



Naturstyrelsen

Analyse af detailhandelsudviklingen på Fyn

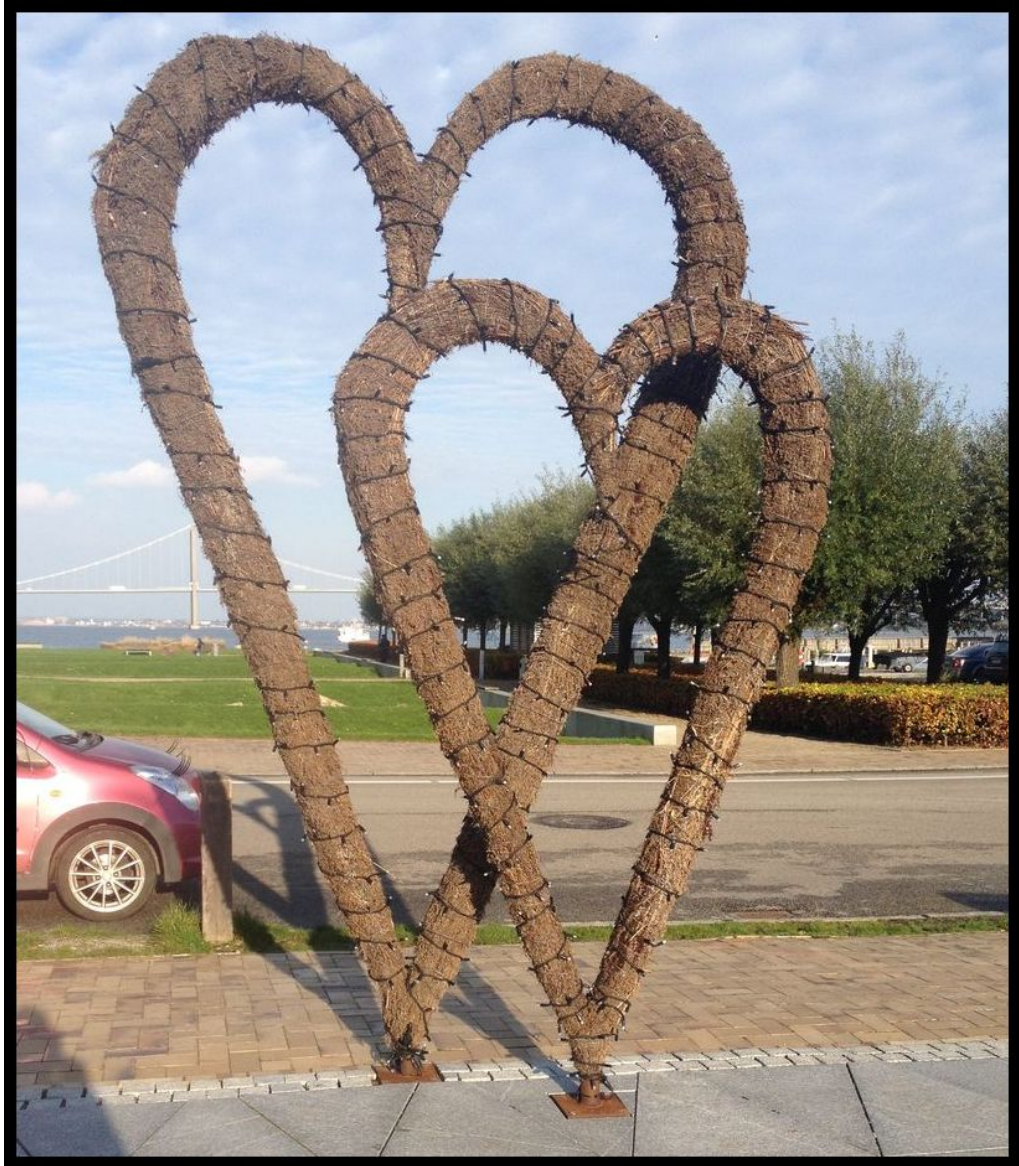
December 2014

Indholdsfortegnelse

Indledning: Baggrund og metode	5
1. Konklusion	9
2. Byerne på Fyn – kvalitativ analyse	21
3. Detailhandelsudviklingen – kommunerne	33
4. Udviklingen i de 35 byer	69
5. Udviklingen af byernes detailhandel	97
6. Befolknings- og forbrugsforhold	109

Bilag 1: Branchefortegnelse over detailhandel

Bilag 2: Branchefortegnelse over kundeorienterede servicefunktioner i øvrigt



Middelfart bymidte

Indledning

Baggrund

Naturstyrelsen har i forbindelse med redegørelsen til Folketingets Miljøudvalg bedt ICP A/S om at gennemføre en analyse af detailhandelsudviklingen på Fyn med særligt henblik på at belyse Planlovens detailhandelsbestemmelser betydning for konkurrencen mellem byerne.

Analysens resultater er sammenholdt med tidligere analyser udarbejdet om detailhandelen på Fyn. ICP sammenholder især resultaterne fra 2014 med analyser gennemført i 1999 og i 2006. I 1999 gennemførte ICP en detailhandelsanalyse for alle kommunerne i det daværende Fyns Amt. Herudover udarbejdede ICP i marts 2006 analysen ”Udviklingen i detailhandelen i Fyns Amt 1999-2005”.

Metoder, begreber og definitioner

Nedenfor gives en kort introduktion om metoden, herunder dataindsamlingen og definitioner i detailhandelsanalysen.

Periodisering

Alle oplysninger omkring antallet af butikker og øvrige servicefunktioner samt arealer henføres til henholdsvis 1999, 2005 og 2014.

Alle forhold, der drejer sig om forbrug, befolkningstal (ultimo året), omsætning og handelsbalance henføres til henholdsvis 1998 og 2013.

Antal butikker

Alle butikker på Fyn er registreret i forbindelse med en rekognoscering, der blev foretaget i november 2014. Butikkerne er registreret med navn, adresse og branchegruppe. Herudover er det noteret, om butikken er tilknyttet et kædesamarbejde.

Attraktion i butikken

ICP har desuden vurderet den enkelte butiks attraktion på en skala fra 1 til 5, hvor 1 er meget lav og 5 er meget høj. I vurderingen tages der blandt andet hensyn til kvaliteten og bredden i butikkens sortiment samt i butikkens disponering af arealerne i forhold til branchen. Herudover er der taget højde for kædetilknytning, vedligeholdelse og indretning.

Vurderingen, der er subjektiv, skal opfattes som en forbrugers bedømmelse af den enkelte butiks attraktion.

Branchegrupper

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

Dagligvarebutikkerne er supermarkeder (Irma, SuperBrugsen, SuperBest m.fl.), discountbutikker (Netto, Fakta, Aldi, Rema 1000 m.fl.) og varehuse (Kvickly, Føtex) samt hypermarked (Bilka). Desuden indgår mindre butikker som kolonialbutikker, minimarkeder, døgnkiosker, kiosker på tankstationer, og tobaksforretninger samt fødevarer specialbutikker som bagere, slagtere, ostehandlere. Endelig er der andre dagligvarebutikker som parfumerier, Matas og videoudlejning.

Udvalgsvarebutikker er butikker, der f.eks. forhandler tøj, sko og andet fodtøj, køkkenudstyr og gaveartikler, hjemmeelektronik, hårde hvidevarer m.v., smykker, optik, legetøj mv.

Butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper er udtømmende defineret i Planloven som butikker, der alene forhandler biler, lystbåde, campingvogne, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer samt møbler. (I analysen er møbelbutikker kategoriseret som udvalgsvarebutikker, mens byggemarkeder er medtaget i gruppen af butikker med særlig pladskrævende varer). Inden for butikker, der forhandler særligt pladskrævende varegrupper, er det i denne analyse alene enheder, der har et egentligt, større salgslokale, der er medtaget med deres bruttoareal i denne opgørelse. Således er f.eks. bilforhandlere med et mindre kontor og et uoverdækket p-areal til biludstilling ikke medtaget. Dette var også tilfældet i rapporten fra 1999 og i 2006.

Med hensyn til de særlig pladskrævende varer indeholdt definitionen i 1999 og 2006 køkkenbutikker som ifølge Planloven i dag er defineret som udvalgsvarebutik. Ligeledes blev byggemarkeder i 1999 og 2006 betegnet som en udvalgsvarebutik. Analyserne fra 1999 og 2006 er derfor ændret, således at det svarer til de gældende definitioner.

En komplet branchefortegnelse fremgår af bilag 1.

Bruttoareal

Butikkernes bruttoareal er i forbindelse med en rekognoscering vurderet i forhold til de oplysninger, der foreligger fra de seneste detailhandelsanalyser i de enkelte kommuner. Hvor der er tale om nye butikker eller udvidede butikker, er der foretaget en ny vurdering af bruttoarealet, samt i mange tilfælde foretaget en kontrol i forhold til tilgængelige BBR-oplysninger.

Bruttoarealet defineres, som det er defineret i Planloven. Således omfatter det alle salgsarealer og arealer til brug for produktion og/eller opbevaring af varer eller remedier, der er nødvendige for butiksdriften, herunder salgsarealer, produktionsarealer, lagerlokaler, teknikrum, kølerum og lignende.

Forbrug – metode

Borgernes forbrug af dagligvarer og udvalgsvarer er beregnet på kommuneniveau på baggrund af ICP's specialkørsler fra Danmarks Statistiks forbrugsundersøgelse, der baserer sig på interviews med 3.000 husstande. I forbrugsundersøgelsen er husstandenes samlede årlige forbrug af såvel varer som tjenesteydelser nedbrudt på omkring 1.200 grupper. Der er således tale om en meget detaljeret beregning af husstandenes forbrug.

Oplysningerne fra forbrugsundersøgelsen er bl.a. kombineret med oplysninger om husstandsstørrelser, forbrugernes indkomster samt det nuværende og fremtidige befolkningstal i de enkelte kommuner.

Tallene for forbruget skal ses som alle husstandes samlede forbrug i hele året 2013.

Omsætning - metode

Oplysningerne om butikkernes omsætning i 2013 er for hver enkelt butiks vedkommende skønnet under ICP's rekognoscering af butikkerne i november 2014. For at sikre, at materialet er så validt som muligt, er oplysningerne om butikkernes omsætning indhentet fra Danmarks Statistiks Regnskabssta-

Indledning

tistik for 2012 på kommuneniveau og disse tal er derefter fremskrevet med den pris- og mængdemæssige stigning i detailhandelsomsætningen i perioden 2012 – 2013.

ICP har skønsmæssigt fordelt stormagasinerne og de større dagligvarebutikkers omsætning (discountbutikker, supermarkeder og varehuse) mellem daglig- og udvalgsvarer.

I forbindelse med tankstationer er det alene deres salg af kioskvareer, der indgår i detailhandelsomsætningen.

Det er alene apotekers omsætning inden for frihandelsvarer, der er vurderet.

For så vidt angår byggemarkeders omsætning, har ICP skønnet deres omsætning til private, da der normalt ellers vil indgå et betydeligt engrossalg til håndværkere og andre professionelle aktører.

Generelt har ICP tillagt egne skøn større vægt end oplysningerne fra Danmarks Statistiks Regnskabsstatistik 2012. I forbindelse med løsning af andre opgaver har der været store påviselige afvigelser i tallene hentet fra Regnskabsstatistikken. Derfor er ICP's skønnede tal anvendt i de tilfælde, hvor der har været væsentlige afvigelser.

Omsætningstallene er behæftet med en vis usikkerhed, men skønnes tilstrækkeligt gode til bl.a. at beskrive de strukturelle forhold omkring forbrugernes indkøbsmønster. På trods af usikkerheden er denne metode valgt, da det som nævnt erfaringsmæssigt giver et mere retvisende billede af de faktiske forhold, end hvis man alene havde anvendt f.eks. oplysninger fra Danmarks Statistik.

Øvrige kundeorienterede servicefunktioner

Der er foretaget en kortlægning af antallet af servicefunktioner inden for restauranter, caféer, hoteller m.m. samt biografteatre, biblioteker, teatre og museer og andre forlystelser, der ligger i stueplan i de 35 udpegede modelbyer på Fyn.

En komplet branchefortegnelse fremgår af bilag 2.



Faaborg bymidte

Konklusion

Konklusion

Institut for Center-Planlægning (ICP A/S) er af Naturstyrelsen blevet bedt om at gennemføre en analyse af detailhandelen på Fyn med henblik på at belyse planlovens detailhandelsbestemmelers betydning for konkurrencen mellem byerne.

Analysen er baseret på tidligere undersøgelser af detailhandelen på Fyn 1999 – 2011 suppleret med en analyse af detailhandelen på Fyn i efteråret 2014, hvor samtlige butikker er blevet rekognosceret og vurderet etc.

Planlovens bestemmelser omkring planlægning til butiksformål siger, at planlægningen skal fremme et varieret butiksudbud i mindre og mellemstore byer samt i de enkelte bydele i de større byer, sikre, at arealer til butiksformål udlægges, hvor der er god tilgængelighed for alle trafikarter, herunder især den gående, cyklende og kollektive trafik og fremme en samfundsmæssigt bæredygtig detailhandelsstruktur, hvor transportafstandene i forbindelse med indkøb er begrænsede.

Nedenfor er analysens resultater blevet benyttet til at svare på de stillede spørgsmål omkring planlovens betydning set i relation til detailhandelens udvikling. Resultaterne peger på tydelige forskelle i udviklingen afhængig af, om det er dagligvarebutikker eller udvalgs varebutikker. Nedenstående vurderinger er derfor opdelt på de to hovedbrancher.

Lever udviklingen op til planlovens formål?

Der er både nedlagt og opført dagligvarebutikker i samtlige 10 kommuner på Fyn. Antallet af butikker har dog netto været faldende og antallet af dagligvarebutikker er således blevet reduceret med 27 % i perioden 1999 – 2014, hvor der i alt er 836 dagligvarebutikker.

På trods af et fald i antallet af butikker er bruttoarealet steget med 5 % i samme periode, så der i dag er 460.000 m² bruttoareal til dagligvarer.

Dagligvareomsætningen er i løbende priser vokset med 25 %, så den i 2013 udgør godt 12 mia. kr. incl. moms.

Tabel 1.1 Udviklingen i Odense og Svendborgs andel af Fyn 1998-2014 - dagligvarer

Andel af Fyn	Odense og Svendborg 1998/99	Odense og Svendborg 2013/14	Ændring i %
Folketal	51,2 %	52,1 %	1,8 %
Antal butikker	47,7 %	51,1 %	7,1 %
Bruttoareal	50,9 %	51,2 %	0,6 %
Omsætning	53,6 %	53,7 %	0,2 %

De to største kommuner med de to største byer – Odense og Svendborg – havde i 1998 tilsammen et folketal svarende til 51,2 % af Fyns samlede befolkning. Andelen af folketallet var i 2014 steget til 52,1 %.

Tallene i tabel 1.1 illustrerer tydeligt, at planloven overordnet set har virket på dagligvareområdet. Selv om der er sket en stigning i Odense og Svendborgs andel af antallet af butikker på Fyn, der ligger ud over stigningen i folketallet, er udviklingen i såvel bruttoarealet som omsætningen modsat, idet stigningerne her er marginale.

Der er med andre ord ikke sket en centralisering af dagligvarehandelen på Fyn, men tværtimod en decentralisering i forhold til udviklingen i folketallet!



ABC Lavpris Glamsbjerg

Man kan også foretage vurderingen med udgangspunkt i analysen af de 35 modelbyer. Nedenstående tabel 1.2 viser de 35 modelbyer inddelt i 7 grupper efter bystørrelse, som det så ud i 1999. Tabellen viser eksempelvis, at byerne med et folketal på 4-8.000 udgjorde 15,7 % af den samlede befolkning i de 35 modelbyer, byerne havde knap 28 % af butikkerne, godt 29 % af bruttoarealet, men godt 33 % af dagligvareomsætningen.

Tabel 1.2 Andele af Fyn i de 35 modelbyer 1998/99 - dagligvarer

Andel af Fyn i %	Folketal 1998	Antal butikker 1999	Bruttoareal 1999	Omsætning 1998
Bystørrelse				
< 1.000	0,7	3,7	2,7	1,9
1-2.000	3,9	10,8	9,8	7,7
2-4.000	10,2	20,3	23,0	20,4
4-8.000	15,7	27,8	29,4	33,2
8-16.000	9,9	11,4	13,9	12,9
Svendborg	9,5	9,6	10,2	9,3
Odense	50,1	16,4	11,0	14,6
I alt	100,0	100,0	100,0	100,0

Samme opgørelse er foretaget for 2014, hvorved man umiddelbart kan sammenligne udviklingen.

Tabel 1.3 Andele af Fyn i de 35 modelbyer 2013/14 - dagligvarer

Andel af Fyn i %	Folketal 2014	Antal butikker 2014	Bruttoareal 2014	Omsætning 2013
Bystørrelse				
< 1.000	0,6	3,1	2,8	2,1
1-2.000	3,7	7,3	7,4	8,5
2-4.000	10,1	19,1	25,4	22,9
4-8.000	14,8	30,6	31,0	33,1
8-16.000	9,6	13,8	12,8	12,9
Svendborg	8,2	10,1	8,7	8,3
Odense	53,0	16,0	11,9	12,2
I alt	100,0	100,0	100,0	100,0

Konklusion

Ved at sammenholde de to opgørelser fremgår det tydeligt, at dagligvareforsyningen på trods af et stigende folketal i de mindste byer fortsat er opretholdt. De mindste byers andel af den samlede omsætning er faktisk steget i den betragtede periode, hvilket understreger, at udviklingen på dagligvareområdet har været i overensstemmelse med planlovens formål.

Tabel 1.4 Udviklingen i Odense og Svendborgs andel af Fyn 1998-2014 - udvalgsvarer

Andel af Fyn	Odense og Svendborg 1998/99	Odense og Svendborg 2013/14	Ændring i %
Folketal	51,2 %	52,1 %	1,8 %
Antal butikker	51,4 %	53,4 %	3,9 %
Bruttoareal	60,4 %	66,9 %	10,8 %
Omsætning	70,5 %	73,1 %	3,7 %

Udviklingen på udvalgsvarerområdet følger ikke udviklingen inden for dagligvarene. De to største kommuner - Odense og Svendborg - havde allerede i 1998 godt 70 % af den samlede udvalgsvareromsætning på Fyn, selv om de to kommuner kun havde godt 51 % af indbyggerne på Fyn.

De to kommuner har i 2014 godt 52 % af den samlede befolkning på Fyn, men butikkernes udvalgsvareromsætning udgør godt 73 % af den samlede udvalgsvareromsætning på Fyn. Der er med andre ord sket en yderligere centralisering af udvalgsvareromsætningen, som er kraftigere end væksten i andelen af Fyns befolkning tilsiger.

Det er derfor relevant at undersøge udviklingen i de 35 modelbyers udvalgsvarerhandel.

Tabel 1.5 Andele af Fyn i de 35 modelbyer 1998/99 - udvalgsvarer

Andel af Fyn i %	Folketal 1998	Antal butikker 1999	Bruttoareal 1999	Omsætning 1998
Bystørrelse				
< 1.000	0,7	1,3	2,1	0,4
1-2.000	3,9	5,8	4,2	2,3
2-4.000	10,2	11,8	11,7	7,3
4-8.000	15,7	24,9	21,5	19,0
8-16.000	9,9	12,1	11,5	12,1
Svendborg	9,5	14,9	13,7	18,5
Odense	50,1	29,2	35,3	41,5
I alt	100,0	100,0	100,0	100,0

Tabel 1.6 Andele af Fyn i de 35 modelbyer 2013/14 - udvalgsvarer

Andel af Fyn i %	Folketal 2014	Antal butikker 2014	Bruttoareal 2014	Omsætning 2013
Bystørrelse				
< 1.000	0,6	1,5	2,0	0,6
1-2.000	3,7	3,9	2,3	2,0
2-4.000	10,1	11,6	10,9	6,4
4-8.000	14,8	26,7	22,4	20,1
8-16.000	9,6	14,9	16,6	15,4
Svendborg	8,2	14,4	12,3	13,7
Odense	53,0	27,1	33,5	41,9
I alt	100,0	100,0	100,0	100,0

Ved at sammenligne tabellerne 1.5 og 1.6 kan det konstateres, at modelbyerne med færre end 4.000 indbyggere har en faldende betydning som indkøbssted for udvalgsvarer. Bruttoarealet er faldet fra 18 % til ca. 15 % af det samlede bruttoareal i modelbyerne og modelbyernes samlede andel af udvalgswareomsætningen er reduceret fra 10 til 9 %.

Omvendt har modelbyerne med mellem 4.000 og 16.000 indbyggere øget deres bruttoareal til udvalgsvarer fra 33 % til 39 % af det samlede bruttoareal på trods af, at folketallet i disse byer har en faldende andel af det samlede folketal.

Endelig har Svendborg mistet betydning som indkøbssted for udvalgsvarer, hvilket dog til dels kan tilskrives en udbygning med udvalgswarebutikker uden for Svendborg bymidte.

Odense har fastholdt sin andel af den samlede udvalgswareomsætning, selv om andelen af bruttoarealet til udvalgsvarer er blevet reduceret i den betragtede periode. Hertil kommer, at udbygningen med udvalgswarebutikker i det regionale aflastningsområde i Odense SØ også har været relativt omfattende i de sidste 15 år.

Der er som nævnt sket en yderligere centralisering af udvalgswarehandelen på Fyn. Analysen af modelbyerne tyder på, at det er byerne med færre end 4.000 indbyggere, der har tabt terræn til de lidt større byer, der med nogle få undtagelser stadig kan mønstre et forholdsvis pænt udbud af udvalgswarebutikker.

Omvendt er der også nogle få eksempler på byer med færre end 4.000 indbyggere, der stadig har et forholdsvis bredt udbud af udvalgsvarer – typisk byer, som understøttes af en betydelig grad af turisme.

Planlovens formål er således ikke opfyldt fuldt ud i forhold til udvalgswareområdet. De mindre byer har klart mistet betydning som indkøbssted for udvalgsvarer og har i mange tilfælde en meget begrænset rolle tilbage på dette område.

De mellemstore byer har også mistet betydning, men har oftest fortsat et udvalgswareudbud på et niveau, hvor borgerne kan få dækket en meget stor del af deres behov for udvalgsvarer i byerne.

Konklusion

Er der en sammenhæng mellem udviklingen og detailhandelsbestemmelserne?

Planlovens detailhandelsbestemmelser har på flere områder været med til at sætte en ny dagsorden for etablering af butikker og centerdannelser. En afgørende ændring har været begrænsningen i mulighederne for at etablere butikker i eksterne beliggenheder ude af kontakt med bymidterne.

I stedet for at etablere eksterne shoppingcentre, som ofte bliver betragtet som en modsætning til bymidtens butiksliv, bliver nye shoppingcentre i dag en del af bymidtens samlede tilbud.

Fastsættelse af maksimale butiksstørrelser for henholdsvis dagligvare- og udvalgswarebutikker har især på dagligvareområdet haft en stor betydning. Arealgrænsen er blevet ændret i flere omgange.

Den oprindelige grænse på 3.000 m² for dagligvarebutikker blev øget til 3.500 m² i 2007. Uanset denne forøgelse betød grænsen, at det ikke længere var muligt at etablere varehuse (typisk på 4.500-5.000 m² som Føtex og Kvickly) eller hypermarkeder (typisk 10.000-30.000 m² som Bilka).

Udover at der er blevet etableret en række todelte butikker, hvor dagligvarerne stort set er adskilt fra udvalgsvarerne, har arealgrænsen medført, at de allerede etablerede store butikker har fået en konkurrencefordel, idet de ikke kan kopieres.

Herudover viser udviklingen, at der er etableret en lang række mindre dagligvarebutikker – typisk som discountbutikker. Hvis det havde været muligt fortsat at etablere de større varehuse og hypermarkeder, kan det ikke udelukkes, at vi i dag ville have haft færre discountbutikker, da konkurrencen på dagligvaremarkedet er blevet begrænset.



Fakta Tommerup

På udvalgswareområdet startede arealgrænsen oprindeligt på 1.000 m². Den blev i 2002 hævet til 1.500 m² og i 2007 til 2.000 m². Undtagelsen er byer med over 40.000 indbyggere, som må planlægge for 3 store udvalgswarebutikker hvert 4. år.

Det er forholdsvis få udvalgswarekoncepter, der efterspørger arealer større end 2.000 m², men detailhandelsbestemmelserne har for Fyn betydet, at det alene er i Odense, at der kan planlægges for store udvalgswarebutikker. Ud

over de store udvalgswarebutikker, der allerede var etableret før 1997, er det således alene i Odense, at der er etableret nye store butikker.

I 1997 indførtes begrebet særligt pladskrævende varegrupper, som fik mulighed for at lokaliseres i beliggenheder, som kunne udlægges uden for den afgrænsede by.

De pladskrævende varer var fra starten ikke entydigt defineret, hvilket har afstedkommet mange forskellige fortolkninger og medført uens planlægning i kommunerne.

Mens man i nogle kommuner ikke har givet tilladelse til etablering af f.eks. hårde hvidevarebutikker og tæppehandlere uden for byerne, har andre ikke set disse begrænsninger. Der har været stor usikkerhed omkring betydningen af størrelsen på den enkelte butik; nogle har opfattet, at en stor elektronikbutik eller legetøjsbutik var særligt pladskrævende, selv om det ikke har været tilfældet.

Først gennem indførelsen af en entydig definition, som indebar en reduktion i omfanget af varegrupper, var der basis for en planlægning på samme grundlag, men der er ingen tvivl om, at der er etableret adskillige udvalgswarebutikker under betegnelsen særligt pladskrævende.

Samlet set er det vor vurdering, at planlovens detailhandelsbestemmelser har medført en højere grad af investeringssikkerhed i detailhandelen.

Koncentrationstendenserne er blevet bremset, men de er ikke blevet afgørende ændret. Bymidterne i de fleste byer er på dagligvareområdet blevet styrket gennem især investeringer i discountbutikker. På udvalgsvareområdet er koncentrationstendensen mod de større byer stadig i gang.



Odense SØ

Konklusion

Hvilke andre faktorer kan forklare udviklingen?

Selv om planloven uden tvivl har stor indflydelse på detailhandelens udvikling, har en række andre faktorer også en vis betydning.

Konkurrencen mellem butikkerne ikke blot i en by, men også mellem byerne, kan give sig udslag på mange måder. Nogle udvikler nye spændende butikskoncepter, som øger attraktionen over for forbrugerne, mens andre vælger prisparameteren som den afgørende faktor. Især discountudviklingen, som snart har bredt sig til alle brancher, har haft stor indflydelse på udviklingen.

Hertil kommer, at åbningstiderne gennem lempelser i lov om butikstid, har vist sig at være af afgørende betydning. De store dagligvarebutikkers udvidelse af åbningstiderne har mere eller mindre fjernet grundlaget for mindre dagligvarebutikker, kiosker og servicestationers salg af dagligvarer og mange butikker er derfor blevet nedlagt som en følge heraf.

En anden væsentlig faktor er udbredelsen af e-handel. På dagligvareområdet er betydningen fortsat begrænset med en e-handels andel omkring 1-2 % af dagligvaremarkedet.

På udvalgsvareområdet udgør e-handelens andel tæt ved 15 %, hvilket i stigende omfang kan mærkes blandt udvalgsvarebutikkerne. Kombineret med en tilbageholdenhed med at købe udvalgsvarer, som ramte forbrugerne i 2008, har mange butikker konstateret et direkte fald i omsætningen og i en række tilfælde så stort et dyk i indtjeningen, at grundlaget for butikken er faldet væk.

Ydermere har visse brancher kunnet konstatere, at den teknologiske udvikling har fjernet eksistensgrundlaget (som f.eks. fotohandlere og videoudlejning), mens andre er under pres som en kombination af flere faktorer (f.eks. boghandlere og elektronikbutikker).

Endelig kan nævnes, at befolkningens bosætning også har en vis betydning for mulighederne for at opretholde butikslivet i de mindre byer.

Den kraftige søgning mod de større byer og især Odense vil udtynde befolkningen i landområderne og dermed til en vis grad udtynde oplandet til de mindre og mellemstore byer.

I en periode med en begrænset vækst i folketallet forstærkes denne negative effekt i de mindre og mellemstore byer.



Butik i Faaborg



Kirkepladsen Ringe

Er der et varieret butiksudbud også i de mindre og mellemstore byer?

På dagligvareområdet har butiksforsyningen i de mindre og mellemstore byer næppe været bedre end på nuværende tidspunkt.

Inddrages udvalgs varebutikkerne, tegner der sig et lidt anderledes billede. Hvis man ser bort fra byer, der som følge af et betydeligt turistmæssigt tilskud, har et varieret butiksudbud, er udvalgs vareuddet i de mindre byer af begrænset eller meget begrænset betydning.

Analysen af udviklingen på Fyn indikerer, at byen skal have et indbyggertal omkring 5-6.000 indbyggere, før man kan tale om et varieret butiksudbud, der kan opfylde det meste af behovet i en husstands forbrug af detailhandelsvarer.

Fremmer lokaliseringen korte transportafstande ved indkøb?

Køb af dagligvarer har som benævnelsen antyder en langt højere indkøbsfrekvens end køb af udvalgsvarer, hvilket har stor betydning, når man skal vurdere transportafstandene i forbindelse med indkøb.

Afstanden til dagligvarebutikkerne har derfor generelt større betydning for forbrugerne end afstanden til udvalgs varebutikkerne.

I perioden 1969 – 1999 blev antallet af dagligvarebutikker på Fyn reduceret fra knap 3.400 til 1.140 svarende til, at der hvert år i gennemsnit blev nedlagt 75 dagligvarebutikker. Sagt på en anden måde forsvandt 2 ud af 3 dagligvarebutikker i denne periode.

Denne udvikling peger på, at det meget tætte net af dagligvarebutikker forsvandt allerede i årene 1969 - 1999, hvor 140 lokalsamfund mistede den sidste dagligvarebutik på Fyn.

Der bliver fortsat nedlagt dagligvarebutikker på Fyn, men i et andet omfang end tidligere; fra 1999 frem til 2005 blev antallet af dagligvarebutikker reduceret fra 1.140 til 1.008, mens antallet i 2014 er 836 dagligvarebutikker.

Antallet af butikker giver dog ikke hele billedet: Bruttoarealet til dagligvarebutikker er uændret fra 1999 til 2005 på trods af et fald i antallet af butikker. I perioden fra 2005 frem til 2014 er bruttoarealet faktisk steget med 5 %, selv om 17 % af butikkerne er faldet væk.

Konklusion

Selv om antallet af dagligvarebutikker som nævnt også er faldet fra 1999 frem til 2014, er lokalforsyningen i mange byer blevet markant forbedret, hvilket bl.a. stigningen i bruttoarealet indikerer. Det kan primært henføres til etableringen af et betydeligt antal discountbutikker selv i forholdsvis små byer, som ikke tidligere havde en dagligvarebutik på denne størrelse.

Udviklingen i forhold til transportafstande er således ikke entydig. På den ene side har en række lokalsamfund mistet den sidste dagligvarebutik. På den anden har discountbutikkernes fremmarch for mange husstande betydet, at en større dagligvarebutik er kommet tættere på bopælen end tidligere.

Discountbutikkernes lokalisering helt ned i relativt små byer samt etableringen i mange bydele i de større byer vurderes derfor at have medvirket til at reducere transportafstanden for en meget væsentlig del af forbrugerne.

Allerede i 1999 var der kun 6 byer på Fyn, som kunne siges at have et bredt udvalg af udvalgsvarerbutikker. Siden er udvalgsvarerbutikkernes lokalisering blevet yderligere centraliseret, således at godt 73 % af Fyns samlede udvalgsvareromsætning foregår i Odense og Svendborg i 2013.

Lokaliseringen af udvalgsvarerbutikkerne vurderes således at have medført forøgede transportafstande for en stor del af forbrugerne på Fyn uden for de største byer.

Det skal dog tilføjes, at samlokaliseringen af især store udvalgsvarerbutikker i retail parks og i aflastningsområdet i Odense SØ i et vist omfang kan påvirke forbrugernes transportarbejde, idet flere køb vil kunne håndteres på den samme indkøbstur og derved spare transportarbejde.



Kongensgade Odense

Vurdering af den fremtidige udvikling

Nedenstående vurdering af den fremtidige udvikling sker under forudsætning af, at den gældende planlov ikke vil være ændret.

Den gældende befolkningsprognose forventer en samlet stigning i folketallet på Fyn på godt 1,3 % i perioden 2014 – 2026.

Blandt de 10 kommuner på Fyn er det alene Kerteminde med en mindre stigning i folketallet på 0,5 % og Odense med en stigning i folketallet på 7,5 % i samme periode, der har en positiv befolkningsudvikling. Middelfart forventes at miste 1 % af befolkningen frem mod 2026.

Den største tilbagegang i folketallet ses på Langeland, som forventes at miste godt 9 % af befolkningen efterfulgt af Ærø, som står til et fald på godt 6 %. Assens er prognosticeret til at miste 4,5 % af befolkningen, mens de øvrige kommuner forventes at reducere folketallet med 2-3 %.

Befolkningsprognosen tyder således overordnet på, at bevægelsen fra land mod by fortsat vil være gældende.

Ved en vurdering af den fremtidige udvikling for detailhandelens lokaliseringsmønstre er der en del ubekendte faktorer, bl.a. e-handelens udbredelse inden for såvel daglig- som udvalgsvarer.

E-handelen forventes overordnet at vokse inden for begge hovedvaregrupper. Væksten inden for dagligvarer vil være meget afhængig af de store dagligvareoperatørers adfærd. Både Coop og Dansk Supermarked har et landsdækkende net af butikker, hvorfor de som udgangspunkt ikke vil være frontløbere i udbredelsen af e-handel med dagligvarer.

Omvendt vil en udefrakommende konkurrence på e-handel hurtigt kunne udløse en reaktion fra de to store dagligvareoperatører. Det er således vanskeligt at sætte eksakte tal på en prognose for e-handelen på dagligvarer, men vi vurderer, at niveauet inden for de næste 10 år vil være vokset til op mod 10 % af den samlede dagligvareomsætning.

Det er helt afgørende, hvorledes distributionen af dagligvarerne vil foregå; vil butikkerne være en del af leveringssystemet eller bliver de ikke involveret? Kravet til at drive rentable butikker forventes under alle omstændigheder at stige og overordnet forventes antallet af dagligvarebutikker fortsat at blive reduceret.

Der vil være en del lokalsamfund, der vil miste den sidste dagligvarebutik, men det er vor vurdering, at dagligvareforsyningen fortsat vil være relativt decentral på Fyn.



Bredgade Aarup

Konklusion

Koncentrationen af udvalgswarebutikkerne vil blive forstærket i takt med udbredelsen af e-handel. Såfremt e-handelen med udvalgsvarer ”blot” vokser til 25 % af den samlede udvalgswareomsætning, vil en lang række butikker komme så meget under pres, at de forventes at blive nedlagt.

Den ubekendte faktor er her, i hvilket omfang udvalgswarebutikkerne vil være i stand til at inkorporere e-handelen i driften af de fysiske butikker.

Butikker, som formår at kombinere de to verdener, vil stå langt stærkere end butikker, der alene agerer i den fysiske verden.

Det er vor vurdering, at udvalgswarehandelen under alle omstændigheder vil blive mere koncentreret sammenlignet med i dag. Når forbrugeren vil handle i de fysiske butikker, vil udbuddets variation og størrelse have afgørende betydning.

De største udbudspunkter – og her især Odense – vil derfor tiltrække endnu flere forbrugere, når der skal købes udvalgsvarer.

Det vil være vanskeligt at opretholde det nuværende udbud af udvalgswarebutikker – både i mindre og i mellemstore byer. Antallet af byer med et bredt dækkende udvalg af udvalgswarebutikker forventes derfor reduceret.

Samlet set vurderes udviklingen inden for dagligvareområdet stort set at være i overensstemmelse med formålet med planlovens detailhandelsbestemmelser, mens det ikke på samme måde vil være tilfældet med udviklingen inden for udvalgswareområdet.



Møllergade Svendborg



Byerne på Fyn – kvalitativ analyse

Byerne på Fyn – kvalitativ analyse

Generelt er der en række faktorer, der er afgørende, når forbrugerne skal beslutte, hvor de vil vælge at købe ind.

Forbrugerne er på den ene side blevet mere mobile og kører gerne relativt langt for at få det mest attraktive udbud inden for især udvalgsvarer. På den anden side har e-handelen i dag en markedsandel på omkring 15 % af det samlede udvalgsvarerforbrug. Det, e-handelen grundlæggende tilbyder kunderne, er et gennemsigtigt marked, hvor man ikke betaler mere, end den billigste udbyder tilbyder varen til, en mulighed for at handle, når man har lyst og tid samt mulighed for at få varen leveret.

For at kunne tiltrække og fastholde forbrugerne i den fysiske detailhandel bliver det derfor på den ene side mere væsentligt at kunne tilbyde et bredt udvalg og mulighed for at kombinere den fysiske handel med e-handel, mens nogen på den anden side satser på at udvikle butikformater, hvor det er nærhed og tæt, personlig kundekontakt, der sikrer butikkens overlevelse.

En attraktiv detailhandel – både dagligvarebutikker og udvalgsvarerbutikker – er den væsentligste parameter i forhold til, om en by har kommerciel appel til borgerne i og omkring byen. Detailhandel – især dagligvarebutikker er generelt de funktioner, der skaber den største trafik til bymidterne.

Foruden butikker er der en række andre funktioner, som er med til at definere, hvorvidt en by er attraktiv som handelsby eller f.eks. bosætningssted.

En by bør have en fysisk sammenhængende bymidte, hvor der ligger en eller flere større dagligvarebutikker, der skal sikre en god kundestrøm. Desuden er et varieret udbud af de mest almindelige udvalgsvarerbutikker, der eksisterer bl.a. i kraft af den kundestrøm, som dagligvarebutikkerne skaber, væsentlig, for at afholde forbrugerne fra at køre til de større byer for at handle.

Endelig skal der være en bred vifte af andre kundeorienterede servicefunktioner som f.eks. fast food, caféer og anden bospisning samt frisører og andre behandlere.

Byernes muligheder for at opfylde ovenstående afhænger primært dels af deres størrelse, dels af deres beliggenhed i forhold til større udbudspunkter. Generelt kan man forestille sig, at byer, der ligger tæt på f.eks. Odense og Svendborg, vil have svært ved at opretholde et attraktiv bymiljø.



