

AUGUST 2018
FREDERIKSHAVN KOMMUNE

DETAILHANDELSANALYSE FREDERIKSHAVN KOMMUNE

ANALYSE AF DETAILHANDEL OG UDVIKLINGSMULIGHEDER



COWI

ADRESSE COWI A/S
Visionsvej 53
9000 Aalborg

TLF +45 56 40 00 00

FAX +45 56 40 99 99

WWW cowi.dk

PROJEKTNR.

A103215

DOKUMENTNR.

1

VERSION

4.0

UDGIVELSESDATO

13.08.2018

BESKRIVELSE

DETAILHANDELSANALYSE

UDARBEJDET

MRRR

KONTROLLERET

KRBR

GODKENDT

KRBR



JUNI 2018
FREDERIKSHAVN KOMMUNE

DETAILHANDELSANALYSE FREDERIKSHAVN KOMMUNE

ANALYSE AF DETAILHANDEL OG UDVIKLINGSMULIGHEDER

Indhold

1	Om detailhandelsanalysen	8
2	Sammenfatning	9
3	Anbefalinger	16
4	Tendenser og rammevilkår	21
5	Den regionale konkurrencesituation	35
6	Tre oplande i Frederikshavn Kommune	42
7	Antal butikker	44
8	Dagligvareforsyningen	48
9	Tomme lokaler	56
10	Kædeforhold og manglende kædebutikker	64
11	Bruttoetageareal	72
12	Omsætning	76
13	Handelsbalance	87
14	Udviklingen ifølge de butiksdrivende	92
15	Turisternes andel af omsætningen	98
16	Butikker med webshops	105
17	Kundeorienterede servicefunktioner	106
18	Forbrugsudvikling og arealbehov	114
19	Centerstruktur	121
20	Forslag til nye mål for detailhandlen	140

21	Udvidelse af aflastningsområdet ved Hjørringvej	141
22	Bilag 1: Manglende kæder	179
23	Bilag 2: Tabeller for butiksanalysen	185
24	Bilag 3: Ordforklaring	188
25	Bilag 4: Branchefortegnelse	191



Turistbureau
Det Minste Hus
Bangsbo
Arena Nord
Vandrehjem 0,4 km

30
2008

Historie
Læs mere

Historie
Læs mere

1 Om detailhandelsanalysen

Frederikshavn Kommune igangsatte i slutningen af 2017 en analyse af detailhandlen. Resultaterne af analysen er sammenlignet med en tilsvarende analyse fra 1999. Det giver mulighed for at følge udviklingen over en længere periode og få et overblik.

Detailhandelsanalysen bidrager med detaljeret viden om detailhandlen i kommunens byer og skal bruges som grundlag for kommuneplanen, den fremtidige detailhandelsplanlægning, stillingtagen til butikprojekter mv.

Analysens resultater kan sammenlignes med tilsvarende analyser af Nordjyllands detailhandel fra 1999, en analyse af detailhandlen i den tidligere Skagen Kommune fra 2004 og en analyse af detailhandlen i Skagen by udført af Erhvervsministeriet i 2015.

Der er gennemført analyser af, hvordan detailhandlen ser ud nu i kommunens byer, og hvordan udviklingen har været. Herefter er der set fremad. Arealbehovet 12 år frem er beregnet, og effekterne af en udvidelse af aflastningsområdet ved Hjørringvej er undersøgt.

Som led i detailhandelsanalysen er der indsamlet informationer fra handelslivet. Der skal derfor lyde en stor tak til alle, der har bidraget undervejs, og en særlig tak til detailhandlerne for den store imødekommenhed under vores besøg i butikkerne og til handelsstandsforeningerne for god information om opgaven til erhvervslivet. Uden de mange gode informationer vi fik, havde det ikke været muligt at gennemføre analysen.

2 Sammenfatning

Detailhandlen i Frederikshavn Kommune har klaret sig godt. Handelsbalancen er øget med 3 % i perioden 1998-2017. Væksten bæres af Skagen, der er gået markant frem som følge af vækst i turismen. Sæby har trods øget regional konkurrence fastholdt sin markedsandel, men Frederikshavn er gået tilbage.

STORT OVERSKUD PÅ HANDELSBALANCEN

Frederikshavn Kommune havde i 2017 et handelsoverskud på knap 0,75 mia. kr. fordelt på ca. 500 mio. kr. for dagligvarer, knap 200 mio. kr. for beklædning og godt 50 mio. kr. for øvrige udvalgsvarer. Overskuddet opstår, når de lokale borgeres forbrug trækkes fra butikkernes omsætning. Detailhandlens styrke kan også udtrykkes ved handelsbalancen, som er butikkernes omsætning divideret med borgernes forbrug. Betragter vi detailhandlen på den måde, så er der en handelsbalance på 131 % for dagligvarer, 184 % for beklædning og 106 % for øvrige udvalgsvarer. Tallene viser, at detailhandlen i Frederikshavn Kommune står særdeles stærkt indenfor beklædning, ligesom også dagligvarehandlen står stærkt. Der er også overskud på handlen med øvrige udvalgsvarer, men det er mere begrænset. Årsagen er sandsynligvis, at det er turismen, der skaber overskuddet, og at turister typisk shopper tøj og køber dagligvarer på ferien, mens indkøb af øvrige udvalgsvarer sker i mere begrænset omfang. Større forbrugsgoder som f.eks. møbler, køkkener, tæpper, hårde hvidevarer, tyv-, lyd- og it-udstyr købes sjældnere under en ferie. Der er også andre varegrupper indenfor øvrige udvalgsvarer som f.eks. kunsthåndværk og ting til hjemmet, som ofte købes under en ferie, men det samlede billede er, at turisternes indkøb af øvrige udvalgsvarer er mere begrænset end for dagligvarer og beklædning. Til årsagerne hører også, at detailhandlen i Frederikshavn Kommune er i skarp konkurrence om de lokale borgeres forbrug med detailhandlen i Hjørring og Aalborg. Det gælder i særdeleshed for øvrige udvalgsvarer. Blot for at nævne et par eksempler, så har IKEA i Aalborg og Bauhaus i Hjørring store oplande, som også tiltrækker kunder fra Frederikshavn Kommune.

Ser vi på udviklingen siden 1998, så er handelsbalancen for Frederikshavn Kommune steget lidt fra ca. 123 % i 1998 til ca. 126 % i 2017, og det er positivt, når man tager i betragtning, at Aalborg og Hjørring har udbygget deres detailhandel kraftigt siden 1998 samtidig med, at det toldfrie salg faldt bort og kostede betydelig omsætning fra svenske indkøbsrejsende i detailhandlen i Frederikshavn Kommune. Udviklingen har været forskellig i de forskellige dele af detailhandlen. Handelsbalancen for dagligvarer er faldet lidt fra ca. 136 % til ca. 131 %, men til gengæld er handelsbalancen for udvalgsvarer (beklædning og øvrige udvalgsvarer under ét) steget fra ca. 110 % til ca. 120 %.

Handelsbalancerne har udviklet sig forskelligt for de tre oplande i Frederikshavn Kommune, som består af de tidligere Frederikshavn, Skagen og Sæby Kommuner. Skagen er gået markant frem. Sæby har fastholdt sin position, mens Frederikshavn er gået tilbage.

Den markante fremgang for oplandet til Skagen skyldes den omfattende turisme. Handelsbalancen er steget fra ca. 143 % til ca. 192 % i perioden 1998-

2017. Oplandet til Skagen havde et overskud på handelsbalancen på ca. 430 mio. kr. i 2017. Skagen bidrager således mere til overskuddet på handelsbalancen for Frederikshavn Kommune end Frederikshavn.

Handelsbalancen på ca. 88 % for oplandet til Sæby i 2017 er stort set uændret i forhold til 1998, hvor handelsbalancen var 86 %. Underskuddet på handelsbalancen for oplandet til Sæby ca. 130 mio. kr. i 2017. Udviklingen dækker over, at handelsbalancen for dagligvarer er faldet, mens handelsbalancen for udvalgsvarer er steget. I en tid, hvor udvalgsvarerhandlen koncentrerer sig i de store og mellemstore byer har Sæby altså formået at fastholde sin markedsandel.

Faldet i handelsbalancen for oplandet til Frederikshavn skyldes et større fald i handelsbalancen for dagligvarer fra 137 % i 1997 til 129 % i 2017. Baggrunden er sandsynligvis bortfaldet af det toldfrie salg i 1999, som førte til en større tilbagegang i svenskeres og nordmænds indkøb af dagligvarer i Frederikshavn. Udvalgsvarebutikkerne i oplandet til Frederikshavn har trods den øgede regionale konkurrence fra Aalborg og Hjørring formået at fastholde deres markedsandel.

OMSÆTNINGEN I LØBENDE PRISER ER STEGET

Butikkerne i Frederikshavn Kommune omsatte for ca. 3,56 mia. kr. i 2017. Det er i løbende priser ca. 0,6 mia. kr. mere end i 1997. Omsætningen i løbende priser er steget med ca. 14 % i oplandet til Frederikshavn, ca. 33 % i oplandet til Skagen og ca. 22 % i oplandet til Sæby – men prisudviklingen har været større.

De butiksdrivende er blevet spurgt om, hvordan det er gået de sidste par år og hvad deres forventninger er til fremtiden. De butiksdrivende melder om en vækst på ca. 8 % over de sidste to år, og de forventer at væksten fortsætter med ca. 5 % over de næste to år.

ANTALLET AF BUTIKKER ER FALDET

Antallet af butikker i Frederikshavn Kommune er faldet med 12 % fra 534 til 468 i perioden 1999-2018. Der er sket et fald i oplandene til både Frederikshavn, Skagen og Sæby. Det største fald er sket i oplandet til Sæby, hvor butiksbestanden er reduceret med over en fjerdedel. Selv om antallet af dagligvarebutikker i kommunen er reduceret markant, så har langt de fleste borgere fortsat relativt kort afstand til nærmeste store dagligvarebutik. Borgerne i området omkring Lyngså, Præstbro og Voerså har som følge af udviklingen fået længere til nærmeste store dagligvarebutik og hører til de borgere, der har længst afstand til nærmeste store dagligvarebutik.

BRUTTOETAGEAREALET ER REDUCERET

Det samlede butiksareal i Frederikshavn Kommune er faldet med ca. 10 % fra ca. 203.000 kvm til ca. 181.000 i perioden 1999-2018. Det svarer til udviklingen på landsplan. Der er sket et fald i butiksarealet i både oplandet til Frederikshavn, Skagen og Sæby. Det største fald er sket i oplandet til Sæby, hvor butiksarealet er reduceret med ca. en fjerdedel.

UDVIKLINGEN I FREDERIKSHAVN, SKAGEN OG SÆBY

Der er 8 færre butikker i Frederikshavn i dag end i 1998. Butikkernes samlede

areal er reduceret med ca. 5.600 kvm eller ca. 5 %. Handelsbalancen for oplandet til Frederikshavn er faldet fra ca. 134 % til ca. 126 %.

Der er 21 færre butikker i Skagen end i 1998. Butikkernes samlede areal er reduceret med godt 2.000 kvm eller ca. 6 %. Handelsbalancen for oplandet til Skagen er steget fra ca. 143 % til ca. 192 %.

Der er 6 færre butikker i Sæby end i 1998. Butikkernes samlede areal er stort set uændret. Handelsbalancen for oplandet til Sæby er steget fra ca. 86 % til ca. 88 % i perioden 1998-2017.

MANGE SMÅ BUTIKKER

Detailhandlen i Frederikshavn Kommune er kendetegnet af mange små butikker. Den gennemsnitlige butik i Frederikshavn Kommune er på 389 kvm. Til sammenligning er butikkerne i Hjørring Kommune 546 kvm i gennemsnit.

MANGE TOMME LOKALER

Der er kortlagt et relativt højt antal tomme butikslokaler i Frederikshavn Kommune, herunder særligt i den sydlige del Frederikshavn bymidte, syd for Rådhus Alle. Der er også en del tomme lokaler i den historiske bymidte i Sæby samt centralt i Skagen bymidte. Den relativt høje tomgang er en udfordring for bl.a. bymidterne, da de tomme lokaler har en negativ indvirkning på bybilledet og gør handelsgaderne mindre attraktive for kunderne.

POTENTIALE FOR AT TILTRÆKKE FLERE KÆDEBUTIKKER

Ud af de over 300 kæder i Danmark har ca. 38 % valgt at etablere sig i Frederikshavn by og ca. 43 % i Frederikshavn Kommune. Der er fortsat mulighed for at trække flere til og styrke Frederikshavn Kommune i den regionale konkurrence. Eksempler på kædebutikker, som mangler i Frederikshavn, og som ofte findes i byer af Frederikshavns størrelse, er dagligvarebutikker som ABC Lavpris, Løvbjerg og Kvickly, beklædningsbutikker som BabySam, Change og Din Tøjmand samt øvrige udvalgsvarerbutikker som 3, Legekæden og Sport 24.

HVER FJERDE KRONE I DETAILHANDLEN KOMMER FRA TURISTERNE

Turisternes forbrug i butikkerne i Frederikshavn Kommune er beregnet til i størrelsesordenen 0,9 mia. kr. svarende til ca. 26 % af butikkernes samlede omsætning. I turistbyerne er turisternes andel væsentligt højere. I oplandet til Skagen udgør turisternes forbrug knap halvdelen af omsætningen. Tallene illustrerer turismens helt afgørende betydning for detailhandlen i Frederikshavn Kommune. Turismen skaber flere butikker, end kommunen ellers ville have og giver dermed også kommunens borgere et større udvalg af butikker. Vækst i detailhandlen fra turisterne skaber også mere indtjening og flere lokale arbejdspladser. Detailhandlen er i det hele taget en god mulighed for at skabe positive lokale effekter af turismen. Omvendt har detailhandlen også positive effekter for turismen. Attraktive byer med et godt shopping-miljø er en vigtig del af en ferie i eller en tur til byerne i Frederikshavn Kommune.

BUTIKKERNES TILSTEDEVÆRELSE PÅ NETTET

Det har stor betydning for butikkerne at være til stede på nettet. Ca. 47 % af butikkerne i Frederikshavn Kommune har en webshop tilknyttet deres butik. Der

er et potentiale for mange af de mindre og selvstændige butikker i at etablere egen webshop. Det giver eksempelvis mulighed for at sælge til turister efter ferien.

KUNDEORIENTEREDE SERVICEERHVERV

Servicefunktioner som spisesteder, skønhedssaloner, behandlere osv. spiller en stigende rolle for bylivet og er en del af den attraktive handelsby. Butikker, spisesteder og andre kundeorienterede byerhverv supplerer hinanden og bidrager til et varieret byliv på forskellige tidspunkter af døgnet. Der er i Frederikshavn, Skagen og Sæby bymidter tilsammen 258 kundeorienterede servicefunktioner og 240 butikker, og fordelingen er forskellig mellem byerne. Der er ca. 20 % flere kundeorienterede servicefunktioner end butikker i Frederikshavn bymidte. I Skagen og Sæby bymidter er sammensætningen omvendt. Her er der ca. 12 % og ca. 7 % flere butikker end kundeorienterede servicefunktioner. Der er særligt mange kundeorienterede servicefunktioner indenfor restaurationsbranchen, som dækker over spisesteder, take away-steder, caféer, barer og lignende.

FREMTIDIGT AREALBEHOV

Afhængigt af udviklingen i privatforbruget, væksten i e-handlen mv. kan der forventes alt mellem et større behov for areal til detailhandel til, at fremtidens forbrug kan ske på et detailhandelsareal, der er mindre end det nuværende. Analysen viser, at antallet af butikker og bruttoetagearealet er reduceret, og at der er mange tomme lokaler. Det fremtidige udvikling er usikker. Derfor er der opstillet to scenarier, som udtrykker det mulige spænd.

Minimumsscenariet, hvor der vil være mindst behov for areal til detailhandel, kan beskrives ved, at den lave vækst i forbruget af detailhandelsvarer fortsætter i mange år endnu, at nethandlen vokser kraftigt, at handelsbalancerne forbliver på de nuværende niveauer, at turismen bliver på det nuværende niveau, at nethandlen vokser kraftigt, og at indbyggertallet falder. Resultatet af minimumsscenarioet er, at omsætningen i 2030 vil kunne ske på et areal, der er ca. 24.600 kvm mindre end i dag. Der vil blive et mindre behov for dagligvarebutiksareal på knap 6.000 kvm, og et mindre behov til udvalgsvarebutikker på knap 20.000 kvm.

Maksimumsscenarioet, hvor der er maksimalt behov for areal til detailhandel, kan beskrives ved, at forbruget igen vil vokse, at væksten i nethandlen bliver mindre markant, at handelsbalancen for dagligvarer vil stige moderat, at handelsbalancen for beklædning vil stige lidt, og at handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer vil stige moderat, samt at indbyggertallet falder. Maksimumsscenarioet indebærer en større udvikling i detailhandlen frem til 2030, som f.eks. kan være en udvidelse af aflastningsområdet ved Hjørringvej og andet, som betyder, at detailhandlen i Frederikshavn Kommune erobrer markedsandele fra de konkurrerende kommuner og samtidig oplever vækst i forbruget fra turister. Samlet set vil der i maksimumsscenarioet blive behov for en udvidelse af butiksarealet med knap 25.000 kvm. Tallet dækker over et behov for yderligere areal til dagligvarebutikker på knap 4.000 kvm og et behov for yderligere areal til udvalgsvarebutikker på godt 20.000 kvm.

Hvad der er det bedste bud på fremtiden må være op til den enkelte at vurdere. Ud fra et fagligt synspunkt må en udvikling, der ligger midt mellem de to scenarier vurderes som mest sandsynligt, dvs. en udvikling, hvor der ikke skal regnes med en større vækst i detailhandelsarealet. Hvordan, det er gået, er ikke et billede på, hvordan det vil gå, men det hører alligevel med til billedet af, at detailhandelsarealet skrumpede med 22.000 kvm eller 14 % over de 20 år, der er gået siden den forrige detailhandelsanalyse i 1998. En ting er, at behovet for udvidelse af detailhandelsarealet sandsynligvis bliver beskedent. Noget andet er, at der altid vil være behov for en passende rummelighed til at kunne imødekomme behovet for at udvikle butiksbestanden med nye butikstyper. Detailhandlen er et dynamisk erhverv, som er under konstant forandring.

UDVIKLING AF DETAILHANDLEN VED HJØRRINGVEJ

En udbygning af detailhandlen i aflastningsområdet ved Hjørringvej vil styrke Frederikshavn i den regionale konkurrence med andre handelsbyer og bidrage til, at en større del af handlen holdes hjemme i Frederikshavn Kommune. En udbygning af aflastningsområdet vil også have konsekvenser for den eksisterende detailhandel, herunder detailhandlen i bymidterne. Derfor kan en udbygning af aflastningsområdet få afledte konsekvenser for bylivet og turismen.

En udbygning af aflastningsområdet med en stor dagligvarebutik vil ikke føre til, at borgere bruger flere penge på dagligvarer, og da dagligvarer typisk købes tæt på bopælen, vil en ny dagligvarebutik i langt overvejende grad hente sin omsætning fra eksisterende dagligvarebutikker i Frederikshavn. Det vurderes, at omkring 10 % af omsætningen i en ny dagligvarebutik vil blive hentet fra dagligvarebutikkerne i Frederikshavn bymidte.

En udbygning af aflastningsområdet med yderligere store udvalgswarebutikker vil styrke Frederikshavn i den regionale konkurrence. Det vurderes, at nye udvalgswarebutikker i aflastningsområdet ved Hjørringvej i Frederikshavn vil hente godt 7 % af deres omsætning i Aalborg og godt 15 % af deres omsætning fra aflastningsområdet i Hjørring. Størstedelen af de nye udvalgswarebutikkers omsætning hentes imidlertid fra de nuværende store udvalgswarebutikker langs Hjørringvej i Frederikshavn. Det vurderes, at nye udvalgswarebutikker i aflastningsområdet ved Hjørringvej i Frederikshavn vil hente knap 40 % af deres omsætning fra aflastningsområdet ved Hjørringvej. Knap 15 % af de nye udvalgswarebutikkers omsætning vurderes at blive hentet fra Frederikshavn bymidte. De resterende ca. 23 % af de nye udvalgswarebutikkers omsætning hentes fra et større opland, som inkluderer de øvrige dele af Frederikshavn Kommune og nabokommunerne.

Konsekvensberegningerne er ud fra gennemsnitsbetragtninger for udvalgsvarer under ét, som består af beklædning og øvrige udvalgsvarer. Detailhandlen i Frederikshavn Kommune er kendetegnet af en særdeles stærk beklædningsbranche, mens øvrige udvalgsvarer køkkener, hårde hvidevarer, elektronik og lignende står svagest i billedet. Ved udvidelse af aflastningsområdet er det derfor vigtigt at være opmærksom på, at det især er større butikker, som forhandler øvrige udvalgsvarer, der er behov for, mens en udvikling med beklædningsbutikker i aflastningsområdet vil sprede udbuddet af beklædning på flere områder,

hvilket kan føre til udvanding af det shopping-miljø i bymidterne, som turisterne holder af.

En udbygning med ca. 26.700 kvm detailhandel ved Hjørringvej vil have store effekter for den eksisterende detailhandel. Den eksisterende detailhandel vil blive udsat for et øget konkurrencepres, og det er sandsynligt, at der vil ske butikslukninger som følge heraf. Det er jf. maksimumsscenariet grundlag for en stor udbygningsramme. Det er vigtigt at huske på, at maksimumsscenariet udtrykker den mest optimistiske udvikling i rammebetingelserne for detailhandlen. Hvis f.eks. væksten i e-handlen bliver større og væksten i privatforbruget bliver mindre end antaget, så bliver behovet for yderligere areal mindre og de samlede effekter for den eksisterende detailhandel, ved en udbygning jf. maksimumsscenariet, bliver større.



matas

matas

matas

matas

matas
matas

matas

matas

matas

3 anbefalinger

Detailhandlen i Frederikshavn Kommune har vundet markedsandele siden 1998. En kraftig vækst i turismen har betydet, at handelsbalancen er steget – særligt i oplandet til Skagen – men byerne har udviklet sig forskelligt. Sæby er gået en smule frem, og Frederikshavn har haft tilbagegang. Det følgende er anbefalinger til udviklingen af detailhandlen.

Et rigt handelsliv er med til at gøre det attraktivt at bo og være turist i Frederikshavn Kommune, ligesom detailhandlen er en stor arbejdsplads i Frederikshavn Kommune og en mulighed for at starte virksomhed og blive selvstændig. Det har derfor stor betydning, at kommune og handelsliv hele tiden arbejder aktivt for at udvikle det bedst mulige handelsliv. På baggrund af detailhandelsanalysen er der opstillet følgende anbefalinger:

1. UNDERSTØT DEN SÆRLIGE BUTIKSSTRUKTUR

Frederikshavn Kommune har en særlig detailhandelsstruktur med mange mindre og selvstændigt ejede butikker. Det er en butiksstruktur, som skaber levende bymidter og appellerer til turisterne. Frederikshavn Kommune kan vælge at satse på rendyrke de levende bymidter med mange små selvstændige butikker, så byernes handelsliv over tid vil udvikle en unik profil, der adskiller sig fra de konkurrerende byer. Et stærkt handelsliv med mange selvstændige butikker vil bl.a. indebære støtte til iværksættere og til løbende kompetence- og forretningsudvikling, et udbud af velbeliggende lokaler til en overkommelig leje og en beskyttelse mod alt for hård konkurrence fra store kædebutikker uden for bymidterne.

2. FORDELE OG ULEMPER VED UDVIDELSE AF AFLASTNINGSOMRÅDET

Der er behov for en afvejning inden, der træffes beslutning om udvidelse af aflastningsområdet i Frederikshavn. Der er både fordele og ulemper, og når først udvidelsen er gennemført, så er det ikke muligt at vende tilbage til udgangspunktet. Frederikshavn Kommune mangler større butikker inden for øvrige udvalgsvarer (møbler, tæpper, køkkener, elektronik mv.), mens kommunen har en styrkeposition inden for beklædning. For at skabe muligheder, hvor der er mangler og begrænse de negative effekter, hvor der er styrker, anbefales det at der fastlægges en minimumsbutiksstørrelse på f.eks. 750 kvm. Det er ikke muligt i planlægningen at skelne mellem specifikke varegrupper indenfor udvalgsvarer, men ved at fastsætte en minimumsbutiksstørrelse kan de negative påvirkninger for det stærke miljø med små selvstændige butikker begrænses. En opdeling i etaper kan være en måde at håndtere usikkerheden om fremtidens behov på. For at begrænse effekterne for Frederikshavn bymidte kan det vælges ikke at give mulighed for kundeorienterede servicefunktioner som f.eks. spisesteder ved Hjørringvej.

3. TILTRÆK FLERE KÆDEBUTIKKER

Frederikshavn Kommune har et bredt udbud af kædebutikker, men der er fortsat kæder, som mangler. Der er behov for, at mulighederne for de større kædebutikker indenfor øvrige udvalgsvarer bliver markedsført og solgt overfor kæderne. Detailhandelsanalysen indeholder en liste over manglende kæder og en oversigt

over kædernes placeringer i Frederikshavn Kommune og nærområdet. Listen kan anvendes som et udgangspunkt for en aktiv opsøgning af kæderne. Som nævnt under anbefaling 2 gælder det om at tiltrække kæder, hvor Frederikshavn Kommune har mangler, som i dag betyder, at de lokale kunder må handle andre steder.

4. UNDERSTØT SKAGENS VÆKST VED AT UNDERSTØTTE DET KENDTE BRAND

Skagen står for en stor del af væksten i detailhandlen i Frederikshavn Kommune. Afstanden til konkurrerende handelsbyer og den omfattende turisme betyder, at Skagen har nogle helt særlige forudsætninger for vækst. Da turisterne typisk går efter de specielle og spændende varer og butikker, som de ikke finder derhjemme, så er udfordringen at skabe en god balance i butikssammensætningen, som appellerer til både turister og de lokale indbyggere. Det kan konstateres, at handelslivet, som det er nu fungerer godt. Det er derfor vigtigt at holde fast i koncentrationen af butikker i bymidten og passe på, at byens udbud ikke bliver spredt. Butiksområdet ved Kattegatvej giver mulighed for, at tiltrække flere store udvalgsvarekæder til butiksområdet ved Kattegatvej, hvor Jem & Fix og Rema 1000 er placeret, men det er vigtigt at det i hvert tilfælde overvejes nøje om en ny butik vil supplere handelslivet eller udvande det, der er og fungerer godt.

5. OVERVEJ UDVIKLINGEN I CITY VEST

Sæby har i dag en todelt detailhandelsstruktur med fortrinsvist mindre butikker i den historiske bymidte og fem store dagligvarebutikker i City Vest. Der er potentiale for at tiltrække nye kædebutikker til City Vest, som er kendetegnet ved en god biltilgængelighed. Samtidig er der potentiale for et hyggeligt miljø med mindre specialbutikker og spisesteder på Sæby havn. Udfordringen er at undgå en tredeling af detailhandelsstrukturen. Det anbefales, at fastsætte en minimumsbutiksstørrelse for butikkerne i City Vest og at vurdere effekterne af større butiksprojekter i City Vest nøje for at sikre at de bidrager som et supplement og undgå udvanding af bymidtens detailhandel.

6. UNDERSTØT DEN ATTRAKTIVE OG BLANDEDE BYMIDTE

Detailhandel må tænkes sammen med spisesteder og alt inden for skønhed, sundhed, wellness og kulturoplevelser, som tilsammen skaber det attraktive miks af udbud i en bymidte, der appellerer til både til turister og fastboende. Spisesteder, fitness og andet inden for sundhed, skønhed og sygdomsbehandling er i vækst. Bymidterne bliver mere blandede og udviklingen kan hjælpes på vej. Eksempelvis er de gode placeringer og det attraktive miljø for spisesteder ikke de samme som for butikker.

Halvoffentlige funktioner som f.eks. rådhus og skoler bidrager også til bylivet. Offentlige institutioner og lignede kan med fordel orientere sig mod byen og byrummene. Fælles mødelokaler eller madordning hos byens spisesteder kan være muligheder. Samarbejde mellem handelsskolen og detailhandlen har vist at der kan skabes synergi.

Bymidterne skal udover det rette miks af butikker, spisesteder mv. kunne tilbyde et attraktivt miljø med mulighed for at nyde bylivet eller være aktiv i byens rum. Eksempelvis er legepladser en vigtig del af den attraktive bymidte. I takt

med at nethandlen vinder markedsandele stiger betydningen af et hyggeligt, attraktivt og levende bymiljø, hvor shopping kan kombineres med andre oplevelser og aktiviteter.

Dagligvarebutikker genererer en stor kundestrøm til fordel for det øvrige handelsliv. Store dagligvarebutikker fungerer som ankerfunktioner, når de ligger i tilknytning til hovedhandelsstrøgene.

7. UDNYT NETHANDLENS MULIGHEDER

Nethandlen er den største trussel mod detailhandlen, som vi kender den, men den er også en stor mulighed. Det er det vigtigt, at forberede detailhandlen på, især når der i Frederikshavn Kommune er mange små og selvstændige butikker, som har mulighed for at fortsætte med at sælge deres spændende varer til turisterne, efter at de er taget hjem.

8. MERE AT HENTE FRA TURISMEN

Handelslivet får allerede meget ud af turismen, men potentialet er sandsynligvis ikke fuldt udnyttet. Detailhandlen og de øvrige kundeorienterede byerhverv må tænkes sammen med turismen. Levende bymidter med et bymiljø af høj kvalitet og et attraktivt shoppingmiljø er en vigtig del af oplevelsen ved at være turist i Frederikshavn Kommune og en "reason to go". Samtidig er detailhandlen og de øvrige kundeorienterede byerhverv en effektiv kilde til at gøre turisme til gode lokale arbejdspladser og selvstændige og lokalt forankrede forretninger.

Arbejdet kunne starte med at få mere viden om, hvad turisterne egentligt efterspørger, og om byerne har det rette udbud, og det kunne slutte med, at detailhandlen, turismeorganisationerne og kommunen beslutter at gå videre med det, der ser mest lovende ud.

9. AKTIVÉR TOMME LOKALER

Tomme butikslokaler giver indtryk af et område i krise. Der kan f.eks. arbejdes med midlertidige aktiviteter, indtil der findes en permanent lejer. Hvis det ikke er realistisk, at lejemålet anvendes til detailhandel, kan andre anvendelser som f.eks. restauration eller andre kundeorienterede serviceerhverv være en god mulighed, og hvis en kommerciel anvendelse ikke er mulig, så kan løsningen være en omdannelse til boliger. Det anbefales, at der i stueetagen i udkanten af Frederikshavn bymidte gives mulighed kundeorienterede serviceerhverv og evt. andre anvendelser end kun detailhandel.

10. TRAFIKAL ADGANG ER AFGØRENDE

Personbilen er det mest anvendte transportmiddel og bilejerskabet i Danmark er stigende ligesom antallet af husstande, der råder over to biler er stigende. Den enkelte bil bruges til flere og flere formål, herunder indkøb. Der er derfor vigtigt, at der er fokus på adgangs- og parkeringsforhold for kunderne – både for bilister og cyklende. Samtidigt er det vigtigt, at huske at biler og bilparkering har konsekvenser for bymiljøet. Af hensyn til af handels- og bylivet i bymidterne, og set i lyset af udviklingen, der går mod flere restaurationerhverv i netop bymidterne, så er det vigtigt at sikre en balance, der også tilgodeser kunder, besøgende og virksomheder, der efterspørger en mere fredelig og imødekomende bymidte.

11. SKAB EN STÆRKERE ORGANISATION BAG HANDELSLIVET

De forskellige aktører i bymidterne har hver deres roller, men de er ikke organiseret i en samlet enhed og er organisatorisk svagere end de butikcentre, som de konkurrerer imod. Kommunen kan tage initiativ til at samle handelslivets parter i et stærkt samarbejde, som også inkluderer grundejerne. Der er eksempler andre steder på, at det giver helt nye muligheder og gode resultater. En stærkere organisering af handelslivets parter kunne følges op med en systematisk indsamling af viden om, hvor mange kunder og besøgende er der er i bymidterne, hvad de bruger penge på, hvordan de oplever besøget osv. Det er nyttig viden at have, når der skal arbejdes på at optimere handelslivet og eksempelvis måle effekter, når der investeres i aktiviteter, arrangementer og forbedringer af handelsmiljøerne. Alle butikcentre måler systematisk på deres kunder. Det samme kunne bymidterne have glæde af.



Clothing

ITALIA

INTERIEUR

OPEN

4 Tendenser og rammevilkår

Detailhandlen Frederikshavn Kommune påvirkes af en række udefrakommende tendenser såvel som udviklinger i selve kommunen. Lige nu er der tegn på vækst i privatforbruget og fortsat vækst i e-handlen. I kommunen som helhed og i Frederikshavn og Skagen forventes faldende indbyggertal frem mod 2030. Alt sammen påvirker detailhandlen.

4.1 Generelle tendenser og rammevilkår

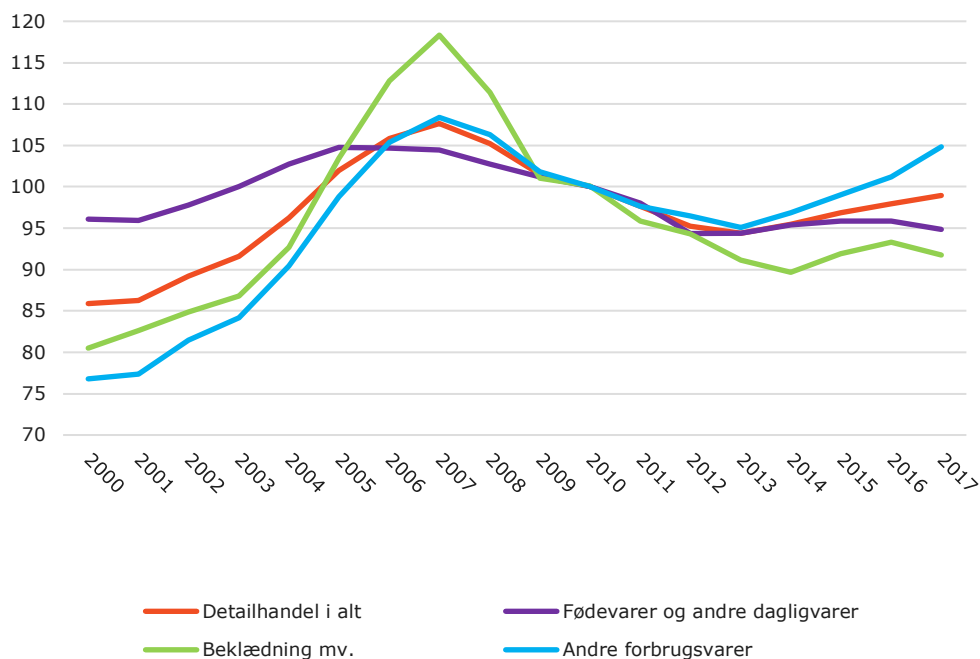
UDVIKLINGEN I FORBRUGET

Efter 2007, hvor forbruget toppede, var forbrugerne mere tilbageholdende som konsekvens af den økonomiske krise.

