



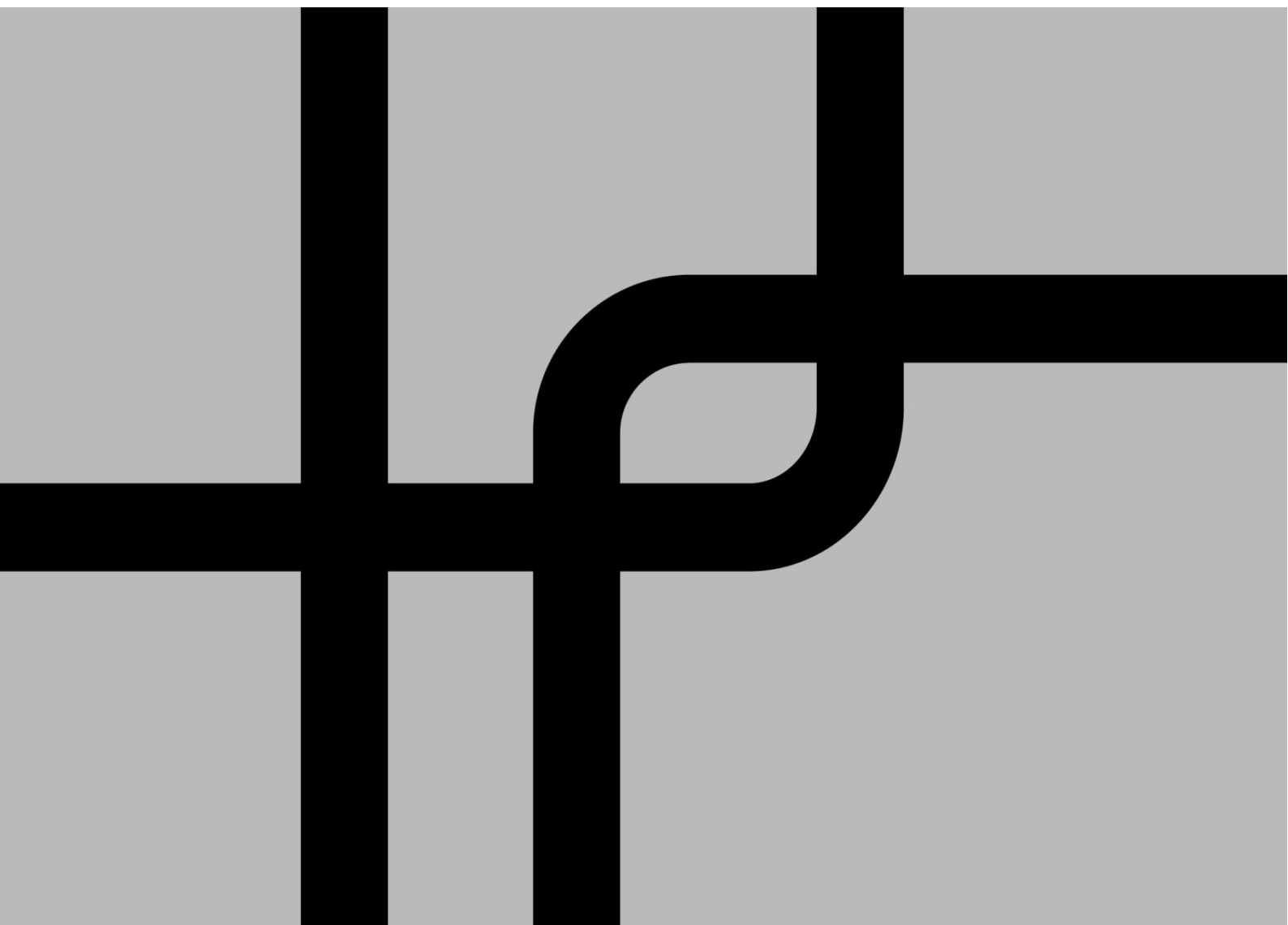
# Detailhandelskunders transport og indkøbsvaner

Transport til indkøbsområder og butikstyper

Maj 2015



Miljøministeriet  
Naturstyrelsen



# **Detailhandelskunders transport og indkøbsvaner**

Transport til indkøbsområder og butikstyper

Maj 2015

# Indholdsfortegnelse

<b>Sammenfatning</b> .....	<b>1</b>
<b>1 Indledning</b> .....	<b>5</b>
1.1 Baggrund .....	5
1.2 Indhold.....	5
<b>2 Data</b> .....	<b>7</b>
2.1 Kundernes transport.....	7
2.2 Butikkernes lokalisering.....	8
2.3 TP-områder .....	9
2.4 PlansystemDK.....	12
<b>3 Butikkernes lokalisering</b> .....	<b>16</b>
3.1 TP-områder .....	16
3.2 PlansystemDK.....	18
<b>4 Indkøbsrejser - overordnet set</b> .....	<b>20</b>
4.1 Hvem køber ind og hvor ofte? .....	20
4.2 Uge- og døgnfordeling.....	23
4.3 Indkøbet som led i dagens aktiviteter.....	26
4.4 Transportmidler på indkøbsturen .....	27
4.5 Rejserelationer .....	29
<b>5 Indkøbsrejser til TP-områder</b> .....	<b>31</b>
5.1 Indkøbsture.....	31
5.2 Transportmidler .....	32
5.3 Rejselængder .....	34
5.4 Rejsetid.....	38
<b>6 Indkøbsrejser til centertyper i PlansystemDK</b> .....	<b>41</b>
6.1 Indkøbsture.....	41
6.2 Transportmidler .....	43
6.3 Rejselængder .....	45
6.4 Rejsetid.....	48
6.5 Transportmidler versus turlængder .....	51
<b>7 Indkøbsrejser til butikstyper</b> .....	<b>54</b>
7.1 Sådan har vi gjort .....	54
7.2 Indkøbsrejser til butikstyper.....	54

7.3	Transportmidler til butikstyper .....	55
7.4	De indkøbsrejsende til butikstyper .....	57
<b>8</b>	<b>Indkøb som led i turkæden.....</b>	<b>60</b>
8.1	Sådan har vi gjort .....	60
8.2	Turkæder med indkøb.....	60
8.3	Omvejskørsel pga indkøb.....	63
8.4	Transportmidler .....	65

# Sammenfatning

## Baggrund

Naturstyrelsen udarbejder hvert fjerde år en detailhandelsredegørelse. Som led heri indgår en vurdering af sammenhæng mellem detailhandlens lokalisering og kundernes transportmæssige tilgængelighed. Et centralt tema er spørgsmålet om, hvordan en samfundsmæssigt bæredygtig detailhandelsstruktur fremmes, herunder spørgsmålet om kundernes transport til og fra indkøb.

Som baggrund for detailhandelsredegørelsen har Tetraplan i samarbejde med Incentive gennemført en udredning af:

- *Kundernes transport* til områdetyper og til butikstyper på basis af data fra den nationale Transportvaneundersøgelse (TU)
- *Kundernes indkøbsvaner* og forbrug på basis af en internetbaseret spørgeundersøgelse
- *Samfundsøkonomisk vurdering* af betydningen af butiksstruktur og lokalisering i en række casebyer

Denne rapport omfatter spørgsmålet om kundernes transport. De øvrige problemstillinger er afreporteret selvstændigt<sup>1</sup>.

Sammenfatningen har fokus på resultater. Data og beregningsmetoder beskrives kun i begrænset omfang.

## Kundernes transport - generelt

I hele landet foretages der i gennemsnit 1,8 mio. indkøb om dagen. Eller sagt på en anden måde, så foretager hver dansker i snit knap 0,4 indkøb per døgn. Blandt de personer der køber ind på en given dag foretager 77 % et enkelt indkøb, og 23 % foretager to eller flere. Ikke alle køber ind lige ofte, fx så køber kvinder oftere ind end mænd og indkøbshyppigheden stiger hen gennem livsfaserne indtil i 70'erne, hvorefter den igen falder.

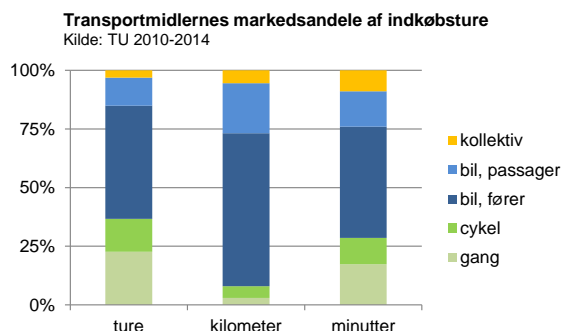
Lørdag hitter som indkøbsdag hastigt efterfulgt af fredag. Der er tydelige tegn på, at søndag er blevet en mere populær indkøbsdag, men også indkøb om lørdagen er i vækst. Det er forskellige kunde grupper, der dominerer på forskellige tidspunkter af dagen. Gennemsnitsindtægten for dem der køber ind om formiddagen er lavere end for dem, der køber ind om eftermiddagen og om aftenen. Til gengæld er gennemsnitsalderen højere om formiddagen.

Mere end en tredjedel af alle indkøbsture foretages til fods eller på cykel, knap to tredjedele er med bil og en kun mindre del er med kollektiv transport. Måles der på kilometer, så udgør bilkørsel størstedelen af kundernes transport til indkøb. Målt på tidsforbrug, er både de lette transportformer og kollektiv transport synlige i markedet.

---

<sup>1</sup> "Samfundsøkonomiske eksternaliteter fra transporten i forbindelse med indkøb af dagligvarer". Incentive Partners for Naturstyrelsen. 2015

De fleste detailhandelskunder starter deres indkøbstur hjemme fra, idet 60 % af alle indkøbsture har hjemmet som udgangspunkt. 9 % af indkøbsturene foretages på vej hjem fra arbejde eller uddannelse og 14 % sker i forlængelse af et indkøb i en anden butik.

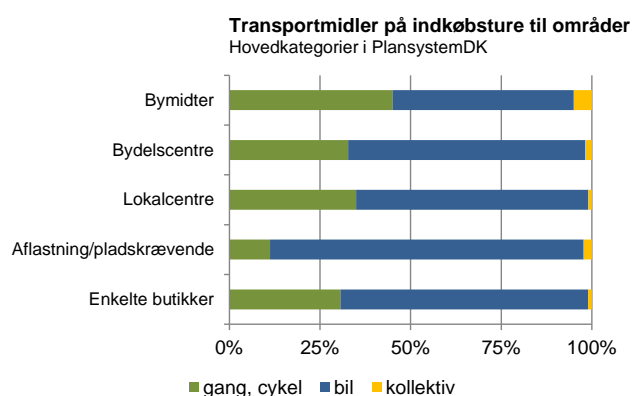


En indkøbstur er i gennemsnit knap seks kilometer lang og gennemføres på 11 minutter. Det dækker over mange korte og få lange rejser. Medianen for rejselængde, der hvor halvdelen af rejserne er kortere og halvdelen er længere, er to kilometer. For rejsetid er medianen syv minutter.

### Kundernes transport til detailhandelsområder i PlansystemDK

Stedfæstet viden om hvor danskerne foretager deres indkøb, som det kendes fra TU, er koblet sammen med viden om, hvor detaildetailhandlens butikker er beliggende. Der er forsøgt med flere zonesystemer, men især opkoblingen til PlansystemDK giver gode resultater, hvorfor der i denne sammenfatning alene refereres til denne.

40 % af alle større dagligvarebutikker er ikke omfattet af detailhandelsområder indberettet i PlansystemDK. 24 % ligger i kommuner som slet ikke har indberettet. 16 % ligger udenfor zonerne i de kommuner som har indberettet, og må derfor antages overvejende at være enkeltstående butikker. Ved at oprette en selvstændig kategori for Københavns Kommune, som ikke har indberettet, samt en kategori for de selvstændige butikker i kommuner der har indberettet, opnås det, at opfange 84 % af alle dagligvarebutikker. Tilsammen dækker de en endnu større andel af butiksarealet og omsætningen. Tilsvarende opfanges 87 % af alle udvalgsvarerbutikker.



Gang og cykel er populært til indkøb i alle områdetyper med undtagelse af aflastningsområder og områder til pladskrævende vare. Gang er tydeligt mere udbredt til alle typer af centre i de større byer end i de mindre byer.

Når man ser bort fra kategorien for Københavns Kommune, der på alle måder skiller sig ud, så har bilen stor betydning i alle områder. Bilens markedsandel er større i de mindre og mellemstore byer end i de store byer. Bil er ikke uventet dominerende ved indkøb i aflastningsområder og områder til pladskrævende varer. Ikke alene finder man her, at bil som fører har den største markedsandel, men man finder også, at andelen der kommer som passager er høj.

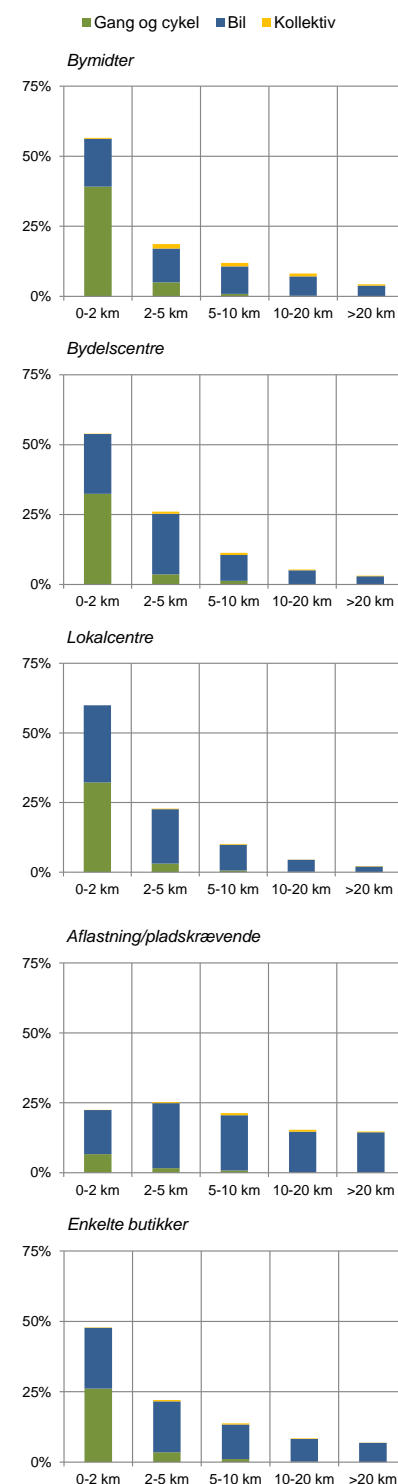
Kollektiv transport spiller praktisk taget kun en rolle for indkørsrejser i bymidter i Hovedstaden, i Københavns Kommune og i bymidter i de større byer. Ved indkøb til øvrige områdetyper har den kollektive transport kun en begrænset betydning.

I meget grove træk viser analyserne, at i alle typer af bymidter, uanset byens størrelse, er fordelingen på rejselængder på indkørsrejserne ens. Omkring halvdelen af kunderne kommer fra en afstand af under to kilometer. Den helt store forskel i indkøbsture til byer af forskellig størrelse er transportmiddelvalget. I de største af byerne har bilen kun en begrænset rolle på de korte ture på under to kilometer. I alle byer, med undtagelse af København, så tager bilen hurtigt over og bliver helt dominerende på de lidt længere afstande. I Hovedstadsområdet spiller den kollektive transport en rolle i forbindelse med de lidt længere indkøbsture ind til København.

I meget grove træk kan man for de øvrige områdetyper i materialet aflæses, at:

- Områdetyperne under aflastning/ pladskrævende skiller sig markant ud fra alle øvrige ved, at kunderne kun i begrænset omfang kommer fra nærområdet, og mange kommer langvejs fra. Praktisk taget alle i bil.
- I bydels- og lokalcentre ligner transportprofilerne dem for de tilsvarende bymidter i samme bystørrelse, men med den forskel, at flere rejser lidt længere og at de lidt oftere kommer i bil.
- Til de enkeltstående butikker, som ligger udenfor PlansystemDK's områder, er en transportprofil som ligner den til bydels- og lokalcentre.

Indkøbsture længde og transportmidler



## Transport til butikstyper

Kunderne er så at sige fulgt ind i butikkerne ved at matche adresser for indkøb med butiksadresser. I alt er det lykkedes at adressematche 63 % af alle registrerede TU indkøbsture for perioden 2010-2014.

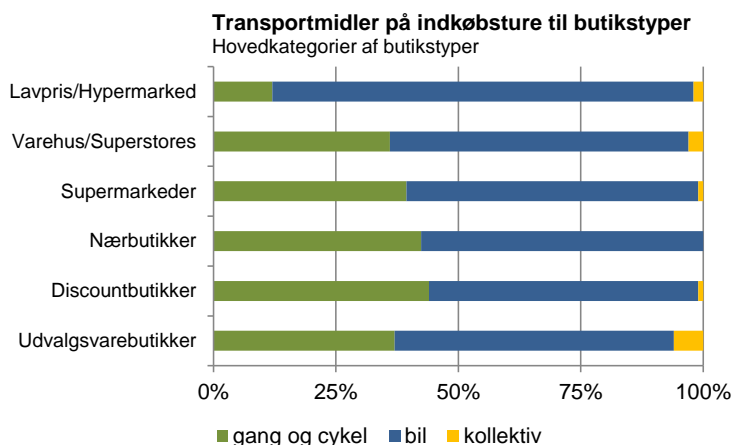
Indkøbsture til hypermarkederne skiller sig ud ved, at bilen er helt dominerende. Ikke alene er der mange, der kommer i bil som fører, men også andelen af bilpassagerer er meget høj. Transportmiddelfordelingen til supermarkeder, nærbutikker og discountbutikker er næsten ens og med et større element af gang og cykel end til hypermarkederne. Til varehuse/superstores ligner fordelingen mest den til supermarkeder mm, men dog med en del flere som bilpassagerer og med kollektiv transport. For udvalgsvarebutikker, som ofte er centralt beliggende i bymidter, er der et relativt højt element af kunder, som kommer med kollektiv transport.

Opgjort på længden af indkøbsturene er billedet der tegner sig, at der rejses relativt langt til hypermarkeder. Der er et næsten ens mønster af kortere ture til supermarkeder, nærbutikker og discountbutikker. Til superstores ligner mønstret mest det til de lavere kategorier i dagligvarebutikshierarkiet. Ture til udvalgsvarebutikker er som gennemsnit betragtet længere end til dagligvareindkøb.

## Indkøb som led i turkæden

Der er set på, hvordan indkøbsturen indgår i den samlede kæde af aktiviteter. Ved at kigge på beliggenhed af de aktiviteter, der er før og efter indkøbet identificeres, om der køres længere, når der i turkæden indskydes et eller flere indkøb. Størstedelen af de registrerede indkøbskæder, nemlig 87 %, omfatter kun ét enkelt indkøb. De fleste af turkæderne, 63 %, har hjemmet både som udgangspunkt og som endemål.

I det samlede billede afføder indkøbsturene 10 % ekstra kørsel, sammenlignet med hvis der ikke blev købt ind på vejen mellem forskellige aktiviteter. Ser man bort fra de indkøbskæder, hvis eneste formål er indkøbet (rejser med samme udgangspunkt og mål), så er der en omvejskørsel på 26 % ekstra kilometer på de turkæder, der har forskelligt udgangspunkt og rejsemål.





# 1 Indledning

## 1.1 Baggrund

Naturstyrelsen udarbejder hvert fjerde år en detailhandelsredegørelse. Som led heri indgår en vurdering af sammenhæng mellem detailhandlens lokalisering og kundernes transportmæssige tilgængelighed. Et centralt tema er spørgsmålet om, hvordan en samfundsmæssigt bæredygtig detailhandelsstruktur fremmes, herunder spørgsmålet om kundernes transport til og fra indkøb.

Naturstyrelsen har med denne udredning ønsket at opdatere og få ny viden om detailhandelskunders transport. En tilsvarende udredning blev gennemført for Detailhandelsudvalget i 2006, baseret på data fra den nationale Transportvaneundersøgelse (TU)<sup>2</sup>. Dette notat omfatter en gentagelse og en udvidelse af denne tidligere undersøgelse.

Sideløbende er der via interview foretaget en indsamling af detaljeret viden om danskeres indkøbsvaner. Her belyses bl.a. spørgsmålet om, hvor ofte de køber ind og hvor meget de køber ind for. Interviewene afrapporteres selvstændigt sammen med en samfundsøkonomisk vurdering af detailhandlens lokalisering og sammensætning i tre byer (Horsens, Vejle og Kolding)<sup>3</sup>.

## 1.2 Indhold

Helt overordnet så *gentages* den datamæssige øvelse, som tidligere blev gennemført i forbindelse med udredningen for Detailhandelsudvalget. Stedfæstet viden om, hvor danskerne foretager deres indkøb (fra TU), kobles sammen med viden om, hvor detaildetailhandlens butikker er beliggende i større eller mindre klynger i form af både formelle og uformelle centerdannelser. Inddeling og klassificering af geografiske områder med koncentration af detailhandel (TP-områder) er ajourført til dagens forhold.

Siden den tidligere udredning er PlansystemDK kommet til. Der foretages derfor en kortlægning af transport til detailhandelsområder i PlansystemDK. Det er således muligt at sammenligne resultater for to forskellige metoder til at identificere butikkernes lokalisering på.

Der er endvidere foretaget et adressematch mellem de adresser, respondenterne i TU har opgivet, at de køber ind på og adresser for både dagligvare- og udvalgswarebutikker.

---

<sup>2</sup> "Detailhandelskunders transport – En analyse baseret på data fra Den Nationale Transportvaneundersøgelse". Tetraplan for Detailhandelsudvalget. 2006.

<sup>3</sup> "Samfundsøkonomiske eksternaliteter fra transporten i forbindelse med indkøb af dagligvarer". Incentive Partners for Naturstyrelsen. 2015

Kunderne følges så at sige ind i butikken. Perspektivet er at tilvejebringe viden om, hvilke typer af butikker der besøges hvor ofte samt kundernes transport i forbindelse hermed.

Endelig er data fra TU anvendt til at kigge på, hvordan indkøbsturen indgår i den samlede kæde af aktiviteter. Ved at kigge på beliggenhed af de aktiviteter der er før og efter indkøb identificeres, om der køres længere, når der i turkæden indskydes et eller flere indkøb.

I kapitel 2 beskrives de data der er benyttet, samt den måde de er forarbejdet på. I kapitel 3 er en beskrivelse af, hvordan butikkerne fordeler sig i de to anvendte zonesystemer (TP-områder og PlansystemDK).

En overordnet beskrivelse af indkøbsrejser, uafhængigt af til hvilken geografi eller butikstype de er til, finder man i kapitel 4. Der kigges bl.a. på, hvem der køber ind, hvornår de gør det, samt hvilke transportmidler de benytter.

Indkøbsrejser til TP-områderne er nærmere beskrevet i kapitel 5, hvor der tegnes profiler af indkøbsrejser til forskellige typer af detailhandelsområder. Tilsvarende sker med udgangspunkt i PlansystemDK i kapitel 6.

Resultater fra de adressematchede data for indkøbsture og indkøbssteder beskrives i kapitel 7. Og endelig omfatter kapitel 8 resultater fra analysen af, hvorvidt der rejses omveje, når der indgår indkøb i den samlede turkæde.