Odense bymidte

For at vurdere og beskrive byernes attraktion som handelsbyer og i videste forstand også som f.eks. bosætningsbyer, opstillede ICP i 1999 i forbindelse med gennemførelse af en detailhandelsanalyse for de daværende 32 kommuner og Fyns Amt ni kriterier, der afspejler byens styrker og attraktion som handelsby og rekreativt besøgsmaal.

Kriterierne søger at tage højde for bredden, kvaliteten og omfanget i udvalgsvaredetailhandelen samt bredden i de kundeorienterede servicefunktioner i øvrigt.

I analysen fra 1999 blev 35 modelbyer karakteriseret ved hjælp af de ni kriterier. I forbindelse med nærværende analyse, er de samme byer igen blevet vurderet ud fra samme kriterier.

De ni kriterier er:

- minimum tre skobutikker i bymidten.
- minimum en radio/TV-butik i bymidten.
- minimum seks damebeklædningsbutikker i bymidten.
- minimum 10 udvalgsvarebutikker i bymidten.
- minimum en kapitalkædebutik pr. 1.000 indbyggere i byen.
- butikkernes gennemsnitlige attraktion skal være over middel.
- kommunens dækningsgrad for dagligvarer skal være over 100 %.
- minimum seks enheder inden for fast food, café og anden restaurations samt hotel.
- minimum fire enheder inden for biograf, teater, bibliotek, museum mv.

Hvad er vigtigt i en bymidte?

For at en by kan siges at have et dækkende udvalgsvareudbud, er det meget væsentligt, at den har en række attraktive **beklædningsbutikker** – især inden for damebeklædning, men også inden for f.eks. sko. Beklædningsbutikkernes antal, kvalitet og rette mix mellem kædebutikker og individuelt drevne butikker er en god indikator for, om byen har et regionalt opland, dvs. et opland, der rækker væsentligt ud over kommunegrænsen.



Nyt syn Haarby

Er udbuddet af beklædningsbutikker attraktivt, vil der som regel også være et godt udbud af andre butikker.

Kædebutikkerne får generelt større og større betydning. De er bl.a. kendetegnet ved, at de markedsfører sig løbende og bredt på alle medieplatforme.

Det er derfor væsentligt, at udvalgsvarer er tilstede som et væsentligt islæt i butikslivet, for at byerne skal kunne konkurrere om forbrugernes gunst.

Kæderne inden for udvalgsvarer er generelt meget selektive, når de vælger placeringer til nye butikker. I dag er der meget få kæder inden for udvalgsvarer, der etablerer sig i byer med mindre end 10-12.000 indbyggere.

Et eksempel på, hvor en kæde, måske overraskende, for nylig har etableret sig, er H&M, der 2012 etablerede butik i Nyborg, der har omkring 15.000 indbyggere.

Butikkernes **attraktion** over for forbrugerne er i sigens natur en meget væsentlig parameter i forbindelse med forbrugernes valg af indkøbssted. Derfor er der gennemført en vurdering af alle butikker på Fyn på en skala fra 1 – 5, hvor 5 indikerer en meget attraktiv butik og hvor 3 er middel. I vurderingen tages der bl.a. hensyn til butikkens fremtræden, disponering og størrelse i forhold til branchen.

Dækningsgraden eller **handelsbalancen** siger overordnet noget om oplandets udstrækning. En dækningsgrad på mindre end 100 % betyder, at bymidten kun i mindre omfang tiltrækker forbrugere fra et større opland.

Efterhånden som en større del af udvalgsvarerforbruget går gennem e-handelskanaler vil udbuddet af andre kundeorienterede servicefunktioner end detailhandel blive et mere væsentligt element i en bymidtes attraktion. Det er især **funktioner inden for bespisning, underholdning og kultur**, der giver liv og variation i en bymidte.

Ved hjælp af de ni kriterier er de 35 modelbyer, ligesom i 1999, blevet kategoriseret i tre forskellige bytyper.

Bymidter, der opfylder mindst seks af de ni kriterier og som står stærkest i den fremtidige konkurrence, er betegnet som A-byer.

Bymidter, der opfylder fire til fem af de ni kriterier, og som i dag har en detailhandel og et udbud af kundeorienterede servicefunktioner i øvrigt på et vist niveau, men hvor der alligevel er for mange aspekter, der mangler er kategoriseret som B-byer.

Endelig er der bymidter, hvor der er væsentlige mangler, i forhold til hvad forbrugerne forventer. På udvalgsvarerområdet og inden for kundeorienterede servicefunktioner i øvrigt er udbuddet ikke dækkende. Disse byer er kategoriseret som C-byer. I C-byerne er højst tre af de ni kriterier opfyldt.

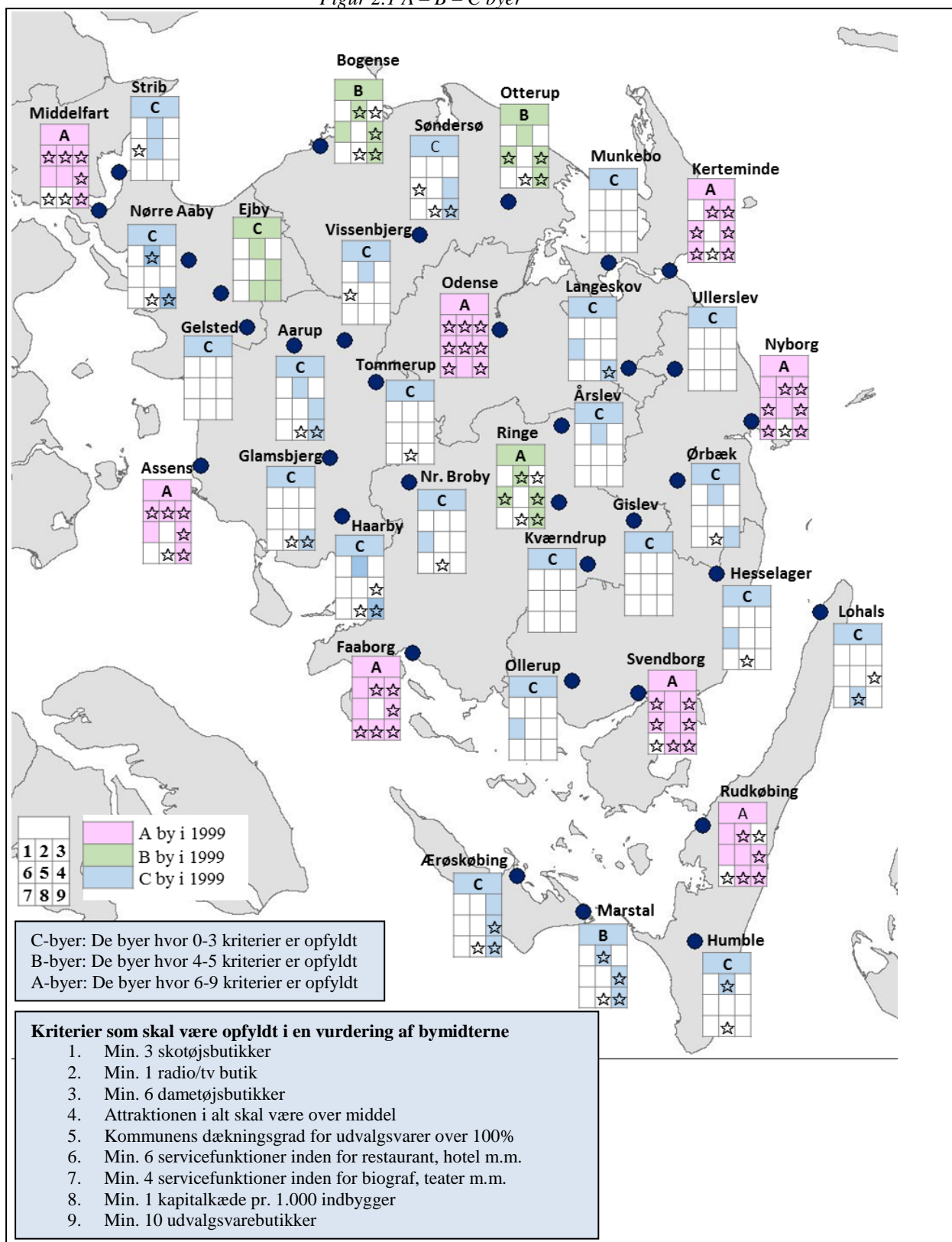
I de femten år, der er forløbet, har udvalgsvarerdetailhandelen dels været igennem en markant optur frem til finanskrisen, for derefter at opleve et historisk fald i omsætningen, dels forårsaget af forbrugernes tilbageholdenhed, dels af den stigende e-handel. Til dette kommer, at der på Fyn er sket en koncentration i aflastningscentret i Odense SØ. Rosengårdcentret er udvidet, ændret eller renoveret tre gange og Ikea er etableret. Det måtte derfor forventes, at detailhandelen, herunder antallet af butikker, især udvalgsvarerbutikker i de mindre og mellemstore byer, var gået markant tilbage.

I forhold til omsætning har dette været tilfældet. Som det fremgår, er antallet af især udvalgsvarerbutikker også faldet markant mange steder. Overraskende er det dog, at der stadig i en lang række byer, er en detailhandelsforsyning på et relativt attraktivt niveau.

Udviklingen i ABC-byer 1999 – 2014

Antallet af A-byer er steget fra otte til ni, mens antallet af B-byer er faldet fra fire til tre. Antallet af C-byer er uændret i forhold til 1999. Dette kan man umiddelbart tolke positivt og måske se dette som en indikation af, at Planloven har virket efter hensigten, og har sikret detailhandelen bredt i alle byer.

Figur 2.1 A – B – C byer



Ringe er gået fra at være B-by til A-by og Marstal er i dag B-by, hvor den i 1999 var C-by. Omvendt er Ejby i dag C-by, hvor den i 1999 var B-by.

Omvendt opfyldes der, målt som et gennemsnit, færre kriterier pr. A-by i dag, end der blev opfyldt i 1999, ligesom C-byerne i dag gennemsnitligt opfylder færre kriterier end i 1999, omvendt har B-byerne i dag gennemsnitligt opfyldt lidt flere kriterier end i 1999.

Der er 10 byer, der overordnet har øget deres attraktion målt i forhold til de kriterier, der skal være opfyldt. Der er tale om Kerteminde, Ringe, Bogense Marstal, Glamsbjerg, Haarby, Lohals, Sønderød og Tommerup.

Det, der især har påvirket udviklingen i positiv retning, er, at antallet af kædebutikker er steget i bymidterne. I 18 bymidter er andelen af kapitalkæder steget i forhold til 1999. Dette skyldes dels, at kædekoncentrationen i dagligvarehandelen generelt er steget, dels at discountbutikkerne, der udelukkende er kapitalkædekoncepter, er mere udbredt i dag, end det var tilfældet i 1999. Endelig er en del kæder, der før var frivillige, i dag kapitalkæder som f.eks. Tøjeksperten, Imerco og Profil Optik.

Tre bymidter har fået flere damebeklædningsbutikker. Der er tale om Bogense, Ringe og Rudkøbing.

Svendborg, Rudkøbing og Middelfart har fået relativt flere spisesteder.

Ser man på, hvor mange byer, der har mistet betydning i forhold til opfyldelse af de ni kriterier, er der tale om 13. Det er Odense, Svendborg, Nyborg, Faaborg, Rudkøbing, Langeskov, Strib, Ejby, Ullerslev, Ollerup, Ørbæk, Årslev og Aarup.

Det kriterium, der har været sværest at fastholde, er kravet om en dækningsgrad over 100 % på udvalgsvareområdet. Dels har e-handelen i perioden 1999 – 2014 udviklet sig, så den i dag udgør ca. 15 % af forbruget, dels har udbygningen af aflastningscentret i Odense SØ betydet, at en større del af udvalgsvareforbruget i store dele af markedsområdet på Fyn i dag anvendes ved køb i f.eks. Rosengårdcentret, Ikea og de mange storbutikker i området i øvrigt.

Desuden har en række bymidter mistet deres radio/TV-butik.

Ringe har som nævnt siden 1999 udviklet sig fra en B-by til en A-by. I 1999 opfyldte den fire af de ni kriterier, hvor den i dag opfylder seks kriterier. Ringe har øget sit antal af damebeklædningsbutikker og andelen af kapitalkæder pr. 1.000 indbyggere er steget.

Marstal har styrket sin position ved at andelen af kapitalkædebutikker er steget siden 1999.

Omvendt har Ejby bl.a. mistet sin radio/TV-butik, ligesom der f.eks. er færre spisesteder og relativt færre kapitalkæder.

Hvordan er det gået – eksempler fra syv byer

For yderligere at beskrive udviklingen, er der udvalgt syv byer, der er udvalgt ud fra dels deres funktion, dels deres indbyggertal. Der er tale om **Odense** og **Svendborg**, der i forhold til de øvrige byer på Fyn er unikke i forhold til størrelse og funktion, desuden er der tale om **Middelfart**, som repræsentant for byer med 8-16.000 indbyggere, **Kerteminde**, som repræsentant for byer med 4-8.000 indbyggere, **Glamsbjerg** som repræsentant for byer men 2.000 – 4.000 indbyggere, **Kværndrup** som repræsentant for byer med 1.000 – 2.000 indbyggere og endelig **Hesselager** som repræsentant for byer med mindre end 1.000 indbyggere.

Odense kommune har siden 1999 oplevet en befolkningstilvækst på godt 11.000 personer, svarende til 6 %.

Tyngdepunktet i detailhandelen i bymidten ligger i den centrale del af Vestergade og den sydligste del af Kongensgade. Desuden ligger der dels i kvarteret omkring Pogestråde, Sct. Anne Gade og Smedestråde en del attraktive, mindre butikker. I f.eks. Vintapperstråde og Brandts Passage ligger der ligeledes en attraktiv blanding af mindre butikker og restauranter.

I 1999 var der stort set omsætningsmæssig ligevægt mellem **Odense bymidte** og aflastningscentret med bl.a. Rosengårdcentret. Udviklingen siden, hvor Ikea er etableret og Rosengårdcentret er blevet renoveret og udvidet, er gået i retning af et stadigt mere markant aflastningscenter og i dag svarer omsætningen i bymidten kun til ca. 60 % af omsætningen i aflastningscentret.

I bymidten er der forsvundet omkring 75 udvalgsvarebutikker siden 1999, svarende til ca. 25 %. Tilsvarende er også 25 % af bruttoarealet til udvalgsvarer nedlagt. Omkring 10 % af beklædningsbutikkerne og ca. halvdelen af boligudstysbutikkerne er forsvundet, bl.a. er en markant butik som Elgiganten lukket i Kongensgade.

Omvendt er Magasin renoveret og fremstår i dag som en meget attraktiv butik.

Den gennemsnitlige attraktion inden for udvalgsvarer har i perioden 1999 til 2014 været vigende.

Samtidig med faldet i udvalgsvarebutikker er der også faldet en del spisesteder væk siden 1999.

Især i den nordlige del af Kongensgade er der en del tomme butikker. I 1999 gik butiksudbuddet helt op mod Vindegade, hvor det egentlige butiksudbud i dag slutter omkring 200 m sydligere ved Slotsgade.

Odense bymidte har således oplevet en markant tilbagegang i sin samlede attraktion i forhold til forbrugerne i hele oplandet.

Odense bymidte var i 1998 stort set omsætningsmæssigt jævnbyrdig med Fyns største udbudspunkt – aflastningscentret i Odense SØ, i dag er bymidten en markant spiller i den fynske detailhandel, men langt mindre betydningsfuld end i 1998.

Med lukningen af Thomas B. Triges Gade er tilgængeligheden til Odense bymidte blevet vanskeligere. Dette vil etableringen af den planlagte letbane dog kunne ændre på.

I Svendborg kommune har befolkningstallet været vigende siden 1999, hvilket også har været tilfældet for Svendborg by.

Svendborg bymidte har sin tyngde i Gerritsgade, den sydlige del af Møllergade og i Kattesundet. Desuden ligger der en samling attraktive butikker ved Centrumpladsen og i Svendborg Bycenter.

Der er i dag godt 160 butikker, hvoraf de omkring 125 er udvalgsvarebutikker. Inden for udvalgsvarer er godt 20 % af butikkerne faldet væk, herunder er 10 beklædningsbutikker forsvundet. Dette har betydet, at bruttoarealet til udvalgsvarebutikker er reduceret med mere end 25 %.



Svømmehal Svendborg

Det er omvendt meget positivt, at den gennemsnitlige attraktion for udvalgs-varebutikkerne i perioden er steget fra 2,9 til 3,3, hvilket er et relativt højt niveau, samtidig er andelen af kædebutikker inden for udvalgsvarer steget fra 43 % i 1999 til 49 % i dag.

Ser man på tomgangen i bymidten, er denne mest udtalt i Svendborg Bycenter samt i den nordlige del af Møllergade.

Foruden butikkerne ligger der bl.a. knap 50 spisesteder i bymidten.

Ser man på udviklingen siden 1998, har Svendborg mistet betydning, hvis man sammenligner handelsbalancen som forholdet mellem udvalgsvareomsætningen i bymidten og udvalgsvarerforbruget i byen. I 1998 var dette forhold 142 %, hvor det i 2013 var 99 %.

Svendborg bymidte har foruden udviklingen i de generelle konjunkturer været ramt af befolkningstilbagegang i både Svendborg kommune, men også Ærø og Langeland kommuner, der udgør en væsentlig del af byens opland.

Desuden har etableringen af motorvejen fra Svendborg til Odense betydet, at både den tidsmæssige og mentale afstand til Fyns største udbudspunkt i Odense SØ er formindsket. Dette har betydet, at forbrugerne i Svendborgs opland i dag lægger flere indkøb i Odense SØ, end det var tilfældet i 1999.

Der er i alt to byer på Fyn med et indbyggertal på 8.000 – 16.000 personer. Der er tale om Middelfart og Nyborg.

Middelfart bymidte ligger 25 km fra Kolding Storcenter, knap 60 km fra Rosengårdcentret og 11 km fra Fredericia bymidte. Denne konkurrencesituation påvirker naturligvis byens muligheder. Omvendt har de seneste knap 15 år været en positiv befolkningsudvikling i kommunen, hvor indbyggerantallet er steget med 9 % fra 34.600 til 37.700 indbyggere.

Det detailhandelsmæssige tyngdepunkt ligger centralt i Algade og Østergade, hvor Kvickly og Nielsen's er de væsentligste butikker.

I bymidten ligger der omkring 90 butikker, hvor de ca. 65 er udvalgsvarebutikker. Siden 1998 er antallet af udvalgsvarebutikker steget med seks. Det er især positivt, at antallet af beklædningsbutikker er steget med fem, svarende til 22 %. Dette har bl.a. medført, at bruttoarealet til udvalgsvarebutikker er

steget med 6 % siden 1999. Omvendt er den gennemsnitlige attraktion faldet en smule i perioden.

De 23 spisesteder er med til at gøre bylivet interessant, ligesom etableringen af Kulturøen med biografen og biblioteket har tilføjet facetter til bylivet.

Der er på den anden side enkelte større, tomme lokaler centralt i bymidten samt en del tomgang i den østlige del af Østergade og den vestlige del af Algade.

Ser man både på Middelfart og Nyborg, har begge bymidter, i forhold til f.eks. omsætningen i bymidten sat i forhold til forbruget i byen inden for udvalgsvarer, klaret sig bedre end gennemsnittet af de 35 byer.

Et synligt tegn på, at f.eks. kæderne har tiltro til byerne i denne størrelseskategori er, at H&M som nævnt har etableret sig i bymidten i Nyborg.

Ser man på gruppen af byer med 4.000 – 8.000 indbyggere, er der tale om Faaborg, Assens, Kerteminde, Ringe, Munkebo, Otterup, Rudkøbing, Strib og Langeskov. Alle de nævnte byer var med undtagelse af Strib indtil udgangen af 2006 hovedcentre i hver deres kommune. Som et eksempel på denne bytype er Kerteminde beskrevet.

Hovedparten af butikkerne i **Kerteminde bymidte** ligger langs Langedgade syd for Hans Schacks Vej. Strøget er udformet, så der kan køre biler, hvilket er med til at sikre liv også uden for sommerperioden, hvor en del turister besøger byen. I den forbindelse er Fjord og Bælt og Johannes Larsen Museet samt naturen omkring Kerteminde og Fynshoved væsentlige attraktioner.

De mest betydende dagligvarebutikker er SuperBrugsen og Netto, der begge er placeret, så de ikke optimalt støtter den øvrige detailhandel.

Der er godt 40 butikker i Kerteminde bymidte, hvor de 29 er udvalgsvarebutikker. Antallet af udvalgsvarebutikker er fra 1999 til 2014 faldet fra 38 til 29. Det er dog positivt, at antallet af beklædningsbutikker stort set er uændret siden 1999.

Ser man på kædeandelen af udvalgsvarebutikkerne, er denne faldet fra 1999 til 2014. Det skal bemærkes, at der blandt de egentlige beklædningsbutikker (beklædningsbutikker excl. genbrugsbutikker) er der alene én kædebutik – Tøjeksperten. Dette er med til at gøre netop beklædningsudbuddet, der er det egentlige regionale element i tilbuddet, meget sårbart.

Ser man på de øvrige byer i denne gruppe, der har et egentligt udvalgsvareudbud i bymidten: Faaborg, Assens, Ringe, Otterup, Langeskov og Rudkøbing er det også manglen på kædebutikker inden for beklædning, der på længere sigt gør dem sårbare.

I Faaborg bymidte er der fem kædebutikker, i Assens tre kædebutikker, i Ringe tre kædebutikker, i Otterup ingen kædebutikker, i Langeskov én kædebutik og i Rudkøbing to kædebutikker blandt de egentlige beklædningsbutikker.

Går man et lag dybere, viser det sig, at der blandt ovennævnte kædebutikker i byerne alene er én damebeklædningsbutik, der er medlem af en kort kæde.

Netop dette forhold kan ses som et tegn på, at disse byer fremover kan miste deres tag i kunderne. I byer som Kerteminde, Rudkøbing, Faaborg og Assens vil turismen formentlig stadig kunne være med til at opretholde udvalgsvaredetailhandelen – også i en vis udstrækning inden for beklædning, men de vil formentlig ikke være i stand til at tiltrække kædebutikker inden for beklædning i nævneværdigt omfang.

Byerne på Fyn – kvalitativ analyse

I gruppen af byer med 2.000 – 4.000 indbyggere er der tale om Bogense, Aarslev, Glamsbjerg, Aarup, Vissenbjerg, Søndersø, Nørre Aaby, Ullerslev, Haarby, Tommerup St. by og Marstal. Alle byer med undtagelse af Marstal har i perioden 1999 til 2014 haft vækst i befolkningstallet, Aarslev, Aarup, Bogense og Nørre Aaby har haft en vækst i befolkningstallet, der ligger over gennemsnittet på 12 % for de 35 modelbyer.

Som et eksempel på denne bytype er Glamsbjerg beskrevet.

Glamsbjerg bymidte har i alt 19 butikker, hvoraf de 11 er udvalgswarebutikker.

Siden 1999 er Glamsbjerg Centret nedlagt og erstattet af en stor ABC Lavpris med et bruttoareal på ca. 3.500 m². Således fik Fakta mulighed for at flytte. De åbnede en ny, moderne butik i Søndergade ved siden af en relativ nyåbnet Rema 1000. KIWI Minipris og SuperBrugsen, der begge lå i vanskeligt tilgængelige beliggenheder, er lukket og i dag står begge ejendomme tomme.



Rema 1000 Glamsbjerg

Ovenstående karakteriserer, hvad der er sket i flere af bymidterne inden for denne bytype – og i bymidterne generelt. I både Vissenbjerg og Søndersø står der butikslokaler tomme, der er forladt af discountbutikskæder, der har etableret sig på bedre beliggenheder i bymidterne.

Antallet af udvalgswarebutikker er siden 1999 blevet reduceret med seks i Glamsbjerg bymidte. Af de 11 der er tilbage er der bl.a. følgende kædebutikker: Din Tøjmand, Zjoos, Flügger og Bøger og Papir. Inden for damemode er der to uprofilerede damemodebutikker.

Ser man på alle byerne i denne gruppe skiller f.eks. Bogense og Marstal sig ud med relativt mange udvalgswarebutikker. Bogense formentlig på grund af en kombination af et relativt stort tilskud fra turister kombineret med en beliggenhed relativt langt væk fra større udbudspunkter. Marstals detailhandel er især betinget af turismen på Ærø.

I Aarup er der ligeledes relativt mange udvalgswarebutikker. Antallet er steget med to siden 1999. Udbuddet ligger relativt samlet og der er både støttet af en stor EuroSpar og en Rema 1000. Eneste større dagligvarebutik uden for bymidten er Fakta.

Det forventes, at denne bytype vil kunne opretholde et attraktivt udbud af dagligvarebutikker, mens det vurderes, at generationsskifte af især de mere

specialiserede udvalgswarebutikker vil blive vanskelig. Undtagelserne er de byer, hvor der er en væsentlig turisme som f.eks. Bogense og Marstal samt de byer, hvor handelslivet formår at mobilisere lokal opbakning omkring bymidtens butikker.

I gruppen af byer med 1.000 – 2.000 indbyggere er der tale om Ejby, Gensted, Kværndrup, Ørbæk, Nørre Broby, Ollerup og Gislev.



Villa Flora Ollerup

Som et eksempel på denne bytype er Kværndrup beskrevet.

De kommercielle funktioner i **Kværndrup** bymidte ligger primært på Svendborgvej, Nyborgvej og Odensevej. Der er to dagligvarebutikker, hvor SuperBrugsen er den væsentligste. Inden for udvalgsvarer er der fire butikker, hvoraf tre samtidig driver en form for håndværksvirksomhed (el-inst. og cykelhandel- og værksted). Siden 1999 er der forsvundet tre dagligvarebutikker og 3 udvalgswarebutikker. Således er antallet af butikker halveret på de 15 år.

I tre af de syv byer i denne bytype er der to store dagligvarebutikker i bymidterne. I alle syv bymidter ligger således et solidt udbud af attraktive, relativt store dagligvarebutikker.

Inden for udvalgsvarer var der i 1999 i alt 40 butikker i de seks byer. Dette er i 2014 reduceret til 17 butikker, hvilket svarer til et fald på næsten 60 %.

I forhold til etableringstakten i discountsektoren, er man generelt på vej til at få en situation med overetablering i en række markedsområder. I byer i størrelsesordenen 1.000 – 2.000 personer, er der i sig selv ikke forbrugspotentiale nok til at føde to attraktive, større dagligvarebutikker. Lokale forhold som gennemkørende, overordnede veje, betydende turisme, relativt store nabobyer tæt på eller lignende kan betyde, at to større dagligvarebutikker kan eksistere på længere sigt. Det må dog forventes, at langt de fleste byer af denne type i 2025 maksimalt har én større dagligvarebutik tilbage.

I forhold til udvalgswareudbuddet vil dette blive markant formindsket frem mod 2025, og det vil generelt være betinget af tilfældigheder, hvorvidt der ligger en enkelt eller et par udvalgswarebutikker i disse bymidter.

Der er i alt fire modelbyer på Fyn med et indbyggertal på under 1.000 personer. Der er tale om Ærøskøbing, Hesselager, Humble og Lohals.

Som eksempel på en sådan by er valgt Hesselager.

Byerne på Fyn – kvalitativ analyse

Hesselager ligger 17 km fra både Nyborg og Svendborg. Hvor der før var en afgrænset bymidte, er der i dag alene et lokalcenter.

I byen (lokalcentret) ligger der en EURO Spar, desuden ligger der i den gamle bymidte tre dagligvarebutikker i øvrigt og en udvalgswarebutik, der har et markant islæt af service og håndværk (værktøj og havemaskiner).

De øvrige tre byer – især Humble og Ærøskøbing har alle en detailhandelsforsyning, der generelt ligger på et højere niveau. Der er dog tale om byer, hvor der i forhold til de faste indbyggere, er et meget markant islæt af turister og de ligger relativt langt væk fra byer, hvor der er et markant bedre udbud.



Ærøskøbing

Det vurderes konkret på de fire ovenstående byer, at turismen vil betyde, at der også er både større dagligvarebutikker og et vist antal mindre udvalgswarebutikker i 2025. Skal man anskue den fremtidige detailhandelsforsyning i byer med et indbyggertal på mindre end 1.000 personer generelt, vurderes det, at der i mange byer hverken vil være større dagligvarebutikker eller udvalgswarebutikker i 2025.



Ejby bymidte

Detailhandelsudviklingen – kommunerne

ICP har ultimo 2014 foretaget en opgørelse over antallet af butikker på Fyn. Alle butikker på Fyn er blevet registreret i forbindelse med en rekognoscering, der blev foretaget i november 2014. Butikkerne er registreret med navn, adresse og branchegruppe. Desuden har ICP vurderet de enkelte butikkers bruttoareal i forhold til de oplysninger, der foreligger fra tidligere detailhandelsanalyser fra de enkelte kommuner.

For at beskrive omsætningsudviklingen har ICP ved rekognosceringen skønnet hver enkelt butiks omsætning i 2013. Disse tal er efterfølgende holdt op mod oplysningerne om detailhandelsomsætning på by og kommuneniveau indhentet fra Danmarks Statistiks Regnskabsstatistik for 2012, som er fremskrevet til 2013.

For at give en karakteristik af butiksudbuddet har ICP endvidere vurderet de enkelte butikkers attraktionsværdi i forhold til forbrugerne, samt noteret kædetilhørsforhold.

Butikkerne er kategoriseret i hovedbranchegrupperne dagligvarer og udvalgsvarer. Udvalgsvarer består af underkategorierne beklædning, boligudstyr og øvrige udvalgsvarer (for definition se bilag 1) på baggrund af deres hovedaktivitet. Butikker, der forhandler særlig pladskrævende varegrupper, er behandlet særskilt senere i dette afsnit.

Har en butik aktiviteter inden for både dagligvarer og udvalgsvarer, er omsætningen fordelt inden for disse.

Bemærk, at ICP medtager omsætningen til private fra møbelforretninger, der alene sælger møbler, planteforhandlere, byggemarkeder, samt butikker med udstyr til camping og både, selvom planloven definerer disse grupper som særligt arealkrævende.

Det skyldes, at disse varegrupper indgår i de senere forbrugsberegninger. Møbelforretninger, planteforhandlere, byggemarkeder samt forhandlere af campingvogne og både tæller dog kun med én gang, hvilket sker under forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper.

Nedenstående beskrives udviklingen af detailhandelen på Fyn fra 1999 til 2014 fordelt på de enkelte kommuner.

.

Antal butikker

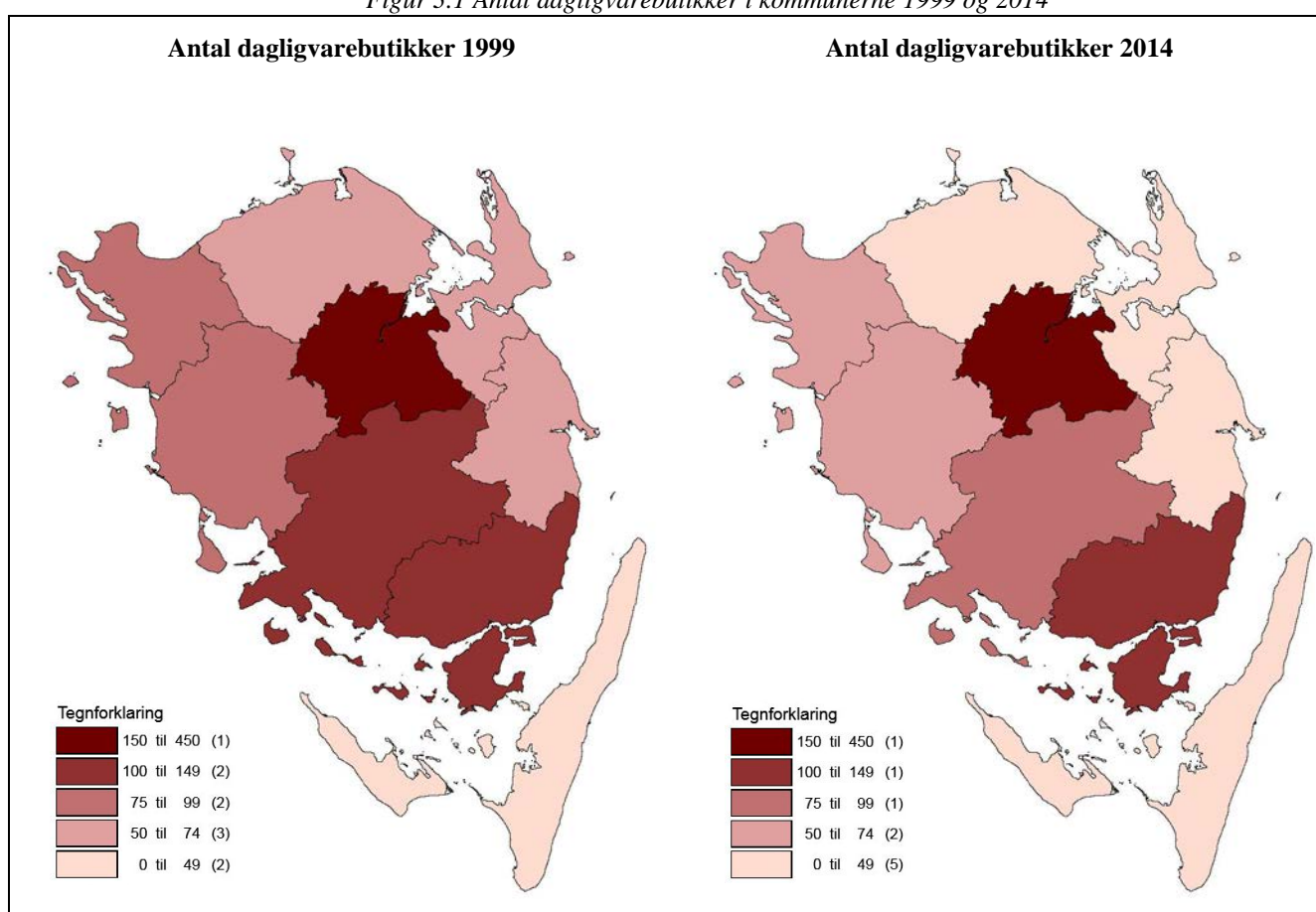
Dagligvarer

I 2014 var der i alt 836 dagligvarebutikker på Fyn, hvilket er 304 færre end i 1999. Samlet set er antallet af dagligvarebutikker på Fyn hermed faldet med 27 % i perioden 1999 til 2014.

Fra 1999 til 2005 faldt antallet af dagligvarebutikker med 12 %, mens antallet af dagligvarebutikker er faldet med 17 % fra 2005 til 2014.

Nedenstående figur 3.1 viser antallet af dagligvarebutikker i de enkelte kommuner på Fyn i henholdsvis 1999 og 2014 fordelt efter fem størrelseskategorier. Her ses for eksempel, at 2 kommuner i 1999 havde op til 50 dagligvarebutikker, mens 5 kommuner i 2014 havde op til 50 dagligvarebutikker.

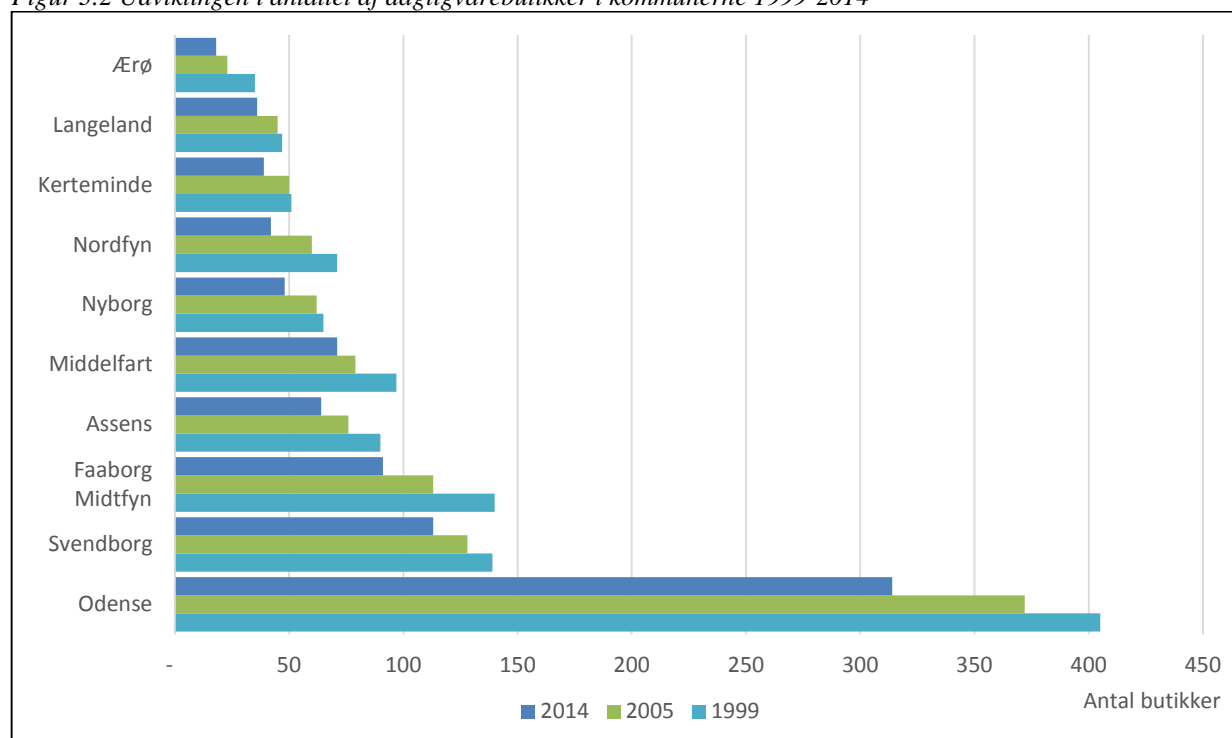
Figur 3.1 Antal dagligvarebutikker i kommunerne 1999 og 2014



Detailhandelsudviklingen – kommunerne

Figur 3.2 viser udviklingen i antal dagligvarebutikker fra 1999 til 2005 til 2014.