Især udvalgsvarerhandlen er gået tilbage. Tilbagegangen i perioden 2007-2017 har været størst inden for beklædning, hvor omsætningen er faldet med ca. 20-25 % på landsplan. Omsætningen inden for øvrige udvalgsvarer er faldet med ca. 3 %. Dagligvareomsætningen er faldet med ca. 9 %. Discountbutikkerne har haft markant fremgang under lavkonjunktoren. Samlet set er omsætningen i detailhandlen på landsplan faldet med ca. 8 % fra 2007-2017. Omsætningen ligger i dag lidt under niveauet i 2005¹. Øvrige udvalgsvarer ligger dog efter en relativt stor stigning i perioden 2013-2017 næsten på niveauet i 2006.

Forbruget nåede et lavpunkt omkring 2013. De seneste tendenser er, at forbruget igen stiger svagt. Forbruget er siden 2013 steget med knap 5 %, men stigningen er uens fordelt. Forbruget af øvrige udvalgsvarer er steget moderat, mens forbruget af dagligvarer og beklædning er stort set uændret.

¹ Bygger på udviklingen i det sæsonkorrigerede mængdeindeks ved sammenligning af det gennemsnitlige niveau i 2004 og 2005 med det gennemsnitlige niveau i de sidste 12 måneder.



Det sæsonkorrigerede mængdeindeks viser udviklingen i den danske detailhandel i faste priser, dvs. korrigeret for inflation. Her er der taget udgangspunkt i 2010 som indeks 100.

Det forventes, at privatforbruget fremover vil vokse moderat i et 12-årigt tidsperspektiv – om end i et noget mere afdæmpet tempo end gennemsnittet for perioden under højkonjunktoren fra 2000-2007. Det vurderes altså, at opbremsningen i forbruget langsomt vender, og at der igen bruges flere penge i detailhandlen.

NETHANDLEN BLIVER INTELLIGENT OG FORTSÆTTER SIN VÆKST

E-handlen vil fortsætte sin udvikling og vil blive endnu mere attraktiv for kunderne. Verden rummer et uendeligt udbud af varer, som ingen kan overskue, men nethandlen bliver mere intelligent og bliver hele tiden bedre til at hjælpe kunden til at finde den helt rette vare til den rette pris. Nethandlen vil blive endnu bedre til at udnytte sin viden om kunden. Netbutikkerne vil vide, hvad kunden tidligere har købt og vil via brug af BIG data have et billede af kundens præferencer, og de vil blive gode til at levere personlig rådgivning. Søgnings- og købsprocessen vil blive fulgt op af endnu hurtigere og mere effektive systemer til levering af varerne til døren og enkle, hurtige og sikre muligheder for at returnere eller bytte varerne. I foråret 2018 er det kommet frem, at Amazon sandsynligvis vil etablere sig i Danmark. Hvis det sker vil konkurrencen blive endnu hårdere både for byernes butikker og for nethandlen i Danmark.

Nethandlen vil i fremtiden blive koblet sammen andre teknologier som f.eks. internettet of things og robotter. Køleskabet vil f.eks. selv finde ud af, at der mangler varer, hjemmerobotten vil have styr på, at der snart mangler opvaskemiddel, og

mobiltelefonen vil selv bestille en ny oplader, når den gamle er gået i stykker. Der eksperimenteres med chat-robotter, som kan vejlede og inspirere kunderne om indkøb. Spillere som Amazon og abonnementsbaserede forretninger vil kunne sørge for, at familiens lager af basisvarer altid er fyldt op. Bestilling og levering af husstandens basisprodukter vil ske af sig selv og med kort leveringstid. Dag til dag levering er allerede udbredt, og leveringstiden vil sandsynligvis blive nedbragt i takt med, at ny teknologi udnyttes, og logistikken optimeres. Efter bestilling af varer på nettet vil robotter lynhurtigt finde varerne på lageret, og droner eller førerløse varebiler vil straks efter levere varerne til døren. Amazon har mange steder to timers levering eller mindre og har meddelt, at man i større byer vil kunne tilbyde 30 minutters levering. Levering på under en halv time er allerede almindeligt hos flere fastfood-kæder.

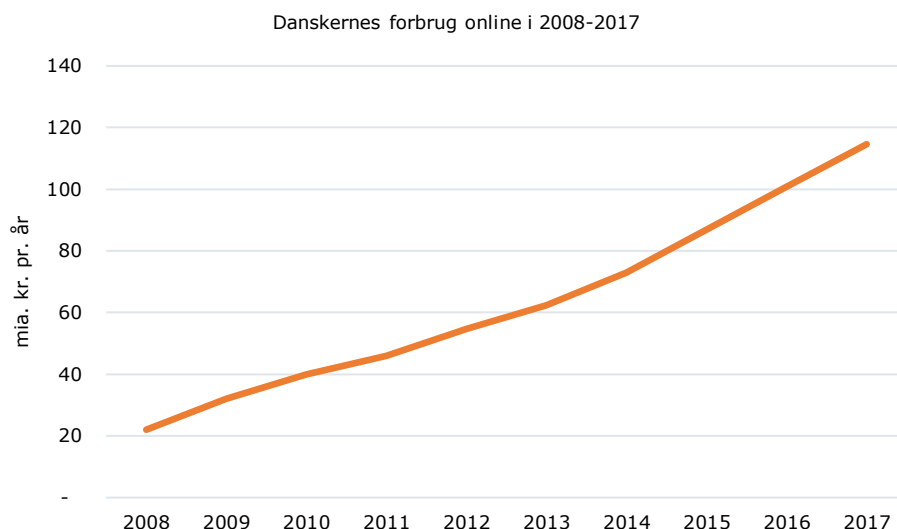
Alt sammen peger på, at den nethandel, vi ser i dag, kun er begyndelsen. Standardindkøb vil blive automatiserede, og nethandlen vil blive intelligent og endnu bedre til at vejlede kunderne til finde de helt rette varer til den rette pris uanset, hvor i verden de udbydes. Resultatet vil blive, at væsentligt mere handel vil ske på nettet, og at der bliver færre butikker i vores byer.

Hvor netbutikkerne kan konkurrere på prisen, må de fysiske butikker konkurrere på indkøbsoplevelsen. Indkøbsmiljø, serviceniveau og den samlede attraktivitet af handelsmiljøet har betydning for, om danskerne vælger de fysiske butikker frem for netbutikker. Nye tendenser i detailhandlen peger på en større integration af de fysiske butikker og netbutikker. Kombinationen af den fysiske oplevelse med showrooms og et højt serviceniveau med den lavere webpris grundet reducerede omkostninger til f.eks. indkøb, lager mv., kan vise sig, at have stor betydning for detailhandlen. Den stigende e-handel skærper kravene til de fysiske butikker, som i dag ikke blot konkurrerer med butikkerne i nabokommunerne, men også med netbutikker i både Danmark, Europa og resten af verden.

NETHANDLEN I TAL

Siden 2009 er omsætningen i nethandlen tredoblet. I 2016 rundede den samlede e-handel 100 mia. kr., hvilket er næsten dobbelt så meget som i 2012. I opgørelserne af nethandlen indgår både ikke-fysiske varer som rejser, flybilletter og underholdning, og fysiske varer som tøj, elektronik og bøger. Fysiske varer udgør ca. 35 % af omsætningen i nethandlen. Nethandlen er stigende og vurderes, at udgøre ca. 15 % af den samlede omsætning af udvalgsvarer til private.

Omfanget af nethandlen er meget brancheafhængig. Eksempelvis bliver en meget stor del af forbrugerelektronik, bøger, tøj og sko handlet online, mens det stadig kun er under 5 % af dagligvarerne, der handles online.



Nethandlen er vokset med ca. 80 mia. kr. i perioden 2008-2017, hvilket svarer til en femdobling på knap 10 år. Kilde: Foreningen for Dansk Nethandel (FDIH).

STRUKTURUDVIKLINGEN MOD FÆRRE MEN STØRRE BUTIKKER FORTSÆTTER

Strukturudviklingen er i mange år gået mod færre men større butikker, og det ser ud til at fortsætte.

Udviklingen har været tydelig inden for dagligvarer, hvor mindre og selvstændige købmænd er blevet erstattet af større og mere effektive discountbutikker. Dagligvarer handles typisk nær bopælen, på vej til eller fra arbejde eller i butikker med god trafikal beliggenhed. Indtil videre handles dagligvarer kun i begrænset omfang på nettet, og dagligvarer er den mindst konjunkturfølsomme varegruppe. De seneste tendenser er, at forbrugerne efter mange års prioritering af lave priser igen er begyndt at efterspørge lidt dyrere dagligvarer og er mere kvalitetsbevidste, og det kan, hvis tendenserne fortsætter, skabe behov for en ændret planlægning. Supermarkeds kæderne Meny og SuperBrugsen melder om øgede markedsandele.

Dagligvarebranchen er kendetegnet af en dynamisk udvikling. SuperBest ophørte i 2015, og Kiwi ophørte i Danmark i 2017. Fakta lukkede 27 butikker i 2017 og lukker 47 butikker i 2018, herunder en butik i Skagen. I maj blev det meldt ud, at 15 Dagli'Brugsen og Lokal Brugsen lukkes. Aldi har bebudet butikslukninger samtidig med, at Aldi har planer om at modernisere og flytte 150 butikker. I 2017 åbnede Rema 1000 deres butik nummer 300 og har planer om flere butiksåbninger. Rema 1000 har i år åbnet en ny butik i Ålbæk. Lidl ønsker at fordoble antallet af butikker i Danmark. Endeligt forventes det, at Salling Group, tidl. Dansk Supermarked, overtager førstepladsen målt på dagligvareomsætning fra Coop, som følge af planerne om åbningen af ca. 100 nye Nettobutikker.

Samtidig med etableringen af nye discountbutikker etableres der også nye supermarkeder. Betjente slagter- og fiskeafdelinger mv. er for alvor på vej tilbage til de større dagligvarebutikker som f.eks. Meny og skaber behov for udvidelser.

Handlen med økologiske varer er i vækst og satte i 2016 omsætningsrekord for 10. år i træk.

Samtidig går vi mere ud at spise og køber mere take away. Flere byer har fået street food-markeder. Der er en sammenhæng mellem, hvor meget vi spiser ude og køber take away, og hvor meget vi køber ind i dagligvarebutikker. Fortsat vækst i udespisning og take away kan derfor føre til tilbagegang i dagligvarebutikkerne. Alt i alt viser strukturudviklingen og brancheglidningen, at dagligvarebranchen er dynamisk og under konstant udvikling.

Udvalgsvarerhandlen går fortsat mod mere handel i de store handelscentre og på nettet, men der er også en tendens til at mere udvalgsvarerhandel flytter til de mellemstore byer tæt på forbrugerne. Mange af de varer, som forbrugerne tidligere var villige til at køre langt efter til de store byer, er typisk standardvarer, som i stor udstrækning kan købes på nettet i dag. Flere kæder har tilpasset deres koncepter til mellemstore og mindre byer. Det gælder eksempelvis H&M, Jysk og Jem & Fix, og det giver forbrugerne mulighed for det lette lokale valg, som kan konkurrere med handel på nettet.

ANDELEN AF KÆDEBUTIKKER STIGER – BYERNE BLIVER MERE ENS

Kædernes andel af bymidternes udvalgsvarebutikker stiger. Udviklingen mod flere kædebutikker betyder, at kæderne bidrager til bymidtens udvikling. Kæderne har en stærk økonomi, høj huslejevne, fælles hjemmesider, webshop, ressourcer til at uddanne personale mv., men udviklingen betyder også, at bymidterne bliver mere ens. Klynger af unikke butikker og et charmerende bymiljø med mange oplevelser bliver vigtigere som konkurrenceparametre.

KÆDEBUTIKKEN BLIVER EN DEL AF ET SAMMENHÆNGENDE KONCEPT

Selvom andelen af kædebutikker stiger og butikscentrene vinder markedsandele, er det en udbredt opfattelse, at kædebutikker og butikscentre vil blive udfordret i fremtiden.

Kædebutikkerne sælger typisk varer, som også kan købes via deres netbutik eller kan købes hos mange andre udbydere. De store kæders styrke vil være, at de kan kombinere butikkerne i byerne med netbutikken, tilstedeværelse på sociale medier og andre kanaler, hvor kunderne møder butikken. Byernes butikker vil komme til at indgå med de andre kanaler i et omni channel koncept, som giver kunderne en sammenhængende og meningsfuld oplevelse af butikken uanset, hvilket miks af kanaler de møder butikken og dens varer på. Den fysiske butik bliver på den måde et af flere steder, hvor kunden kan møde butikken. Udfordringen for byernes butikker er, at der er flere eksempler på kæder, som vælger at satse på deres netbutikker samtidig med, at de nedskalerer deres tilstedeværelse med butikker i byerne.

Byernes butikker vil måske i højere grad blive showrooms, hvor kunderne kan få den individuelle og personlige vejledning, hvorefter varerne leveres via netbutikken. I tråd med det er der eksempler på kæder, der vælger at variere deres butiksudbud. Der er f.eks. kæder som introducerer mindre butikker eller showrooms for at komme tættere på kunderne. Kundernes tilskyndelse til at transportere sig til et større indkøbscenter falder, når de samme varer kan købes på

nettets. Derfor er strategien at være til stede med mindre butikker i flere byer og bydele for at komme tættere på kunderne.

IKEA og Jysk vil være til stede i flere byer og være mere centralt placeret i byerne. Derfor har de to kæder udviklet citykoncepter. De to første Jysk citybutikker er åbnet i Stockholm. Jysk har en butik i Bruuns Galleri i Aarhus, og der er bl.a. planer om at åbne i Friis Shoppingcenter i Aalborg bymidte. De nye bykonceptbutikker henvender sig specifikt til de mennesker, der bor og handler i de større byer og indkøbscentre.

En anden side af udviklingen er de store muligheder for at optimere hele processen fra produktion af varer, via butik til levering af varerne hos kunden. Som eksempler arbejdes der med robotter, der kan fylde varer på hylderne eller vejlede kunderne, digitale hyldeforkanter, scannere og andet teknologi, som kan effektivisere processerne, give kunderne adgang døgnet rundt og nedbringe behovet for personale. I Danmark bliver Dagli' Brugsen i Sengeløse den første personaleløse butik, hvor kunderne selv kan låse sig ind, når der ikke er personale, og selv scanne varerne ind og betale.

BUTIKSCENTRENE UDVIKLER SIG TIL OPLEVELSESSTEDER

Butikscentrene, der bl.a. har fælles åbningstider og mange stærke kapitalkæder, har udnyttet liberaliseringen af lukkeloven. Butikscentrenes andel af den samlede detailomsætning udgør i dag ca. 25 %, men butikscentrene er også under pres af e-handlen.

Kædebutikkernes udfordringer er også butikscentrenes udfordring. I dag tager kunderne ikke bare i butikscentret for at købe ind. Det kan de gøre let og hurtigt på nettet. Kunderne søger i højere grad oplevelser. Butikscentrene vil aldrig kunne konkurrere med det endeløse udbud af varer på nettet og mulighederne for at købe varen til den bedste pris uanset, hvor i verden den udbydes fra. Butikscentrene er under hårdt pres fra nethandlen og er nødt til at udvikle sig i en anden retning. Moderne butikscentre indeholder meget andet end butikker. På mange måder forsøges det, at efterligne bymidternes bredere appeal til kunderne og f.eks. byde på spisesteder, koncerter, kunst, fitness, wellness, biograf, råvaremarkeder osv. Alt sammen noget, som nethandlen ikke kan tilbyde.

Konsekvensen af butikscentrenes udvikling vil i byer uden større butikscentre være, at det, der har været bymidternes fordel med en god blanding af butikker, spisesteder, kulturtilbud, aktiviteter, arrangementer osv. vil møde stigende konkurrence fra butikscentrene.

GODE MULIGHEDER FOR DE SMÅ SELVSTÆNDIGE BUTIKKER

En anden opfattelse er, at der vil blive flere selvstændige butikker. Der vil altid være plads til spændende butikker, som sælger unikke varer og byder på unikke kundeoplevelser. I England er antallet af selvstændige butikker på vej op efter flere års tilbagegang.

Byernes butikker vil blive mere levende og varierede, og de vil i stigende grad kombinere handelsoplevelser med underholdning, events, specielle arrangementer og det personlige forhold til kunderne.

De selvstændige butikker vil tilbyde kunderne det, de ikke kan få eller opleve på nettet, og de vil være gode til det personlige og den individuelle behandling af kunderne. De selvstændige butikker har også fordele af, at de hurtigt kan omstille sig og tilpasse varer, service og markedsføring mod nye behov og muligheder.

Udviklingen drives også af ændrede forbrugsvaner. De store ugentlige indkøb er blevet erstattet af mange, små og hurtige indkøb, og det er til fordel for de små og let tilgængelige butikker i lokalområdet. Udviklingen hjælpes også på vej af urbaniseringen. Bymidterne er blevet populære steder at bo, og til det hører typisk en livsstil og et forbrugsmønster, der er til fordel for de lokale butikker, caféer, spisesteder og andre serviceerhverv i bymidten.

Turister er også en kilde til udvikling af de selvstændige butikker. Turistbyer har typisk mange selvstændige butikker. Shopping i et charmerende miljø i den historiske bymidte er en vigtig del af at være turist. Der er som turist god tid til at nyde byturen, være nysgerrig, gå på jagt efter det gode tilbud, finde det specielle, og kombinere shopping med spisning og andre af byens tilbud.

Mulighederne for at starte op med selvstændig butik hjælpes på vej af, at de sociale medier giver mulighed for effektiv markedsføring til lave omkostninger, og at systemer til drift af en butik er blevet billige og hurtige at sætte op.

De selvstændige butikkers udfordringer er udover presset fra nethandlen og de store kæder typisk, at der er mangel på billige, men velbeliggende lokaler.

DAGLIGVREBUTIKKER I DE SMÅ BYER

De små byer har gennem en årrække mistet deres dagligvarebutikker. Mange byer op til omkring 1.000 indbyggere har i dag ikke længere en dagligvarebutik. En opgørelse fra De Samvirkende Købmænd på baggrund af tal fra Retail Institute Scandinavia viser dog, at der er sket en opbremsning i antallet af lukninger af dagligvarebutikker i byer med under 2.000 indbyggere. I 2015-2016 lukkede der kun 6 dagligvarebutikker, hvilket er langt færre end i de tidligere år.

Dagrofa har taget et interessant initiativ, hvor borgere og lokalsamfund bliver medfinansierende i en dagligvarebutik. Der er eksempler på, at det er lykkedes at modernisere en eksisterende butik og øge omsætningen markant eller at bygge en helt ny og levedygtig dagligvarebutik, men det hele afhænger af, at der er stærk lokal opbakning til at sikre eller genetablere byens dagligvareforsyning.

BYMIDTERNE BLIVER MERE BLANDEDE

Et langsomt skifte i sammensætningen af bymidternes funktioner er undervejs. Butikker kommer til at fylde relativt lidt mindre, mens bl.a. caféer, restauranter, take-away, fitness og andre funktioner med services forbundet med kroppens skønhed og sundhed gradvist kommer til at fylde mere i bybilledet. Tendensen er allerede i dag tydelig i bybilledet. Der er typisk mindst lige så mange restauranter og servicevirksomheder som butikker i en bymidte. Detailhandlen kan digitaliseres, men det kan fitness, wellness, skønhedspleje, spisning og overnatning ikke i samme grad, og efterspørgslen på netop den slags ydelser er i vækst.

Pop op-butikker, -cafeer og -restauranter er også blevet en del af bybilledet. Tomme lokaler kan indrettes i en kortere periode til f.eks. at få et parti varer solgt, til at teste en forretningside eller udnytte julehandlen.

Bymidterne har fordele af, at de allerede kan tilbyde de besøgende et bredt spektrum af oplevelser. Der er normalt attraktive historiske bymiljøer, som er rare og oplevelsesrige at besøge, og bymidternes butiksudbud er i forvejen suppleret med et bredt spektrum af spisesteder, hoteller, kultur, fritid og mange andre tilbud.

Bymidternes svagheder er, at de allerede har mistet en stor del af deres handelsliv, at tilgængeligheden fra oplandet er dårligere end til butikscentrene og de eksternt beliggende indkøbsområder, og at bymidterne ikke er organiseret lige så stærkt som butikscentrene. I butikscentrene er der én centerledelse, som har vidtgående beføjelser til at lede og optimere centret. Beslutningskraften i bymidterne er spredt på mange ejere og mange forretningsdrivende samtidig med, at kommunerne bestemmer over handeleggaderne, de offentlige parkeringspladser og adgangsvejene. I bymidterne er der herudover beboere, kontorvirksomheder og mange andre interesser at tage hensyn til. Handelslivet er typisk organiseret i handelsstandsforeninger med frivilligt medlemskab, grundejernes involvering er begrænset og uorganiseret, og kommunerne driver ikke bare de offentlige parkeringspladser for at optimere handelslivet.

NYE FORBRUGSVANER

Service- og kulturtilbud er vigtige bidragsydere til det, der gør bymidterne attraktive for kunderne. Konkurrencen mellem byerne om at være attraktive for indbyggere, turister og tilflyttere medfører en konstant udvikling af byernes service- og kulturtilbud. Mens detailhandlen på landsplan har været i tilbagegang på grund af lavkonjunktur, nethandlen og konkurrence fra de store byer, så har der været vækst i andre brancher. Madvanerne er under forandring. Mange flere spiser i dag ude, tager færdigmad med hjem eller får maden leveret. På samme måde er der i dag mange flere, der motionerer, og prioriterer sundhed, skønhed og velvære.

Restaurationsbranchen har gennem en årrække haft betydelig vækst inden for alt fra klassiske restauranter til grillbarer, pizzeriaer, caféer, barer, take away steder, cateringfirmaer og mobile madenheder. En opgørelse fra Horesta viser, at antallet af spisesteder voksede med godt 10 % eller ca. 1.500 fra 2009 til 2015. Væksten svarer til ca. 15 ekstra spisesteder i en gennemsnitskommune. Spisestederne fylder i dag mere i gadebilledet end tidligere og bidrager mere til bylivet. Skagenfood, der leverer måltidskasser til døren, omsatte for 75 mio. kr. i 2016 og 110 mio. kr. i 2017, og er en lokal virksomhed, der har udnyttet de nye trends og fødevareretendenser.

Overnatningserhvervet melder om knap 33 % eller 3,5 mio. flere årlige overnatninger i 2015 end i 2008. Værelseskapaciteten er i samme periode øget med godt 18 % eller 7.000 værelser, og omsætningen i branchen er øget med godt 18 % eller ca. 2 mia. kr. Udlejningstjenesten Airbnb melder om en vækst i indtjækninger fra ca. 730.000 i 2016 til ca. 900.000 i 2017 svarende til en vækst på knap 25 %.

Motion, sundhed og skønhed er i stærk vækst og har også sat sit præg på byer og bymidter. Der er ikke samlede tal for væksten i hele branchen, men antallet af fitnesscentre er ifølge Dansk Idrætsforbund næsten fordoblet fra 2010 til 2016. I perioden blev der etableret 660 nye centre svarende til en tilvækst i antallet af centre på ca. 200. Fitnesscentre er blot ét eksempel. Der er vækst over et bredt felt af forretninger, som baserer sig på kroppens sundhed, skønhed og velvære. Speciallæger, fysioterapeuter, kiropraktikere, alternative behandlere, terapeuter, frisører, skønhedsklinikker, tatovører mv. er andre eksempler. De ændrede vaner og efterspørgselsmønstre viser sig ikke kun som nye virksomheder. De senere år er motion flyttet ud i byerne og naturen. Aktive motionister fylder i dag meget i gadebilledet. Der er mange spændende eksempler på, at byerne udbygger deres tilbud og faciliteter til de mange, der ønsker at være aktive i byens rum. Alt sammen bidrager til at forandre og udvikle bylivet.

BORGERNE ER BLEVET MERE MOBILE OG KØRER EFTER DET RIGTIGE UDBUD

Borgerne er blevet mere mobile og kører gerne langt efter en koncentration af spændende butikker, enten i en velfungerende bymidte eller et indkøbscenter. Omvendt kan selv mindre byer tiltrække mange tusinde besøgende udefra til populære events. Mobiliteten går altså begge veje. I perioden 1993-2016 steg antallet af personbiler i Danmark fra ca. 1,6 til knap 2,4 mio. Antallet af danske husstande i Danmark med adgang til bil er steget med ca. 200.000 svarende til 7 % i perioden 2008-2016. Det høje bilejerskab betyder, at mange kunder stiller krav om gode parkeringsmuligheder i forbindelse med indkøb. Samtidig viser en analyse fra 2015 gennemført af COWI og 7 kommuner, at cyklister, gående og rejsende med offentlig transport bidrager med godt en tredjedel af omsætningen i bydelscentrene og knap to tredjedele af omsætningen i bymidterne i de større byer².

DEN NYE PLANLOVS BETYDNING

Med de ændrede bestemmelser om detailhandelsplanlægning i Planloven gives der mulighed for større dagligvare- og udvalgsvarebutikker – også i aflastningsområder udenfor bymidten. Den nye Planlov sætter rammerne for øget vækst, udvikling og konkurrence i detailhandlen. Det forventes, at den nye Planlov vil forstærke strukturudviklingen, som går mod færre, men større butikker, en koncentration af udvalgsvarehandlen i de store byer og mellemstore byer og en generel udflytning af detailhandlen fra bymidterne til byernes periferi.

Kort opsummeret er der sket følgende ændringer af Planlovens regulering af detailhandelsplanlægning:

- > Mulighed for større dagligvare- og udvalgsvarebutikker
- > Hensyn til effektiv butiksstruktur nu en del af formålsparagraffen
- > Mulighed for at udvide eksisterende og udlægge nye aflastningsområder
- > Krav om brug af den statistiske metode ophævet

² Transport, forbrug og adfærd – en undersøgelse af danskernes handelsliv, 2015.

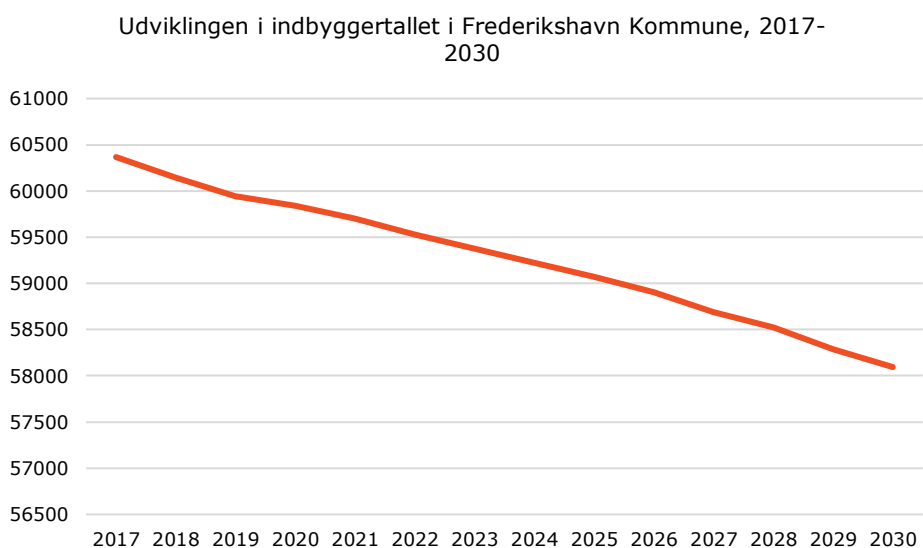
- > Definitionen af særligt pladskrævende varegrupper er ikke længere udtømmende
- > Bedre muligheder for e-handel og showrooms

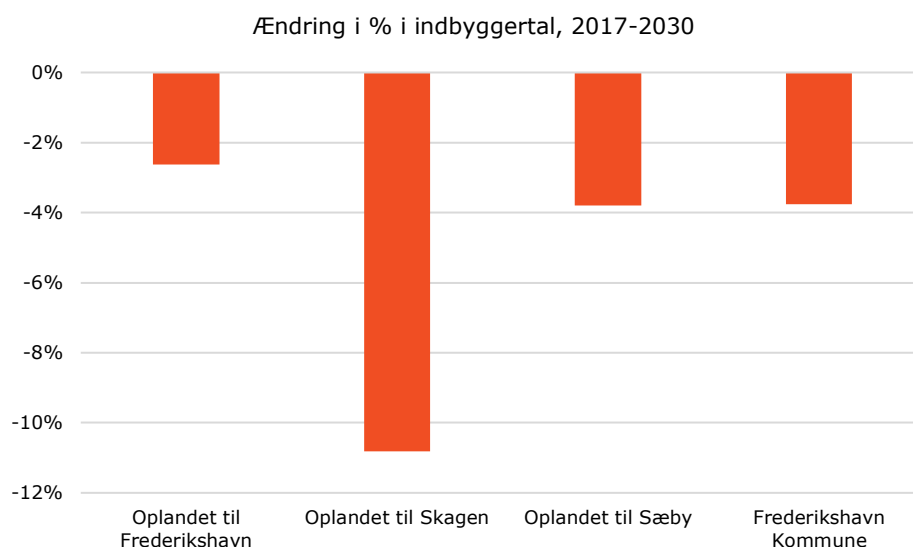
4.2 Tendenser og rammevilkår i Frederikshavn Kommune

Foruden de generelle rammevilkår er de lokale rammevilkår i Frederikshavn Kommune også afgørende for detailhandlen. Byens Ejendom vurderer, at der vil blive investeret omkring 7 mia. kr. i byudvikling og havneudvidelse i Frederikshavn frem mod 2027. I Frederikshavn bymidte gennemføres områdefornyelse, der bl.a. omfatter omdannelse af Rådhusparken og renovering af gågaden. Ska-gen Havn er siden 2006 udvidet markant. Aktuelt gennemføres etape 3. Sæby Havn udvides med nye havneanlæg, der skal gøre havnen mere attraktiv og medvirke til at tiltrække flere tilflyttere og turister til byen. Investeringerne vil smitte positivt af på detailhandlen.

NEGATIV BEFOLKNINGSUDVIKLING ER EN UDFORDRING FOR DETAILHANDEL
Befolkningsudviklingen har stor betydning for detailhandlens udviklingsmuligheder. På landsplan forventes befolkningstallet at stige med ca. 5,3 % frem mod 2030.

Frederikshavn Kommunes befolkningsprognose fra 2018 viser, at indbyggertallet i Frederikshavn Kommune forventes at falde fra ca. 60.370 personer i 2017 til ca. 58.100 personer i 2030. Det svarer til et fald i indbyggertallet på 2.300 personer eller ca. 3,8 %. Faldet i indbyggertallet vil med de nuværende forbrugstal svare til et fald i det årlige forbrug i de fysiske butikker på i størrelsesordenen 105 mio. kr. i 2017-priser frem mod 2030.

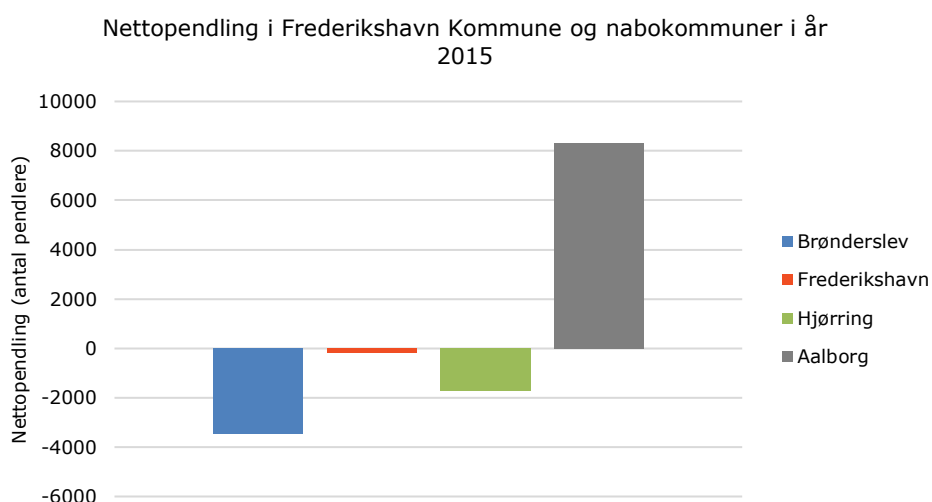




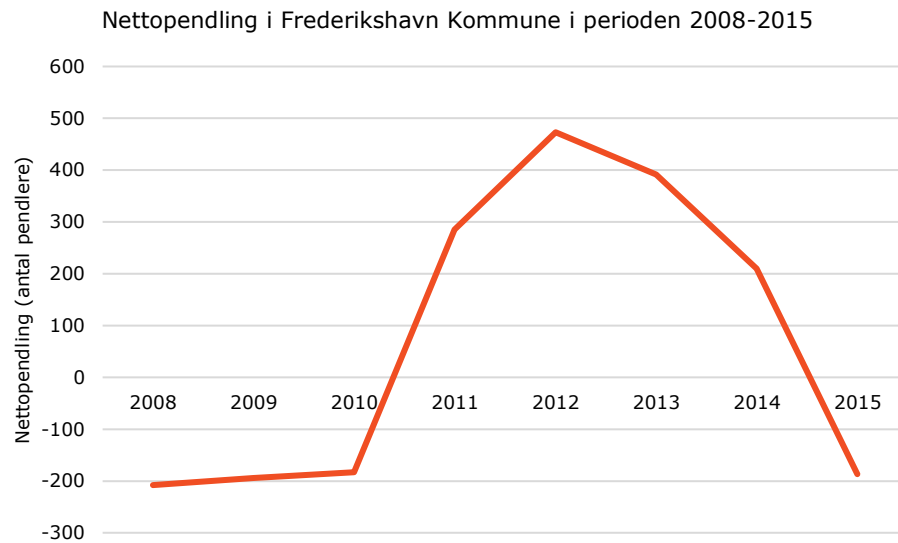
STABILT NETTOPENDLINGSTAL I PERIODEN 2008-2015

Mange pendlere foretager indkøb af især dagligvarer i forbindelse med turen mellem arbejde og bopælen. Dermed har pendlingen betydning for detailhandlen.

Stort set ligeså mange personer pendler dagligt ind til arbejdspladser i Frederikshavn Kommune, som personer, der pendler ud. Der har været mindre udsving i nettopendlingen i perioden 2008-2015. I 2008 var der et pendlingsunderskud på ca. 200 pendlere. I 2012 var der et pendlingsoverskud på knap 500 pendlere. Siden 2012 er pendlingsoverskuddet vendt til et pendlingsunderskud på knap 200 pendlere.



Hvis pendlerne i gennemsnit handler for ca. 250-500 kr. om ugen i den kommune, som de pendler til, så svarer ændringen i nettopendlingen i perioden 2012-2015 til et fald i den årlige pendlingsafledte omsætning på ca. 8-20 mio. kr. Til sammenligning omsætter en typisk dagligvarebutik på ca. 1.000 kvm for ca. 30-35 mio. kr. pr. år.



HVER SYVENDE BESKÆFTIGEDE ER BESKÆFTIGET I HANDELSSEKTOREN

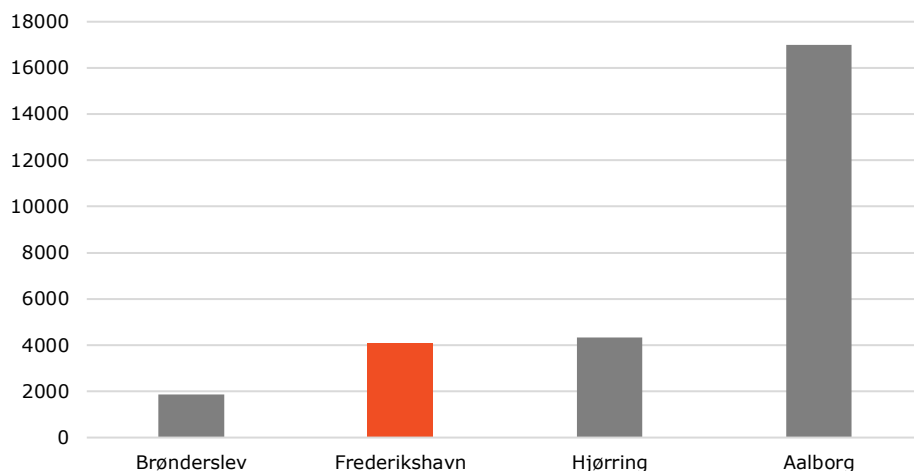
Beskæftigelsen i detailhandlen er ofte et overset element i forbindelse med iværksætteri og erhversudvikling. Detailhandlen er en vigtig faktor for den lokale beskæftigelse og kan være et fokusområde for jobskabelse.