## 2 Data

### 2.1 Kundernes transport

I den nationale Transportvaneundersøgelse (TU) er et repræsentativt udsnit af danskerne blevet interviewet om deres rejser på en enkelt dag. Interviewene dækker hele året og er således repræsentativ for danskernes samlede rejseaktiviteter. Fra den nationale Transportvaneundersøgelse ved man: hvem der rejser, hvor meget de rejser, med hvilke formål og på hvilken måde. I TU identificeres rejsernes formål, herunder om det er en indkøbsrejse. Der spørges ikke yderligere til typen af indkøb. Man ved således ikke, hvilke former for varer og for hvor meget, der købes. I 2006 skete en større omlægning og forbedring af undersøgelsen, og der er herefter uafbrudt indsamlet data om danskernes konkrete transportvaner.

Der spørges om adresser for rejsernes start og endemål. Man har således mulighed for geografisk at stedfæste dem. Kvaliteten af stedfæstelserne er meget høj, idet 96 % af alle adresser for indkøbsrejser er geokodet. I den tidligere undersøgelse for Detailhandelsudvalget var stedfæstelsen af en meget lavere kvalitet, og der var en meget kraftig underrepræsentation af især korte indkøbsture til fods. Der er siden kommet en bedre spørgeteknik, som understøtter respondenternes hukommelse på en måde, hvor især de korte indkøbsture og de indkøbsture der forgår på vejen til eller fra et andet formål bedre huskes.

Det har pga. de store forskelle i datakvaliteten vist sig ikke at være muligt at aflæse historiske trends ved at sammenligne denne undersøgelse med den tidligere. Forskelle skyldes i højere grad en bedre spørgeteknik end reelle forskelle. For alligevel at få en indblik i trends over tid er der til denne undersøgelse udtrukket data fra TU for perioden 2006-2014, altså fra hele perioden med en høj kvalitet i stedfæstelsen. Til at beskrive den aktuelle situation anvendes data for perioden 2010-2014, idet det er nødvendigt med data fra flere år for at få et tilstrækkeligt antal af turregistreringer. Hvor det er relevant og muligt vises også tabeller og figurer på basis af TU for perioden 2006-2009. Det er således muligt på det samme datagrundlag at spotte markante trends over en cirka femårig periode.

I TU er der tale om en ny tur hver eneste gang, der opstår et nyt rejsemål. Hvis der foretages flere indkøb efter hinanden, så er der tale om flere ture. Det er vigtigt i fortolkning af resultattabeller i kapitel 4, kapitel 5 og kapitel 6 at have for øje, at det er de enkelte indkøbsture og ikke hele indkøbskæden, der er analyseret på.

Fra TU er udtrukket en database af registrerede indkøbsture, der danner baggrund for de videre analyser. Database omfatter 48.388 registreringer af ture til indkøb i perioden 2006-2014. Heraf er de 46.335 geografisk stedfæstede. Data fordeler sig praktisk taget lige på de to tidsperioder 2006-2009 og 2010-2014.

Der er i materialet enkelte meget lange ture, som i væsentlig grad påvirker beregninger f.eks. af gennemsnitlige rejselængder. Det er valgt at frasortere rejser på over 100 kilometer, der hvor der regnes på kilometerforbruget til indkøbsrejser. Af samme årsag fravælges ture på over 100 minutter til indkøb i de tabeller, hvor der opgøres tidsforbrug til transport. Kriterier for fravalg er sat ud fra, at langt de fleste danskere indenfor denne afstand har adgang til en Bilka, som tilhører den højest klassificerede butikskategori indenfor dagligvarebutikker.

TU er i store træk en repræsentativ stikprøve. Der er alligevel anvendt vægte, som korrigerer for de mindre skævheder, der er i hvem, hvor og hvornår der er interviewet. Grunddata er endvidere løbende konsulteret for at se, om der i de enkelte tabeller er tilstrækkeligt med data til, at resultater er pålidelige. Hvor det ikke er tilfældet, er det markeret i tabeller. Problematikken med få data relaterer sig især til rejser med kollektiv transport.

I præsentation af resultater er det valgt at arbejde med hovedtransportmidler, som er det transportmiddel, der anvendes på den længste del af en tur. For kollektive ture skelnes altså ikke mellem de forskellige transportmidler der er anvendt undervejs – f.eks. cykel til stoppestedet og bus videre. Netop for indkøbsrejser er kombination af flere transportmidler på samme rejse ikke særlig udbredt, hvorfor det antages at være rimeligt at arbejde med hovedtransportmidler.

## 2.2 Butikkernes lokalisering

Naturstyrelsen har leveret aktuelle data for:

- *Dagligvarebutikker*, i alt 2.982, i et forarbejdet specialudtræk som omfatter alle butikker, der vurderes at have et nogenlunde dækkende dagligvaresortiment og en vis størrelse. Undtaget er kiosker og de mindste nærbutikker. Udover geokoder omfatter specialudtrækket oplysninger om butiksareal og omsætning<sup>4</sup>.
- *Udvalgsvarebutikker*, i alt 13.690, i et udtræk fra CVR registret omfattende alle butikker med branchekoderne 474100 til 479900. Udtrækket omfatter adresser og geokoder.

En del af butikkerne har i udtrækket ikke umiddelbart været stedkodet korrekt. Dels pga. forskelle i vejnavne og ukendte husnumre på vejen i forhold til de officielle adresser. Adresserne er tjekket op via Danmarksadresser.dk. De allerstørste af butikkerne er enkelte steder, hvor det har vist sig nødvendigt, i en manuel proces flyttet til de korrekte områder. For udvalgsvarebutikkerne forekommer nogle steder butikker fra samme butikskæde, der alle er opgivet med ens koordinater uagtet, at det drejer sig om forskellige filialer. For disse er der etableret nye geokoder ved opslag af deres fysiske adresser i Danmarksadresser.dk. Der er udelukkende anvendt oplysninger fra 2015 og altså ikke historiske data for butikkerne.

---

<sup>4</sup> Udtrækket er en specialleverance til Naturstyrelsen fra Retail Institute Scandinavia A/S

## 2.3 TP-områder

I den tidligere udredning for Detailhandelsudvalget blev identificeret 504 indkøbsområder. Det skete bl.a. på baggrund af stedfæstede informationer fra det Centrale Virksomhedsregister (CVR) kombineret med viden fra TU om, hvor kunderne køber ind. Der er foretaget en opdatering til dagens situation, så der nu er 525 indkøbsområder. Dertil kommer, at 17 af de gamle zoner er udvidet i deres areal, så de også favner nyere butikker.

Følgende metoder er anvendt til at identificere steder, hvor det har været nødvendigt at opdatere:

- Klynger af butikker etableret mellem 2006 og 2015 (nye centre)
- Klynger af butikker i umiddelbar nærhed til områderne (udvidelse af centre)
- Klynger af observationer af indkøbsture i TU, der ikke falder ind i centrene
- Mange observationer af indkøbsture i TU, i umiddelbar nærhed af centre

Alle områder er klassificeret mht. deres geografiske lokalisering i bymidte, brokvarter, forstad, industriområde eller på landet.

I kategorien "bymidter" er der sket en opdeling i forskellige bystørrelser: de fem største byer som alle har mere end 70.000 indbyggere, byer med 40.000-70.000 indbyggere, byer med 20.000-40.000 indbyggere, byer med 10.000-20.000 indbyggere samt byer under 10.000 indbyggere.

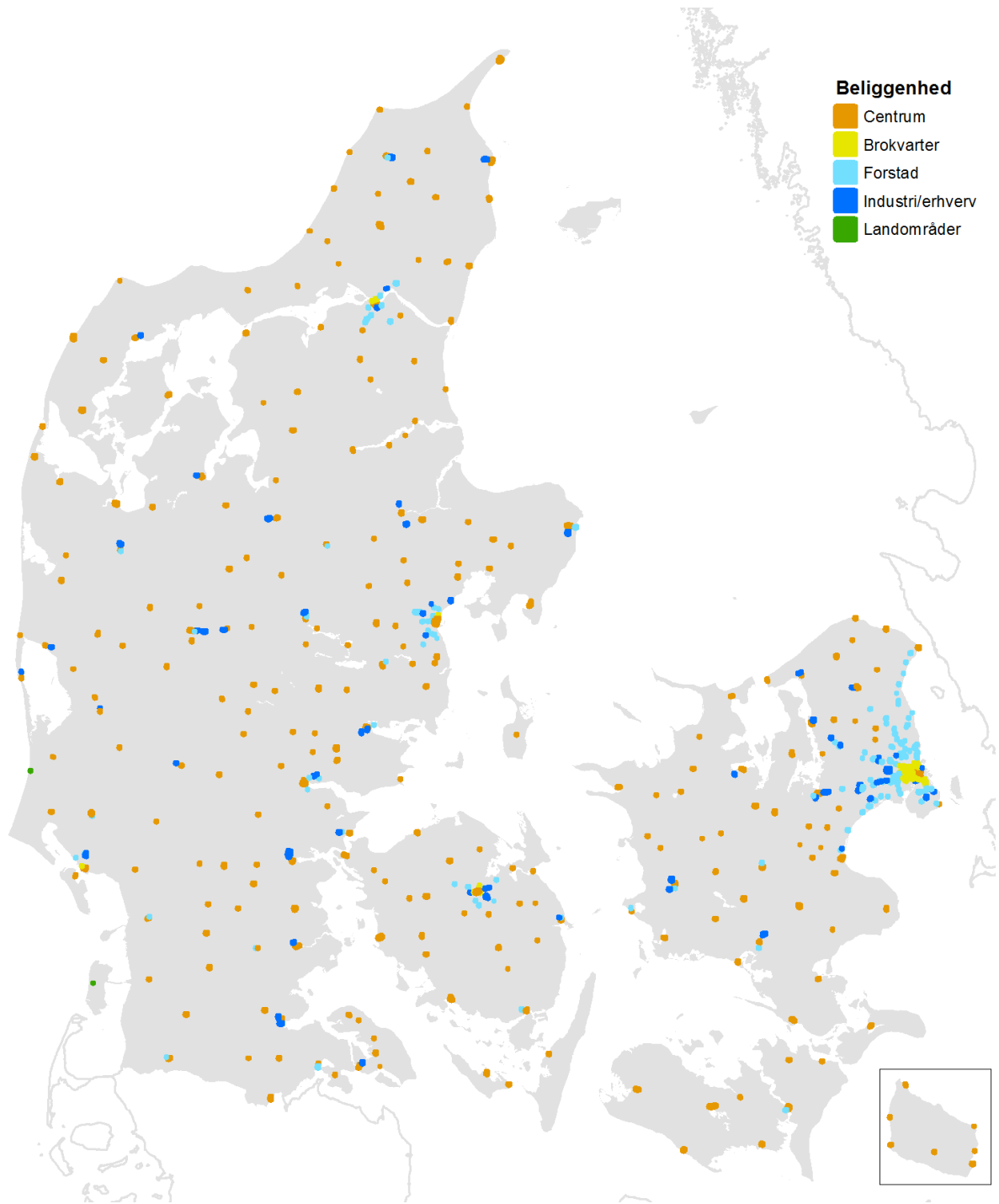
Brokvarterer er sammenhængende etagebebyggelse udenfor bymidter. Det finder man praktisk taget kun i København, Århus, Ålborg, Odense og Esbjerg, og begrebet brokvarter knytter sig derfor alene til de fem største byer.

Forstæder er defineret som sammenhængende boligbebyggelse udenfor bymidter (brokvarterer dog ikke med). Der skelnes mellem forstæder til de fem største byer og forstæder til de øvrige byer. I Hovedstadsområdet er forstæder knyttet til København, med undtagelse af Roskilde, Køge og Helsingør, hvor forstæder i kommunerne er knyttet til kommunen selv.

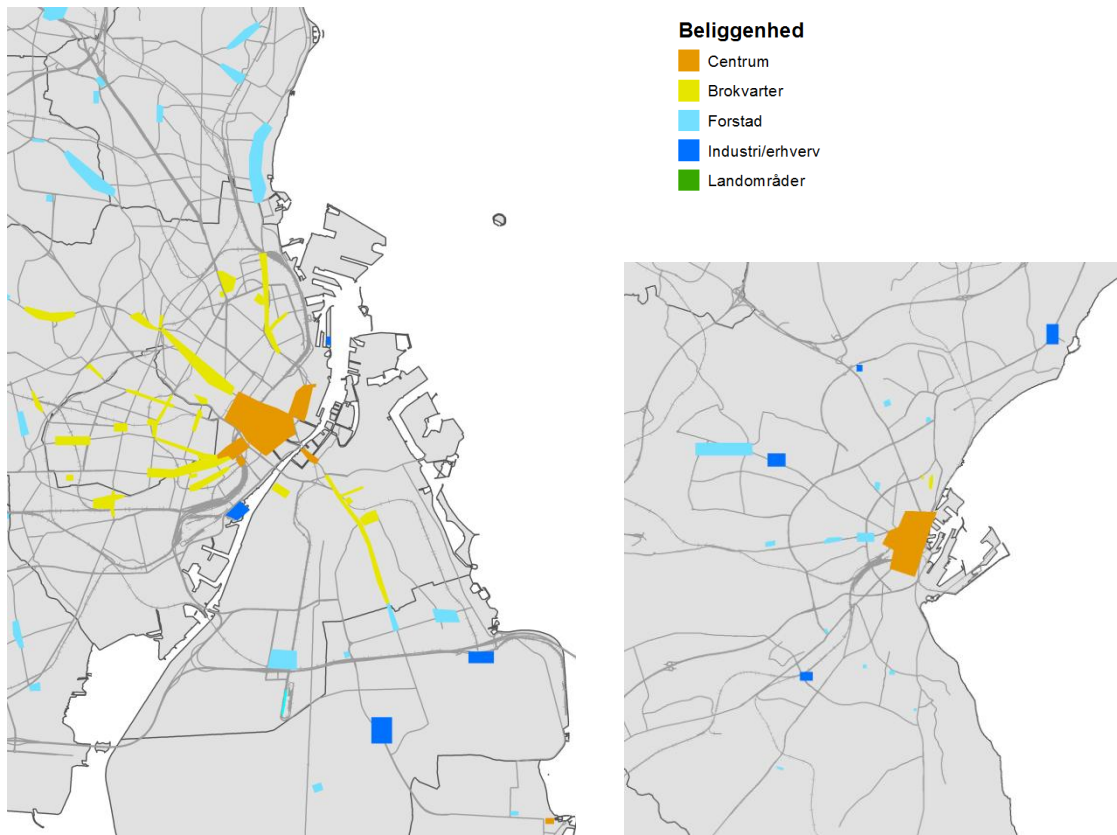
Industriområder er sammenhængende områder med erhverv eller industri og uden boligbebyggelse.

Landområder er steder uden bymæssig karakter.

De opdaterede TP-områder fremgår af Figur 2.1. I Figur 2.2 er vist et zoom på de fem største byer.



Figur 2.1 Indkøbsområder - 525 opdaterede TP-områder

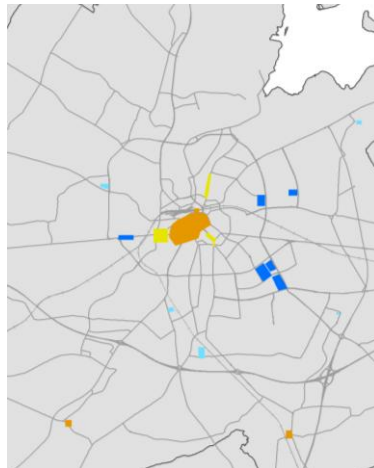


Hovedstadsområdet

Århus



Aalborg



Odense



Esbjerg

Figur 2.2 Zoom på indkøbsområder i og omkring de fem største byer - TP-områder

I Tabel 2.1 er fordelingen af de 525 indkøbsområder vist opdelt på forskellige typer af lokalisering.

*Tabel 2.1 Indkøbsområder opdelt i geografiske områdetyper. Reviderede TP-zoner*

	Antal områder	% af områder	Omfatter antal byer
Centrum i fem største byer	13	2 %	5
Centrum i byer 40.000-70.000 indbyggere	12	2 %	9
Centrum i byer 20.000-40.000 indbyggere	25	5 %	14
Centrum i byer 10.000-20.000 indbyggere	20	4 %	19
Centrum i byer under 10.000 indbyggere	212	40 %	209
Brokvarterer i fem største byer	37	7 %	5
Forstad fem største byer	99	19 %	5
Forstad i øvrigt	31	6 %	23
Industriområde	74	14 %	36
Landområde	2	0 %	-
<b>Alle</b>	<b>525</b>	<b>100 %</b>	

## 2.4 PlansystemDK

PlansystemDK har en overordnet opdeling i bymidter, bydelscentre, lokalcentre, enkeltstående butikker, pladskrævende butikker og aflastningsområder.

Der er kommuner som ikke har indberettet detailhandelsområder i PlansystemDK: København, Dragør, Hvidovre, Ishøj, Tårnby, Vallensbæk, Furesø, Lolland, Guldborgsund, Bornholm, Aabenraa, Lemvig, Samsø, Morsø, Thisted, Frederikshavn, Vesthimmerland, Læsø og Aalborg.

I Figur 2.3 er vist de 2.119 detailhandelsområder, som er indberettet i PlansystemDK. I Figur 2.4 er vist et zoom på Trekantsområdet.

I kategorien "bymidter" er der sket en underopdeling i forskellige områder og bystørrelser, nemlig bymidter i Hovedstadsområdet, i byer over 40.000 indbyggere, i byer med 20.000-40.000 indbyggere, i byer med 5.000-20.000 indbyggere og i byer med under 5.000 indbyggere. Det skal bemærkes at der ikke er indberettet områder for Københavns Kommune, der derfor behandles som en selvstændig kategori, som i den overordnede opdeling lægges under kategorien bymidter.

Bydelscentre underopdeles i to kategorier: byer over og under 40.000 indbyggere.



Lokalcentre underopdeles i tre kategorier: byer med under 5.000 indbyggere, buer med 5.000-40.000 indbyggere og i byer med over 40.000 indbyggere.

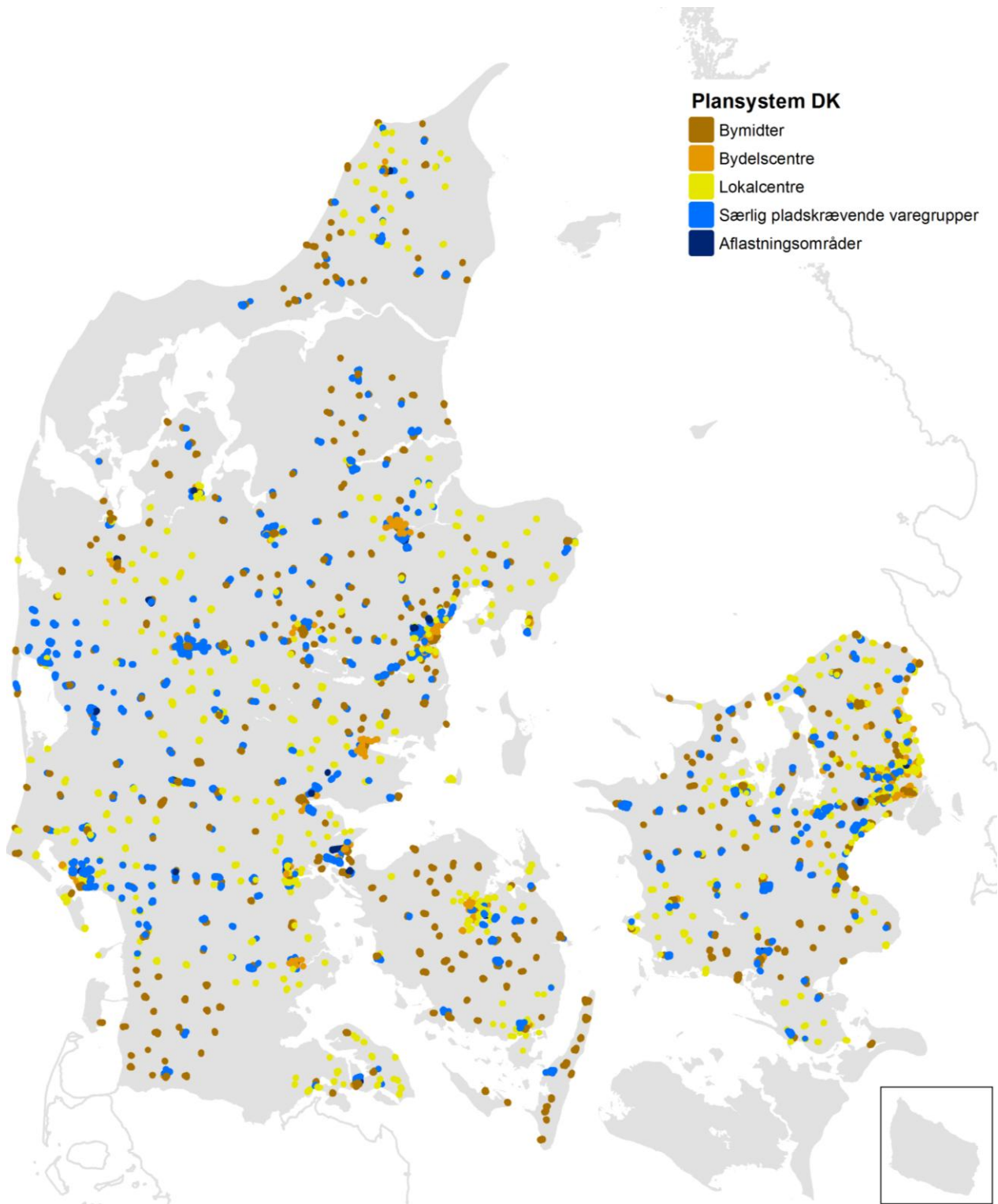
Industriområder kaldes i denne sammenhæng en kategori, hvori indgår aflastningsområder og områder til pladskrævende vare.

Enkeltstående butikker der er i PlansystemDK en indberetningsmulighed, som hedder "enkeltstående" butikker. Den benyttes imidlertid kun i meget begrænset omfang. De butikker, som ikke er beliggende i de øvrige områder, må imidlertid være enkeltstående butikker og placeres i denne sammenhæng i den kategori.

