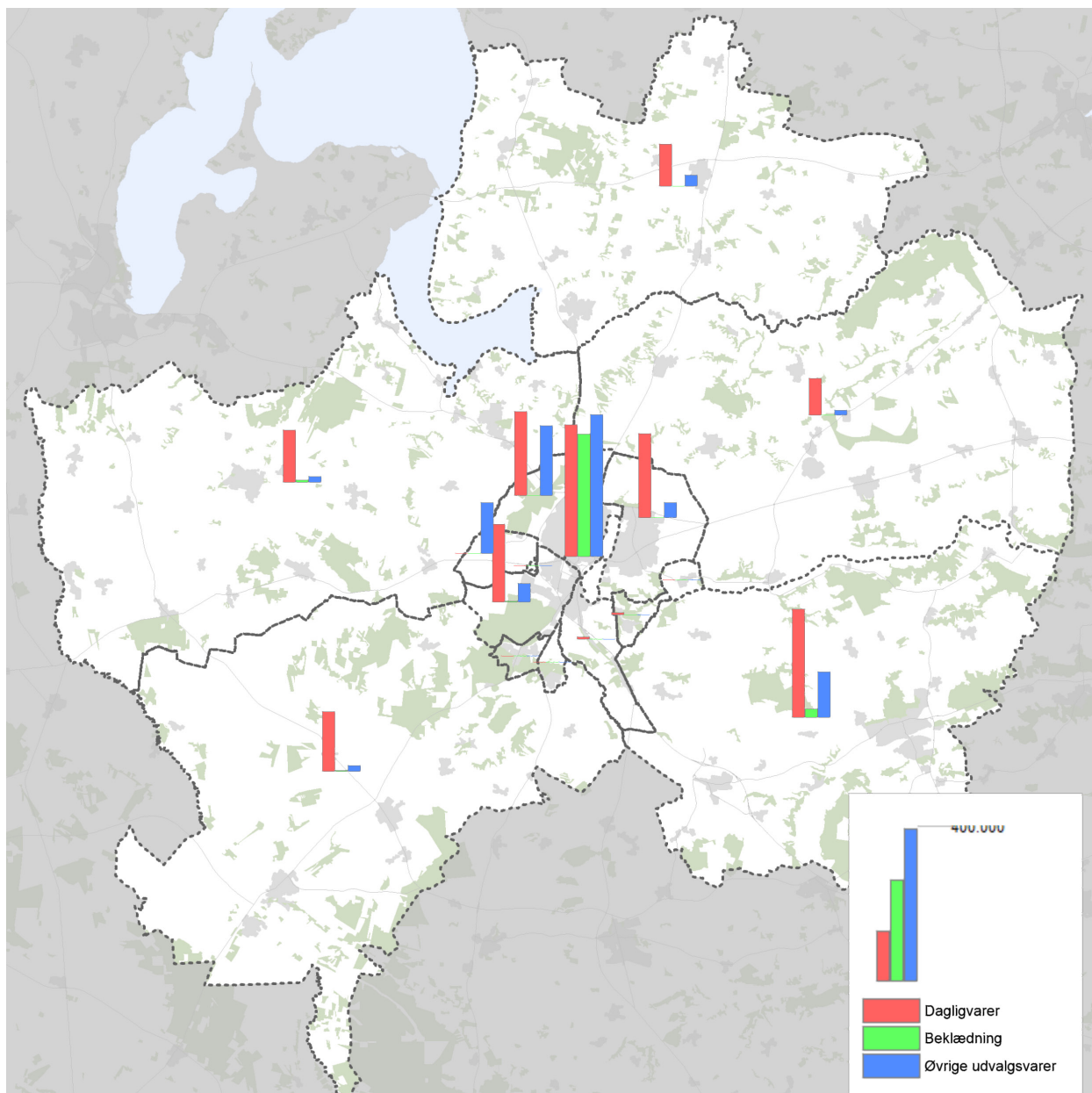
Ca. 53 % af butikkerne inden for beklædning og øvrige udvalgsvarer er selvstændige butikker uden for kædesamarbejde, hvilket afspejler, at der her er bedre muligheder og lokalt initiativ til at starte og drive selvstændig forretning.

Der er i 2013 registreret et samlet bruttoetageareal til butikker på ca. 287.000 m² i Viborg Kommune. Viborg by som helhed står for ca. 68 % af det samlede butiksareal og Bjerringbro står for ca. 13 %.

BRUTTOETAGEAREAL 2013

BYOMRÅDE	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER	PLADSKR. VARER	TOTAL	TOTAL
	M²	M²	M²	M²	M²	%
VIBORG BY- MIDTE	12.200	16.500	17.200	-	45.800	15,9
VIBORG NOR- DVEST	10.500	900	14.700	32.000	58.000	20,2
VIBORG SYD	300	-	-	2.900	3.100	1,1
VIBORG SYDVEST	7.000	600	4.200	5.600	17.400	6,1
VIBORG VEST	-	-	16.600	7.400	24.000	8,4
AFLASTNINGS- CENTRET	7.000	2.100	24.900	-	34.000	11,9
VIBORG ØST	7.900	-	200	6.200	14.300	5,0
BJERRINGBRO	12.900	2.000	8.900	14.600	38.400	13,4
KARUP/FRED- ERIKS	5.600	1.300	700	5.700	13.300	4,6
FJENDS/STO- HOLM	6.900	700	1.900	1.800	11.200	3,9
MØLDRUP/ SKALS	5.900	4	1.200	11.900	19.400	6,8
TJELE/ØRUM	4.700	-	1.000	1.900	7.700	2,7
BRUUNSHÅB	300	-	-	-	300	0,1
HALD SØ	-	-	300	-	300	0,1
I ALT	81.200	24.500	91.700	90.000	287.500	100,0

BRUTTOETAGEAREALET OMFATTER BUTIKKERNES SAMLEDE AREAL, HERUNDER SALGSAREAL, LAGER, KONTOR, PERSONALERUM MV.