Der er ca. 4.100 ansatte i handelssektoren³ i Frederikshavn Kommune. Det svarer til at ca. 15 % eller at knap hver syvende beskæftigede i Frederikshavn Kommune er ansat i handelssektoren. Det er vigtigt at være opmærksom på, at handelssektoren udover detailhandel også omfatter engroshandel mv.

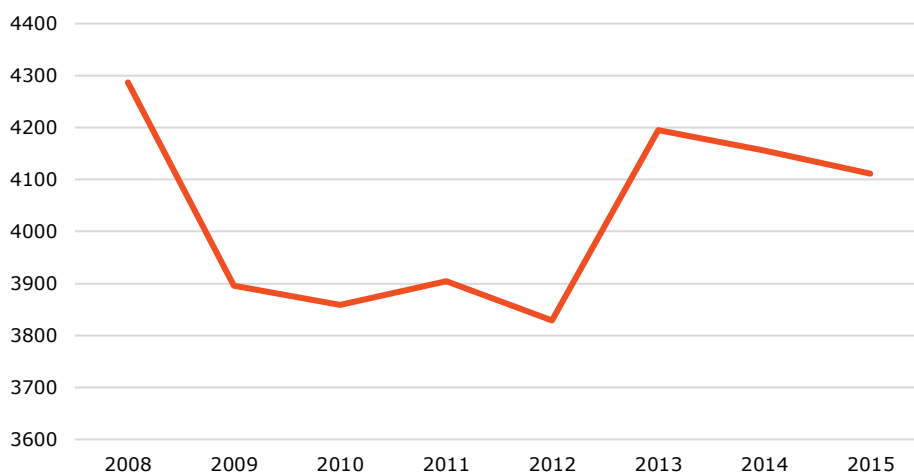
Udviklingen i antallet af beskæftigede i handelsbranchen har samlet set været negativ i perioden 2008-2015, men samlet set positiv i perioden 2012-2015. Handel er Frederikshavn Kommunens største branche målt på antallet af beskæftigede.

³ Handelssektoren defineret som "Handel med biler og motorcykler, og reparation heraf"; "Engroshandel undtagen med motorkøretøjer og motorcykler" samt "Detailhandel undtagen med motorkøretøjer og motorcykler".

Antal ansatte i handelssektoren i Frederikshavn Kommune og nabokommuner i år 2015



Udviklingen i antallet af ansatte i handelssektoren i Frederikshavn Kommune i perioden 2008-2015



UDVIKLINGEN I TURISMEN

Turismen i Danmark er gået frem de senere år, og det ser ud som om, den positive udvikling fortsætter. Undersøgelser fra blandt andre Danmarks Statistik, Erhvervsministeriet, VisitDenmark og COWI viser, at en positiv udvikling inden for turismen har positive effekter på detailhandlen.

I 2015 var Frederikshavn Kommune på en 8. plads blandt danske kommuner med flest kommercielle overnatninger. Især overnatningstallene for udenlandske turister har udviklet sig positivt i Frederikshavn Kommune. Baggrunden er ifølge Visit Denmark bl.a. den stigende trussel fra terror og turisternes ønske om trykthed og fred i turistdestinationerne. Udviklingen afspejles i udviklingen i antallet af kommercielle overnatninger i feriehusene. I 2016 steg antallet af kommercielle overnatninger i feriehusene i Frederikshavn Kommune med ca. 3 % for danske turister og ca. 5 % for udenlandske turister.

Antallet af kommercielle overnatninger i Frederikshavn Kommune udgjorde i omegnen af 1,4 mio. i 2016. Heraf udgjorde danske turister lidt over halvdelen og udenlandske turister lidt under halvdelen. Ikke-kommercielle overnatninger og endagsturisterne indgår ikke i opgørelsen, og det reelle antal turister er derfor væsentligt højere. De ikke-kommercielle overnatninger består af overnatninger i eget eller lånt feriehus og overnatninger hos familie og venner. Det faktiske antal overnattende turister og endagsturister vurderes at udgøre ca. 3,2 mio. pr. år.

Ifølge Visit Denmarks prognose forventes 1,5-3,5 % flere overnatninger i 2018 i forhold til 2017. Kyst- og naturturisme er den mest relevante turismeform for Frederikshavn Kommune. VisitDenmark forventer fremgang indenfor både storbyturismen, kyst- og naturturismen samt møde- og erhvervsturismen.

5 Den regionale konkurrencesituation

Den regionale konkurrence i og omkring Frederikshavn Kommune er kendetegnet ved nærheden til Hjørring og Aalborg, den gode tilgængelighed via motorvejen og færgeforbindelserne.

Frederikshavn Kommune med havnen i Frederikshavn fungerer for mange færgesende som udgangspunkt og ankomststed. Fra Frederikshavn er der færgeforbindelser til Norge, Sverige og Læsø. Frederikshavn Kommune er omgivet af Hjørring og Brønderslev Kommuner, og der er kort afstand og god tilgængelighed til Aalborg Kommune via motorvejen.

Der er ikke gennemført en oplandsanalyse, men det vurderes, at detailhandlen i Frederikshavn Kommune hovedsageligt er i konkurrence med detailhandlen i Hjørring og Aalborg og til en vis grad Brønderslev og Göteborg. Borgerne i Frederikshavn lægger en del handel i disse byer, men handlen går også den modsatte vej. Borgerne fra Hjørring, Aalborg og Göteborg handler i Frederikshavn Kommune – f.eks. når de besøger kommunen som turister.



5.1 Øget konkurrence fra Hjørring

Detailhandlen i Hjørring Kommune har vundet markedsandele i de senere år. Ifølge detailhandelsanalysen for Hjørring Kommune fra 2017 er handelsoverskuddet vokset fra 0,6 mia. kr. i 2010 til 0,9 mia. kr. i 2016. Overskuddet på 0,9 mia. kr. pr. år kommer fra en omsætning i butikkerne i Hjørring Kommune på 3,8 mia. kr. og et forbrug blandt borgerne i Hjørring Kommune på 2,9 mia. kr. Handelsbalancen er steget fra 121 % i 2010 til 131 % i 2016.

Borgere i oplandet til detailhandlen i Hjørring Kommune, herunder borgere i Frederikshavn og Brønderslev Kommuner, lægger i alt ca. 0,7 mia. kr. pr. år i butikkerne i Hjørring Kommune. Omvendt lægger borgerne i Hjørring Kommune ca. 0,3 mia. kr. pr. år i butikker udenfor kommunen, herunder særligt i Aalborg, men der er også i den østlige del af Hjørring Kommune en vis handel i Frederikshavn.

UDVIKLINGEN SIDEN 1999

Siden 1999 er antallet af butikker i Hjørring Kommune reduceret med ca. 31 %, men bruttoetagearealet er steget med ca. 14 % og omsætningen i løbende priser er steget med ca. 33 %.

UDBYGNINGER LANGS FREDERIKSHAVNSVEJ

En af hovedårsagerne til at detailhandlen i Hjørring Kommune har styrket sin position er, at udvalgsvarehandlen i Hjørring er blevet udbygget med en række stærke butikker som Bauhaus, Elgiganten, Toys'R'Us, som holder de lokale kunder fra at handle i Aalborg og tiltrækker kunder fra et større område udenfor kommunegrænsen. En stor del af fremgangen i Hjørring Kommune skyldes for det første vækst i Hjørring by. Handelsbalancen for Hjørring by er vokset fra 151 % i 2010 til 168 % i 2016. Hjørring har styrket sin position som overordnet indkøbsby i Vendsyssel. For det andet har detailhandlen i flere af de øvrige byer haft betydelig fremgang og bidraget til væksten i detailhandlen i kommunen.

Det er især udbygninger langs Frederikshavnsvej og ved Bispetorvet, som har betydet, at Hjørring har vundet markedsandele. Omsætningen i butikkerne i området langs Frederikshavnsvej er steget med omkring 240 mio. kr. i perioden 2010-2016. Samtidigt med at Frederikshavnsvejsområdet er blevet styrket, har bymidten og resten af byen stort set fastholdt sin position.

Butikscentret **Metropol** i Hjørring bymidte har godt 30 butikker, og der er ca. 120 butikker i Hjørring bymidte. Butikkerne i Hjørring bymidte, inkl. Metropol, omsatte for godt 1 mia. kr. i 2016, og omsætningen i løbende priser har været stort set uændret i de senere år.

UDVIKLING I SINDALS DAGLIGVAREHANDEL

Placeringen mellem Hjørring og Frederikshavn betyder, at mange pendlere dagligt passerer butikkerne i Sindal. I Sindal er der i dag to store dagligvarebutikker ved rundkørslen ved Hjørringvej og en stor dagligvarebutik i bymidten. Der har tidligere ligget yderligere to store dagligvarebutikker ved rundkørslen. Det er sandsynligt, at butikkerne også har kunder fra i Frederikshavn Kommune.

Omsætningen i Sindal steg med ca. 40 % i perioden 2010-2016, og handelsbalancen steg fra 96 til 141 %. Sindal var den af alle byer i Hjørring Kommune, der havde haft størst vækst i omsætning og handelsbalance. Dagligvareomsætningen steg med 80 mio. kr. eller godt 50 %, mens udvalgsvareomsætningen gik tilbage med knap 10 mio. kr. eller ca. 55 %. Tallene bygger på detailhandelsanalysen for Hjørring Kommune. Siden analysens udarbejdelse er der lukket to store dagligvarebutikker i Sindal.





Skagen

Hirtshals

Frederikshavn Kommune

Hjørring

Frederikshavn

9 t 15min.
Frederikshavn - Oslo

4 t 40 min.
Frederikshavn - Göteborg

Brønderslev

Sæby

Aalborg

33,5 km / 35 min.
Frederikshavn - Hjørring

65,3 km / 46 min.
Frederikshavn - Aalborg



(A4) 1:100.000

5.2 Aalborg er blevet stærkere

Butikkerne i Frederikshavn Kommune er i konkurrence med detailhandlen i Aalborg, herunder særligt beklædningsbutikkerne i Aalborg. Motorvejen gør det muligt at nå til butikkerne i Aalborg indenfor godt 45 min. fra Frederikshavn.

DETAILHANDLEN I AALBORG I TAL

Detailhandlen i Aalborg har været i en positiv udvikling over de senere år. Butikkerne i Aalborg Kommune omsatte for knap 13 mia. kr. i 2017. I perioden 2008-2017 er dagligvareomsætningen steget med ca. 18 %, og udvalgsvareomsætningen er steget med ca. 14 %. Handelsbalancen for dagligvarer er steget fra 105 % til 106 %, og handelsbalancen for udvalgsvarer er steget fra 127 % til 131 %. Antallet af butikker i Aalborg Kommune er faldet fra 980 til 910 i perioden 2008-2017. Samtidig er bruttoetagearealet øget med ca. 18 % for dagligvarebutikker og ca. 14 % for udvalgsvarebutikker.

MANGE BUTIKSCENTRE I AALBORG

Der er fem butikscentre i Aalborg. Butikscentrene med kapitalkæderne har et velkendt koncept og brand, som kunderne er villige til at køre langt efter. Især indenfor beklædning udgør butikscentrene i Aalborg stærke konkurrenter til butikkerne i Frederikshavn Kommune.

Der er også stærk konkurrence indenfor øvrige udvalgsvarer. Aflastningsområdet **City Syd** i Aalborg rummer flere store butikker, som ikke findes i Frederikshavn Kommune, heriblandt Ilva, Møblér, Biltema samt Plantorama, som åbnede i 2007 og IKEA, som åbnede i 2010. Aflastningsområdet er desuden styrket som følge af etableringen af restauranter, biograf mv.

Aalborg Storcenter ligger i aflastningsområdet City Syd i Aalborg SV i tilknytning til Nordjyske Motorvej, godt 70 km fra Frederikshavn. Butikscentret blev opført i 1996. Der er i dag ca. 75 butikker og servicefunktioner samt et af Danmarks største hypermarkeder, Bilka, i Aalborg Storcenter. I Aalborg Storcenter ligger flere udvalgsvarekæder, som ikke findes i Frederikshavn Kommune. Aalborg Storcenter har næsten 7 mio. besøgende pr. år og er Nordjyllands største butikscenter målt på både besøgende og butiksareal (ca. 49.000 kvm). I tilknytning til Aalborg Storcenter er der ca. 2.400 gratis parkeringspladser uden tidsbegrænsning. Aalborg Storcenter blev udvidet i 2012 med 12 butikker og en café fordelt på ca. 2.000 kvm.

Butikscentret **Shoppen** ligger ved siden af Aalborg Storcenter. Shoppen rummer 7 udvalgsvarebutikker, herunder Elgiganten og én af de 4 H&M-butikker i Aalborg. I Shoppen er der også spisesteder og servicefunktioner, herunder en biograf med 6 sale, som åbnede i 2016. Desuden åbnede i februar 2017 Nordjyllands første H&M Home, og i efteråret 2017 åbnede tøjbutikken Kings & Queens.

Friis i Aalborg bymidte rummer ca. 25 butikker og servicefunktioner med et samlet areal på ca. 16.000 kvm. Centret har ca. 3 mio. årlige besøgende. Friis blev opført i 2010 og gennemgår efter en periode med udlejningsvanskeligheder en større ombygning frem til 2018. Der vil åbne en række nye butikker samt stormagasinet **Magasin**.

Derudover har Aalborg bymidte et stormagasin, **Salling**, på ca. 12.000 kvm fordelt på 3 etager. Salling omsatte ifølge Danmarks Største Shoppingcentre 2017 for ca. 525 mio. kr. i 2016.



5.3 Shoppingture til Göteborg og grænsehandel

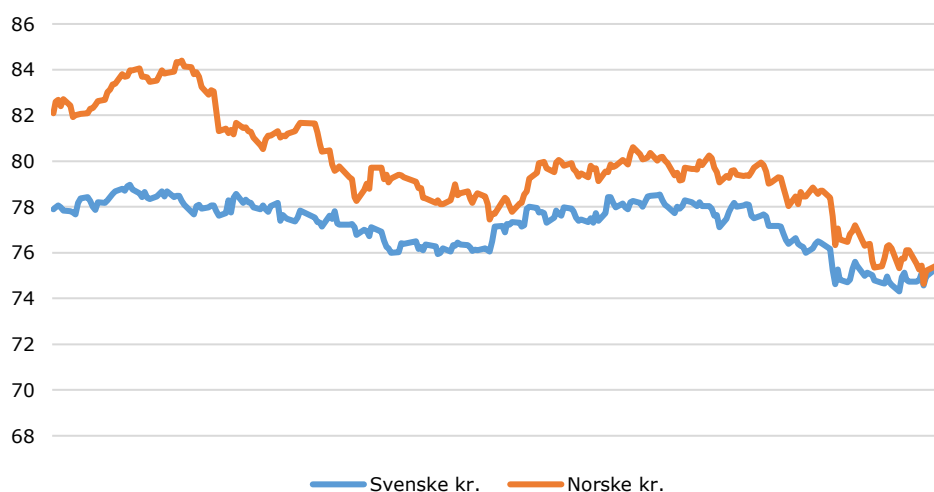
Der kommer 1,7 millioner turister gennem færgetrafikken på Frederikshavn Havn til og fra Göteborg. For mange af de besøgende er der tale om en sviptur over Kattegat med grænsehandel i Danmark eller på færgen som det primære mål. Systembolaget er den eneste detailbutik, der må sælge vin og spiritus i Sverige, og vin og spiritus er pålagt højere afgifter i Sverige end i Danmark. Grænsehandlen i Frederikshavn påvirkes bl.a. af afgiftssatserne, mængden af vin og spiritus, som de rejsende må tage med hjem eget til forbrug, billetpriserne for færgen, valutakurserne og grænsehandlen ombord på færgen.

Samtidig med at svenskerne handler ind i Frederikshavn, så er Göteborg også en konkurrent til detailhandlen i Frederikshavn Kommune. Göteborg har et stort udbud og har kæder, som ikke findes i Danmark. Der er tre større butikscentre i det centrale Göteborg. Nordstan Shoppingcenter er med 178 lejere det største butikscenter i Göteborg. I det firetagers butikscenter Nordiska Kompaniet er der 48 lejere, og i Arkadan Galleria er der godt 20 lejere. Omkring 10-15 min fra det centrale Göteborg ligger aflastningsområderne Backaplan og Frölunde Torg med over 100 og 200 butikker.

Der er potentiale for at tiltrække flere endagsturister, som kombinerer en tur til Frederikshavn Kommune med shoppingoplevelser. Detailhandlen, herunder særligt dagligvarehandlen, nyder godt af grænsehandlen med Sverige. Det er vigtigt, at fastholde grænsehandlen i de fysiske butikker i Frederikshavn. Ellers risikeres, at grænsehandlen i stigende grad flytter til butikkerne på færgerne.

Den svenske og især norske valuta er faldet overfor den danske krone i 2017, og det har betydet, at det for både nordmænd og svenskere er blevet lidt dyrere at være turist i Danmark. Den svenske krone har i 2017 mistet 5 % i værdi i forhold til den danske krone, mens den norske krone i samme periode er blevet svækket med ca. 10 %.

Valutakurser (DKK pr. 100 enheder valuta) i år 2017



6 Tre oplande i Frederikshavn Kommune

Frederikshavn Kommune er opdelt i tre handelsoplande; Frederikshavn, Skagen og Sæby. Analysens resultater er gennemgående afrapporteret for de tre handelsoplande. Handelsoplandenes afgrænsninger matcher afgrænsningerne af handelsoplandene i analysen fra 1999, hvorved det er muligt at følge udviklingen over tid. Afgrænsningerne af handelsoplandene fremgår af kortet på næste side. Derudover beskrives udviklingen i de større handelsbyer.



Opland til Skagen

Opland til Fr. Havn

Opland til Sæby

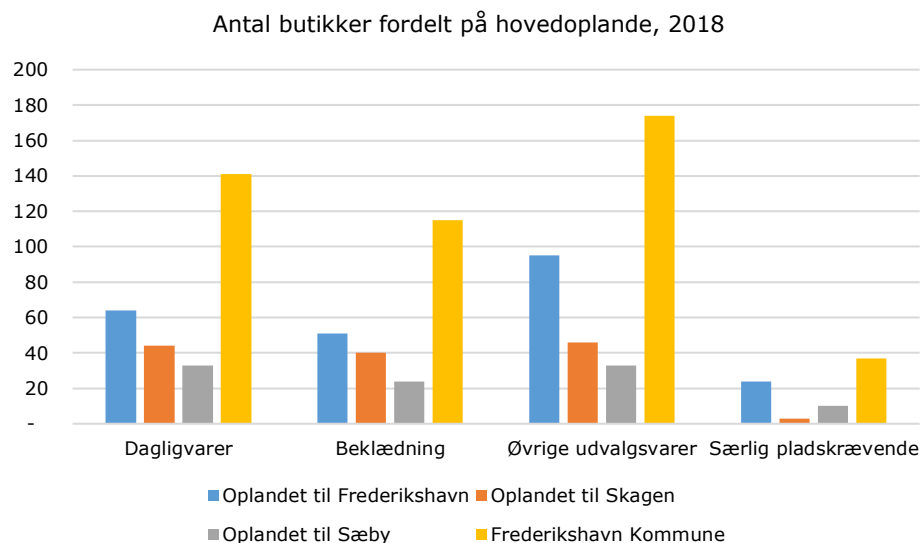
7 Antal butikker

Antallet af butikker i Frederikshavn Kommune er faldet fra 534 til 468 i perioden 1998-2018. Der er sket et fald i både Frederikshavn, Skagen og Sæby. Det største fald er sket i oplandet til Sæby, hvor butiksbestanden er reduceret med over en fjerdedel.

Strukturudviklingen på landsplan går fortsat mod færre, men større butikker. Mens antallet af nærbutikker og mindre specialdagligvarebutikker som slagtere, bagere og lignende er faldet siden 1998, så er antallet af store dagligvarebutikker steget. Ifølge Supermarkedshåndbogen er antallet af discountbutikker, supermarkeder, varehuse og lignende på landsplan steget med ca. 40 % fra ca. 1.800 butikker i 1998 til ca. 2.550 i 2016. Den udvikling finder også sted i Frederikshavn Kommune.

ANVENDT METODE

Butikker er kortlagt ved besigtigelse af hele Frederikshavn Kommune i november 2017 og februar 2018. Besigtigelserne er suppleret med internetopslag og er sammenholdt med COWIs butiksregister.



En tabel med antal butikker fremgår af bilag 2.

7.1 Antal butikker i Frederikshavn Kommune

Der er 467 butikker i Frederikshavn Kommune, heraf er 141 eller 30 % dagligvarebutikker, 115 eller 25 % beklædningsbutikker, 174 eller 37 % øvrige udvalgsvarerbutikker og 37 eller 8 % er butikker med særligt pladskrævende varegrupper. I forhold til andre kommuner har Frederikshavn Kommune en høj andel af udvalgsvarerbutikker. Det skyldes bl.a. den omfattende turisme, idet turisterne efterspørger små specialbutikker. Det skyldes også, at der er relativt få meget store udvalgsvarerbutikker i Frederikshavn kommune, hvilket giver rum til flere små udvalgsvarerbutikker. Fordelingen mellem hovedbrancherne svarer til fordelingen i Hjørring Kommune.

UDVIKLINGEN SIDEN 1999

I de tidligere Frederikshavn, Skagen og Sæby Kommuner var der i 1999 tilsammen 534 butikker. Dermed er antallet af butikker faldet med 66 butikker eller ca. 12 % over en periode på 19 år. Til sammenligning er antallet af butikker faldet med ca. 30 % i Hjørring Kommune i samme periode.

7.2 Antal butikker i oplandet til Frederikshavn

Der er 234 butikker i oplandet til Frederikshavn, hvilket svarer til 50 % af butikkerne i hele Frederikshavn Kommune. 64 eller 27 % af butikkerne i oplandet til Frederikshavn er dagligvarebutikker, 51 eller 22 % er beklædningsbutikker, 95 eller 41 % øvrige udvalgsvarerbutikker og 24 eller 10 % er butikker med særligt pladskrævende varegrupper. Der er 207 butikker i Frederikshavn by. Heraf ligger 117 indenfor den afgrænsede bymidte, 40 butikker i og ved aflastningsområdet og 50 butikker i den øvrige del af byen. I Strandby er der 7 butikker, herunder en Dagli' Brugsen, og i Elling er der 9 butikker, herunder en Fakta.

UDVIKLINGEN SIDEN 1999

I 1999 var der 241 butikker i oplandet til Frederikshavn. Heraf lå 215 eller 89 % af butikkerne i Frederikshavn by. I Strandby var der 8 butikker, ligesom der var 8 butikker i Elling.

Antallet af butikker i oplandet til Frederikshavn er faldet med 7 eller ca. 3 %. Antallet af butikker i Frederikshavn by er faldet med 8, mens der er blevet én butik mere i den øvrige del af oplandet.

7.3 Antal butikker i oplandet til Skagen

Der er 133 butikker i oplandet til Skagen svarende til 28 % af butikkerne i Frederikshavn Kommune. Ud af de 133 butikker er 44 eller 33 % dagligvarebutikker, 40 eller 30 % er beklædningsbutikker, 46 eller 35 % er øvrige udvalgsvarerbutikker og 3 eller 2 % er butikker med særligt pladskrævende varegrupper.

Der er 111 butikker i Skagen by. Heraf ligger 77 butikker indenfor den afgrænsede bymidte og yderligere 15 butikker på havnen i tilknytning til bymidten. 33 af butikkerne eller 29 % er dagligvarebutikker og 78 eller 71 % er udvalgsvarerbutikker eller butikker med særligt pladskrævende varegrupper.

I Aalbæk er der 17 butikker.

UDVIKLINGEN I OPLANDET SIDEN 1999

I 1999 var der 155 butikker i oplandet til Skagen, heraf lå 131 butikker i Skagen by og 14 butikker i Aalbæk. Antallet af butikker i oplandet til Skagen er faldet med 22 eller ca. 14 %. Faldet er sket i Skagen by, hvor antallet af butikker er faldet med 20 eller ca. 15 %.

UDVIKLINGEN I SKAGEN BY SIDEN 2004 OG 2014

I 2004 var der 135 butikker i Skagen by. Heraf 38 dagligvarebutikker og 97 udvalgsvarebutikker. I perioden 2004-2014 faldt antallet af butikker i Skagen med ca. 8 %. I 2014 var der 124 butikker. Heraf 35 dagligvarebutikker og 89 udvalgsvarebutikker. I både 2004 og 2014 var fordelingen i Skagen således ca. 28 % dagligvarebutikker og ca. 72 % udvalgsvarebutikker. Fordelingen mellem hovedbrancherne svarer til fordelingen i dag, mens antallet af butikker altså er faldet.

7.4 Antal butikker i oplandet til Sæby

Der er 100 butikker i oplandet til Sæby, heraf 33 dagligvarebutikker, 24 beklædningsbutikker, 33 øvrige udvalgsvarebutikker og 10 butikker med særligt pladskrævende varegrupper.

Ud af de 100 butikker i oplandet ligger 75 butikker i Sæby by, og 50 butikker i Sæby bymidte.

UDVIKLINGEN SIDEN 1999

I 1999 var der 138 butikker i oplandet til Sæby, heraf lå de 81 i Sæby by. I Østervrå var der 12 butikker og i Dybvad var der 8 butikker.

Antallet af butikker i oplandet til Sæby er faldet med 38 eller ca. 28 %. Antallet af butikker i Sæby by er faldet med 6 eller ca. 7 %.



Dagli' Brugsen

coop
2%
DIVIDENDE
NYE MEDLEMMER

Åbent alle
ugens 7 dage
730-19

POST

Dagli' Brugsen

8 Dagligvareforsyningen

Langt de fleste borgere i Frederikshavn Kommune har kort afstand fra deres bopæl til nærmeste store dagligvarebutik. Flere af landsbyerne har dog lang afstand til nærmeste dagligvarebutik og siden 1999 er antallet af dagligvarebutikker reduceret markant.

ANVENDT METODE

Kortet på næste side viser placeringerne af store dagligvarebutikker i Frederikshavn Kommune i starten af 2018. Store dagligvarebutikker er i denne sammenhæng defineret som dagligvarebutikker, der sælger grundfødevarer og har en stor omsætning, dvs. brugsforretninger, discountbutikker, supermarkeder og varehuse. Rundt om hver dagligvarebutik er der lagt bufferzoner med en radius på hhv. 500 m, 1.000 m og 2.000 m.

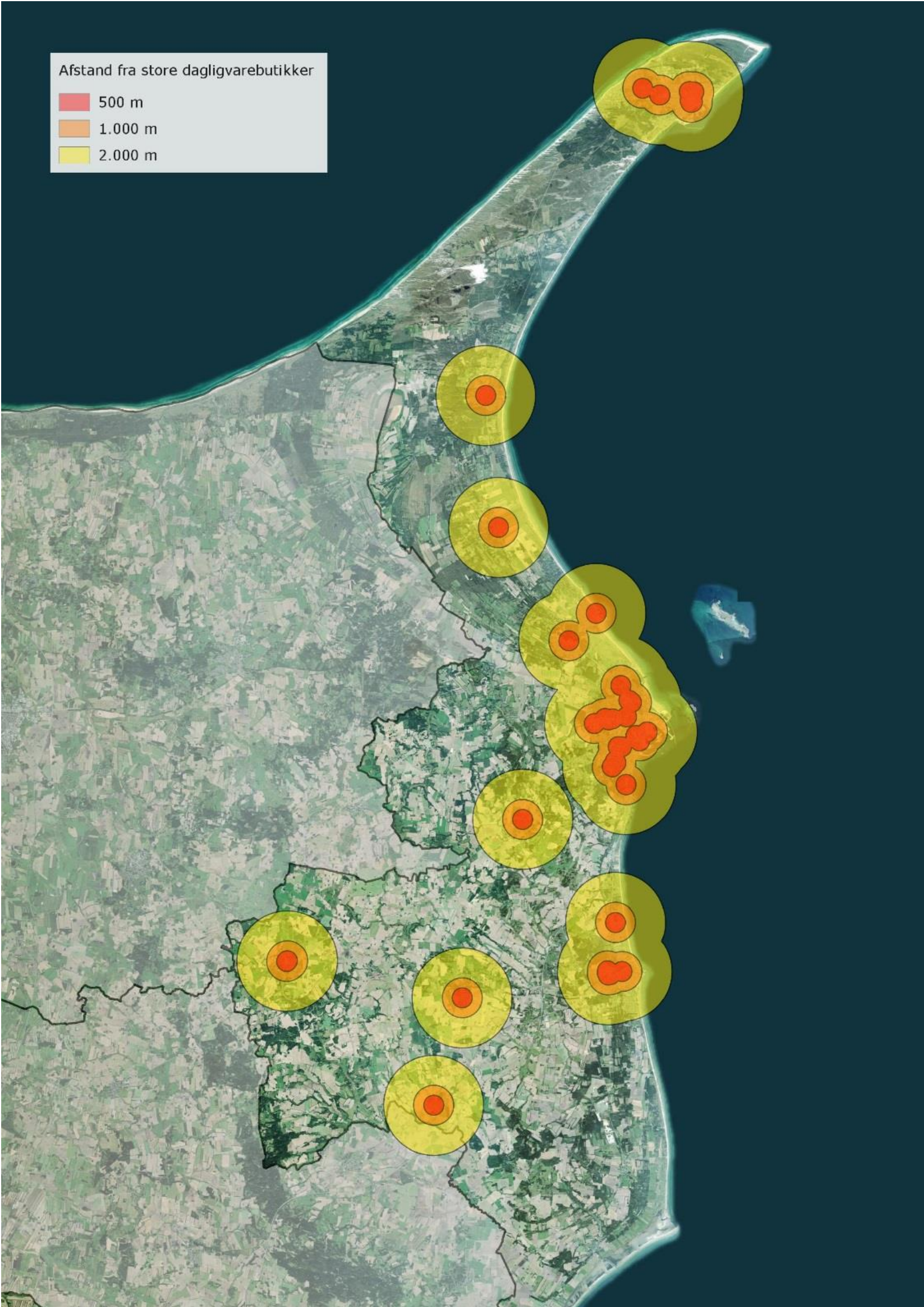
8.1 Dagligvareforsyningen i Frederikshavn Kommune

Der er overordnet set en relativt fintmasket dagligvarebutiksstruktur i Frederikshavn Kommune. Langt størstedelen af borgerne har kort afstand til nærmeste store dagligvarebutik. Flere af de mindre byer i Frederikshavn Kommune har langt til nærmeste store dagligvarebutik, når der sammenlignes med gennemsnittet i Frederikshavn Kommune.

Antallet af dagligvarebutikker i Frederikshavn Kommune er reduceret med ca. 20 % fra 177 butikker i 1999 til 141 butikker i 2018. De primære årsager er den generelle strukturudvikling, som forsat går mod færre, men større dagligvarebutikker såvel som befolkningstilbagegangen i landsbyerne. I 1999 var der i området, som i dag udgør Frederikshavn Kommune, ca. 2,7 dagligvarebutikker pr. 1.000 indbyggere. I dag er tallet ca. 2,0. Tallene viser, at antallet af dagligvarebutikker er faldet mere end indbyggertallet.

Afstand fra store dagligvarebutikker

- 500 m
- 1.000 m
- 2.000 m



8.2 Dagligvareforsyningen i oplandet til Frederikshavn

Dagligvarebranchen er kendetegnet ved en dynamisk udvikling. I de senere år er der også i Frederikshavn sket lukninger og åbninger.

Nyetableringer af store dagligvarebutikker og overtagelser af eksisterende store dagligvarebutikkers lokaler:

- > Rema 1000 på Banegårdspladsen, 2017
- > Netto i Kiwis tidligere lokaler ved Hånbækcentret på Rømqøvej, 2017
- > Netto i Menys tidligere lokaler på Kockvedvej
- > Omdannelsen af Super Brugsen på Søndergade til Fakta, 2013

Store dagligvarebutikker, der er lukket uden at en ny stor dagligvarebutik har overtaget lokalerne:

- > Grænsehandelsbutikken Damsgaard Supermarked på Havnegade, 2010
- > Lidl på Søndergade

Større landsbyer i oplandet til Frederikshavn, som ikke har egen større dagligvarebutik er Ravnshøj, Haldberg, Skærum og Skærum Kirkeby. I Ravnshøj genåbnede købmandsbutikken i 2014, til glæde for byens borgere og de gennemkørende bilister. Større indkøb af dagligvarer kan foretages i Frederikshavn, som kun ligger nogle få kilometer fra Ravnshøj. I Kilden, et parcelhusområde, ca. 1 km vest Frederikshavn, er der ingen dagligvarebutik. Aldi, Dagli' Brugsen og Rema 1000 i de to lokalcentre ved Gærumvej ligger knap 2 km fra Kilden.

UDVIKLINGEN SIDEN 1999

I perioden 1999-2017 er antallet af dagligvarebutikker i oplandet til Frederikshavn faldet med ca. 7 % fra 70 butikker i 1999 til 64 butikker i 2017. I 1999 var der i oplandet til Frederikshavn ca. 2,0 dagligvarebutikker pr. 1.000 indbyggere. I dag er tallet også ca. 2,0.