Figur 3.2 Udviklingen i antallet af dagligvarebutikker i kommunerne 1999-2014



Tabel 3.1 viser antallet af dagligvarebutikker i 1999, 2005 og 2014.

Tabel 3.1 Antal dagligvarebutikker 1999 – 2005 – 2014

Kommune	Dagligvarer 1999	Dagligvarer 2005	Dagligvarer 2014	Ændring 1999-2014	Ændring i % 1999-2014
Ærø	35	23	18	-17	-49%
Langeland	47	45	36	-11	-23%
Kerteminde	51	50	39	-12	-24%
Nordfyn	71	60	42	-29	-41%
Nyborg	65	62	48	-17	-26%
Middelfart	97	79	71	-26	-27%
Assens	90	76	64	-26	-29%
Faaborg Midtfyn	140	113	91	-49	-35%
Svendborg	139	128	113	-26	-19%
Odense	405	372	314	-91	-22%
I alt	1.140	1.008	836	-304	-27%

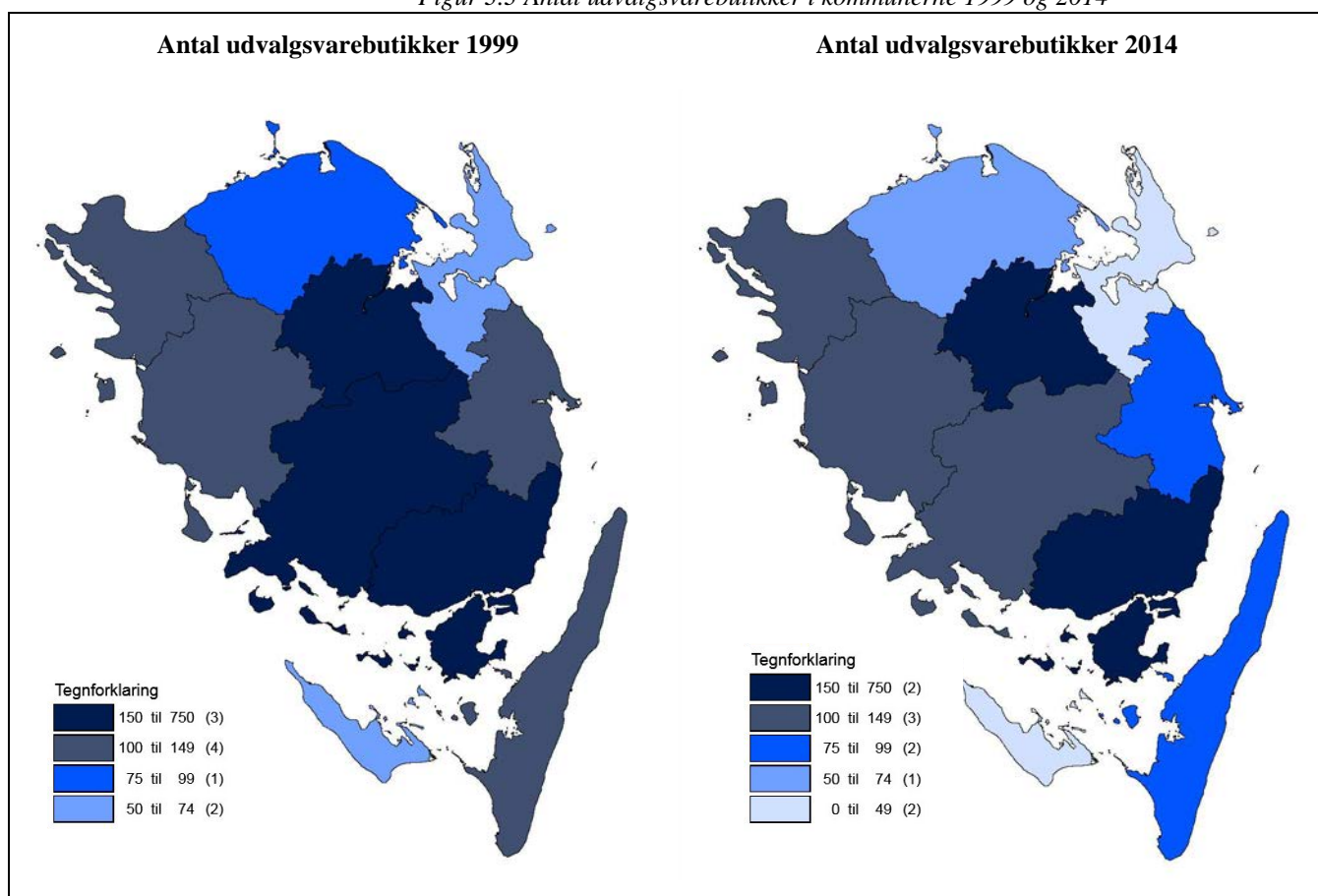
Udvalgsvarer

Samlet set er antallet af udvalgsvarebutikker på Fyn faldet med 21 % i perioden 1999 til 2014 fra 1.841 butikker i 1999 til 1.458 butikker i 2014. 383 udvalgsvarebutikker er faldet bort på Fyn i perioden 1999 til 2014.

Fra 1999 til 2005 faldt antallet af udvalgsvarebutikker med 4 %, mens antallet af udvalgsvarebutikker er faldet med 17 % fra 2005 til 2014.

Nedenstående figur 3.3 viser antallet af udvalgsvarebutikker i de enkelte kommuner på Fyn i henholdsvis 1999 og 2014 fordelt efter fem størrelseskategorier. Her ses for eksempel, at 4 kommuner i 1999 havde mellem 100 til 149 udvalgsvarebutikker, mens 3 kommuner i 2014 havde mellem 100 til 149 udvalgsvarebutikker.

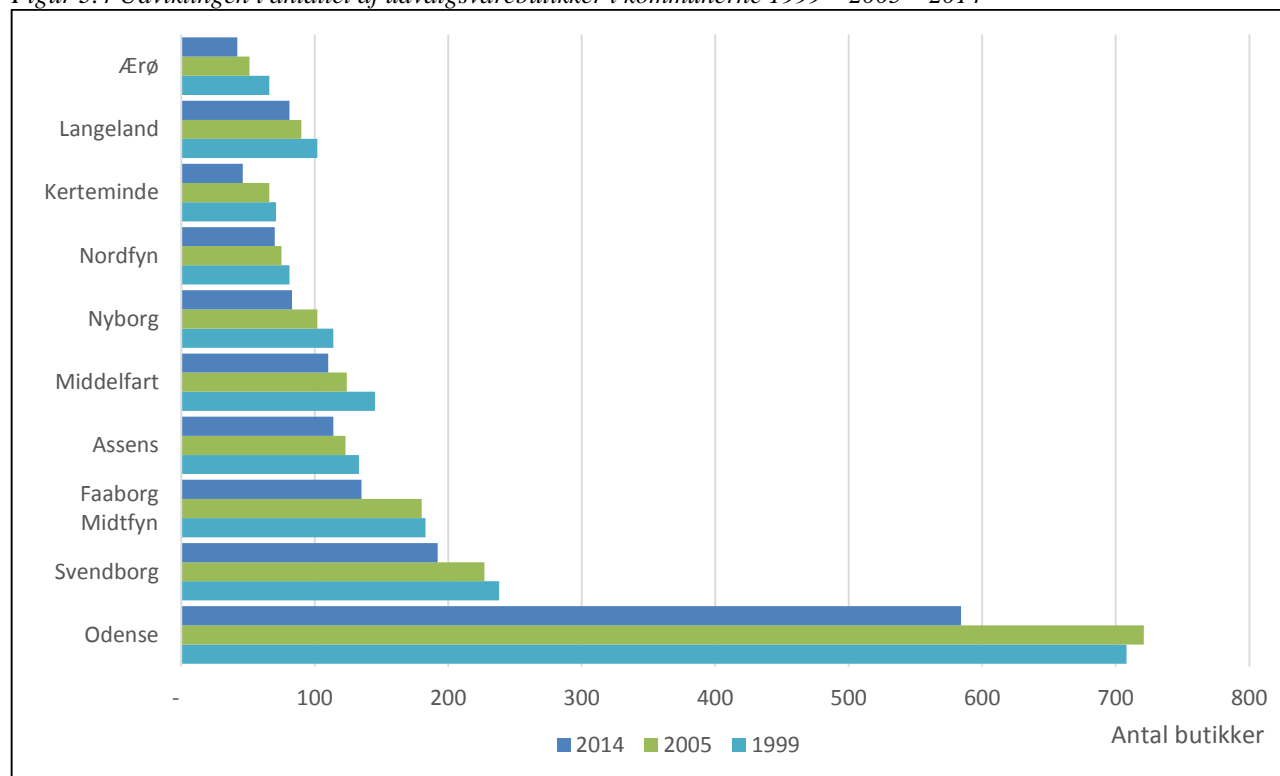
Figur 3.3 Antal udvalgsvarebutikker i kommunerne 1999 og 2014



Detailhandelsudviklingen – kommunerne

Figur 3.4 viser udviklingen i antal udvalgswarebutikker fra 1999 til 2005 til 2014.

Figur 3.4 Udviklingen i antallet af udvalgswarebutikker i kommunerne 1999 – 2005 – 2014



Tabel 3.2 viser antallet af udvalgswarebutikker i 1999, 2005 og 2014.

Tabel 3.2 Antal udvalgswarebutikker 1999-2005-2014

Kommune	Udvalgsvarer 1999	Udvalgsvarer 2005	Udvalgsvarer 2014	Ændring 1999-2014	Ændring i % 1999-2014
Ærø	66	51	42	-24	-36%
Langeland	102	90	81	-21	-21%
Kerteminde	71	66	46	-25	-35%
Nordfyn	81	75	70	-11	-14%
Nyborg	114	102	83	-31	-27%
Middelfart	145	124	110	-35	-24%
Assens	133	123	114	-19	-14%
Faaborg Midtfyn	183	180	135	-48	-26%
Svendborg	238	227	192	-46	-19%
Odense	708	721	585	-123	-17%
I alt	1.841	1.759	1.458	-383	-21%

Bruttoareal

Bruttoarealet er defineret som det samlede areal, der hører til butikken, hvilket vil sige salgsareal og eventuelle kontorer, lager- og personalerum.

Bruttoarealerne er opgjort efter butikkens hovedbranche, det vil sige, at for eksempel i dagligvarebutikker med aktiviteter inden for flere branchekategorier bliver bruttoarealet henvist til hovedbranchen dagligvarer, mens omsætningen bliver fordelt på dagligvarer og udvalgsvarer.

ICP har opgjort bruttoarealet for samtlige eksisterende butikker på Fyn, men der kan herudover periodevis være enkelte butiksejemål, der er under ombygning eller ændring.

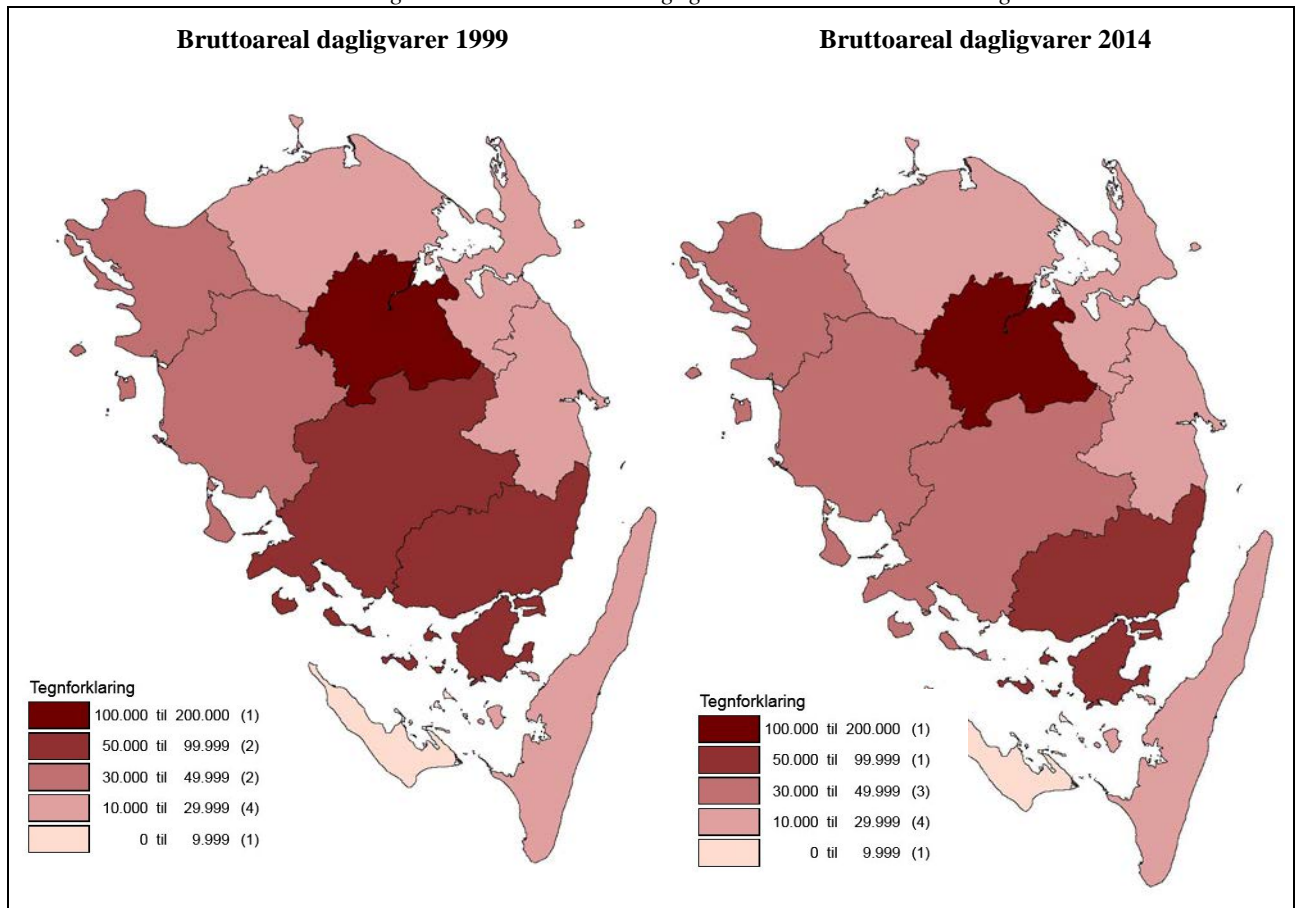
Dagligvarer

Det samlede bruttoareal til dagligvarer på Fyn var 460.200 m² i 2014. Det er 5 % mere end i 1999, hvor bruttoarealet var 438.700 m².

Fra 1999 til 2005 var bruttoarealet til dagligvarebutikker nogenlunde stabilt, mens bruttoarealet til dagligvarer er steget 5 % fra 2005 til 2014.

Nedenstående figur 3.5 viser bruttoarealet til dagligvarer i de enkelte kommuner på Fyn i henholdsvis 1999 og 2014 fordelt efter fem størrelseskategorier. Her ses for eksempel, at 2 kommuner havde et bruttoareal til dagligvarer mellem 50.000 m² til 99.000 m² i 1999, mens kun én kommune lå i det interval i 2014.

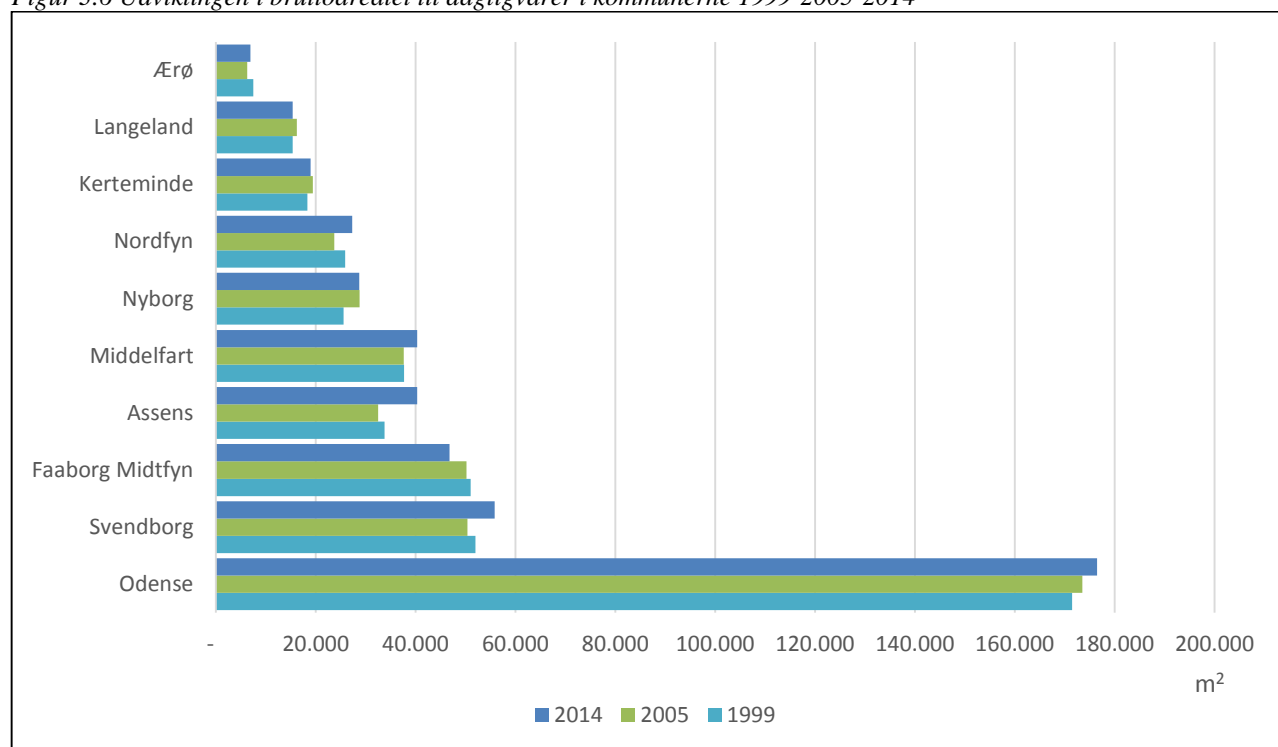
Figur 3.5 Bruttoareal til dagligvarer i kommunerne 1999 og 2014



Detailhandelsudviklingen – kommunerne

Figur 3.6 viser udviklingen i bruttoarealet til dagligvarebutikker fra 1999 til 2005 til 2014.

Figur 3.6 Udviklingen i bruttoarealet til dagligvarer i kommunerne 1999-2005-2014



Tabel 3.3 viser bruttoarealet til dagligvarer i 1999, 2005 og 2014.

Tabel 3.3 Bruttoareal til dagligvarer 1999 – 2005 – 2014

Kommune	Dagligvarer 1999	Dagligvarer 2005	Dagligvarer 2014	Ændring 1999-2014	Ændring i % 1999-2014
Ærø	7.500	6.300	6.900	-600	-8%
Langeland	15.400	16.200	15.400	-	-
Kerteminde	18.300	19.400	19.000	+700	+4%
Nordfyn	25.900	23.700	27.300	+1.400	+5%
Nyborg	25.600	28.800	28.700	+3.100	+12%
Middelfart	37.700	37.600	40.300	+2.600	+7%
Assens	33.800	32.500	40.300	+6.500	+19%
Faaborg Midtfyn	51.000	50.200	46.800	-4.200	-8%
Svendborg	52.000	50.400	55.800	+3.800	+7%
Odense	171.500	173.500	179.700	+8.200	+5%
I alt	438.700	438.600	460.200	+21.500	+5%

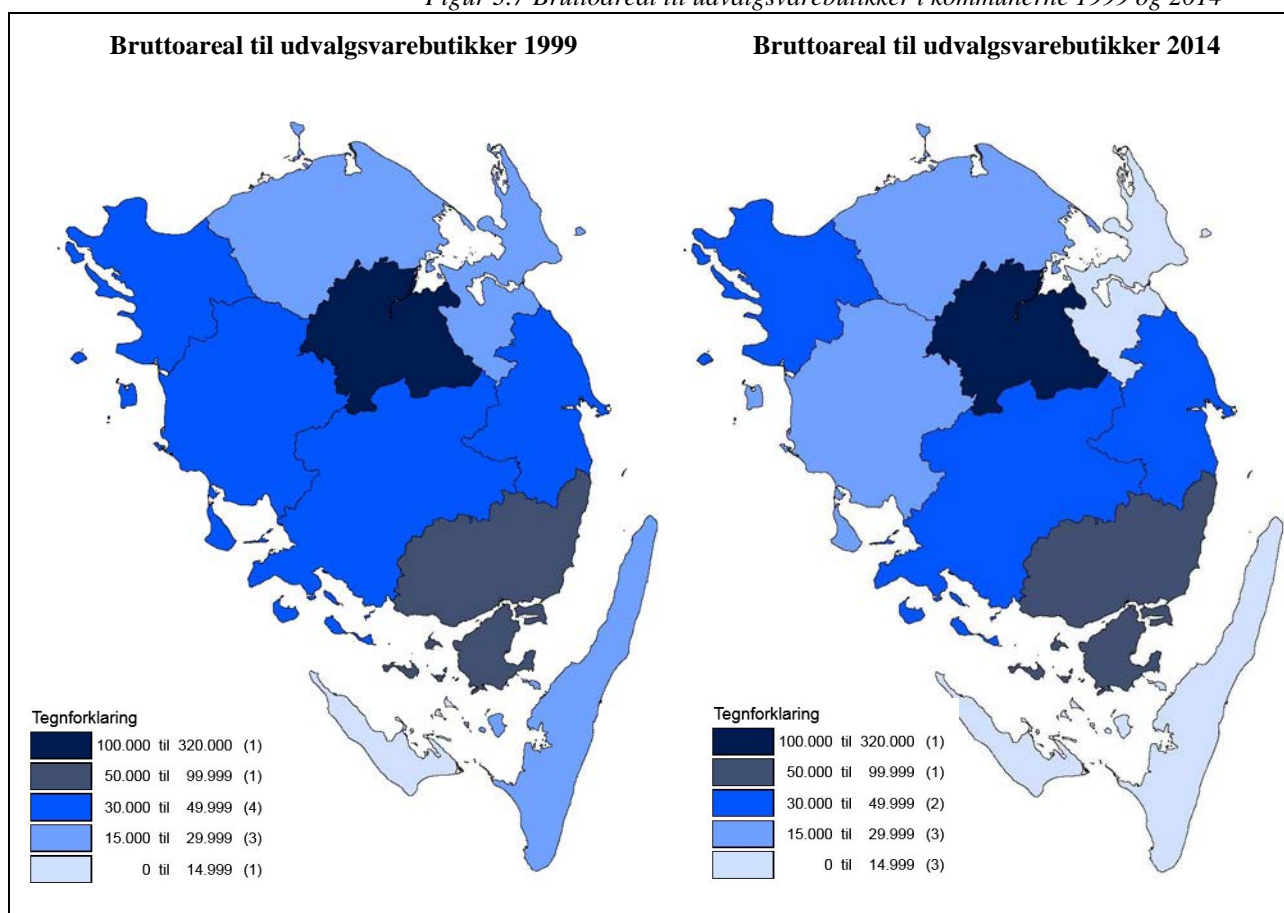
Udvalgsvarer

Samlet set er bruttoarealet til udvalgsvarer på Fyn faldet med 10 % i perioden 1999 til 2014 fra 602.700 m² i 1999 til 543.500 m² i 2014. Ca. 59.200 m² bruttoareal til udvalgsvarer er faldet bort på Fyn i perioden 1999 til 2014.

Fra 1999 til 2005 faldt bruttoarealet til udvalgsvarer med 11 %, mens bruttoarealet til udvalgsvarer er steget med 1 % fra 2005 til 2014.

Nedenstående figur 3.7 viser bruttoarealet til udvalgsvarer i de enkelte kommuner på Fyn i henholdsvis 1999 og 2014 fordelt efter fem størrelseskategorier. Her ses for eksempel, at én kommune i 1999 havde et bruttoareal til udvalgsvarer under 15.000 m², mens tre kommuner i 2014 havde under 15.000 m² til udvalgsvarer.

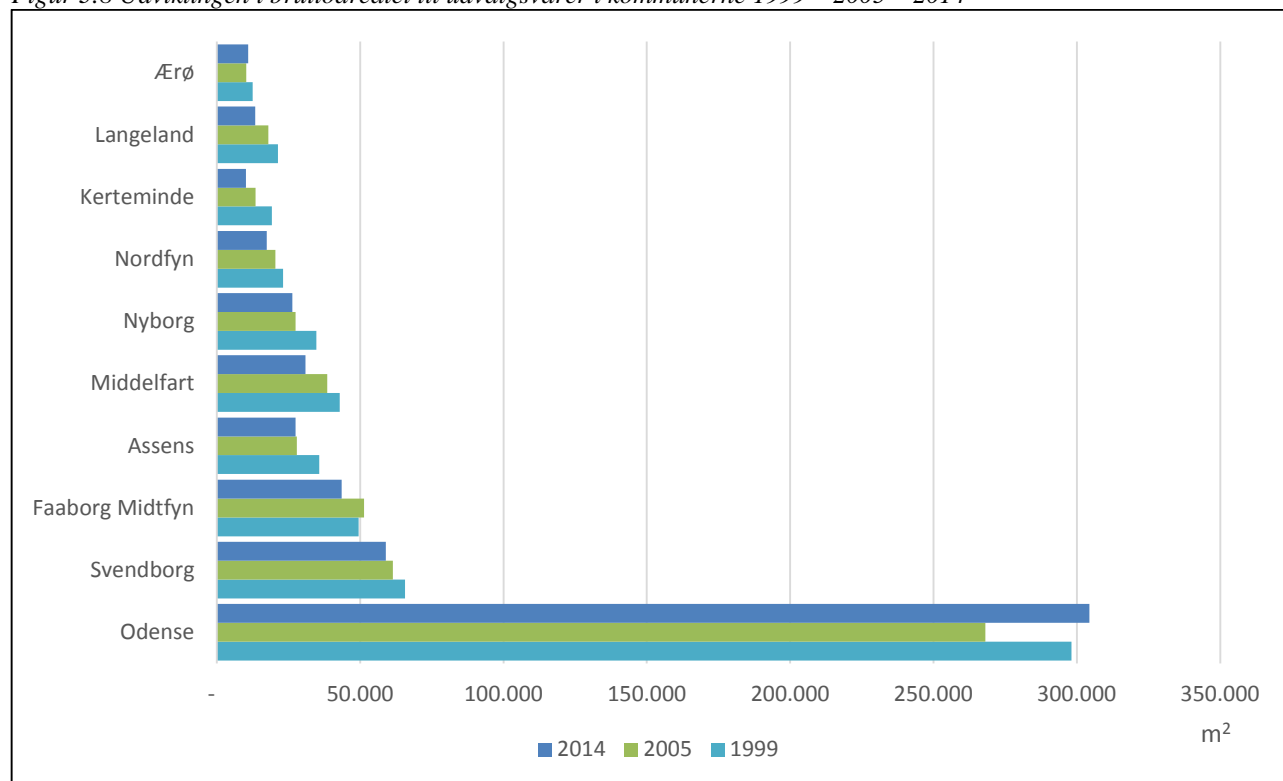
Figur 3.7 Bruttoareal til udvalgswarebutikker i kommunerne 1999 og 2014



Detailhandelsudviklingen – kommunerne

Figur 3.8 viser udviklingen i bruttoarealet til udvalgsvarer fra 1999 til 2005 til 2014.

Figur 3.8 Udviklingen i bruttoarealet til udvalgsvarer i kommunerne 1999 – 2005 – 2014



Tabel 3.4 viser bruttoarealet til udvalgsvarer i 1999, 2005 og 2014.

Tabel 3.4 Bruttoareal udvalgsvarer 1999 – 2005 – 2014

Kommune	Udvalgsvarer 1999	Udvalgsvarer 2005	Udvalgsvarer 2014	Ændring 1999-2014	Ændring i % 1999-2014
Ærø	12.500	10.300	10.900	-1.600	-13%
Langeland	21.300	18.000	13.400	-7.900	-37%
Kerteminde	19.200	13.500	10.200	-9.000	-47%
Nordfyn	23.100	20.400	17.400	-5.700	-25%
Nyborg	34.700	27.500	26.300	-8.400	-24%
Middelfart	42.900	38.500	30.900	-12.000	-28%
Assens	35.700	27.500	27.500	-8.200	-23%
Faaborg Midtfyn	49.500	51.400	43.500	-6.000	-12%
Svendborg	65.700	61.400	59.000	-6.700	-10%
Odense	298.100	268.100	304.400	+6.300	+2%
I alt	602.700	537.000	543.500	-59.200	-10%

Butikkernes størrelse

Nedenstående vises antal butikker og bruttoareal fordelt på størrelseskategorier for Fyn i alt.

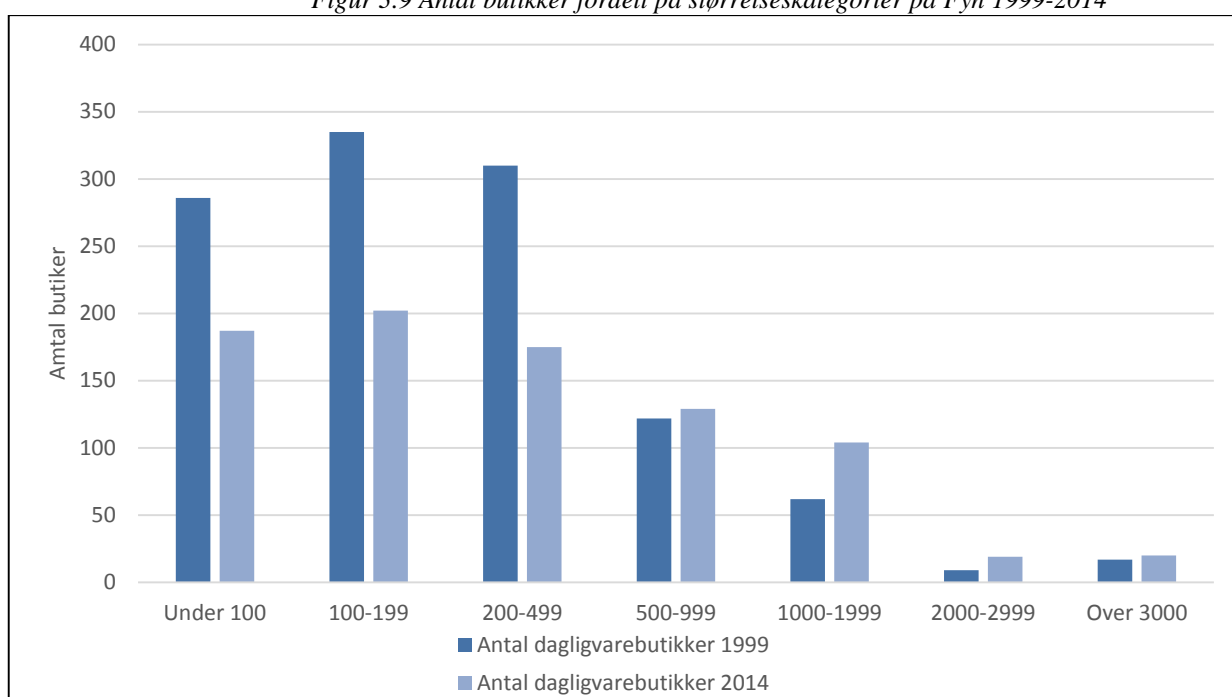
Dagligvarer

På Fyn var 20 dagligvarebutikker over 3.000 m² i 2014. Det er 3 butikker mere end i 1999, hvor der var 17 butikker.

Samlet set var 83 % af dagligvarebutikkerne på Fyn under 1.000 m² på Fyn i 2014, hvilket er et fald siden 1999, hvor 92 % af butikkerne var under 1.000 m².

Figur 3.9 viser udviklingen i antal dagligvarebutikker fordelt på størrelseskategorier.

Figur 3.9 Antal butikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn 1999-2014



Tabel 3.5 viser antal dagligvarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn i 1999 og 2014.

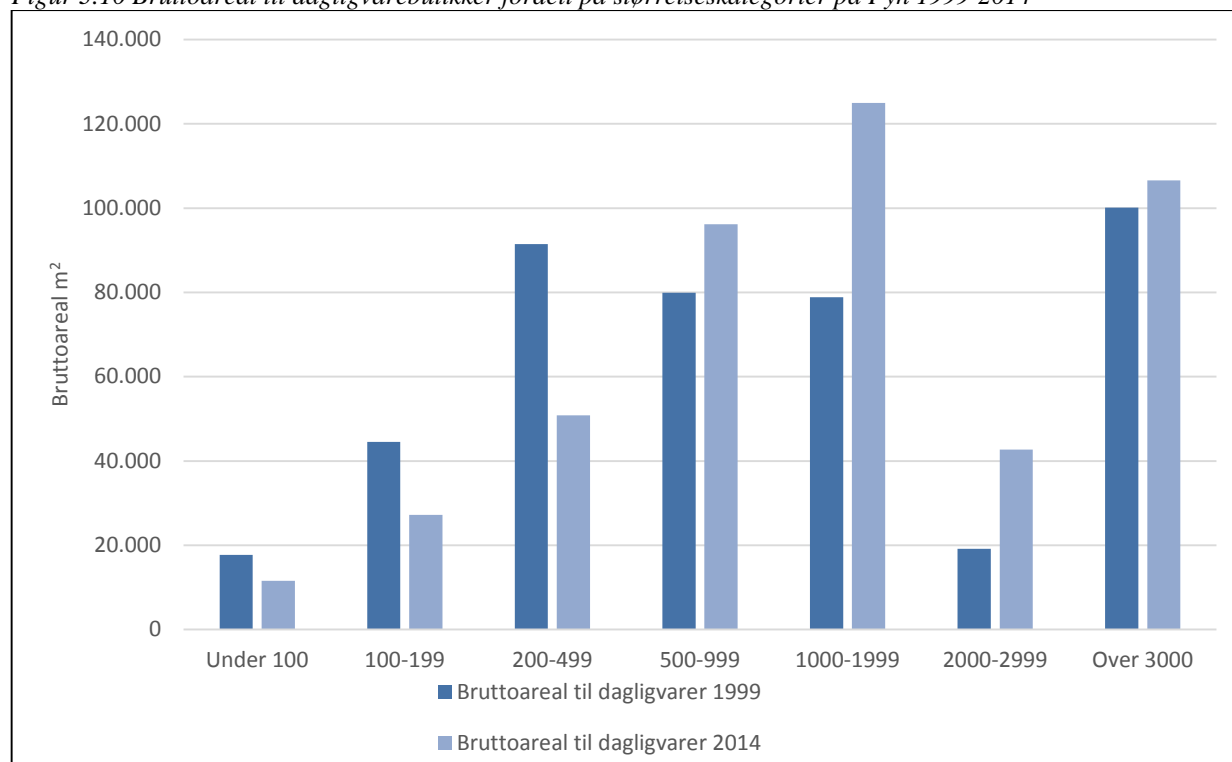
Tabel 3.5 Antal dagligvarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn 1999-2014

	Dagligvarer 1999	Dagligvarer 2014	Ændring 1999-2014	Ændring i % 1999-2014
Under 100 m ²	286	187	-99	-35%
100-199	335	202	-133	-40%
200-499	310	175	-135	-44%
500-999	122	129	+7	+6%
1.000-1.999	62	104	+42	+68%
2.000-2.999	9	19	+10	111%
Over 3.000	17	20	+3	+18%

Detailhandelsudviklingen – kommunerne

Tabel 3.10 viser bruttoarealet til dagligvarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn i 1999 og 2014.

Figur 3.10 Bruttoareal til dagligvarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn 1999-2014



Tabel 3.6 viser bruttoarealet til dagligvarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn i 1999 og 2014.

Tabel 3.6 Bruttoareal i dagligvarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn 1999-2014

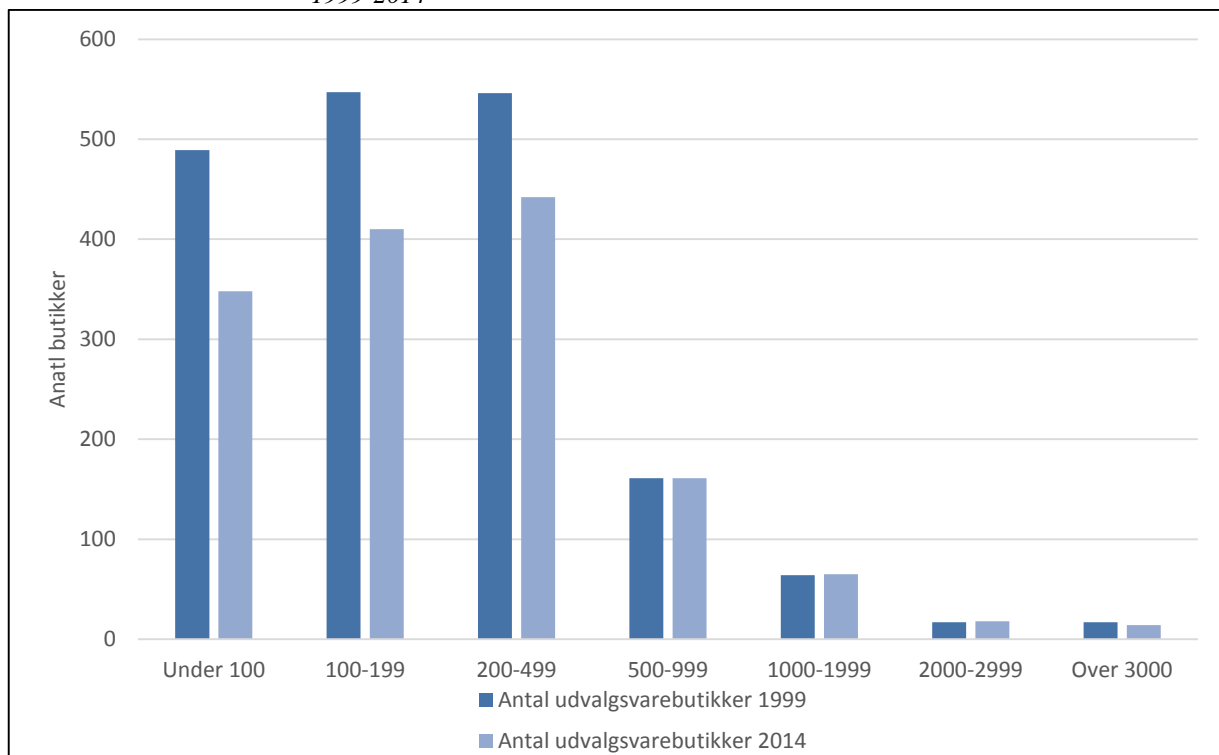
	Dagligvarer 1999	Dagligvarer 2014	Ændring 1999-2014	Ændring i % 1999-2014
Under 100 m ²	17.700	11.600	-6.100	-34%
100-199	44.500	27.200	-17.300	-39%
200-499	91.500	50.800	-40.700	-44%
500-999	79.900	96.200	+16.300	+20%
1.000-1.999	78.900	125.000	+46.100	+58%
2.000-2.999	19.200	42.700	+23.500	+122%
Over 3.000	100.100	106.600	+6.500	+6%

Udvalgsvarer

I 2014 var 97 udvalgsvarebutikker over 1.000 m², svarende til 7 % af det samlede antal butikker. Til sammenligning var 5 % af butikkerne over 1.000 m² i 1999.