/Omsætningsfordeling for dagligvarer og udvalgsvarer i fordelt på oplandene, 2012.

Set på hovedvaregrupper er arealet fordelt med ca. 30 % til dagligvarer, 9 % til beklædning, 32 % til øvrige udvalgsvarer og 31 % til butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper.

Stoholm og Karup rummer tilsammen knap 8 % af det samlede butiksareal. De øvrige byer og landdistrikter rummer de resterende ca. 11 %.

Siden 2007 er arealet i kommunen som helhed reduceret med ca. 19.000 m² svarende til ca. 6 %. Det er hovedsageligt udvalgsvarerhandlen, der har oplevet en arealreduktion.

OMSÆTNING

Detailhandlen i Viborg Kommune omsatte i 2012 for ca. 4,2 mia. kr. inkl. moms.

Omsætningen er koncentreret omkring Viborg bymidte og aflastningscentret ved Viborg Storcenter. Tilsammen står de to områder for ca. 2,0 mia. kr. svarende til omkring 47 % af omsætningen i Viborg Kommune.

I Viborg by ligger butikkerne primært i Viborg bymidte, i aflastningscentret ved Holstebrovej, i bydelscentrene og i områder til butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper. Tilsammen udgør Viborg by ca. 75 % af den samlede omsætning i Viborg Kommune, men rummer kun ca. 40 % af kommunens samlede befolkning. Viborg bymidte står for ca. 72 % af omsætningen inden for tøj og sko og for ca. 28 % af omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer i Viborg Kommune. Aflastningscentret ved Viborg Storcenter står for ca. 27 % af den samlede omsætning inden for øvrige udvalgsvarer.

Butikkerne i Bjerringbro står for ca. 11 % af den samlede omsætning i Viborg Kommune. Stoholm og Karup står tilsammen for ca. 9 % mens de øvrige områder i Viborg Kommune tilsammen står for ca. 6 % af den samlede omsætning.

FORBRUG OG DÆKNINGSGRAD

Ved hjælp af et udtræk fra Danmarks Statistik på forbrugsgrupper er indbyggernes forbrug i Viborg Kommune 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 10 oplande med hver deres hovedby eller hovedcenter. 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 kommunen eller byen står stærkt som udbudspunkt i et opland, der rækker uden for kommune- eller bygrænsen.

Det skal bemærkes, at internethandlen er trukket ud af forbruget ved beregning af dækningsgrader i 2012. Begrundelsen er, at internethandlen i dag har nået et stort omfang, og at det påvirker et ønske om, at dækningsgraden udtrykker forholdet mellem omsætning og forbrug i fysiske butikker. Hvis internethandlen var trukket ud af forbruget

OMSÆTNING 2012					
BYOMRÅDE	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØV. UDV.VARER	TOTAL	TOTAL
	MIO. KR.	MIO. KR.	MIO. KR.	MIO. KR.	%
VIBORG BY-MIDTE	365	341	392	1.098	26,2
VIBORG NORD-VEST	235	0-5	195	430-435	CA. 10
VIBORG SYD	5-10	0	0	5-10	CA. 0
VIBORG SYDVEST	217	0-5	53	270-275	CA. 6
VIBORG VEST	0	0	141	141	3,4
AFLATNINGS-OMRÅDET	390-400	100-110	384	880-890	CA. 21
VIBORG ØST	233	0	40-45	270-275	CA. 6
BJERRINGBRO	301	23	126	451	10,8
KARUP/FRED-ERIKS	165	0-5	15-20	186	4,4
FJENDS/STO-HOLM	146	5-10	19	170-175	CA. 4
MØLDRUP/SKALS	116	0-5	32	148	CA. 4
TJELE/ØRUM	103	0	13	116	2,8
BRUUNSHÅB	5-10	0	0	5-10	CA. 0
HALD SØ	0-5	0	0-5	0-5	CA. 0
I ALT	2.286	490	1.414	4.190	100,0
* OMSÆTNINGERNE ER ANONYMISERET, HVIS DER ER 3 ELLER FÆRRE SAMMENLIGNELIGE BUTIKKER I KATEGORIEN. BELØBENE ER INKL. MOMS. BYERNE ER AFGRÆNSET TIL BYMÆSSIG BEBYGGELSE OG DÆKKER IKKE OPLANDE OMKRING BYERNE.					

i analysen fra 2007/2008, hvor den havde nået et vist niveau, så ville dækningsgraden dengang have været lidt højere.

DÆKNINGSGRAD I VIBORG KOMMUNE

Dækningsgraden for Viborg Kommune er i 2012 beregnet til 99. Butikkernes omsætning er således stort set på niveau med borgernes forbrug i Viborg Kommune.

Dækningsgraden for dagligvarer er beregnet til 101, hvilket betyder, at der er balance mellem butikkernes omsætning og borgernes dagligvareforbrug. Indkøb af dagligvarer sker generelt lokalt. Det betyder, at de mindre byer er mindre udsatte for konkurrence fra større omkringliggende byer og derfor har en forholdsvis veludbygget dagligvareforsyning.