Befolkningsstæthed og store dagligvarebutikker

8.3 Dagligvareforsyningen i oplandet til Skagen

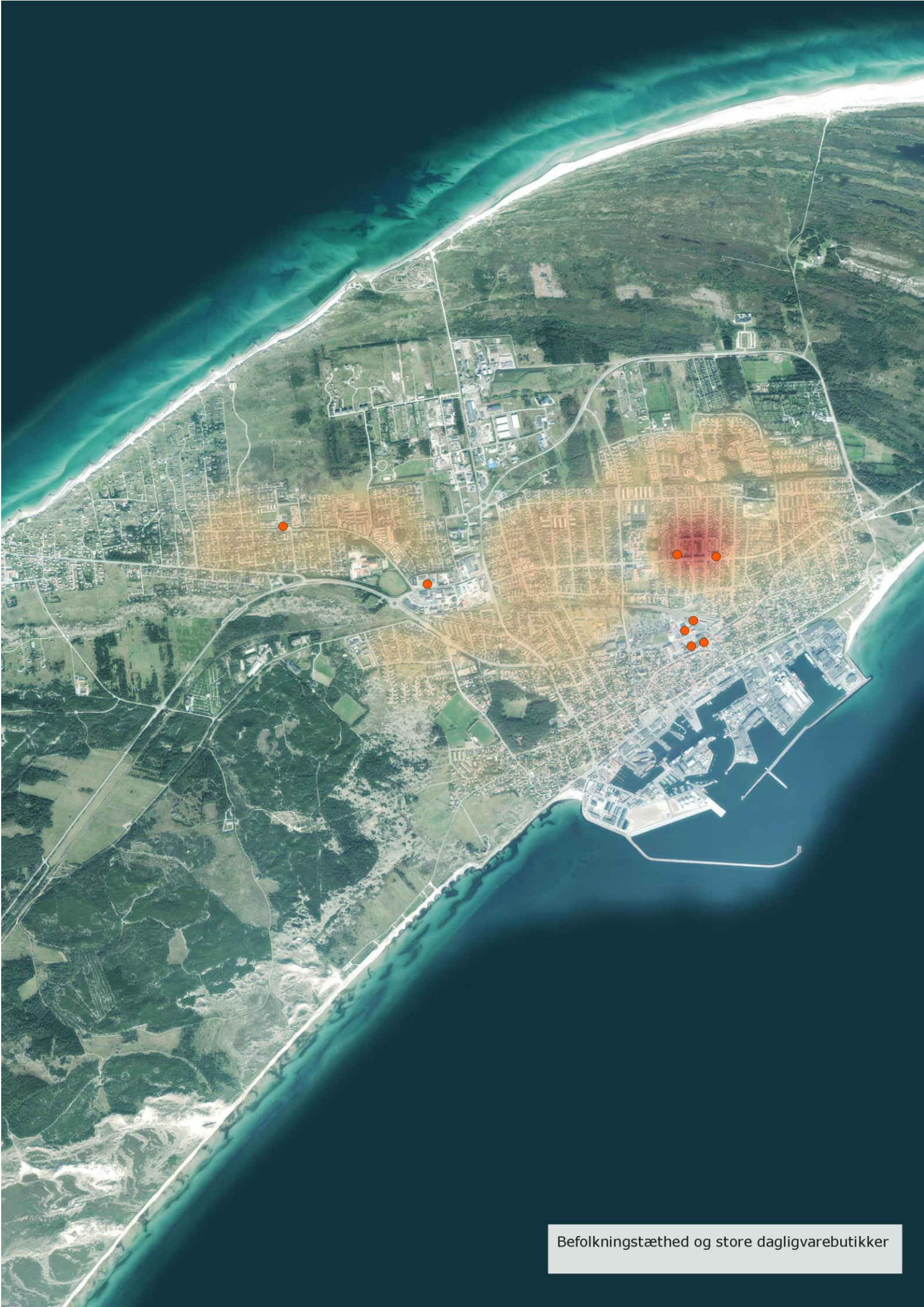
Der er sket nyetableringer af store dagligvarebutikker og overtagelser af eksisterende store dagligvarebutikkers lokaler i Skagen, bl.a. efter udarbejdelsen af detailhandelsanalysen:

- > Aldi åbnede i januar 2018 en ny butik på Chr. X's Vej 12 og fraflyttede samtidigt butikken på Chr. X's Vej 51
- > Lidl åbnede i marts 2018 en ny butik i en nyopført bygning på Chr. X's Vej 51
- > Netto flyttede ind i Kiwis tidligere lokaler på Chr. X's Vej 6 ved banegården i 2017
- > Rema 1000 åbnede i påsken 2018 en ny butik i Ålbæk på stedet, hvor Kiwi og slagteren lå, dvs. overfor Spar.

I oplandet til Skagen er der store dagligvarebutikker i Skagen og én stor dagligvarebutik i Ålbæk. Der har tidligere været en Kiwi i Ålbæk. Siden analysens udarbejdelse er der åbnet en Rema 1000 i Ålbæk. I Hulsig, der ligger godt 8 km til Ålbæk og ca. 13 km til Skagen, er der ingen stor dagligvarebutik.

UDVIKLINGEN SIDEN 1999

I perioden 1999-2017 er antallet af dagligvarebutikker i oplandet til Skagen faldet med ca. 19 % fra 54 butikker i 1999 til ca. 44 i 2017. I 1999 var der i oplandet til Skagen ca. 4,2 dagligvarebutikker pr. 1.000 indbyggere. I dag er tallet ca. 5,4. Tallene viser, at antallet af dagligvarebutikker ikke er faldet lige så meget som indbyggertallet. Udviklingen i antal dagligvarebutikker pr. 1.000 indbyggere har været mere positiv i Skagen end på landsplan. Antallet af store dagligvarebutikker i Skagen er også væsentligt højere end i gennemsnitlige byer af Skagens størrelse.



Befolkningsstæthed og store dagligvarebutikker

8.4 Dagligvareforsyningen i oplandet til Sæby

Større landsbyer i oplandet til Sæby, som ikke har egen dagligvareforsyning, er Voerså, Lyngså, Præstbro og Syvsten. Nærmeste store dagligvarebutikker for borgerne i Thorshøj er Fakta og Meny i Østervrå ca. 4 km fra Thorshøj eller Nærkøb i Hørby ca. 5 km fra Thorshøj. Borgerne i Lyngså er blandt de borgere i Frederikshavn Kommune, som har længst afstand til en stor dagligvarebutik. De nærmeste dagligvarebutikker er i Sæby, ca. 11 km fra Lyngså. Syd for Lyngså, i Voerså, har der tidligere været en Kwik Spar og dernæst en Let Køb. Spar i Asaa, ca. 8,5 km fra Voerså, er i dag den nærmeste store dagligvarebutik for borgerne i Voerså. For borgerne i Præstbro er Min Købmand i Flauenskjold, ca. 8 km fra Præstbro, og Dagli' Brugsen i Dybvad, ca. knap 7 km fra Præstbro, de nærmeste store dagligvarebutikker. Fra Syvsten er der knap 4 km til Nærkøb i Hørby og knap 6 km til Sæby bymidte.

UDVIKLINGEN SIDEN 1999

I perioden 1999-2017 er antallet af dagligvarebutikker i oplandet til Sæby faldet med ca. 39 % fra 54 i 1999 til 33 i 2017. I 1999 var der i oplandet til Sæby ca. 2,9 dagligvarebutikker pr. 1.000 indbyggere. I dag er tallet ca. 1,9. Tallene viser, at det procentmæssige fald i antallet af dagligvarebutikker har været større end det procentmæssige fald i indbyggertallet.



Befolkningstæthed og store dagligvarebutikker

9 Tomme lokaler

Der er kortlagt et relativt højt antal tomme butikslokaler i Frederikshavn Kommune. Den relativt høje tomgang er en udfordring for bl.a. bymidterne, da de tomme lokaler har en negativ indvirkning på bybilledet.

Der er i Frederikshavn Kommune kortlagt 128 tomme lokaler til kundeorienterede erhverv, f.eks. detailhandel. Til sammenligning er der kortlagt 467 butikker og 258 kundeorienterede servicefunktioner i Frederikshavn, Skagen og Sæby bymidter. Tomgangen i Frederikshavn Kommune er ca. 22 %.

ANVENDT METODE

De tomme lokaler er kortlagt ved besigtigelse af hele Frederikshavn Kommune i november 2017. Der er tale om et øjebliksbillede.

Sæsonlukkede enheder indgår så vidt muligt ikke i opgørelsen, men det er sandsynligt, at opgørelsen bærer præg af, at kortlægningen er gennemført i vinterhalvåret. Kortlægning af sæsonlukkede enheder betyder, at antallet af tomme lokaler kan være overvurderet. På den anden side er kortlægningen af tomme lokale er gennemført før julehandlen. Det er sandsynligt, at antallet af tomme lokaler var højere efter julehandlen end i november.

Et tomt lokale er kun registreret i de tilfælde, hvor det er vurderet, at lokalet har været anvendt til kundeorienteret erhverv, herunder evt. detailhandel.

Tomgangsprocenten defineres som antallet af tomme lokaler set i forhold til antal butikker tillagt antallet af tomme lokaler.

9.1 Sammenligning med den generelle udvikling

En opgørelse foretaget af Ejendomstorvet viser, at de udbudte detailhandelslokaler i starten af 2018 udgjorde ca. 6,5 % af den samlede skønnede bygningsmasse i Nordjylland. Andelen er ifølge opgørelsen faldet fra ca. 10 % omkring 2015, hvor andelen af tomme lokaler toppede. Før finanskrisen stod under 2 % af butikslokalerne i Nordjylland tomme. En del af forklaringen på faldet i andelen af tomme lokaler i perioden 2018-2015 er sandsynligvis, at andre kundeorienterede byerhverv i stigende grad overtager lejemål i bymidterne, hvor der før var detailhandel.

Seneste detailhandelsanalyse for Hjørring Kommune fra 2017 viste, at der var ca. 65 tomme lokaler i kommunen svarende til en tomgang på 15 %.

Tallene peger på, at antallet af tomme lokaler i Frederikshavn Kommune er væsentligt højere end gennemsnittet for Nordjylland og højere end i Hjørring Kommune.

9.2 Tomme lokaler i oplandet til Frederikshavn

Omtrent halvdelen af de tomme lokaler i Frederikshavn Kommune findes i Frederikshavn. Der er kortlagt 70 tomme lokaler i oplandet til Frederikshavn, heraf 65 i Frederikshavn by.

Der er 44 tomme lokaler og 117 butikker i Frederikshavn bymidte, hvilket svarer til en tomgang på ca. 27 %. Knap halvdelen af de tomme lokaler i Frederikshavn bymidte ligger på Søndergade, syd for Rådhus Alle.

Der er sket en afmatning i de yderste handelsgader i Frederikshavn bymidte, hvilket kommer til udtryk ved relativt mange tomme lokaler. Frederikshavn Kommune kan tage initiativ til at finde løsninger i samarbejde med grundejere og nuværende og fremtidige brugergrupper. En anden del af løsningen handler også om at tilvejebringe et plangrundlag, som sætter det rigtige rammer.

Frederikshavn bymidte strækker sig knap 1,7 km langs Søndergade og Danmarksgade, og gågaden i Frederikshavn er en af landets længste. Der er butikker på hele strækningen, men koncentration er størst på strækningen fra Fakta og Spar i syd til biografen på hjørnet af Danmarksgade og Tegngårdsvej i nord. Der er ikke registreret tomme lokaler på Danmarksgade fra Rådhus Alle til Tordenskjoldsgade. Langs den sydligste del af Søndergade og nordligste del af Danmarksgade tynder antallet af butikker ud. På den sydligste del af Søndergade er andelen af tomme lokaler høj. Der blev registreret 20 tomme lokaler og 20 butikker på strækningen fra Peter Møllers Gade i syd til krydset ved Rådhus Alle og Søndergade i nord. Til sammenligning blev der registreret 24 tomme lokaler og knap 100 butikker i den resterende del af bymidten. Dermed er andelen af tomme lokaler mere end dobbelt så høj i den sydligste del af bymidten, udenfor Rådhus Alle, som i den resterende del af bymidten.

Der er en lav tomgangsprocent i den centrale del af Frederikshavn bymidte, dvs. på Danmarksgade fra Rådhus Alle til Tordenskjoldsgade. Den høje tomgangsprocent i de sekundære dele af Frederikshavn bymidte og i særligt i den sydlige del af bymidten, syd for Rådhus Alle, giver anledning til at overveje en revision af lokalplanerne for bymidten. I en række lokalplaner for områder i bymidten er der fastsat bestemmelser, der begrænser anvendelsesmulighederne i stueetagen i bebyggelse med facade mod Søndergade, Rådhus Alle og Danmarksgade. De relativt restriktive bestemmelser fastlægger, at der ikke kan etableres andre kundeorienterede virksomheder end detailhandel i stueetagen. Hensigten med bestemmelserne har været at sikre sammenhæng og synergi mellem butikkerne i bymidten og at sikre en anvendelse i stueetagen, som i særlig grad bidrager positivt til bylivet.

De mange tomme lokaler i de sekundære handelsgader tyder på, at det er en udfordring at få besat lejemålene i stueetagen med butikker. En måde at reducere antallet af tomme lokaler kunne være, at give mulighed for kundeorienterede serviceerhverv og evt. også liberale erhverv og boliger i stueetagen på de sekundære handelsstrøg i de mere perifere dele af bymidten. Butikker har i gennemsnit flere besøgende pr. time end andre kundeorienterede serviceerhverv, men frisører, spisesteder, kulturinstitutioner mv. bidrager også positivt til bylivet

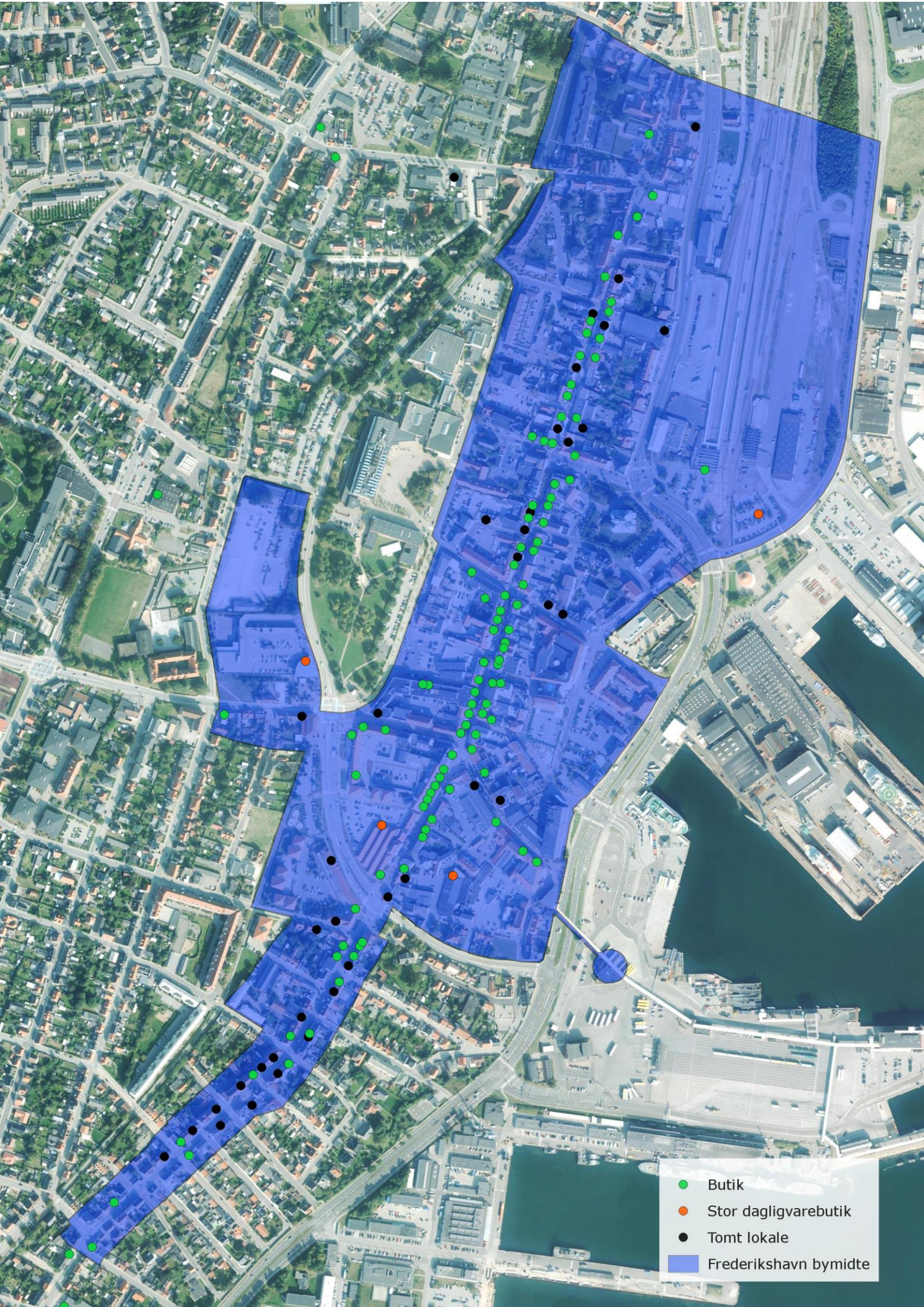
og støtter de butikker, der er. Sundhed og sygdomsbehandling er ofte et af de vigtigste formål udover detailhandel ved besøg i en bymidte. Et besøg hos offentlig og privat service kan kombineres med en indkøbstur og har derfor afledte positive effekter for handelslivet. Antallet af besøgende hos liberale erhverv er knapt så højt som antallet af besøgende hos kundeorienterede erhverv, men liberale erhverv er også med til at skabe byliv og trække kunder til bymidten.

Flere boliger i bymidten bidrager til et større lokalt kundegrundlag. Boliger i stueetagen kan nogle steder være en sidste udvej for at få omdannet tomme lokaler, men der vil ofte være begrænset efterspørgsel på boliger i stueetagen i en bymidte.

UDVIKLING AF BOLIGER NÆR BYMIDTEN – ET REGNEEKSEMPEL

Erfaringsmæssigt bliver størstedelen af forbruget lagt i butikker nær bopælen. Den lokale effekt er størst for dagligvarehandlen.

200 nye etageboliger med 2-2,5 beboere pr. bolig svarer til 400-500 beboere. En nettotilflytning til 400-500 borgere svarer i Frederikshavn Kommune til en stigning et det årlige forbrug på i størrelsesordenen 15-20 mio. kr. Til sammenligning omsætter en typisk discountbutik i Frederikshavn Kommune for ca. 35 mio. kr. pr. år, og en mindre selvstændig udvalgswarebutik på 200 kvm omsætter typisk for 2-4 mio. kr. pr. år. Det beregnede boligprojekt generer et forbrug svarende til ca. 30 % af omsætningen i en discountbutik og ca. 2-5 mindre udvalgswarebutikker.



- Butik
- Stor dagligvarebutik
- Tomt lokale
- Frederikshavn bymidte

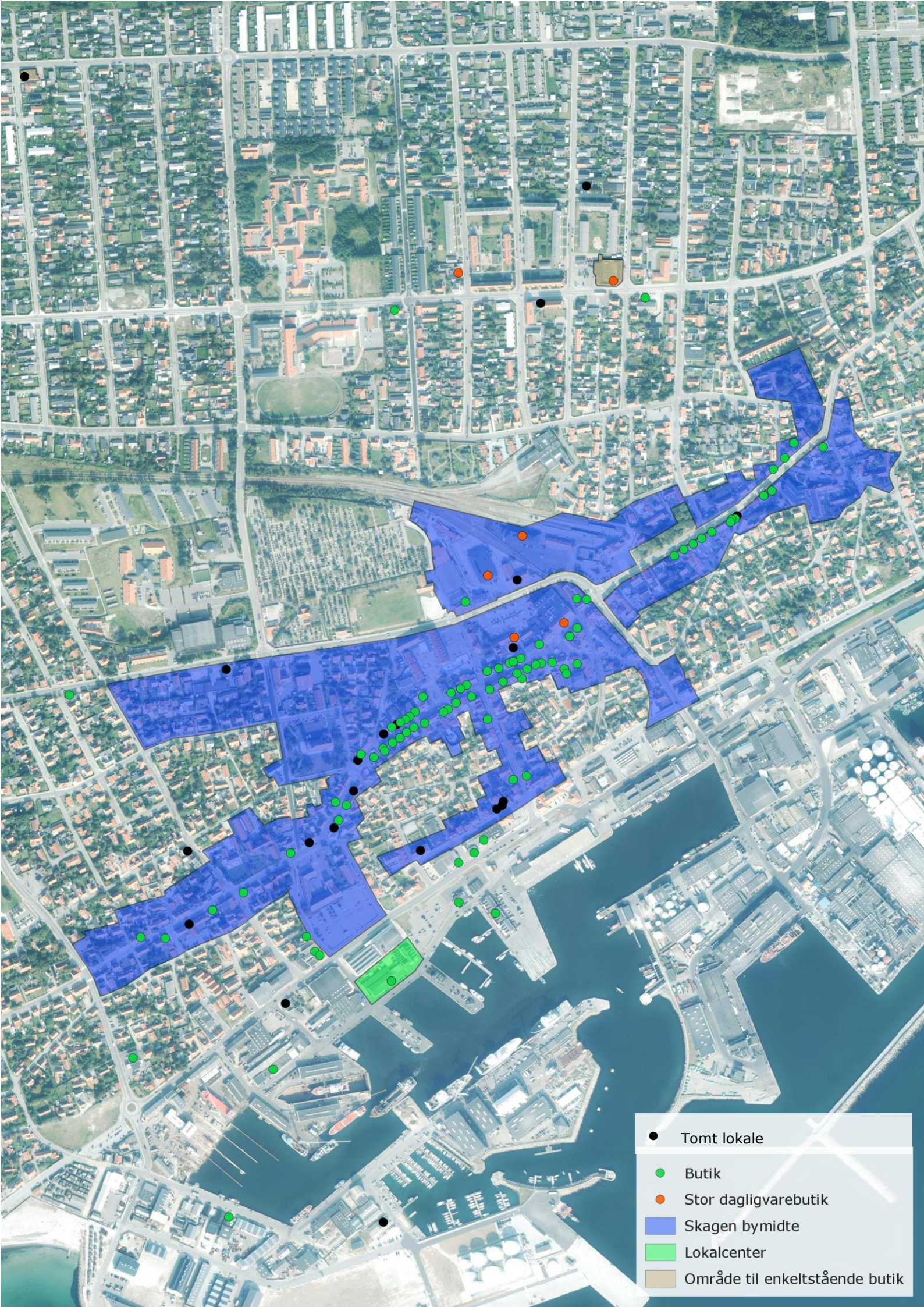
9.3 Tomme lokaler i oplandet til Skagen

Knap en fjerdedel af de tomme lokaler i Frederikshavn Kommune findes i Skagen og Ålbæk. I Skagen er der 23 tomme lokaler, og i Ålbæk er der 6 tomme lokaler. Kortlægningen af tomme butikker fandt sted i vinterhalvåret. Om sommeren er antallet af tomme lokaler sandsynligvis noget mindre.

I Skagen bymidte er der 17 tomme lokaler og 77 butikker, hvilket svarer til en tomgang på ca. 18 %. De tomme lokaler i bymidten ligger forholdsvis spredt. På strækningen fra rådhuset til pladsen ved Sankt Laurentii Vej er der kortlagt 7 tomme lokaler. Ved havnen er der yderligere 6 tomme lokaler. Tomgangsprocenten i Skagen bymidte er relativt høj. Den smukke og hyggelige bymidte i Skagen er vigtig for turismen. Derfor er det også vigtigt, at tomme lokaler aktiveres.

4 af de tomme lokaler i Aalbæk er i lokalcentret i den centrale del af byen. I samme lokalcenter er der 9 butikker.

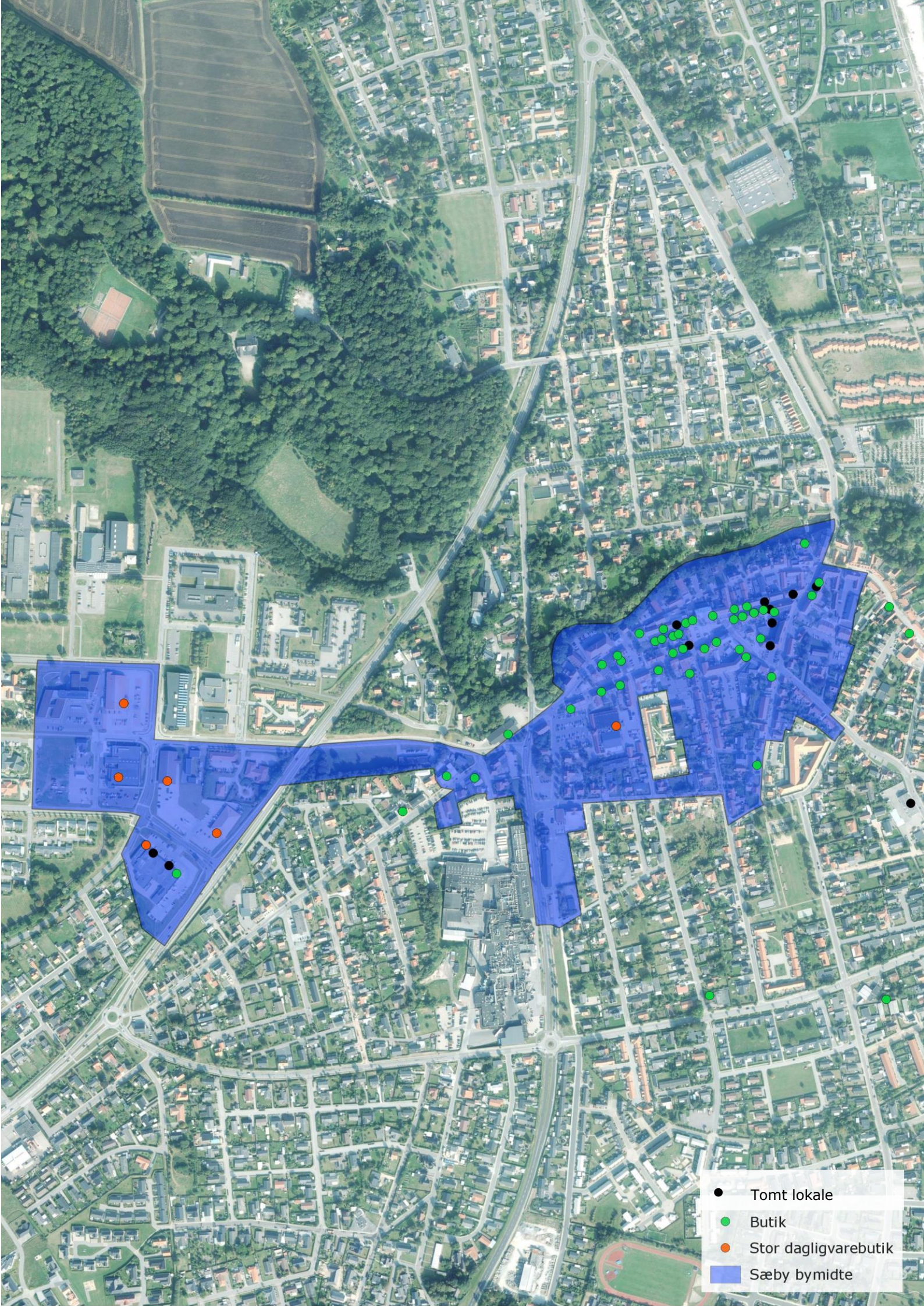
Der var 10 tomme butikslokaler i Skagen i 2004, og det blev vurderet, at yderligere 10 lokaler var sæsonbutikker, som kun havde åbent i sommerhalvåret.



- Tomt lokale
- Butik
- Stor dagligvarebutik
- Skagen bymidte
- Lokalcenter
- Område til enkeltstående butik

9.4 Tomme lokaler i oplandet til Sæby

Godt en fjerdedel af de tomme lokaler i Frederikshavn Kommune findes i oplandet til Sæby. I oplandet til Sæby er der kortlagt 13 tomme lokaler, heraf 11 tomme lokaler i Sæby bymidte. I Sæby bymidte er der 49 butikker. Tomgangen er dermed ca. 21 %. De øvrige tomme lokaler i oplandet ligger spredt. I Østervrå er der 5 tomme lokaler, i Hørby er der 3 tomme lokaler og i Dybvad er der 3 tomme lokaler.



- Tomt lokale
- Butik
- Stor dagligvarebutik
- Sæby bymidte

10 Kædeforhold og manglende kædebutikker

Ud af de over 300 kæder i Danmark har ca. 38 % valgt at etablere sig i Frederikshavn by og ca. 43 % i Frederikshavn Kommune. Der er fortsat mulighed for at trække flere til og styrke Frederikshavn Kommune i den regionale konkurrence.

KÆDEBUTIKKERNES BETYDNING FOR BYERNES ATTRAKTION

Byernes attraktion som handelsbyer er bl.a. bestemt af tilstedeværelsen af kapitalkæder. Kapitalkædernes betydning skyldes, at de er gode til at tiltrække og appellere til forbrugerne på baggrund af sortiment, butiksindretning, størrelse, markedsføring mv., og de er som oftest mere strømlinede og hurtigere til at opfange nye forbrugertendenser end andre butikker. Antallet af butikker med tilknytning til kapitalkæder er normalt et udtryk for butiksbestandens samlede attraktion og styrke i oplandet. Især de arealmæssigt store kædebutikker er i stand til at tiltrække kunder fra et stort opland.

Det er også vigtigt for handelslivet, at de centralt styrede og forholdsvis ensartede kapitalkædebutikker suppleres af butikker i frivillige kæder og udenfor kædesamarbejde, som bidrager til variation i butiksudbuddet. Områder med megen turisme har typisk en høj andel af butikker udenfor kædesamarbejde, da turisterne i højere grad prioriterer at besøge butikker, som de ikke kender i forvejen. Turismen giver grobund for flere selvstændige butikker og for iværksætterier indenfor detailhandel, kunsthåndværk mv.

KÆDERNES LOKALISERINGSØNSKER

Kæderne har typisk en række ønsker til lokalisering af nye butikker. Kæderne indenfor beklædning efterspørger typisk placeringer på de primære strøggader, ved centrale pladser i bymidten eller i butikscentre.

De store udvalgswarebutikker på over 1.000 kvm placerer sig typisk udenfor den centrale del af bymidten. Det er ofte vanskeligt at indpasse store butikker i en bymidte, hvor der ofte er bevaringshensyn, eller hvor det er vanskeligt at etablere et tilstrækkeligt antal lettilgængelige p-pladser.

De store udvalgswarekæder efterspørger typisk en placering i tilknytning til det overordnede vejnet, hvor der er god tilgængelighed for bilister og gode parkeringsmuligheder. De store udvalgswarebutikker etablerer sig derfor ofte i kanten af byerne, ved indfaldsveje og nær områder til butikker med særligt pladskrævende varegrupper. Muligheden for samlokalisering med andre kæder indenfor samme branche vægtes også højt af butikskæderne.

ANBEFALING OM EN STYRKET INDSATS FOR AT TILTRÆKKE KÆDEBUTIKKER

En styrket indsats for at tiltrække kædebutikker kan evt. ske som et samarbejde mellem Frederikshavn Kommune, handelsstandsforeninger, grundejere, lokale ejendomsmæglere og butikskæder. Det afgørende er, at relevante placeringer løbende synliggøres over for kæderne, og at der skabes tillid til, at Frederikshavn er en velfungerende handelsby.

Når nye kæder kommer til byen, så vil de konkurrere med den eksisterende detailhandel og for enkelte butikker kan konkurrencen være væsentlig. Under ét styrkes Frederikshavn som handelsby, når den får et større udbud af de velkendte kæder.

DEFINITIONER

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

Kapitalkæder

En kæde defineres ved at være centralt ejet og drevet, og omfatte mindst fire butikker. Eksempler på kapitalkæder er Jysk, Elgiganten, Fakta, Jack & Jones og Bauhaus. Franchisekæder er en kæde, hvor en franchisegiver stiller et fuldt butikskoncept til rådighed for en franchisetager mod royalties. Franchisegiver udstikker retningslinjer for indkøb, markedsføring, butiksindretning m.m., mens franchisetager varetager driften. Eksempler på franchisekæder er Rema 1000, 7-eleven og Pilgrim.

Frivillige kæder

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

Uden for kæde

Butikker uden for kædesamarbejde er selvstændige butikker, hvor ejeren maksimalt ejer 3 enheder.

10.1 Kædeforhold i Frederikshavn Kommune

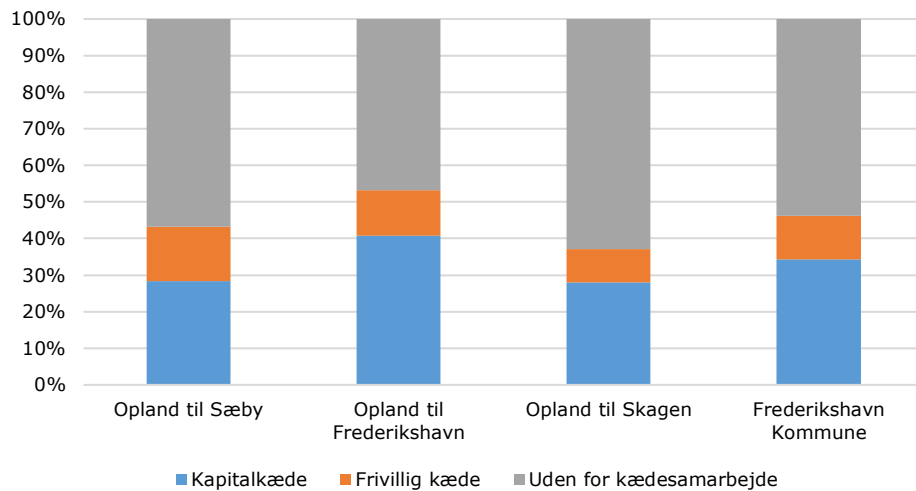
Analysen viser, at ca. 34 % af butikkerne i Frederikshavn Kommune indgik i en kapitalkæde i 2018, ca. 12 % var med i en frivillig kæde og ca. 54 % var uden for kædesamarbejde. Andelen af butikker i Frederikshavn Kommune, der er med i et kædesamarbejde, ligger under landsgennemsnittet.

Især dagligvarebutikkerne har høj andel kapitalkædebutikker. Ca. 39 % af dagligvarebutikkerne indgår i et kapitalkædesamarbejde og ca. 16 % indgår i en frivillig kæde. Udviklingen inden for dagligvarer er drevet af hård priskonkurrence og fordele ved at drive et stort antal butikker efter faste koncepter i centralt styrede kæder. De senere år har discountbutikkerne, der alle indgår i kapitalkæder, øget deres udbredelse, og samtidigt er eksempelvis minimarkeder, der typisk indgik i frivillige kæder, reduceret i antal. Andelen af dagligvarebutikkerne i Frederikshavn Kommune, der er ikke med i et kædesamarbejde, er ca. 45 %.

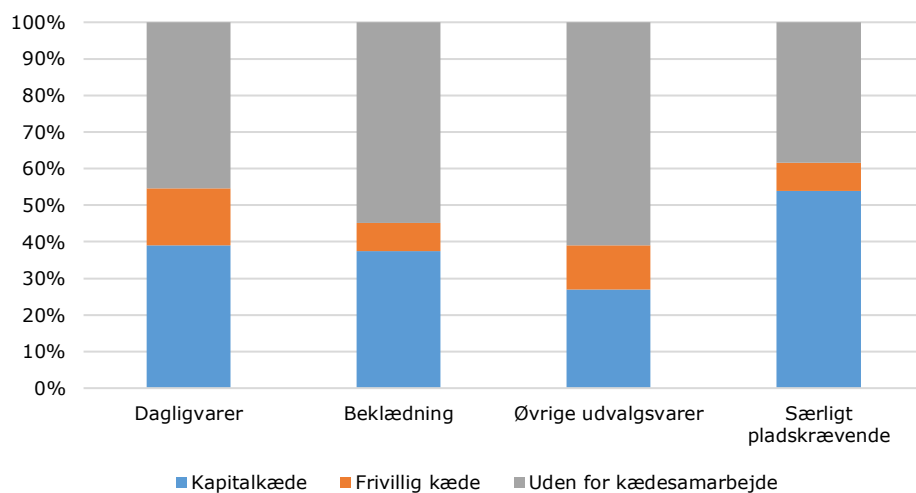
Dagligvarebutikkerne i Frederikshavn Kommune, der står udenfor kædesamarbejde, er hovedsageligt kiosker og specialdagligvarebutikker som bagere, slagtere, vinbutikker og etniske fødevarerbutikker.

Ca. 45 % af beklædningsbutikkerne indgår i et kædesamarbejde, mens ca. 55 % er uafhængige butikker. Ca. 39 % af de øvrige udvalgsvarerbutikker indgår i et kædesamarbejde, mens ca. 61 % er udenfor kædesamarbejde. Fordelingen er ca. 50:50 på landsplan. Den relativt højere andel af butikker udenfor kædesamarbejde i Frederikshavn Kommune afspejler, at der her er et større spillerum til at starte og drive selvstændig forretning indenfor udvalgsvarerbranchen.