Figur 3.11 viser udviklingen i antal udvalgsvarebutikker fordelt på størrelseskategorier.

Figur 3.11 Bruttoareal i udvalgsvarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn 1999-2014



Tabel 3.7 viser antal udvalgsvarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn i 1999 og 2014.

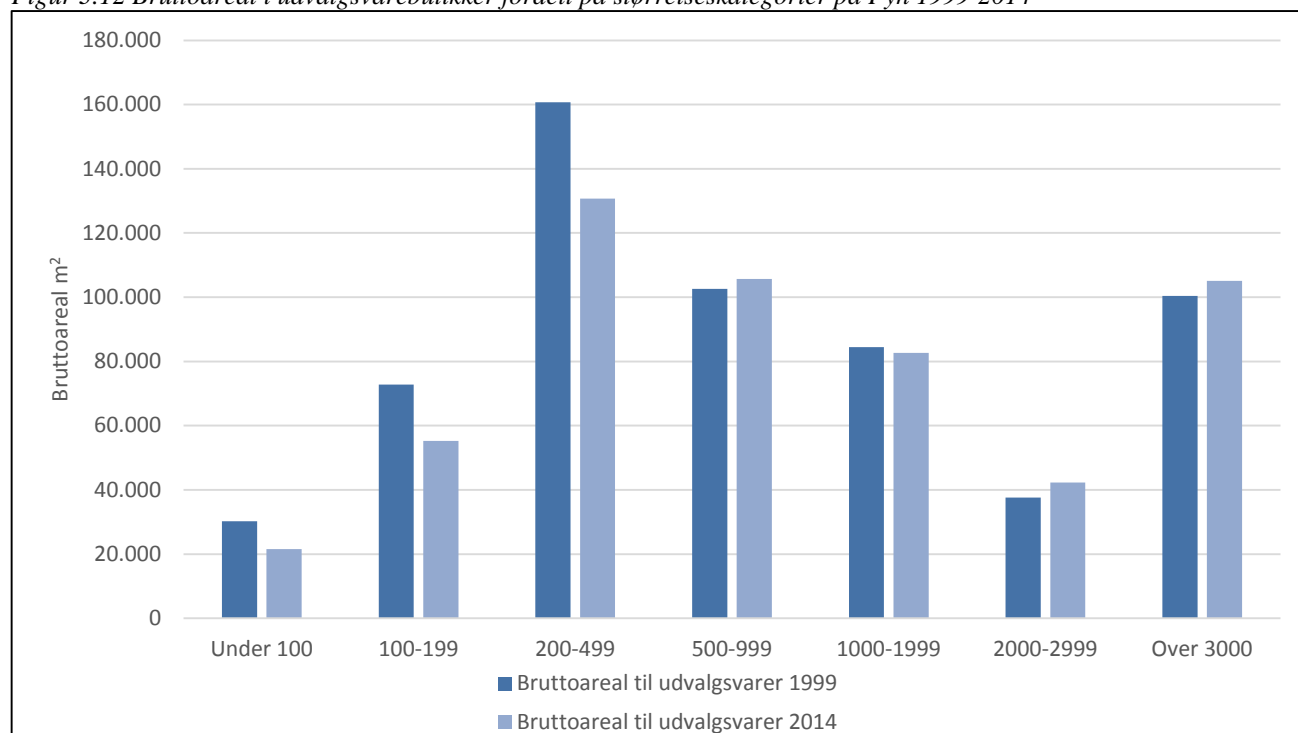
Tabel 3.7 Bruttoareal i udvalgsvarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn 1999-2014

	Udvalgsvarer 1999	Udvalgsvarer 2014	Ændring 1999-2014	Ændring i % 1999-2014
Under 100 m ²	489	348	-141	-29%
100-199	547	410	-137	-25%
200-499	546	442	-104	-19%
500-999	161	161	-	-
1.000-1.999	64	65	+1	+2%
2.000-2.999	17	18	+1	+6%
Over 3.000	17	14	-3	-18%

Detailhandelsudviklingen – kommunerne

Tabel 3.12 viser bruttoarealet til udvalgswarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn i 1999 og 2014.

Figur 3.12 Bruttoareal i udvalgswarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn 1999-2014



Tabel 3.8 viser bruttoarealet til udvalgswarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn i 1999 og 2014.

Tabel 3.8 Bruttoareal i udvalgswarebutikker fordelt på størrelseskategorier på Fyn 1999-2014

	Udvalgsvarer 1999	Udvalgsvarer 2014	Ændring 1999-2014	Ændring i % 1999-2014
Under 100 m ²	30.200	21.600	-8.600	-29%
100-199	72.800	55.200	-17.600	-24%
200-499	160.700	130.700	-30.000	-19%
500-999	102.600	105.700	+3.100	+3%
1.000-1.999	84.500	82.700	-1.800	-2%
2.000-2.999	37.600	42.300	+4.700	+13%
Over 3.000	100.400	105.100	+4.700	+5%

Gennemsnitlige butiksstørrelser

De gennemsnitlige butiksstørrelser er forholdet mellem antallet af butikker og bruttoarealet.

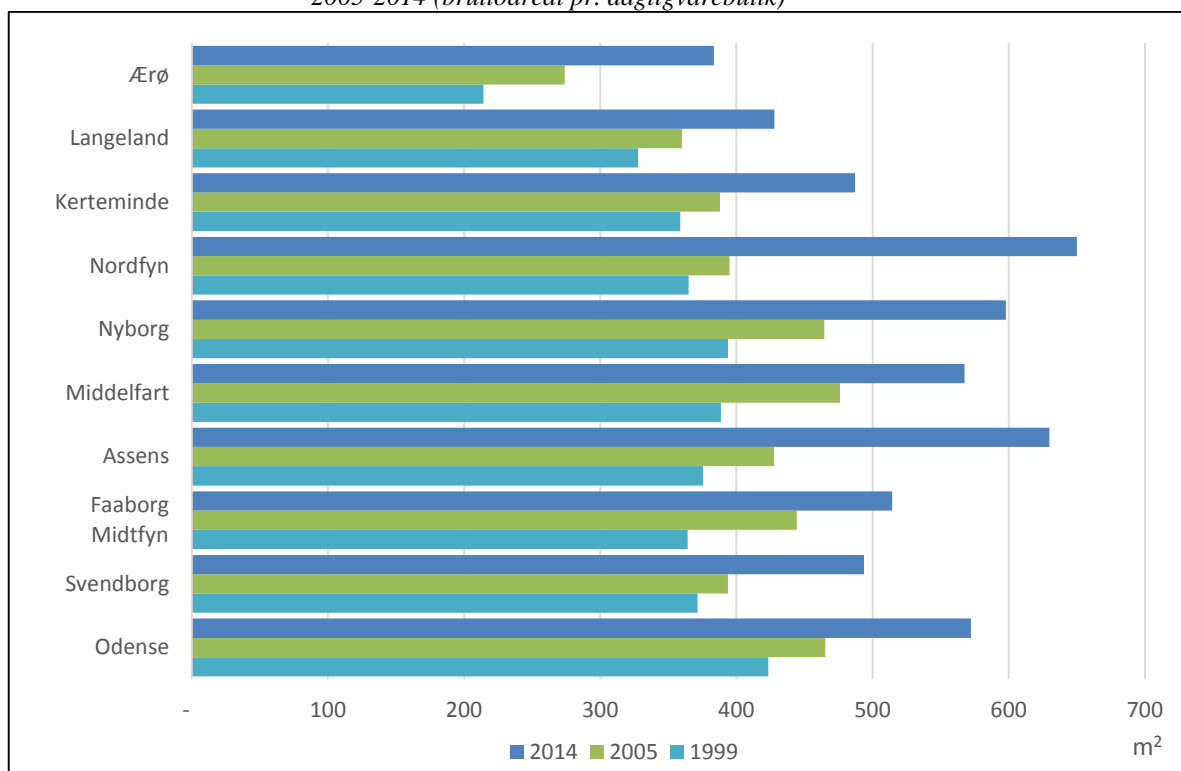
Dagligvarer

Den gennemsnitlige butiksstørrelse for dagligvarer på Fyn var 550 m² i 2014. Det er en stigning på 43% svarede til 166 m² siden 1999.

Fra 1999 til 2005 er den gennemsnitlige butiksstørrelse til dagligvarer steget 13%, mens den gennemsnitlige butiksstørrelse til dagligvarer er steget 27 % fra 2005 til 2014.

Figur 3.13 viser udviklingen i den gennemsnitlige butiksstørrelse til dagligvarer 1999, 2005 og 2014.

Figur 3.13 Udviklingen i gennemsnitlig butiksstørrelse til dagligvarer i kommunerne 1999-2005-2014 (bruttoareal pr. dagligvarebutik)



Detailhandelsudviklingen – kommunerne

Tabel 3.9 viser de gennemsnitlige butiksstørrelser til dagligvarer i 1999, 2005 og 2014.

Tabel 3.9 Gennemsnitlige butiksstørrelser til dagligvarer 1999 – 2005 – 2014 (m²)

Kommune	Dagligvarer 1999	Dagligvarer 2005	Dagligvarer 2014	Ændring 1999-2014	Ændring i % 1999-2014
Ærø	214	274	383	+169	+79%
Langeland	328	360	428	+100	+31%
Kerteminde	359	388	487	+128	+36%
Nordfyn	365	395	650	+285	+78%
Nyborg	394	465	598	+204	+52%
Middelfart	389	476	568	+179	+46%
Assens	376	428	630	+254	+68%
Faaborg Midtfyn	364	444	514	+150	+41%
Svendborg	371	394	494	+122	+33%
Odense	423	465	572	+149	+35%
I alt	384	435	550	+166	+43%

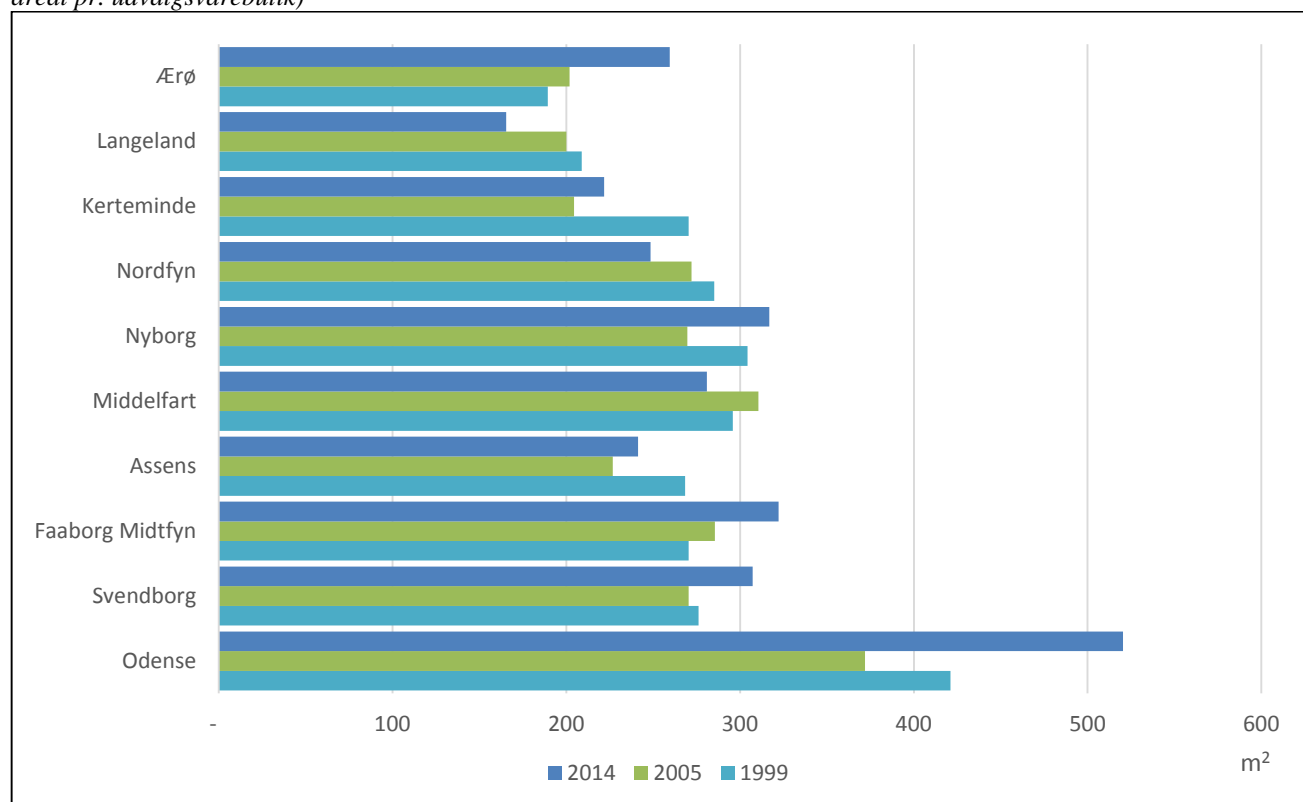
Udvalgsvarer

Den gennemsnitlige butiksstørrelse til udvalgsvarer er steget 14 % fra 327 m² i 1999 til 373 m² i 2014, svarende til en stigning på 45 m².

Fra 1999 til 2005 faldt den gennemsnitlige butiksstørrelse til udvalgsvarer med 7 %, mens den gennemsnitlige butiksstørrelse til udvalgsvarer steg 22 % i perioden 2005 til 2014.

Figur 3.14 viser udviklingen i den gennemsnitlige butiksstørrelse til udvalgsvarer 1999, 2005 og 2014.

Figur 3.14 Gennemsnitlig butiksstørrelse til udvalgsvarer i kommunerne 1999 – 2005 – 2014 (bruttoareal pr. udvalgswarebutik)



Tabel 3.10 viser den gennemsnitlige butiksstørrelse til udvalgsvarer i kommunerne i 1999, 2005 og 2014.

Tabel 3.10 Gennemsnitligt butiksstørrelse til udvalgsvarer 1999 – 2005 – 2014 (m²)

Kommune	Udvalgsvarer 1999	Udvalgsvarer 2005	Udvalgsvarer 2014	Ændring 1999-2014	Ændring i % 1999-2014
Ærø	189	202	260	+70	+37%
Langeland	209	200	165	-43	-21%
Kerteminde	270	205	222	-49	-18%
Nordfyn	285	272	249	-37	-13%
Nyborg	304	270	317	+12	+4%
Middelfart	296	310	281	-15	-5%
Assens	268	227	241	-27	-10%
Faaborg Midtfyn	270	286	322	+52	+19%
Svendborg	276	270	307	+31	+11%
Odense	421	372	520	+99	+24%
I alt	327	305	373	+45	+14%

Butikkernes attraktion

For at give en karakteristik af butiksudbuddet på Fyn har ICP i forbindelse med rekognosceringen af butikkerne foretaget en overordnet bedømmelse af hver enkelt butiks attraktion.

I vurderingen er der blandt andet taget hensyn til kvaliteten og bredden i butikkens sortiment, butikkens størrelse i forhold til sortimentet og branchen, disponeringen af arealerne samt butikkens indretning og fremtoning – herunder skilte og facader.

Følgende skala er anvendt:

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

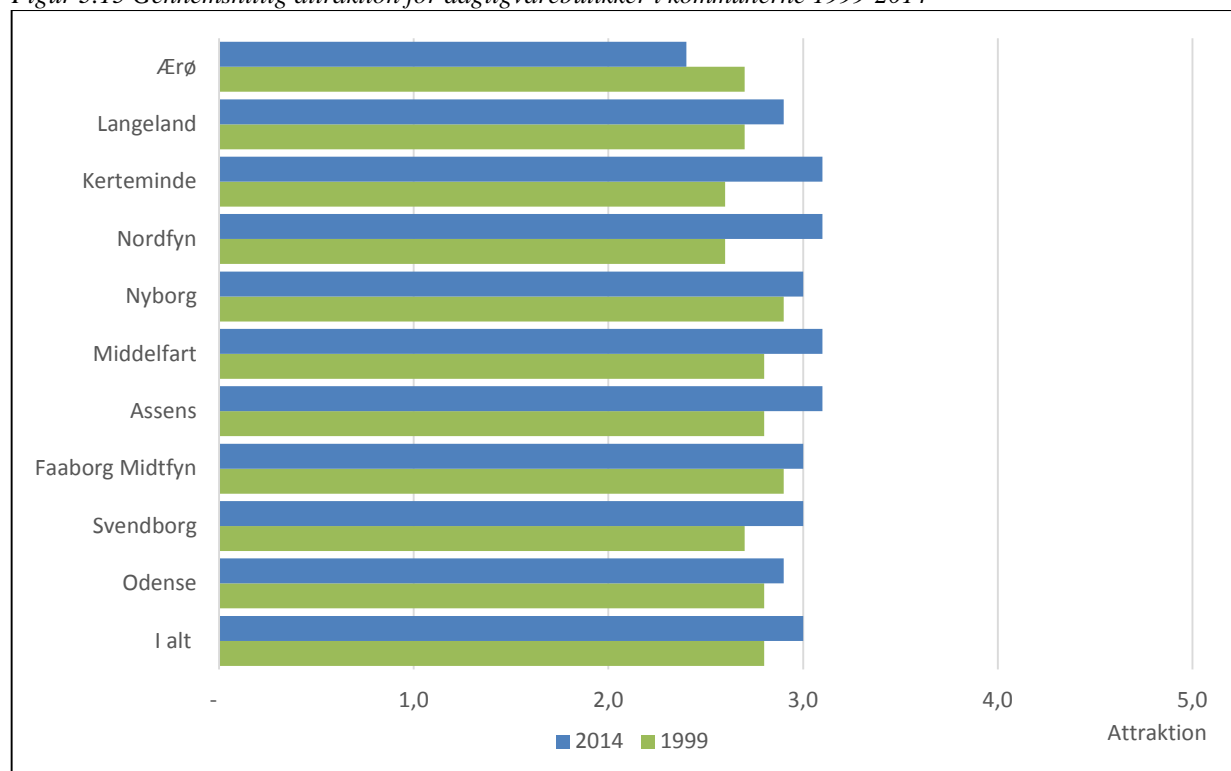
Vurderingen skal derfor opfattes som en forbrugers bedømmelse af den enkelte butiks attraktion.

Dagligvarer

Den gennemsnitlige attraktion for dagligvarer ligger på middel i 2014 for Fyn som helhed. Det er gennemsnitligt en anelse højere end i 1999, hvor den gennemsnitlige attraktion var 2,8.

Figur 3.15 viser den gennemsnitlige attraktion for dagligvarer fordelt på kommunerne på Fyn i 1999 og i 2014.

Figur 3.15 Gennemsnitlig attraktion for dagligvarebutikker i kommunerne 1999-2014



Tabel 3.11 viser den gennemsnitlige attraktion for dagligvarer i 1999 og 2014 fordelt på kommuner.

Tabel 3.11 Gennemsnitlig attraktion for dagligvarer 1999 – 2014

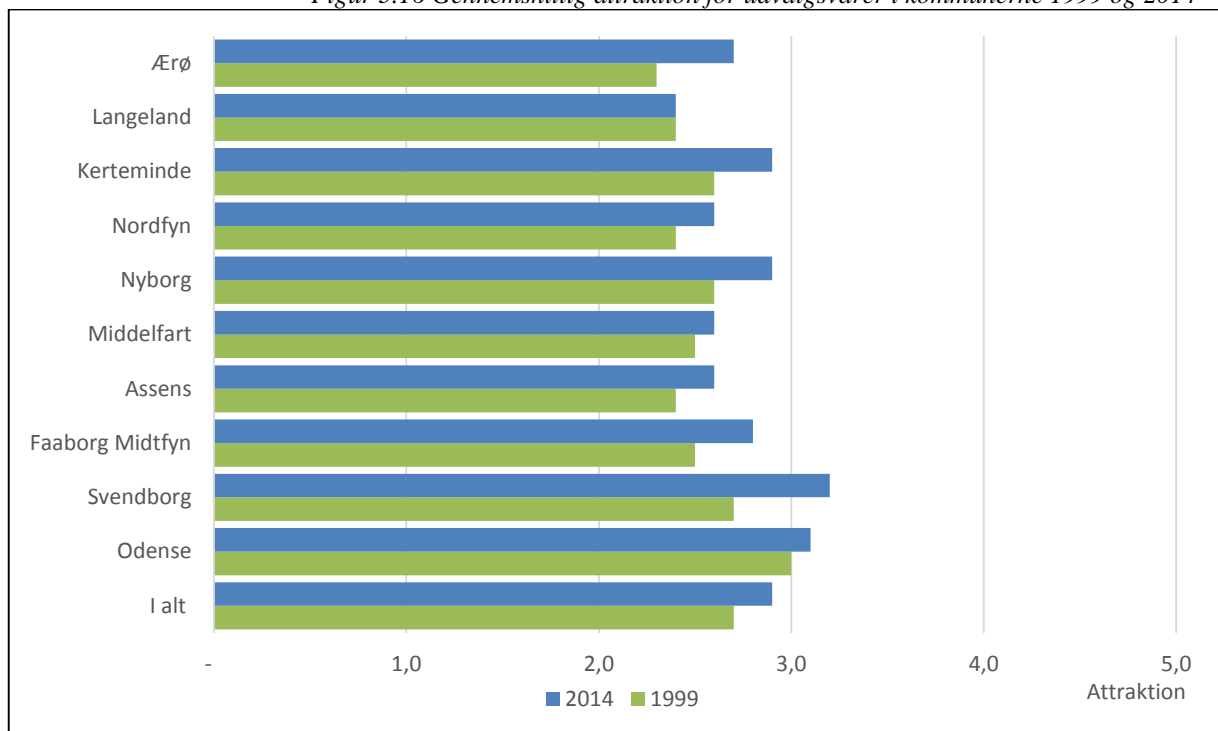
Kommune	Dagligvarer 1999	Dagligvarer 2014	Ændring 1999-2014
Ærø	2,7	2,4	-0,3
Langeland	2,7	2,9	+0,2
Kerteminde	2,6	3,1	+0,5
Nordfyn	2,6	3,1	+0,5
Nyborg	2,9	3,0	+0,1
Middelfart	2,8	3,1	+0,3
Assens	2,8	3,1	+0,3
Faaborg Midtfyn	2,9	3,0	+0,1
Svendborg	2,7	3,0	+0,3
Odense	2,8	2,9	+0,1
I alt	2,8	3,0	+0,2

Udvalgsvarer

Den gennemsnitlige attraktion for udvalgsvarer på Fyn som helhed er steget fra 2,7 i 1999 til 2,9 i 2014.

Figur 3.16 viser den gennemsnitlige attraktion for udvalgsvarer i kommunerne i 1999 og i 2014.

Figur 3.16 Gennemsnitlig attraktion for udvalgsvarer i kommunerne 1999 og 2014



Detailhandelsudviklingen – kommunerne

Tabel 3.12 viser den gennemsnitlige attraktion for udvalgsvarer i kommunerne i 1999 og i 2014.

Tabel 3.12 Gennemsnitlig attraktion for udvalgsvarer 1999 – 2014

Kommune	Udvalgsvarer 1999	Udvalgsvarer 2014	Ændring 1999-2014
Ærø	2,3	2,7	0,4
Langeland	2,4	2,4	-
Kerteminde	2,6	2,9	0,3
Nordfyn	2,4	2,6	0,2
Nyborg	2,6	2,9	0,3
Middelfart	2,5	2,6	0,1
Assens	2,4	2,6	0,2
Faaborg Midtfyn	2,5	2,8	0,3
Svendborg	2,7	3,2	0,5
Odense	3,0	3,1	0,1
I alt	2,7	2,9	+0,2

Kædeandel

Et udbudspunkts styrke kan blandt andet udtrykkes i den andel af butikkerne, som er del af et kædesamarbejde, hvad enten det er en kapitalkæde eller et frivilligt kædesamarbejde.

Kædebutikker har nogle fordele for et udbudspunkt i at kunne tilbyde kundeservice som for eksempel landsdækkende bytteservice, gavekort, ensartede butikker samt mulighed for et større markedsføringsprogram end en enkeltstående, uprofileret butik.

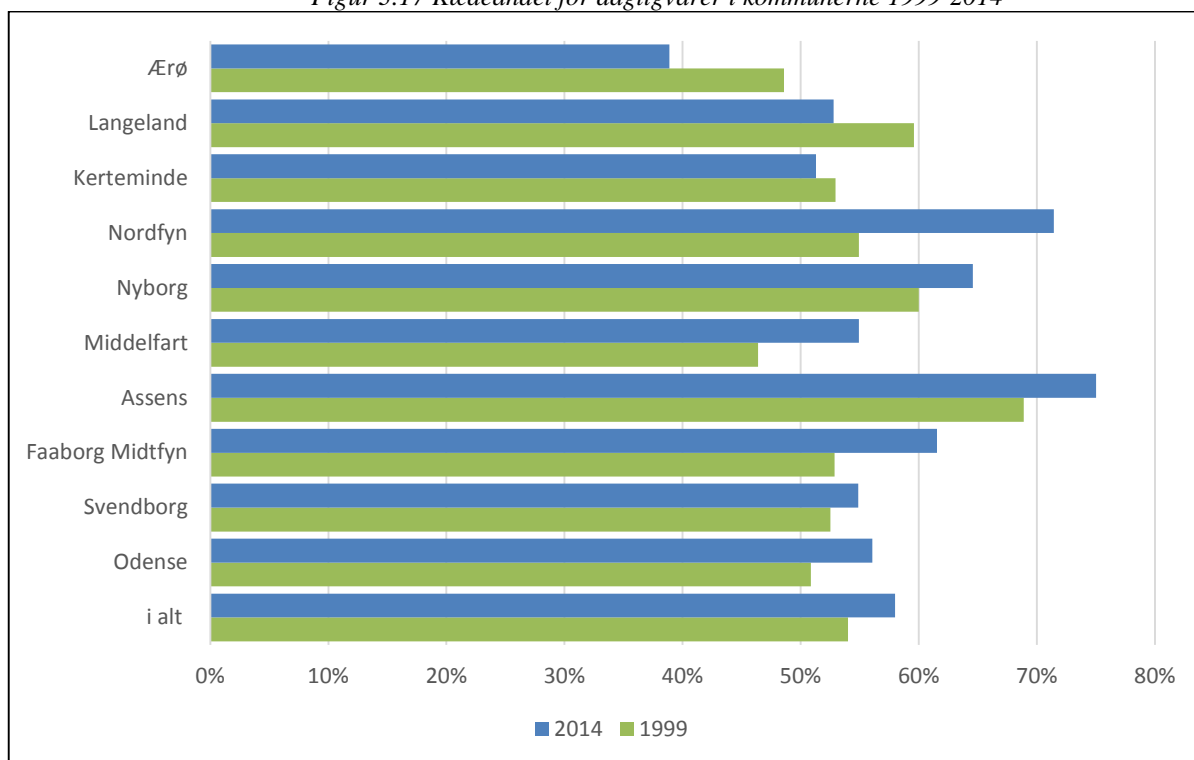
Omvendt kan uprofilerede butikker på en helt anden måde tilpasse sortiment og personlig service til lokale forhold og kan medvirke til, at et indkøbssted ikke bare ligner alle de andre.

Dagligvarer

I 2014 var kædeandelen for dagligvarer på 58 % på Fyn som helhed. Hermed er kædeandelen for dagligvarer steget siden 1999, hvor kædeandelen var 53 %.

Nedenstående figur 3.17 viser kædeandelen for dagligvarer i henholdsvis 1999 og 2014 i kommunerne på Fyn.

Figur 3.17 Kædeandel for dagligvarer i kommunerne 1999-2014



Detailhandelsudviklingen – kommunerne

Tabel 3.13 viser kædeandelen for dagligvarer i 1999 og 2014 fordelt på kommunerne.

Tabel 3.13 Kædeandel for dagligvarer 1999 – 2014

Kommune	Dagligvarer 1999	Dagligvarer 2014	Ændring 1999-2014*
Ærø	49%	39%	-10
Langeland	60%	53%	-7
Kerteminde	53%	51%	-2
Nordfyn	55%	71%	+16
Nyborg	60%	65%	+5
Middelfart	46%	55%	+9
Assens	69%	75%	+6
Faaborg Midtfyn	53%	62%	+9
Svendborg	53%	55%	+2
Odense	51%	56%	+5
I alt	54%	58%	+4

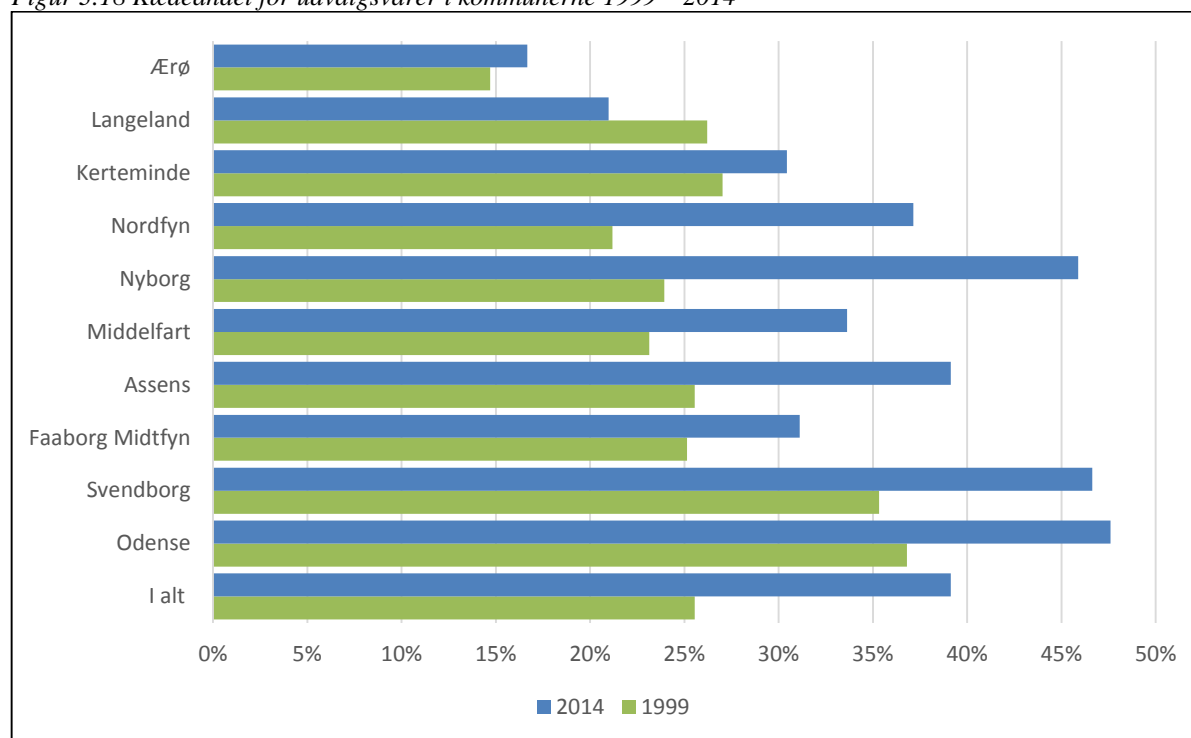
*ændring i procentpoint

Udvalgsvarer

Kædeandelen for udvalgsvarer er steget fra 54 % i 1999 til 58% i 2014.

Figur 3.18 viser kædeandelen for udvalgsvarer i kommunerne i 1999 og 2014.

Figur 3.18 Kædeandel for udvalgsvarer i kommunerne 1999 – 2014



Tabel 3.14 viser kædeandelen for udvalgsvarer i kommunerne i 1999 og i 2014.

Tabel 3.14 Kædeandel udvalgsvarer 1999 – 2014

Kommune	Udvalgsvarer 1999	Udvalgsvarer 2014	Ændring 1999-2014*
Ærø	15%	17%	+2
Langeland	26%	21%	-5
Kerteminde	27%	30%	+3
Nordfyn	21%	37%	+16
Nyborg	24%	46%	+22
Middelfart	23%	34%	+11
Assens	26%	39%	+13
Faaborg Midtfyn	25%	31%	+6
Svendborg	35%	47%	+12
Odense	37%	48%	+11
I alt	30%	41%	+11

*ændring i procentpoint

Omsætning

ICP har ved rekonstreringen af detailhandelen på Fyn skønnet hver enkelt butiks omsætning i 2013. Disse tal er efterfølgende holdt op mod oplysningerne om detailhandelsomsætning på by og kommuneniveau indhentet fra Danmarks Statistiks Regnskabsstatistik for 2012, som er fremskrevet til 2013.

Omsætningen er fordelt på dagligvarer og udvalgsvarer. ICP har hermed skønmæssigt fordelt omsætningen i den type butikker der både har en væsentlig omsætning inden for dagligvarer og udvalgsvarer som stormagasiner, hypermarkeder, varehuse, supermarkeder og discountbutikker.

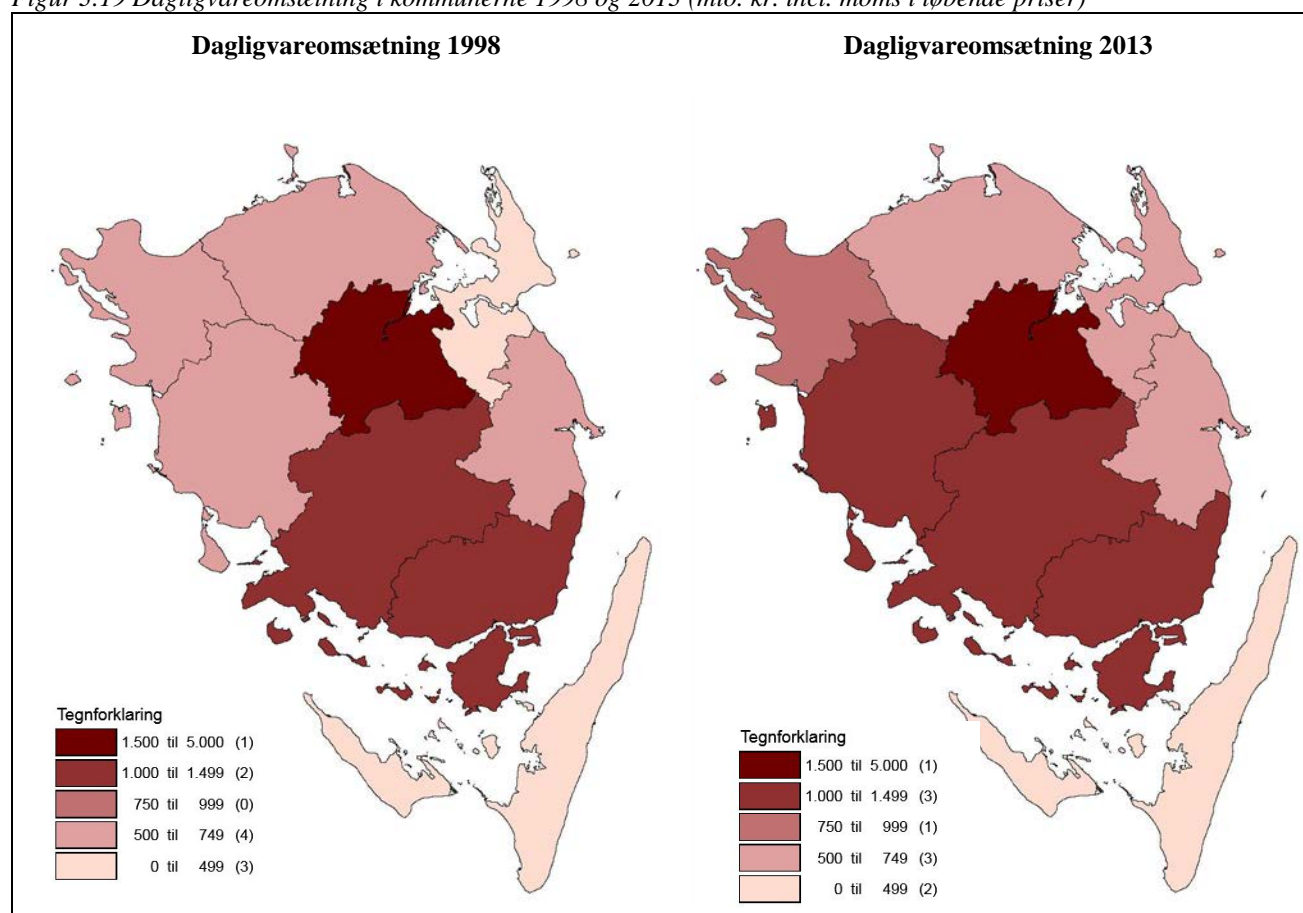
Desuden indgår de særlig pladskrævende butikkers omsætning til private for såvidt angår byggemarkeder, trælast og planteskoler.

Dagligvarer

I 2013 var den samlede dagligvareomsætning 12,0 mia. kr. på Fyn, hvilket er 25% mere end i 1998. Samlet set er dagligvareomsætningen på Fyn hermed steget med 2,4 mia. kr. i perioden 1998 til 2013.