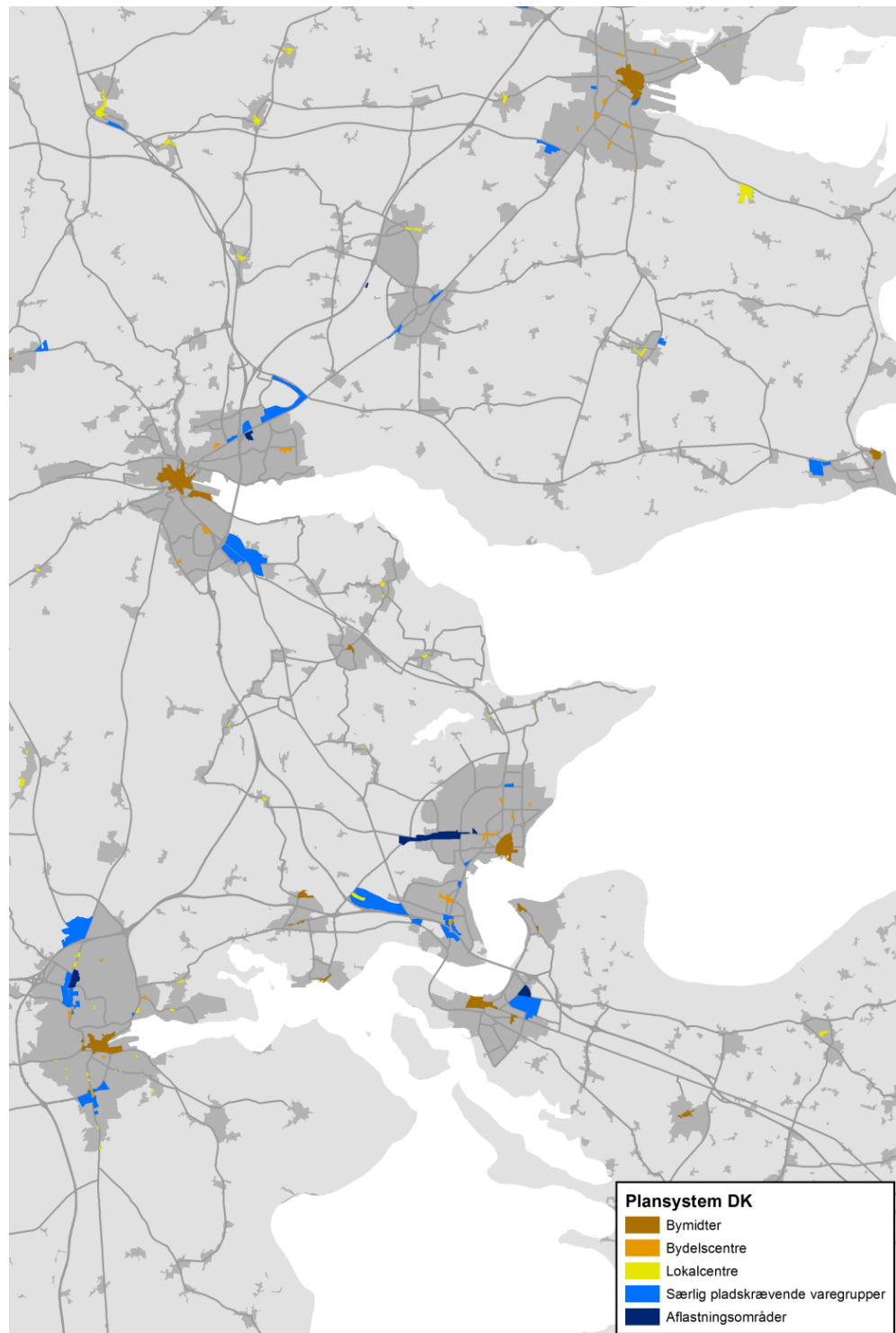
I Tabel 2.2 er fordelingen af de 2.119 indkøbsområder vist opdelt på forskellige typer af lokalisering. Det skal bemærkes at kun få er indberettet som enkeltstående butikker, men at butikker udenfor PlansystemDKs områder i praksis overvejende må bestå af enkeltstående butikker, når man ser bort fra de kommuner, der slet ikke har indberettet til PlansystemDK.

*Tabel 2.2 Indkøbsområder opdelt i geografiske områdetyper.  
PlansystemDK*

	Antal områder	% af områder
Københavns Kommune	0	0 %
Bymidter i Hovedstaden	34	2 %
Bymidte i byer over 40.000 indb	71	3 %
Bymidte i byer 20.000-40.000 indb	190	9 %
Bymidte i byer 5.000-20.000 indb	371	18 %
Bymidte i byer under 5.000 indb	109	5 %
Bydelscentre i byer over 40.000 indb	100	5 %
Bydelscentre i byer under 40.000 indb	7	0 %
Lokalcentre i byer over 40.000 indb	143	7 %
Lokalcenter i byer 5.000-40.000 indb	137	6 %
Lokalcentre i byer under 5.000 indb	313	15 %
Aflastningsområder	35	2 %
Pladskrævende	577	27 %
Enkeltstående butikker	32	2 %
<b>Alle zoner i PlansystemDK</b>	<b>2.119</b>	<b>100 %</b>



Figur 2.3 Indkøbsområder – 2.119 zoner i PlansystemDK



Figur 2.4 Indkøbsområder i PlansystemDK - Zoom på Trekantsområdet

## 3 Butikkernes lokalisering

### 3.1 TP-områder

#### *Dagligvarebutikker*

Antallet af dagligvarebutikker fordeler sig på områdetyper som vist i Tabel 3.1, der også viser butikkernes areal og omsætning<sup>5</sup>. I databasen fra Naturstyrelsen over dagligvarebutikker kan 40 % henføres til et af de 525 TP-områder. Det er de største af butikkerne, der er med i TP-zonerne, hvilket afspejles i at 55 % af arealet og 56 % af omsætningen er dækket.

I butikker i bycentrene er der en nogenlunde ens fordeling mellem andelen af antal butikker, butiksareal og omsætning. Det samme gælder butikker i brokvarterer. I butikker beliggende i industriområder samt forstæder i de fem største byer er omsætningen relativ høj sammenlignet med antallet af butikker.

Tabel 3.1 Fordeling af **dagligvarebutikker** på TP-områder efter: antal, areal og omsætning

	Butikker		Areal			Omsætning per år		
	Antal	%	I alt 1.000 m <sup>2</sup>	%	m <sup>2</sup> per butik	1.000 mio. kr. i alt	%	Mio kr. per butik
Centrum i fem største byer	54	2 %	43	2 %	789	2,6	2 %	48,9
Centrum i byer 40.000-70.000 indb	40	1 %	58	2 %	1.439	2,5	2 %	62,5
Centrum i byer 20.000-40.000 indb	52	2 %	81	3 %	1.556	3,4	3 %	65,0
Centrum i byer 10.000-20.000 indb	101	3 %	118	5 %	1.169	5,6	5 %	55,4
Centrum i byer under 10.000 indb	470	16 %	388	16 %	825	16,5	15 %	35,2
Brokvarterer i fem største byer	117	4 %	92	4 %	785	5,8	5 %	49,3
Forstad fem største byer	162	5 %	225	9 %	1.390	11,6	11 %	71,4
Forstad i øvrigt	107	4 %	127	5 %	1.187	6,3	6 %	58,5
Industriområde	88	3 %	191	8 %	2.172	7,3	7 %	82,4
Landområde	1	0 %	1	0 %	900	0,0	0 %	30,0
<b>Alle områder</b>	<b>1.192</b>	<b>40 %</b>	<b>1.323</b>	<b>55 %</b>	<b>1.110</b>	<b>61,5</b>	<b>56 %</b>	<b>51,6</b>
Udenfor	1.790	60 %	1.090	45 %	609	48,3	44 %	27,0
Alle	2.982	100 %	2.413	100 %	809	109,9	100 %	36,8

<sup>5</sup> Omsætning er en blanding af butikkernes egenindberetning og skøn og derfor behæftet med nogen unøjagtighed. Kilde: Specialleverance til Naturstyrelsen fra Retail Institute Scandinavia A/S

### **Udvalgsvarebutikker**

I databasen fra Naturstyrelsen over udvalgsvarebutikker kan 61 % henføres til ét af de 525 indkøbsområder. Antallet af butikker fordeler sig på typer mht. antal butikker og antal årsværk som vist i Tabel 3.2.

Udvalgsvarebutikker i industriområderne adskiller sig fra de øvrige ved at være relativt store, målt på det gennemsnitlige antal ansatte per butik. Alle øvrige områder er relativt ens i det spørgsmål, med i gennemsnit omkring syv årsværk for ansatte og butiksejere.

Forholdet mellem udvalgs- og dagligvarebutikker er meget forskelligt i områderne. Særligt tydeligt er bymidter i byer med over 10.000 indbyggere, som er præget af langt flere udvalgsvarebutikker end af dagligvarebutikker. I byer under 10.000 indbyggere ser man en noget større andel af dagligvarebutikker, som er lokaliseret i bymidten.

*Tabel 3.2 Fordeling af **udvalgsvarebutikker** på områder: antal butikker og antal årsværk (ansatte er inkl. ejer) i TP-områder*

Område	Butikker		Ansatte		
	Antal	%	1.000 Årsværk i alt	%	Årsværk per butik
Centrum i fem største byer	1.448	11 %	11,2	12 %	7,7
Centrum i byer 40.000-70.000 indb	901	7 %	5,9	6 %	6,6
Centrum i byer 20.000-40.000 indb	909	7 %	6,0	6 %	6,6
Centrum i byer 10.000-20.000 indb	837	6 %	4,8	5 %	5,7
Centrum i byer under 10.000 indb	1.627	12 %	7,9	8 %	4,8
Brokvarterer i fem største byer	682	5 %	4,4	5 %	6,4
Forstad fem største byer	913	7 %	8,1	9 %	8,9
Forstad i øvrigt	329	2 %	2,1	2 %	6,3
Industriområde	759	6 %	8,3	9 %	11,0
Landområde	4	0 %	0,0	0 %	4,0
<b>Alle TP-områder</b>	<b>8.409</b>	<b>61 %</b>	<b>58,7</b>	<b>63 %</b>	<b>7,0</b>
Udenfor TP-områder	5.281	39 %	34,8	37 %	6,6
Alle	13.690	100 %	93,4	100 %	6,8

## 3.2 PlansystemDK

### *Dagligvarebutikker*

Antallet af dagligvarebutikker fordeler sig på områdetyperne i PlansystemDK som vist i Tabel 3.3, der også viser butikkernes areal og omsætning. I databasen fra Naturstyrelsen over dagligvarebutikker kan 67 % henføres til en af PlansystemDK områderne. Der er en overvægt af de største af butikkerne, hvilket afspejles i at 73 % af arealet og 74 % af omsætningen er dækket.

Tabel 3.3 Fordeling af **dagligvarebutikker** på områder i PlansystemDK efter: antal, areal og omsætning

	Butikker		Areal			Omsætning per år		
	Antal	%	I alt 1.000 m <sup>2</sup>	%	m <sup>2</sup> per butik	1.000 mio. kr. i alt	%	Mio kr. per butik
Københavns Kommune	224	8 %	156	6 %	694	9,2	8 %	41,1
Bymidter i Hovedstaden	78	3 %	91	4 %	1168	5,3	5 %	68,0
Bymidte i byer over 40.000 indb	93	3 %	114	5 %	1229	5,4	5 %	58,5
Bymidte i byer 20.000-40.000 indb	89	3 %	119	5 %	1342	5,3	5 %	60,0
Bymidte i byer 5.000-20.000 indb	264	9 %	259	11 %	982	11,6	11 %	43,9
Bymidte i byer under 5.000 indb	464	16 %	336	14 %	724	14,0	13 %	30,2
Bydelscentre i byer over 40.000 indb	223	7 %	191	8 %	857	9,7	9 %	43,4
Bydelscentre i byer under 40.000 indb	72	2 %	72	3 %	1002	3,3	3 %	46,3
Lokalcentre i byer over 40.000 indb	117	4 %	78	3 %	666	3,8	3 %	32,3
Lokalcenter i byer 5.000-40.000 indb	103	3 %	73	3 %	712	3,3	3 %	31,7
Lokalcentre i byer under 5.000 indb	199	7 %	99	4 %	497	4,1	4 %	20,4
Aflastningsområder	42	1 %	151	6 %	3597	5,6	5 %	132,6
Pladskrævende	36	1 %	25	1 %	699	1,0	1 %	27,8
<b>Alle i PlansystemDK områder</b>	<b>2.004</b>	<b>67 %</b>	<b>1.765</b>	<b>73 %</b>	<b>881</b>	<b>81,6</b>	<b>74 %</b>	<b>40,7</b>
Udenfor PlansystemDK/enkeltstående	492	16 %	266	11 %	540	11,8	11 %	24,0
Kommuner uden indberetning*	486	16 %	382	16 %	787	16,4	15 %	33,8
Alle	2.982	100 %	2.413	100 %	809	109,9	100 %	36,8

\*Ekskl. Københavns Kommune

### Udvalgsvarebutikker

I databasen fra Naturstyrelsen over udvalgsvarebutikker kan 60 % henføres til en af zonerne i PlansystemDK. Dertil kommer at 27 % kan henføres til områder udenfor plansystemets zoner, og at størstedelen af disse må antages at være enkeltstående butikker eller beliggende i meget små butikssamlinger. Antallet af butikker fordeler sig på typer mht. antal butikker og antal årsværk som vist i Tabel 3.2.

Forholdet mellem udvalgs- og dagligvarebutikker er meget forskelligt i områderne. Dagligvarebutikker dominerer i de mindste byers bymidter, bydelscentrene og i lokalcentrene. I de store byers centre samt i aflastningsområder og områder til pladskrævende varer, er elementet af dagligvarer begrænset i det samlede billede.

Tabel 3.4 Fordeling af udvalgsvarebutikker på områder: antal butikker og antal årsværk (ansatte inkl. ejer)

Område	Butikker		Ansatte		
	Antal	%	1.000 Årsværk i alt	%	Årsværk per butik
Københavns Kommune	1.984	14 %	13,7	15 %	6,9
Bymidter i Hovedstaden	465	3 %	3,9	4 %	8,3
Bymidte i byer over 40.000 indb	1.477	11 %	9,8	10 %	6,6
Bymidte i byer 20.000-40.000 indb	915	7 %	5,9	6 %	6,4
Bymidte i byer 5.000-20.000 indb	1.188	9 %	6,2	7 %	5,2
Bymidte i byer under 5.000 indb	709	5 %	3,4	4 %	4,8
Bydelscentre i byer over 40.000 indb	383	3 %	2,1	2 %	5,4
Bydelscentre i byer under 40.000 indb	75	1 %	0,4	0 %	5,8
Lokalcentre i byer over 40.000 indb	55	0 %	0,4	0 %	6,5
Lokalcenter i byer 5.000-40.000 indb	35	0 %	0,2	0 %	6,0
Lokalcentre i byer under 5.000 indb	58	0 %	0,2	0 %	4,3
Aflastningsområder	292	2 %	3,2	3 %	10,8
Pladskrævende	547	4 %	5,0	5 %	9,1
<b>Alle i PlansystemDK</b>	<b>8.183</b>	<b>60 %</b>	<b>54,2</b>	<b>58 %</b>	<b>6,6</b>
Udenfor PlansystemDK/enkeltstående	3.650	27 %	26,4	28 %	7,2
Uden indberetning af detailhandel	1.857	14 %	13,0	14 %	7,0
I alt	13.690	100 %	93,6	100 %	6,8

\*Ekskl. Københavns Kommune

## 4 Indkøbsrejser - overordnet set

### 4.1 Hvem køber ind og hvor ofte?

37 % af alle de interviewede fra TU har på en given dag (alle ugedage inkl.) foretaget ét eller flere indkøb. De ca. 26.000 registrerede indkøbsture fra 2010-2014 dækker over ca. 20.000 personer som, på den dag de er interviewet om, har foretaget ét eller flere indkøb. Omsat til hele landet svarer det til, at der hver dag i gennemsnit foretages 1,8 mio. indkøb. Eller sagt på en anden måde, så foretager hver dansker i snit knap 0,4 indkøb per døgn.

Gennemsnittet dækker over forskelle i danskernes indkøbshyppighed:

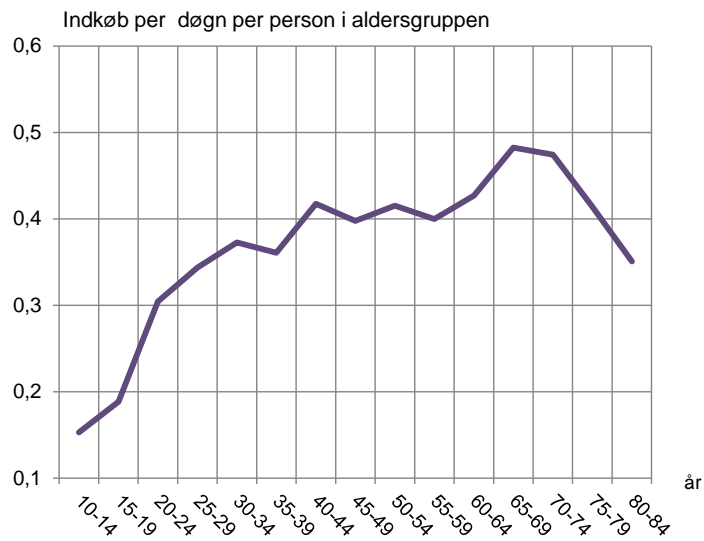
- Kvinder køber lidt oftere ind end mænd
- Indkøbshyppigheden stiger hen gennem livsfaserne indtil en gang i 70'erne hvorefter den igen falder

57 % af alle indkøbsture foretages af kvinder og 43 % af mænd. Det kan aflæses af den seneste TU dataserie fra 2010-2014. Den tidligere dataserie fra 2006-2009 viser en fordeling med 58 % af alle indkøb gennemført af kvinder og 42 % af mænd. I undersøgelsen for Detailhandelsudvalget, som repræsenterer situationen i begyndelsen af årtusinedet, foretog mænd 40 % af alle indkøb og kvinder 60 %. Der er altså tegn på at ligestillingen langsomt indfinder sig i spørgsmålet om, hvem der køber ind. En nærmere analyse viser, at ligestillingen sker blandt alle aldersgrupper.

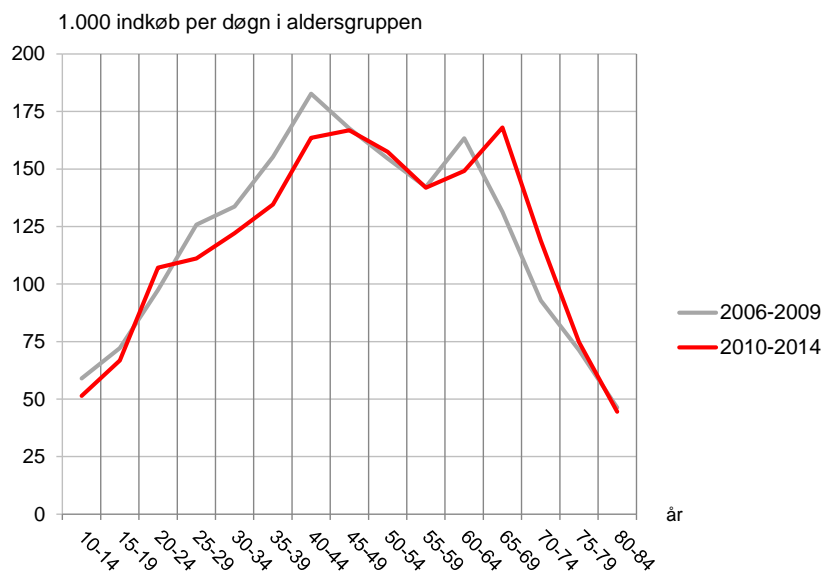
I Figur 4.1 er vist indkøbshyppigheden på de forskellige alderstrin. I Figur 4.2 er vist, hvor mange indkøb de forskellige alderstrin bidrager med i det samlede billede. Heraf kan aflæses, at de unge og de allerældste i gruppen foretager færrest indkøb, både når man ser på den enkelte og på gruppen som helhed. Kigger man nærmere på gruppen af ældre, så stiger antallet af indkøb per person omkring pensionsalderen, hvilket formentlig har sammenhæng med skift i livsfase, og dermed også skift i transportbehov og -vaner. Grænsen for hvor sent ældre forbliver med at købe ind hyppigt, har rykket sig en smule, når de to tidsperioder sammenlignes.

I Figur 4.3 er vist, hvilke transportmidler kunder i forskellige aldersgrupper benytter, når de skal købe ind, målt på det samlede antal indkøb. I Figur 4.4 er vist de forskellige transportmidlers markedsandele, målt på antallet af indkøbsture, idet der er opdelt på de forskellige aldersgrupper. Alle aldersgrupper har relativt mange gangture til indkøb, men især de unge (som endnu ikke har fået bil) går ofte. Det samme gør de allerældste (som måske ikke længere har bil). Cyklen benyttes af alle aldersgrupper, når der skal købes ind, og cyklens markedsandel falder først for de allerældste. Der foretages stort set lige mange indkøbsture med kollektiv transport i alle aldersgrupper, men da de yngste og de allerældste ikke køber ind så ofte, har den kollektive transport en væsentlig markedsandel af deres indkøbsture. Den største forskel aldersgrupperne imellem er, det omfang bil benyttes til indkøb. Der er igen en naturlig sammenhæng til livsfaser. Bilen er mest udbredt blandt de aldersgrupper, hvor man må forvente flest børnefamilier.