For beklædning er dækningsgraden beregnet til 83. Det betydelige underskud skyldes sandsynligvis, at Viborg Kommune dækker et stort geografisk område. Områderne udenfor Viborg by har korte afstande til omkringliggende konkurrerende byer som Herning, Randers og Aarhus. 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 102. Det mindre overskud skyldes sandsynligvis, at de store udvalgswarebutikker i aflastningscentret vest for Viborg by har en betydelig oplandseffekt, hvor de dels holder handlen hjemme, og dels tiltrækker handel udefra.

Dækningsgraden for Viborg Kommune blev i 2007 beregnet til 106. Dækningsgraden for Viborg Kommune er således gået 7 procentpoint tilbage fra 2007 til 2012. I perioden 2007-2012 er antallet af butikker i Viborg Kommune faldet, og arealet og omsætningen er reduceret. I samme periode er der også sket en reduktion af forbruget, men med en befolkningstilvækst på ca. 2.500 personer er det samlede forbrug i Viborg Kommune stort set på niveau med 2007. Tilbagegangen i butikker og areal kan pege på, at Viborg Kommune reelt har tabt terræn, men det er overraskende, at der i 2007 blev opgjort et betydeligt overskud. Som nævnt tidligere er Viborg Kommune geografisk stor, og fra flere dele af kommunen er afstandene til Viborg og de store nabobyer sammenlignelige.

DÆKNINGSGRAD 2012				
	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØV. UDV.VARER	I ALT
VIBORG BY (I ALT)	158	191	216	181
VIBORG NORD-VEST	92	-	126	91
VIBORG SYD	-	-	-	-
VIBORG SYDVEST	113	-	-	76
VIBORG ØST	95	-	-	60
BJERRINGBRO	84	25	58	67
KARUP/FRED-ERIKS	79	7	14	48
FJENDS/STO-HOLM	50	10	11	32
MØLDRUP/SKALS	55	1	25	38
TJELE/ØRUM	47	0	10	28
HELE KOM-MUNEN (2012)	101	83	102	99
HELE KOM-MUNEN (2007)	106	108	103	106

DÆKNINGSGRADERNE ER ANONYMISEREDE, HVIS DER ER 3 ELLER FÆRRE BUTIKKER I KATEGORIEN.
* I 2007 BLEV DÆKNINGSGRADEN OPGJORT FOR DAGLIGVARER OG UDVALGSVARER SOM HELHED.

Det betyder, at detailhandlen i Viborg er i hård konkurrence, og at mulighederne for et større overskud begrænses.

I Viborg by som helhed er dækningsgraden på dagligvaresiden beregnet til ca. 160. Det vidner om et betydeligt overskud, der til dels kan tilskrives de store regionalt orienterede dagligvarebutikker som Bilka, Føtex, Løvbjerg og Super Best, men også i høj grad de 12 discountbutikker. Det indgår også, at Viborg by fungerer som lokal forsyning for en række forstæder, hvor detailhandlen er begrænset, eksempelvis Hald Ege, Bruunshåb, og Birgittelyst. Dækningsgraden på ca. 190 for beklædningshandlen i Viborg by vidner om et betydeligt overskud på handlen med tøj og sko. Dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer er beregnet til ca. 215, og også her er der tale om et betydeligt overskud. Viborg by som helhed rummer ca. 85 % kommunens samlede omsætning i udvalgsvarerehandlen.

I deloplandene i Viborg nordvest, Viborg sydvest og Viborg øst er dækningsgraden for dagligvarer beregnet til omkring 100. Der er dermed stort set balance mellem indbyggernes dagligvareforbrug og områdernes dagligvareomsætning. Dækningsgraden for dagligvarer i Viborg sydvest er beregnet til 113. Det skal ses i lyset af, at bydelscentret ved Koldingvej også fungerer som bydelscenter for forstæderne, Hald Ege og Birgittelyst.

Detailhandlen med udvalgsvarer er relativt begrænset i områderne udenfor Viborg bymidte og aflastningscentret. Den største koncentration af udvalgsvarer findes i Viborg nordvest, hvor dækningsgraden for udvalgsvarer er beregnet til ca. 125. Det skal ses i sammenhæng med områdets høje koncentration af køkkenbutikker og andre store bolig- og havebutikker.

I Bjerringbro er dækningsgraden for dagligvarehandlen beregnet til 85. Der er således et underskud på 15 % i forholdet mellem Bjerringbro-borgernes forbrug og byens dagligvareomsætning. Dækningsgraden for handlen med tøj og sko er beregnet til ca. 25, og det vidner om et betydeligt underskud – især når Bjerringbros størrelse tages i betragtning. Dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer er beregnet til ca. 60, hvilket også er forholdsvist lavt for en by af Bjerringbros størrelse.

I de øvrige centerbyer er dækningsgraden for dagligvarer beregnet til mellem 50 og 80. Med centerbyer på omkring 2.000 indbyggere som Karup, Stoholm, Tjele og Skals er der tale om forholdsvis lave dækningsgrader. Udvalgsvarerehandlen i de øvrige centerbyer er meget begrænset. Overordnet set peger dækningsgraderne på, at en meget stor andel af forbruget til udvalgsvarer lægges i butikker i Viborg by. Også for dagligvarehandlens vedkommende lægges en forholdsvis stor del af forbruget i Viborg frem for i de lokale butikker.