Kædeforhold i Frederikshavn Kommune, 2017

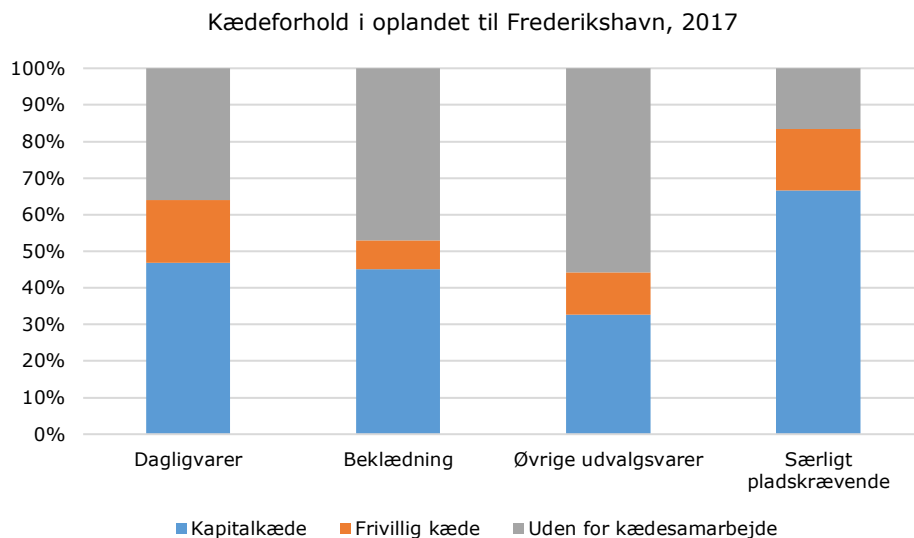


Kædeforhold i Frederikshavn Kommune, 2017



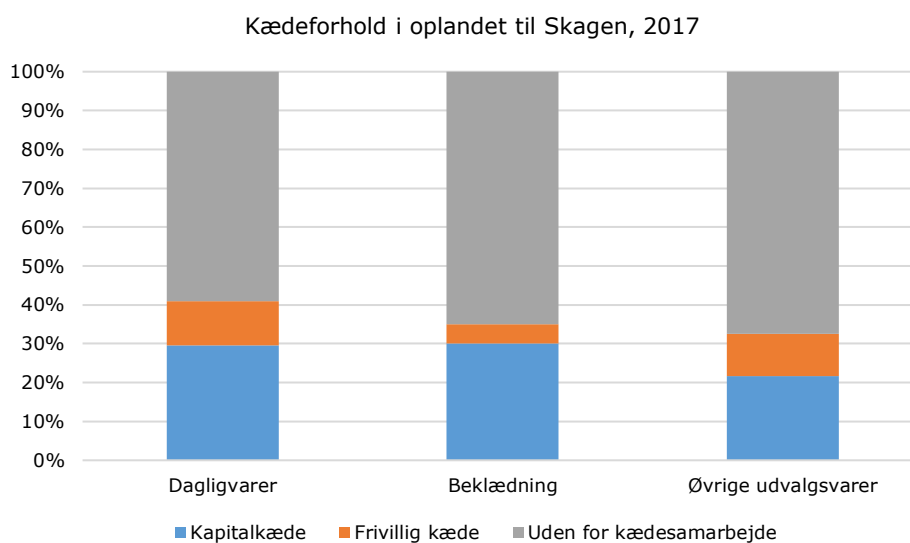
10.2 Kædeforhold i oplandet til Frederikshavn

I oplandet til Frederikshavn er der 115 kædebutikker, og i Frederikshavn har 75 forskellige kæder en butik. Kæderne er en blanding af større og mindre butikker indenfor alle hovedbrancher. Der er en høj koncentration af mindre kædebutikker indenfor beklædning og øvrige udvalgsvarer langs gågaden. Langs Hjørringvej er der en høj koncentration af større kædebutikker indenfor øvrige udvalgsvarer så som boligudstyr.



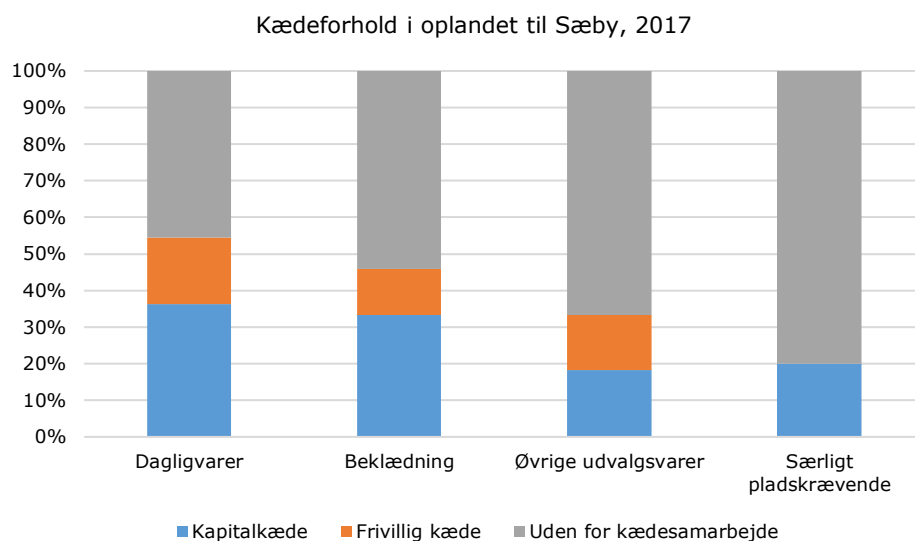
10.3 Kædeforhold i oplandet til Skagen

I oplandet til Skagen er der 49 kædebutikker og 83 butikker udenfor kædesamarbejde. I Skagen har 39 forskellige kæder en butik. Den høje andel af butikker udenfor kædesamarbejde skyldes den omfattende turisme. Kæderne er en blanding af større og mindre dagligvarebutikker som f.eks. Meny, Matas og Skjold Burne, mindre beklædningsbutikker som f.eks. Vera Moda, Only og Gant, samt fortrinsvist mindre udvalgsvarerbutikker, som f.eks. Imerco, Thiele og Tiger. Jysk og IDEmøbler ved Kattegatvej er de eneste store udvalgsvarerbutikker, som indgår i kædesamarbejde.



10.4 Kædeforhold i oplandet til Sæby

Der er 41 kædebutikker i oplandet til Sæby. 23 forskellige kæder har en butik i Sæby. Kæderne er en blanding af større og mindre dagligvarebutikker som f.eks. Super Brugsen, Matas og Vinspecialisten, mindre beklædningsbutikker som f.eks. Skoringen, Vero Moda og Mr., samt mindre og mellemstore udvalgs-varebutikker som f.eks. Thiele, Kop & Kande og Bog & Idé. Der er desuden 7 genbrugsbutikker indenfor kædesamarbejde.



10.5 Manglende kædebutikker i Frederikshavn Kommune

Knap halvdelen af de over 300 kæder i Danmark har valgt at etablere sig i Frederikshavn Kommune. Der er fortsat mulighed for at trække flere til og styrke handelsbyerne i Frederikshavn Kommune i den regionale konkurrence.

De ca. 205 kædebutikker i Frederikshavn Kommune repræsenterer ca. 43 % af de over 300 kæder, som har butikker i Danmark. Ud af de over 300 kæder har ca. 170 kæder eller ca. 57 % ikke butik i Frederikshavn Kommune, og ca. 185 kæder eller ca. 62 % har ikke butik i Frederikshavn by.

Eksempler på kædebutikker, som mangler i Frederikshavn, og som ofte findes i byer af Frederikshavns størrelse, er dagligvarebutikker som ABC Lavpris, Løvsbjerg og Kvickly, beklædningsbutikker som BabySam, Change og Din Tøjmand samt øvrige udvalgsvarebutikker som 3, Legekæden og Sport 24.

Af Bilag 1 fremgår listen over relevante kæder, og om kæderne i starten 2018 havde en butik i Frederikshavn, Skagen, Sæby, Frederikshavn Kommune i øvrigt eller i Hjørring. Det er ikke alle kæderne, som er ligeså relevant for hver by i Frederikshavn Kommune. Kæder med store udvalgsvarebutikker er mest relevante for Frederikshavn, mens nichebutikker med luksusvarer er mest relevante for Skagen.

ANVENDT METODE

Ved en gennemgang af butikskæderne, som er aktive i Danmark, er det kortlagt hvilke kæder, der har butik i Frederikshavn, Skagen, Sæby eller et andet sted i Frederikshavn Kommune. For de kæder, som ikke har butik i Frederikshavn Kommune, er det vurderet om det er muligt, at tiltrække den pågældende kæde til Frederikshavn Kommune.

Listen over manglende kæder, som kan tiltrækkes til Frederikshavn Kommune, er sammenholdt med en tilsvarende analyse fra 2017 af kædeforholdene i Hjørring. Derved er de kæder, som hverken findes i Hjørring eller i Frederikshavn Kommune identificeret.



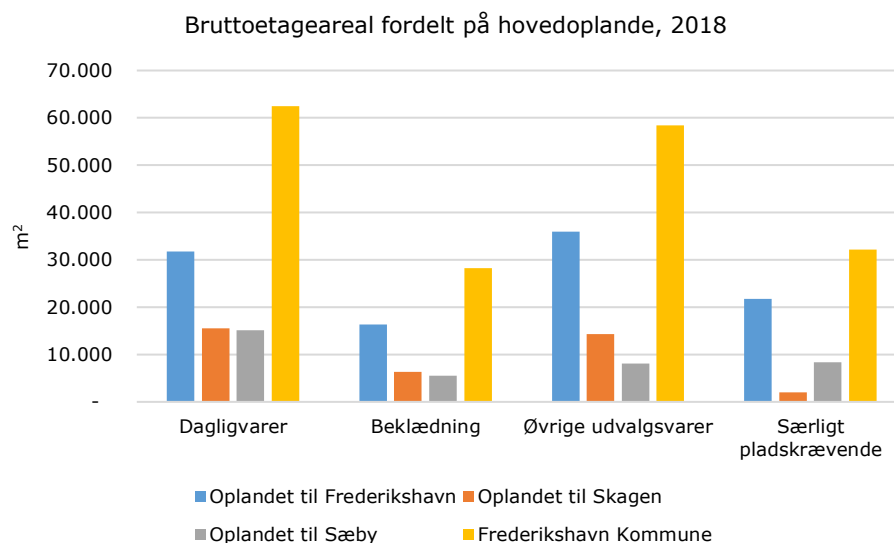
fototea



11 Bruttoetageareal

Det samlede butiksareal i Frederikshavn Kommune er faldet med ca. 10 % fra ca. 203.000 kvm til ca. 181.000 i perioden 1999-2018. Der er sket et fald i butiksarealet i både oplandet til Frederikshavn, Skagen og Sæby. Det største fald er sket i oplandet til Sæby, hvor butiksarealet er reduceret med ca. en fjerdedel.

Bruttoetagearealet fordelt på hovedbrancher i hvert hovedopland fremgår af figuren nedenfor samt af tabellen i bilag 2.



Faldet i butiksarealet på ca. 10 % i Frederikshavn Kommune i perioden 1999-2018 vurderes at svare til udviklingen på landsplan. At faldet har været størst i Sæby og mindst i Frederikshavn svarer også til udviklingen på landsplan.

ANVENDT METODE

For hver aktiv butik er bruttoetagearealet registreret. Tomme lejemål, der tidligere har været anvendt til detailhandel indgår ikke i opgørelsen.

Bruttoetagearealet består af butiksarealet, overdækket lager, personalefaciliteter mv. Lagerarealet er kun medregnet, hvis det har umiddelbar tilknytning til butikken. Ikke-overdækkede udendørs arealer indgår ikke i bruttoetagearealet. For byggemarkeder, er den del af arealet, der er forbeholdt erhvervskunder ikke medregnet som en del af bruttoetagearealet.

Oplysninger om bruttoetagearealet er indsamlet direkte fra den butiksdrivende, ved vurdering under besigtigelsen eller ved opslag i BBR.

11.1 Bruttoetageareal i Frederikshavn Kommune

Butikkerne i Frederikshavn Kommune har et samlet bruttoetageareal på ca. 181.000 kvm. Heraf udgør arealet af dagligvarebutikker ca. 62.400 kvm eller ca.

34 %, arealet af beklædningsbutikker udgør ca. 28.300 kvm eller ca. 16 %, arealet af øvrige udvalgswarebutikker udgør ca. 58.400 kvm eller ca. 32 % og arealet af butikker med særligt pladskrævende varegrupper udgør ca. 32.150 kvm eller ca. 18 %.

UDVIKLINGEN SIDEN 1999

I perioden 1999-2018 er bruttoetagearealet i Frederikshavn Kommune reduceret med ca. 22.000 kvm eller ca. 11 %. Til sammenligning er bruttoetagearealet øget med ca. 14 % i Hjørring Kommune i samme periode.

11.2 Bruttoetageareal i oplandet til Frederikshavn

Butikkerne i oplandet til Frederikshavn har et samlet bruttoetageareal på ca. 106.000 kvm. Dermed udgør arealet af butikkerne i oplandet til Frederikshavn ca. 58 % af det samlede areal i Frederikshavn Kommune.

UDVIKLINGEN SIDEN 1999

Arealet i oplandet til Frederikshavn er reduceret med ca. 5.600 kvm eller ca. 5 % i perioden 1999-2018.

11.3 Bruttoetageareal i oplandet til Skagen

Butikkerne i oplandet til Skagen har et samlet bruttoetageareal på ca. 38.250 kvm. Dermed udgør arealet af butikkerne i oplandet til Skagen ca. 21 % af det samlede areal i Frederikshavn Kommune.

UDVIKLINGEN I OPLANDET SIDEN 1999

Arealet i oplandet til Skagen er reduceret med ca. 3.600 kvm eller ca. 9 % i perioden 1999-2018.

UDVIKLINGEN I SKAGEN SIDEN 2004 OG 2014

I 2004 var arealet i Skagen ca. 31.900 kvm. Heraf udgjorde dagligvarebutikkerne ca. 10.000 kvm eller ca. 31 % og udvalgswarebutikkerne ca. 21.900 kvm eller ca. 69 %. I perioden 2004-2014 steg arealet i Skagen med ca. 14 %.

I 2014 var arealet ca. 36.200 kvm. Heraf udgjorde dagligvarebutikkerne ca. 13.900 kvm eller ca. 38 % og udvalgswarebutikkerne ca. 22.300 kvm eller ca. 62 %.

Fordelingen af det samlede areal på hhv. dagligvare- og udvalgswarebutiksareal svarer næsten til fordelingen i dag, som er ca. 40 % dagligvarebutiksareal og ca. 60 % udvalgswarebutiksareal.

11.4 Bruttoetageareal i oplandet til Sæby

Butikkerne i oplandet til Sæby har et samlet bruttoetageareal på ca. 37.150 kvm. Dermed udgør arealet af butikkerne i oplandet til Sæby ca. 21 % af det samlede areal i Frederikshavn Kommune.

UDVIKLINGEN SIDEN 1999

Arealet i oplandet til Skagen er reduceret med ca. 12.700 kvm eller ca. 25 % i perioden 1999-2018.



ÅBEN
7-21
HVER DAG

FREDAGSÅBT
BAGERIET
ÅBEN
7-21
HVER DAG

SPAR

SPAR

FØRST LAYPHIS
KÆRGÅRDEN
30%
SPAR

BT
MER LAM
DIT HVER
UGE

12 Omsætning

Butikkerne i Frederikshavn Kommune omsatte for ca. 3,56 mia. kr. i 2017. Det er i løbende priser ca. 0,6 mia. kr. eller 20 % mere end i 1999. Omsætningen i løbende priser er steget med ca. 14 % i oplandet til Frederikshavn, ca. 33 % i oplandet til Skagen og ca. 22 % i oplandet til Sæby – men prisudviklingen har været større.

ANVENDT METODE VED OPGØRELSE AF OMSÆTNING

For hver butik er omsætningen, dvs. salg af varer til private inkl. moms, registreret for år 2015 og 2017, og de butiksdrevende har oplyst den forventede omsætning for 2019.

Oplysninger om omsætning er som udgangspunkt indsamlet direkte fra den butiksdrevende ved besøg i butikken eller via elektronisk spørgeskema. Hvis den butiksdrevende ikke har ønsket at oplyse omsætningen, er den vurderet under besigtigelsen af COWIs detailhandelseksperter med mangeårig erfaring. De oplyste og vurderede omsætningstal er sammenholdt med COWIs nøgletal fra andre analyser samt opslagsbøger.

For butikker, der vurderes at have aktiviteter, der ikke er relateret til detailhandlen, er den del af omsætningen fratrukket. F.eks. vil omsætning fra brændstoffsalg hos tankstationer med dagligvarebutikker, receptpligtigt medicin på apoteker, elinstallatørers servicearbejde mv. give fejlagtig stor omsætning i butikkerne. Indenfor udvalgsvarer vil f.eks. omsætningen i bygge- og markeder vil blive for stor, hvis ikke engrossalget til håndværkere trækkes ud.

Omsætningen i butikker som f.eks. varehuse, hvor en stor andel af salget sker indenfor flere hovedbrancher, er fordelt på de enkelte hovedbrancher. Omsætningen fra butikker med særligt pladskrævende varegrupper på nær forhandlere af motorkøretøjer indgår i den øvrige udvalgsvareomsætning.

Alle oplysninger behandles anonymt hos COWI A/S. Omsætningstal er alene offentliggjort for store virksomhedsgrupper, så det ikke er muligt at gennemskue en enkelt virksomheds omsætning.

ANVENDT METODE VED BEREGNING AF UDVIKLINGEN

Udviklingen i omsætningen er beskrevet i løbende priser. Det er væsentligt, at være opmærksom på, at udviklingen ikke er korrigeret for inflation. Ved en korrigering af udviklingen for inflation fremgår, at omsætningen i Frederikshavn Kommune er faldet i perioden 1998-2017.

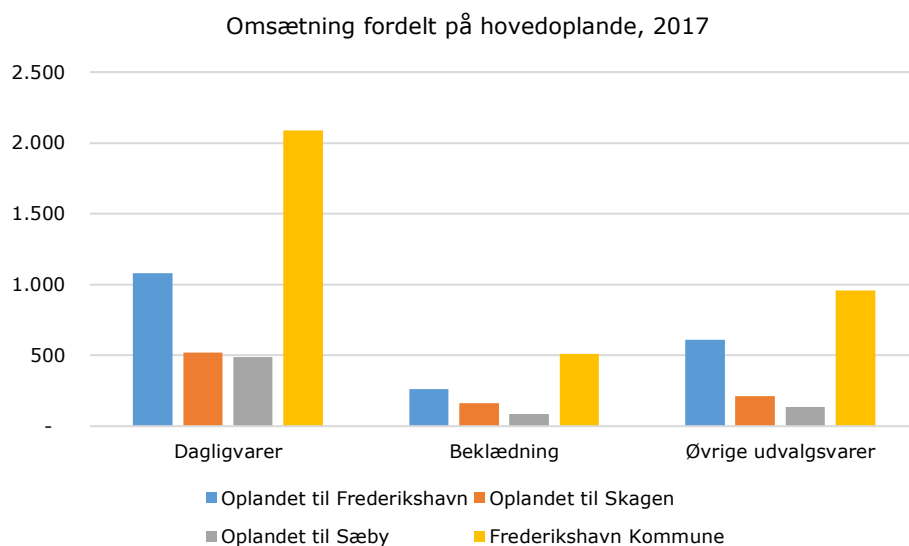
Totalt over perioden 1997-2017 var inflationen ca. 43 %, hvilket svarer til en konstant inflation på 1,8 % per år. Baseret på PRIS8 tabellen (forbrugerprisindeks, årgennemsnit) fra DST.

12.1 Omsætningen i Frederikshavn Kommune

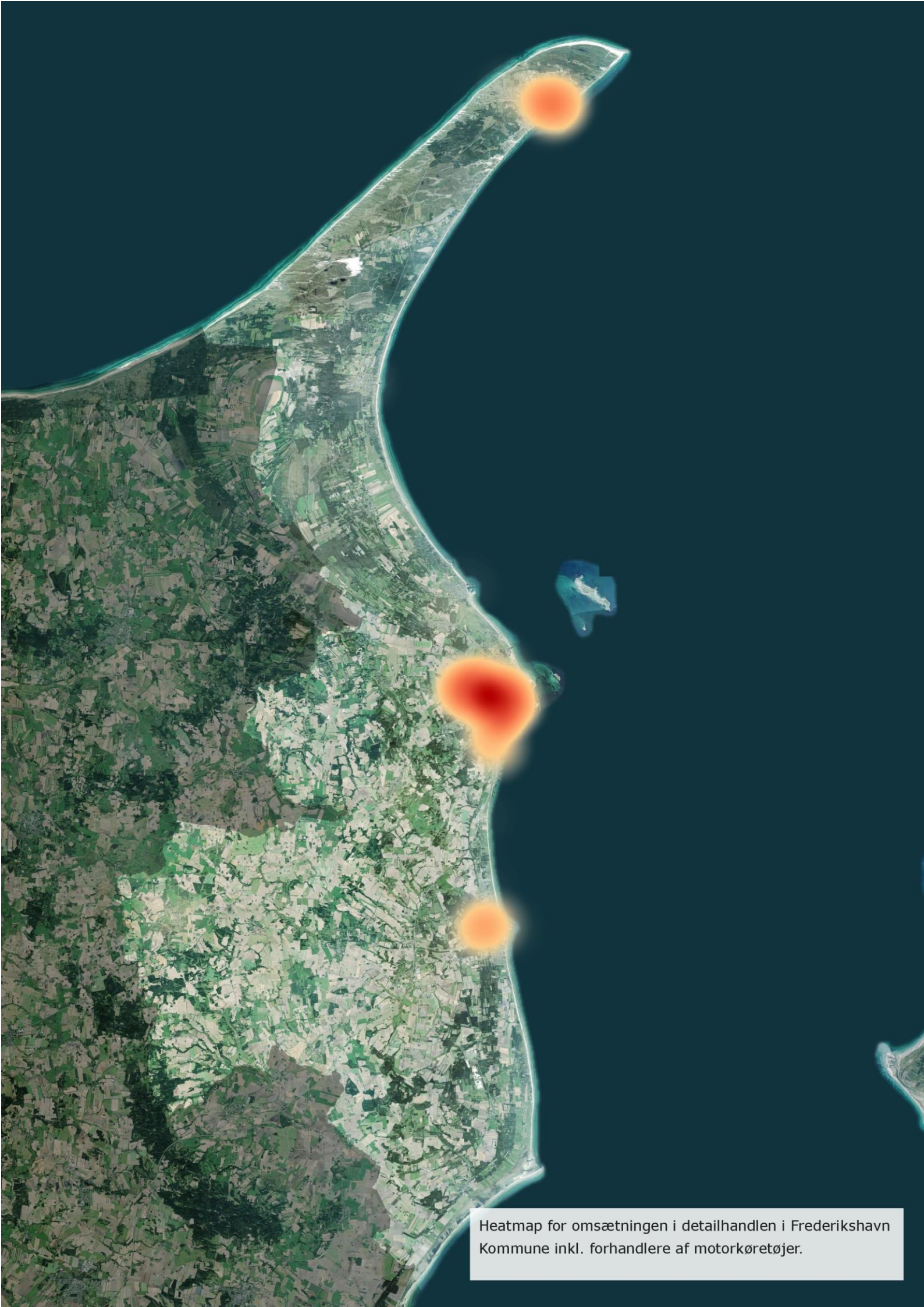
Butikkerne i Frederikshavn Kommune ekskl. bilforhandlerne omsatte for ca. 3,55 mia. kr. i 2017. Dagligvareomsætningen var ca. 2.090 mio. kr., beklædningsomsætningen var ca. 510 mio. kr., den øvrige udvalgsvareomsætning var ca. 820 mio. kr. og omsætningen i butikkerne med særligt pladskrævende varegrupper ekskl. bilforhandlere var ca. 140 mio. kr. Bilforhandlerne i Frederikshavn Kommune omsatte for ca. 0,7 mia. kr. i 2017.

UDVIKLINGEN SIDEN 1998

I perioden 1998-2017 er den årlige omsætning i Frederikshavn Kommune i løbende priser steget med ca. 0,6 mia. kr. eller ca. 20 %. Udviklingen dækker over, at den årlige dagligvareomsætning er steget med 485 mio. kr. eller ca. 30 %, mens den årlige udvalgsvareomsætning er steget med ca. 120 mio. kr. eller ca. 9 %. Til sammenligning er omsætningen i løbende priser i Hjørring Kommune steget med 33 % i samme periode.



Omsætningen hos bilforhandlerne kan ikke oplyses af anonymitetshensyn, men omsætningen er betydelig. Antallet af husstande i Danmark med adgang til bil er steget med ca. 200.000 svarende til 7 % i perioden 2008-2016. Det vurderes, at det store salg af privatbiler i de senere år også har haft positive effekter for bilforhandlerne i Frederikshavn Kommune.



Heatmap for omsætningen i detailhandlen i Frederikshavn Kommune inkl. forhandlere af motorkøretøjer.

12.2 Omsætningen i oplandet til Frederikshavn

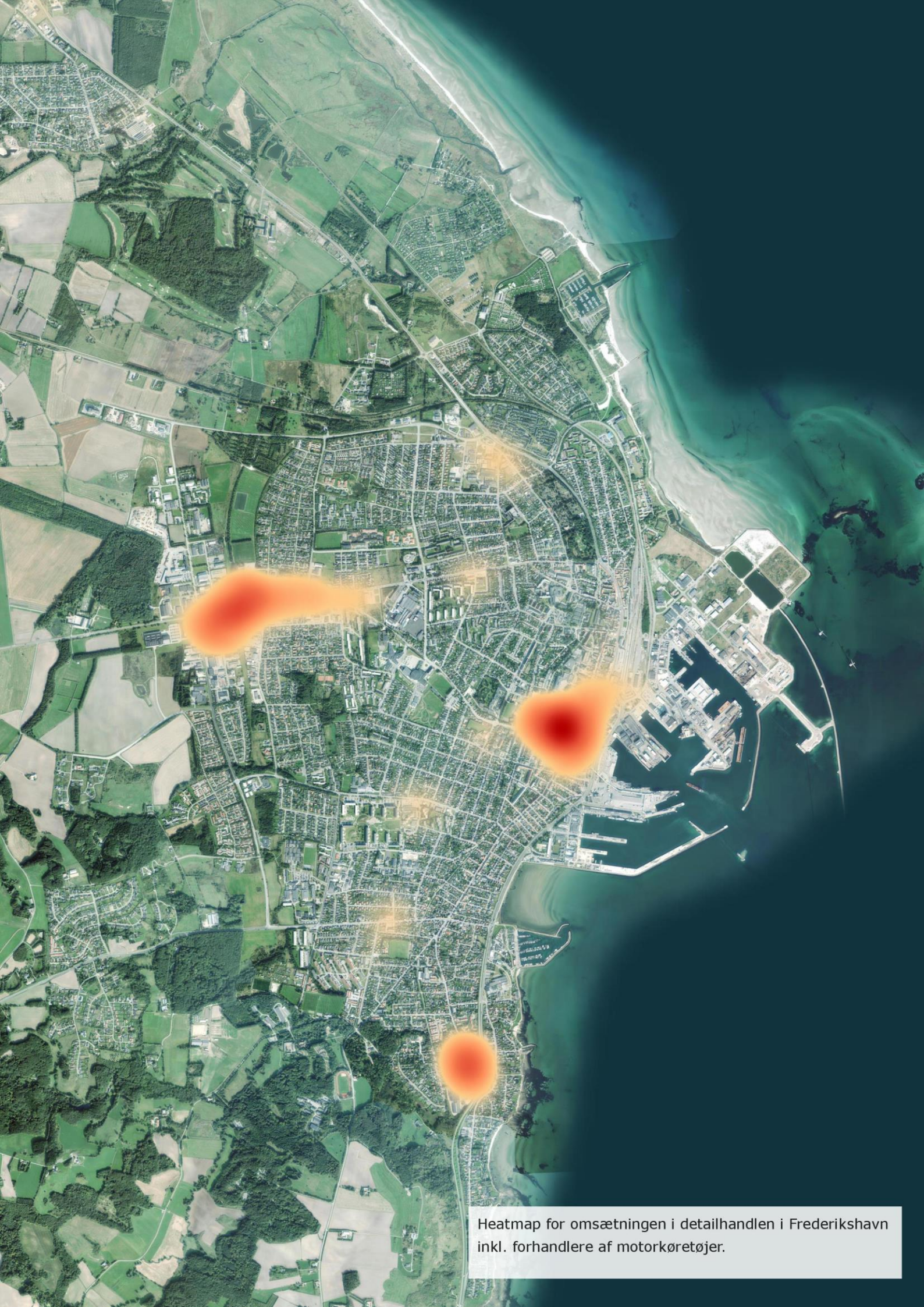
Butikkerne i oplandet til Frederikshavn ekskl. bilforhandlerne omsatte for ca. 1,95 mia. kr. i 2017. Dermed står butikkerne i oplandet til Frederikshavn for ca. 55 % af den samlede omsætning i Frederikshavn Kommune.

Dagligvareomsætningen var ca. 1.080 mio. kr., beklædningsomsætningen var ca. 260 mio. kr. og den øvrige udvalgsvareomsætning var ca. 610 mio. kr.

UDVIKLINGEN SIDEN 1998

Den årlige omsætning i oplandet til Frederikshavn i løbende priser er steget med ca. 235 mio. kr. eller ca. 20 %. Udviklingen dækker over, at den årlige dagligvareomsætning er steget med godt 200 mio. kr., mens udvalgsvareomsætningen er stort set uændret. Den årlige omsætning i Frederikshavn by er steget med knap 145 mio. kr. i løbende priser.

Mens udvalgsvareomsætningen er stort set uændret i oplandet til Frederikshavn, så er den steget i oplandet til Sæby og Skagen.



Heatmap for omsætningen i detailhandlen i Frederikshavn inkl. forhandlere af motorkøretøjer.

12.3 Omsætningen i oplandet til Skagen

Butikkerne i oplandet til Skagen ekskl. bilforhandlerne omsatte for 0,9 mia. kr. i 2017. Dermed står butikkerne i oplandet til Skagen for ca. 25 % af den samlede omsætning i Frederikshavn Kommune.

Dagligvareomsætningen var ca. 520 mio. kr., beklædningsomsætningen var ca. 165 mio. kr. og den øvrige udvalgsvareomsætning var ca. 215 mio. kr.

UDVIKLINGEN I OPLANDET SIDEN 1998

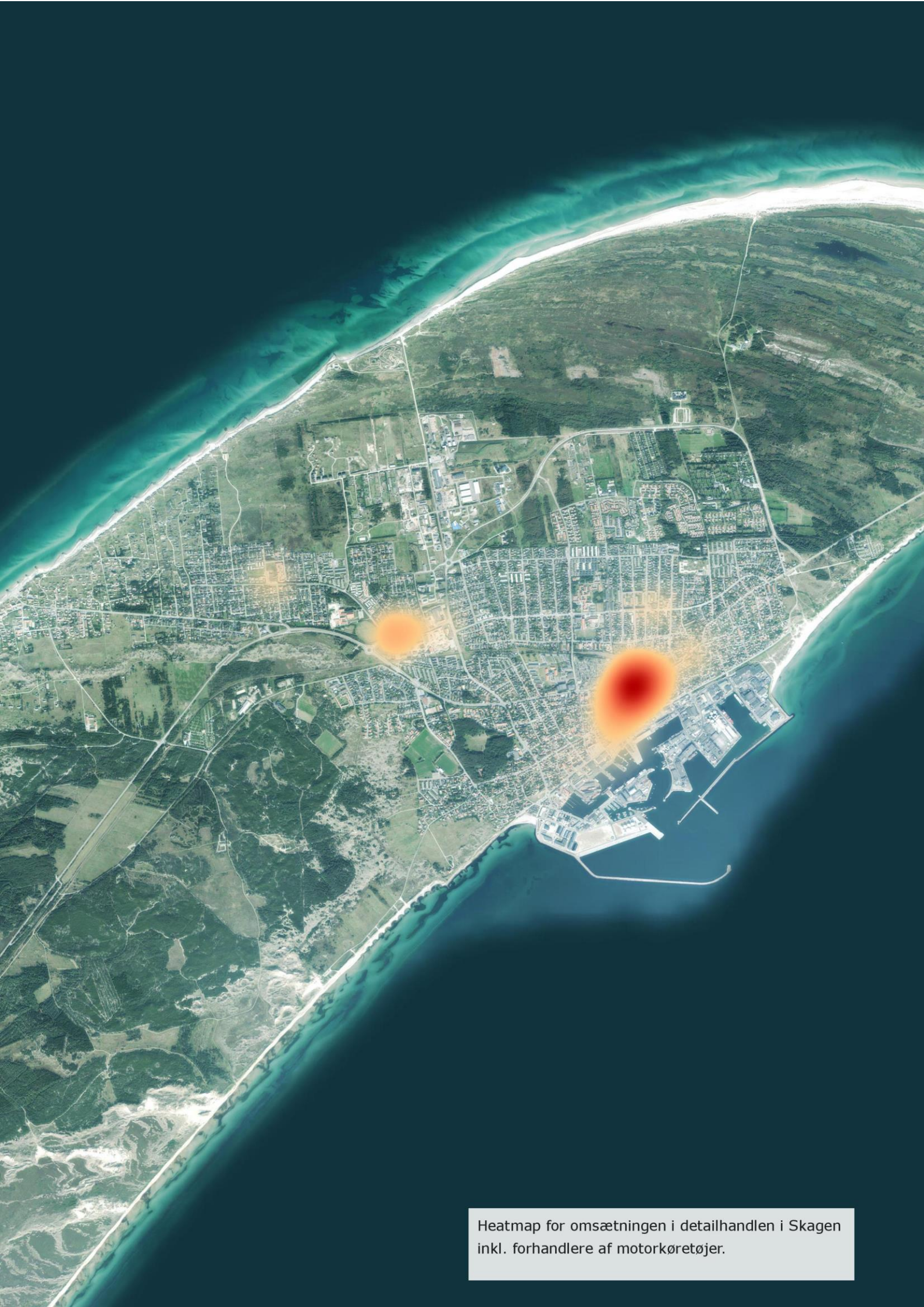
Den årlige omsætning i oplandet til Skagen i løbende priser er steget med ca. 225 mio. kr. eller ca. 33 %. Udviklingen dækker over, at den årlige dagligvareomsætning er steget med ca. 160 mio. kr., mens den årlige udvalgsvareomsætning er steget med ca. 60 mio. kr. Den årlige omsætning i Skagen by er steget med ca. 205 mio. kr. i løbende priser.

UDVIKLINGEN I SKAGEN SIDEN 1998

I 2004 var omsætningen i Skagen ca. 640 mio. kr. Heraf udgjorde dagligvareomsætningen ca. 295 mio. kr. eller ca. 47 %, og udvalgsvareomsætningen udgjorde ca. 340 mio. kr. eller ca. 53 %. I perioden 2004-2014 steg omsætningen i Skagen med ca. 16 % målt i løbende priser.