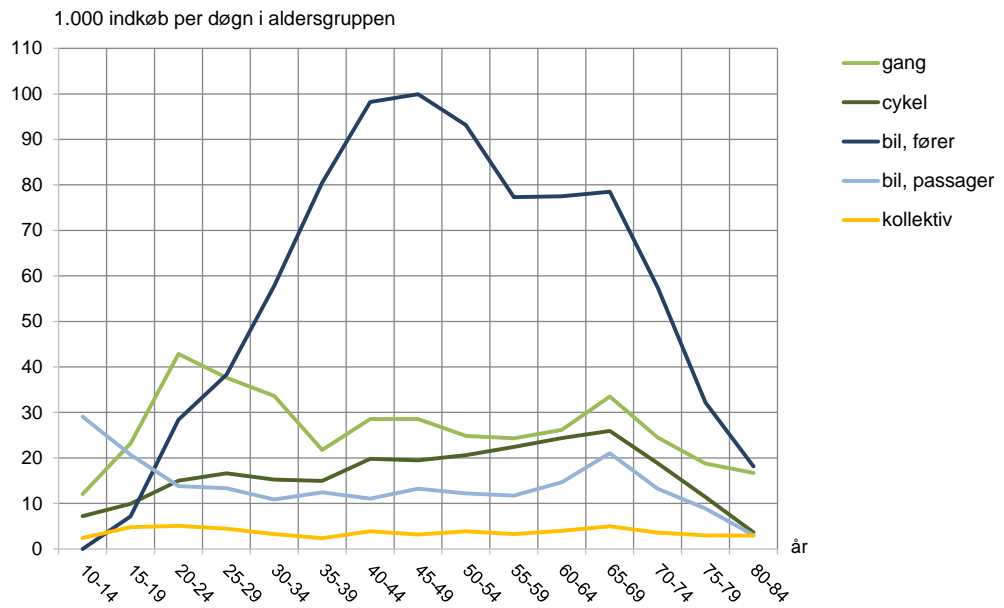




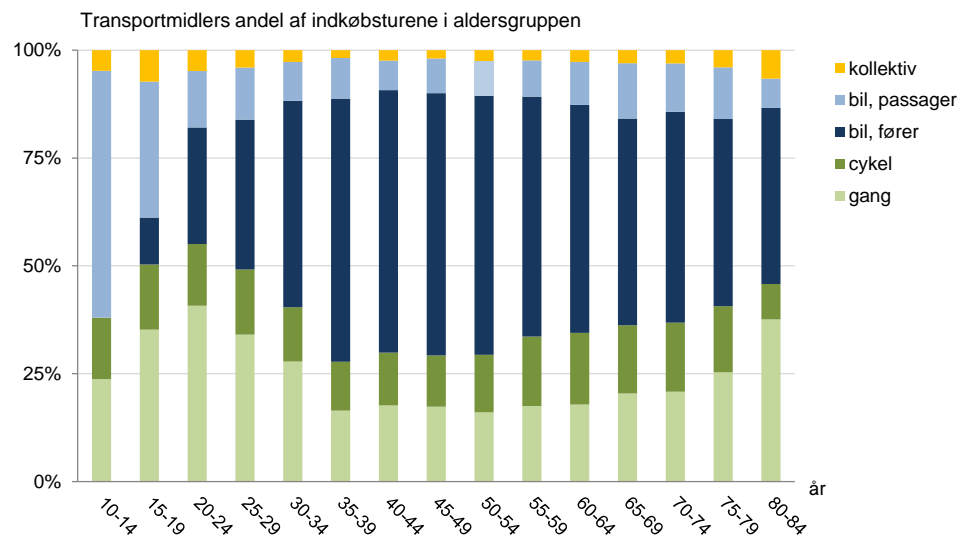
Figur 4.1 Gennemsnitligt antal indkøb i forskellige aldersgrupper. Kilde: TU 2010-2014



Figur 4.2 Antal indkøb i alt på en gennemsnitlig dag i forskellige aldersgrupper. Kilde: TU 2006-2014



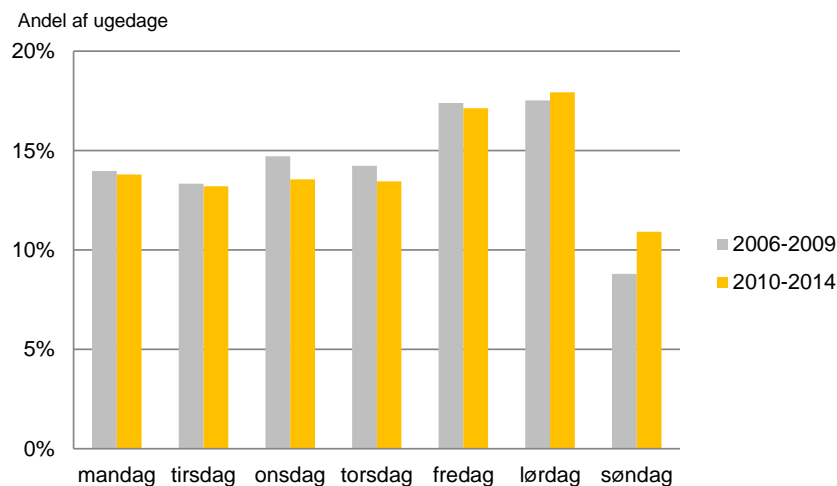
Figur 4.3 Samlet antal indkøb på en gennemsnitlig dag med forskellig transportmidler i forskellige aldersgrupper. Kilde: TU 2010-2014



Figur 4.4 Transportmidler til indkøb – markedsandele målt på antal ture for forskellige aldersgrupper. Kilde: TU 2010-2014

## 4.2 Uge- og døgnfordeling

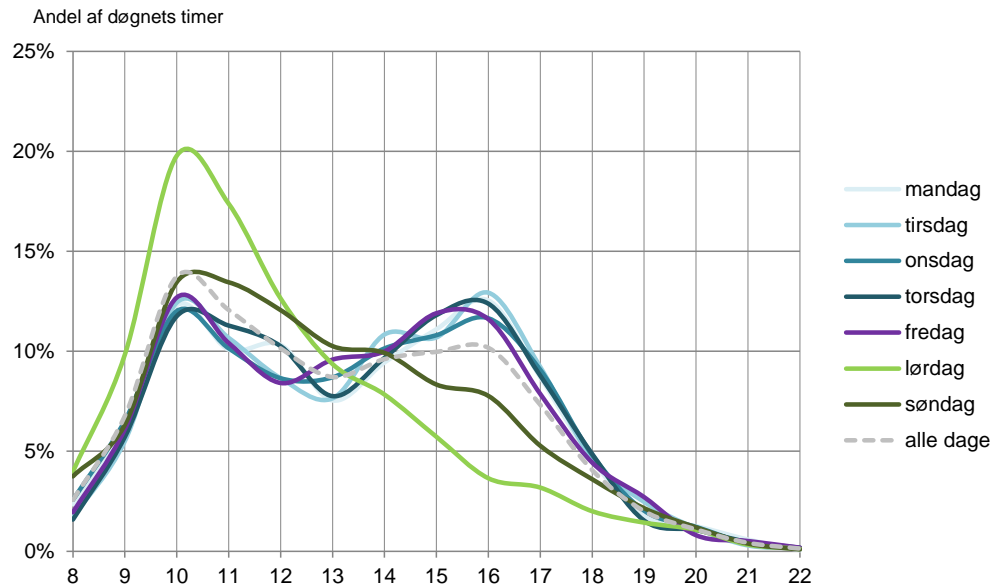
TU data muliggør et indblik i, hvornår danskerne køber ind i løbet af ugen og i løbet af dagen. Ikke uventet hitter lørdag som indkøbsdag hastigt efterfulgt af fredag – se Figur 4.5. Der er tydelige tegn på, at søndag er blevet en mere populær indkøbsdag, men også indkøb om lørdagen er i vækst. Væksten sker på bekostning af lidt færre indkøb på hverdage.



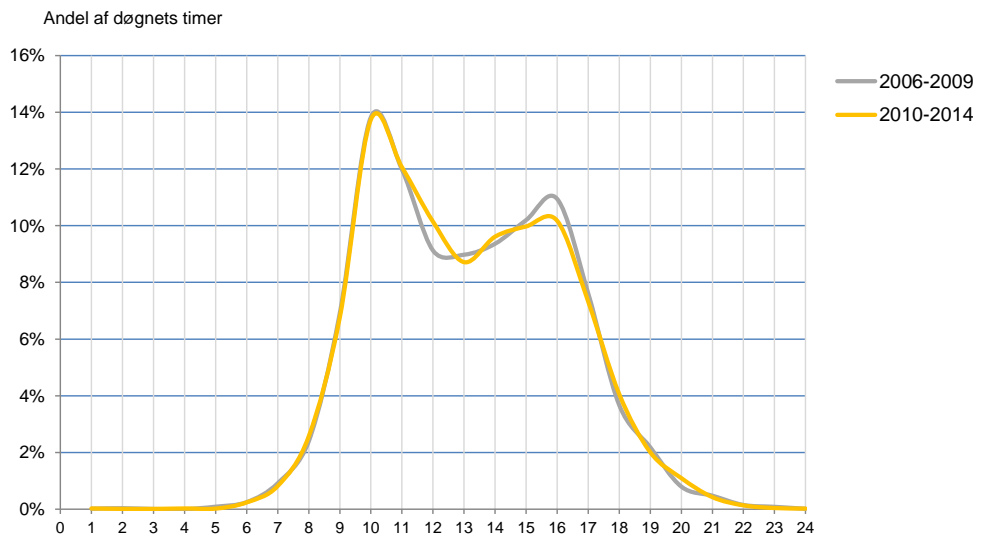
Figur 4.5 Indkøbsture fordelt på ugedage. Kilde: TU 2006-2014

I Figur 4.6 er vist dagsprofilen for indkøbsturene. Lørdag er domineret af indkøb i formiddagstimerne. De øvrige dage, med undtagelse af søndag, har indkøb to "myldretider" kl. 10-11 og kl. 16-17. I Figur 4.7 er for alle ugens dage vist en fuld døgnprofil for alle 24 timer og for de to tidsperiode 2006-2009 og 2010-2014. Det anes, at eftermiddagsmyldretiden er blevet lidt fladere, men der ses ikke, som man ellers kunne forvente, en tendens til at der købes ind senere på døgnet.

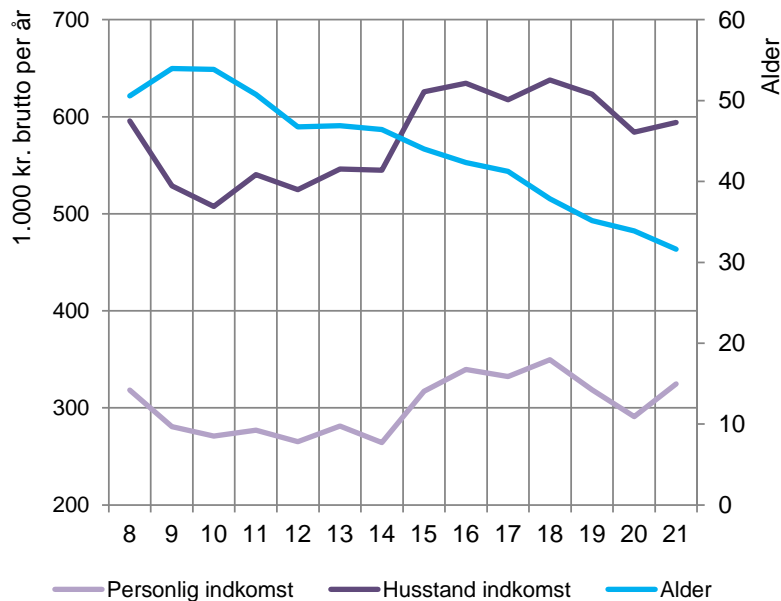
Det er forskellige kundegrupper, der dominerer på forskellige tidspunkter af dagen. Det afspejles af, at gennemsnitsindtægten for dem der køber ind om formiddagen er lavere end for dem, der køber ind om eftermiddagen - se Figur 4.8. Af samme figur fremgår det også, at gennemsnitsalderen falder for de indkøbsrejsende hen gennem dagen, hvilket forklares med at relativt mange af de ældste vælger de tidlige timer på dagen til indkøb, og flere af de unge køber ind senere på dagen.



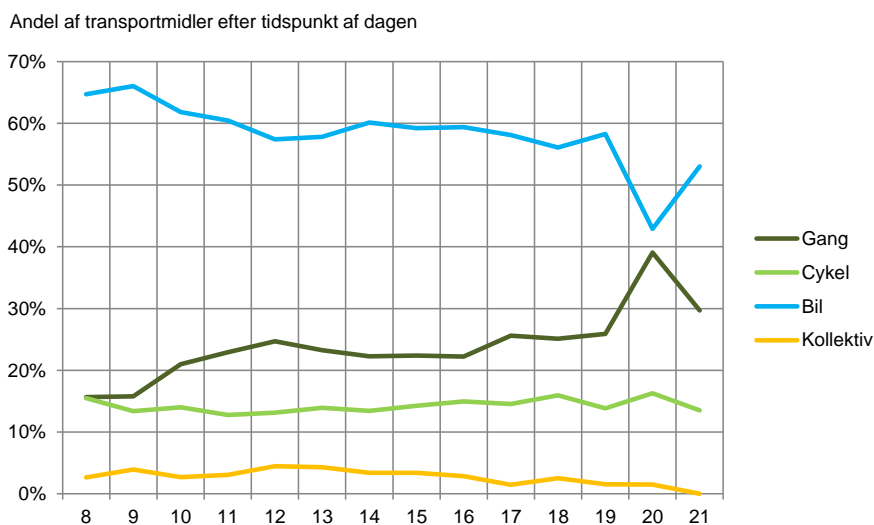
Figur 4.6 Hvornår på dagen foregår indkøb? Kilde: TU 2010-2014



Figur 4.7 Fuld døgnprofil for alle ugens dage tilsammen. Kilde: TU 2006-2014



Figur 4.8 Indkøbsrejsendes gennemsnitlige indkomst og alder og indkøbstidspunkt. Kilde: TU 2010-2014



Figur 4.9 Markedsandele for transportmidler hen over dagen Kilde: TU 2010-2014

I Figur 4.9 er vist de forskellige transportmidlers markedsandele af indkøbsturene hen over dagen. Der er ikke de store forskelle, dog er kollektiv transport mest anvendt i dagtimerne og gangturene stiger i eftermiddags- og aften timerne. Det markante skift mellem bil og gang omkring kl. 20 kan ikke umiddelbart forklares, men genfindes også i tidligere dataserier.

### 4.3 Indkøbet som led i dagens aktiviteter

Blandt de personer der har købt ind, er der, for den dag de er interviewet om:

- 77 % som har foretaget ét indkøb
- 17 % som har foretaget to indkøb
- 6 % som har købt ind tre eller flere steder

Langt de fleste detailhandelskunder starter deres indkøbstur hjemmefra. Af Tabel 4.1 fremgår det, at:

- 60 % af alle indkøbsture har hjemmet som udgangspunkt
- 9 % af alle indkøbsture foretages på vej hjem fra arbejde eller uddannelse
- 14 % af alle indkøbsture sker i forlængelse af indkøb på en anden lokalitet

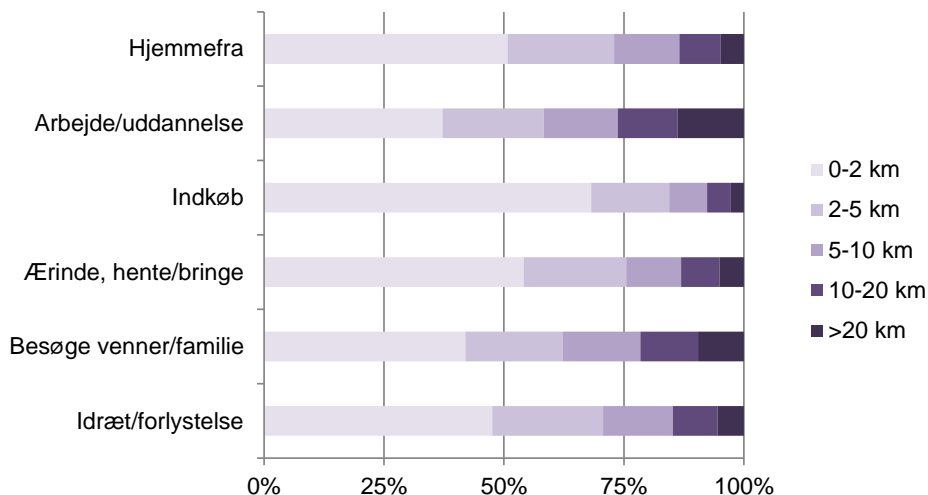
Af Tabel 4.1 fremgår det også, at en indkøbstur i gennemsnit er knap seks kilometer lang. En indkøbsrejse er lidt længere, når den sker som led i hjemturen fra arbejde/uddannelse – formentlig pga. en præference for at købe ind i butikker nær boligen. Indkøbsturen er lidt kortere, når der sker ”kædeshopping”. Formentlig slår ”strøgture”, hvor man går mellem butikkerne, igennem med korte afstande.

Gennemsnitlige rejselængder dækker over mange korte og få lange rejser. I Tabel 4.1 er derfor også vist medianen, den rejselængde hvor halvdelen af rejserne er kortere og halvdelen er længere. I Figur 4.10 er vist en optegning af, hvordan turene fordeler sig på forskellige rejselængder.

*Tabel 4.1 Hvilken aktivitet kommer detailhandelskunderne fra, og hvor lang er turen i gennemsnit? Kilde: TU 2010-2014*

Turens starter:	%	Gennemsnitlig længde (km)	Median (km)
Hjemmefra	60 %	5,6	2,0
Arbejde/uddannelse	9 %	9,3	4,0
Indkøb	14 %	3,3	1,0
Ærinde, hente/bringe	7 %	5,4	2,0
Besøge familie/venner	4 %	8,9	3,0
Idræt/forlystelse	5 %	6,1	2,5
Andet	1 %	11,6	5,0
<b>Alle indkøbsture</b>	<b>100 %</b>	<b>5,8</b>	<b>2,0</b>

Indkøbsturen starter fra:



Figur 4.10 Fordeling af indkøbsture efter de formål de kommer fra og deres længde fra udgangspunkt til indkøbssted. Kilde: TU 2010-2014

#### 4.4 Transportmidler på indkøbsturen

I Tabel 4.2 er de benyttede transportmidler vist opdelt på, hvilken aktivitet kunden kommer fra. Der er tale om det transportmiddel, der benyttes umiddelbart før indkøbet. Går man mellem flere indkøb i en bykerne, som man er kommet til i bil, så vil gang være det aktuelle transportmiddel til indkøb efter det første. Bilen er det dominerende transportmiddel som benyttes i 60 % af turene. Herefter kommer gang. Cyklen har også en betydning i relation til indkøb. Den kollektive transport har kun en beskedne andel. Kommer man fra arbejde eller uddannelse er kollektiv transport og cykel lidt oftere de anvendte transportmidler, end hvis man kommer hjemmefra. Kommer man fra et ærinde, har hentet eller bragt nogen eller har man besøgt familie eller venner inden indkøbet, så vil bilen ofte være det foretrukne transportmiddel.

Tabel 4.2 Transportmidler til indkøb efter hvilken aktivitet kunden kommer fra.  
Kilde: TU 2010-2014

Enhed: Antal ture					
Turens starter:	gang	cykel	bil	Kollektiv	alle
Hjemmefra	22 %	15 %	59 %	3 %	100 %
Arbejde/uddannelse	10 %	19 %	63 %	7 %	100 %
Indkøb	35 %	10 %	54 %	1 %	100 %
Ærinde, hente/bringe	15 %	9 %	73 %	1 %	100 %
Besøge familie/venner	20 %	9 %	67 %	3 %	100 %
Idræt/forlystelse	23 %	15 %	58 %	3 %	100 %
Andet	9 %	10 %	66 %	3 %	100 %
<b>Alle indkøbsture</b>	<b>22 %</b>	<b>14 %</b>	<b>60 %</b>	<b>3 %</b>	<b>100 %</b>

I Tabel 4.3 er vist turlængder på indkøbsture med forskellige transportmidler. Her ser man, at:

- Gangture er på lidt under én kilometer, og cykelture er på omkring 2 kilometer.
- Bilturenes længde varierer en del, og med en tendens til lange ture, når indkøb kombineres med andre rejseformål.
- Kollektivturenes længde varierer en del, og med en tendens til lange ture, når indkøb sker efter arbejde/uddannelse.

Tabel 4.3 Turlængder i kilometer på indkøbsture afhængig af, hvor kunderne kommer fra. Kilde: TU 2010-2014, ture > 100 km er ikke med

Enhed: kilometer					
Turens starter:	gang	cykel	bil	kollektiv	alle
Hjemmefra	0,8	2,0	8,1	9,5	5,6
Arbejde/uddannelse	0,9	2,9	12,1	12,8	9,3
Indkøb	0,4	1,5	5,4	6,8	3,3
Ærinde, hente/bringe	0,6	1,6	6,8	*	5,4
Besøge familie/venner	1,0	2,2	12,1	*	8,9
Idræt/forlystelse	1,0	2,2	8,9	*	6,1
Andet	*	*	14,0	*	11,6
<b>Alle indkøbsture km</b>	<b>0,7</b>	<b>2,0</b>	<b>8,3</b>	<b>10,1</b>	<b>5,8</b>

\*Under 50 observationer i kategorien. Usikkerheden er så stor, at tallet ikke vises



I Tabel 4.4 er vist hvor mange minutter indkøbsturene i gennemsnit tager. De længste ture er indkøbsture med kollektiv transport, hvoraf en del af forklaringen er de lange shoppeturene ind til større byer samt, at indkøb efter arbejde oftest sker i boligenden på vejen hjem, måske efter en længere togtur.

Tabel 4.4 Turlængder i minutter på indkøbsture afhængig af hvor kunderne kommer fra  
Kilde: TU 2010-2014. Ture > 100 minutter er ikke med

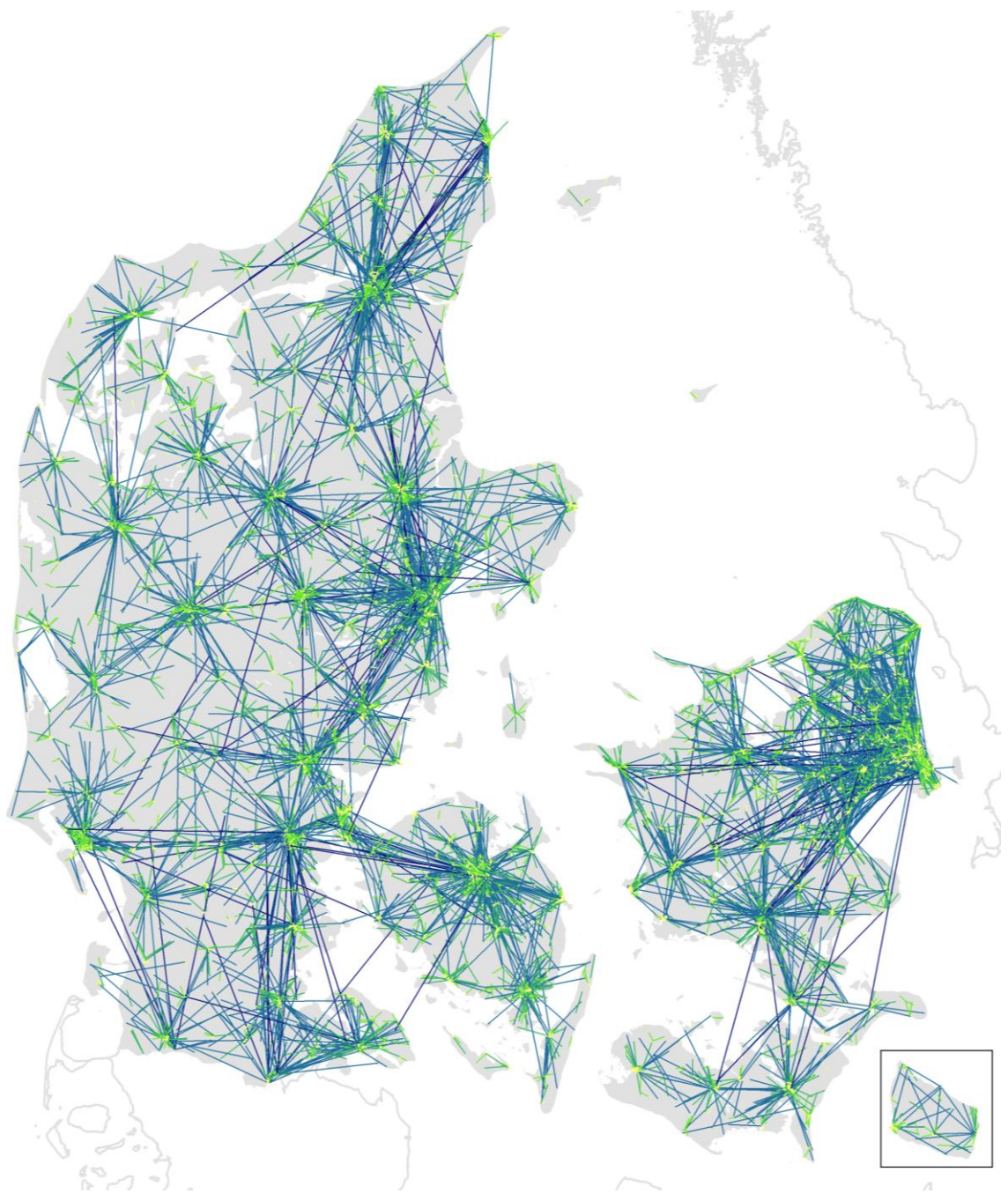
<i>Enhed: minutter</i>					
Turens starter:	gang	cykel	bil	kollektiv	alle
Hjemmefra	9	8	11	31	11
Arbejde/uddannelse	9	11	15	34	15
Indkøb	6	7	8	24	8
Ærinde, hente/bringe	7	8	10	*	10
Besøge familie/venner	10	10	15	*	14
Idræt/forlystelse	12	11	12	*	12
Andet	*	*	17	*	16
<b>Alle indkøbsture min</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>31</b>	<b>11</b>

\*Under 50 observationer i kategorien. Usikkerheden er så stor, at tallet ikke vises

## 4.5 Rejserelationer

I Figur 4.11 er foretaget en optegning af rejserelationer for indkøbsture, som er registreret i TU. Kortet viser relationen mellem, hvor indkøbsturen kommer fra og hvor den går til. Udgangspunktet for rejsen er kodet på det fintmaskede landstrafikmodel zonesystem<sup>6</sup>, og er ved visualiseringen spredt rundt i zonerne efter boligmassens lokalisering, hvilket er en rimelig præcis repræsentation af den faktiske fordeling. For indkøbsstedet kendes adressen præcist, og turen er her derfor optegnet direkte til indkøbsstedets indgangsdør. Langt de fleste ture er korte og "forsvinder" derfor på kortet i og omkring bycentrene. De lange indkøbsrejser tegner et tydeligt mønster med mange lange rejser til de største byer.