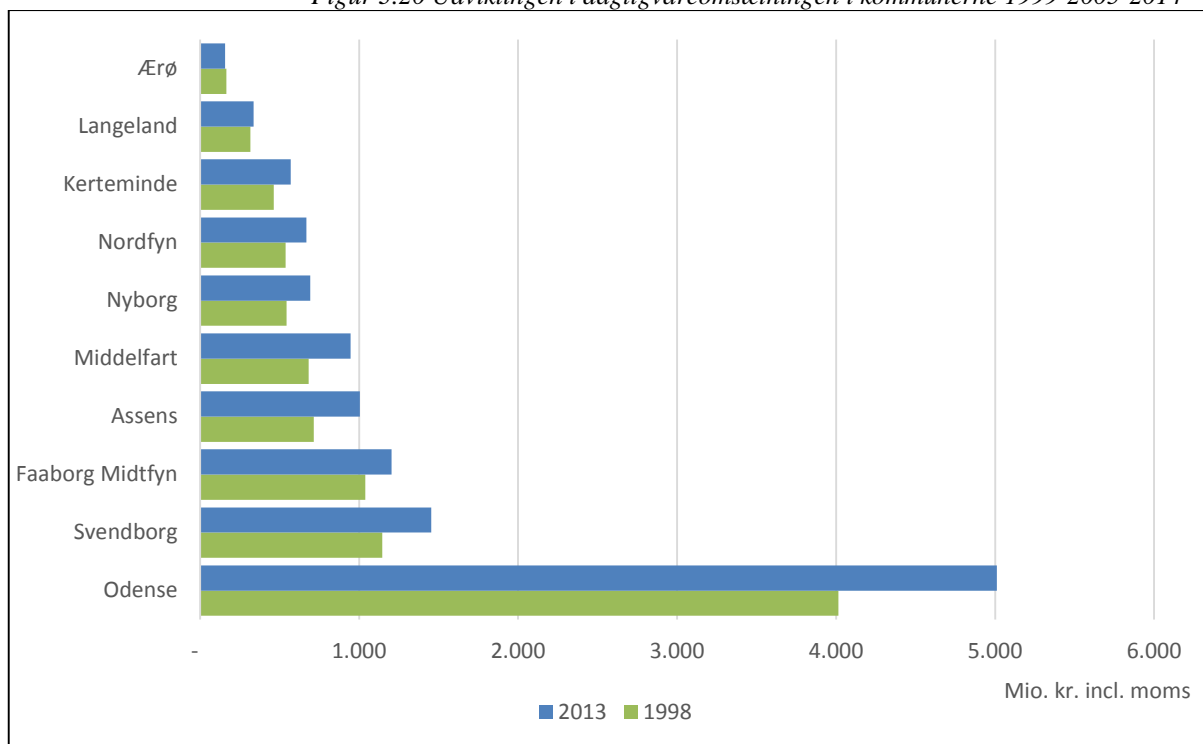
Nedenstående figur 3.19 viser dagligvareomsætningen i de enkelte kommuner på Fyn i henholdsvis 1998 og 2013 fordelt efter fem størrelseskategorier. Her ses for eksempel, at 3 kommuner i 1998 havde en dagligvareomsætning under 500 mio. kr., mens 2 kommuner i 2013 havde en dagligvareomsætning under 500 mio. kr.

Figur 3.19 Dagligvareomsætning i kommunerne 1998 og 2013 (mio. kr. incl. moms i løbende priser)



Figur 3.20 viser udviklingen dagligvareomsætningen i 1999 og i 2014 fordelt på kommuner.

Figur 3.20 Udviklingen i dagligvareomsætningen i kommunerne 1999-2005-2014



Tabel 3.15 viser dagligvareomsætningen i 1998 og i 2013 fordelt på kommuner.

Tabel 3.15 Dagligvareomsætning 1998 – 2013

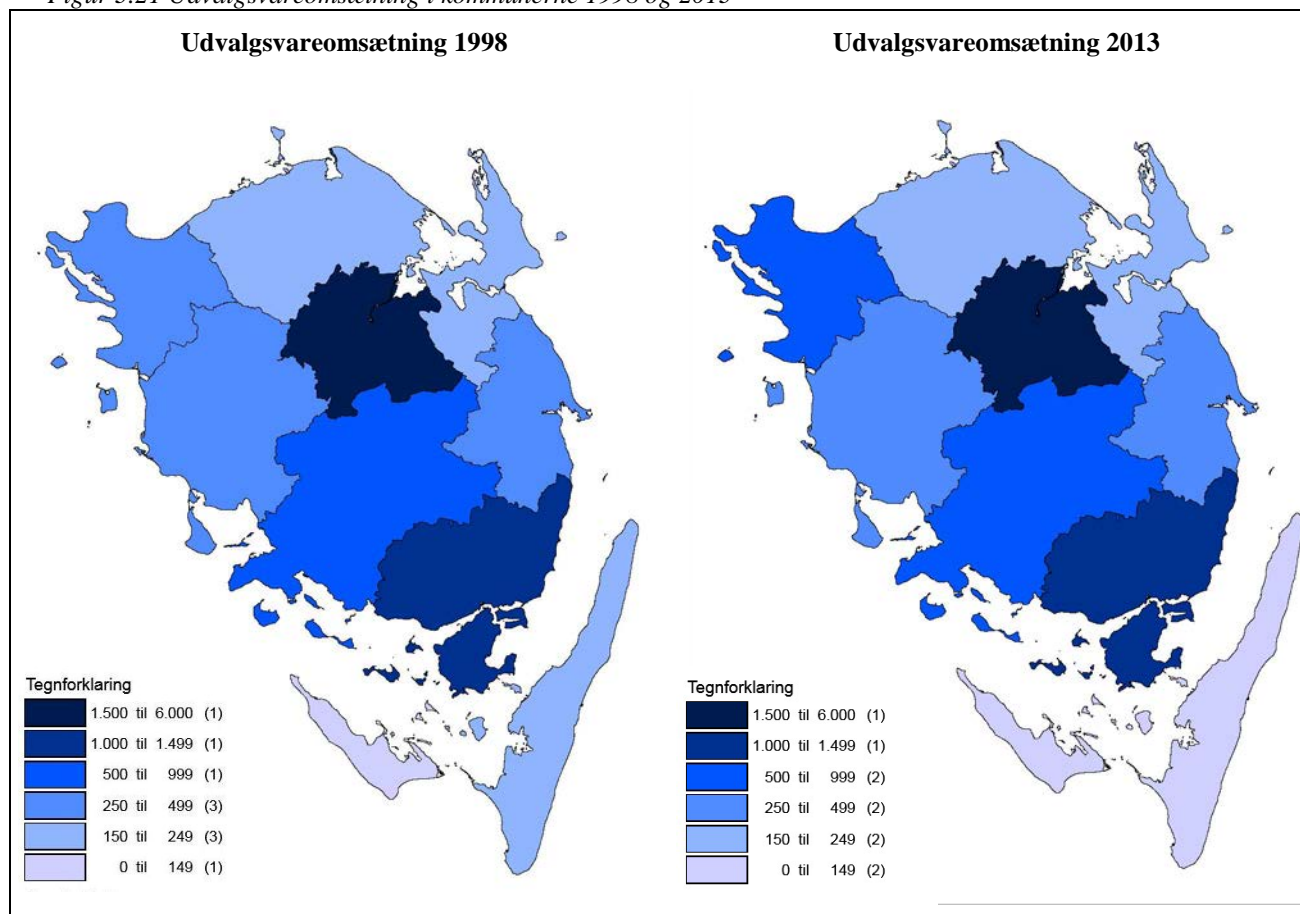
Kommune	Dagligvarer 1998	Dagligvarer 2013	Ændring 1998-2013	Ændring i % 1998-2013
Ærø	165	157	-8	-5%
Langeland	317	337	+20	+6%
Kerteminde	464	571	+107	+23%
Nordfyn	538	669	+131	+24%
Nyborg	544	693	+149	+27%
Middelfart	682	946	+264	+39%
Assens	714	1.005	+291	+41%
Faaborg Midtfyn	1.039	1.204	+165	+16%
Svendborg	1.146	1.453	+307	+27%
Odense	4.014	5.010	+996	+25%
I alt	9.623	12.045	+2.422	+25%

Udvalgsvarer

Samlet set er udvalgsvareomsætningen på Fyn steget 17% i perioden 1998 til 2013 fra 7,9 mia. kr. i 1999 til 9,2 mia. kr. i 2013. Det svarer til en omsætningsstigning på 1,3 mia. kr. i perioden 1999 til 2014.

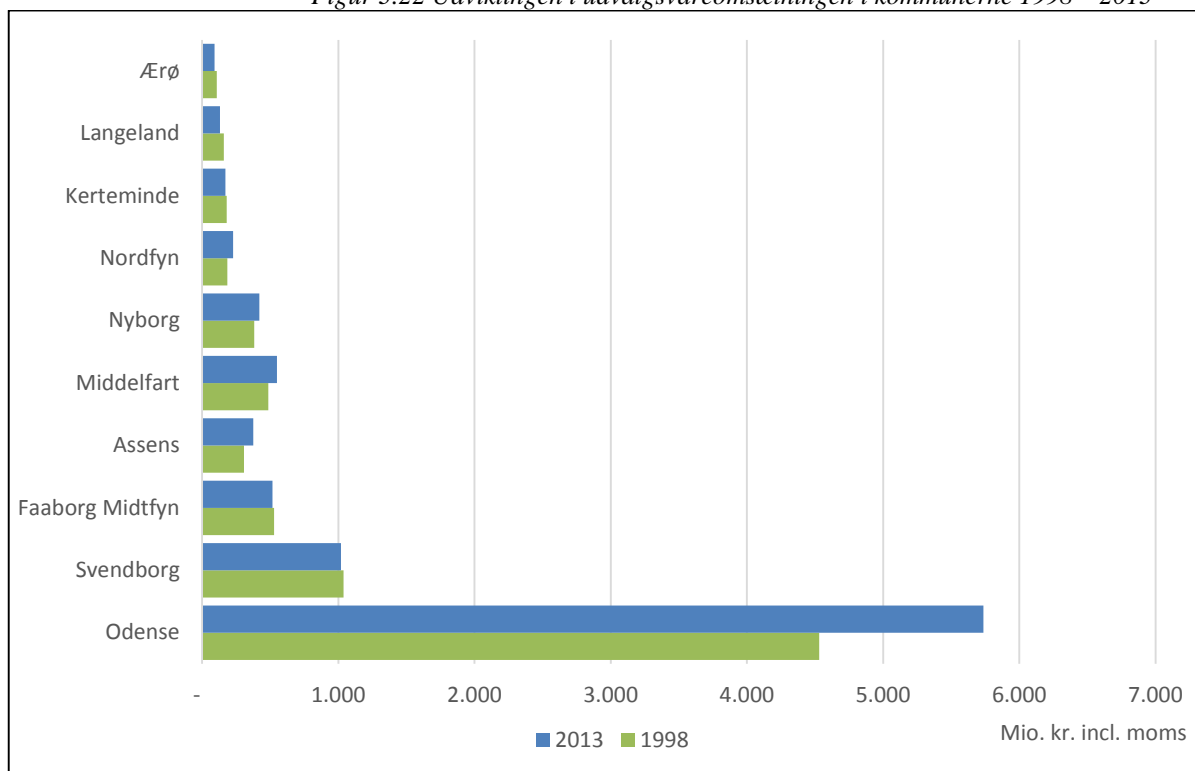
Nedenstående figur 3.21 viser udvalgsvareomsætningen i de enkelte kommuner på Fyn i henholdsvis 1999 og 2014 fordelt efter seks størrelseskategorier. Her ses for eksempel, at én kommune i 1999 havde en udvalgsvareomsætning under 150 mio. kr., mens to kommuner i 2014 havde en udvalgsvareomsætning under 150 mio. kr.

Figur 3.21 Udvalgsvareomsætning i kommunerne 1998 og 2013



Figur 3.22 viser udviklingen i udvalgsvareomsætningen i 1998 og i 2013.

Figur 3.22 Udviklingen i udvalgsvareomsætningen i kommunerne 1998 – 2013



Tabel 3.16 viser udvalgsvareomsætningen i 1998 og 2013 fordelt på kommuner.

Tabel 3.16 Udvalgsvareomsætning 1998 – 2013

Kommune	Udvalgsvarer 1998	Udvalgsvarer 2013	Ændring 1998-2013	Ændring i % 1998-2013
Ærø	106	91	-15	-14%
Langeland	158	130	-28	-18%
Kerteminde	180	171	-9	-5%
Nordfyn	185	228	+43	+23%
Nyborg	383	420	+37	+10%
Middelfart	486	550	+64	+13%
Assens	308	376	+68	+22%
Faaborg Midtfyn	527	516	-11	-2%
Svendborg	1.038	1.018	-20	-2%
Odense	4.531	5.737	+1.206	+27%
I alt	7.902	9.237	+1.335	+17%

Handelsbalance

Ved at sætte den samlede omsætning i butikkerne i kommunen i forhold til borgernes samlede forbrug fås et udtryk for dækningsgraden eller handelsbalancen (overskud eller underskud i omsætning i forhold til borgernes forbrug). Handelsbalancen afspejler således ikke, hvorledes omsætningen er sammensat af køb fra lokale forbrugere og forbrugere bosat i andre områder, men er alene udtryk for, om der er over- eller underskud på handelsbalancen.

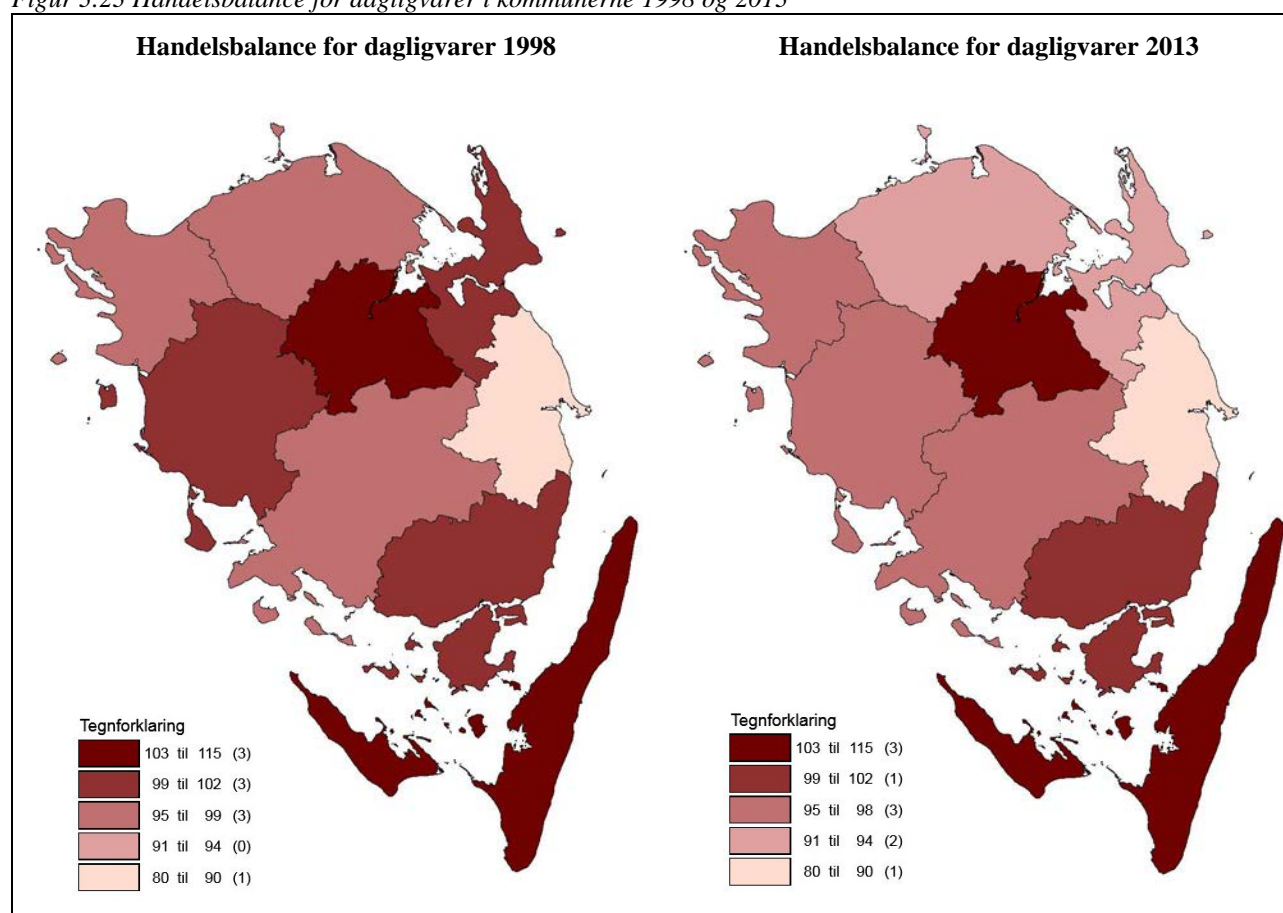
Dagligvarer

Handelsbalancen for dagligvarer på Fyn var 99 % i 2013. Det vil sige, at dagligvareomsætningen på Fyn er 1 % lavere end det samlede dagligvareforbrug på Fyn.

Handelsbalancen for dagligvarer er faldet 3 % point fra 102 % i 1998 til 99 % i 2013.

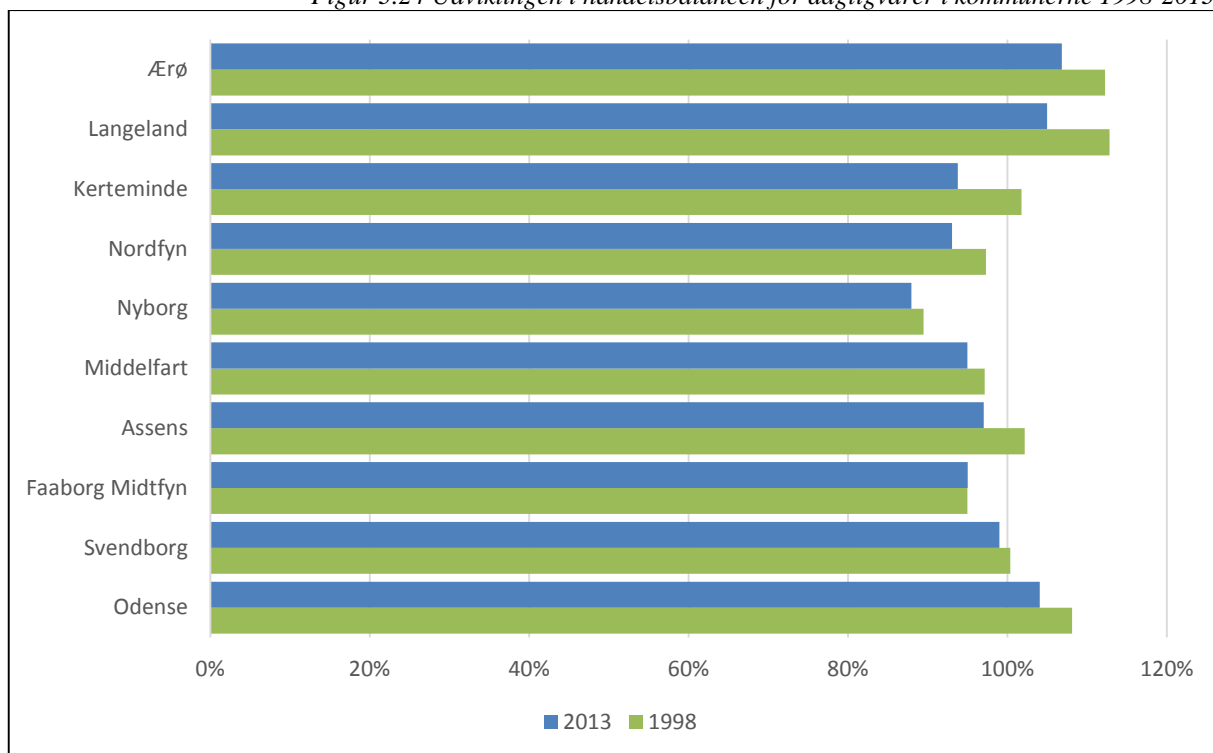
Nedenstående figur 3.23 viser handelsbalancen for dagligvarer i de enkelte kommuner på Fyn i henholdsvis 1998 og 2013 fordelt efter fem størrelseskategorier. Her ses for eksempel, at tre kommuner i 1998 havde en handelsbalance for dagligvarer mellem 99% til 102%, mens kun én kommune havde en handelsbalance for dagligvarer i samme kategori i 2014.

Figur 3.23 Handelsbalance for dagligvarer i kommunerne 1998 og 2013



Figur 3.24 viser udviklingen i handelsbalancen for dagligvarer i 1998 og i 2013.

Figur 3.24 Udviklingen i handelsbalancen for dagligvarer i kommunerne 1998-2013



Tabel 3.17 viser handelsbalancen for dagligvarer i 1998 og 2013 fordelt på kommunerne.

Tabel 3.17 Handelsbalancen for dagligvarer 1998 – 2013

Kommune	Dagligvarer 1998	Dagligvarer 2013	Ændring 1998-2013*
Ærø	112%	107%	-5
Langeland	113%	105%	-8
Kerteminde	102%	94%	-8
Nordfyn	97%	93%	-4
Nyborg	89%	88%	-1
Middelfart	97%	95%	-2
Assens	102%	97%	-5
Faaborg Midtfyn	95%	95%	-
Svendborg	100%	99%	-1
Odense	108%	104%	-4
I alt	102%	99%	-3

*ændring i procentpoint

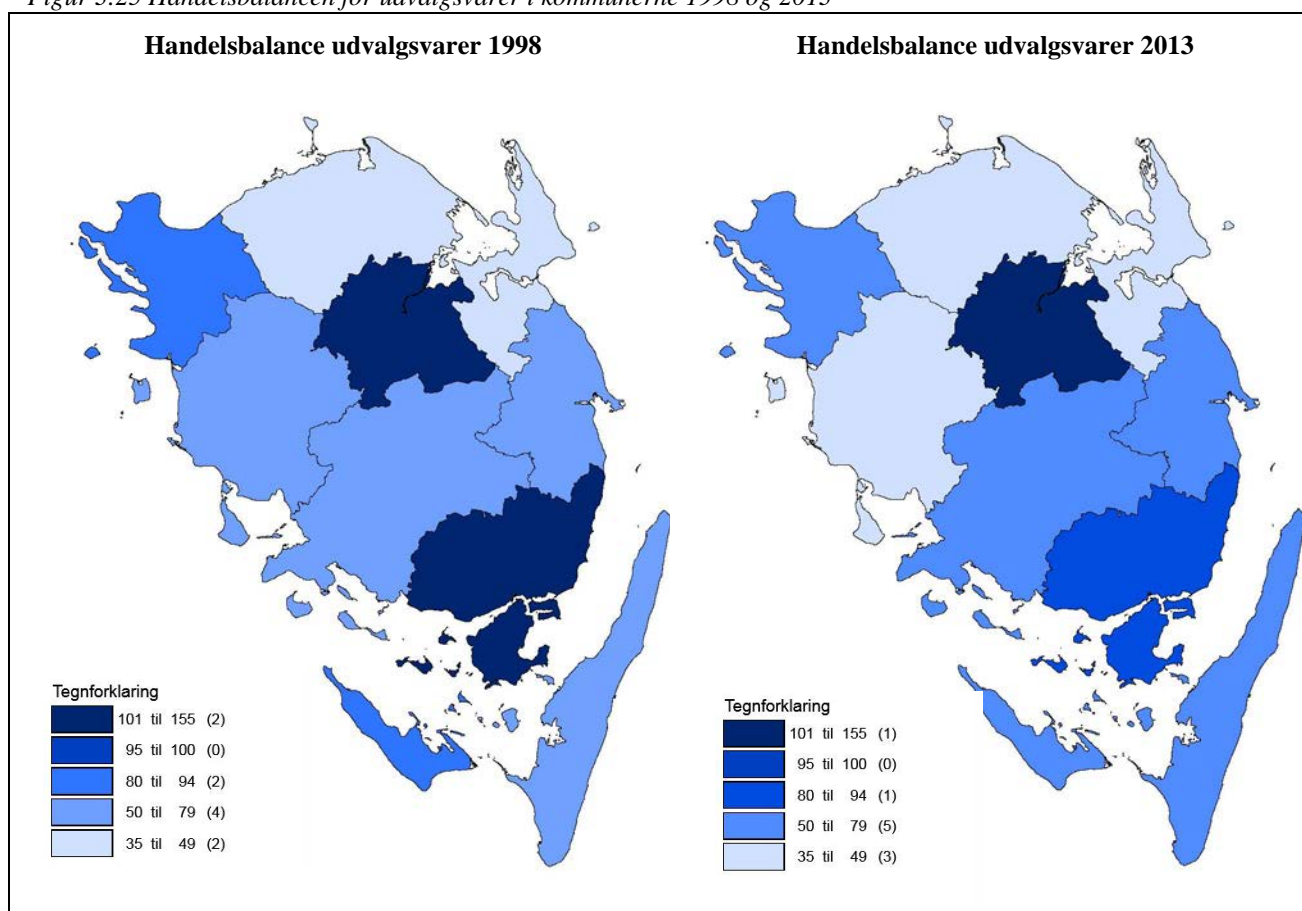
Udvalgsvarer

Handelsbalancen for udvalgsvarer for hele Fyn var 97 % i 2013. Det vil sige, at udvalgsvareomsætningen på Fyn er 3 % mindre end det samlede udvalgsvarerforbrug på Fyn.

Fra 1998 til 2013 er handelsbalancen for udvalgsvarer faldet 6 % point fra 103 % i 1998 til 97% i 2013.

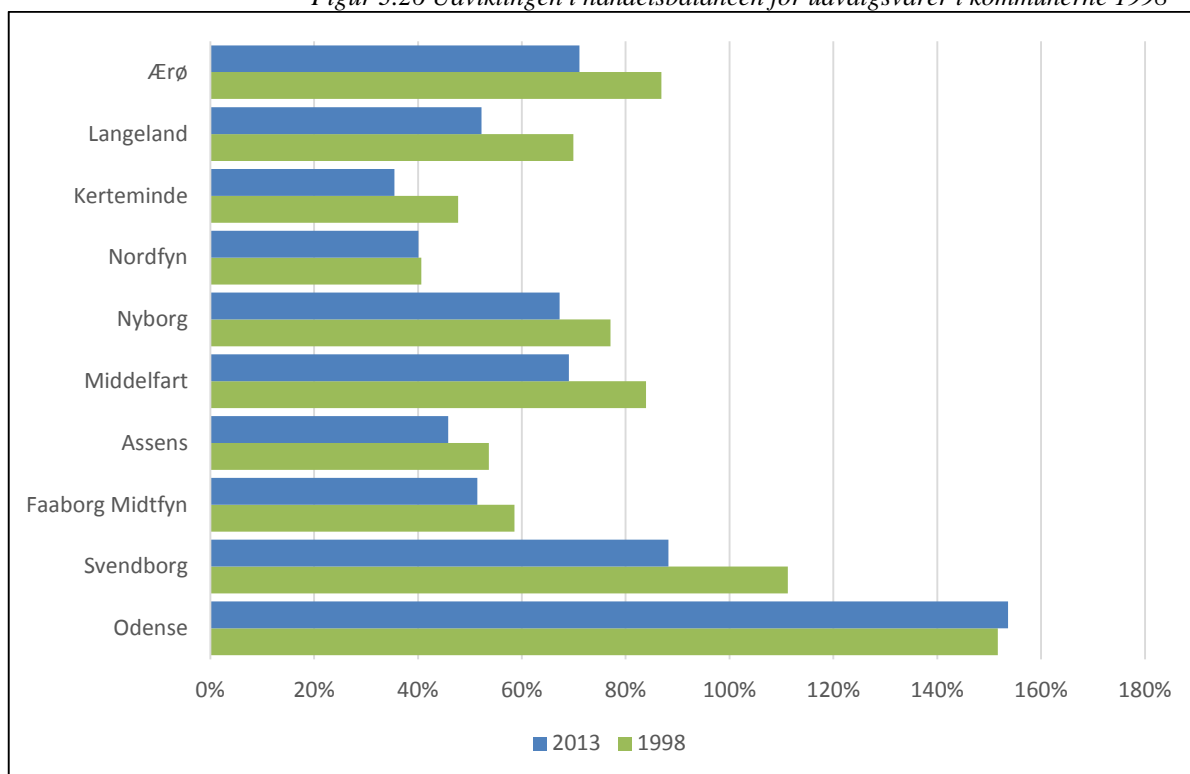
Nedenstående figur 3.25 viser handelsbalancen for udvalgsvarer i de enkelte kommuner på Fyn i henholdsvis 1998 og 2013 fordelt efter fem størrelseskategorier. Her ses for eksempel, at to kommuner i 1998 havde en handelsbalance for udvalgsvarer under 50%, mens tre kommuner i 2013 havde en handelsbalance under 50%.

Figur 3.25 Handelsbalancen for udvalgsvarer i kommunerne 1998 og 2013



Figur 3.26 viser udviklingen i handelsbalancen for udvalgsvarer i 1998 og i 2013.

Figur 3.26 Udviklingen i handelsbalancen for udvalgsvarer i kommunerne 1998 – 2013



Tabel 3.18 viser handelsbalancen for udvalgsvarer i 1998 og 2013.

Tabel 3.18 Handelsbalancen for udvalgsvarer 1998 – 2013

Kommune	Udvalgsvarer 1998	Udvalgsvarer 2013	Ændring 1998-2013
Ærø	87%	71%	-16
Langeland	70%	52%	-18
Kerteminde	48%	35%	-13
Nordfyn	41%	40%	-1
Nyborg	77%	67%	-10
Middelfart	84%	69%	-15
Assens	54%	46%	-8
Faaborg Midtfyn	59%	51%	-8
Svendborg	111%	88%	-23
Odense	152%	154%	+2
I alt	103%	97%	-6

*ændring i procentpoint

Turismens betydning

I 2012 var der 3,2 mio. kommercielle overnatninger på Fyn og øer. En del af disse foregik i de ca. 12.500 sommerhuse. Især i Nordfyns Kommune, hvor der ligger mere end 3.000 sommerhuse og i Langelands og Kerteminde kommuner, hvor der ligger henholdsvis 2.250 og knap 1.700 sommerhuse, har disse en betydning for detailhandelsomsætningen. Sommerhusene anvendes dog også i vid udstrækning af ejerne, hvor det må antages, at en ikke uvæsentlig del af disse er bosiddende på Fyn.

På baggrund af de gennemførte analyser samt oplysninger fra Destination Fyn, Center for Regional- og Turismeforskning samt Visit Denmark er der foretaget en vurdering af, i hvilket omfang turister bidrager til omsætningen i butikkerne på Fyn.

Det vurderes, at turister, herunder også endagsturister i 2013 bidrog til omsætningen i dagligvarebutikkerne på Fyn med 550 – 650 mio. kr. incl. moms og til udvalgswarebutikkernes omsætning med nogenlunde samme beløb, hvilket svarer til omkring 6 % af den samlede omsætning i detailhandelen i 2013.

Ser man alene på turisternes tilskud til omsætningen i Odense kommune, vurderes det, at de bidrog med en omsætning på 450 – 500 mio. kr. svarende til omkring 4 % af den samlede omsætning.

Det vurderes i øvrigt, at turister bidrager med mere end 15 % af detailhandelsomsætningen i Langeland og Ærø kommuner. I de resterende kommuner vurderes det, at tilskuddet fra turister og endagsbesøgende udgør mellem 5 – 10 % af den samlede detailhandelsomsætning i 2013.



Butik i Assens

Særlig pladskrævende

Butikker, der forhandler særlig pladskrævende varer, er defineret i Planloven som butikker, der alene forhandler biler, lystbåde, campingvogne, planter, havebrugsvarer, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer samt møbler. Definitionen af særlig pladskrævende varer har ændret sig siden 1999, hvor køkkenbutikker indgik som særlig pladskrævende. Køkkenbutikker er i dag defineret som udvalgsvarerbutikker.

I nedenstående opgørelse er hermed taget højde for den gældende definition af særlig pladskrævende butikker, hvorved tallene for 1999 og 2006 ikke indeholder køkkenbutikker og møbelbutikker, der ikke kun sælger møbler.

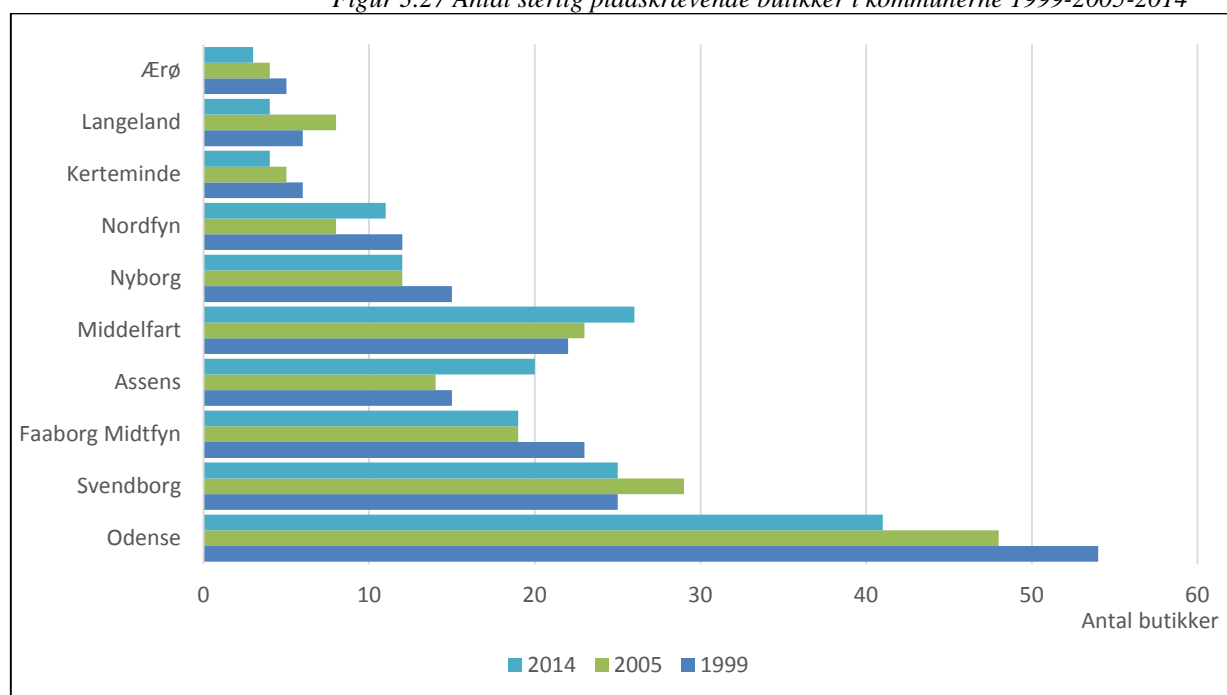
Antal butikker

I 2014 var der 165 særlig pladskrævende butikker på Fyn. Det er 10% færre end i 1999, hvor antallet var 183 butikker.

Fra 1999 til 2005 blev antallet af særlig pladskrævende butikker reduceret med 7% svarende til 13 butikker. I perioden 2005 til 2014 er der 3 % færre særlig pladskrævende butikker.

Figur 3.27 viser antallet af særlig pladskrævende butikker i kommunerne i 1999, 2005 og 2014.

Figur 3.27 Antal særlig pladskrævende butikker i kommunerne 1999-2005-2014



Detailhandelsudviklingen – kommunerne

Tabel 3.19 viser antallet af særlig pladskrævende butikker 1999, 2005 og 2014 fordelt på kommuner.

Tabel 3.19 Antal særlig pladskrævende butikker 1999 – 2005 – 2014

Kommune	1999	2005	2014	Ændring 1999-2014	Ændring i % 1999-2014
Ærø	5	4	3	-2	-40%
Langeland	6	8	4	-2	-33%
Kerteminde	6	5	4	-2	-33%
Nordfyn	12	8	11	-1	-8%
Nyborg	15	12	12	-3	-20%
Middelfart	22	23	26	+4	+18%
Assens	15	14	20	+5	+33%
Faaborg Midtfyn	23	19	19	-4	-17%
Svendborg	25	29	25	-	-
Odense	54	48	41	-13	-24%
I alt	183	170	165	-18	-10%

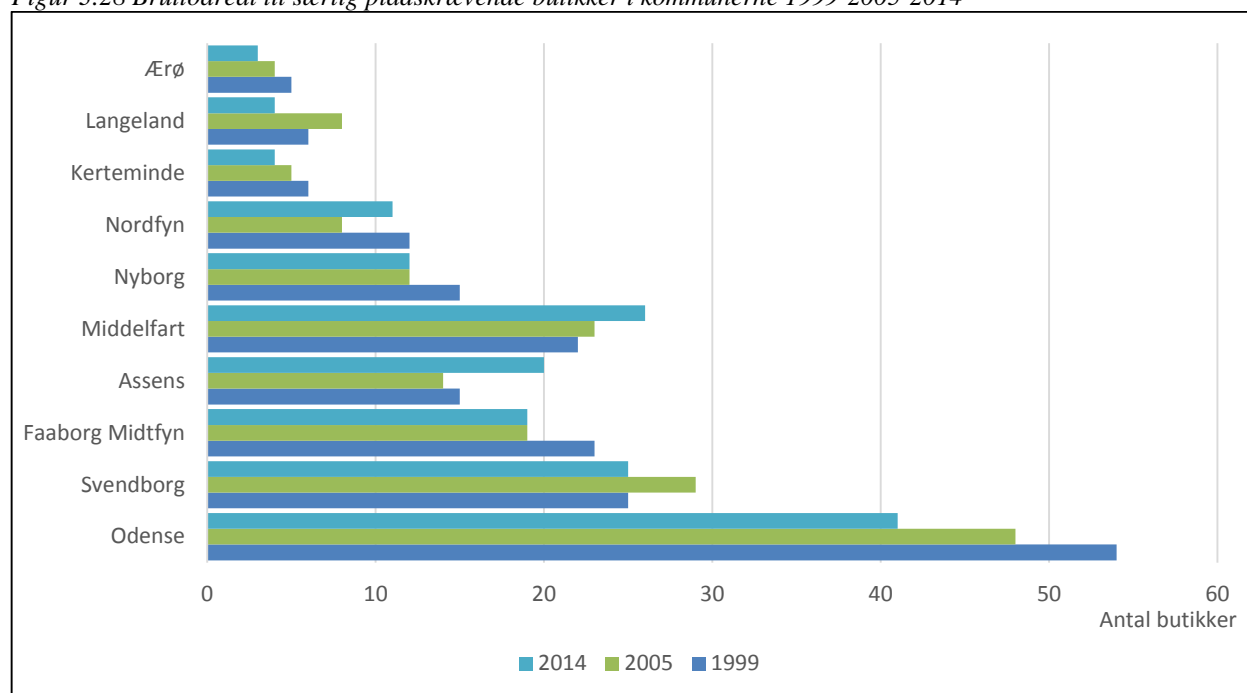
Bruttoareal

Det samlede bruttoareal til særlig pladskrævende butikker har været nogenlunde stabilt på Fyn totalt set. Det samlede bruttoareal var 359.700 m² i 2014. Det er 1% mindre end det samlede bruttoareal til særlig pladskrævende butikker i 1999 på 365.100 m².