I 2014 var omsætningen i Skagen ca. 740 mio. kr. Heraf udgjorde dagligvareomsætningen ca. 430 mio. kr. eller ca. 58 %, og udvalgsvareomsætningen udgjorde ca. 310 mio. kr. eller ca. 42 %. Dagligvareomsætningen er således steget med ca. 90 mio. kr. eller ca. 21 % i perioden 2014-2017. Udvalgsvareomsætningen er steget med ca. 65 mio. kr., hvilket ligeledes svarer til ca. 21 %.

Fordelingen af den samlede omsætning på hhv. dagligvarer og udvalgsvarer svarer næsten til fordelingen i dag, som er ca. 56 % dagligvareomsætning og ca. 44 % udvalgsvareomsætning.



Heatmap for omsætningen i detailhandlen i Skagen inkl. forhandlere af motorkøretøjer.

12.4 Omsætningen i oplandet til Sæby

Butikkerne i oplandet til Sæby ekskl. bilforhandlerne omsatte for godt 0,7 mia. kr. i 2017. Dermed står butikkerne i oplandet til Sæby for ca. 20 % af den samlede omsætning i Frederikshavn Kommune.

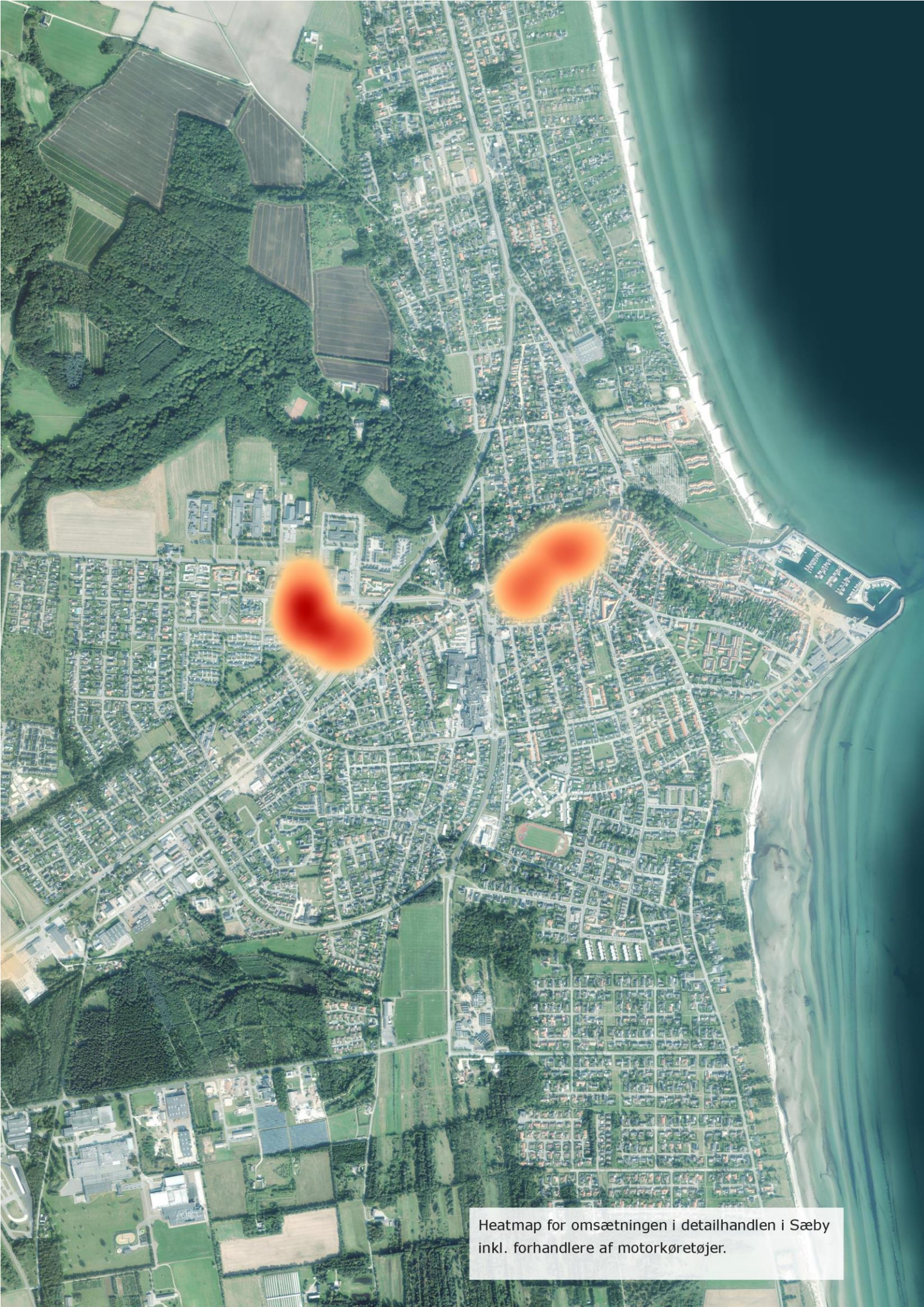
Dagligvareomsætningen var ca. 490 mio. kr., beklædningsomsætningen var ca. 85 mio. kr. og den øvrige udvalgsvareomsætning var ca. 135 mio. kr.

UDVIKLINGEN SIDEN 1998

Den årlige omsætning i oplandet til Sæby i løbende priser er steget med ca. 145 mio. kr. eller ca. 26 %. Udviklingen dækker over, at den årlige dagligvareomsætning er steget med ca. 105 mio. kr., mens den årlige udvalgsvareomsætning er steget med ca. 40 mio. kr. Den årlige omsætning i Sæby by er steget med ca. 155 mio. kr. i løbende priser. Heraf udgør stigningen i dagligvareomsætningen ca. 115 mio. kr.

Til sammenligning er omsætningen i Hirtshals, der er mindre end Sæby, men har færgetrafik, faldet med knap 25 mio. kr. eller ca. 6 % fra knap 415 mio. kr. i 1997 til godt 390 mio. kr. i 2016.

Som nævnt er det vigtigt at være opmærksom på, at omsætningen er målt i løbende priser og derved ikke korrigeret for prisudviklingen, som har været større.



Heatmap for omsætningen i detailhandlen i Sæby inkl. forhandlere af motorkøretøjer.

OMSÆTNING PR. KVM

Omsætningen i butikkerne varierer meget og er afhængig af branche, butikstype, placering, evt. tilhørsforhold til en kæde mv. Nogle generelle nøgletal for omsætningen i de forskellige butikstyper i Frederikshavn Kommune er angivet nedenfor. Som følge af variationer i lokale markedsforhold kan det konkrete omsætningstal for enkelte butikker variere meget fra de angivne intervaller. Af tabellen fremgår bl.a. at omsætningen pr. kvm er meget i høj i beklædningsbutikkerne i Skagen, hvilket kan indikere, at der sælges kvalitetsvarer, og at der muligvis er basis for flere beklædningsbutikker.

OMSÆTNING I KR. PR. KVM PR. ÅR				
Område	År	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
Opland til Frederikshavn	2017	35.100	15.550	12.150
	1998	29.000	21.000	8.000-13.000
Opland til Skagen	2017	33.500	25.700	12.700
	1998	29.000	20.000	6.000-10.000
Opland til Sæby	2017	32.400	15.500	12.150
	1998	22.000	13.000	5.000-7.000
Frederikshavn Kommune	2017	34.050	18.100	14.000
Hjørring Kommune	2016	31.000	18.000	15.000

Omsætningstallene er udtryk for niveauer og ikke eksakte tal. Tallene er ikke korrigeret for inflation. Den lave del af spændet for arealintensiteten for øvrige udvalgsvarer i 1998 angiver arealintensiteten for 'specielle udvalgsvarer' mens den høje del af spændet angiver arealintensiteten for 'almindelige udvalgsvarer'.

Kop & Kande

Kop & Kande

Kop & Kande

Februar
MÅNEDENS KUP

Slibe service

3 kaffe
100,-
SPAR 50,-

Kop & Kande

13 Handelsbalance

Frederikshavn Kommune havde i 2017 et overskud på handelsbalancen på knap 0,75 mia. kr. fordelt på ca. 0,5 mia. kr. for dagligvarer og knap 0,25 mia. kr. for udvalgsvarer. Overskuddet skyldes bl.a. et attraktivt udbud af butikker og en omfattende turisme.

DEFINITION

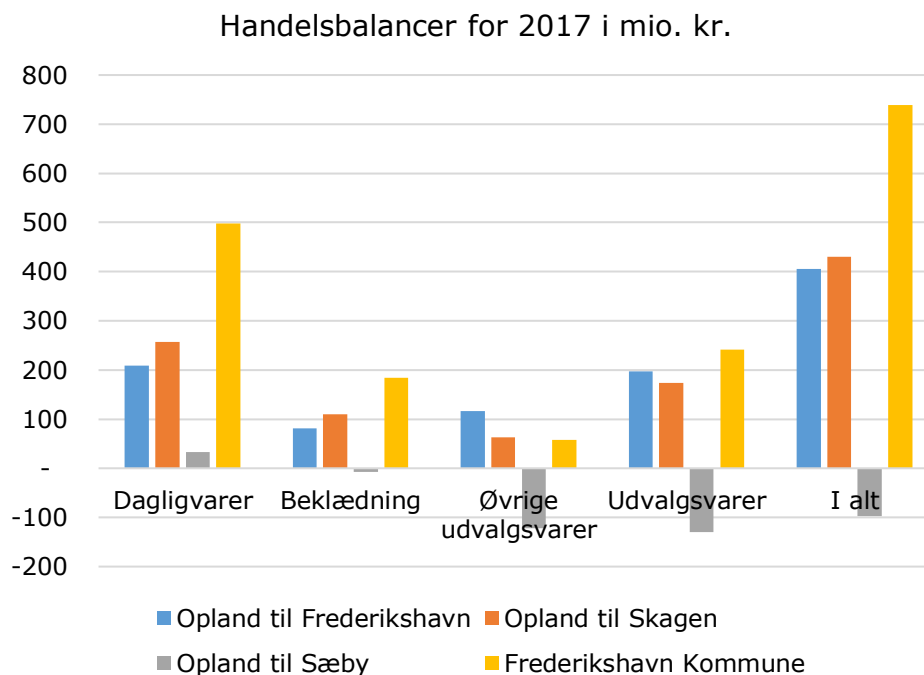
Handelsbalancen er defineret som forholdet mellem omsætningen og forbrugt i et geografisk afgrænset område. Hvis handelsbalancen for en kommune er under 100 % betyder det, at butikkerne i kommunen omsætter for mindre end kommunens borgere handler for. En del af borgernes forbrug bliver således lagt i butikker udenfor kommunen. Tilsvarende betyder en handelsbalance over 100 %, at butikkerne i kommunen tiltrækker kunder fra udenfor kommunen. Handelsbalancen er således en måde at vurdere detailhandlens styrke og tiltrækningskraft. Handelsbalancen betegnes også som dækningsgraden.

I beregningen af handelsbalancen er der taget højde for e-handlen. I beregningerne er det derfor borgernes forbrug i fysiske butikker som holdes op til mod omsætningen i fysiske butikker.

En stigning i handelsbalancen er ikke nødvendigvis udtryk for at detailhandlen i et område er gået frem.

HANDELSOVERSKUD OG HANDELSBALANCE I 2017										
Opland	Dagligvarer		Beklædning		Øvrige udvalgsvarer		Udvalgsvarer		I alt	
	mio. kr.	%	mio. kr.	%	mio. kr.	%	mio. kr.	%	mio. kr.	%
Frederikshavn	+208	124	+81	145	+116	124	+197	129	+405	126
Skagen	+257	198	+110	302	+64	143	+173	185	+431	192
Sæby	+32	107	-8	92	-122	53	-130	62	-97	88
Frederikshavn Kommune	+498	131	+184	156	+57	106	+240	120	+739	126

Handelsoverskuddet i 2017 er angivet i ca. mio. kr. og handelsbalancen er angivet i ca. %. Tallene er ikke udtryk for eksakte omsætninger eller %-satser, men niveauer.



13.1 Handelsbalance for Frederikshavn Kommune

Frederikshavn Kommune har et overskud på handelsbalancen på ca. 740 mio. kr. pr. år. Overskuddet dækker over et handelsoverskud for dagligvarer på ca. 500 mio. kr. pr. år eller ca. 31 %, et overskud for beklædning på ca. 185 mio. kr. eller ca. 56 % og et overskud for øvrige udvalgsvarer på ca. 60 mio. kr. eller ca. 6 %. Overskuddet for udvalgsvarer under ét er ca. 240 mio. kr. pr. år eller ca. 20 %. Tallene viser, at detailhandlen i Frederikshavn Kommune står stærkt indenfor dagligvarer og beklædning, men – set i lyset af den omfattende turisme – kun har et begrænset overskud på handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer.

UDVIKLINGEN SIDEN 1998

Handelsbalancen for de tidligere Frederikshavn, Skagen og Sæby Kommuner tilsammen er steget med ca. 3 %-point fra ca. 123 % til ca. 126 % i perioden 1998-2017. Udviklingen dækker over, at handelsbalancen for dagligvarer er faldet med ca. 5 %-point fra ca. 136 % til ca. 131 %, og at handelsbalancen for udvalgsvarer er steget med ca. 10 %-point fra ca. 110 % til ca. 120 %.

13.2 Handelsbalance for oplandet til Frederikshavn

Oplandet til Frederikshavn by har et overskud på handelsbalancen på ca. 405 mio. kr. pr. år. Dermed kan en stor del af overskuddet på handelsbalancen i Frederikshavn Kommune henføres til oplandet til Frederikshavn by.

Overskuddet på de ca. 405 mio. kr. pr. år dækker over et handelsoverskud for dagligvarer på ca. 210 mio. kr. pr. år eller ca. 24 %, et overskud for beklædning på ca. 80 mio. kr. eller ca. 45 % og et overskud for øvrige udvalgsvarer på ca.

115 mio. kr. eller ca. 24 %. Overskuddet for udvalgsvarer under ét er på ca. 200 mio. kr. pr. år eller ca. 29 %.

UDVIKLINGEN I OPLANDET SIDEN 1998

Handelsbalancen for oplandet til Frederikshavn er faldet med ca. 8 %-point fra ca. 134 % til ca. 126 % i perioden 1998-2017. Udviklingen dækker over, at handelsbalancen for dagligvarer er faldet med ca. 13 %-point fra ca. 137 % til ca. 129 %, og at handelsbalancen for udvalgsvarer stort set er uændret med et fald på ca. 1 %-point fra ca. 130 % til ca. 129 %.

13.3 Handelsbalance for oplandet til Skagen

Oplandet til Skagen har et overskud på handelsbalancen på ca. 430 mio. kr. pr. år. Dermed kan en lidt større del af overskuddet på handelsbalancen i Frederikshavn Kommune henføres til oplandet til Skagen end til oplandet til Frederikshavn. Med andre ord bidrager Skagen mere til overskuddet end Frederikshavn.

Overskuddet på de ca. 430 mio. kr. pr. år dækker over et handelsoverskud for dagligvarer på ca. 260 mio. kr. pr. år eller ca. 98 %, et overskud for beklædning på ca. 110 mio. kr. eller ca. 202 % og et overskud for øvrige udvalgsvarer på ca. 65 mio. kr. eller ca. 43 %. Overskuddet for udvalgsvarer under ét er ca. 175 mio. kr. pr. år eller ca. 85 %.

Det store overskud på handelsbalancerne for oplandet til Skagen skyldes den omfattende turisme.

UDVIKLINGEN I HANDELSBALANCEN				
Område	År	Dagligvarer	Udvalgsvarer	I alt
Skagen	2003	206	193	-
	2013	219	174	-
Oplandet til Skagen	1998	155	131	143
	2017	198	185	192

UDVIKLINGEN I OPLANDET SIDEN 1998

Handelsbalancen for oplandet til Skagen er steget med ca. 49 %-point fra ca. 143 % til ca. 192 % i perioden 1998-2017. Udviklingen dækker over at handelsbalancen for dagligvarer er steget med ca. 43 %-point fra ca. 155 % til ca. 217 %, og at handelsbalancen for udvalgsvarer er steget med ca. 54 %-point fra ca. 131 % til ca. 185 %.

UDVIKLINGEN I SKAGEN BY SIDEN 1998 OG 2003

Fra 1998 til 2004 blev Skagens detailhandel styrket trods et fald i indbyggertallet. Væksten skete primært indenfor beklædning og øvrige udvalgsvarer, mens dagligvarehandlen voksede mere beskedent. Handelsbalancen steg for detailhandlen under ét fra ca. 138 % i 1997 til ca. 204 % i 2003.

Overskuddet på handelsbalancen for dagligvarer steg fra ca. 106 % i 2003 til ca. 119 % i 2013. Overskuddet på handelsbalancen for udvalgsvarer faldt fra ca. 93 % i 2003 til ca. 74 % i 2013.

13.4 Handelsbalance for oplandet til Sæby

Oplandet til Sæby har et underskud på handelsbalancen på ca. 130 mio. kr. pr. år.

Underskuddet på de ca. 130 mio. kr. pr. år dækker over et handelsoverskud for dagligvarer på ca. 35 mio. kr. pr. år eller ca. 7 %, et mindre underskud på ca. 8 mio. kr. eller ca. 8 % for handlen med beklædning og et underskud for øvrige udvalgsvarer på ca. 125 mio. kr. eller ca. 47 %. Mens der for oplandene til Frederikshavn og Skagen er overskud på handelsbalancerne for udvalgsvarer, så er der altså underskud for oplandet til Sæby.

UDVIKLINGEN SIDEN 1998

Handelsbalancen for oplandet til Sæby er steget med ca. 2 %-point fra ca. 86 % til ca. 88 % i perioden 1998-2017. Udviklingen dækker over at handelsbalancen for dagligvarer er faldet ca. 12 %-point fra ca. 119 % til ca. 107 %, og at handelsbalancen for udvalgsvarer er steget med ca. 8 %-point fra ca. 55 % til ca. 63 %.

SKAGEN TOYS



Skagen Toys
Sport sa
311
149

14 Udviklingen ifølge de butik drivende

De butik drivende er blevet spurgt om, hvordan det er gået de sidste par år og om deres forventninger til fremtiden. De butik drivende melder om en vækst på ca. 8 % over de sidste to år, forventer at væksten fortsætter med ca. 5 % over de næste to år.

I perioden 2007-2017 er omsætningen i detailhandlen faldet med ca. 8 %. Omsætningen nåede et lavpunkt omkring 2013. Forbruget er siden 2013 steget med knap 5 %. Også i Frederikshavn Kommune melder de butik drivende om vækst i de sidste par år.

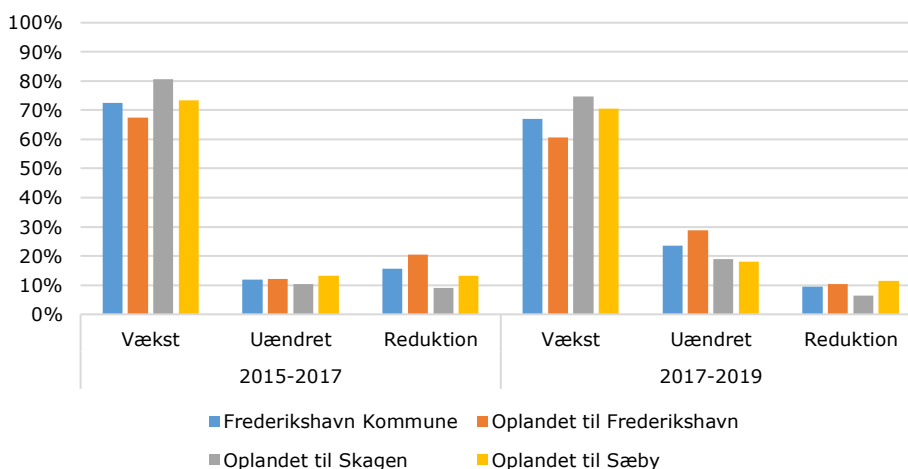
ANVENDT METODE

De butik drivendes meldinger om omsætningsudviklingen fra 2015-2017 og den forventede udvikling fra 2017-2019 giver et godt billede af den aktuelle udvikling i detailhandlen og forventningerne til fremtiden.

De butik drivende i dagligvarebutikkerne udgør ca. 30 % af respondenterne. De butik drivende i udvalgvarebutikkerne og forhandlerne af særlig pladskrævende varegrupper ekskl. bilforhandlere udgør ca. 70 % af de adspurgte butikker.

Butikker, der er åbnet inden for den pågældende periode eller forventer at lukke, indgår ikke i opgørelsen. Det skal nævnes, at de butikker, som er lukket de i løbet af de sidste to år, i sagens natur ikke er spurgt, og at det påvirker vurderingen af omsætningen de sidste to år.

Andelen af de butik drivende, som melder om vækst, stabil eller faldende omsætning



14.1 Udviklingen ifølge de butik drivende i Frederikshavn Kommune

Ifølge de butik drivende i Frederikshavn Kommune er omsætningen i perioden 2015-2017 steget med 8 %, og den forventes at stige med ca. 5 % i perioden 2017-2019.

Ca. 72 % af de butik drivende melder om vækst i perioden 2015-2017, ca. 12 % melder om en uændret omsætning og ca. 16 % melder om en reduktion. Ca. 61 % af de butik drivende forventer vækst i perioden 2017-2019, ca. 29 % forventer en uændret omsætning og ca. 10 % forventer et fald i omsætningen.

De butik drivende

- > i dagligvarebutikkerne melder om en vækst på ca. 7 % i perioden 2015-2017 og forventer en vækst på ca. 4 % i perioden 2017-2019,
- > i beklædningsbutikkerne melder om en vækst på ca. 6 % i perioden 2015-2017 og forventer en vækst på ca. 7 % i perioden 2017-2019, og
- > i de øvrige udvalgsvarerbutikker og forhandlerne af særligt pladskrævende varegrupper ekskl. bilforhandlerne melder om en vækst på ca. 9 % i perioden 2015-2017 og forventer en vækst på ca. 5 % i perioden 2017-2019.

UDVIKLINGEN IFØLGE DE BUTIKSDRIVENDE I FREDERIKSHAVN KOMMUNE					
Periode	Ændringstype	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Udvalgsvarer under ét
2015-2017	Samlet vækst	ca. 7 %	ca. 6 %	ca. 9 %	ca. 8 %
	Gennemsnitlig vækst pr. butik	ca. 8 %	ca. 6 %	ca. 5 %	ca. 5 %
	Gennemsnit på landsplan	ca. 1,8 %	ca. -0,5 %	ca. 5,3 %	ca. 3,4 %
2017-2019	Samlet vækst	ca. 4 %	ca. 7 %	ca. 5 %	ca. 5 %
	Gennemsnitlig vækst pr. butik	ca. 7 %	ca. 8 %	ca. 6 %	ca. 6 %

Den samlede vækst angiver den vægtede, gennemsnitlige vækst. Den gennemsnitlige vækst pr. butik er beregnet som et simpelt gennemsnit og er ikke vægtet i forhold til størrelsen af butikkernes omsætninger. Gennemsnittet på landsplan bygger på udviklingen i det sæsonkorrigerede værdiindeks fra Danmarks Statistik. Udviklingen indenfor øvrige udvalgsvarer dækker også over udviklingen indenfor særligt pladskrævende varegrupper dog ekskl. motorkøretøjer.

14.2 Udviklingen ifølge de butik drivende i oplandet til Frederikshavn

Ifølge de butik drivende i oplandet til Frederikshavn er omsætningen i perioden 2015-2017 steget med 8 %, og den forventes at stige med ca. 5 % i perioden 2017-2019.

Ca. 67 % af de butik drivende melder om vækst i perioden 2015-2017, ca. 13 % melder om en uændret omsætning og ca. 20 % melder om en reduktion. Ca. 61 % af de butik drivende melder om vækst i perioden 2017-2019, ca. 29 % melder om uændret omsætning og ca. 10 % melder om en omsætningsreduktion.

Det er de butik drivende i de øvrige udvalgs varebutikker, som melder om den største vækst i de forgangne to år, mens det er de butik drivende i beklædningsbutikkerne, der forventer den største vækst i de kommende to år.

De butik drivende

- > i dagligvarebutikkerne melder om en vækst på ca. 7 % i perioden 2015-2017 og forventer en vækst på ca. 4 % i perioden 2017-2019,
- > i beklædningsbutikkerne melder om en vækst på ca. 7 % i perioden 2015-2017 og forventer en vækst på ca. 6 % i perioden 2017-2019, og
- > i de øvrige udvalgs varebutikker og forhandlerne af særligt pladskrævende varegrupper ekskl. bilforhandlerne melder om en vækst på ca. 10 % i perioden 2015-2017 og forventer en vækst på ca. 4 % i perioden 2017-2019.

14.3 Udviklingen ifølge de butik drivende i oplandet til Skagen

Ifølge de butik drivende i oplandet til Skagen er omsætningen i perioden 2015-2017 steget med 6 %, og den forventes at stige med ca. 5 % i perioden 2017-2019.

Ca. 81 % af de butik drivende melder om vækst i perioden 2015-2017, ca. 10 % melder om en uændret omsætning og ca. 9 % melder om en reduktion. Ca. 75 % af de butik drivende melder om vækst i perioden 2017-2019, ca. 19 % melder om uændret omsætning og ca. 6 % melder om en omsætningsreduktion.

De er de butik drivende i beklædningsbutikkerne, der melder om den største vækst i de forgangne to år og den største forventede vækst i de kommende to år.

De butik drivende

- > i dagligvarebutikkerne melder om en vækst på ca. 6 % i perioden 2015-2017 og forventer en vækst på ca. 4 % i perioden 2017-2019.

- > i beklædningsbutikkerne melder om en vækst på ca. 9 % i perioden 2015-2017 og forventer en vækst på ca. 8 % i perioden 2017-2019.
- > i de øvrige udvalgswarebutikker og forhandlerne af særligt pladskrævende varegrupper ekskl. bilforhandlerne melder om en vækst på ca. 4 % i perioden 2015-2017 og forventer en vækst på ca. 5 % i perioden 2017-2019.

Udviklingen ifølge de butik drivende i Skagen kan sammenlignes med udviklingen i omsætningen siden 2013. Nærværende analyse og analysen fra 2013 viser tilsammen, at både dagligvare- og udvalgswareomsætningen i løbende priser i oplandet til Skagen er steget med ca. 21 % i perioden 2014-2017.

14.4 Udviklingen ifølge de butik drivende i oplandet til Sæby

Ifølge de butik drivende i oplandet til Sæby er omsætningen i perioden 2015-2017 steget med 11 %, og den forventes at stige med ca. 6 % i perioden 2017-2019. Dermed er det de butik drivende i oplandet til Sæby, som melder om den største vækst i de sidste to år, og som melder om den største forventede vækst to år frem.

Ca. 73 % af de butik drivende melder om vækst i perioden 2015-2017, ca. 13 % melder om en uændret omsætning, og ca. 13 % melder om en reduktion. Ca. 70 % af de butik drivende melder om vækst i perioden 2017-2019, ca. 18 % melder om uændret omsætning og ca. 11 % melder om en omsætningsreduktion.

Det er de butik drivende i dagligvarebutikkerne, som melder om den største vækst i de forgangne to år, mens de butik drivende i beklædningsbutikkerne, ser mest optimistisk på fremtiden.

De butik drivende

- > i dagligvarebutikkerne melder om en vækst på ca. 11 % i perioden 2015-2017 og forventer en vækst på ca. 5 % i perioden 2017-2019,
- > i beklædningsbutikkerne melder om vækst i omsætningen på ca. 9 % i perioden 2015-2017 og forventer vækst på ca. 7 % i perioden 2017-2019, og
- > i de øvrige udvalgswarebutikker og forhandlerne af særligt pladskrævende varegrupper ekskl. bilforhandlerne melder om en vækst på ca. 4 % i perioden 2015-2017 og forventer en vækst på ca. 5 % i perioden 2017-2019.

14.5 Samlet vurdering

Tallene viser, at de butik drivende i alle tre oplande melder om vækst i de forgangne to år og forventet vækst i de kommende to år. De butik drivendes melding om vækst i de forgangne to år er væsentligt højere end landsgennemsnittet. Det hænger dels sammen med at butik drivende, som har lukket deres butik ikke er blevet spurgt og dermed ikke indgår i undersøgelsen. Det kan også hænge sammen med, at Frederikshavn Kommune i højere grad end landet som helhed har været begunstiget af væksten i turismen. Tallene understreger derfor den store betydning af turismen for detailhandlen i Frederikshavn Kommune, hvilket også fremgår, når man ser på den høje andel af butikker, hvor turisternes forbrug udgør en væsentlig andel af omsætningen.

I Frederikshavn meldes om størst vækst indenfor øvrige udvalgsvarer og størst forventet vækst indenfor beklædning. På landsplan har der også været størst vækst indenfor øvrige udvalgsvarer. I Skagen meldes om størst vækst i de forgangne år indenfor beklædning ligesom der forventes størst vækst indenfor beklædning i de kommende to år. Den positive udvikling i beklædningsbutikkerne i Frederikshavn afspejles også i den relativt høje omsætning pr. kvm. De butik drivende i Sæby melder om de højeste vækstrater og ser også mere positivt på fremtiden end de butik drivende i oplandet til Frederikshavn og Skagen.

Detailhandlernes vurdering af fremtiden er positiv, og det gælder alle hovedbrancher. Den positive stemning vil være et godt udgangspunkt for fortsat udvikling af detailhandlen i Frederikshavn Kommune.

VIN  SPECIALISTEN
VINE FRA H.J.HANSEN



15 Turisternes andel af omsætningen

Turismens forbrug i butikkerne i Frederikshavn Kommune er beregnet og vurderet til i størrelsesordenen 0,9 mia. kr. svarende til ca. 26 % af butikkernes samlede omsætning. I turistbyerne er turisternes andel væsentligt højere.

Detailhandelen i Frederikshavn Kommune har stor fordel af den omfattende turisme. De tre hovedbyer supplerer hinanden godt: Frederikshavn er en færgeby med afgang til og fra Oslo og Gøteborg med mere end 2,5 millioner passagerer årligt. Færgetrafikken giver turisme i byen, ligesom man arbejder med mange events og sportsturisme. Skagen er et unikt, internationalt turistbrand og en af Danmarks mest besøgte turistbyer. Der bor fast ca. 8.500 borgere i Skagen. Om sommeren vokser indbyggertallet til over 50.000. Turisterne drages af naturen, lyset, historien om skagensmalerne samt den hyggelige stemning i bymidten og på havnen med specialbutikkerne og det høje gastronomiske niveau. Sæbys snoede gader, historiske bindingsværkshuse, hyggelige gågade med butikker og restauranter og havnemiljø gør byen til en populær turistby med mange oplevelsesformer. Byanalyserne, som blev gennemført i 2010 viste, at shopping er en særdeles populær aktivitet blandt både de overnattende turister og endagsturisterne. Byernes handelsmiljø er en vigtig del af oplevelsen ved at være turist og en årsag til at være turist i kommunen, samtidig med at detailhandlen sammen med spisestederne og kulturtilbuddene sandsynligvis er den vigtigste kilde til at gøre turismen til lokal indtjening og lokale arbejdspladser.

ANVENDTE METODER

Turismen er vigtig for detailhandlen i Frederikshavn Kommune. Derfor har der været ekstra fokus på at få mere viden om, hvor meget turisterne bidrager med. Der er anvendt to forskellige metoder: (1) Der er gennemført beregninger på baggrund af undersøgelser fra VisitDenmark, og (2) detailhandlerne er blevet spurgt om turismens andel af omsætningen. Ved brug af de to metoder i kombination er det muligt, at tegne et billede af turismens andel af detailhandelsomsætningen i Frederikshavn Kommune.

Ved hjælp af VisitDenmarks undersøgelser er det muligt at få overnatningstal for kommuner. Tallene for kommercielle overnatninger er opgjort for både danske og udenlandske turister, og der er døgnforbrug pr. person for de forskellige nationaliteter. Ud fra det kan der beregnes forbrug, der bliver skabt af de kommercielle overnatninger i Frederikshavn Kommune. Med udgangspunkt i et specialudtræk er der regnet på de samlede besøgstal.

Detailhandlerne er blevet bedt om at vurdere, hvor stor en andel af omsætningen, der kan tilbageføres til kunder, der er turister. Detailhandlernes svar omfatter al turisme under ét, dvs. både overnattende og endagsturister og udtrykker deres bedste skøn. Dermed er det muligt, at beregne den samlede turismeafledte omsætning, som også inkluderer omsætning fra endagsturisterne og de ikke-kommercielle overnatninger. Metoden kan desuden bruges til at beregne turismens betydning i de forskellige oplande.

15.1 Beregning af de overnattende turisters forbrug

I 2016 blev der registreret i alt ca. 1,4 mio. kommercielle turistovernatninger i Frederikshavn Kommune. Ca. 53 % af overnatningerne kan tilskrives danske turister, og ca. 47 % er fra udenlandske turister. Det samlede forbrug fra kommercielle-overnatninger i Frederikshavn Kommune er beregnet til ca. 260 mio. kr. pr. år. Heraf bidrager danske turister med ca. 90 mio. kr. og udenlandske turister med ca. 170 mio. kr.

Der er ikke tal på, hvor stor en del af turisternes forbrug, der placeres i butikker i Frederikshavn Kommune, men det vurderes som sandsynligt, at turisterne, der overnatter i Frederikshavn Kommune, placerer en meget stor del af deres forbrug i kommunen, mens turister, der overnatter i de omkringliggende kommuner sandsynligvis placerer en del af deres forbrug i Frederikshavn Kommune. Det må forventes, at overnattende turister i nabokommunerne hyppigere optræder som endagsgæster i Frederikshavn Kommune end omvendt, da Skagen og andre store besøgsmaal findes i Frederikshavn Kommune.

FORBRUG FRA KOMMERCIELLE OVERNATNINGER I FREDERIKSHAVN KOMMUNE, 2016			
	Antal overnatninger	Gns. døgnforbrug	Turisternes forbrug pr. år.
Danske turister	744.900	120	90 mio. kr.
Udenlandske turister	667.700	255	170 mio. kr.
<i>I alt</i>	<i>1.412.600</i>	-	<i>260 mio. kr.</i>
<i>Antal kommercielle overnatninger: Danmarks Statistik. Gns. døgnforbrug: Turismens økonomiske betydning i Danmark 2014, VisitDenmark, 2016.</i>			

De 1,4 mio. kommercielle turistovernatninger dækker kun over overnatninger i hotel, vandrehjem m.fl. eller i feriehus, der blev udlejet gennem danske udlejningsbureauer. En væsentlig del feriehus er ejet af danskere, der selv overnatter i feriehusene eller låner feriehusene ud. Disse overnatninger indgår ikke i opgørelsen. Derudover indgår endagsturister ikke i opgørelsen.

USIKKERHED I DATAGRUNDLAG

Som nævnt udgjorde antallet af kommercielle overnatninger i Frederikshavn Kommune i størrelsesordenen af 1,4 mio. i 2016. Heraf udgjorde danske turister lidt over halvdelen og udenlandske turister lidt under halvdelen. Ikke-kommercielle overnatninger og endagsturisterne indgår ikke i opgørelsen, og det reelle antal turister er derfor væsentligt højere. De ikke-kommercielle overnatninger består af overnatninger i eget eller lånt feriehus og overnatninger hos familie og venner. Det faktiske antal overnattende turister og endagsturister er på baggrund af specialudtræk fra Danmarks Statistik anslået til i størrelsesordenen 3,2

mio. pr. år. Regnes på de 3,2 mio. turister og de gennemsnitlige døgnforbrug, så fås en turisme afledt omsætning på i størrelsesordenen 0,6 mia. kr. pr. år.