<sup>6</sup> Landstrafikmodellen omfatter i alt ca. 3.700 zoner og dækker hele landet



Figur 4.11 Detailhandelens oplande ifølge TU. Alle ture på under 80 km i luftlinjeafstand. De korte er lyse og de lange er mørke. TU 2010-2014

## 5 Indkøbsrejser til TP-områder

### 5.1 Indkøbsture

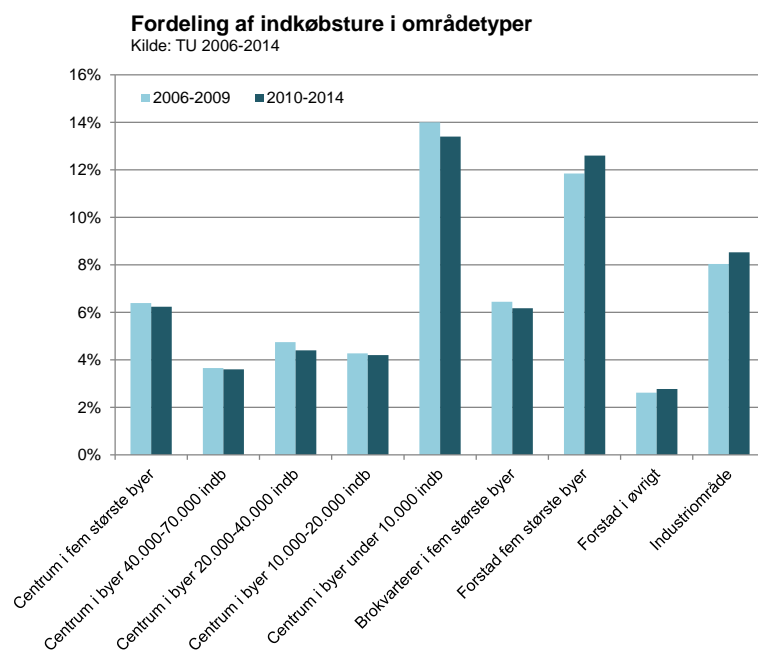
I Tabel 5.1 er vist hvor mange stedfæstede indkøbsture, der er i de forskellige område-typer i de to periode 2006-2009 og 2010-2014. I landområder er der kun få observationer, hvorfor der ikke videre analyseres på denne kategori. I de andre centertyper er der data nok til at foretage videre analyse. Gruppen "Forstad i øvrigt" er den som har det svagest datagrundlag og derfor den, hvor detaljerede resultater skal tages med størst forbehold. Der er en høj datakvalitet og repræsentativitet i alle øvrige zonetyper, og man kan derfor godt sammenligne niveauerne på tværs af zoner. I Figur 5.1 er vist en optegning af den vægtede fordelingen fra Tabel 5.1.

*Tabel 5.1 Antal registrerede stedfæstede indkøbsture i de forskellige områdetyper samt vægtet fordeling. Kilde: TU 2006-2014*

	2006-2009		2010-2014	
	Antal ture	Vægtet fordeling	Antal ture	Vægtet fordeling
Centrum i fem største byer	1.339	6 %	1.453	6 %
Centrum i byer 40.000-70.000 indb	785	4 %	891	4 %
Centrum i byer 20.000-40.000 indb	1.048	5 %	1.221	4 %
Centrum i byer 10.000-20.000 indb	970	4 %	1.106	4 %
Centrum i byer under 10.000 indb	3.197	14 %	3.613	13 %
Brokvarterer i fem største byer	1.139	6 %	1.291	6 %
Forstad fem største byer	2.463	12 %	2.977	13 %
Forstad i øvrigt	593	3 %	733	3 %
Industriområde	1.694	8 %	2.105	9 %
Landområde	3	0 %	2	0 %
Udenfor TP-områderne	8.213	38 %	9.499	38 %
<b>I alt</b>	<b>21.444</b>	<b>100 %</b>	<b>24.891</b>	<b>100 %</b>

Det skal bemærkes, at hvor der var et match på TP-områderne af 40 % af dagligvarebutikkerne og 67 % af udvalgsvarebutikkerne, så er der et match på 62 % af indkøbsrejserne. Eftersom de fleste indkøb er til dagligvarebutikker, indikerer tallene at TP-områderne har godt fat i de større butikker.

Data viser en trend mod, at lidt færre køber ind i bymidter og flere køber ind i forstæderne og i centre beliggende i industriområder.



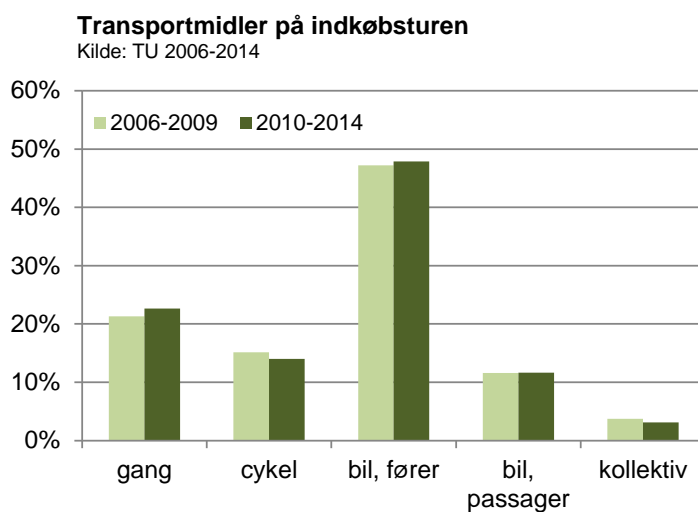
Figur 5.1 Fordeling af indkøb mellem forskellige områdetyper. Kilde TU 2006-2014

## 5.2 Transportmidler

Tabel 5.2 viser, hvordan fordelingen på transportmidler er i de forskellige centertyper i data fra 2010-2014. I Figur 5.2 er vist en optegning for alle zoner i de to tidsperioder.

Tabel 5.2 Fordeling af transportmidler på ture til forskellige typer af indkøbssteder. Kilde: TU 2006-2014

Ture	gang	cykel	bil som fører	bil som passager	kollektiv	andet	Alle
Centrum i fem største byer	44 %	21 %	16 %	7 %	13 %	1 %	100 %
Centrum i byer 40.000-70.000 indb	33 %	14 %	37 %	11 %	5 %	1 %	100 %
Centrum i byer 20.000-40.000 indb	27 %	10 %	46 %	14 %	3 %	1 %	100 %
Centrum i byer 10.000-20.000 indb	23 %	9 %	55 %	12 %	2 %	0 %	100 %
Centrum i byer under 10.000 indb	21 %	13 %	54 %	11 %	1 %	1 %	100 %
Brokvarterer i fem største byer	46 %	30 %	14 %	3 %	7 %	0 %	100 %
Forstad fem største byer	21 %	12 %	50 %	11 %	5 %	0 %	100 %
Forstad i øvrigt	17 %	10 %	58 %	14 %	1 %	0 %	100 %
Industriområde	5 %	6 %	63 %	22 %	2 %	1 %	100 %
Udenfor TP-områderne	20 %	15 %	52 %	11 %	1 %	1 %	100 %
<b>Alle 2010-2014</b>	<b>23 %</b>	<b>14 %</b>	<b>48 %</b>	<b>12 %</b>	<b>3 %</b>	<b>1 %</b>	<b>100 %</b>
Alle 2006-2009	21 %	15 %	47 %	12 %	4 %	1 %	100 %



Figur 5.2 Transportmidler på indkøbsturen. Fordeling af antal ture. Kilde: TU 2006-2014

Set i forhold til *indkøbsstedernes beliggenhed* finder man følgende mønster i kundernes transportmiddelvalg:

Gang. Brokvarterene og centrum i de fem største byer er der, hvor flest er til fods, når de skal på indkøb. Den tætte lokalisering af især dagligvarebutikker i brokvarterene og udvalgsvareer i bycentre spiller ind på, at gang er populært. Gang spiller også en ikke helt ubetydelig rolle i andre centertyper med industriområderne som den eneste undtagelse.

Cykel er et transportmiddel der anvendes til alle typer af centre – dog igen med industriområderne som en undtagelse. I brokvarterene har cykel en særlig stor betydning, men også i de fem største byers centre er der mange indkøbsrejsende på cykel.

Bil er helt dominerende til centre i industriområder. Ikke alene finder man her, at bil som fører har en stor markedsandel, men man finder også, at andelen der kommer som bilpassager til disse områder er meget høj. Mønstret er næsten det samme til forstæderne både til de fem største byer og øvrige. Bilens dominans er også - og ikke helt uventet - tydelig til centre i de små byer under 10.000 indbyggere. Her må en del af kundeunderlaget forventes at komme fra et ruralt opland. I brokvarter og centre i de fem største byer har bilen ikke den dominerende rolle, som den har andre steder, hvilket er helt i overensstemmelse med, at gang og cykel her er fremtrædende.

Kollektiv transport spiller en rolle, når der skal købes ind i centrum af de fem store byer. I byer af størrelsen 40.000-70.000 indbyggere, i brokvarterene samt i forstæder til de fem største byer spiller den kollektive transport også en vis rolle. Den kollektive transport benyttes altså til indkøb de steder, hvor der er et underlag for en relativ høj betjeningsstandard. I andre områder er der relativt få, som bruger kollektiv transport, når de skal købe ind.

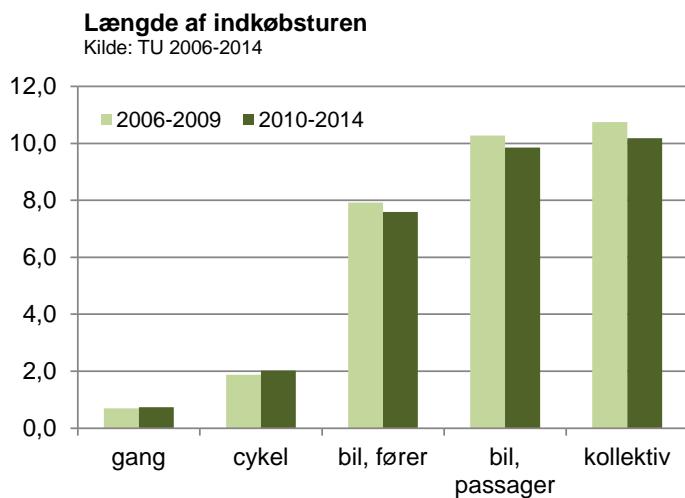
### 5.3 Rejselængder

Tabel 5.3 viser den gennemsnitlige rejselængde i kilometer for transportmidler til indkøb i de forskellige områdetyper beregnet ud fra data fra 2010-2014. I Figur 5.3 er vist en optegning for alle zoner i de to tidsperioder. Længder har respondenter selv oplyst.

Tabel 5.3 Gennemsnitlig rejselængde til forskellige typer af indkøbssteder med forskellige transportmidler. Kilde: TU 2006-2014

Kilometer	gang	cykel	bil, fører	bil, passager	kollektiv	Alle
Centrum i fem største byer	0,9	2,7	10,0	15,5	10,6	5,0
Centrum i byer 40.000-70.000 indb	0,6	2,2	8,6	7,3	*	5,0
Centrum i byer 20.000-40.000 indb	0,7	1,7	8,0	9,7	*	5,8
Centrum i byer 10.000-20.000 indb	0,8	1,8	7,3	6,7	*	5,3
Centrum i byer under 10.000 indb	0,6	1,7	6,9	7,5	*	5,1
Brokvarterer i fem største byer	0,7	2,1	6,1	*	5,5	2,3
Forstad fem største byer	0,7	2,2	7,1	9,8	10,8	5,7
Forstad i øvrigt	0,8	2,4	7,7	9,1	*	6,3
Industriområde	0,8	2,7	11,3	13,0	*	10,7
Udenfor områderne	0,8	1,8	6,9	9,7	9,8	5,3
<b>Alle 2010-2014</b>	<b>0,7</b>	<b>2,0</b>	<b>7,6</b>	<b>9,9</b>	<b>10,2</b>	<b>5,6</b>
Alle 2006-2009	0,7	1,9	7,9	10,3	10,7	5,9

\*Under 50 observationer i kategorien. Usikkerheden er så stor, at tallet ikke vises



Figur 5.3 Længde af indkøbsturen. Fordeling af kilometer på turen. Kilde: TU 2006-2014

Gangture er i gennemsnit knap én kilometer lang. Der er ikke stor forskel på de gennemsnitlige ganglængder i de forskellige områdetyper.

Cykelture er i gennemsnit to kilometer lange. Også for cykelturene synes rækkevidden stort set at være den samme i alle områdetyperne, men med en tendens til lidt længere cykelture i centrum af de store byer (hvor mange cykler på indkøb) og til industriområderne (hvor få cykler på indkøb).

Bilturene er i de fleste områder længere for bilpassagerer end for bilførere, hvilket afspejler, at det i særlig grad er, når man skal lidt længere for at købe noget særligt (ikke dagligvarer) man kører flere sammen i bilen. Der er stor forskel på, hvor lange bilturene er til de forskellige centertyper. Den længste gennemsnitlige rejselængde i bil finder man for indkøbsrejsende til bycentre i de fem store byer samt til industrikvarterer. Der er ikke så mange der tager bilen ind til de store byers centre. Men dem der gør det kommer forholdsvis langt fra. Bycentrene kan, med de specialbutikker og øvrige attraktionsværdier er her, trække kunder fra et stort opland. Og enkelte vælger altså bilen, til trods for det parkeringsbesvær det ofte indebærer. I de fritliggende industrikvarterene er der sjældent parkeringsproblemer, og næsten alle kunder kommer da også i bil. Og mange kommer langvejs fra.

Kollektive ture er i gennemsnit ti kilometer. Kollektive rejser til indkøb i brokvarterene adskiller sig ved at være noget kortere.

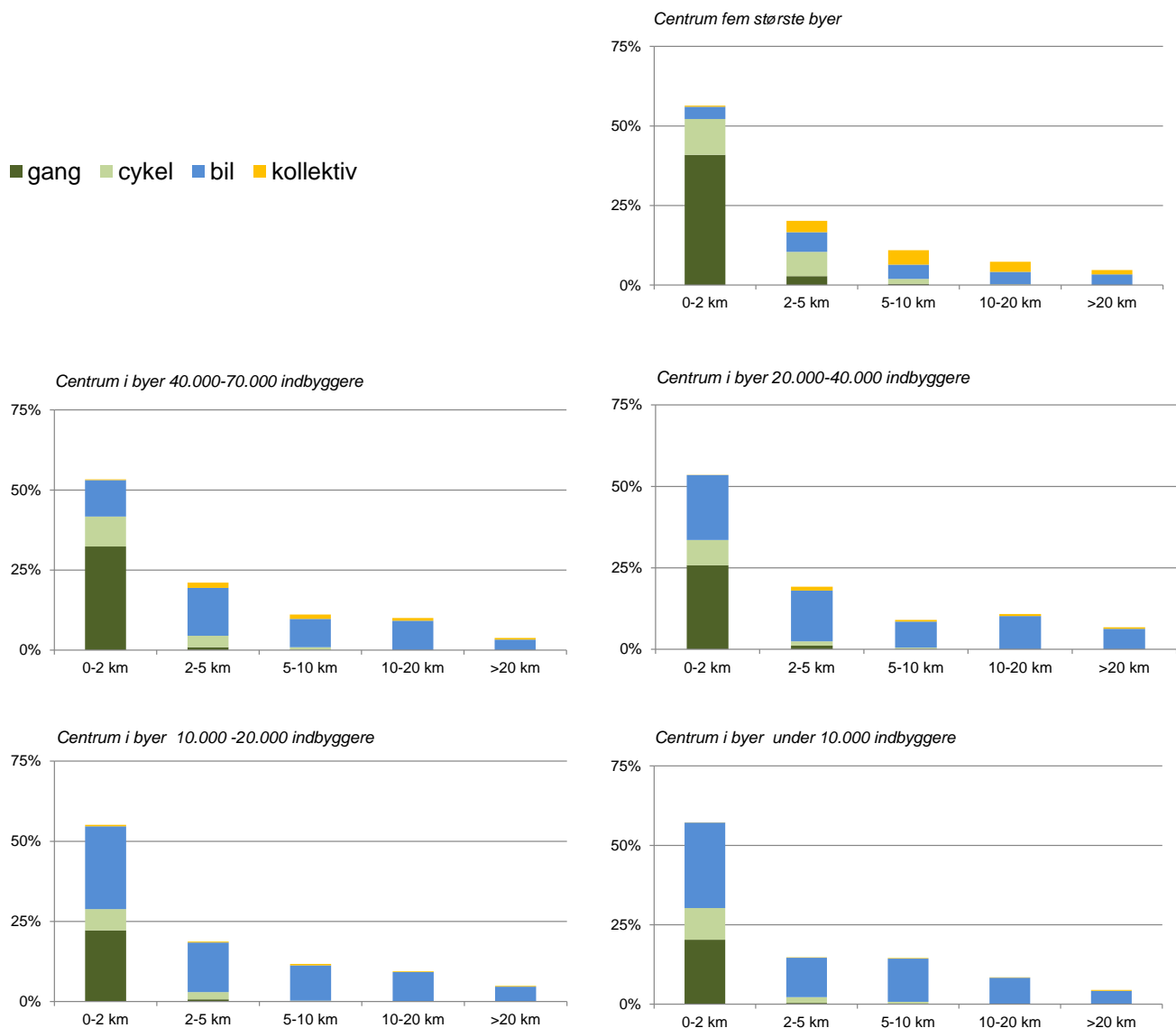
I Tabel 5.3 er også vist de gennemsnitlige rejselængder for alle områdetyper for perioden 2006-2009. Sammenlignet med den senere periode, så ser der ud til at være en trend mod lidt kortere indkøbsture for de motoriserede transportmidler – bil og kollektiv. Det kan være en delvis konsekvens af de ændrede åbningstider, som gør, at det altid er muligt at finde en åben butik i nærheden.

Gennemsnitsafstande kan dække over meget forskellige mønstre, hvor man ikke kan se, om alle trafikanter kommer fra nogenlunde samme afstand, eller der er stor spredning i rejselængder. Figur 5.4 og Figur 5.5 viser, hvilke transportmidler, der anvendes på hvilke afstande, når der købes ind i de forskellige områdetyper. I meget grove træk kan man for *bycentrene* sige at:

- I alle byer, uanset størrelse, er fordelingen på rejselængder nogenlunde ens for kunder til centrum.
- Den helt store forskel i indkøbsture til byer af forskellig størrelse er transportmiddelvalget. I de fire store byer har bilen kun en beskedent markedsandel på afstande under fem kilometer. På længere afstande er den kollektive transport en væsentlig konkurrent til bilen. Udenfor de fire store byer spiller den kollektive transport en beskedent rolle. På de korte afstande får bilen også her "baghjul" af ture til fods og på cykel.



■ gang ■ cykel ■ bil ■ kollektiv



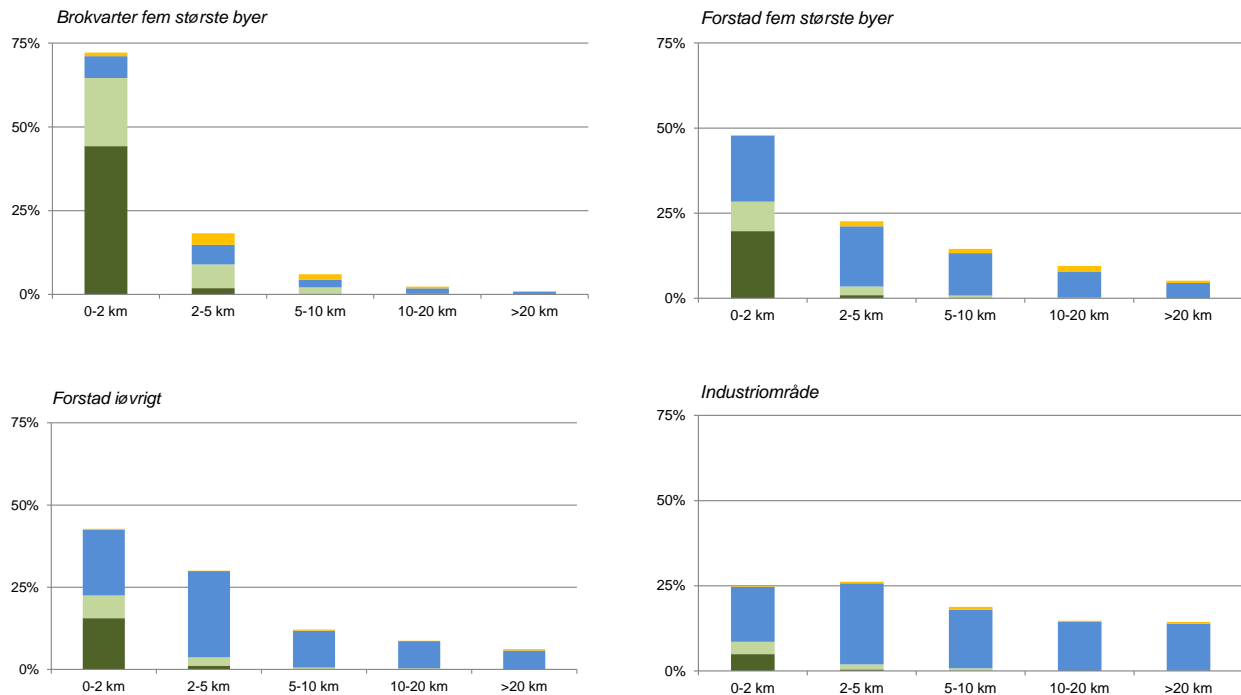
Figur 5.4 Bycentre. Indkøbstures længder og transportmidler i områdetyper. Kilde: TU 2010-2014

For indkøbsture til centre *udenfor bycentrene* ser man at:

- Brokvarterer "trække" ikke kunder fra et større opland. Det gør til gengæld centre i industriområder. Her kommer 15 % af kunderne fra en afstand af 20 kilometer eller mere.
- Afstandsfordelingerne i begge typer af forstæder ligner i grove træk fordelingen for bycentre, hvilket kan være et udtryk for, at mange af disse i praksis fungerer som lokale bycentre.

- Gang og cykel spiller en stor rolle for de korte rejser i brokvarterene, samt en vis rolle på de korte ture i forstæderne. Kollektiv transport har kun en betydning i brokvarterer og forstæder til de fire største byer, hvor de på alle afstande har en vis, omend beskeden, rolle.

■ gang ■ cykel ■ bil ■ kollektiv



Figur 5.5 Områder udenfor bycentre. Indkøbstures længder og transportmidler i centertyper. Kilde: TU 2010-2014

## 5.4 Rejsetid

Tabel 5.4 viser, den gennemsnitlige rejsetid i minutter for transportmidler i de forskellige centertyper beregnet på basis af data fra 2010-2014. I Figur 5.6 er vist en optegning af for alle zoner i de to tidsperioder. Det er respondenterne som selv har oplyst tiden for turen.