I perioden 1999 til 2005 er bruttoarealet til særlig pladskrævende faldet 2 % til 357.600 m² i 2005. Omvendt er bruttoarealet fastholdt i perioden 2005 til 2014.

Figur 3.28 viser bruttoarealet til særlig pladskrævende butikker fordelt på kommunerne i 1999, 2005 og 2014.

Figur 3.28 Bruttoareal til særlig pladskrævende butikker i kommunerne 1999-2005-2014



Detailhandelsudviklingen - kommunerne

Tabel 3.20 viser bruttoarealet til særlig pladskrævende butikker i 1999, 2005 og 2014 fordelt på kommuner.

Tabel 3.20 Bruttoareal til særlig pladskrævende butikker 1999 – 2005 – 2014 (m²)

Kommune	1999	2005	2014	Ændring 1999-2014	Ændring i % 1999-2014
Ærø	4.200	4.400	3.600	-600	-14%
Langeland	7.400	8.900	6.000	-1.400	-19%
Kerteminde	12.200	13.300	8.200	-4.000	-33%
Nordfyn	19.500	17.700	20.800	+1.300	+7%
Nyborg	23.300	23.500	20.400	-2.900	-12%
Middelfart	42.200	42.700	51.700	+9.500	+23%
Assens	25.900	28.600	35.700	+9.800	+38%
Faaborg Midtfyn	34.500	39.000	21.100	-13.400	-39%
Svendborg	55.700	56.400	64.000	+8.300	+15%
Odense	140.200	123.100	128.200	-12.000	-9%
I alt	365.100	357.600	359.700	-5.400	-1%



Rosengårdcentret Odense



Nyborg bymidte

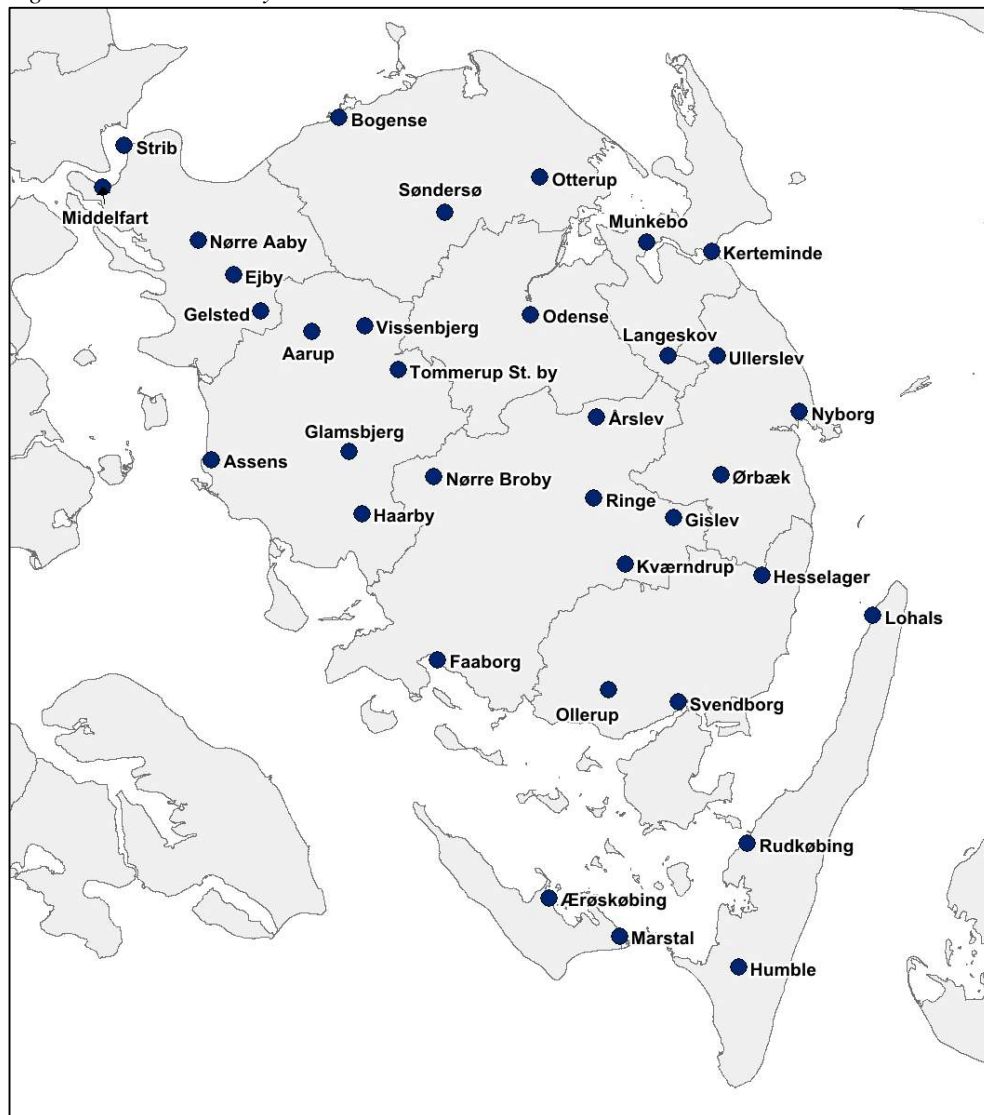
Udviklingen i de 35 byer

Udviklingen i de 35 byer

For at beskrive forskellige bytypers udvikling og samlede attraktion er der foretaget en sammenligning med de 35 modelbyer, der blev beskrevet i analysen af detailhandelen i Fyns Amt i 1999.

Således sammenlignes antallet af butikker i de 35 modelbyer, bruttoarealet, omsætningen, den gennemsnitlige butiksstørrelse, den gennemsnitlige attraktion, kædeandelen og handelsbalancen.

Figur 4.1 De 35 modelbyer



Befolkning

De fleste af de 35 modelbyer har haft en befolkningstilvækst i perioden 1999-2014. Samlet set er befolkningen i modelbyerne steget med 12 %. Således er den samlede befolkning i de 35 modelbyer 325.430 personer i 2014, hvilket dækker 2/3 af det samlede indbyggertal på Fyn.

Tabel 4.1 Befolkningsudviklingen i de 35 modelbyer 1999-2014

Byer	Befolkning 1999	Befolkning 2014	Index
Lohals	575	468	81
Humble	718	627	87
Hesselager	782	891	114
Ærøskøbing	1.045	930	89
Gislev	1.567	1.299	83
Ollerup	1.170	1.399	120
Nørre Broby	1.367	1.444	106
Ørbæk	1.266	1.592	126
Kværndrup	1.498	1.637	109
Gelsted	1.556	1.701	109
Ejby	1.864	1.967	106
Marstal	2.522	2.306	91
Tommerup St. by	2.142	2.365	110
Haarby	2.287	2.460	108
Ullerslev	2.527	2.732	108
Nørre Aaby	2.608	2.949	113
Søndersø	2.827	3.059	108
Vissenbjerg	3.112	3.118	100
Aarup	2.443	3.120	128
Glamsbjerg	3.064	3.205	105
Årslev	2.856	3.700	130
Bogense	3.294	3.721	113
Langeskov	3.565	4.007	112
Strib	3.948	4.449	113
Rudkøbing	4.849	4.537	94
Otterup	4.383	4.958	113
Munkebo	5.386	5.580	104
Ringe	4.846	5.693	117
Kerteminde	5.468	5.855	107
Assens	5.723	5.956	104
Faaborg	7.352	7.178	98
Middelfart	12.898	14.815	115
Nyborg	15.861	16.528	104
Svendborg	27.604	26.672	97
Odense	145.296	172.512	119
I alt	290.269	325.430	112

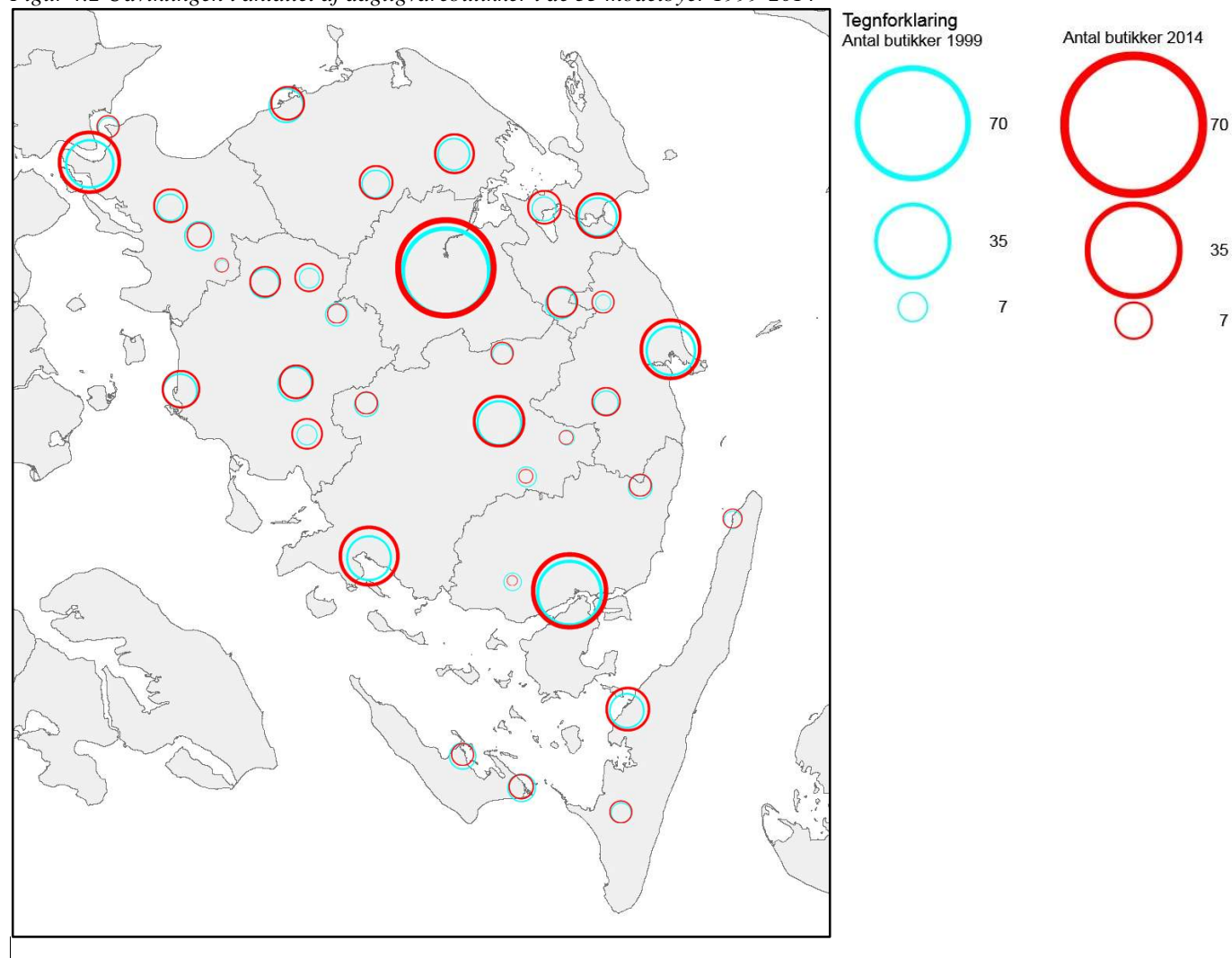
Butikkerne

I perioden 1999 til 2014 har der været en tilbagegang på 73 dagligvarebutikker i bymidterne, hvilket svarer til en tilbagegang på 17%. Tilbagegangen er primært sket i perioden 1999-2006, hvor antallet af dagligvarebutikker i de 35 byer er reduceret med 15 %.

Modelbyerne har generelt haft en tilbagegang i antallet af dagligvarebutikker, dog har 10 ud af de 35 byer ikke haft en tilbagegang eller endda en lille fremgang.

Figur 4.2 viser det samlede antal dagligvarebutikker i de 35 modelbyer i henholdsvis 1999 og 2014 – ringenes størrelse repræsenterer det samlede antal dagligvarebutikker i den enkelte bymidte. Desto større ring, desto flere dagligvarebutikker i bymidten. F.eks. viser den turkise ring i Svendborg bymidte, at der er et stort antal dagligvarebutikker og at antallet er faldet i forhold til 1999, da den røde ring er større.

Figur 4.2 Udviklingen i antallet af dagligvarebutikker i de 35 modelbyer 1999-2014



Tabel 4.2 viser udviklingen i antallet af dagligvarebutikker i 1999 - 2014 i de 35 modelbyer.

Tabel 4.2 Udviklingen i antallet af dagligvarebutikker i de 35 modelbyer 1999-2014

Bymidte	Dagligvarer 1999	Dagligvarer 2006	Dagligvarer 2014	Ændring 1999-2014
Lohals	4	3	2	-2
Humble	5	5	4	-1
Hesselager	7	6	4	-3
Ærøskøbing	8	6	4	-4
Gislev	3	2	2	-1
Ollerup	4	2	1	-3
Nørre Broby	7	6	4	-3
Ørbæk	7	5	6	-1
Kværndrup	5	2	2	-3
Gelsted	2	1	2	0
Ejby	10	6	5	-5
Marstal	9	5	5	-4
Tommerup St. by	6	4	3	-3
Haarby	5	7	7	2
Ullerslev	3	3	4	1
Nørre Aaby	8	7	8	0
Søndersø	9	7	8	-1
Vissenbjerg	5	5	6	1
Aarup	10	9	7	-3
Glamsbjerg	13	9	8	-5
Årslev	6	5	4	-2
Bogense	13	13	8	-5
Langeskov	11	8	7	-4
Strib	5	4	4	-1
Rudkøbing	13	14	13	0
Otterup	12	9	12	0
Munkebo	7	7	8	1
Ringe	21	19	18	-3
Kerteminde	16	14	14	-2
Assens	13	12	10	-3
Faaborg	21	14	23	2
Middelfart	24	20	25	1
Nyborg	25	25	24	-1
Svendborg	41	34	36	-5
Odense	70	65	57	-13
I alt	428	363	355	-73

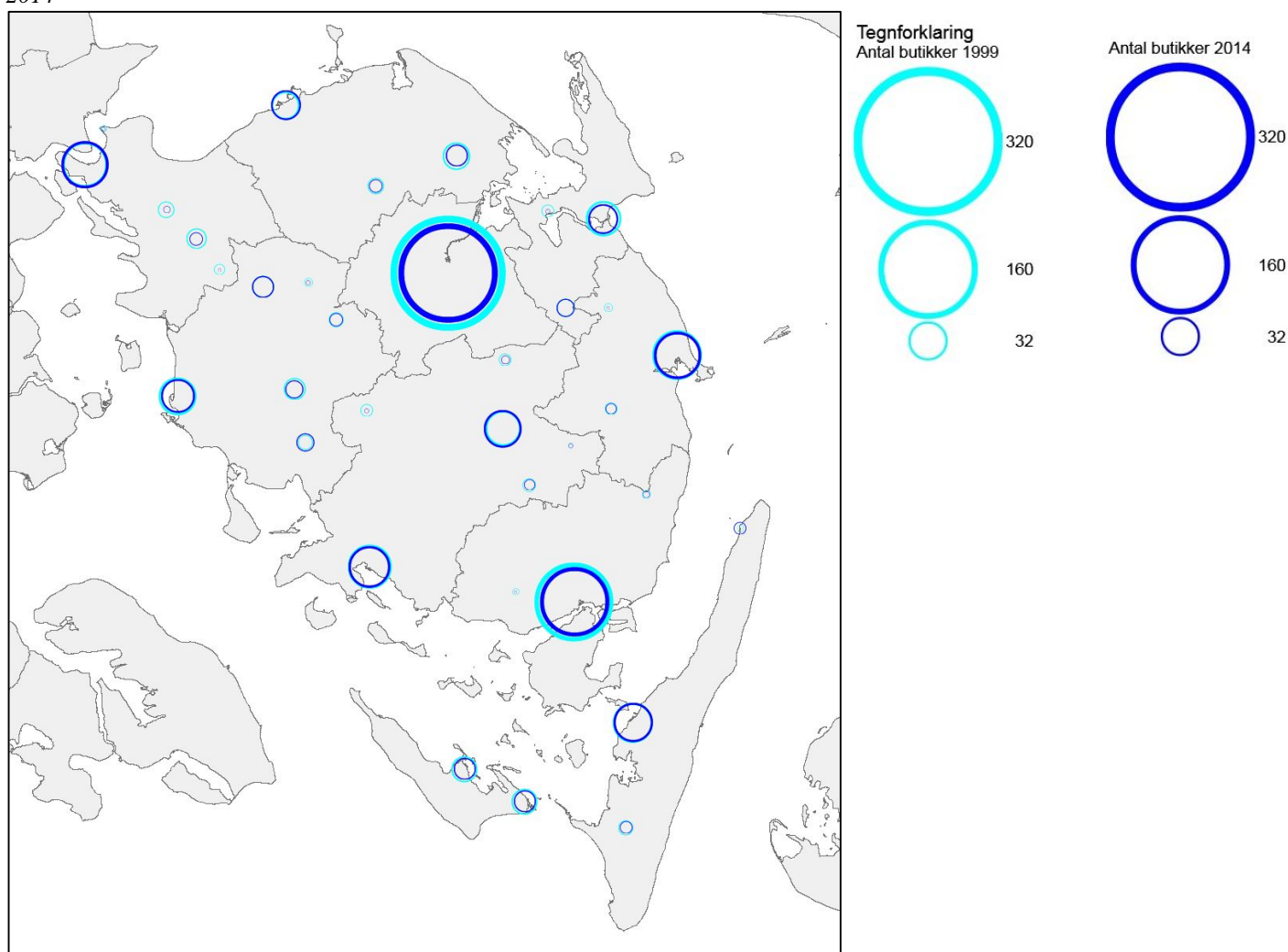
Udviklingen i de 35 byer

I perioden 1999-2014 er det samlede antal udvalgswarebutikker i byerne faldet med 18 %, hvilket svarer til et fald på 194 udvalgswarebutikker. I 2014 var der i alt 883 udvalgswarebutikker i de 35 modelbyer.

Modelbyerne har generelt haft en tilbagegang i antallet af udvalgswarebutikker, dog har 7 ud af de 35 byer ikke haft en tilbagegang eller endda en lille fremgang.

Figur 4.3 viser det samlede antal udvalgswarebutikker i de 35 modelbyer i henholdsvis 1999 og 2014 – ringenes størrelse repræsenterer det samlede antal udvalgswarebutikker i den enkelte bymidte. Desto større ring, desto flere udvalgswarebutikker i bymidten. F.eks. viser den blå ring i Odense bymidte Svendborg, at der er et stort antal beklædningsbutikker i bymidten, men at antallet er faldet i forhold til 1999, da den turkise ring er større.

Figur 4.3 Udviklingen i antallet af udvalgswarebutikker i de 35 modelbyer 1999-2014



Tabel 4.3 viser udviklingen i antallet af udvalgswarebutikker i de 35 modelbyer 1999 - 2014.

Tabel 4.3 Udviklingen i antallet af udvalgswarebutikker i de 35 modelbyer 1999-2014

Bymidte	Udvalgsvarer 1999	Udvalgsvarer 2006	Udvalgsvarer 2014	Ændring 1999 - 2014
Lohals	2	1	5	3
Humble	9	6	6	-3
Hesselager	3	3	2	-1
Ærøskøbing	23	15	17	-6
Gislev	1	1	1	0
Ollerup	2	0	-	-2
Nørre Broby	6	4	1	-5
Ørbæk	6	2	4	-2
Kværndrup	7	4	4	-3
Gelsted	4	2	-	-4
Ejby	14	11	7	-7
Marstal	22	17	15	-7
Tommerup St. by	9	7	7	-2
Haarby	8	11	12	4
Ullerslev	3	2	-	-3
Nørre Aaby	10	6	2	-8
Søndersø	10	8	7	-3
Vissenbjerg	3	3	1	-2
Aarup	15	14	17	2
Glamsbjerg	17	12	11	-6
Årslev	5	3	3	-2
Bogense	25	23	27	2
Langeskov	12	10	11	-1
Strib	2	1	1	-1
Rudkøbing	50	45	48	-2
Otterup	25	19	16	-9
Munkebo	4	4	1	-3
Ringe	37	34	42	5
Kerteminde	38	34	29	-9
Assens	43	35	35	-8
Faaborg	57	41	53	-4
Middelfart	60	51	66	6
Nyborg	70	55	66	-4
Svendborg	161	108	127	-34
Odense	314	249	239	-75
I alt	1077	841	883	-194

Udviklingen i de 35 byer

Beklædningsbutikker er ofte en indikator, der bruges til at bedømme en bymidtes attraktion og for, om byen har et regionalt opland d.v.s. et opland, der rækker væsentligt ud over kommunegrænsen.

Er udbuddet af beklædningsbutikker attraktivt, vil der som regel også være et godt udbud af andre butikker.

Tabellen viser ,at det samlede antal beklædningsbutikker i byerne er faldet med 7 %, hvilket svarer til et fald på 27 beklædningsbutikker.

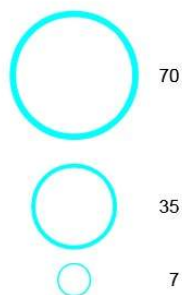
Modelbyerne har generelt haft en uensartet udvikling i forhold til beklædningsbutikker. 22 ud af de 35 byer haft en tilbagegang eller et uændret antal beklædningsbutikker. I flere af de mindre byer, hvor der tidligere kun har ligget få beklædningsbutikker, er der i dag ingen beklædningsbutikker tilbage i bymidten.



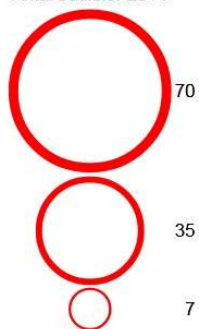
Din Tøjmand Svendborg

Figur 4.4 viser det samlede antal beklædningsbutikker i de 35 modelbyer i henholdsvis 1999 og 2014 – ringenes størrelse repræsenterer det samlede antal beklædningsbutikker i den enkelte bymidte. Desto større ring, desto flere beklædningsbutikker i bymidten. F.eks. viser den turkise ring i Svendborg bymidte, at der er et stort antal beklædningsbutikker, men at antallet er faldet i forhold til 1999, da den turkise ring er større.

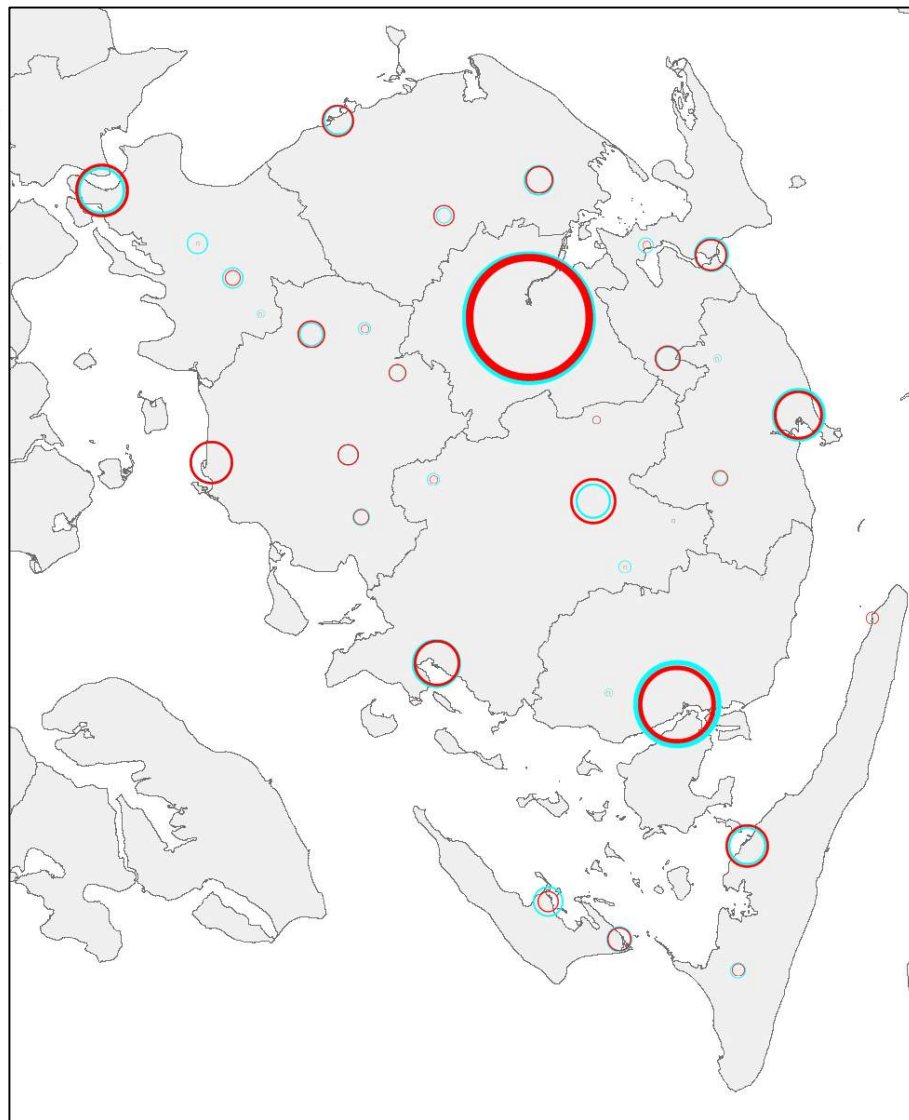
Tegnforklaring
Antal butikker 1999



Antal butikker 2014



Figur 4.4 Udviklingen i antallet af beklædningsbutikker i de 35 modelbyer 1999-2014



Udviklingen i de 35 byer

Tabel 4.4 viser udviklingen i antallet af beklædningsbutikker i de 35 modelbyer i 1999-2014.

Tabel 4.4 Udviklingen i antallet af beklædningsbutikker i de 35 modelbyer 1999-2014

Bymidte	Beklædning 1999	Beklædning 2006	Beklædning 2014	Ændring 1999-2014
Lohals	0	0	2	2
Humble	3	1	2	-1
Hesselager	0	0	0	0
Ærøskøbing	10	6	5	-5
Gislev	0	0	0	0
Ollerup	1	0	0	-1
Nørre Broby	2	1	1	-1
Ørbæk	1	1	3	2
Kværndrup	2	0	0	-2
Gelsted	1	0	0	-1
Ejby	5	4	3	-2
Marstal	7	4	6	-1
Tommerup St. by	4	3	4	0
Haarby	4	4	3	-1
Ullerslev	0	0	0	0
Nørre Aaby	5	3	0	-5
Søndersø	3	3	5	2
Visenbjerg	2	2	1	-1
Aarup	6	6	8	2
Glamsbjerg	5	5	5	0
Årslev	1	1	1	0
Bogense	9	9	11	2
Langeskov	6	6	7	1
Strib	0	0	0	0
Rudkøbing	14	15	18	4
Otterup	10	7	8	-2
Munkebo	3	3	1	-2
Ringe	12	12	20	8
Kerteminde	12	12	11	-1
Assens	17	17	18	1
Faaborg	23	16	20	-3
Middelfart	22	20	27	5
Nyborg	26	26	23	-3
Svendborg	63	46	53	-10
Odense	133	108	119	-14
I alt	412	341	385	-27

Bruttoareal

Bruttoarealet er defineret som det samlede areal, der hører til butikken, hvilket vil sige salgsareal og eventuelle kontorer, lager- og personalerum.

Bruttoarealerne er opgjort efter butikkens hovedbranche, i dagligvarebutikker eller udvalgsvarerbutikker. I butikker med aktiviteter inden for flere branchekategorier bliver bruttoarealet henvist til hovedbranchen dagligvarer, mens omsætningen bliver fordelt på henholdsvis udvalgsvarer og dagligvarer.

ICP har opgjort bruttoarealet for samtlige eksisterende butikker i de 35 modelbyer, men der kan herudover periodevis være enkelte butiksljemål, der er under ombygning eller ændring.

Det samlede dagligvarebruttoareal er steget med 19 % i de 35 modelbyer i perioden 1999-2014.

Modelbyerne har generelt haft en stigning i antallet af dagligvarebruttoarealet, dog har 8 ud af de 35 byer haft en tilbagegang. Stigningen i dagligvarebruttoarealet er primært sket i perioden 2006-2014. Det samlede dagligvarebruttoareal udgjorde i 2014 godt 198.000m².

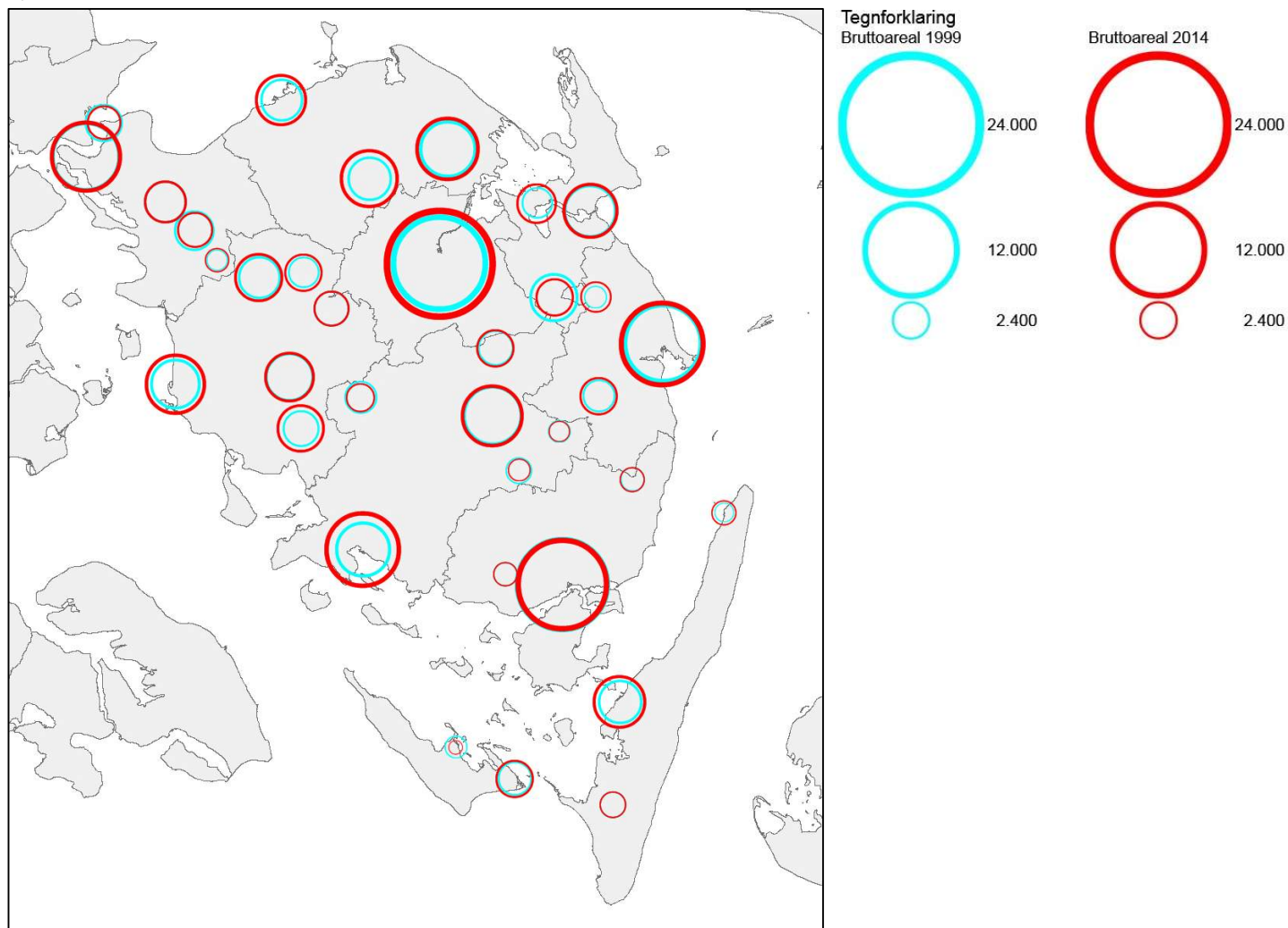


Superbrugsen Sønderø

Udviklingen i de 35 byer

Figur 4.5 viser det samlede dagligvarebruttoareal i de 35 modelbyer i henholdsvis 1999 og 2014 – ringenes størrelse repræsenterer det samlede bruttoareal i den enkelte bymidte. Desto større ring, desto større dagligvarebruttoareal. F.eks. viser den røde ring i Faaborg, at dagligvarebruttoarealet er steget i 2014 i forhold til 1999, som er den lidt mindre ring i den turkise farve.

Figur 4.5 Udviklingen i det samlede dagligvarebruttoareal i de 35 modelbyer 1999-2014



Tabel 4.5 viser udviklingen i det samlede dagligvarebruttoareal i de 35 modelbyer i perioden 1999-2014.

Tabel 4.5 Udviklingen i det samlede dagligvarebruttoareal i de 35 modelbyer 1999-2014

Bymidte	Dagligvarer 1999	Dagligvarer 2006	Dagligvarer 2014	Ændring 1999 - 2014
Lohals	996	853	1.381	382
Humble	1.960	1.960	1.995	35
Hesselager	1.575	1.445	1.778	203
Ærøskøbing	1.420	1.070	572	-848
Gislev	1.414	1.156	1.195	-219
Ollerup	1.515	1.385	1.523	8
Nørre Broby	2.480	2.455	2.090	-390
Ørbæk	2.620	2.130	3.450	830
Kværndrup	1.850	1.430	1.339	-511
Gelsted	1.155	1.085	1.515	360
Ejby	4.026	3.400	2.950	-1.076
Marstal	2.716	2.188	3.474	758
Tommerup St. by	3.030	2.367	3.001	-29
Haarby	3.370	3.785	5.279	1.909
Ullerslev	1.435	1.445	2.395	960
Nørre Aaby	4.364	4.294	4.213	-151
Søndersø	4.472	3.575	7.619	3.147
Vissenbjerg	2.385	2.385	3.481	1.096
Aarup	4.370	4.255	5.358	988
Glamsbjerg	5.435	3.775	5.877	442
Årslev	2.930	1.930	3.558	628
Bogense	4.282	4.282	6.152	1.870
Langeskov	5.517	5.017	3.422	-2.095
Strib	3.520	3.370	2.820	-700
Rudkøbing	4.455	5.430	6.382	1.927
Otterup	7.187	6.755	8.775	1.588
Munkebo	2.270	2.270	4.061	1.791
Ringe	8.005	9.435	8.590	585
Kerteminde	6.320	6.190	6.729	409
Assens	5.773	5.738	8.357	2.584
Faaborg	6.636	3.757	12.446	5.810
Middelfart	10.239	9.594	10.498	259
Nyborg	13.214	12.642	14.956	1.742
Svendborg	17.245	15.426	17.141	-104
Odense	18.612	18.655	23.696	5.084
I alt	168.793	156.929	198.068	29.275

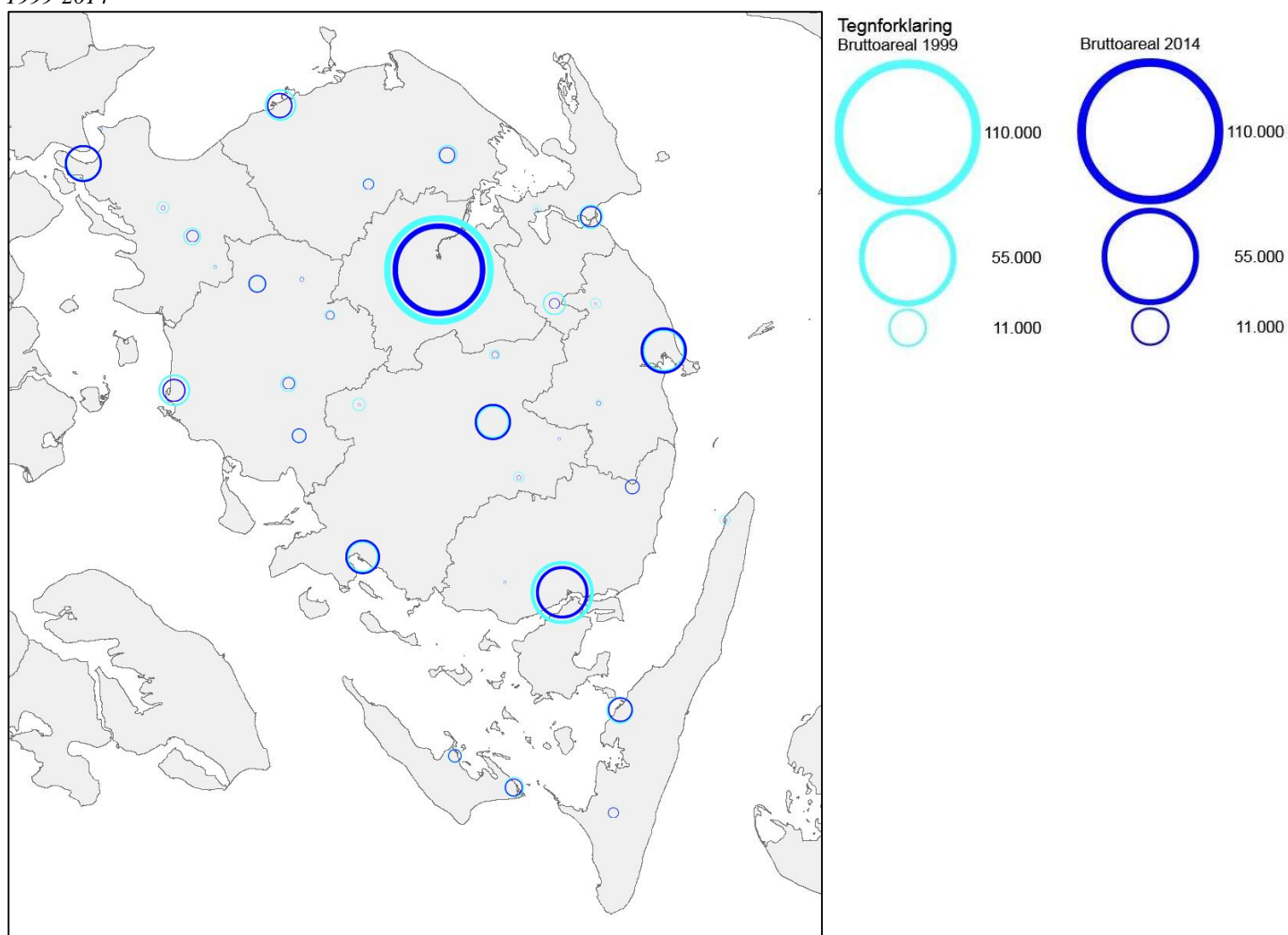
Udviklingen i de 35 byer

Det samlede udvalgsvarebruttoareal er faldet med 21 % i de 35 modelbyer i perioden 1999-2014.