Beregningerne er baseret på VisitDenmarks døgnforbrugstal for alle turistformer på landsplan. Det vurderes dog, at det gennemsnitlige døgnforbrug er højere i Frederikshavn Kommune som følge af en høj andel af købestærke turister i bl.a. Skagen.



15.2 Turisternes forbrug ifølge de butiksdrevende

Turister er kunder i ca. 90 % af butikkerne i Frederikshavn Kommune, og i ca. 85 % af butikkerne udgør turisternes forbrug mere end 5 % af den totale omsætning i butikken.

Gennemsnitligt udgjorde turisternes forbrug ca. 29 % af omsætningen af omsætningen i en butik i Frederikshavn Kommune. Samlet set udgjorde turisternes forbrug ca. 790 mio. kr. i 2017 eller ca. 22 % af den totale omsætning i Frederikshavn Kommune. Til sammenligning udgjorde turisternes forbrug i Hjørring Kommune ca. 420 mio. kr. i 2016 eller ca. 11 % af den totale omsætning i Hjørring Kommune. Turismen er med andre ord big business i detailhandlen i Frederikshavn Kommune.

TURISMENS ANDEL AF OMSÆTNINGEN I FREDERIKSHAVN KOMMUNE, 2017			
Område	Omsætning	Turismens andel	
Frederikshavn Kommune	3.559 mio. kr.	778 mio. kr.	22 %
Opland til Frederikshavn	1.948 mio. kr.	254 mio. kr.	13 %
Opland til Skagen	898 mio. kr.	433 mio. kr.	48 %
Opland til Sæby	713 mio. kr.	83 mio. kr.	12 %
<i>Ekskl. omsætningen i forhandlere af motorkøretøjer.</i>			

Der er store lokale forskelle i turismens andel af omsætningen. Kyst- og turistbyerne Ålbæk og Skagen har turismeandele på ca. 48 % og 50 %, mens andelen i Østervrå og Dybvad er ca. 9 % og 12 %.

I oplandet til Frederikshavn udgør turismens andel ca. 12 % af butikernes omsætning. Andelen er lavere end i kystbyerne, men Frederikshavn er en større by og voluminet er med ca. 254 mio. kr. pr. år betydeligt. Turisternes forbrug i detailhandlen i oplandet til Frederikshavn udgør ca. 33 % af den samlede turismeafledte omsætning i detailhandlen i Frederikshavn Kommune.

Turismens andele af omsætningerne inden for hovedbrancherne er forskellige. Turismens andel af dagligvareomsætningen er knap 19 %, inden for beklædning er andelen knap 37 %, og inden for øvrige udvalgsvarer er andelen ca. 20 %.

TURISMENS ANDEL AF OMSÆTNINGEN I FREDERIKSHAVN KOMMUNE, 2017			
	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
Turismens andel	20 %	34 %	19 %
	410 mio. kr.	173 mio. kr.	186 mio. kr.

Det vurderes, at de overnattende turister har et højere dagligvareforbrug end endagsturisterne, som sandsynligvis lægger en større andel af deres forbrug i restauranter, caféer og lignende, men det er også sandsynligt, at endagsturister shopper tøj, sko, kunsthåndværk og lignende.

Turisternes forbrug udgør ca. 19 % af omsætningen i dagligvarebutikkerne. I knap 50 % af dagligvarebutikkerne udenfor kædesamarbejde udgør turisternes forbrug mere end 50 % af omsætningen. I knap 15 % af dagligvarebutikkerne indenfor kædesamarbejde udgør turisternes forbrug mere end 50 % af omsætningen. Det er især i mindre specialbutikker som slagtere, ostephandlere, fiskehandlere og blomsterhandlere, at turisternes forbrug udgør en meget stor andel af omsætningen. Men der er også store dagligvarebutikker, hvor turisternes forbrug udgør en meget stor andel af omsætningen.

Turismens bidrag til omsætningen i beklædningsbutikkerne er høj og særlig høj i butikkerne, der står udenfor et kædesamarbejde. Den turismeafledte omsætning udgør 46 % af omsætningen i beklædningsbutikkerne udenfor kædesamarbejde og 29 % i beklædningsbutikkerne indenfor kædesamarbejde. I knap 50 % af de uafhængige beklædningsbutikker udgør turismens andel af omsætningen mindst 50 % af butikkens samlede omsætning. Kun i knap 30 % af beklædningsbutikkerne i kapitalkæder og i frivillige kæder udgør turismens andel af omsætningen mindst halvdelen af butikkens omsætning.

Samme tendens gælder for øvrige udvalgsvarer. Den turismeafledte omsætning udgør 31 % af omsætningen i de øvrige udvalgsvarebutikker udenfor kædesamarbejde og 12 % i de øvrige udvalgsvarebutikker indenfor kædesamarbejde. Det er f.eks. i keramik- og kunsthåndværksbutikker, gallerier og antikvitetsbutikker, at turisternes forbrug udgør en meget stor andel af omsætningen. I ca. 50 % af de uafhængige øvrige udvalgsvarebutikker udgør turismens andel af omsætningen mindst 50 % af butikkens samlede omsætning. Kun i ca. 10 % af de øvrige udvalgsvarebutikker indenfor kapitalkæder og i frivillige kædesamarbejder udgør turismens andel af omsætningen mindst 50 % af butikkens samlede omsætning.

ANDEL AF BUTIKKER HVOR ANDELEN AF OMSÆTNINGEN FRA TURISTER ER MINDST 50 %			
Kædeforhold	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
Kapitalkæde og frivillig kæde	ca. 15 %	ca. 30 %	ca. 10 %
Uden for kædesamarbejde	ca. 50 %	ca. 50 %	ca. 50 %

15.3 Samlet vurdering af turisternes andel af omsætningen

Forskellige kilder er blevet brugt til at vurdere turisternes andel af butikkernes omsætning. Beregningerne ud fra antallet af kommercielle overnatninger giver et resultat på omkring 260 mio. kr. pr. år, hvilket udtrykker forbruget fra de kommercielle overnatninger i Frederikshavn Kommune. Hertil skal lægges omsætning fra ikke-kommercielle overnatninger og endagsturister, herunder grænsehandlere fra Sverige. Det kan der ikke sættes et præcist tal på, men omfanget må være betydeligt.

Detailhandlerne vurderer, at i størrelsesordenen 780 mio. kr. pr. år kommer fra turisterne. Mange af turisterne er imidlertid dansktalende, og det er som butiksdrivende ikke muligt at skelne kunder, der er lokale borgere fra kunder, som er besøgende fra en nabokommune. Det vurderes, at omsætningen fra turister, herunder besøgende fra nabokommuner, er væsentligt større end de 780 mio. kr. pr. år. Der er ikke gennemført en kundeinterview- og oplandsanalyse som led i nærværende detailhandelsanalyse, så der er ikke præcise tal for, hvor meget handel, der går ind og ud af Frederikshavn Kommune, og hvor handlen går hen.

Detailhandelsanalysen for Hjørring Kommune kan anvendes til at kvalificere vurderingen af turismens omfang i Frederikshavn. Detailhandlen i Hjørring Kommune havde i 2016 et overskud på handlen på 0,9 mia. kr. ud af en samlet omsætning på 3,8 mia. kr. Borgerne havde i 2016 et samlet forbrug i detailhandlen på 2,9 mia. kr. Heraf blev 2,6 mio. kr. brugt i butikker i Hjørring Kommune. Kun 0,3 mia. kr. blev brugt udenfor Hjørring Kommune. 0,7 mia. kr. kommer fra borgere udenfor Hjørring Kommune, der vælger at handle i Hjørring Kommune, og 0,5 mia. kr. kommer fra turismen. Det vurderes, at forbruget som borgere fra Frederikshavn Kommune lægger i Hjørring Kommune, er større end forbruget som borgere i Hjørring Kommune lægger i Frederikshavn Kommune.

Samlet vurderes det ud fra de forskellige beregninger, at turisterne bidrog med i størrelsesordenen 0,9 mia. kr. eller i størrelsesordenen 26 % af den totale omsætning i Frederikshavn Kommune i 2017.

UDVIKLINGEN SIDEN 1999

Det blev vurderet i 1999, at grænsehandlen udgjorde i størrelsesordenen 560 mio. kr. i 1999 (i 1999-priser) eller 30-35 % af den samlede årlige omsætning alene i oplandet til Frederikshavn.



BRODERSHUS

TØJ eksperien

Hansen

MOBIL

TØJ eksperien

16 Butikker med webshops

Det har stor betydning for butikkerne at være til stede på nettet. 47 % af butikkerne i Frederikshavn Kommune har tilknyttet en webshop til deres butik.

KORTLÆGNING AF BUTIKKER MED WEBSHOP

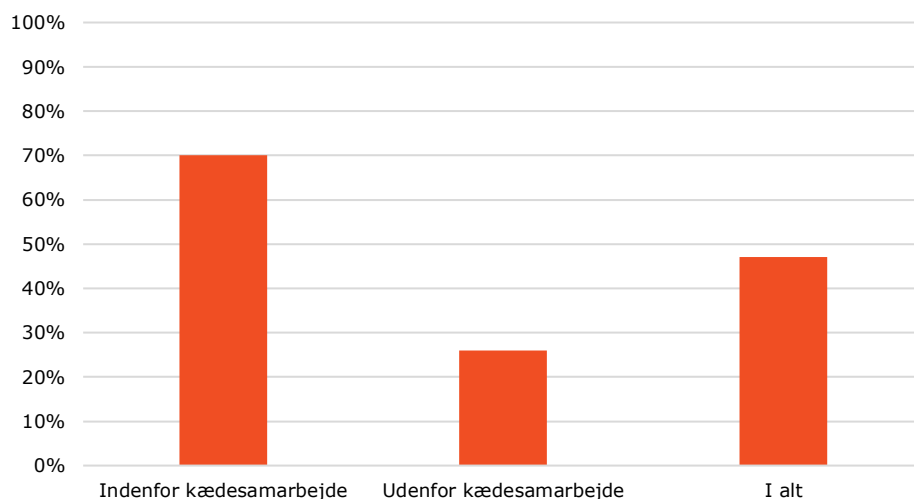
Under dataindsamlingen er det kortlagt, hvilke butikker, der har en webshop. Det kan både være kapitalkædebutikker, som har en fælles hjemmeside med salg, eller en uafhængig af butik, der har sin egen hjemmeside med salg.

Undersøgelsen viser, at ca. 47 % af butikkerne i Frederikshavn Kommune ekskl. bilforhandlerne har en webshop tilknyttet butikken. Der er en klar sammenhæng mellem kædetilknytning og tilknytning af webshop. Omkring 70 % af kapitalkæderne og de frivillige kæder har webshops. Landsgennemsnittet er 71 %. Blandt de selvstændige butikker har kun ca. 26 % en webshop. Det svarer til andelen i Hjørring Kommune. Undersøgelsen viser, at ca. 93 % af butikkerne i Frederikshavn Kommune har egen hjemmeside med eller uden salg af varer eller er til stede på de sociale medier. De ca. 7 %, som ikke har en hjemmeside, er uafhængige butikker uden kædetilknytning. Butikker, som sælger meget til turister, kan øge deres salg ved at have en webshop, da det giver turisterne mulighed for at købe butikkens varer, når de er rejst hjem.

FORDELE VED WEBSHOP, HJEMMESIDE OG BRUG AF SOCIALE MEDIER

Butikker med egen webshop står stærkere i konkurrencen, og i fremtiden bliver e-handel en endnu vigtigere salgskanal. Der er et potentiale for mange af de mindre og selvstændige butikker i at etablere egen webshop sammen med deres butik. Udviklingen af butikkernes webshops er et muligt indsatsområde for at styrke detailhandlen i Frederikshavn Kommune. Butikker, der er aktive på sociale medier, står også stærkere i konkurrencen. Sociale medier kan benyttes til at nå ud til en større og bredere kundekreds og til at interagere med kunder mv. Vedvarende brug af sociale medier kan også bidrage til at opbygge en mere loyal kundekreds.

Fysiske butikker i Frederikshavn Kommune med netbutik



17 Kundeorienterede servicefunktioner

Der er flere kundeorienterede servicefunktioner end butikker i Frederikshavn bymidte og næsten ligeså mange kundeorienterede servicefunktioner som butikker Skagen og Sæby bymidter. Serviceerhverv som spisesteder, skønhedssaloner, behandlere osv. spiller en stigende rolle for bylivet og er en del af den attraktive handelsby.

KUNDEORIENTEREDE SERVICEFUNKTIONER I BYMIDTERNE I FREDERIKSHAVN KOMMUNE

Der er i Frederikshavn, Skagen og Sæby bymidter tilsammen 258 kundeorienterede servicefunktioner og 240 butikker. Der er ca. 20 % flere kundeorienterede servicefunktioner end butikker i Frederikshavn bymidte. I Skagen og Sæby bymidter er der 12 % og 7 % flere butikker end kundeorienterede servicefunktioner.

Der er flest kundeorienterede servicefunktioner indenfor hovedbranchen 'restaurant og café', som dækker over spisesteder, take away-steder, caféer, barer og lignende. I alt er der kortlagt 95 enheder indenfor hovedbranchen restaurant og café. Dermed hører ca. 37 % af de kundeorienterede serviceerhverv under denne hovedbranche. Med 51 enheder er 'skønhed og personlig pleje', som dækker over frisører, skønhedssaloner, solarier, tatovører og lignende, den næststørste hovedbranche. Indenfor den beslægtede hovedbranche, læge og sundhed er der kortlagt 39 enheder. Dermed tegner skønhed og personlig pleje samt læge og sundhed sig for tilsammen 35 % af de kundeorienterede byfunktioner i bymidterne i Frederikshavn Kommune. De resterende 29 % af de kundeorienterede byfunktioner i bymidterne udgøres af kultur- og fritidsinstitutioner som biblioteker, museer, kirker; banker og ejendomsmæglere; hoteller og andre overnatningserhverv samt andre byerhverv, som er kundeorienterede.

De forskellige hovedbrancher supplerer hinanden og bidrager til et varieret byliv på forskellige tidspunkter af døgnet. Generelt skaber restaurationserhvervene, den største kundestrøm, mens de liberale og finansielle erhverv skaber en relativt begrænset kundestrøm.

KUNDEORIENTEREDE SERVICEFUNKTIONER I FREDERIKSHAVN, SKAGEN OG SÆBY BYMIDTER, 2017		
Hovedbranche	Antal	Andel
Restaurant og café	95	37%
Hotel og lign.	17	7%
Kultur og fritid	22	9%
Bank og ejendomsmægler	28	11%
Skønhed og personlig pleje	51	20%
Læge og sundhed	39	15%
Andet byerhverv	6	2%
<i>I alt</i>	<i>258</i>	<i>100%</i>

ANVENDT METODE

For at få et indblik i udviklingen indenfor andre kundeorienterede byfunktioner end detailhandel i Frederikshavn Kommune er en række byfunktioner i Frederikshavn, Skagen og Sæby bymidter undersøgt. Under en besigtigelse i november 2017 blev kundeorienterede servicefunktioner i stueetagerne registreret og kategoriseret.

Størstedelen af de kundeorienterede servicefunktioner, der er registreret, er enheder, der fungerer på samme vilkår som butikker, det vil sige at de har fysiske lokaler, faste åbningstider, salg af services til private kunder, adgang for alle til at købe – også uden medlemskab og uden tidsbestilling samt salg til alle kunder uden fast kundekartotek.

Eksempler på servicefunktioner, der indgår i analysen:

- > Restauranter og caféer: Pizzeria, kaffebar, sushi-restaurant mv.
- > Skønhed og personlig pleje: Frisør, tatovør, neglesalon, solcenter mv.
- > Kultur og fritid: Teater, biograf, koncerthus, stadion, museum mv.
- > Hotel og lign.: Hotel, vandrehjem, feriecenter mv.
- > Bank og ejendomsmægler
- > Læge og sundhed: Læger, tandlæger, hospitaler mv.

Eksempler på funktioner, der ikke indgår i analysen:

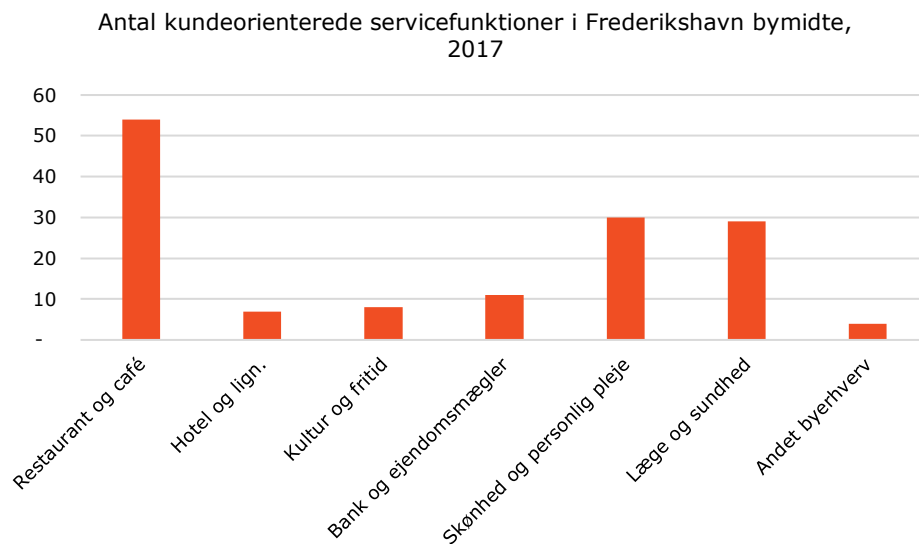
- > Catering service, måltidskasser, mobile madvogne mv.
- > Sportsklubber, private foreninger mv.
- > Offentlige institutioner som børnehaver, skoler, rådhus mv.
- > Liberale erhverv som rådgivende ingeniører, advokater mv.

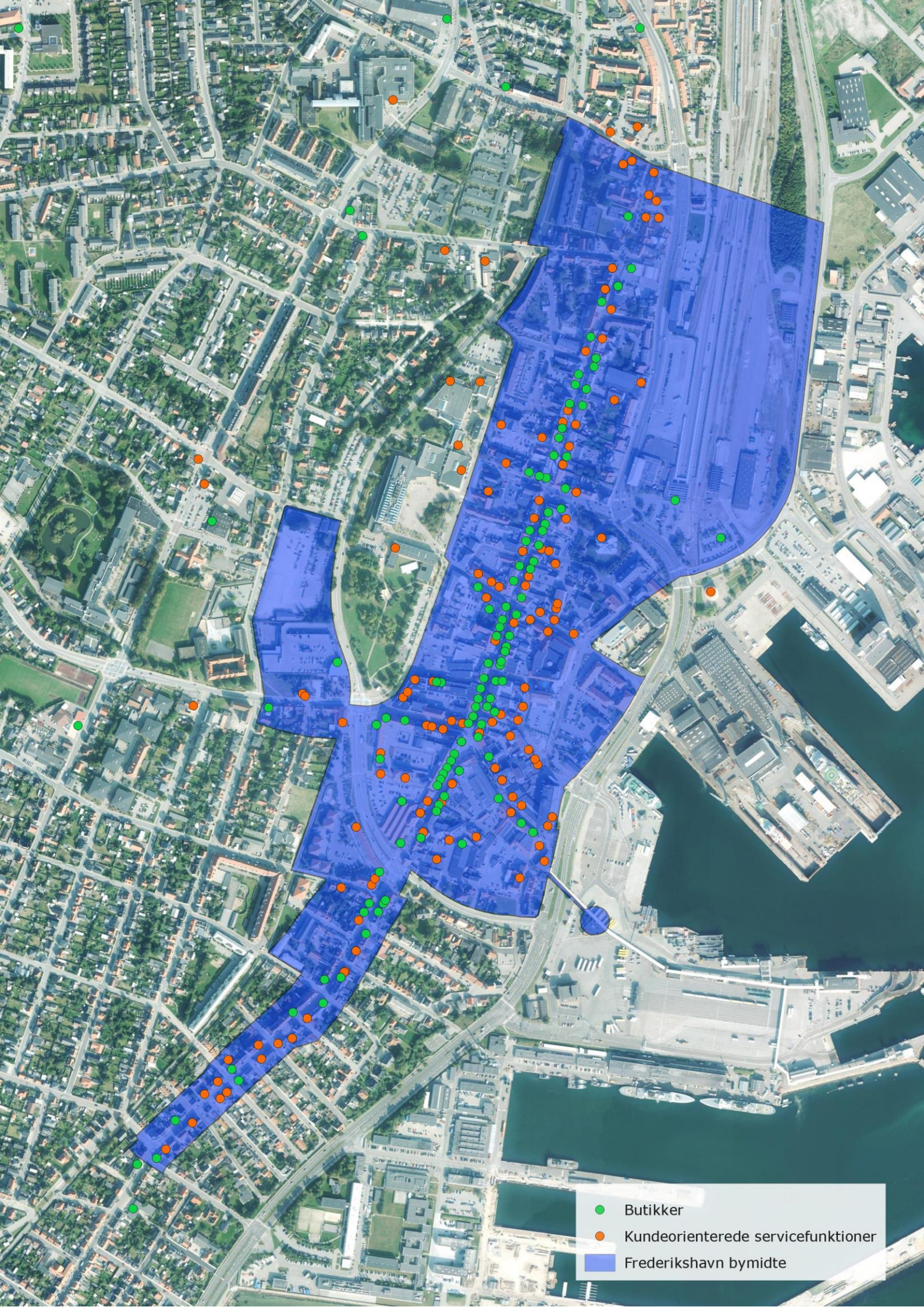
Der er ikke indsamlet data om areal, omsætning mv. for servicefunktionerne.

17.1 Kundeorienterede servicefunktioner i Frederikshavn bymidte

Der er 143 kundeorienterede servicefunktioner i Frederikshavn bymidte. Til sammenligning er der 117 butikker i bymidten.

Der er kortlagt 54 enheder indenfor hovedbranchen 'Restaurant og café'. Det er især på strækningen ad Søndergade fra Rådhus Alle i syd og ad Danmarksgade til Tordenskjoldsgade i nord at spise- og udskænkingsstederne er koncentreret. På denne strækning er der 36 spise- og udskænkingssteder. På hovedhandels-gaden, Søndergade og Danmarksgade, optager butikkerne størstedelen af leje-målene. På sidegaderne Havnegade, Rimmensgade, Lodsgade og Amaliegade er der en overvægt af spisesteder.



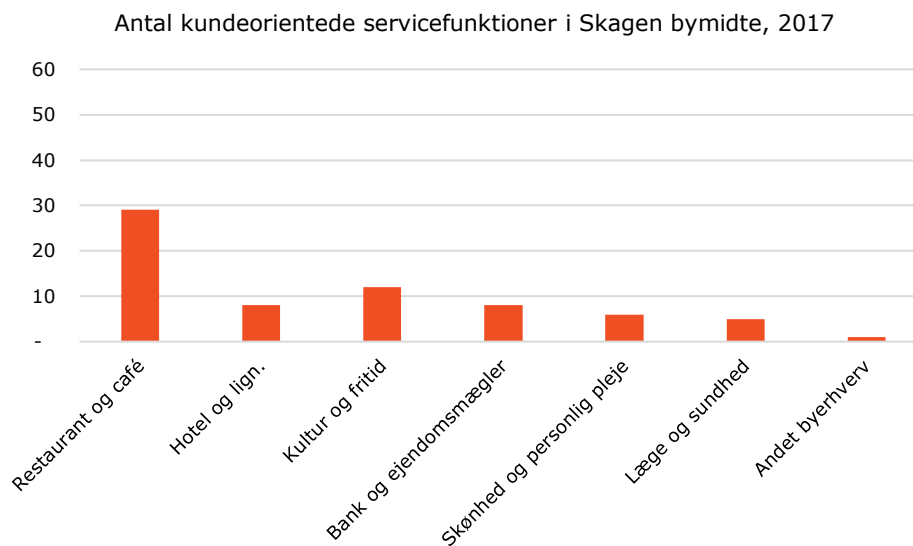


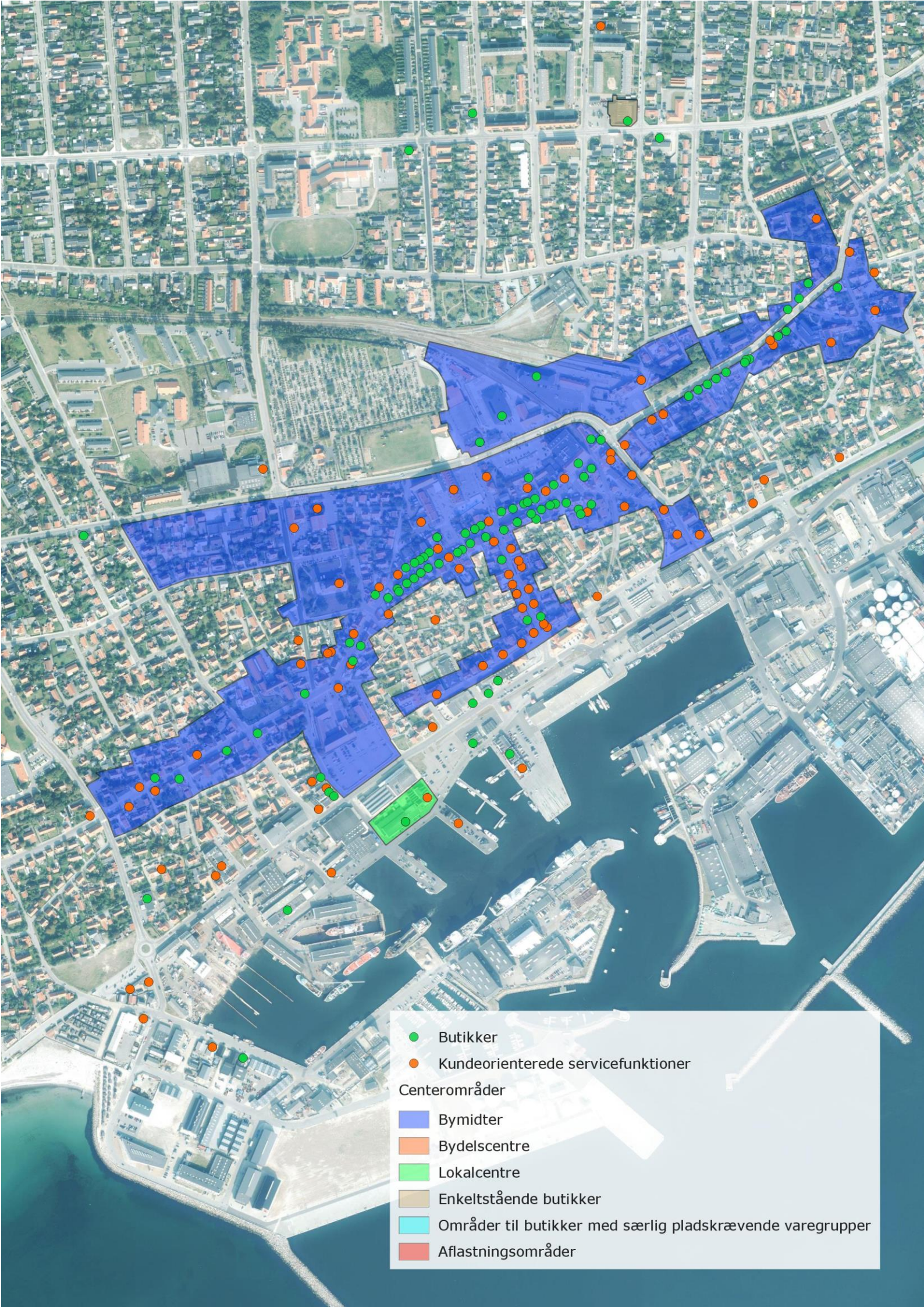
- Butikker
- Kundeorienterede servicefunktioner
- Frederikshavn bymidte

17.2 Kundeorienterede servicefunktioner i Skagen bymidte

Der er 69 kundeorienterede servicefunktioner i Skagen bymidte. Til sammenligning er der 77 butikker i bymidten.

Der er en større klynge af spise- og udskænkingssteder i området langs Havnevej og ved krydset Sct. Laurentii Vej-Havnevej.

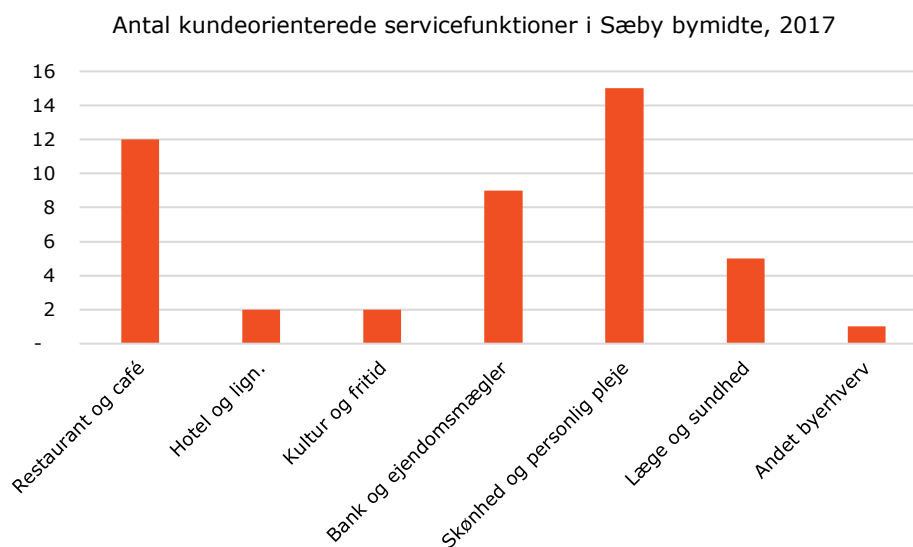


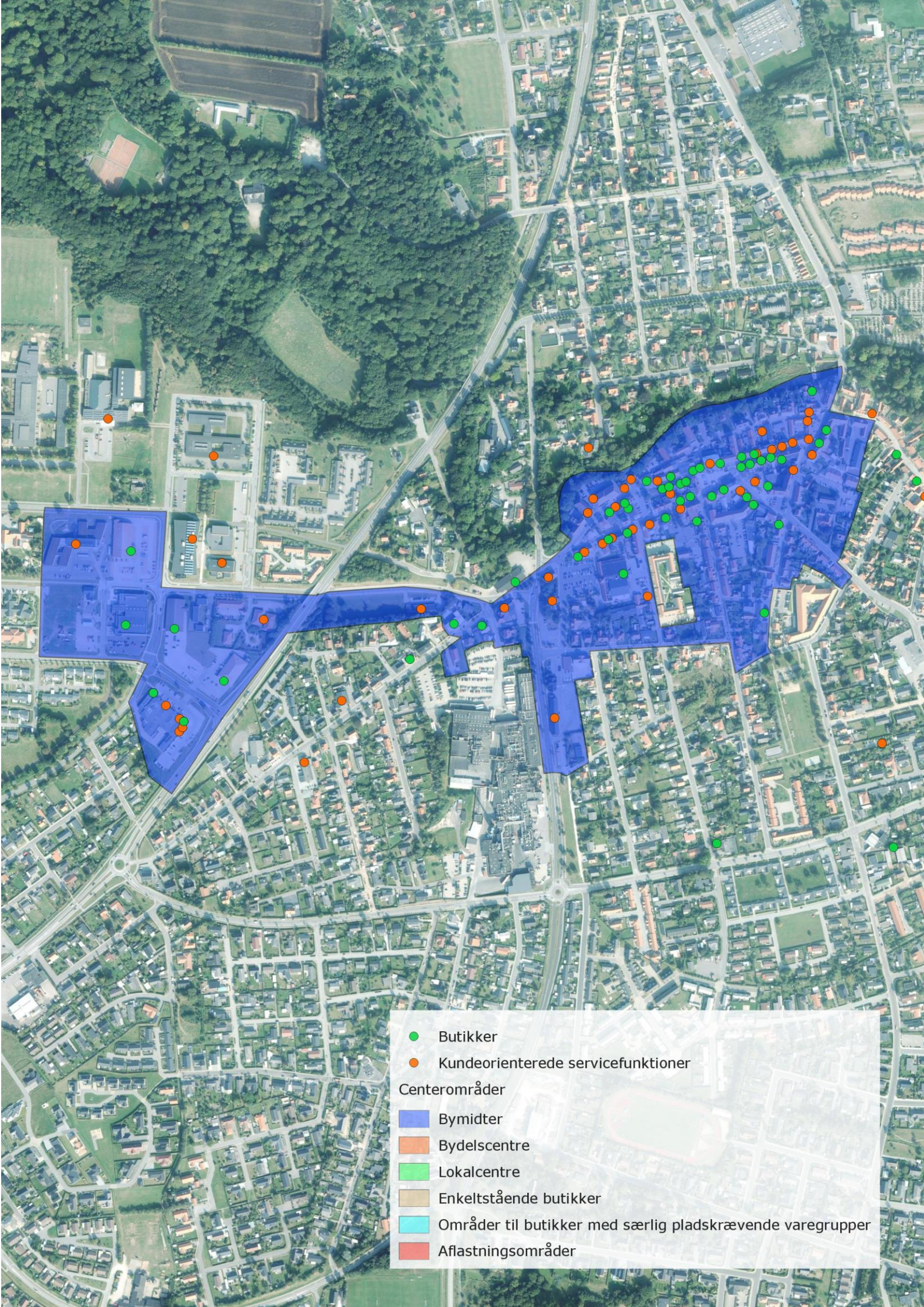


17.3 Kundeorienterede servicefunktioner i Sæby bymidte

Der er 46 kundeorienterede servicefunktioner i Sæby bymidte. Til sammenligning er der 50 butikker i Sæby bymidte.

Spise- og udskækningsstederne er koncentreret i den nordlige del af den historiske bymidte. Her er der 10 spise- og udskækningssteder. I lokalcentret på havnen er der yderligere 5 spise- og udskækningssteder.





- Butikker
 - Kundeorienterede servicefunktioner
- Centerområder
- Bymidter
 - Bydelscentre
 - Lokalcentre
 - Enkeltstående butikker
 - Områder til butikker med særlig pladskrævende varegrupper
 - Aflastningsområder

18 Forbrugsudvikling og arealbehov

Afhængigt af udviklingen i privatforbruget, væksten i e-handlen mv. kan der forventes alt mellem et større behov for areal til detailhandel til, at fremtidens forbrug kan ske på et detailhandelsareal, der er mindre end det nuværende.

De seneste ca. 10 år har budt på en stigende urbanisering mod de store byer, økonomisk afmatning, en stigende e-handel og øget konkurrence mellem kommunernes detailhandel. Nye tal tyder på, at den økonomiske afmatning er stoppet, og at privatforbruget langsomt stiger igen, men udviklingen på længere sigt er usikker. Meget andet vil også have indflydelse på handelslivet i Frederikshavn Kommune. Følgende faktorer har betydning:

- > Kommunens og erhvervslivets engagement i udviklingen af detailhandlen
- > Befolkningsudviklingen
- > Udviklingen i privatforbruget
- > Udviklingen i internethandlen
- > Udvikling i handelsbalancen overfor nabokommunerne
- > Udviklingen i turismen
- > Udviklingen i butikkernes omsætning pr. kvm

Der er opstillet to scenarier for udviklingen. Maksimumsscenariet beskriver en fremtidig udvikling, hvor alle parametre har udviklet sig positivt for detailhandlen i Frederikshavn Kommune. Minimumsscenariet udtrykker den omvendte situation.