Målt på rejsetid er indkøbsrejser næsten lige lange, hvad enten man går, cykler eller kører i bil som fører. En rejse til et indkøbssted tager i gennemsnit omkring 10 minutter. Bilpassagerer bruger lidt længere til, hvilket er helt i overensstemmelse med, at deres indkøbsrejser som gennemsnit betragtet er længere end bilførernes. De kollektive ind-

købsrejser tager omtrent en halv time, til dels fordi rejserne er lange, og til dels fordi der er et større tidsforbrug forbundet med at rejse kollektivt end at benytte bil på de samme afstande.

Tidsforbruget er for de fleste af transportformerne uforandret fra perioden 2006-2009 til perioden 2010-2014. Den kollektive transport er en undtagelse idet tidsforbruget er øget en smule.

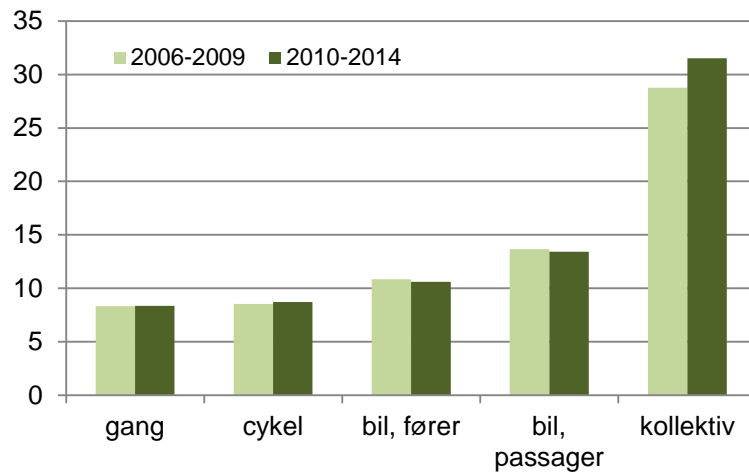
*Tabel 5.4 Gennemsnitlig rejsetid til forskellige typer af indkøbssteder med forskellige transportmidler. Kilde: TU 2010-2014*

<i>Minutter</i>	gang	cykel	bil, fører	bil, passager	kollektiv	Alle
Centrum i fem største byer	10,1	10,4	15,8	24,7	33,5	15,2
Centrum i byer 40.000-70.000 indb	6,7	10,1	12,5	11,2	*	11,1
Centrum i byer 20.000-40.000 indb	8,2	8,1	10,9	13,4	*	10,9
Centrum i byer 10.000-20.000 indb	8,0	9,1	9,9	10,2	*	9,7
Centrum i byer under 10.000 indb	7,6	7,7	9,4	10,4	*	9,2
Brokvarterer i fem største byer	8,1	9,2	11,8	*	24,1	10,1
Forstad fem største byer	8,3	9,2	11,1	13,1	31,8	11,6
Forstad i øvrigt	8,7	10,8	10,1	12,4	*	10,5
Industriområde	9,0	11,0	14,0	15,8	*	14,4
udenfor områderne	8,3	7,9	9,6	13,2	31,5	9,9
<b>Alle 2010-2014</b>	<b>8,3</b>	<b>8,7</b>	<b>10,6</b>	<b>13,4</b>	<b>31,5</b>	<b>10,8</b>
Alle 2006-2009	8,3	8,5	10,8	13,7	28,8	11,0

\*Under 50 observationer i kategorien. Usikkerheden er så stor, at tallet ikke vises

### Tidsforbrug i minutter på indkøbsturen

Kilde: TU 2006-2014



Figur 5.6 Tidsforbrug til indkøbsturen Kilde: TU 2006-2014

## 6 Indkøbsrejser til centertyper i PlansystemDK

### 6.1 Indkøbsture

I Tabel 6.1 er vist, hvor mange stedfæstede indkøbsture der er i de forskellige centertyper i de to periode 2006-2009 og 2010-2014. I Figur 6.1 er vist en optegning af den vægtede fordelingen fra Tabel 6.1. I Tabel 6.2 er vist det samme, men aggregeret op til de overordnede områdegrupperinger. Den tydeligste udvikling er, at der i den sene periode er relativt færre som køber ind i de enkeltstående butikker beliggende udenfor PlansystemDKs områder.

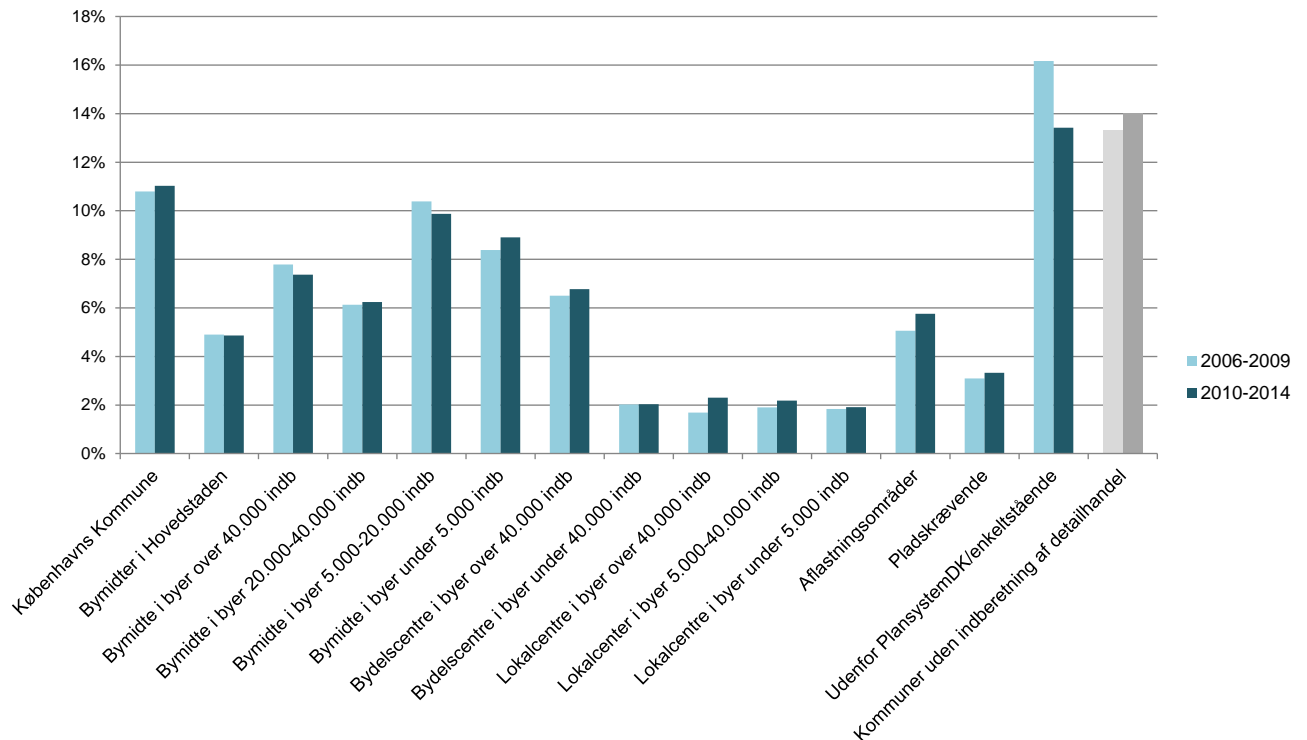
Tabel 6.1 Antal registrerede stedfæstede indkøbsture i de forskellige områdetyper samt vægtet fordeling. Detaljeret områdeopdeling. Kilde: TU 2006-2014

	2006-2009		2010-2014	
	Antal ture	Vægtet fordeling	Antal ture	Vægtet fordeling
Københavns Kommune	1.835	11 %	2.219	11 %
Bymidter i Hovedstaden	941	5 %	1.165	5 %
Bymidte i byer over 40.000 indb	1.649	8 %	1.840	7 %
Bymidte i byer 20.000-40.000 indb	1.309	6 %	1.691	6 %
Bymidte i byer 5.000-20.000 indb	2.338	10 %	2.723	10 %
Bymidte i byer under 5.000 indb	1.925	8 %	2.314	9 %
Bydelscentre i byer over 40.000 indb	1.332	7 %	1.583	7 %
Bydelscentre i byer under 40.000 indb	447	2 %	584	2 %
Lokalcentre i byer over 40.000 indb	353	2 %	523	2 %
Lokalcenter i byer 5.000-40.000 indb	425	2 %	601	2 %
Lokalcentre i byer under 5.000 indb	418	2 %	483	2 %
Aflastningsområder	1.072	5 %	1.407	6 %
Pladskrævende	684	3 %	850	3 %
Udenfor PlansystemDK/enkeltstående	3.426	16 %	3.487	13 %
Kommuner uden indberetning af detailhandel*	3.290	13 %	3.421	14 %
<b>I alt</b>	<b>21.444</b>	<b>100 %</b>	<b>24.891</b>	<b>100 %</b>

\*Ekskl. Københavns Kommune

### Fordeling af indkøbsture i områdetyper

Kilde: TU 2006-2014



Figur 6.1 Fordeling af indkøb mellem forskellige områdetyper. Kilde TU 2006-2014

Tabel 6.2 Antal registrerede stedfæstede indkøbsture i de forskellige områdetyper samt vægtet fordeling. Overordnet områdeinddeling. Kilde: TU 2006-2014

	2006-2009		2010-2014	
	Antal ture	Vægtet fordeling	Antal ture	Vægtet fordeling
Bymidter	9.997	48 %	11.952	48 %
Bydelscentre	1.779	9 %	2.167	9 %
Lokalcentre	1.196	5 %	1.607	6 %
Aflastning/pladskrævende	1.756	8 %	2.257	9 %
Udenfor PlansystemDK/Enkeltstående	3.426	16 %	3.487	13 %
Uden indberetning	3.290	13 %	3.421	14 %
<b>I alt</b>	<b>21.444</b>	<b>100 %</b>	<b>24.891</b>	<b>100 %</b>

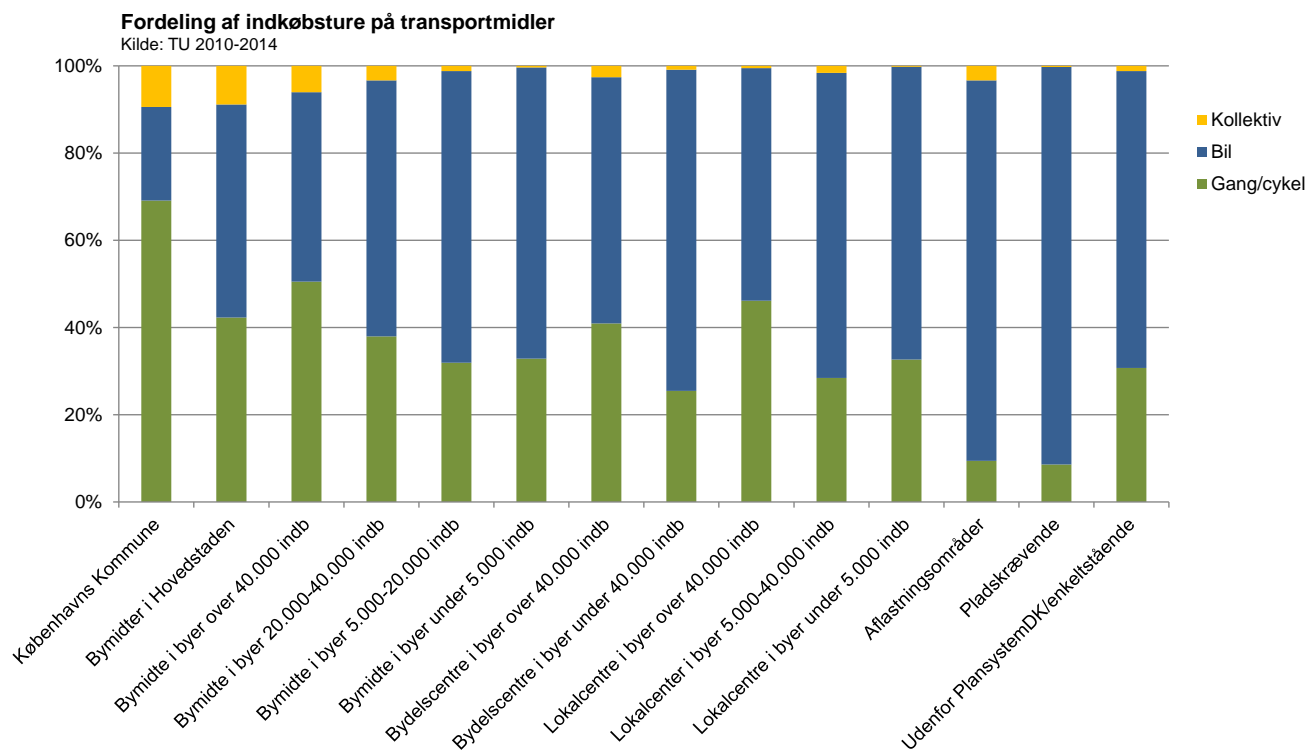
## 6.2 Transportmidler

Tabel 6.3 viser, hvordan fordelingen på transportmidler til indkøb er i de forskellige centertyper i data fra 2010-2014. I Tabel 6.4 er vist tilsvarende, idet områdetyper er aggregeret til et overordnet niveau. I Figur 6.2 er transportmidler vist optegnet for områdetyperne.

*Tabel 6.3 Fordeling af benyttede transportmidler på indkøbsture i de forskellige områdetyper. Detaljeret områdeinddeling. Kilde: TU 2006-2014*

Ture	gang	cykel	bil, fører	bil, passager	kollektiv	Alle
Københavns Kommune	41 %	27 %	16 %	6 %	9 %	100 %
Bymidter i Hovedstaden	27 %	15 %	40 %	8 %	9 %	100 %
Bymidte i byer over 40.000 indb	35 %	15 %	33 %	11 %	6 %	100 %
Bymidte i byer 20.000-40.000 indb	27 %	11 %	46 %	13 %	3 %	100 %
Bymidte i byer 5.000-20.000 indb	20 %	12 %	55 %	12 %	1 %	100 %
Bymidte i byer under 5.000 indb	20 %	13 %	57 %	10 %	0 %	100 %
Bydelscentre i byer over 40.000 indb	25 %	16 %	48 %	8 %	3 %	100 %
Bydelscentre i byer under 40.000 indb	13 %	12 %	63 %	11 %	1 %	100 %
Lokalcentre i byer over 40.000 indb	25 %	21 %	43 %	10 %	1 %	100 %
Lokalcenter i byer 5.000-40.000 indb	14 %	14 %	59 %	10 %	2 %	100 %
Lokalcentre i byer under 5.000 indb	18 %	15 %	58 %	9 %	0 %	100 %
Aflastningsområder	5 %	5 %	63 %	24 %	3 %	100 %
Pladskrævende	4 %	4 %	66 %	23 %	0 %	100 %
Udenfor PlansystemDK/enkelstående	18 %	12 %	55 %	13 %	1 %	100 %
Kommuner uden indberetning*	20 %	12 %	53 %	13 %	2 %	100 %
<b>Alle 2010-2014</b>	<b>23 %</b>	<b>14 %</b>	<b>48 %</b>	<b>12 %</b>	<b>3 %</b>	<b>100 %</b>
Alle 2006-2009	21 %	15 %	47 %	12 %	4 %	100 %

\*Ekskl. Københavns Kommune



Figur 6.2 Fordeling af antallet af indkøbsture til områderne efter hvilket transportmiddel der benyttes. Kilde TU 2010-2014

Tabel 6.4 Fordeling af benyttede transportmidler på indkøbsture i de forskellige områdetyper. Overordnet områdeinddeling. Kilde: TU 2006-2014

	gang	cykel	bil, fører	bil, pas-sager	kollektiv
Bymidter	29 %	16 %	40 %	10 %	5 %
Bydelscentre	22 %	15 %	51 %	9 %	2 %
Lokalcentre	19 %	17 %	53 %	10 %	1 %
Aflastning/pladskrævende	5 %	5 %	64 %	23 %	2 %
Enkelte butikker	18 %	12 %	55 %	13 %	1 %
Uden indberetning	20 %	12 %	53 %	13 %	2 %
<b>Alle</b>	<b>23 %</b>	<b>14 %</b>	<b>48 %</b>	<b>12 %</b>	<b>3 %</b>



Set i forhold til *indkøbsstedernes beliggenhed* finder man følgende mønster i kundernes transportmiddelvalg:

Gang og cykel er populært til indkøb i alle områder med undtagelse af aflastningsområder og områder til pladskrævende varer. Indkøbsturene til Københavns Kommune skiller sig markant ud med en endog meget stor andel af gående og især cyklende til indkøb. Gang er tydeligt mere udbredt til alle typer af centre i de større byer end i de tilsvarende i mindre byer.

Bil er ikke uventet helt dominerende ved indkøb i aflastningsområder og områder med pladskrævende varer. Ikke alene finder man her, at bil som fører har den største markedsandel, men man finder også, at andelen der kommer som bilpassager til disse områder er meget høj. Når man ser bort fra kategorien for Københavns Kommune, der på alle måder skiller sig ud fra de andre, så har bilen en betydning i alle områder. Bilens markedsandel er større i de mindre og mellemstore byer, end i de store byer.

Kollektiv transport spiller praktisk taget kun en rolle for indkørsrejser i bymidter i Hovedstaden, i Københavns Kommune og i bymidter i de større byer. Ved indkøb til alle øvrige områdetyper, har den kollektive transport kun en marginal betydning.

### 6.3 Rejselængder

Tabel 6.5 viser, den gennemsnitlige rejselængde i kilometer opdelt på transportmidler i de forskellige områdetyper i data fra 2010-2014. I Tabel 6.6 er tilsvarende vist, men aggregeret til det overordnede niveau af områdetyper. Længder er dem, som respondenter selv har oplyst for turen. I Figur 6.3 er vist, hvor stor en andel af de samlede kilometer der anvendes på ture til indkøb i områderne med forskellige transportmidler.

Tabel 6.5 Gennemsnitlig rejselængde til forskellige typer af indkøbssteder med forskellige transportmidler. Detaljeret områdeopdeling. Kilde: TU 2006-2014

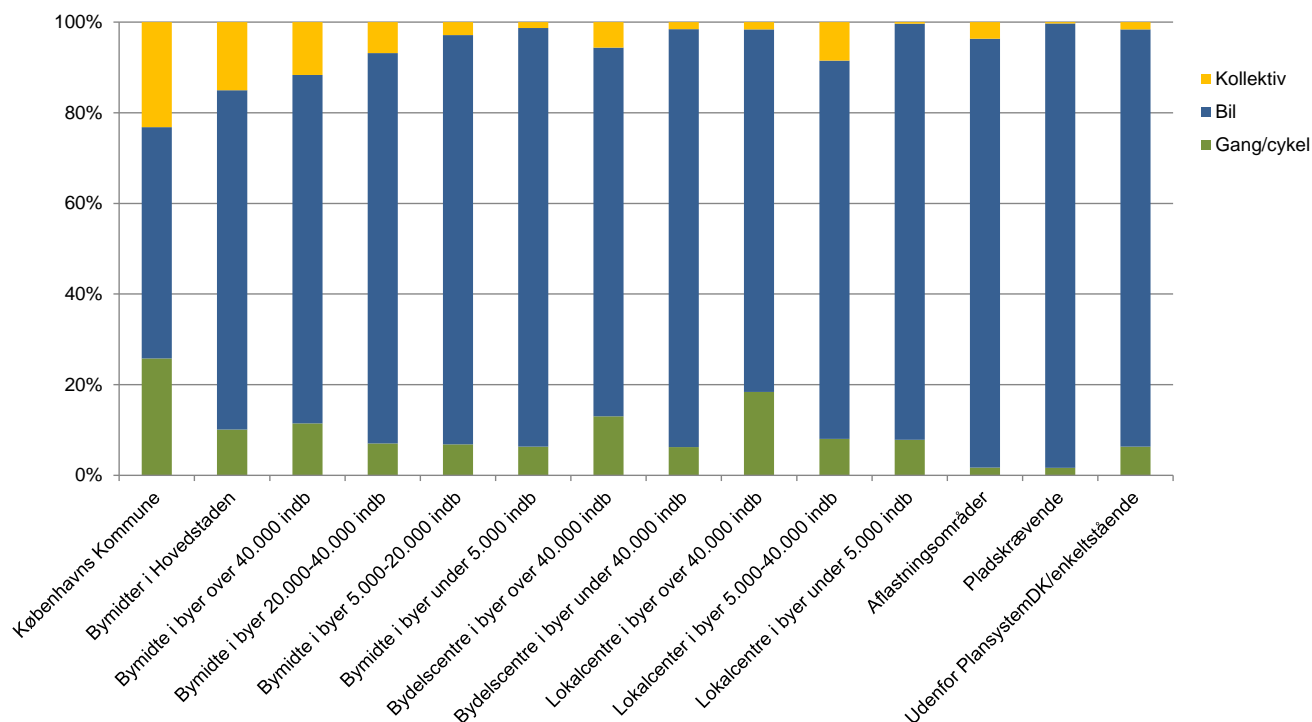
Kilometer	gang	cykel	bil, fører	bil, pas- sager	kollektiv	Alle
Københavns Kommune	0,8	2,2	7,9	10,6	8,8	3,6
Bymidter i Hovedstaden	0,8	2,1	7,4	11,6	9,1	5,4
Bymidte i byer over 40.000 indb	0,7	2,3	9,7	9,2	10,7	5,5
Bymidte i byer 20.000-40.000 indb	0,7	1,9	7,7	9,5	11,3	5,5
Bymidte i byer 5.000-20.000 indb	0,7	1,7	6,6	8,0	*	5,1
Bymidte i byer under 5.000 indb	0,6	1,6	7,2	7,5	*	5,3
Bydelscentre i byer over 40.000 indb	0,7	2,0	5,2	6,9	*	3,8
Bydelscentre i byer under 40.000 indb	0,8	2,3	7,4	9,5	*	6,2
Lokalcentre i byer over 40.000 indb	0,7	1,9	4,4	5,2	*	3,0
Lokalcenter i byer 5.000-40.000 indb	0,9	1,4	4,6	6,0	*	4,2
Lokalcentre i byer under 5.000 indb	0,7	1,3	5,2	6,7	*	3,9
Aflastningsområder	1,1	3,1	11,9	13,9	*	11,5
Pladskrævende	*	*	9,9	11,1	*	9,6
Udenfor PlansystemDK/enkeltstående	0,8	2,0	8,1	11,6	*	6,5
Uden indberetning af detailhandel**	0,7	2,0	7,0	9,1	11,9	5,6
<b>Alle 2010-2014</b>	<b>0,7</b>	<b>2,0</b>	<b>7,6</b>	<b>9,9</b>	<b>10,2</b>	<b>5,6</b>
Alle 2006-2009	0,7	1,9	7,9	10,3	10,7	5,9

\*Under 50 observationer i kategorien. Usikkerheden er så stor, at tallet ikke vises

\*\*Ekskl. Københavns Kommune

### Fordeling af personkilometer til indkøbsture

Kilde: TU 2010-2014



Figur 6.3 Fordeling af kilometer på indkøbsture til områderne opdelt efter, hvilket transportmiddel der benyttes. Kilde TU 2010-2014

Tabel 6.6 Gennemsnitlig rejselængde til forskellige typer af indkøbssteder med forskellige transportmidler. Overordnet områdeopdeling. Kilde: TU 2006-2014

	gang	cykel	bil, fører	bil, pas-sager	kollektiv	Alle
Bymidter	0,7	2,0	7,5	9,0	9,8	4,9
Bydelscentre	0,7	2,1	5,8	7,7	8,4	4,3
Lokalcentre	0,7	1,6	4,7	5,9	*	3,7
Aflastning/pladskrævende	1,0	2,9	11,1	12,9	*	10,8
Enkelte butikker	0,8	2,0	8,1	11,6	*	6,5
Uden indberetning	0,7	2,0	7,0	9,1	11,9	5,6
<b>Alle</b>	<b>0,7</b>	<b>2,0</b>	<b>7,6</b>	<b>9,9</b>	<b>10,2</b>	<b>5,6</b>

\*Under 50 observationer i kategorien. Usikkerheden er så stor, at tallet ikke vises

Gang og cykel spiller en markant mindre rolle, når indkøbsrejser opgøres på kilometerforbruget. Ikke uventet er der en markant mindre markedsandel blandt de lette transportmidler, målt på kilometer, hvilket hænger sammen med, at disse ture er relativt korte. Gangture er omkring en kilometer og cykelture er cirka to kilometer i alle de forskellige områdetyper.