I perioden 2007-2012 er der sket en ændring i pendlingsmønstret til og fra Viborg Kommune, og det kan have betydning for udviklingen i dækningsgraden. I 2007 havde Viborg Kommune et pendlingsoverskud på ca. 4.000 personer. I 2012 var pendlingsoverskuddet halveret til ca. 2.000 personer. Hvis det antages, at ca. halvdelen af indpendlernes forbrug lægges i Viborg Kommune svarer reduktionen af indpendlere til en omsætningsreduktion på ca. 50 mio. kr. Omsætningsreduktionen som følge af de

færre indpendlere udgør ca. 12 % af den samlede omsætningsreduktion siden 2008, men kun ca. 1 % af den samlede omsætning i Viborg Kommune.

BUTIKKER MED WEBSHOP

Detailhandlens brug af muligheder for at kombinere den fysiske butik med nethandel er 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 2012 udgjorde internethandlen ca. 1 % af dagligvarehandlen og 8-10 % af handlen med udvalgsvarer. Mange fysiske butikker har også en egentlig webshop, enten via kædens webshop eller som egen webshop.

Undersøgelsen viser, at ca. 125 butikker i Viborg Kommune har egen webshop svarende til ca. 30 % af samtlige butikker. Andelen af butikker med egen webshop er stort set ens i alle kommunens byer. Internethandel og fysiske butikker skal ikke nødvendigvis ses som to adskilte butikker. Flere butikker anvender aktivt en multi-channel strategi, hvor webshoppen integreres i den fysiske butik.

I Viborg bymidte har 53 % af butikkerne i Sct. Mathias Gade egen webshop. I Gravene, Vestergade, St. Sct. Mikkel Gade og St. Sct. Peders Gade har 35 % af butikkerne egen webshop.

Set på hovedbutikstyper er der webshop i knap 20 % af dagligvarebutikkkerne, knap 40 % af beklædnings- og øvrige udvalgswarebutikker og ca. 15 % af butikker med særligt pladskrævende varer.

Der er webshop i knap 15 % af butikkerne uden for kædesamarbejde og knap 50 % af butikkerne i frivillig kæde eller kapitalkæde.

DETAILHANDLERNES FORVENTNINGER TIL FREMTIDEN

I forbindelse med besigtigelsen af butikkerne i Viborg Kommune er detailhandlerne også blevet spurgt om udviklingen i omsætningen de seneste 2 år og til forventningerne til omsætningen de kommende 2 år.

Gennemsnittet for svarene er, at der har været en stigning i omsætningen fra 2010 til 2012 på 2,5 %, og at der fra 2012 til 2014 forventes en stort set uændret omsætning. Inden for dagligvarer svares der, at der har været en vækst på ca. 2 % i omsætningen fra 2010 til 2012, men at der forventes en tilbagegang på ca. 1 % fra 2012 til 2014. Inden for beklædning har der ifølge svarene været en stigning på ca. 4 % fra 2010 til 2012. Fra 2012 til 2014 forventes en vækst på ca. 2 %. Endeligt svares der inden for øvrige udvalgsvarer, at omsætningen er steget med ca. 2 % fra 2010 til 2012, og at der forventes en vækst på ca. 4 % fra 2012 til 2014.

Ved vurderingen af resultaterne er det vigtigt at være opmærksom på, at butikker, der er lukket eller åbnet siden 2010, ikke indgår. Da der samlet har været tilbagegang i antallet af butikker, må det forventes, at vurderingen af udviklingen fra 2010 til 2012 er for høj. Det samlede billede er, at butikkerne i tråd med forventningerne på landsplan ikke regner med vækst i den nærmeste fremtid.



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 e-handel 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. I de kommende år vil den økonomiske udvikling have stor betydning for udviklingen i forbruget og dermed også det fremtidige arealbehov til butikker. Andre faktorer vil også have indflydelse på detailhandels udviklingsmuligheder i Viborg Kommune. Følgende faktorer vil have betydning for udviklingen:

- › Befolkningsudviklingen,
- › Udviklingen i privatforbruget,
- › Udviklingen i internethandlen,
- › Udviklingen i handelsbalancen overfor omverdenen.

Det forudsættes desuden, at omsætningen pr. m² er konstant i perioden 2012-2024.