Modelbyerne har generelt haft et fald i udvalgsvarebruttoarealet, dog har 6 ud af de 35 byer haft en fremgang. Faldet i udvalgsvarebruttoarealet er primært sket i perioden 1999-2006.

Figur 4.6 viser det samlede udvalgsvarebruttoareal i de 35 modelbyer i henholdsvis 1999 og 2014 – ringenes størrelse repræsenterer det samlede bruttoareal i den enkelte bymidte. Desto større ring, desto større udvalgsvarebruttoareal. F.eks. viser den blå ring i Faaborg, at udvalgsvarebruttoarealet er steget i 2014 i forhold til i 1999, som er den lidt mindre ring i den turkise farve.

Figur 4.6 Udviklingen i det samlede udvalgsvarebruttoareal i de 35 modelbyer 1999-2014



Tabel 4.6 viser udviklingen i det samlede udvalgsvarebruttoareal i de 35 modelbyer i perioden 1999-2014.

Tabel 4.6 Udviklingen i det samlede udvalgsvarebruttoareal i de 35 modelbyer 1999-2014

Bymidte	Udvalgsvarer 1999	Udvalgsvarer 2006	Udvalgsvarer 2014	Ændring 1999 - 2014
Lohals	1.496	400	310	-1.186
Humble	1.555	1.240	1.318	-237
Hesselager	3.090	3.090	2.770	-320
Ærøskøbing	3.076	2.706	2.373	-703
Gislev	300	300	120	-180
Ollerup	245	-	-	-245
Nørre Broby	2.200	1.450	160	-2.040
Ørbæk	765	350	365	-400
Kværndrup	1.355	1.120	460	-895
Gelsted	401	296	-	-401
Ejby	3.779	3.055	1.700	-2.079
Marstal	4.783	3.016	3.896	-887
Tommerup St.	1.551	1.236	950	-601
Haarby	2.585	4.072	3.007	422
Ullerslev	1.340	378	-	-1.340
Nørre Aaby	1.817	910	507	-1.310
Søndersø	1.646	1.423	1.257	-389
Vissenbjerg	320	320	458	138
Aarup	3.710	3.340	3.912	202
Glamsbjerg	3.771	2.255	1.866	-1.905
Årslev	1.320	585	596	-724
Bogense	10.720	10.170	8.142	-2.578
Langeskov	5.965	1.775	1.352	-4.613
Strib	190	40	40	-150
Rudkøbing	8.451	8.144	7.371	-1.080
Otterup	4.943	3.933	3.326	-1.617
Munkebo	1.050	950	280	-770
Ringe	11.691	9.541	13.251	1.560
Kerteminde	7.069	5.814	5.231	-1.838
Assens	11.022	9.180	6.320	-4.702
Faaborg	11.007	8.899	13.070	2.063
Middelfart	13.558	11.622	14.349	791
Nyborg	19.253	16.355	23.036	3.783
Svendborg	39.190	29.021	27.573	-11.617
Odense	100.900	84.439	75.297	-25.603
I alt	286.114	231.425	224.663	-61.451

Udviklingen i de 35 byer

Det gennemsnitlige dagligvarebruttoareal er steget med 164 m². Således er den gennemsnitlige butiksstørrelse for dagligvarebutikker steget i de 35 modelbyer fra 394 m² i 1998 til 558 m² i 2014.

Tabel 4.7 viser udviklingen i den gennemsnitlige butiksstørrelse på dagligvarebutikkerne i perioden 1999-2014.

Tabel 4.7 Udviklingen i den gennemsnitlige butiksstørrelse på dagligvarebutikker i de 35 modelbyer 1999-2014

	Gns. butiksstørrelse 1999	Gns. butiksstørrelse 2006	Gns. butiksstørrelse 2014	Ændring
Lohals	249	284	690	441
Humble	392	392	499	107
Hesselager	225	241	445	220
Ærøskøbing	178	178	143	-35
Gislev	471	578	598	126
Ollerup	379	693	1.523	1144
Nørre Broby	354	409	523	168
Ørbæk	374	426	575	201
Kværndrup	370	715	670	300
Gelsted	578	1.085	758	180
Ejby	403	567	590	187
Marstal	302	438	695	393
Tommerup St. by	505	592	1.000	495
Haarby	674	541	754	80
Ullerslev	478	482	599	120
Nørre Aaby	546	613	527	-19
Søndersø	497	511	952	455
Vissenbjerg	477	477	580	103
Aarup	437	473	765	328
Glamsbjerg	418	419	735	317
Årslev	488	386	890	401
Bogense	329	329	769	440
Langeskov	502	627	489	-13
Strib	704	843	705	1
Rudkøbing	343	388	491	148
Otterup	599	751	731	132
Munkebo	324	324	508	183
Ringe	381	497	477	96
Kerteminde	395	442	481	86
Assens	444	478	836	392
Faaborg	316	268	541	225
Middelfart	427	480	420	-7
Nyborg	529	506	623	95
Svendborg	421	454	476	56
Odense	266	287	416	150
I alt	394	432	558	164

Det gennemsnitlige udvalgsvarebruttoareal er faldet med 12 m². Således er den gennemsnitlige butiksstørrelse for udvalgsvarebutikker faldet i de 35 modelbyer fra 266 m² i 1998 til 254 m² i 2014.

Tabel 4.8 viser udviklingen i den gennemsnitlige butiksstørrelse på udvalgsvarebutikkerne i perioden 1999-2014.

Tabel 4.8 Udviklingen i den gennemsnitlige butiksstørrelse på udvalgsvarebutikker i de 35 modelbyer 1999-2014

	Gns. butiksstørrelse 1999	Gns. butiksstørrelse 2006	Gns. butiksstørrelse 2014	Ændring
Lohals	748	400	62	-686
Humble	173	207	220	47
Hesselager	1030	1.030	1385	355
Ærøskøbing	134	180	140	6
Gislev	300	300	120	-180
Ollerup	123	0	0	-123
Nørre Broby	367	363	160	-207
Ørbæk	128	175	91	-36
Kværndrup	194	280	115	-79
Gelsted	100	148	0	-100
Ejby	270	278	243	-27
Marstal	217	177	260	42
Tommerup St. by	172	177	136	-37
Haarby	323	370	251	-73
Ullerslev	447	189	0	-447
Nørre Aaby	182	152	254	72
Søndersø	165	178	180	15
Vissenbjerg	107	107	458	-351
Aarup	247	239	230	-17
Glamsbjerg	222	188	170	-52
Årslev	264	195	199	-65
Bogense	429	442	302	-127
Langeskov	497	178	123	-374
Strib	95	40	40	-55
Rudkøbing	169	181	154	-15
Otterup	198	207	208	10
Munkebo	263	238	280	18
Ringe	316	281	316	-0
Kerteminde	186	171	180	-6
Assens	256	262	181	-76
Faaborg	193	217	247	53
Middelfart	226	228	217	-9
Nyborg	275	297	349	74
Svendborg	243	269	217	-26
Odense	321	339	315	-6
I alt	266	275	254	-12

Udviklingen i de 35 byer

For at give en karakteristik af butiksudbuddet på Fyn har ICP i forbindelse med rekognosceringen af butikkerne foretaget en overordnet bedømmelse af hver enkelt butiks attraktion.

I vurderingen er der bl.a. taget hensyn til kvaliteten og bredden i butikkens sortiment, butikkens størrelse i forhold til sortimentet og branchen, disponeringen af arealerne samt butikkens indretning og fremtoning – herunder skilte og facader.

Følgende skala er anvendt:

5: Meget høj

4: Høj

3: Middel

2: Lav

1: Meget lav

Vurderingen skal derfor opfattes som en forbrugers bedømmelse af den enkelte butiks attraktion.

Både dagligvarebutikkerne og udvalgswarebutikkerne i de 35 modelbyer er vurderet til at have en gennemsnitlig højere attraktion i 2014 i forhold til 1999. Den gennemsnitlige attraktion for dagligvarebutikkerne er steget fra 2,9 i 1999 til 3,1 i 2014. Tilsvarende er udvalgswarebutikkernes gennemsnitlige attraktion steget fra 2,8 i 1999 til 2,9 i 2014.



Skobutik i Assens

Tabel 4.9 viser udviklingen af den gennemsnitlige attraktion i de 35 modelbyer for henholdsvis dagligvarebutikkerne og udvalgsvarerbutikkerne i perioden 1999-2014.

Tabel 4.9 Udviklingen i den gennemsnitlige attraktion for henholdsvis dagligvarebutikkerne og udvalgsvarerbutikkerne i de 35 modelbyer 1999-2014

Bymidte	Dagligvarer 1999	Dagligvarer 2014	Udvalgsvarer 1999	Udvalgsvarer 2014
Lohals	2,3	*	*	2,0
Humble	3,0	2,8	2,2	2,0
Hesselager	3,0	2,5	3,3	*
Ærøskøbing	2,8	2,5	2,2	2,8
Gislev	3,0	*	*	*
Ollerup	2,5	*	*	-
Nørre Broby	2,1	2,8	2,8	*
Ørbæk	3,0	3,0	2,4	2,0
Kværndrup	3,0	*	2,3	2,0
Gelsted	*	*	*	-
Ejby	3,0	3,0	2,6	2,3
Marstal	3,0	2,6	2,7	2,7
Tommerup St. by	3,2	3,3	2,3	2,4
Haarby	3,2	3,4	2,8	2,8
Ullerslev	2,7	2,8	2,3	-
Nørre Aaby	3,1	2,8	2,4	2,5
Søndersø	3,0	3,4	2,6	2,9
Vissenbjerg	3,4	3,3	1,7	*
Aarup	2,2	3,0	2,2	2,6
Glamsbjerg	3,0	3,1	2,8	2,6
Årslev	2,2	3,0	2,0	2,7
Bogense	2,9	3,3	2,4	2,6
Langeskov	3,3	3,3	3,0	2,4
Strib	3,2	3,5	*	*
Rudkøbing	2,9	3,4	2,8	2,6
Otterup	2,8	3,3	2,7	2,8
Munkebo	2,6	2,9	2,2	*
Ringe	3,1	3,2	2,8	3,1
Kerteminde	2,6	3,3	2,8	2,9
Assens	3,0	3,4	2,8	2,7
Faaborg	3,0	3,0	2,8	2,9
Middelfart	3,1	3,2	2,9	2,8
Nyborg	3,1	3,3	2,8	3,2
Svendborg	2,9	3,2	2,9	3,3
Odense	3,0	3,0	3,1	3,0
I alt	2,9	3,1	2,8	2,9

* Attraktionen ikke kan vises grundet diskretionshensyn.

Kæder

Et udbudspunkts styrke kan blandt andet udtrykkes i den andel af butikkerne, som er del af en kæde.

Kædebutikker har nogle fordele for et udbudspunkt i at kunne tilbyde kundeservice som for eksempel landsdækkende bytteservice, gavekort, ensartede butikker samt mulighed for et større markedsføringsprogram end en enkeltstående, uprofileret butik.

Omvendt kan uprofilerede butikker på en helt anden måde tilpasse sortiment og personlig service til lokale forhold og kan medvirke til, at et indkøbssted ikke bare ligner alle de andre.

Kædeandelen indenfor dagligvarebutikker i de 35 modelbyer er samlet set steget fra 51 % til 60 % fra 1999 til 2014. I flere af bymidterne er kædeandelen 100%.

Kædeandelen indenfor udvalgswarebutikker i de 35 bymidter er samlet set steget fra 36 % til 39 % fra 1999 til 2014.



Gerritsgade Svendborg

Tabel 4. 10 viser kædeandelen i de 35 modelbyer for dagligvarer 1999 og 2014.

Tabel 4.10 Kædeandel for dagligvarebutikkerne i de 35 modelbyer 1999 og 2014

Bymidte	Andel 1999	Andel 2014
Lohals	75%	50%
Humble	20%	75%
Hesselager	86%	50%
Ærøskøbing	50%	50%
Gislev	100%	100%
Ollerup	25%	100%
Nørre Broby	43%	50%
Ørbæk	43%	67%
Kværndrup	60%	100%
Gelsted	100%	50%
Ejby	50%	60%
Marstal	56%	40%
Tommerup St. by	50%	100%
Haarby	60%	71%
Ullerslev	67%	75%
Nørre Aaby	38%	63%
Søndersø	67%	75%
Vissenbjerg	60%	83%
Aarup	40%	57%
Glamsbjerg	62%	88%
Årslev	50%	100%
Bogense	54%	100%
Langeskov	36%	43%
Strib	40%	50%
Rudkøbing	54%	54%
Otterup	67%	67%
Munkebo	71%	63%
Ringe	62%	72%
Kerteminde	50%	43%
Assens	62%	100%
Faaborg	62%	52%
Middelfart	42%	52%
Nyborg	64%	71%
Svendborg	44%	50%
Odense	39%	40%
I alt	51%	60%

Udviklingen i de 35 byer

Tabel 4. 11 viser kædeandelen i de 35 modelbyer for udvalgsvarer i 1999 og 2014.

Tabel 4.11 Kædeandel for udvalgswarebutikkerne i de 35 modelbyer 1999 og 2014

Bymidte	Andel 1999	Andel 2014
Lohals	50%	0%
Humble	44%	33%
Hesselager	67%	0%
Ærøskøbing	13%	0%
Gislev	0%	0%
Ollerup	0%	-
Nørre Broby	67%	100%
Ørbæk	17%	0%
Kværndrup	0%	0%
Gelsted	0%	-
Ejby	21%	43%
Marstal	23%	20%
Tommerup St. by	33%	57%
Haarby	50%	33%
Ullerslev	33%	-
Nørre Aaby	20%	100%
Søndersø	30%	43%
Vissenbjerg	67%	0%
Aarup	20%	41%
Glamsbjerg	35%	55%
Årslev	20%	0%
Bogense	20%	41%
Langeskov	17%	18%
Strib	0%	0%
Rudkøbing	38%	27%
Otterup	36%	31%
Munkebo	50%	0%
Ringe	43%	36%
Kerteminde	34%	28%
Assens	28%	37%
Faaborg	33%	40%
Middelfart	33%	38%
Nyborg	36%	52%
Svendborg	43%	49%
Odense	40%	41%
I alt	36%	39%

Omsætningen

Af tabel 4.12 og 4.13 fremgår daglig- og udvalgsvareomsætningerne i de 35 modelbyer. Af anonymitetshensyn er det for en række af områderne ikke muligt at vise omsætningstallene.

Disse anonymitetshensyn træder i kraft, hvor der enten er for få butikker inden for de enkelte branchegrupper eller hvor få butikker har en meget stor del af omsætningen inden for branchegruppen.

Den samlede dagligvareomsætning i de 35 modelbyer var knap 5,1 mia. kr. i 2013, hvilket er en stigning på 28 % i forhold til 1998, hvor den samlede omsætning var knap 4 mia. kr.

Den samlede udvalgsvareomsætning i de 35 modelbyer var 3,8 mia. kr. hvilket er et fald på 4 % i forhold til 1999, hvor den samlede omsætning udvalgsvareomsætning var knap 3,9 mia. kr.



Kongensgade Odense

Udviklingen i de 35 byer

Tabel 4.12 Udviklingen i dagligvareomsætningen i de 35 modelbyer 1998-2013
(i 1.000. kr.)

Bymidte	Dagligvarer 1998	Dagligvarer 2013	Index 1998-2013
Lohals	*	20.810	*
Humble	*	44.863	*
Hesselager	11.512	*	*
Ærøskøbing	23.220	*	*
Gislev	27.800	*	*
Ollerup	*	*	*
Nørre Broby	32.694	*	*
Ørbæk	*	*	*
Kværndrup	*	*	*
Gelsted	*	*	*
Ejby	74.450	*	*
Marstal	74.291	*	*
Tommerup St. by	*	*	*
Haarby	92.600	*	*
Ullerslev	*	*	*
Nørre Aaby	*	102.211	*
Søndersø	88.550	180.987	204
Vissenbjerg	62.650	99.214	158
Aarup	86.100	114.491	132
Glamsbjerg	90.590	*	*
Årslev	*	*	*
Bogense	118.375	*	*
Langeskov	123.040	*	*
Strib	*	*	*
Rudkøbing	124.082	171.083	138
Otterup	193.150	198.006	103
Munkebo	67.175	90.000	134
Ringe	210.600	299.200	142
Kerteminde	183.843	230.000	125
Assens	171.400	177.971	104
Faaborg	203.770	321.130	158
Middelfart	211.308	262.248	124
Nyborg	301.340	393.516	131
Svendborg	371.974	421.740	113
Odense	584.110	620.601	106
I alt	3.978.448	5.096.488	128

* Omsætningen ikke kan vises grundet diskretionshensyn.

Tabel 4.13 Udviklingen i udvalgsvarereomsætningen i de 35 modelbyer 1998-2013
(i 1.000. kr.)

Bymidte	Udvalgsvarer 1998	Udvalgsvarer 2013	Index 1998-2013
Lohals	*	< 5.000	*
Humble	8.535	< 5.000	*
Hesselager	17.219	*	*
Ærøskøbing	26.037	23.281	89
Gislev	*	*	*
Ollerup	*	*	*
Nørre Broby	11.100	*	*
Ørbæk	19.532	*	*
Kværndrup	9.290	8.060	87
Gelsted	3.040	*	*
Ejby	26.643	28.496	107
Marstal	46.483	36.750	79
Tommerup St. by	20.480	10.927	53
Haarby	32.545	30.461	94
Ullerslev	*	*	*
Nørre Aaby	14.199	14.526	102
Søndersø	30.451	*	*
Vissenbjerg	4.175	*	*
Aarup	39.225	29.500	75
Glamsbjerg	35.362	19.388	55
Årslev	< 5.000	< 5.000	*
Bogense	56.176	73.581	131
Langeskov	47.781	23.930	50
Strib	*	*	*
Rudkøbing	106.140	83.951	79
Otterup	53.750	58.101	108
Munkebo	6.265	*	*
Ringe	148.572	168.218	113
Kerteminde	99.085	108.597	110
Assens	115.198	90.705	79
Faaborg	179.253	224.477	125
Middelfart	232.135	229.740	99
Nyborg	282.721	363.087	128
Svendborg	642.802	528.197	82
Odense	1.651.303	1.608.887	97
I alt	3.983.327	3.842.677	96

* Omsætningen ikke kan vises grundet diskretionshensyn.

Handelsbalancen

Ved at sætte den realiserede omsætning i butikkerne i de 35 modelbyer i forhold til forbruget, baseret på byens indbyggertal, fås et udtryk for dækningsgraden eller hvor stor en del af det potentielle forbrug i byen, der svarer til omsætningen i byens butikker i 2013.

Dækningsgraden afspejler således ikke, hvorledes omsætningen er sammensat af køb fra lokale forbrugere og forbrugere bosat i andre områder, men er alene udtryk for, om der er overskud eller underskud på handelsbalancen i den pågældende by.

I det følgende er forholdet mellem omsætningen og forbruget af henholdsvis daglig- og udvalgsvarer beregnet for de 35 modelbyer.

Den samlede dagligvareomsætning i de 35 modelbyer er således 37 % lavere end det samlede dagligvareforbrug i de 35 byer. Hermed er der en del forbrugere, som er bosat i byerne, der handler dagligvarer i butikkerne udenfor bymidterne. Den samlede handelsbalance for de 35 modelbyer er dermed faldet med 6 % point siden 1999.

Udvalgsvareomsætningen i de 35 modelbyer er 40 % lavere end udvalgsvarerforbruget i de 35 byer. Det vil sige at forbrugere, som er bosat i byerne, handler i betydeligt omfang udenfor bymidterne. Handelsbalancen er faldet med 26 % point siden 1999.



Kongensgade Odense

Tabel 4.14 viser udviklingen i handelsbalancen for dagligvarer og udvalgsvarer i de 35 modelbyer fra 1999 til 2014.

Tabel 4.14 Udviklingen i handelsbalancen for dagligvarer og udvalgsvarer i de 35 modelbyer 1998-2013

Bymidte	Dagligvarer 1998	Dagligvarer 2013	Udvalgsvarer 1998	Udvalgsvarer 2013
Lohals	76	176	33	15
Humble	386	283	74	40
Hesselager	222	191	38	84
Ærøskøbing	113	287	156	125
Gislev	90	121	3	2
Ollerup	84	81	15	7
Nørre Broby	121	117	51	1
Ørbæk	197	238	55	29
Kværndrup	246	98	39	25
Gelsted	114	102	12	11
Ejby	202	156	89	69
Marstal	149	120	115	80
Tommerup St. by	123	121	60	23
Haarby	205	207	89	62
Ullerslev	61	63	13	2
Nørre Aaby	134	131	34	23
Søndersø	159	239	67	35
Vissenbjerg	102	126	8	6
Aarup	116	145	100	47
Glamsbjerg	150	156	72	30
Årslev	61	92	11	6
Bogense	182	166	106	101
Langeskov	175	112	84	29
Strib	57	73	1	8
Rudkøbing	130	149	137	94
Otterup	223	161	77	60
Munkebo	63	63	7	4
Ringe	220	212	191	149
Kerteminde	170	153	113	91
Assens	152	118	126	76
Faaborg	140	180	152	158
Middelfart	83	67	112	73
Nyborg	99	95	99	110
Svendborg	64	62	166	99
Odense	20	15	71	49
I alt	69	63	86	60

Forhandlere af særlig pladskrævende varegrupper

Der er foretaget en opgørelse over udviklingen i antallet af butikker, der forhandler særlig pladskrævende varegrupper i de 35 modelbyer. Der er her tale om butikker, der forhandler planter, biler, campingvogne, lystbåde samt bygge- og trælstartikler til private. Desuden indgår møbelbutikker, der alene sælger møbler.

Der er i opgørelsen af butikkerne med særlig pladskrævende taget udgangspunkt i den gældende definition af særligt pladskrævendevarer, således er de gamle registreringer af særligt pladskrævende butikker tilpasset den nuværende definition. Dvs. at f.eks. køkkenbutikker ikke fremgår som særligt pladskrævende butikker i tabel 4.15, som ellers var den gældende definition i 1999 og 2006.

Tabel 4.15 viser udviklingen i det samlede antal butikker og det samlede bruttoareal samt den gennemsnitlige butiksstørrelse for særligt pladskrævende butikker i de 35 modelbyer 1999-2014.

Det samlede antal butikker med særligt pladskrævende varegrupper er faldet i perioden 1999-2014 i de 35 modelbyer. Tilsvarende er det samlede bruttoareal reduceret fra knap 33.000 m² i 1999 til knap 12.000 m² i 2014.

Tabel 4.15 Udviklingen i det samlede antal butikker og det samlede bruttoareal og samt den gennemsnitlige butiksstørrelse for særligt pladskrævende butikker i de 35 modelbyer 1999-2014

	1999	2006	2014
Antal butikker	21	21	8
Bruttoareal i alt m²	32.770	35.842	11.520
Gns. butiksstørrelse	1.560	1.707	1.440



Store butikker i Nyborg bymidte



Udviklingen af byernes detailhandel

Udviklingen af byernes detailhandel

For at beskrive udviklingen i byernes detailhandel er der taget udgangspunkt i, hvor der er blevet etableret nye butikker og hvor der er nedlagt butikker i perioden 1999-2014 i henholdsvis bymidterne og det øvrige område omkring byerne.

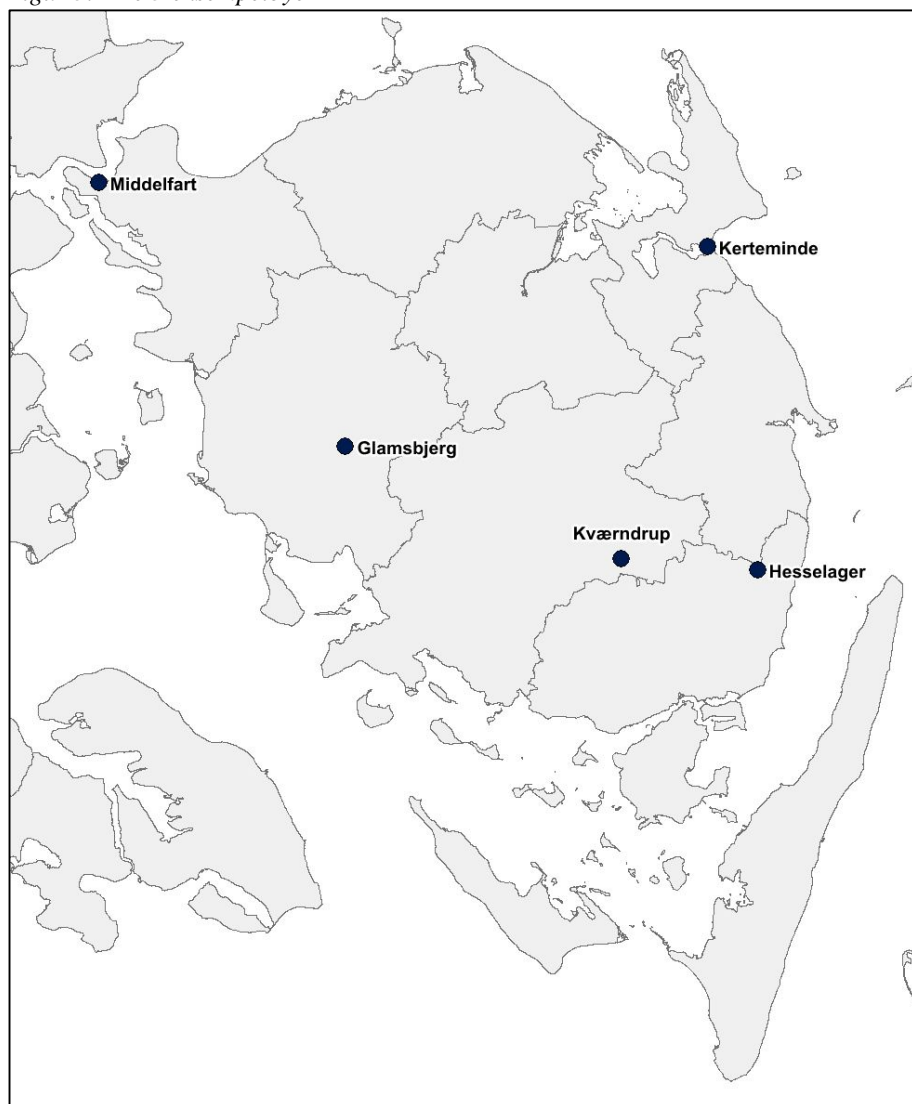
Der er taget udgangspunkt i 5 eksempelbyer; Hesselager, Kværndrup, Glamsbjerg, Kerteminde og Middelfart som se i figur 5.1. Disse fem byer repræsenterer forskellige bytyper i forhold til byens indbyggertal.

Nedestående tabel 5.1 viser de fem eksempelbyer og by typer.

Tabel 5.1 De 5 eksempelbyer fordelt på by indbyggertal

Indbyggere	By
< 1.000	Hesselager
1. - 2.000	Kværndrup
2. - 4.000	Glamsbjerg
4. - 8.000	Kerteminde
8. - 16.000	Middelfart

Figur 5.1 De 5 eksempelbyer



I Hesselager er der ikke åbnet nye dagligvarebutikker i bymidten i perioden 1999-2014. Derimod er der lukket to mindre dagligvarebutikker. Udenfor bymidten er der åbnet én enkelt meget lille dagligvarebutik og nedlagt to mindre dagligvarebutikker. Samlet set er dagligvarebruttoarealet faldet både i og udenfor bymidten.

I Kværndrup er der ikke åbnet nye dagligvarebutikker hverken i eller udenfor bymidten i perioden 1999-2014. Derimod er der nedlagt et par små dagligvarebutikker i bymidten. Dermed er det samlede dagligvarebruttoareal faldet i bymidten og er uændret udenfor bymidten.

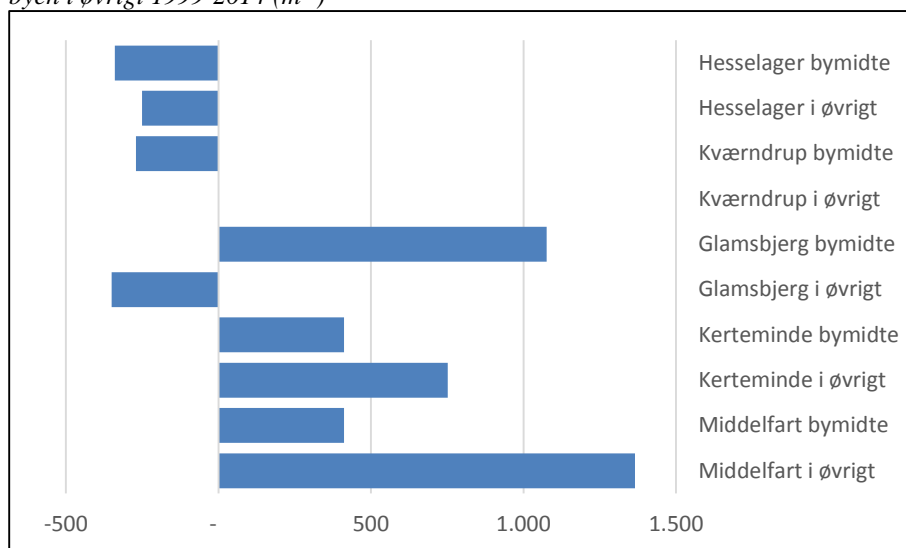
I Glamsbjerg bymidte er der nedlagt 9 dagligvarebutikker, heraf to større dagligvarebutikker i perioden 1999-2014. Samtidig er der åbnet 4 dagligvarebutikker i bymidten. Udenfor bymidten er der nedlagt et par enkelte mindre dagligvarebutikker. Dermed er det samlede dagligvarebruttoareal steget i bymidten og faldet udenfor bymidten.

I Kerteminde bymidte er der åbnet 3 og lukket 2 mindre dagligvarebutikker i perioden 1999-2014. Udenfor bymidten er der åbnet en enkelt større dagligvarebutik og lukket en mindre dagligvarebutik. Dermed er det samlede dagligvarebruttoareal steget både i og udenfor bymidten.

I Middelfart er der både åbnet og nedlagt 6 relativt små dagligvarebutikker i bymidten. Udenfor bymidten er der åbnet to store dagligvarebutikker og nedlagt 5 mindre dagligvarebutikker. Dagligvarebruttoarealet er steget en anelse i bymidten, men endnu mere i området udenfor bymidten.

Figur 5.2 viser udviklingen i dagligvarebruttoarealet i de 5 eksempelbyer i henholdsvis bymidten og byen i øvrigt.

Figur 5.2 Udviklingen af dagligvarebruttoarealet i de 5 eksempelbyer i bymidten og byen i øvrigt 1999-2014 (m²)



Udviklingen af byernes detailhandel

I Hesselager er der ikke åbnet nye udvalgswarebutikker i og udenfor bymidten i perioden 1999-2014. Derimod er der lukket enkelte mindre butikker både i og udenfor bymidten. Samlet set er der et mindre fald i udvalgswarebruttoarealet.

I Kværndrup er der åbnet en enkelt mindre udvalgswarebutik i bymidten og lukket 5 i perioden 1999 til 2014. Udenfor bymidten er der ingen nye udvalgswarebutikker og én enkelt større udvalgswarebutik er lukket. Dermed er det samlede udvalgswarebruttoareal faldet både i og udenfor bymidten.

I Glamsbjerg er der åbnet 3 nye udvalgswarebutikker og lukket 10 i bymidten i perioden 1999-2014. Udenfor bymidten er der ingen nye udvalgswarebutikker og en enkelt større udvalgswarebutik er lukket. Dermed er det samlede udvalgswarebruttoareal faldet både i og udenfor bymidten.

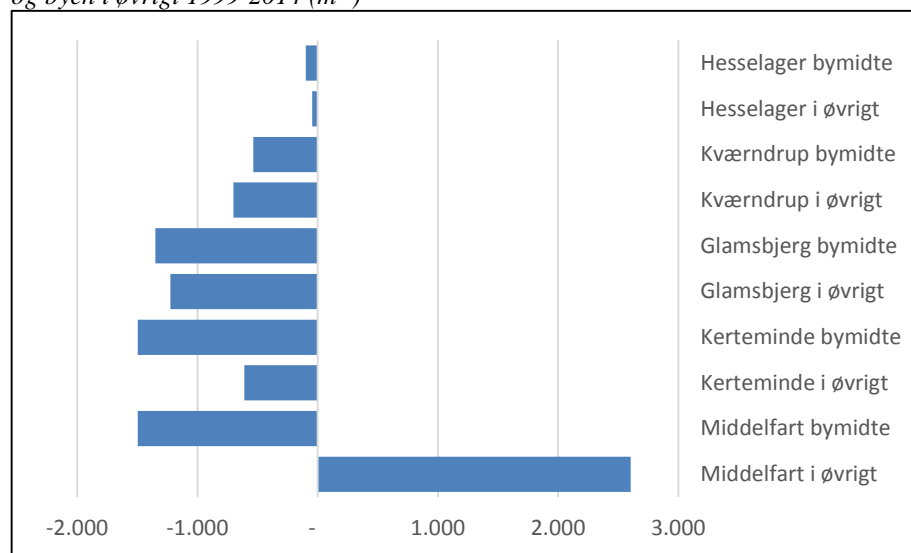
I Kerteminde er der åbnet 3 nye udvalgswarebutikker og nedlagt 14 i perioden 1999-2014. Ligeledes er der udenfor bymidten åbnet 3 butikker og lukket 7 butikker. Det samlede udvalgswarebruttoareal er faldet både i og udenfor bymidten.

I Middelfart bymidte er der både 12 nye udvalgswarebutikker og nedlagt 12 i perioden 1999-2014. Udenfor bymidten er der åbnet 6 nye udvalgswarebutikker og nedlagt 3. Både i og udenfor bymidten er der sket en stigning i det samlede udvalgswarebruttoareal.

Dermed er udvalgswarebruttoarealet faldet for alle områder i de 5 eksempelbyer på nær udenfor Middelfart bymidte.

Figur 5.3 viser udviklingen i udvalgswarebruttoarealet i de 5 eksempelbyer i henholdsvis bymidten og byen i øvrigt

Figur 5.3 Udviklingen af udvalgswarebruttoarealet i de 5 eksempelbyer i bymidten og byen i øvrigt 1999-2014 (m²)



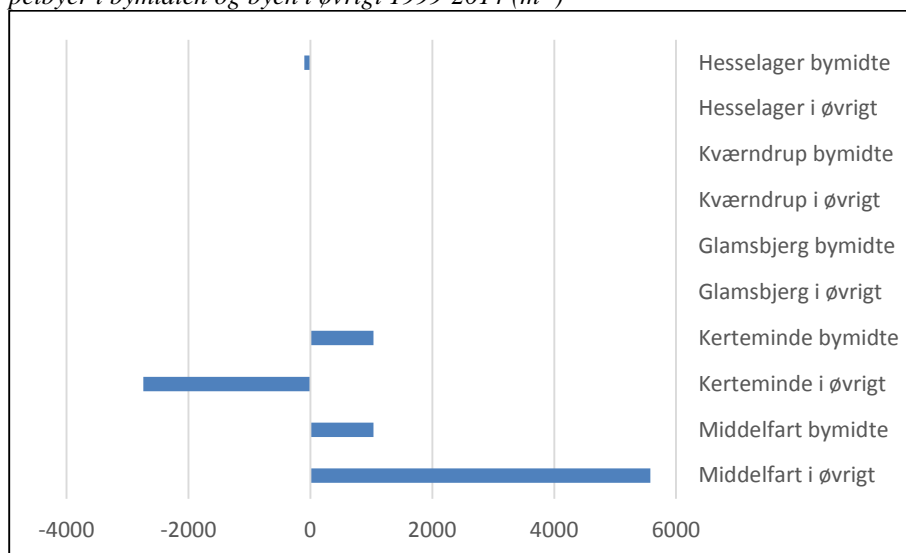
I byerne Hesselager, Kværndrup og Glamsbjerg er der hverken kommet nye butikker eller nedlagt butikker til særligt pladskrævende varer, hverken i eller udenfor bymidterne i perioden 1999-2014.

I Kerteminde er der én enkelt ny butik til særligt pladskrævende varer både i og udenfor bymidten. Derudover er der nedlagt to butikker udenfor bymidten. Det samlede bruttoareal til butikker med særligt pladskrævende varer er derfor steget i bymidten. Udenfor bymidten er det samlede bruttoareal til butikker med særligt pladskrævende varer derimod faldet.

I Middelfart er der hverken lukket eller åbnet nye butikker til særligt pladskrævende varer. Derimod er der åbnet 6 nye butikker udenfor bymidten og lukket 3. Det samlede bruttoareal til de særligt pladskrævende varer er steget udenfor Middelfart bymidte.

Figur 5.4 viser udviklingen i bruttoarealet til særligt pladskrævende varer i de 5 eksempelbyer i henholdsvis bymidten og byen i øvrigt.