Bilturene er i de fleste områder længere for bilpassagerer end for bilførere, hvilket afspejler, at det i særlig grad er, når man skal lidt længere for at købe noget særligt (ikke dagligvarer) man kører flere i bilen. Bilfører kører i gennemsnit knap otte kilometer og bilpassagerer knap ti kilometer.

Der er forskel på, hvor lange bilturene er til de forskellige centertyper. Den længste gennemsnitlige rejselængde i bil finder man for indkøbsrejsende til bymidter i de største købstadsbyer, aflastningsområder og områder til pladskrævende varer. Der er ikke så mange, der tager bilen ind til de store byers centre. Men dem der gør det kommer forholdsvis langt fra.

Kollektive ture er i gennemsnit ti kilometer, og der er ikke stor forskel områderne imellem.

## 6.4 Rejsetid

Tabel 6.7 viser den gennemsnitlige rejsetid i minutter for transportmidler til forskellige centertyper i data fra 2010-2014. Tilsvarende er vist på en overordnet gruppering i tabel 6.8. Tidsforbruger er det som respondenter selv har oplyst for turen. I Figur 6.4 er tidsforbrug til indkøbsture opdelt efter områdetyper og transportmidler.

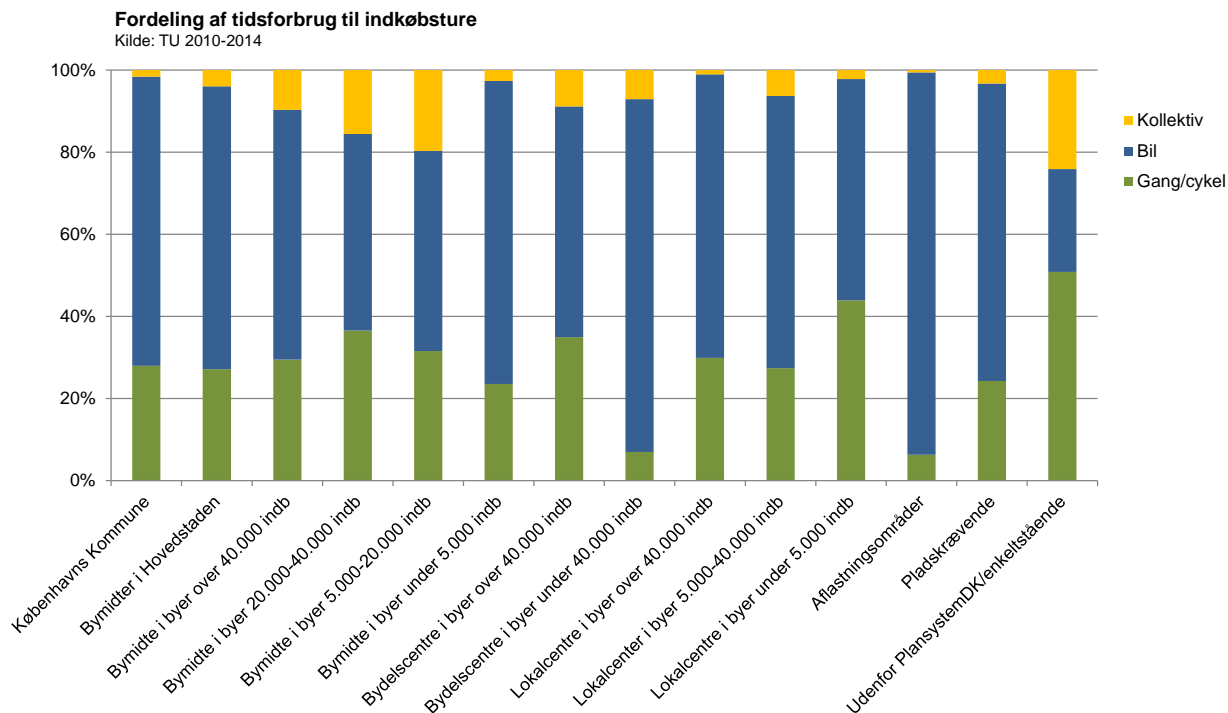
Tabel 6.7 Gennemsnitlig rejsetid til forskellige typer af indkøbssteder med forskellige transportmidler.  
Kilde: TU 2010-2014

Minutter	gang	cykel	bil, fører	bil, pas- sager	kollektiv	Alle
Københavns Kommune	8,5	9,5	13,1	16,8	30,9	12,1
Bymidter i Hovedstaden	8,9	9,2	11,5	14,8	27,5	12,1
Bymidte i byer over 40.000 indb	8,7	9,9	13,3	15,2	33,2	12,6
Bymidte i byer 20.000-40.000 indb	8,4	8,7	10,9	13,1	31,9	11,0
Bymidte i byer 5.000-20.000 indb	8,0	7,7	9,2	11,1	*	9,3
Bymidte i byer under 5.000 indb	8,2	7,0	9,5	10,3	*	9,1
Bydelscentre i byer over 40.000 indb	7,6	8,4	8,9	10,9	*	9,3
Bydelscentre i byer under 40.000 indb	8,8	9,8	9,6	12,6	*	10,0
Lokalcentre i byer over 40.000 indb	7,5	7,2	7,4	9,6	*	7,7
Lokalcenter i byer 5.000-40.000 indb	8,5	6,7	7,3	8,3	*	8,0
Lokalcentre i byer under 5.000 indb	7,9	5,9	7,4	11,1	*	7,7
Aflastningsområder	10,4	12,5	14,9	16,4	*	15,5
Pladskrævende	*	*	12,7	13,7	*	12,7
Udenfor PlansystemDK/enkeltstående	8,8	8,7	11,0	15,6	*	11,2
Uden indberetning af detailhandel	7,9	8,9	9,9	12,0	32,4	10,1
<b>Alle 2010-2014</b>	<b>8,3</b>	<b>8,7</b>	<b>10,6</b>	<b>13,4</b>	<b>31,5</b>	<b>10,8</b>
Alle 2006-2009	8,3	8,5	10,8	13,7	28,8	11,0

\*Under 50 observationer i kategorien. Usikkerheden er så stor, at tallet ikke vises

\*\*Ekskl. København Kommune

Målt på rejsetid er indkøbsrejser næsten lige lange, hvad enten man går, cykler eller kører i bil som fører. En rejse til et indkøbssted tager i gennemsnit omkring 10 minutter. Bilpassagerer bruger længere tid, hvilket er helt i overensstemmelse med, at deres indkøbsrejser som gennemsnit betraget er længere end bilførerenes. De kollektive indkøbsrejser tager ca. en halv time, fordi rejserne er lange, og til dels fordi der er et større tidsforbrug ved at rejse kollektivt end at benytte bil på de samme afstande.



Figur 6.4 Fordeling af minutter brugt på indkøbstore til områderne opdelt efter hvilket transportmiddel der benyttes. Kilde TU 2010-2014

Tabel 6.8 Opsamling - fordeling af gennemsnitlig rejsetid på overordnet gruppering. Kilde: TU 2010-2014

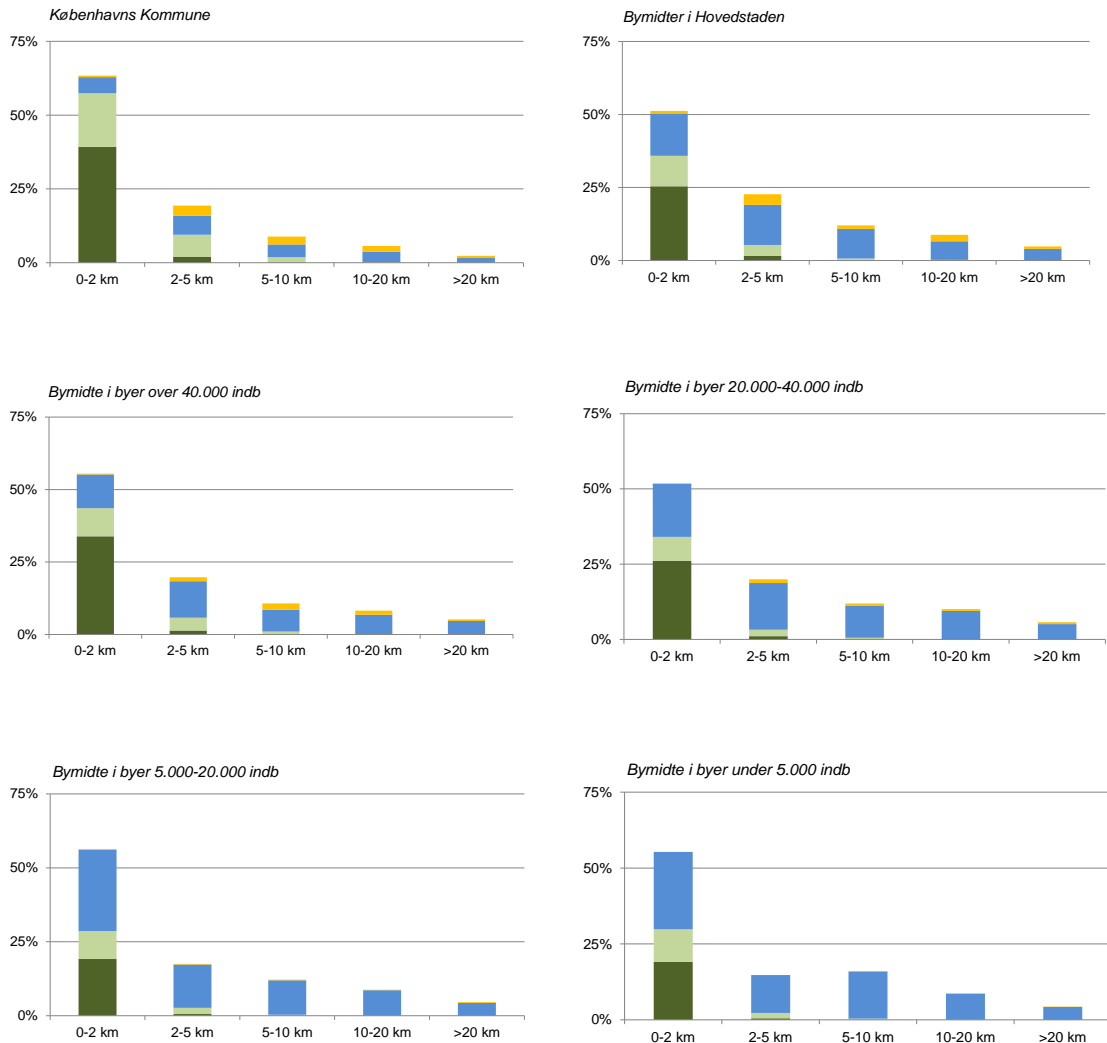
	gang	cykel	bil, fører	bil, passager	kollektiv	Alle
Bymidter	8,4	8,8	10,6	13,1	31,0	10,9
Bydelscentre	7,8	8,7	9,1	11,4	31,6	9,5
Lokalcentre	7,8	6,7	7,3	9,6	*	7,8
Aflastning/pladskrævende	9,5	11,9	14,0	15,4	*	14,5
Enkelte butikker	8,8	8,7	11,0	15,6	*	11,2
Uden indberetning	7,9	8,9	9,9	12,0	32,4	10,1
<b>Alle</b>	<b>8,3</b>	<b>8,7</b>	<b>10,6</b>	<b>13,4</b>	<b>31,5</b>	<b>10,8</b>

\*Under 50 observationer i kategorien. Usikkerheden er så stor, at tallet ikke vises

## 6.5 Transportmidler versus turlængder

Figur 6.5 og i Figur 6.6 viser, hvilke transportmidler, der anvendes på hvilke afstande, når der købes ind i de forskellige områdetyper.

■ gang ■ cykel ■ bil ■ kollektiv



Figur 6.5 Bymidter (og Københavns Kommune). Indkøbstures længder og anvendte transportmidler.  
Kilde: TU 2010-2014

I meget grove træk kan man for *bymidterne herunder Københavns Kommune* se, at:

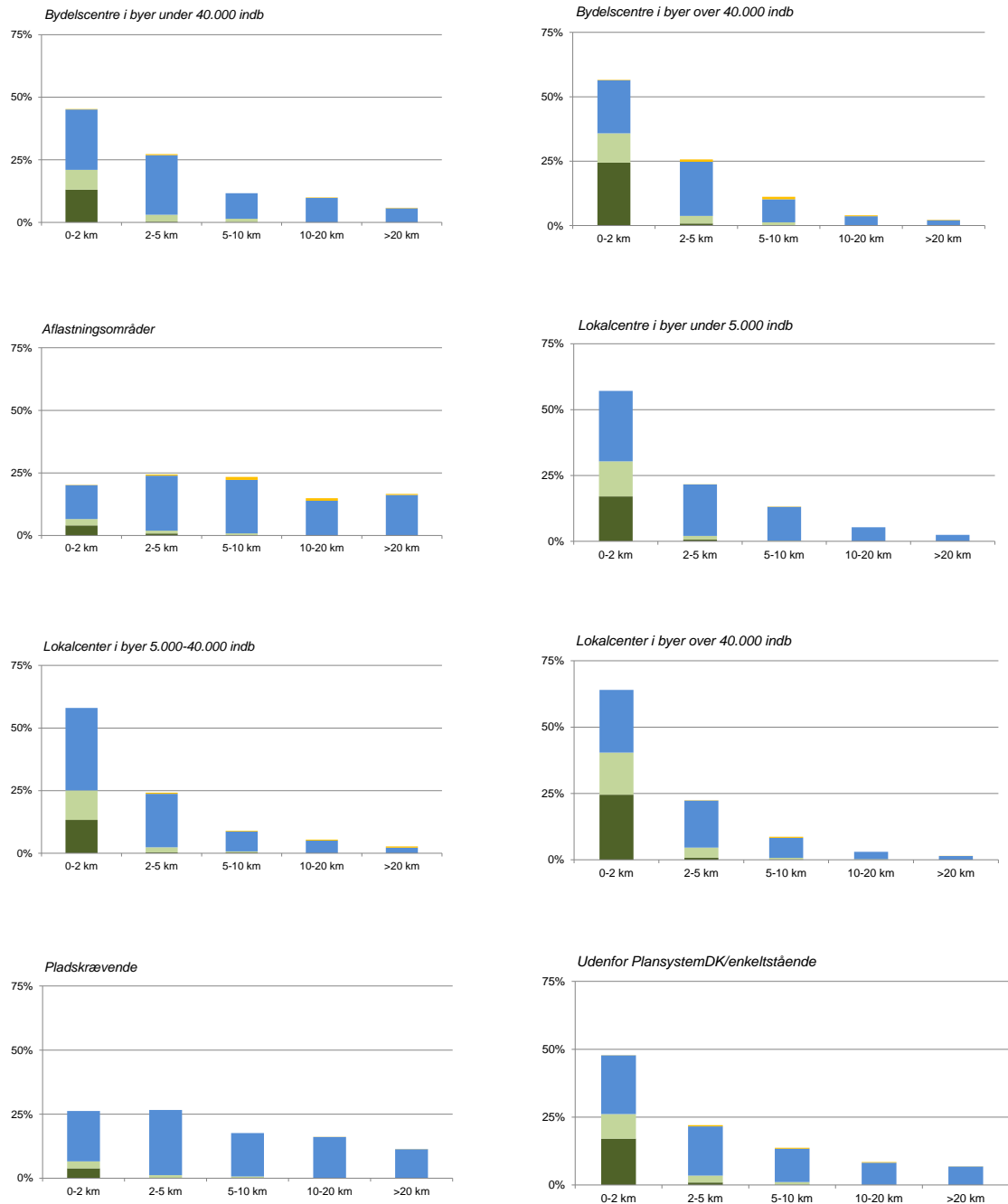
- I alle byer, uanset størrelse, er fordelingen på rejselængder groft taget ens for kunder til centrum. Omkring halvdelen kommer fra en afstand af under to kilometer.
- Den helt store forskel i indkøbsture til byer af forskellig størrelse er transportmiddelvalget. I Københavns kommune og de største af byerne har bilen kun en begrænset rolle i de korte ture på under to kilometer. Det samme gælder også over længere afstande for rejser til butikker i Københavns Kommune, der således skiller sig ud fra bymidter i øvrigt, hvor bilen hurtigt får en væsentlig betydning, ved rejser over lidt længere afstande.

I meget grove træk kan man for de *øvrige områdetyper* se, at:

- Områdetyperne "aflastningsområder" og "pladskrævende varer" skiller sig markant ud fra alle øvrige ved, at kunderne kun i begrænset omfang kommer fra nærområdet, og mange kommer langvejs fra. Praktisk taget alle i bil.
- I bydelcentre ligner profilerne dem for de tilsvarende bymidter, men med den forskel, at de indkøbsrejsende kommer lidt længere fra til bydelcentre, og at de lidt oftere kommer i bil.
- I lokalcentre ligner profilen den tilsvarende for de bystørrelsesmæssigt matchende bymidter. Transportmidlerne er her som i bymidterne i vidt omfang gang og cykel.



■ gang ■ cykel ■ bil ■ kollektiv



Figur 6.6 Øvrige områdetyper (udover bymidter og Københavns Kommune). Indkøbstures længder og transportmidler i centertyper. Kilde: TU 2010-2014

## 7 Indkøbsrejser til butikstyper

### 7.1 Sådan har vi gjort

Hvordan ser transportprofilen ud til forskellige butikstyper? For at belyse det spørgsmål er der foretaget en identifikation af, hvilke butikker indkøbsturene er til. Fra TU kendes geokoder for indkøbsture. Geokoder og adresser kendes for dagligvare- og udvalgsvarebutikker fra specialudtræk som omtalt i kapitel 2.2. Ved at matche geokoder for turene med geokoder for butikker, kan man se til hvilken butikstype indkøbsturen gik. Der er på den måde lykkedes at identificere indkøbsstedet for 63 % af alle indkøbsture for TU dataserien fra 2010-2014. Da vi matcher op for dagens butikker får man ikke uventet et lidt dårlige match på de ældre data fra 2006-2009.

Butikker er kategoriseret på følgende måde:

Lavprisvarehus/Hypermarked: Bilka

Varehus/Superstore: Føtex og Kvickly

Supermarked: ABC Lavpris, Euro Spar, Irma, Løvbjerg, Superbest og Superbrugsen

Nærbutik: DagliBrugsen, LokalBrugsen, Min Købmand og Spar

Discountbutik: Aldi, Fakta, Kiwi Minipris, Lidl, Netto og Rema 1000

### 7.2 Indkøbsrejser til butikstyper

I Tabel 7.1 er vist, hvordan TU indkøbsturene fordeler sig på forskellige butikskategorier. Da der formentlig er bias i hvilke typer af match, der har været mulige skal man være varsom med at fortolke alt for håndfast mellem de to periode og på tværs af butikskategorier. Når andelen af match er størst i sidste periode, er det delvis en konsekvens af, at der er matchet op til den aktuelle butikslokalisering i begge tidsperioder. Dertil kommer, at der formentlig er relativt færre match til de mindre udvalgsvarebutikker end til de store dagligvarebutikker.

Tabel 7.1 Butikstyper som TU indkøbsture er matchet til. Kilde: TU 2006-2014

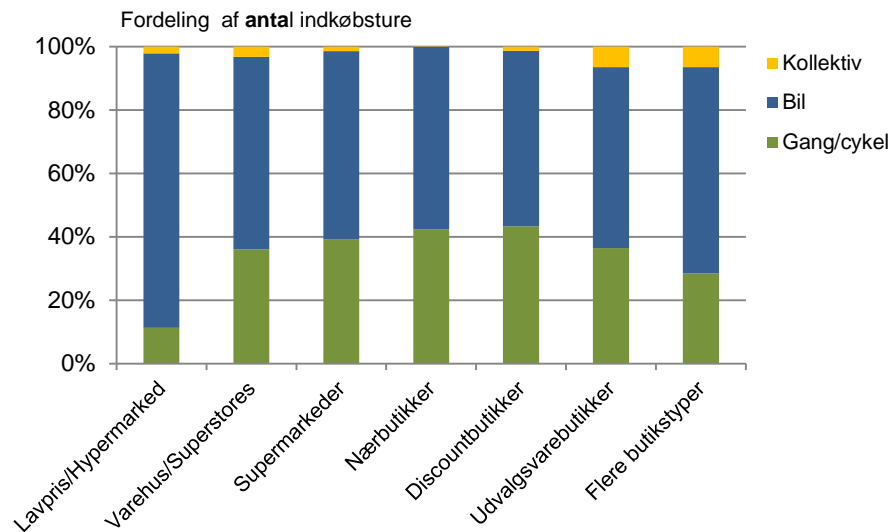
Ture	2006-2009		2010-2014	
Lavprisvarehus/Hypermarked	236	1 %	329	1 %
Varehus/Superstores	1.323	6 %	1.963	8 %
Supermarkeder	1.842	8 %	2.881	11 %
Nærbutikker	639	2 %	1.137	4 %
Discountbutikker	3.019	13 %	5.289	21 %
Udvalgsvarebutikker	1.899	8 %	2.598	10 %
Flere butikstyper på adressen	1.445	7 %	1.970	8 %
Match ikke fundet	12.029	55 %	9.789	37 %
<b>Alle</b>	<b>22.432</b>	<b>100 %</b>	<b>25.956</b>	<b>100 %</b>

### 7.3 Transportmidler til butikstyper

Betænelighederne omkring repræsentativitet på tværs af butikstyper gælder ikke indenfor de enkelte butikstyper, når der kigges på transportprofiler. Opgjort på antallet af indkøbsture med forskellige transportmidler til forskellige butikstyper ser billedet ud som vist i Tabel 7.2 og i Figur 7.1.

Tabel 7.2 Transportmidler til butikstyper opgjort på antal indkøbsture. Kilde: TU 2010-2014

Antal ture	gang	cykel	bil, fører	bil, passager	kollektiv	Alle
Lavprisvarehus/Hypermarked	7 %	5 %	63 %	23 %	2 %	100 %
Varehus/Superstores	21 %	15 %	48 %	13 %	3 %	100 %
Supermarkeder	23 %	16 %	50 %	9 %	1 %	100 %
Nærbutikker	25 %	17 %	49 %	8 %	0 %	100 %
Discountbutikker	26 %	18 %	46 %	9 %	1 %	100 %
Udvalgsvarebutikker	25 %	12 %	42 %	15 %	6 %	100 %
Flere butikstyper på adressen	18 %	11 %	48 %	17 %	6 %	100 %
<b>Alle</b>	<b>21 %</b>	<b>11 %</b>	<b>49 %</b>	<b>14 %</b>	<b>3 %</b>	<b>100 %</b>



Figur 7.1 Transportmidler på indkøbsture. Kilde: TU 2010-2014

Indkøbeturene til hypermarkederne skiller sig ud ved, at bilen er helt dominerende. Ikke alene er der mange, der kommer i bil som fører, men også andelen af bilpassagerer er meget høj.