AREALINTENSITET, OMSÆTNING PR. M²

DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER
28.500	16.500	13.500

BEFOLKNINGSUDVIKLING

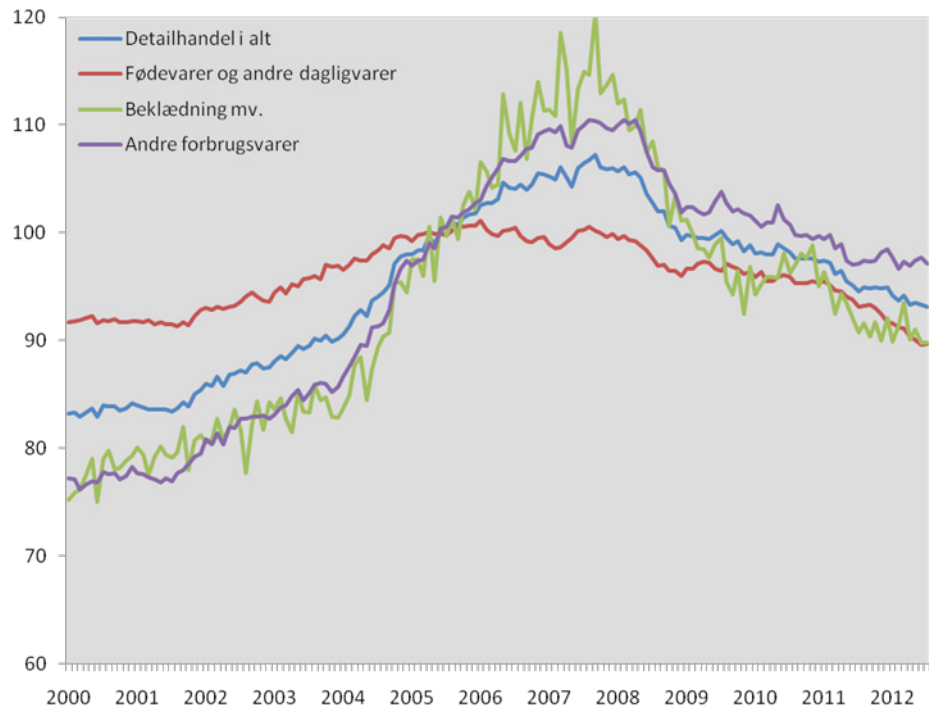
Udviklingen i indbyggertallet har stor betydning for detailhandlens udviklingsmuligheder. Ifølge Viborg Kommunes befolkningsprognose vil der ske en befolkningstilvækst på ca. 5 % i perioden 2012-2024 svarende til ca. 4.700 indbyggere. Det dækker imidlertid over en mindre forskydning i alderssammensætningen af borgerne i Viborg Kommune. I 2024 forventes det, at antallet af personer over 65 år er steget med ca. 5 procentpoint i forhold til 2012. På den anden side forventes antallet af 25-65-årige at falde med ca. 4 procentpoint. Udviklingen svarer til den forventede udvikling på landsplan.

Befolkningsudviklingen skaber grundlag for vækst i kommunens detailhandel. Med et samlet forbrug på ca. 48.000 kr. pr. person pr. år svarer det til en stigning i forbruget på ca. 225-250 mio. pr. år kr. i 2012-priser.

Der regnes kun med én mulig befolkningsudvikling svarende til Viborg 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 dagligvarerhandlen er ramt. I de kommende år forventes den økonomiske krise fortsat 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 %.



/Det sæsonkorrigerede mængdeindeks er værdiindekset divideret med et tilhørende prisindeks (her 2005-priser). Mængdeindekset er derfor regnet i faste priser og er et udtryk for den reale udvikling.

I et 12-årigt tidsperspektiv er forbrugsudviklingen usikker. De kommende år må det forventes, at forbrugsudviklingen vil blive meget afdæmpet, og at forbruget herefter vil udvikle sig afhængigt af, hvornår der igen vil blive vækst. På den baggrund er det i minimumsscenariet forudsat, at forbruget stort set ikke stiger frem til 2024, hvilket i store træk svarer til, at stagnationen i forbruget de seneste år vil fortsætte.

I maksimumsscenariet antages forbruget i 2024 at være steget til et niveau, der svarer til det niveau, som forbruget havde, da det nåede højdepunktet i 2007-2008.

INTERNETHANDEL

Internethandlen vinder frem. Siden 2009 er omsætningen i internethandlen steget med ca. 40 %. 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 butiksformål, 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 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 maksimumsscenariet forventes internethandlen at vokse mere beskedent og vil eksempelvis kun dække 15 % af forbruget inden for øvrige udvalgsvarer i 2024.

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. Dækningsgraden for dagligvarer forventes frem mod 2024 at ligge på samme niveau som i 2012.

I minimumsscenariet forudsættes det, at Viborg Kommunes andele af handlen med beklædning vil være fastholdt på det nuværende niveau, og at andelen inden for øvrige udvalgsvarer vil falde.

I maksimumsscenariet forudsættes det, at den lave dækningsgrad for beklædning er steget, ligesom dækningsgraden for øvrige udvalgsvarer også forudsættes at stige – bl.a. som følge af, at Viborg Kommune styrker den nuværende position i markedet.

SCENARIER FOR AREALBEHOVET I 2024

Med udgangspunkt i de beskrevne forudsætninger er der opstillet to scenarier for det fremtidige arealbehov til detailhandel i Viborg Kommune. De to scenarier beskriver som nævnt to yderpunkter for arealbehovet i 2024.

MINIMUM AREALBEHOV

Minimumsscenariet, 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 Viborg Kommune fastholder andelen af dagligvarer og beklædning på det lave niveau, og at der tabes andele på øvrige udvalgsvarer til de omkringliggende kommuner,
- › at internethandlen vokser kraftigt og tager større andele fra de fysiske butikker i 2024
- › at indbyggertallet vokser med ca. 4.700 personer perioden 2012-2024,

Det svarer til, at omsætningen i 2024 vil kunne ske på et areal, der er ca. 3.000 m² mindre end i dag.