Figur 5.4 Udviklingen af bruttoarealet til særligt pladskrævende varer i de 5 eksempelbyer i bymidten og byen i øvrigt 1999-2014 (m²)

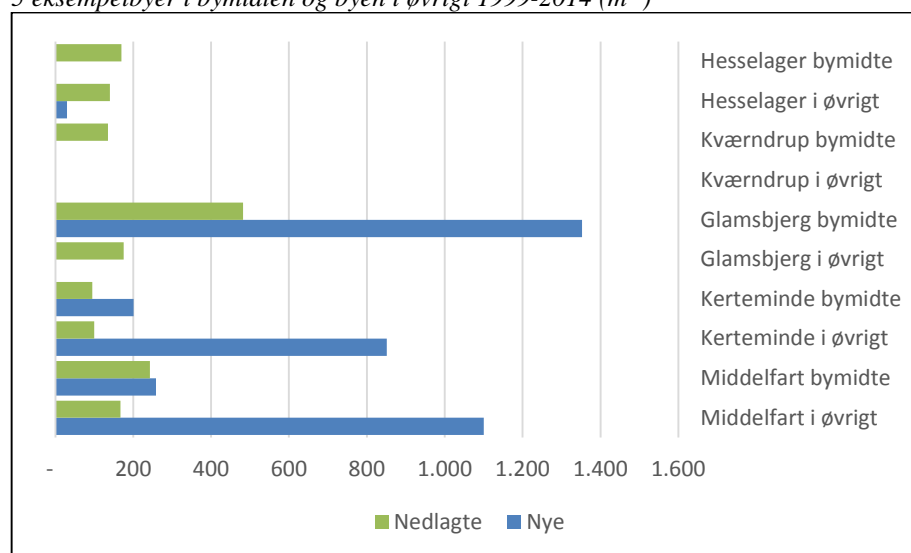


Udviklingen af byernes detailhandel

Det gennemsnitlige bruttoareal på dagligvarebutikkerne, der er lukket i de 5 eksempelbyer, viser, at der primært er tale om lukning af mindre dagligvarebutikker. Omvendt er den gennemsnitlige størrelse af nye dagligvarebutikker, som er åbnet i byer med et indbyggertal på min. 2.000 personer væsentligt højere.

Figur 5.5 viser det gennemsnitlige dagligvarebruttoareal på nye og nedlagte butikker i perioden 1999-2014.

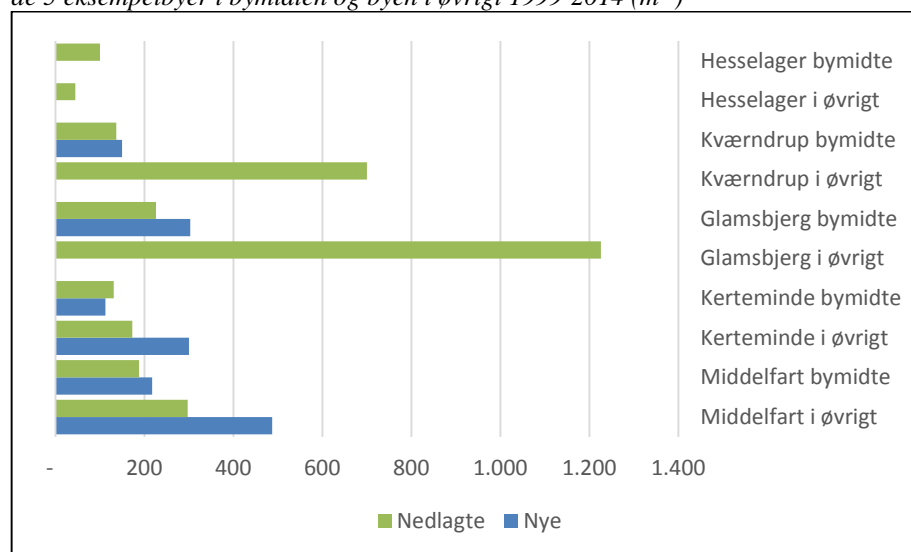
Figur 5.5 Det gennemsnitlige bruttoareal på nye og nedlagte dagligvarebutikker i de 5 eksempelbyer i bymidten og byen i øvrigt 1999-2014 (m²)



Det gennemsnitlige bruttoareal på udvalgswarebutikkerne, der er lukket i de 5 eksempel byer, viser, at det ofte er relativt store udvalgswarebutikker, der er lukket. De nyåbnede udvalgswarebutikker er størst i de to største byer Kerteminde og Middelfart og gennemsnitligt større udenfor bymidten.

Figur 5.6 viser det gennemsnitlige udvalgswarebruttoareal på nye og nedlagte butikker i perioden 1999-2014.

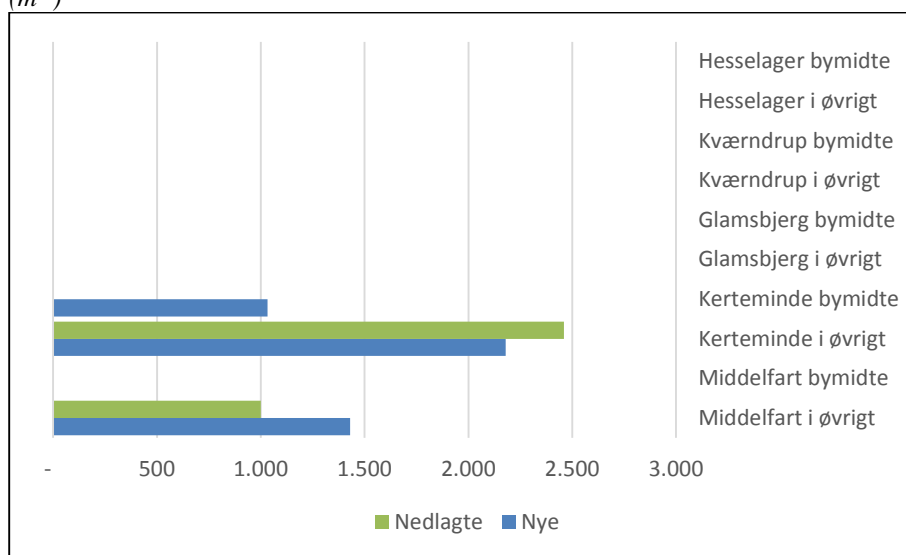
Figur 5.6 Det gennemsnitlige bruttoareal på nye og nedlagte udvalgswarebutikker i de 5 eksempelbyer i bymidten og byen i øvrigt 1999-2014 (m²)



De 5 eksempelbyer viser, at der typisk er lukket og åbnet butikker med særligt pladskrævende varer i de større byer. Ofte er der tale om en rotering af butikkerne i og udenfor bymidten.

Figur 5.7 viser det gennemsnitlige bruttoareal på nye og nedlagte butikker med særligt pladskrævende varer i perioden 1999-2014.

Figur 5.7 Det gennemsnitlige bruttoareal på nye og nedlagte butikker med særligt pladskrævende varer i de 5 eksempelbyer i bymidten og byen i øvrigt 1999-2014 (m²)



Tom butik i Tommerup

Lokalisering og planloven

Nedenstående undersøges det, om butikkerne ligger indenfor planlovens rammer, det vil sige følger intentionerne i planloven om at placere detailhandelen i bymidten.

ICP har valgt 5 eksempelbyer til at illustrere, om detailhandelen ligger inden for de udlagte rammer. Disse er:

- Under 1.000 indbyggere: Hesselager
- 1.-2.000 indbyggere: Kværndrup
- 2.-4.000 indbyggere: Glamsbjerg
- 4.-8.000 indbyggere: Kerteminde
- 8.-16.000 indbyggere: Middelfart

Eksempelby Hesselager er i den gældende kommuneplan betegnet som lokalcenter, og ikke bymidte som den var i 1999. I Hesselager er lokalcentret defineret som den eksisterende Eurospar, mens butikkerne i byen i øvrigt ikke tilhører en centerafgrænsning, jf. figur 5.8

Butikkerne udenfor centerafgrænsningen vurderes dog uden særlig betydning for detailhandelsstrukturen.

Figur 5.8 Eksempelby under 1.000 indbyggere Hesselager lokalcenter



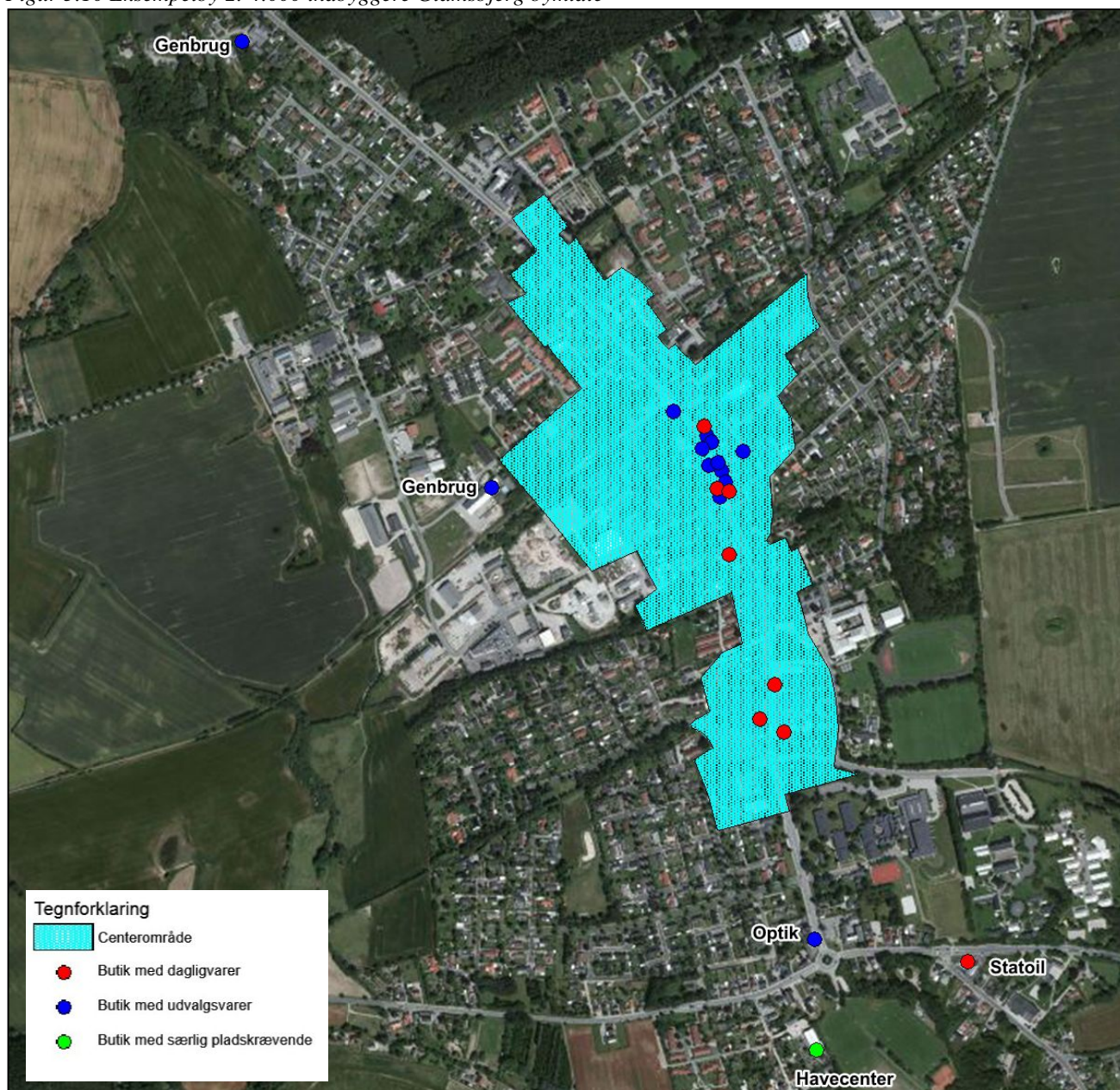
Figur 5.9 Eksempelby 1.-2.000 indbyggere Kværndrup bymidte



Eksempelby Kværndrup har en bymidteafgrænsning, som indeholder samtlige butikker i byen. Hermed falder ingen udenfor bymidteafgrænsningen i Kværndrup.

Udviklingen af byernes detailhandel

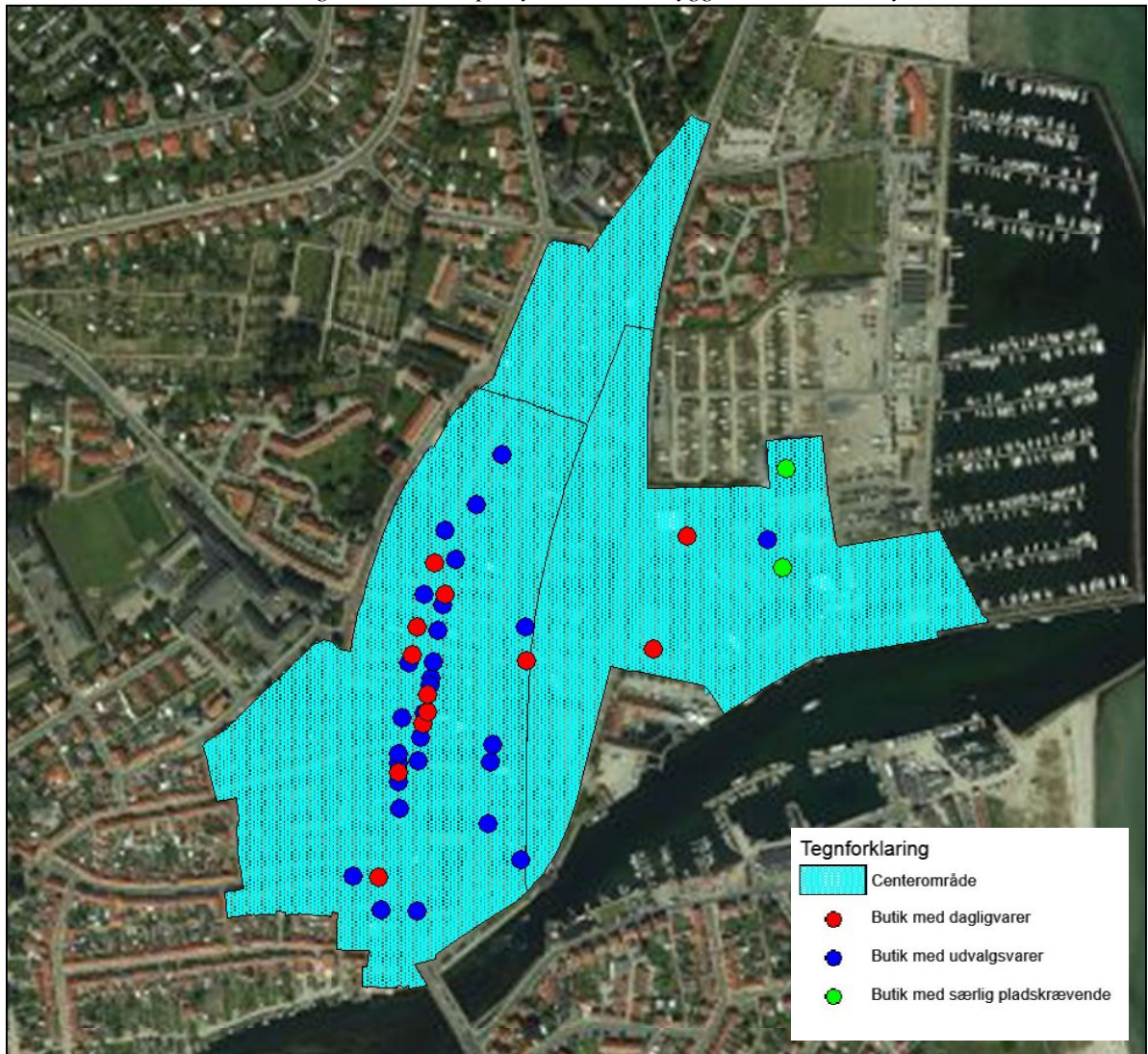
Figur 5.10 Eksempelby 2.-4.000 indbyggere Glamsbjerg bymidte



I eksempelby Glamsbjerg er de fleste detailhandelsbutikker indeholdt i bymidteafgrænsningen. Dog ligger en enkelt optiker, en tankstation og 2 genbrugsbutikker udenfor bymidteafgrænsningen. Herudover ligger en særlig pladskrævende butik ligeledes udenfor bymidteafgrænsningen.

Butikkerne udenfor centerafgrænsningen i Glamsbjerg vurderes dog ikke at have betydning for centerstrukturen.

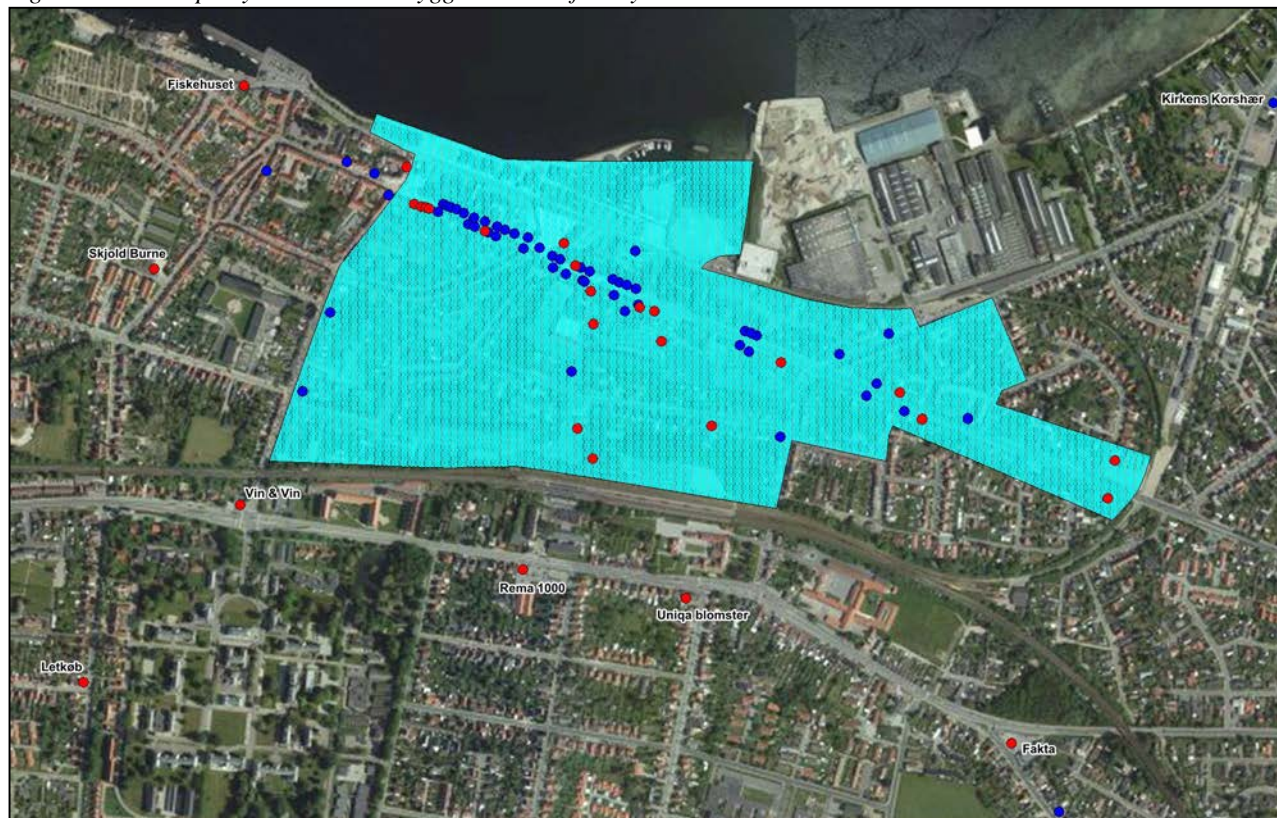
Figur 5.11 Eksempelby 4.-8.000 indbyggere Kerteminde bymidte







I eksempelby Kerteminde ligger samtlige butikker i byen indenfor de afgrænsede centerområder.

Udviklingen af byernes detailhandel

Figur 5.12 Eksempelby 8.-16.000 indbyggere Middelfart bymidte



Tegnforklaring

-  Centerområde
-  Butik med dagligvarer
-  Butik med udvalgsvarer
-  Butik med særlig pladskrævende

I eksempelby Middelfart ligger en del detailhandel udenfor bymidten. Heriblandt to discountbutikker Rema 1000 og Fakta. Rema 1000 på Brovejen 2 blev udlagt som et lokalplanområde i 2006 med mulighed for en dagligvarebutik på 800 m² til områdets lokale forsyning.

Fakta på Brovej/Assensvej er ligeledes blevet udlagt til mindre butiksområde i 2006. Her er mulighed for en dagligvarebutik på 800 m² til områdets lokale forsyning.



Kunder Rosengårdcentret

Befolknings- og forbrugsforhold

Befolknings- og forbrugsforhold

Til brug for vurderingerne af udviklingen af detailhandelen på Fyn er det nuværende forbrug blevet beregnet.

Beregningen af forbruget er dels for at få et overblik over dækningsgraderne i de forskellige kommuner på Fyn, dels for at foretage en samlet vurdering af udviklingen på Fyn set i lyset af blandt andet den stigende e-handel og turismen.

Forbruget er beregnet for dagligvarer og udvalgsvarer, hvor sidstnævnte indeholder branchegrupperne beklædning, boligudstyr og øvrige udvalgsvarer.

Forbruget er beregnet for de enkelte kommuner på Fyn.

Der er ved beregningen af forbruget anvendt ICP's bearbejdning af Danmarks Statistiks forbrugsundersøgelser samt oplysninger om bl.a. indkomst-, bolig- og befolkningsforhold, ligeledes fra Danmarks Statistik.

Beregningerne og opgørelserne knytter sig til 2013 samt en afrapportering af forbruget beregnet i 1998.

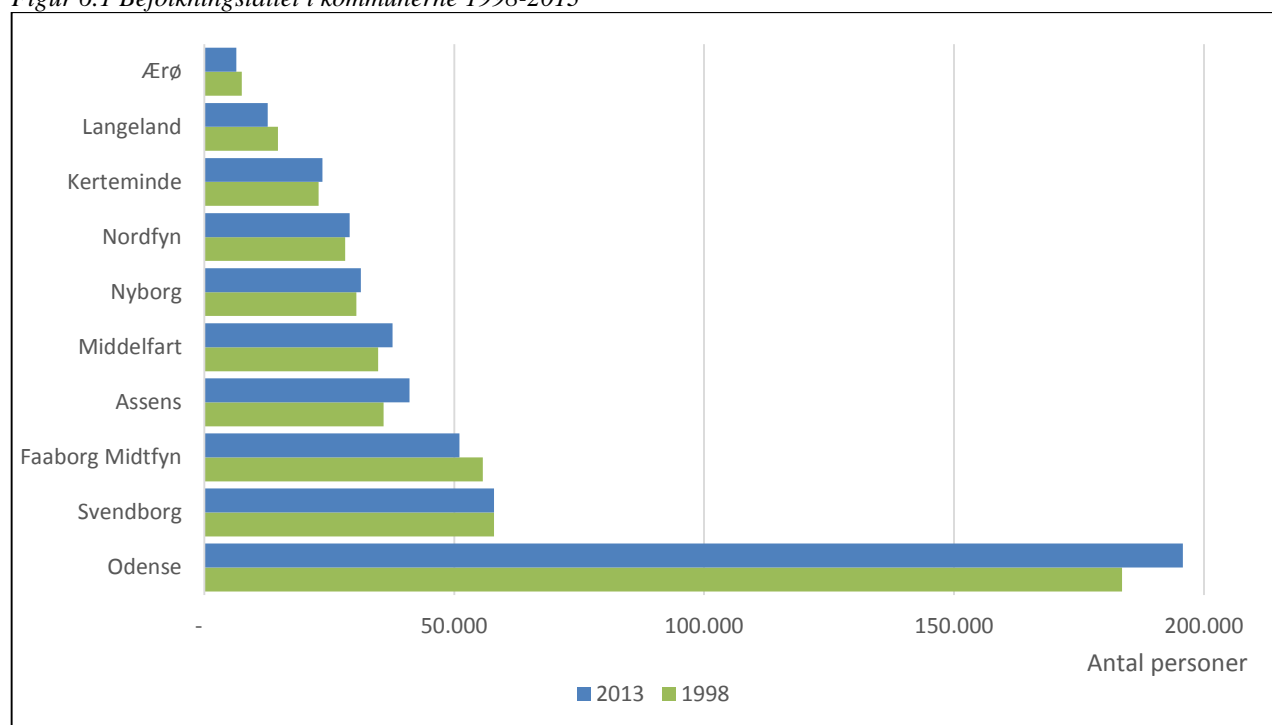
Befolknings- og indkomstforhold

Figur 6.1 viser befolkningstallet på Fyn i 1998 og i 2013.

Der boede i alt omkring 487.000 personer på Fyn i 2013. Heraf boede ca. 40 % i Odense kommune.

Samlet set er befolkningstallet på Fyn steget 3 % i perioden 1998 til 2013. Der er dog stor forskel på befolkningsudviklingen i de enkelte kommuner. På Langeland og Ærø er befolkningstallet faldet omkring 15 %, mens det er steget 14% i Assens kommune og 8 % i Middelfart kommune.

Figur 6.1 Befolkningstallet i kommunerne 1998-2013



Tabel 6.1 befolkningstallet i 1998 og i 2013 fordelt på kommuner.

Tabel 6.1 Befolkningstal i kommunerne 1998 – 2013

Kommune	Befolkning 1998	Befolkning 2013	Ændring 1998-2013	Ændring i % 1998-2013
Ærø	7.481	6.393	-1.088	-15%
Langeland	14.750	12.695	-2.055	-14%
Kerteminde	22.886	23.665	+779	+3%
Nordfyn	28.213	29.066	+853	+3%
Nyborg	30.421	31.324	+903	+3%
Middelfart	34.805	37.685	+2.880	+8%
Assens	35.860	41.037	+5.177	+14%
Faaborg Midtfyn	55.747	51.078	-4.669	-8%
Svendborg	57.985	57.979	-6	-
Odense	183.584	195.797	+12.213	+7%
I alt	471.732	486.719	+14.987	+3%

Niveauer for husstandsindkomst

Forbruget i den enkelte husstand afhænger bl.a. af husstandens indkomstniveau samt antallet af personer pr. husstand.

Nedenstående tabel 6.2 vises den gennemsnitlige husstandsstørrelse samt den gennemsnitlige bruttohusstandsindkomst i de enkelte kommuner på Fyn.

Tabel 6.2 Husstandstørrelse og gennemsnitlig bruttoindkomst pr. husstand 2013

Kommune	Gns. husstandsstørrelse 2013	Gns. Husstandsindkomst
Ærø	1,83	360.000 kr.
Langeland	1,93	370.000 kr.
Kerteminde	2,17	445.000 kr.
Nordfyn	2,25	444.000 kr.
Nyborg	2,14	428.000 kr.
Middelfart	2,21	477.000 kr.
Assens	2,21	445.000 kr.
Faaborg Midtfyn	2,20	434.000 kr.
Svendborg	2,10	418.000 kr.
Odense	2,06	386.000 kr.

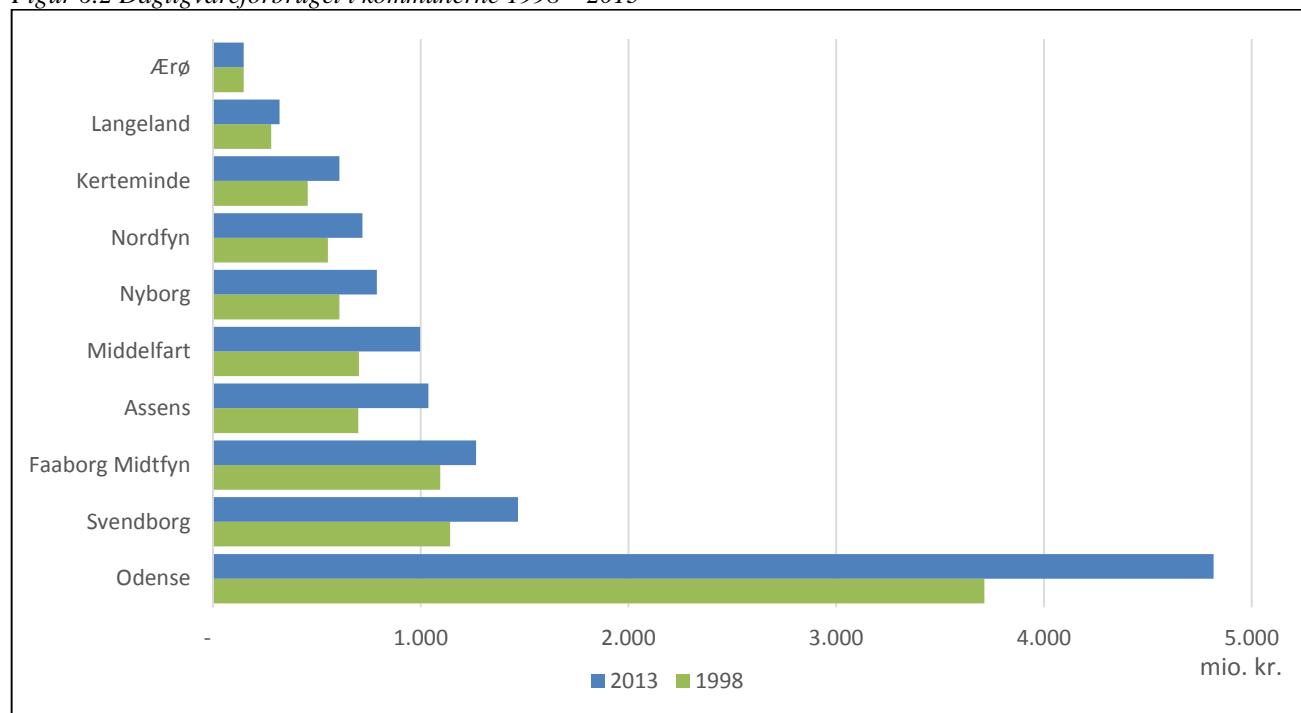
Forbrugsforhold

På baggrund af ovenstående oplysninger om befolknings- og indkomstforholdene samt ICP's specialtabeller fra Danmarks Statistiks forbrugsundersøgelser er forbruget af detailhandelsvarer for 2013 beregnet på Fyn. Samme beregningsmetode blev anvendt i 1998.

Dagligvareforbruget hos borgerne på Fyn ses i figur 6.2.

Det samlede dagligvareforbrug på Fyn var 12,2 mia. kr. i 2013. Det er en stigning på 30 % siden 1998, hvor det samlede dagligvareforbrug var 9,4 mia. kr.

Figur 6.2 Dagligvareforbruget i kommunerne 1998 – 2013



Tabel 6.3 viser dagligvareforbruget i kommunerne i 1998 og i 2013.

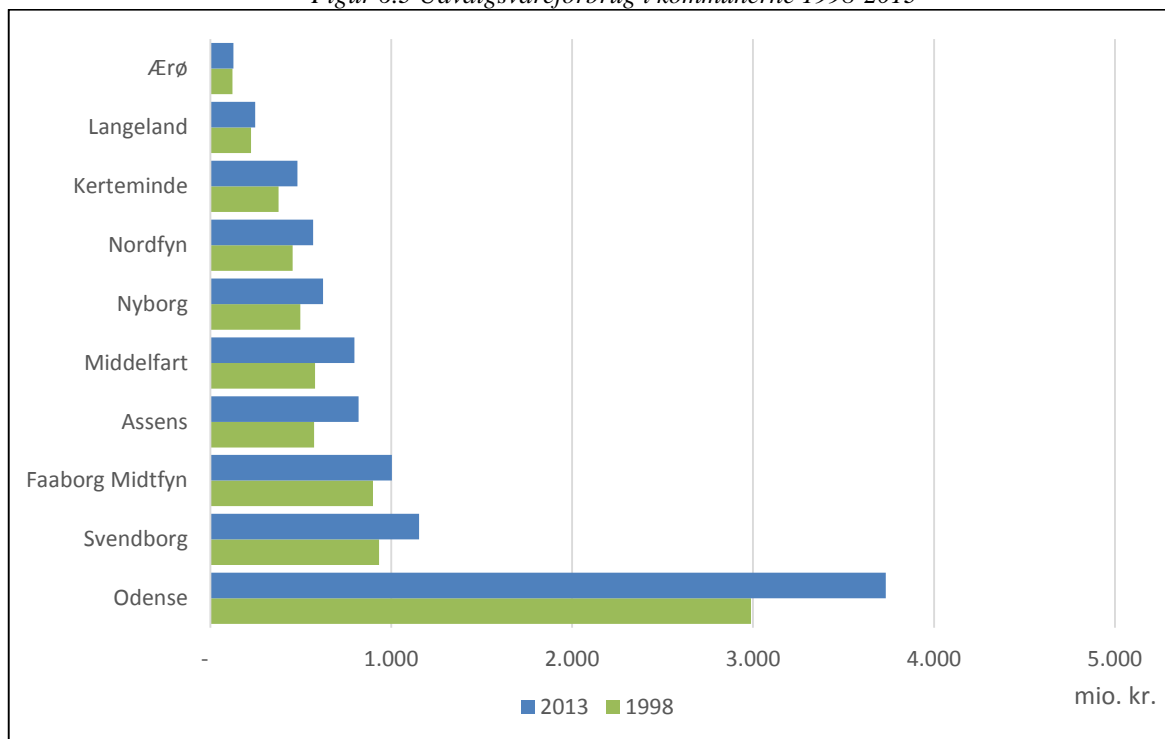
Tabel 6.3 Dagligvareforbruget 1998-2013

Kommune	Dagligvarer 1998	Dagligvarer 2013	Ændring 1998-2013	Ændring i % 1998-2013
Ærø	147	147	-	+29%
Langeland	281	321	+40	+29%
Kerteminde	456	609	+153	+15%
Nordfyn	553	719	+166	+48%
Nyborg	608	788	+180	+42%
Middelfart	702	996	+294	+30%
Assens	699	1.036	+337	+30%
Faaborg Midtfyn	1.094	1.267	+173	+34%
Svendborg	1.142	1.468	+326	+14%
Odense	3.713	4.816	+1.103	-
I alt	9.395	12.167	+2.772	+30%

Det samlede udvalgsvareforbrug på Fyn var 9,6 mia. kr. i 2013. Det er 25 % højere end i 1998, hvor det samlede udvalgsvareforbrug var knap 7,7 mia. kr.

Figur 6.3 viser udvalgsvareforbruget i 1998 og i 2013.

Figur 6.3 Udvalgsvareforbrug i kommunerne 1998-2013



Tabel 6.4 viser udvalgsvareforbruget i 1998 og i 2013.

Tabel 6.4 Udvalgsvareforbrug 1998 – 2013

Kommune	Udvalgsvarer 1998	Udvalgsvarer 2013	Ændring 1998-2013	Ændring i % 1998-2013
Ærø	122	128	+6	+4%
Langeland	226	249	+23	+10%
Kerteminde	377	482	+105	+28%
Nordfyn	455	569	+114	+25%
Nyborg	497	624	+127	+26%
Middelfart	579	796	+217	+37%
Assens	574	820	+246	+43%
Faaborg Midtfyn	900	1.003	+103	+11%
Svendborg	933	1.154	+221	+24%
Odense	2.988	3.734	+746	+25%
I alt	7.651	9.559	+1.908	+25%

Bilag 1

Branchefortegnelse

1. DAGLIGVARER

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

2. BEKLÆDNING

47.19.00	Stormagasiner
47.51.00	Detailhandel med kjolestoffer, garn, broderier mv.
47.71.10	Dametøjsforretninger
47.71.10	Herretøjsforretninger
47.71.10	Herre- og dametøjsforretninger (blandet)
47.71.20	Babyudstys- og børnetøjforretninger
47.72.10	Skotøjsforretninger
47.79.00	Forhandlere af brugt tøj
47.91.20	Detailhandel fra postordre eller internetforretninger, hvis salgslokale

3. BOLIGUDSTYR

43.21.00	El-installatører med butikshandel
43.22.00	VVS-installatører og blikkenslagerforretninger
47.53.00	Detailhandel med tæpper, vægbeklædning og gulvbelægning, hvis salgslokale
43.34.20	Glarmesterforretninger med butikshandel
47.59.10	Møbelforretninger *)
47.59.20	Boligtekstilforretninger
47.59.30	Detailhandel med køkkenudstyr, glas, porcelæn, bestik, vaser, lysestager m.v.
47.59.90	Detailhandel med belysningsartikler samt husholdningsartikler i .a.n.”
47.54.00	Detailhandel med elektriske husholdningsapparater
47.43.00	Radio- og tv-forretninger
47.52.00	Detailhandel med isenkram og glas
47.52.20	Byggemarkeder og værktøjsmagasiner
47.52.10	Farve- og tapetforretninger
47.78.30	Forhandlere af gaveartikler og brugskunst
47.78.40	Kunsthandel og gallerivirksomhed
47.41.00	Detailhandel med computere, ydre enheder og software
47.42.00	Detailhandel med telekommunikationsudstyr
47.79.00	Antikvitetsforretninger
47.79.00	Detailhandel med brugte varer i forretninger
47.91.10	Detailhandel fra internet eller postordreforretninger, hvis salgslokale
47.78.90	Detailhandel med køkken og badeværelseelementer
95.29.00	Låsesmede, hvis salgslokale

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

4. ØVRIGE UDVALGSVARER

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

**5. BUTIKSTYPER DER FORHANDLER SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE
VAREGRUPPER**

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

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

Bilag 2

Branchefortegnelse for kundeorienterede servicefunktioner: Restauranter og underholdning

1. RESTAURANTER MV.

55.10.10	Hoteller med restauranter
55.10.20	Konferencecenter og kursusjendomme
55.10.10	Hoteller uden restauranter
56.10.10	Restauranter
56.10.20	Cafeterier, pølsevogne, grillbarer
56.10.10	Selskabslokaler
56.29.00	Forsamlingshuse mv.
56.30.00	Værtshuse, bodegaer mv.
56.30.00	Diskoteker og natklubber
56.30.00	Kaffebarer
56.21.00	Catering og diner transportable

2. UNDERHOLDNING

59.14.00	Biografer
90.01.10	Teater- og koncertvirksomhed
93.21.00	Forlystelsesparker
91.01.10	Folkebiblioteker
91.02.00	Museer