Transportmiddelfordelingen til supermarkeder, nærbutikker og discountbutikker er næsten ens og med et større element af gang og cykel end til hypermarkederne, og med et mindre element både af bilførere og bilpassagerer. Til varehuse/superstores ligner fordelingen mest den til supermarkeder mm, men dog med en del flere som bilpassagerer og med kollektiv transport.

For udvalgsvarebutikker, som ofte er centralt beliggende i bymidter, er der et relativt højt element af kunder, som kommer med kollektiv transport. Det samme gælder de lokaliteter, hvor der er flere butikstyper med samme adgangsadresse.

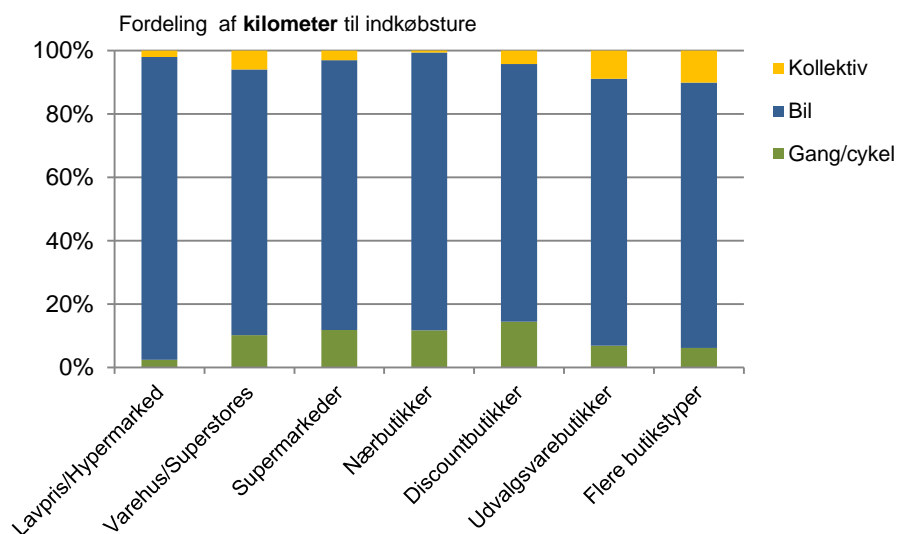
Opgjort på længden af indkøbsture med forskellige transportmidler til forskellige butikstyper ser billedet ud som vist i Tabel 7.3. Billedet der tegner sig blandt dagligvarebutikkerne er relativt lange ture til hypermarkeder og et næsten ens mønster af kortere ture til supermarkeder, nærbutikker og discountbutikker. Til superstores ligner mønstret mest det til de lavere kategorier i hierarkiet af dagligvarebutikker. Ture til udvalgsvarebutikker er som gennemsnit betraget længere end til dagligvareindkøb. Det samme gælder de lokaliteter, hvor der er flere butikker med samme adgangsadresse.

Tabel 7.3 Transportlængder med forskellige transportmidler til butikstyper. Kilde: TU 2010-2014

Turlængder	gang	cykel	bil, fører	bil, pas-sager	kollektiv	Alle
Lavprisvarehus/Hypermarked	*	*	10,4	13,0	*	10,3
Varehus/Superstores	0,8	2,1	6,6	6,7	8,8	4,8
Supermarkeder	0,6	1,7	5,6	6,1	*	3,9
Nærbutikker	0,6	1,4	5,0	6,8	*	3,4
Discountbutikker	0,7	1,8	5,3	5,8	10,7	3,6
Udvalgsvarebutikker	0,7	2,6	10,1	14,2	10,2	7,5
Flere butikstyper på adressen	0,9	2,1	8,1	10,2	9,9	6,7
<b>Alle</b>	<b>0,7</b>	<b>2,0</b>	<b>7,6</b>	<b>10,4</b>	<b>10,6</b>	<b>5,7</b>

\*Under 50 observationer i kategorien. Usikkerheden er så stor, at tallet ikke vises

I Figur 7.2 er vist en opgørelse over fordelingen på transportmidler af det samlede antal kilometer til de forskellige indkøbssteder. Bilen er dominerende alle steder.



Figur 7.2 Transport i samlet antal kilometer på indkøbsture. Kilde: TU 2010-2014

## 7.4 De indkøbsrejsende til butikstyper

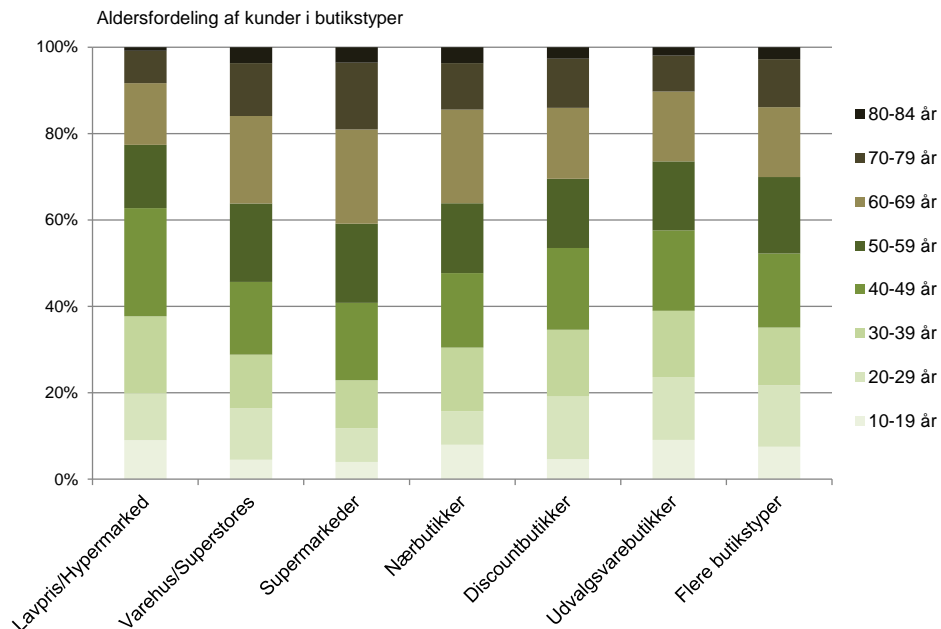
Det er tidligere konstateret, at der finder en kønsmæssig ligestilling sted mht. indkøb. Men som det fremgår af tabel 7.4, så er der fortsat den forskel, at kvinderne er de hyp-

pigste kunder i udvalgsvarebutikkerne, hvorimod mændene er de hyppigste i nærbutikkerne.

*Tabel 7.4 Kvinder og mænd til butikstyper.  
Kilde: TU 2010-2014*

	Mand	Kvinde
Lavprisvarehus/Hypermarked	43 %	57 %
Varehus/Superstores	41 %	59 %
Supermarkeder	43 %	57 %
Nærbutikker	47 %	53 %
Discountbutikker	42 %	58 %
Udvalgsvarebutikker	38 %	62 %
Flere butikstyper på adressen	39 %	61 %
<b>Alle</b>	<b>43 %</b>	<b>57 %</b>

Der er også forskel på hvilke aldersgrupper de forskellige butikskategorier appellerer til. Af Figur 7.3 fremgår det, at supermarkeder har relativt flere i det ældre segment end de øvrige dagligvarebutikker. Hypermarkeder og discountbutikker har et relativt set større element af yngre kunder.



*Figur 7.3 Alder for kunder til butikstyper. Kilde: TU 2010-2014*

Sammenligner man indtægten for kunder til de forskellige butikstyper, så må først og fremmest konstateres, at der ikke er den store forskel – se Tabel 7.5. Alle indtægtsgrupper køber ind i alle butikstyper. Gennemsnitsindtægten er lavest for kunderne i nærbutikker og højest i udvalgsvarebutikkerne.

*Tabel 7.5 Indkomst for kunder til butikstyper. Kilde: TU 2010-2014*

	Personlig	Husstand
Lavprisvarehus/Hypermarked	287	302
Varehus/Superstores	291	328
Supermarkeder	294	333
Nærbutikker	259	303
Discountbutikker	283	328
Udvalgsvarebutikker	311	354
Flere butikstyper på adressen	274	316
<b>Alle</b>	<b>295</b>	<b>331</b>

## 8 Indkøb som led i turkæden

### 8.1 Sådan har vi gjort

I hvilket omfang bidrager indkøbsturen til den samlede transport? Hvor langt køres der ekstra for at købe ind? For at få et indblik heri er beregnet de ekstra kilometer, der køres, når der i turkæden indskydes et eller flere indkøb. I de registrerede TU indkøbsture kigges på beliggenhed af de aktiviteter der er før og efter, at der foretages indkøb. Det identificeres, om der skal køres længere, når der i turkæden indskydes indkøb, end hvis rejsen foregik direkte mellem det oprindelige udgangspunkt og det endelige mål.

Af mangel på bedre betegnelse kaldes det for en omvej,, hvis der køres længere, når der er indkøb i turkæden. Det kan diskuteres, om det er en omvej. Indkøbet i sig selv er også et formål, og det er ikke sikkert, det kan foretages steder, der ville betyde en mindre "omvej".

TU turene er for hver enkelt respondent samlet i indkøbsturskæder, hvor udgangspunktet for rejsen er et rejseformål som ikke er indkøb, herefter kommer i turkæden det eller de indkøb der foretages, og endelig slutter turkæden ved en aktivitet, som ikke er indkøb. Den samme person kan godt have flere turkæder på den, dag der er interviewet om. Turkæden ser således ud:

*Aktivitet er ikke indkøb ► Indkøb 1 ► Evt. flere indkøb ► Aktivitet er ikke indkøb*

Ud fra kendskabet til koordinater for turkædens forskellige aktiviteter, er det beregnet, hvor langt der er mellem turens første og sidste aktivitet. Derudover er det beregnet, hvor langt der er fra første aktivitet via indkøb til slutdestinationen for turkæden. Hermed får man mål for, hvor lang turen har været, samt hvor lang den ville være uden indkøb.

Alle afstande beregnes i luftlinje, hvilket som tommelfingerregel er 20 % lavere end, hvis der tages højde for det underliggende vejnet. Dertil kommer, at man ikke ved, om der køres af den korteste rute, hvilket man dog må forudsætte, at langt de fleste gør.

Data er tjekket for, om der er meget lange turkæder, som i væsentligt omfang påvirker resultater. Det er ikke tilfældet, og resultater er derfor udtrukket for alle turkæderne.

I turkæder med flere indkøb kan der være købt ind i flere typer af indkøbsområder, og der kan være anvendt forskellige transportmidler. De relativt få gange det er tilfældet, så henføres turkæden til den områdetype, som der først købes ind i, og der tabelleres på det først anvendte transportmiddel.

### 8.2 Turkæder med indkøb

Størstedelen af de registrerede indkøbskæder omfatter kun ét enkelt indkøb. Det fremgår af Tabel 8.1 og Tabel 8.2, som vise antallet af indkøb i turkæderne på det overordnede



områdeniveau i PlansystemDK og på det detaljerede. Kun 10 % af indkøbskæderne omfatter to indkøb og 3 % omfatter tre eller flere. Og der er forskel områderne imellem:

- Æt enkelt indkøb i indkøbskæden er mere udbedt ved indkøb i bydels- og lokalcentre end ved indkøb i de andre områder.
- To, tre eller flere indkøb i indkøbskæden er mere udbredt ved indkøb i bymidter i de større byer samt i områder med pladskrævende varer. Helt samme tendens ser man ikke i bymidter i Hovedstaden eller i Københavns Kommune.

*Tabel 8.1 Antal indkøb i turkæden i de forskellige overordnede områdetyper.*

*Kilde: TU 2010-2014*

	1 indkøb	2 indkøb	3 eller flere indkøb	Alle
Bymidter	86 %	11 %	4 %	100 %
Bydelscentre	91 %	8 %	2 %	100 %
Lokalcentre	95 %	4 %	1 %	100 %
Industriområder	82 %	13 %	4 %	100 %
Enkelte butikker	89 %	8 %	3 %	100 %
Uden indberetning	87 %	10 %	3 %	100 %
<b>Alle</b>	<b>87 %</b>	<b>10 %</b>	<b>3 %</b>	<b>100 %</b>

Tabel 8.2 Antal indkøb i turkæden i de forskellige detaljerede områdetyper.  
Kilde: TU 2010-2014

	1 indkøb	2 indkøb	3 eller flere indkøb
Københavns Kommune	86 %	11 %	3 %
Bymidter i Hovedstaden	88 %	10 %	2 %
Bymidte i byer over 40.000 indb	81 %	13 %	6 %
Bymidte i byer 20.000-40.000 indb	81 %	14 %	4 %
Bymidte i byer 5.000-20.000 indb	85 %	11 %	4 %
Bymidte i byer under 5.000 indb	91 %	7 %	2 %
Bydelscentre i byer over 40.000 indb	91 %	8 %	1 %
Bydelscentre i byer under 40.000 indb	91 %	7 %	2 %
Lokalcentre i byer over 40.000 indb	94 %	5 %	2 %
Lokalcenter i byer 5.000-40.000 indb	94 %	5 %	2 %
Lokalcentre i byer under 5.000 indb	96 %	3 %	1 %
Aflastningsområder	86 %	11 %	3 %
Pladskrævende	76 %	18 %	6 %
Udenfor PlansystemDK/enkeltstående	89 %	8 %	3 %
Uden indberetning af detailhandel	87 %	10 %	3 %
<b>Alle</b>	<b>87 %</b>	<b>10 %</b>	<b>3 %</b>

I Tabel 8.3 er vist en opgørelse af de aktiviteter, der udgør turkædernes udgangspunkt og endemål:

- De fleste af turkæderne, nemlig 63 %, har hjemmet både som udgangspunkt og som endemål. Da rejserne forudsættes at foregå af den mest direkte vej, så er der i princippet ikke omvejskørsel forbundet med disse rejser.
- Yderligere 6 % af rejserne har samme formål i udgangspunkt og endemål, men det er ikke sikkert, det er samme lokalitet.
- De hyppigste kombinationer, når der er forskellige formål med rejsens udgangspunkt og endemål, er, at der købes ind på vej hjem fra arbejde/uddannelse, ærinder/hente-bringe eller idræt/forlystelse. Det sker relativt sjældnere, at der købes ind på vej fra hjemmet *til* de forskellige aktiviteter

Tabel 8.3 Fordeling af turkæderne efter aktiviteter ved turens start og ved turens endemål.  
Kilde: TU 2010-2014

<i>Kædens endemål</i> <i>kædens start</i>	Hjem	Arbejde, uddannelse	Ærinde, hente og bringe	Idræt, forlystelse	Besøge familie og venner	Alle
Hjem	<b>63 %</b>	1 %	2 %	2 %	2 %	71 %
Arbejde, uddannelse	8 %	<b>1 %</b>	1 %	0 %	0 %	10 %
Ærinde, hente og bringe	6 %	0 %	<b>1 %</b>	0 %	0 %	8 %
Idræt, forlystelse	4 %	0 %	0 %	<b>2 %</b>	0 %	6 %
Besøge familie og venner	2 %	0 %	0 %	0 %	<b>2 %</b>	4 %
Alle	84 %	1 %	4 %	5 %	5 %	100 %

### 8.3 Omvejskørsel pga indkøb

I Tabel 8.4 og Tabel 8.5 er opgørelser over omvejskørslen for kæderne af indkøbsture på hhv. aggregeret og detaljeret områdeniveau. Omvejskørslen er opgjort på to forskellige måder for alle områderne i PlansystemDK. Omvejen er opgjort for alle indkøbskæderne, uanset hvor de har deres udgangspunkt og endemål. Og omvejen er opgjort alene for de ture, hvor udgangspunkt og endemål ikke er den samme lokalitet. For de to opgørelsesmetoder er summeret antal kilometer, hvis der var kørt direkte mellem start og endemål. Ligeledes er kilometerne summeret for den samlede rejse inkl. et eller flere indkøb. Disse to tal er sat i forhold til hinanden og udtrykker et mål for omvejskørsel begrundet i indkøb.

- I det samlede billede afføder indkøbsturene 10 % ekstra kørsel. Ser man bort fra de indkøbskæder, hvis eneste formål er indkøbet (rejser med samme udgangspunkt og mål), så er der en omvejskørsel på 26 % ekstra kilometer.
- Omvejskørslen er størst ved indkøbsrejser til aflastningsområder, men også til Københavns Kommune er der en stor omvejskørsel i dette samlede billede.
- Omvejskørslen er relativ lavest for rejser til bymidter i de mindste af byerne og til alle de tre kategorier af lokalcentre.
- Der er tegn på, at der fra den første periode til den senere er sket en mindskelse af omvejskørslen.

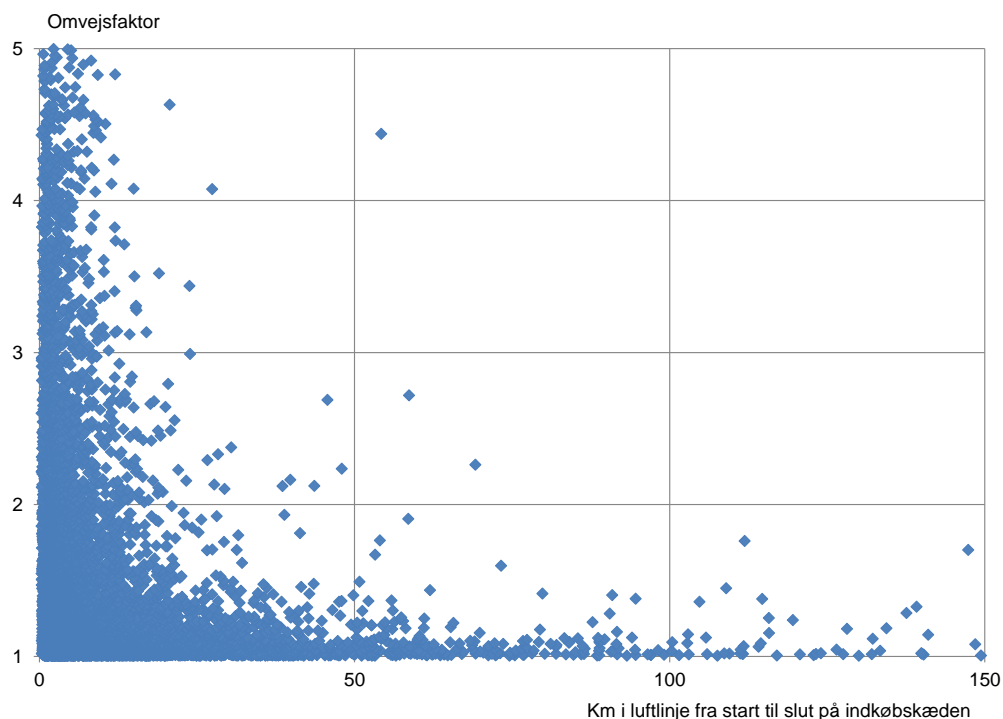
I Figur 8.1 er vist, hvordan omvejsfaktoren fordeler sig på afstand mellem udgangspunkt og mål, når den opgøres for de enkelte indkøbskæder. Det fremgår at omvejsfaktoren generelt er størst på de korte ture.

Tabel 8.4 Omvejskørsel for alle indkøbskæder og for kæder der starter og slutter forskellige steder. Overordnet områdeniveau. Kilde: TU 2010-2014

<i>Km. med indkøb/km. uden indkøb</i>	Start- og slutsted er forskellige	Alle ture
Bymidter	1,23	1,09
Bydelscentre	1,20	1,09
Lokalcentre	1,17	1,07
Industriområder	1,39	1,11
Enkelte butikker	1,27	1,10
<b>Alle 2010-2014</b>	<b>1,26</b>	<b>1,10</b>
Alle 2006-2009	1,30	1,12

Tabel 8.5 Omvejskørsel for alle indkøbskæder og for kæder der starter og slutter forskellige steder. Detaljeret områdeniveau. Kilde: TU 2010-2014

<i>Km. med indkøb/km. uden indkøb</i>	Start- og slutsted er forskellige	Alle ture
Københavns Kommune	1,30	1,14
Bymidter i Hovedstaden	1,28	1,11
Bymidte i byer over 40.000 indb	1,27	1,10
Bymidte i byer 20.000-40.000 indb	1,22	1,07
Bymidte i byer 5.000-20.000 indb	1,19	1,07
Bymidte i byer under 5.000 indb	1,18	1,07
Bydelscentre i byer over 40.000 indb	1,20	1,11
Bydelscentre i byer under 40.000 indb	1,20	1,06
Lokalcentre i byer over 40.000 indb	1,15	1,06
Lokalcenter i byer 5.000-40.000 indb	1,16	1,07
Lokalcentre i byer under 5.000 indb	1,19	1,07
Aflastningsområder	1,49	1,13
Pladskrævende	1,24	1,09
Udenfor PlansystemDK/enkeltstående	1,27	1,10
Uden indberetning af detailhandel	1,24	1,08
<b>Alle 2010-2014</b>	<b>1,26</b>	<b>1,10</b>



Figur 8.1 Relation mellem omvejsfaktor og afstand mellem turkædens udgangspunkt og endemål.  
Kilde: TU 2010-2014

## 8.4 Transportmidler

I Tabel 8.6 er vist de transportmidler der anvendes ud og hjem fra indkøbskæden. Det forekommer, men ikke så ofte, at der er forskellige transportmidler på samme indkøbskæde.

I tabel 8.7 er for de overordnede områdetyper i PlansystemDK vist omvejsfaktorer for de forskellige transportmidler, som anvendes. Ved fortolkning af tabellen skal man være opmærksom på, at alle mål er i luftlinjeafstand. Det betyder, at der ikke er taget højde for de vilkår forskellige trafikanter har, som er forskellige afhængig af geografien og infrastrukturen. For den kollektive transport er der endvidere ikke taget højde for de ekstra omveje, som der ofte er, når det benyttes bus og tog.

Tabel 8.6 Transportmidler til og fra indkøb. TU 2010-2014

	Gang	Cykel	Bil	Kollektiv	Alle
Gang	<b>19 %</b>	0 %	1 %	1 %	21 %
Cykel	0 %	<b>14 %</b>	0 %	0 %	15 %
Bil	1 %	0 %	<b>59 %</b>	0 %	60 %
Kollektiv	1 %	0 %	0 %	<b>2 %</b>	3 %
Alle	21 %	15 %	60 %	3 %	<b>100 %</b>

Tabel 8.7 Omvejsfaktor målt for alle indkøbskæder opdelt på områdetyper og transportmidlse. Kilde: TU 2010-2014

	gang	cykel	bil, fører	bil, pas- sager	kollektiv	Alle
Bymidter	1,04	1,08	1,09	1,12	1,08	1,09
Bydelscentre	1,03	1,06	1,09	1,11	1,11	1,09
Lokalcentre	1,02	1,03	1,08	1,07	*	1,07
Industriområder	1,03	1,04	1,12	1,10	*	1,11
Enkelte butikker	1,02	1,06	1,12	1,11	*	1,10
<b>Alle</b>	<b>1,03</b>	<b>1,07</b>	<b>1,10</b>	<b>1,11</b>	<b>1,08</b>	<b>1,10</b>