MINIMUM AREALBEHOV			
	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER
DÆKNINGSGRAD	100 (0)	83 (0)	97 (-5)
FORBRUGSVÆKST	0 %	0 %	0 %
ANDEL TIL INTERNETHANDEL	6 %	16 %	25 %
AREALBEHOV: -3.000 M ²			

MAKSIMUM AREALBEHOV

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

- › at forbruget igen vil vokse og i 2024 nå niveauet fra 2007-2008, hvilket især vil betyde vækst i forbruget af beklædning og øvrige udvalgsvarer,
- › at væksten i internethandlen bliver mindre markant og i mindre grad vil tage andele fra de fysiske butikker,
- › at detailhandelen i Viborg Kommune styrkes og øger andelen over for konkurrerende handelscentre inden for beklædning og øvrige udvalgsvarer samt fastholder andelen inden for dagligvarer,
- › at indbyggertallet vokser med ca. 4.700 personer i perioden 2012-2024,

Maksimumsscenariet indebærer, at der vil blive behov for udvidelse af butiksarealet med i størrelsesordenen 56.000 m². Det vurderes, at det største arealbehov vil være i Viborg by – herunder særligt i bymidten og i aflastningsområdet. For at sikre en lokal forsyning med især dagligvarer kan bydelscentrene også have behov for nyt butiksareal.

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

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 og derved ikke give anledning til et øget behov for nyt butiksareal. Modsat forventes der at være behov for en vis omfordeling af butiksarealer, hvor nogle butikker lukker, mens der etableres nyt butiksareal andre steder. Omfordelingen kan bl.a. ske som følge af et ønske om at udvide eller flytte butikken 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.

MAKSIMUM AREALBEHOV

	DAGLIGVARER	BEKLÆDNING	ØVRIGE UD- VALGSVARER
DÆKNINGSGRAD	100 (0)	90 (+7)	110 (+7)
FORBRUGSVÆKST	10 %	25 %	12 %
ANDEL TIL INTERNETHANDEL	4 %	12 %	15 %
AREALBEHOV: 56.000 M ²			



NI URE
og skæbetspløj

物

UNIQUE
og skæbetspløj

SpaFisk
86 62 02 98
Behandling med Gæst Rude Fisk
20 min. 150,-
40 min. 250,-

Café
Friske kager
og kaffe

obito
Friske kager
og kaffe

max
SPAR 25%

SEIKO SPECIALIST
BLOK

CASIO

798,-

CASIO

METROPOL
URE & SMYKKER

SKAGEN
798,-

EFFEKTER VED UDVIDELSE AF AFLASTNINGSCENTRET

Som grundlag for vurdering af effekterne ved at udbygge aflastningscentret ved Holstebrovej er der udarbejdet en vurderingsmodel, der viser påvirkningerne på de forskellige oplande og omkringliggende kommuner.

Efter planlovens bestemmelser må bruttoetagearealet til butiksformål ikke udvides i et aflastningscenter. Med frikommuneforsøget kan Viborg Kommune fastlægge afgrænsningen af aflastningscentret ved Holstebrovej i Viborg samt udvide det samlede areal til detailhandel. Forsøgsprojektet vil også give mulighed for at planlægge for udvalgswarebutikker, der er større end 2.000 m² i bymidten, bydelscentre og aflastningscentret.

Viborg Byråd besluttede i februar 2013 på baggrund af en konkret ansøgning, at der skulle arbejdes videre med en planlægning for yderligere 10.000 m² butiksareal i et udvidet aflastningscenter i form af udvalgswarebutikker over 2.000 m². Der er afholdt en fordebat, hvor der er kommet andre ønsker om detailhandel.

For at belyse konsekvenserne ved forskellige fremtidige udvidelser er der foretaget beregninger på tre scenarier, hvor aflastningsområdet udvides med 10.000 m², 15.000 m² og 20.000 m².

METODE

Vurderingen af, hvor stor omsætning en udvidelse i aflastningscentret vil medføre, er baseret på de gennemsnitlige arealintensiteter fra Viborg Kommune, der beskriver omsætning pr. m² for forskellige brancher, samt på COWIs erfaringer fra lignende butiksområder. En gennemsnitlig stor udvalgswarebutik i et aflastningsområde som Viborg Vest har typisk en arealintensitet på ca. 20.000 kr. pr. m² pr. år.

Som grundlag for vurderingen af effekterne af en udbygning af aflastningscentret er der taget udgangspunkt i butiks- og forbrugsanalyserne, som er blevet præsenteret tidligere i rapporten. Der er også taget udgangspunkt i foreliggende detailhandelsanalyser fra de omkringliggende kommuner. Hvor der ikke er tilgængelige oplysninger om udvalgswareomsætningen, er der foretaget et skøn baseret på befolkningstal og forbrug. På baggrund af den historiske udvikling er omsætningstallene fremskrevet til 2012.

Alle omsætningstal er opgivet i 2012-priser. Konsekvenserne for detailhandlen tager udgangspunkt i, at butikkerne etableres inden for en kort tidshorisont.

Konsekvenserne er vurderet for de forskellige deloplande i Viborg Kommune og nabo-kommunerne. Konsekvenserne for det enkelte område er dels afhængig af områdets handelsmæssige styrke, og dels af afstanden til de nye butikker. Effektvurderingerne bygger derfor på, at indkøbshyppigheden i de nye butikker falder med stigende afstand til butikkerne. Jo længere væk fra aflastningscentret forbrugerne bor, jo mindre sandsynlighed er der for, at de handler i de nye butikker. Herudover bygger vurderingen på, at sandsynligheden for brug af de nye butikker i aflastningscentret falder, jo større byerne er. De større omkringliggende byer har selv tilsvarende butikker, mens borgere i mindre byer vil have større tilbøjelighed til at acceptere en afstand for at benytte de nye butikker i aflastningscentret i Viborg.



De faktiske effekter vil afhænge af, hvilke konkrete butikstyper, brancher og butiksstørrelser, der bliver etableret. Hvis der eksempelvis etableres butikker, der ikke er i direkte konkurrence med bymidtens butikker, vil det have mindre konsekvenser for bymidten.

Størrelsen af butikkerne i aflastningsområdet vil spille en rolle. Hvis der eksempelvis udelukkende etableres store butikker, der ikke er mulige at indpasse i bymidten, så vil brancheoverlappet med bymidten sandsynligvis være mindre.

VURDERET OMSÆTNINGSVÆKST SOM FØLGE AF UDVIDELSEN

Med et areal på 10.000 m² i de nye butikker og en arealintensitet på ca. 20.000 kr. pr. m² i 2012 forventes det, at de nye udvalgswarebutikker vil få en omsætning på ca. 200 mio. kr. pr. år. Hvis der etableres 15.000 m² svarer det til 300 mio. kr. pr. år i de nye butikker, og med en udvidelse på 20.000 m² vil det betyde en omsætning på i størrelsesordenen 400 mio. kr. pr. år.

VURDERING AF EFFEKTERNE AF EN UDVIDELSE AF AFLASTNINGSCENTRET

Hvis udvidelsen med 10.000 m² butiksareal i aflastningscentret blev gennemført i 2012, så ville de 200 mio. kr. pr. år svare til ca. 10 % af den samlede udvalgswareomsætning i Viborg Kommune.

Ved en udvidelse på 15.000 m² svarer de 300 mio. kr. pr. år til ca. 15 % af den samlede udvalgswareomsætning i Viborg Kommune.

Ved en udvidelse på 20.000 m² svarer de 400 mio. kr. pr. år til ca. 20 % af den samlede udvalgswareomsætning i Viborg Kommune.

OMSÆTNINGSFORDELINGEN TIL DE NYE BUTIKKER

Omsætningen vil – fortsat under forudsætning af, at butikkerne blev etableret i 2012 – medføre en reduktion i omsætningen andre steder. Det vurderes, at omsætningen til de nye butikker vil blive fordelt med i størrelsesordenen 70 % fra Viborg by, 10 % fra kommunen i øvrigt og 20 % fra de omkringliggende kommuner. I størrelsesordenen 35-40 % vil komme fra Viborg bymidte.

EFFEKTER PÅ HANDELSOMRÅDER

De faktiske effekter vil afhænge af, hvilke konkrete butikstyper, brancher og størrelser der vil blive etableret i aflastningscentret, og hvorvidt de andre detailhandelsområder har butikstyper, der vil blive konkurrenceudsat. Eksempelvis vil en ny udvalgswarebutik, der har samme vareudbud som butikker Viborgs bymidte betyde, at en større del af omsætning hentes fra bymidten. Omvendt vil en meget specialiseret udvalgswarebutik tiltrække kunder fra et stort opland.

VURDERING AF OMSÆTNING

	OMSÆTNING PR. ÅR MIO. KR.
10.000 M ²	200
15.000 M ²	300
20.000 M ²	400

Butikkerne i Viborg bymidte er typisk 50-300 m², mens der i aflastningscentret hovedsageligt er etableret butikker på i størrelsesordenen 500-2.000 m². Det vurderes, at butikker under 500 m² i aflastningscentret vil være i højere konkurrence med bymidtens butikker end store butikker på mere end 2.000 m².

I alle tre scenarier vurderes den forventede omsætningsreduktion at være størst i aflastningscentret og lidt mindre i bymidten. Omsætningsreduktionen i områderne i den øvrige del af Viborg Kommune skal ses i sammenhæng med, at detailhandlen har et begrænset omfang, og at selv en lille omsætningsnedgang kan mærkes. I hver af nabokommunerne forventes den overførte omsætning til de nye butikker i aflastningscentret at udgøre ca. 1-2 % af den samlede omsætning i de eksisterende udvalgswarebutikker i den enkelte kommune.

Med en udvidelse på 10.000 m² forventes det, at i størrelsesordenen 15-20 % af omsætningen i detailhandlen i aflastningscentret vil blive overført til de nye butikker i aflastningscentret. I bymidten forventes det, at i størrelsesordenen 10 % af omsætningen i den eksisterende detailhandel vil blive overført til de nye butikker i aflastningscentret. I Viborg Kommune uden for Viborg by forventes omsætningsreduktionen i den eksisterende detailhandel at udgøre i størrelsesordenen 5-10 % af omsætningen i 2012. I nabokommunerne forventes den overførte omsætning til de nye butikker i aflastningscentret at udgøre under 1 %.

Hvis der regnes med en udvidelse på 15.000 m² vil det betyde, at i størrelsesordenen 25-30 % af omsætningen i detailhandlen i aflastningscentret vil blive overført til de nye butikker i aflastningscentret. I bymidten forventes det, at i størrelsesordenen 15 % af omsætningen i den eksisterende detailhandel vil blive overført til de nye butikker. I Viborg Kommune uden for Viborg by forventes omsætningsreduktionen i den eksisterende detailhandel at udgøre i størrelsesordenen 10 % af omsætningen i 2012. I nabokommunerne forventes den overførte omsætning til de nye butikker i aflastningscentret at udgøre ca. 1,5 %.

Med en udvidelse på 20.000 m² vil udvalgswareomsætningen i aflastningscentret reduceres med ca. 35-40 %. I bymidten forventes det, at i størrelsesordenen 20 % af omsætningen i den eksisterende detailhandel vil blive overført til de nye butikker. I Viborg Kommune uden for Viborg by forventes omsætningsreduktionen i den eksisterende detailhandel at udgøre i størrelsesordenen 10-15 % af omsætningen i 2012. I nabokommunerne forventes den overførte omsætning til de nye butikker i aflastningscentret at udgøre ca. 2 %.

Ved udløbet af planperioden i 2025 forventes der en befolkningstilvækst på ca. 4.700 personer i Viborg Kommune, som vil øge forbruget af udvalgsvarer med ca. 100 mio. kr. Som det fremgår af vurderingen af forbrugsudviklingen, så er udviklingen påvirket af de økonomiske konjunkturer, privatforbrugets udvikling, internethandlens udbredelse mv., som kan føre til både vækst eller tilbagegang i omsætningen i de fysiske butikker. Hvis der regnes med, at forbruget pr. person i 2025 vil være det samme som i dag, så vil forbrugsvæksten, som befolkningsudviklingen udjævne omkring halvdelen af det omsætningstab, som en udvidelse på 10.000 m² udvidelsen af aflastningscentret vil medføre. Forbrugsudviklingen svarer til ca. en tredjedel af det omsætningstab, som en udvidelse på 15.000 m² udvidelsen af aflastningscentret vil medføre og ca. en fjerdedel af omsætningstabet, som en udvidelse på 20.000 m² vil medføre.

OMSÆTNINGSREDUKTION I %

	AFLASTNINGS-CENTER	VIBORG BYMIDTE	VIBORG KOMMUNE I ØVRIGT	NABOKOMMUNER
10.000 M ²	15-20	10	5-10	1
15.000 M ²	25-30	15	10	1,5
20.000 M ²	35-40	20	10-15	2



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 2011 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 fratrullet. 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).

Lavprisvarerhus

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 fødevaresortiment. Selvbetjening, men høj grad af service. Flere betjente afdelinger f.eks. med slagtervarer, kioskvarer 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

Fødevarebutik med fuldt fødevaresortiment, 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).

PLANLOVENS DETAILHANDELSBESTEMMELSER

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

I byer på 20-40.000 indbyggere kan der endvidere udlægges arealer til butiksformål i den centrale del af en bydel, dvs. i et **bydelscenter**. Det samlede bruttoetageareal til butiksformål i et bydelscenter

må ikke overstige 5.000 m². I byer med mere end 40.000 indbyggere fastsætter kommunalbestyrelsen det maksimale bruttoetageareal til butiksformål i det enkelte bydelscenter.

Derudover kan der 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 m².

Endeligt kan der uden for bymidter, bydelscentre og lokalcentre placeres **enkeltstående 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.

I bymidter i byer med mere end 40.000 indbyggere og for aflastningsområder i hovedstadsområdet, Aarhus, Odense, Aalborg og Esbjerg kan kommunalbestyrelsen i forbindelse med, at der hvert fjerde år udarbejdes en strategi for kommunalplanlægningen, træffe beslutning om at revidere kommuneplanen med henblik på at fastsætte butiksstørrelser for højst tre nye **store udvalgsvarerbutikker** på mere end 2.000 m² for hver by.

Planloven fastsætter de maksimale bruttoetagearealer for den enkelte butik til 3.500 m² for dagligvarebutikker og 2.000 m² for udvalgsvarerbutikker - dog maksimalt 1.000 m² i lokalcentre og for enkeltstående butikker til lokalområdets forsyning.

BRANCHEFORTEGNELSE

BRANCHEFORTEGNELSE	
DAGLIGVARER	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	FORHANDLERE AF MUSIKINSTRUMENTER
DETAILHANDEL MED DRIKKEVARER	DETAILHANDEL MED BELYSNINGSARTIKLER SAMT HUSHOLDNINGSARTIKLER I.A.N.
TOBAKSFORRETNINGER	DETAILHANDEL MED BØGER
ANDEN DETAILHANDEL MED FØDEVARER I SPECIALFORRETNINGER	DETAILHANDEL MED MUSIK- OG VIDEOOPTAGELSER
SERVICESTATIONER	FORHANDLERE 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
BEKLÆDNING	FOTOFORRETNINGER
ANDEN DETAILHANDEL FRA IKKE-SPECIALISEREDE FORRETNINGER	FORHANDLERE AF GAVEARTIKLER OG BRUGSKUNST
DETAILHANDEL MED KJOLESTOFFER, GARN, BRODERIER 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
ØVRIGE UDVALGSVARER	SÆRLIG PLADSKRÆVENDE VARER
EL-INSTALLATION	DETAILHANDEL MED PERSONBILER, VAREBILER OG MINIBUSSE
VVS- OG BLIKKENSLAGERFORRETNINGER	ENGROS- OG DETAILHANDEL MED CAMPINGKØRETØJER, SMÅ TRAILERE MV.
UDFØRELSE AF GULVBELÆGNINGER OG VÆGBEKLÆDNING	FORHANDLERE AF LYSTBÅDE OG UDSYR HERTIL
GLARMESTERVIRKSOMHED	PLANTEFORHANDLERE OG HAVECENTRE
DETAILHANDEL MED RESERVEDELE OG TILBEHØR TIL MOTORKØRETØJER	PLANTEFORMERING
SALG, VEDLIGEHOLDELSE OG REPARATION AF MOTORCYKLER OG RESERVEDELE OG TILBEHØR HERTIL	ENGROSHANDEL MED TRÆ, TRÆLAST OG BYGGMATERIALER