KOMMUNENS ENGAGEMENT I UDVIKLINGEN AF DETAILHANDLEN

Frederikshavn Kommunes engagement i udviklingen af detailhandlen har stor betydning. Det gælder f.eks. lokalisering af dagligvarebutikker, et attraktivt bymiljø, fortætning af bymidterne med flere boliger, en indsats for at styrke butiksudbuddet ved aktiv kontakt til kæder og små specialbutikker mv. Flere af tiltagene kan med fordel gennemføres i tæt samarbejde med handelslivet og grundejerne, som ligeledes er med til at sætte rammerne for detailhandlens udvikling.

BEFOLKNINGSUDVIKLINGEN

Vækst i indbyggertallet betyder flere kunder og har stor betydning for detailhandlen. Ifølge Frederikshavn Kommunes befolkningsprognose vil indbyggertallet falde med ca. 2.600 personer eller ca. 4 % i perioden 2017 til 2030. Samlet set svarer tilbagegangen til et fald i det årlige forbrugspotentiale på i størrelsesordenen 110 mio. kr. i 2017-priser. Der regnes kun med én mulig befolkningsudvikling svarende til Frederikshavn Kommunes prognose.

UDVIKLINGEN I FORBRUGET

Efter 2007, hvor forbruget toppede, var forbrugerne været tilbageholdende som konsekvens af den økonomiske krise.

- > Samlet set er omsætningen i detailhandlen faldet med ca. 8 % fra 2007-2017 på landsplan. Omsætningen ligger i dag lidt under niveauet i 2005⁴.
- > Omsætningen i dagligvarebutikkerne er faldet med ca. 9 %. Discountbutikkerne under ét har haft markant fremgang under lavkonjunkturen. Siden 2012 har omsætningen ligget på et nogenlunde konstant niveau.
- > Beklædning er den mest konjunkturfølsomme branche. Tilbagegangen i perioden 2007-2017 har været størst indenfor beklædningsbutikkerne, hvor omsætningen er faldet med ca. 20-25 % på landsplan.
- > Omsætningen i de øvrige udvalgsvarerbutikker er faldet med ca. 3 %. Øvrige udvalgsvarer ligger dog efter en relativt stor stigning i perioden 2013-2017 næsten på niveauet i 2006.

Forbruget nåede et lavpunkt omkring 2013. De seneste tendenser er, at forbruget igen stiger svagt. Forbruget er siden 2013 steget med knap 5 %, men stigningen er uens fordelt. Forbruget af øvrige udvalgsvarer er steget moderat, mens forbruget af dagligvarer og beklædning er stort set uændret.

Det forventes, at privatforbruget fremover vil vokse moderat i et 12-årigt tidsperspektiv – om end i et noget mere afdæmpet tempo end gennemsnittet for perioden fra 2000-2007. Det vurderes altså, at opbremsningen i forbruget langsomt vender, og at der igen bruges flere penge i de fysiske butikker.

NETHANDLEN

E-handlen vinder frem. Siden 2007 er omsætningen femdoblet, og i 2016 nåede internethandlen et omfang på ca. 100 mia. kr. I nethandlen indgår både ikke-fysiske varer som rejser, flybilletter og underholdning og fysiske varer som tøj, elektronikvarer og bøger. Nethandlen forventes at fortsætte sin vækst.

Nethandlen er meget brancheafhængig. Eksempelvis bliver en stor del af forbrugerelektronik, bøger og børnetøj handlet online, mens det stadig kun er godt 2 % af dagligvarerne, der handles online. Væksten forventes især at ske inden for brancher som elektronik og beklædning, men også handel inden for nye brancher som dagligvarer og møbler forventes at blive mere udbredte på nettet. Hvis væksten primært sker i rene netbutikker, vil det reducere behovet for arealer til butikksformål, da varelagre og distribution vil kunne foregå i f.eks. lagerbygninger i erhvervsområder. Sker omsætningen derimod som et supplement til omsætningen i den fysiske butik, vil det i nogle tilfælde direkte medvirke til at øge behovet for butiksareal eller kan medvirke til at sikre eksistensen af fysiske butikker.

I de to scenarier forudsættes det, at nethandlen fortsat vil vokse. I scenariet, der beskriver minimumsbehovet for nyt areal til detailhandel, er det forudsat, at nethandlen vil fortsætte sin kraftige vækst. Eksempelvis forventes den at dække

⁴ Bygger på udviklingen i det sæsonkorrigerede mængdeindeks ved sammenligning af det gennemsnitlige niveau i 2004 og 2005 med det gennemsnitlige niveau i de sidste 12 måneder.

40 % af forbruget af øvrige udvalgsvarer i 2029. I maksimumsscenarioet forventes nethandlen at vokse mere beskedent og dække 27 % af forbruget af øvrige udvalgsvarer i 2030.

TURISMEN

Turismen har stor betydning for detailhandlen. Om de senere års positive udvikling i turismen fortsætter, er vanskeligt at vurdere. I minimumsscenarioet er det forudsat, at turismen bliver på det nuværende niveau, og at turisterne bruger ligeså mange penge i detailhandlen som i dag. I maksimumsscenarioet er det forudsat, at den positive udvikling i turismen fortsætter, og at turismen fortsat vokser. Turismen har betydning for handelsbalancen.

UDVIKLINGEN I HANDELSBALANCEN OVERFOR OMVERDENEN

Frederikshavn Kommunes og handelslivets engagement i udviklingen af detailhandlen kan påvirke handelsbalancen over for de konkurrerende kommuner. Detailhandlen i Frederikshavn Kommune vil udvikle sig. En udbygning af detailhandlen ved Hjørringvej vil kunne styrke Frederikshavns position i den regionale konkurrence, ligesom vækst i turismen vil styrke Frederikshavns Kommunes detailhandel, men de konkurrerende byer vil også udvikle deres detailhandel. Byernes styrkeforhold som indkøbsbyer ændrer sig over tid. Hjørring har de sidste mange år styrket sin position som overordnet handelsby i Vendsyssel. Spørgsmålet er, hvordan styrkeforholdet vil udvikle sig 12 år frem.

Scenarierne udtrykker et spænd af udvikling i handelsbalancen, der anses som mulig. I minimumsscenarioet er det forudsat, at Frederikshavn Kommunes andele af handlen med dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer vil forblive på de nuværende niveauer. I maksimumsscenarioet forudsættes, at Frederikshavn styrker sin regionale position, vinder markedsandele og at den turismeafledte omsætning i Frederikshavn Kommune vokser. Derfor forudsættes det i maksimumsscenarioet, at handelsbalancerne vil stige.

18.1 Scenarier for arealbehovet i 2030

Fremtiden for detailhandlen i Frederikshavn Kommune handler også om udefrakommende tendenser, som sammen med den lokale udvikling vil afgøre, hvor store behov der bliver for udvikling.

Minimumsscenarioet

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

- > at den lave vækst i forbruget af detailhandelsvarer fortsætter i mange år endnu, og at borgerne ikke bruger væsentligt flere penge på varer, end de gør i dag,
- > at nethandlen vokser kraftigt og tager større andele fra byernes butikker i 2030,

- > at handelsbalancerne forbliver på de nuværende niveauer, hvilket svarer til at Frederikshavn Kommune hverken vinder eller taber markedsandele til andre handelsbyer i regionen,
- > at turismen bliver på det nuværende niveau,
- > at nethandlen vokser kraftigt og tager større andele fra byernes butikker i 2030 og
- > at indbyggertallet falder med ca. 2.300 personer i perioden 2017-2030.

Minimumsscenariet indebærer, at dagligvare- og udvalgsvarerhandlen i Frederikshavn Kommune udvikler sig i takt med befolknings- og forbrugsudviklingen.

Resultatet af minimumsscenariet er, at omsætningen i 2030 vil kunne ske på et areal, der er ca. 24.600 kvm mindre end i dag. Der vil blive et mindre behov for dagligvarebutiksareal på ca. 5.700 kvm, et mindre behov til beklædningsbutikker på ca. 5.400 kvm og et mindre behov til øvrige udvalgsvarerbutikker på ca. 13.500 kvm end i dag.

Maksimumsscenariet

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

- > at forbruget igen vil vokse og i 2030 nå niveauet fra 2007-2008, hvilket vil betyde vækst i forbruget af både dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer,
- > at væksten i nethandlen bliver mindre markant og at nethandlen i mindre grad vil øge sin andel af forbruget,
- > at handelsbalancen for dagligvarer vil stige moderat med 5 %-point, bl.a. som følge af en fortsat vækst i turismen,
- > at handelsbalancen for beklædning vil stige lidt med 5 %-point, bl.a. som følge af en fortsat vækst i turismen,
- > at handelsbalancen for øvrige udvalgsvarer stiger moderat med 10 %-point, bl.a. som følge af en fortsat vækst i turismen og en udbygning af butiksstrukturen, og
- > at indbyggertallet falder med ca. 2.300 personer i perioden 2017-2030

Maksimumsscenariet indebærer en større udvikling af detailhandlen frem til 2030, som f.eks. kan være en udvikling af aflastningsområdet ved Hjørringvej med detailhandel og andet, som betyder, at detailhandlen i Frederikshavn Kommune erobrer markedsandele fra de konkurrerende kommuner i det regionale opland og opleve vækst i forbruget fra turister.

Samlet set vil der i maksimumsscenariet blive behov for en udvidelse af butiksarealet med ca. 24.600 kvm. Tallet dækker over et behov for yderligere areal til

dagligvarebutikker på ca. 3.800 kvm, et behov for yderligere areal til beklædningsbutikker på ca. 2.300 kvm og et behov for yderligere areal til butikker, der forhandler øvrige udvalgsvarer på ca. 18.600 kvm.

BEHOV FOR AREAL TIL BUTIKKER MED SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VARER

Det er forbundet med stor usikkerhed at anslå et forventet arealbehov til nye butikker, der forhandler særlig pladskrævende varer. Ifølge Planlovens detailhandelsbestemmelser fastlægger kommunen i stor udstrækning selv arealrammen til butikker med særlig pladskrævende varer. Med den nye Planlov er definitionen af særligt pladskrævende varer opblødt en anelse.

Der er i de senere år sket en brancheglidning og butikker indenfor hovedbranchen særligt pladskrævende varegrupper forhandler i stigende grad også øvrige udvalgsvarer. Eksempler er byggemarkeder og plantecentre, som ofte har et stort butiksudsnit med øvrige udvalgsvarer.

Hvis væksten indenfor særligt pladskrævende varegrupper vil svare til væksten indenfor øvrige udvalgsvarer, så vil det nuværende areal være tilstrækkeligt i 2030 i minimumssceneriet, mens der vil blive behov for yderligere ca. 10.000 kvm i 2030 i maksimumssceneriet.

SAMLET VURDERING

Samlet set viser beregningerne, at forbrugsvæksten i de to scenarier bliver ganske forskellige. Det skyldes især udviklingen i nethandlen og privatforbruget, hvor kun ganske små forskelle i forudsætningerne slår stærkt igennem over en længere årrække.

Minimums- og maksimumssceneriet angiver tilsammen et spænd for, hvad der anses som realistiske udviklinger. Det mest sandsynlige scenarie er et middelscenarie, dvs. et gennemsnit af minimums- og maksimumssceneriet. Resultatet af middelscenariet er, at de nuværende dagligvare-, beklædnings- og udvalgsvarerbutiksarealer omtrent vil matche arealbehovet i 2030.

Afhængig af om udviklingen vil læne sig op af minimums- eller maksimumssceneriet, vil dagligvarehandlen i 2030 kunne ske på et areal der er mellem ca. 5.700 kvm mindre end det nuværende eller ca. 3.800 kvm større end det nuværende. Behovet for areal til udvalgsvarerbutikker spænder fra et areal, der er ca. 19.000 kvm mindre end det nuværende til et areal, der er ca. 20.800 kvm større end i dag. Det bemærkes, at de beregnede arealbehov er størrelsesordener og udtryk for et øjebliksbillede. Der er vil ske ændringer butiksstrukturen siden analysens udarbejdelse. Butikslukninger kan øge behovet for yderligere areal, mens nyetableringer kan reducere behovet.

Selv om beregningerne af arealbehovet 12 år frem viser, at det mest sandsynlige vil være, at den fremtidige detailhandel vil kunne klares på et butiksareal af samme størrelse som i dag, så betyder det ikke, at der ikke vil være behov for areal til udvikling af detailhandlen frem over. For det første er udviklingen i behovet meget følsom over for ændringer i forudsætningerne. Hvis udviklingen forløber som i maksimumssceneriet, så vil der som nævnt være behov for yderligere areal til detailhandel. For det andet er detailhandlen et dynamisk erhverv,

som betyder, at der er et løbende behov for fornyelse af detailhandlen. Også af den grund er der behov for et passende areal til fornyelse og udvikling.

MINIMALT BEHOV FOR YDERLIGERE AREAL TIL DETAILHANDEL I 2030			
	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
Handelsbalance	uændret	uændret	uændret
Privatforbrugstilvækst (indekspoint pr. år)	ca. 0,3	0,0	ca. 0,8
Andel til nethandel	6 %	25 %	40 %
	Dagligvarer	Udvalgsvarer	
Behov for yderligere areal	ca. -5.700 m ²	ca. -19.000 m ²	

MAKSIMALT BEHOV FOR YDERLIGERE AREAL TIL DETAILHANDEL I 2030			
	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer
Stigning i handelsbalance	5 %-point	5 %-point	10 %-point
Privatforbrugstilvækst (indekspoint pr. år)	ca. 0,6	ca. 1,3	ca. 2,9
Andel til nethandel	3 %	18 %	27 %
	Dagligvarer	Udvalgsvarer	
Behov for yderligere areal	ca. 3.800 m ²	ca. 20.900 m ²	

Volkswagen Frederikshavn

- Velkommen til
UGGERHØJ
- ☑ Værksted
 - ☑ Reserve dele
 - ☑ Salgsafdeling



19 Centerstruktur

Centerstrukturen sætter de planlægningsmæssige rammer for udviklingen af detailhandlen. Der kan som udgangspunkt kun etableres detailhandel i et centerområde.

I de følgende afsnit beskrives retningslinjerne for centerstrukturen, dvs. centerområdernes arealrammer og restrummelighed, geografiske afgrænsninger og maksimale butiksstørrelser. Der gives forslag til ændringer af retningslinjerne for en del af centerstrukturen.

DEFINITION

Centerområderne er de afgrænsede områder, der i kommuneplanens retningslinjedel er udlagt til butiksformål. Planloven fastlægger at der som udgangspunkt ikke etableres detailhandel udenfor centerområderne.

Centerområderne i Frederikshavn Kommune består af 3 bymidter, 2 bydelscentre, 31 lokalcentre, 3 områder til enkeltstående butikker, 11 områder til særligt pladskrævende varegrupper og ét aflastningsområde.

Butiks- og centerstrukturen i Frederikshavn Kommune bærer præg af mange små butikker og selvstændige butiksdrivende samt relativt få storbutikker. Turismen er med til at understøtte og skabe en større efterspørgsel på de mindre specialbutikker, og det relativt begrænsede udbud af storbutikker er med til at skabe rum til flere mindre butikker. Hertil kommer, at en stor del af detailhandlen ligger i bymidterne i Frederikshavn, Skagen og Sæby sammen med spisesteder og andre kundeorienterede serviceerhverv, som alt sammen skaber det levende og attraktive miljø, som turisterne sætter pris på. Detailhandlen er afhængig af udefrakommende, generelle rammebetingelser, men planlægningen for centerområder kan styre udviklingen lokalt. Hvis den særlige butiksstruktur i Frederikshavn Kommune ønskes fastholdt, så er det vigtigt at begrænse mulighederne i for udbygning med store udvalgswarebutikker og dagligvarebutikker uden for bymidterne. Analysen har vist, at detailhandlen i Frederikshavn Kommune har klaret sig godt trods det, at der er færre store butikker end i sammenlignelige kommuner.

19.1 Restrummelighed i centerstrukturen

Der er stor restrummelighed i centerområderne. Den samlede restrummelighed til nybyggeri og omdannelse til butiksformål i bymidterne, bydelscentrene, lokalcentrene og aflastningsområdet er på ca. 181.700 kvm, hvilket svarer til, at kun ca. 43 % af den samlede udlagte arealramme i centerstrukturen som helhed er udnyttet.

ANVENDT METODE

Bruttoetagearealerne af den eksisterende detailhandel i hvert centerområde er opgjort. Der er kun aktive butikkers bruttoetageareal, der indgår i opgørelsen. Bruttoetagearealerne er sammenholdt med arealrammerne for hvert centerområde, hvorved restrummeligheden i hvert centerområde er opgjort. Restrummeligheden angiver antallet af kvm til nybyggeri og omdannelse til butiksformål.

Den generelle tendens i sammenlignelige kommuner, er, at antallet af butikker og butikkernes samlede areal er faldende samt at omsætningen koncentrerer sig i færre, men større butikker.

Opgørelserne viser, at der er en relativt stor samlet restrummelighed i centerstrukturen i Frederikshavn Kommune som helhed såvel som i langt de fleste centerområder. Den samlede restrummelighed til nybyggeri og omdannelse til butiksformål i bymidterne, bydelscentrene og lokalcentrene er ca. 182.700 kvm, hvilket svarer til en restrummelighed på ca. 58 %. Til sammenligning har den eksisterende detailhandel i de samme områder et samlet bruttoetageareal på ca. 141.100 kvm. Restrummeligheden overstiger i betydelig grad det beregnede behov for butiksareal på ca. 26.600 kvm i maksimumsscenarioet

Det kan overvejes, at sænke arealrammerne i nogle af bymidterne, bydels- og lokalcentrene i de større byer. En udbygning af detailhandlen udenfor bymidterne kan i nogle tilfælde bane vejen for en udbygning af en decentral butiksstruktur, og konsekvensen kan blive, at detailhandlen i bymidterne går tilbage. Udflytning af dagligvarehandel fra bymidterne er som udgangspunkt ikke hensigtsmæssig, da dagligvarebutikker trækker mange kunder til bymidterne, som udvalgsvarebutikkerne har fordel af, men det må også erkendes, at nye dagligvarebutikker har behov for plads og tilgængelighed, som kan være vanskelig at opfylde i bymidterne. Samtidig er der et behov for tilstrækkelig fleksibilitet i planlægningen. Det betyder, at der er behov for en væsentligt større samlet arealramme end det beregnede arealbehov. Derved sikres tilstrækkelige udviklingsmuligheder i alle byer. En stor del af arealrammerne vil ikke blive udnyttet grundet manglende efterspørgsel, men det er nødvendigt at have en tilstrækkelig ramme, hvis behovet skulle opstå.

19.2 Afgrænsning af centerområder

Afgrænsningerne af flere af centerområderne i Frederikshavn Kommune kan med fordel ændres. Derved kan der skabe nye muligheder for udviklingen af detailhandlen og byerne.

Detailhandlen er dynamisk, og der etableres løbende butikker på nye placeringer. Ifølge Planloven skal arealer til butikker fortrinsvis udlægges i bymidten og evt. i bydelene i de større byer. Bydelscentre, aflastningsområder og lokalcentre må ikke placeres på en sådan måde, at de samlet set medfører en funktionstømnings af bymidterne. Butikker tiltrækker mange besøgende, og har stor betydning for bylivet og turismen. Den rette afgrænsning af centerområderne kan bidrage

til at sætte rammerne for et varieret butiksudbud og byliv i bymidterne, hvilket har strategisk betydning for bosætningen, erhvervsudviklingen og turismen.

ATTRAKTIVE PLACERINGER FOR DAGLIGVAREBUTIKKERNE

I de senere år er der sket en stor udskiftning i dagligvarebranchen. En række af dagligvarebutikskæderne har lukket underskudsgivende butikker samtidig med, at der er bebudet moderniseringer, flytninger og nyetableringer. Ændringerne i butiksstrukturen skaber fornyet spillerum for eksisterende og nye kæder i en konkurrencepræget branche. Det kommer til udtryk ved, at kæderne hele tiden søger mod de markedsførende bedste placeringer. Generelt efterspørger dagligvarekæderne placeringer ved indfaldsvejene, hvor der er mange forbikørende biler fra et stort opland. Den ideelle placering for en dagligvarebutik inkluderer udover en god trafikabeliggenhed også et godt lokalt opland i nærområdet omkring butikken. Dagligvarebutikskæderne har desuden særlige krav til parkering. Til en gennemsnitlig discountbutik på ca. 1.200 kvm ønsker kæderne typisk ca. 60-75 parkeringspladser, hvilket mange steder overstiger den gældende parkeringsnorm. Hertil kommer, at kunderne efterspørger lettilgængelige parkeringspladser på terræn, som er synlige, når kunderne kommer kørende i bil, hvilket medfører et behov for parkeringspladser foran butikken, ud mod vejen og ud mod byrummet.

En stor dagligvarebutik generer en stor kundestrøm, men idet størstedelen af kunderne typisk ankommer i bil, er det ofte en fordel for bymiljøet, hvis en stor dagligvarebutik lokaliseres som en ankerbutik for enden af et indkøbsområde i direkte tilknytning til udvalgsvarebutikkerne. Det giver kunderne muligheden for at stille bilen og bevæge sig videre til fods ad de mindre strøggader. Kædernes særlige krav til placering og dagligvarebutikkernes betydning for bymiljøet er afgørende for afgrænsningen af de centerområder, hvor der gives mulighed for dagligvarebutikker.

ATTRAKTIVE PLACERINGER FOR UDVALGSVAREBUTIKKERNE

På udvalgsvaresiden finder flere modsatrettede tendenser sted samtidigt, og det er svært, at drage en entydig konklusion om udvalgsvarekædernes ønsker til placering af nye butikker.

Nye udvalgsvarebutikskoncepter med showrooms tilknyttet den fysiske butik kan i nogle tilfælde skabe behov for en mere rummelig butik, som kan være vanskelig at indpasse i bymidten grundet de typisk mindre lokaler i bymidten. Iværksættere med mindre fysiske butikker tilknyttet større netbutikker og lagerfunktioner efterspørger ofte et lavt huslejeniveau som f.eks. findes i et erhvervsområde og ikke i bymidten. Omvendt kan en virksomheds netbutik med et stort vareudvalg være med til at reducere behovet virksomhedens fysiske butiksareal. Tendensen er, at kæder som Sport24, H&M og Bestseller fokuserer på mindre butikker end tidligere – såkaldt downsizing – til fordel for større eksterne lagre og øget omsætning online. Samtidig ændres forbrugernes indkøbsmønstre. Shopping i fysiske butikker er i stigende grad et socialt element, der finder sted i kombination med andre gøremål. Det skaber et behov for fysiske butikker centralt i bymidterne i tilknytning til andre urbane funktioner som spisesteder og kulturinstitutioner.

Udvalgsvarekæderne med store butikker på over 750 kvm efterspørger typisk en placering i tilknytning til det overordnede vejnet, hvor der er god tilgængelighed for bilister og gode parkeringsmuligheder. Udvalgsvarekæderne med store butikker forhandler typisk øvrige udvalgsvarer og etablerer sig ofte i kanten af byerne, ved indfaldsveje og nær områder med butikker med særligt pladskrævende varegrupper. Muligheden for samlokalisering med andre kæder indenfor samme branche vægtes også højt af butikskæderne. Tøj- og skobutikker er typiske mindre end 750 kvm og kendetegnet ved en stor andel af spontane indkøb og er derfor afhængige af en stor kundestrøm, som kan opnås i bymidten eller i et butikscenter.

Samlet set er der fortsat efterspørgsel på arealer i de centrale bydele såvel som i periferien af byen, i tilknytning til det overordnede vejnet. På den baggrund og med udgangspunkt i de lokale muligheder i byerne i Frederikshavn Kommune beskrives i det følgende en række forslag til ændringer af afgrænsninger af centerområder og arealrammer i Frederikshavn Kommune.



19.3 Centerstrukturen i oplandet til Frederikshavn

I det følgende beskrives de centerområder i oplandet til Frederikshavn, hvor der er fundet anledning til at ændre retningslinjerne.

FREDERIKSHAVN BYMIDTE

Bruttoetagearealet af den eksisterende detailhandel i Frederikshavn bymidte er på ca. 32.600 kvm. Restrummeligheden i Frederikshavn bymidte er ca. 47.300 kvm. Restrummeligheden alene i Frederikshavn bymidte udgør dermed langt mere end det beregnede behov for yderligere areal til dagligvare- og udvalgsvarerbutikker i Frederikshavn Kommune frem mod år 2030 i maksimumscenariet. Planloven fastlægger, at butikker fortrinsvist skal placeres i bymidterne. For at understøtte målet skal der være en tilstrækkelig udbygningsramme i Frederikshavn bymidte.

Arealrammen for Frederikshavn bymidte kan nedjusteres til f.eks. 55.000 kvm. I så fald vil der være en udbygningsramme på ca. 22.300 kvm, hvilket vurderes at være tilstrækkeligt til evt. større butikprojekter som f.eks. et butikcenter. Der er to butikker på Søndergade netop udenfor bymidtens sydlige grænse. Det kan overvejes, at udvide bymidten sådan at de to butikker kommer til at være indenfor bymidteafgrænsningen.

AFLASTNINGSCENTER HJØRRINGVEJ VEST

Restrummeligheden i Aflastningscenter Hjørringvej Vest er på ca. 9.750 kvm, hvilket svarer til ca. 50 % af det beregnede arealbehov i maksimumscenariet. I Kommuneplan 2015 for Frederikshavn Kommune er der angivet separate arealrammer for dagligvarebutikker, udvalgsvarerbutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper i aflastningsområdet. Restrummeligheden til dagligvarebutikker er ca. 500 m², restrummeligheden til udvalgsvarerbutikker er opbrugt, og der er en restrummelighed til butikker med særligt pladskrævende varegrupper på ca. 22.150 m² - dog kan der kun samlet set etableres yderligere ca. 9.750 m² detailhandel i aflastningsområdet.

Det fremgår af Vejledning om detailhandelsplanlægning fra 2017, at der ikke kan fastsættes separate arealrammer for udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper i et aflastningsområde. Der skal derimod fastsættes én samlet arealramme for udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper. Tages der udgangspunkt i de angivne separate arealrammer for udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper i Kommuneplan 2015, så er den samlede arealramme til udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper 40.000 kvm og restrummeligheden er ca. 7.250 kvm.

De mulige retningslinjer og udbygningsrammer for aflastningsområdet er beskrevet i afsnit 21. Der er grundlag for at fastlægge en arealramme på ca. 9.200 kvm for dagligvarer samt en arealramme på op til 55.700 kvm for udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper under ét. Der anbefales en minimumsbutiksstørrelse på ca. 750 kvm.

Nye arealrammer for aflastningsområdet afhænger bl.a. af om aflastningsområdet skal udvides med områder, der støder op til aflastningsområdet, og som indeholder eksisterende detailhandel. Der er to butikker, heraf én udvalgsvarebutik på Suderbrovej, umiddelbart udenfor aflastningsområdets afgrænsning, og der er en dagligvarebutik i lokalcentret ved Suensonvej i kort afstand til aflastningsområdet. Hvis områder med eksisterende butikker indgår som udvidelser af aflastningsområdet, så skal de eksisterende butikkers areal lægges til arealrammen for aflastningsområdet.

BYDELSCENTER GL. SKAGENSVEJ ØST

Bydelscenter Gl. Skagensvej Øst ligger ved indfaldsvejen i den nordlige del af Frederikshavn. Bydelscentrets arealramme er i dag 5.000 kvm. Restrummeligheden er ca. 1.400 kvm.

Det kan overvejes, at nedjustere arealrammen for Bydelscenter Gl. Skagensvej Øst til ca. 4.500 kvm. Derved gives ikke mulighed for yderligere store dagligvarebutikker, men dog udvidelser af eksisterende dagligvarebutikker. Alternativt kan der fastsætte en separat arealramme til dagligvarebutikker i bydelscentret. Ved ikke at give mulighed for nye store dagligvarebutikker forhindres en potentiel udflytning af dagligvarehandel fra Frederikshavn bymidte. Der ligger to udvalgsvarebutikker ved Vendsysselvej. Det kan overvejes, om bydelscentret skal udvides geografisk, så det kommer til at indeholde de to butikker. Arealrammen kan da ændres svarende til de to butikkers samlede bruttoetageareal.

BYDELSCENTER KOKTVEDVEJ

Bydelscenter Kocktvedvej har en central placering i den sydvestlige del af Frederikshavn. Bydelscentret betjener bl.a. etageboligerne ved Kocktvedvej og de omkringliggende parcelhuskvarterer. Bydelscentrets arealramme er i dag 5.000 kvm. Butikkerne i bydelscentret har et samlet bruttoetageareal på ca. 2.300 kvm. Restrummeligheden i Bydelscenter Kocktvedvej er ca. 2.700 kvm. Der er i dag rummelighed til yderligere f.eks. 2 store dagligvarebutikker i bydelscentret. Med 3 eller 4 store dagligvarebutikker i bydelscentret vil der være en kritisk masse og en stor kundestrøm, som vil skabe grundlag for andre kundeorienterede erhverv i bydelscentret.

Af hensyn til bylivet i Frederikshavn bymidte kan det overvejes, at nedjustere arealrammen for Bydelscenter Kocktvedvej til 4.000 kvm. Restrummeligheden bliver da ca. 1.700 kvm. I så fald vil der være mulighed for yderligere én stor dagligvarebutik og udvidelser af eksisterende store dagligvarebutikker. Det kan også overvejes, at omdanne bydelscentret til et lokalcenter for derved ikke at give mulighed for yderligere store dagligvarebutikker, men op til 300 kvm udvidelser. Ved en omdannelse af bydelscentret til lokalcenter gives begrænsede muligheder for udvikling af detailhandlen lokalt i bydelen, men til gengæld understøttes Frederikshavn bymidte i højere grad. Ved om omdannelse af bydelscentret til lokalcenter begrænses også muligheden for nye udvalgsvarebutikker i området. En alternativ mulighed er at fastsætte en specifik arealramme for dagligvarebutikker i bydelscentret.

LOKALCENTRENE

Den gennemsnitlige restrummelighed i de 20 lokalcentre i oplandet til Frederikshavn er ca. 2.300 kvm eller knap 75 % af arealrammerne. Der er ingen detailhandel i 6 af lokalcentrene. Flere af lokalcentrene består af adskilte områder, der ikke er funktionelt sammenhængende, og som ikke har deres eget opland. En gennemgang af lokalcentrene giver anledning til overvejelser om ændring af retningslinjerne for en række af lokalcentrene, hvilket beskrives i det følgende.

LOKALCENTER ELLING BANNERLUND OG LOKALCENTER ELLING VEST OG NORD

I Elling er der to lokalcentre, hvoraf ét lokalcenter er opdelt i to geografisk adskilte områder. Ved rundkørslen i den nordlige del af Elling ligger Lokalcenter Elling Bannerlund. I lokalcentret ligger en stor udvalgs varebutik, og lokalcentrets arealramme på 1.400 kvm vurderes umiddelbart at være opbrugt. Direkte overfor lokalcentret ligger den nordlige del af Lokalcenter Elling Vest og Nord. I den nordlige del af Lokalcenter Elling Vest og Nord ligger Fakta og en tankstationskiosk. Den vestlige del af Lokalcenter Elling Vest og Nord ligger i centrale del af Elling ved kirken, og i den del af lokalcentret er der flere mindre butikker med et samlet bruttoetageareal på ca. 1.300 kvm. Det kan overvejes, at sammenlægge Lokalcenter Elling Bannerlund og den nordlige del af Lokalcenter Elling Vest og Nord til et nyt lokalcenter med en arealramme op 3.000 kvm. Det vurderes umiddelbart, at arealrammen da næsten vil være opbrugt. Den vestlige del af Lokalcenter Elling Vest og Nord kan gøres til et selvstændigt lokalcenter med en arealramme på 3.000 kvm. Området ved rundkørslen er kendetegnet ved en bedre biltilgængelighed, mens området ved kirken udgør den historiske bymidte.

LOKALCENTER ABILDGÅRDVEJ

I Lokalcenter Abildgårdvej, som har en arealramme på 3.000 kvm, er der i dag én udvalgs varebutik på 350 kvm. Lokalcentrets udstrækning svarer til bygningen, som udvalgs varebutikken ligger i. Godt 100 m fra Lokalcenter Abildgårdvej ligger Rema 1000 i Lokalcenter Hjørring Vej Øst. Det kan overvejes at ændre arealrammen for Lokalcenter Abildgårdvej til ca. 1.000 kvm eller at lægge de to lokalcentre sammen til ét lokalcenter. Arealrammen for ét nyt samlet lokalcenter afhænger bl.a. af forhold beskrevet i det følgende.

LOKALCENTER HJØRRINGVEJ ØST

Lokalcenter Hjørringvej Øst omfatter i dag Rema 1000. Der er ikke fysisk plads til flere butikker i lokalcentret. Det kan overvejes at nedjustere arealrammen fra 3.000 kvm til 1.200 kvm svarende til det lovbestemte maksimale bruttoetageareal af en dagligvarebutik i et lokalcenter. Det kan også overvejes, at udvide lokalcentret sådan, at den mindre dagligvarebutik overfor Rema 1000 bliver en del af lokalcentret. Hvis lokalcentrets afgrænsning udvides, så kan det overvejes at nedjustere arealrammen til 1.500 kvm. Hvis arealrammen på 3.000 kvm fastholdes samtidig med, at lokalcentret udvides, så gives der mulighed for en yderligere stor dagligvarebutik. Det lokale opland vurderes, at være godt betjent med store dagligvarebutikker, og etableringen af en yderligere stor dagligvarebutik vil kunne medføre udflytning af dagligvarehandel fra Frederikshavn bymidte og Bydelscenter Gl. Skagensvej Øst. Det anbefales ikke, at give mulighed for en yderligere stor dagligvarebutik i lokalcentret.

LOKALCENTER JERUP

Lokalcenter Jerup strækker sig langs Skagensvej. I tilknytning til lokalcentret, men udenfor dets afgrænsning, ligger en mindre udvalgswarebutik. Det kan overvejes, at udvide afgrænsningen sådan, at udvalgswarebutikken er indeholdt i lokalcentret. Lokalcentrets arealramme på 3.000 kvm foreslås fastholdt.

LOKALCENTER PALM CITY

I Lokalcenter Palm City ligger Fakta. Lokalcentrets afgrænsning kan med fordel ændres fra dets nuværende ovale afgrænsning til en afgrænsning, der matcher ejendommen, som rummer Fakta. Direkte syd for lokalcentret ligger en mindre dagligvarebutik. Det kan overvejes, at udvide lokalcentret, så den mindre dagligvarebutik bliver en del af lokalcentret. Det anbefales som udgangspunkt, at der ikke gives mulighed for en udbygning af detailhandlen i området. En større udbygning med dagligvarebutikker eller udvalgswarebutikker i området kan have en negativ indvirkning på bydelscentret ca. 700 m mod syd ad Skagensvej. Derfor anbefales det, at arealrammen for Lokalcenter Palm City nedjusteres fra 3.000 kvm til ca. 1.500 kvm, eller at arealrammen fastholdes, men at der fastsættes en separat arealramme for dagligvarer på ca. 1.500 kvm.

LOKALCENTER L.P. HOUMØLLERSVEJ

Lokalcenter L.P. Houmøllersvej indeholder i dag Dagli' Brugsen. Overfor Dagli' Brugsen er der en mindre dagligvarebutik og en mindre beklædningsbutik. Det kan overvejes, om lokalcentret skal udvides, så det også indeholder de to mindre butikker. Lokalcentrets arealramme på 3.000 kvm kan fastholdes. Restrummeligheder vurderes at blive ca. 2.250 kvm, hvis lokalcentret udvides.

LOKALCENTER SALTEBAKKEN

Der er konkrete ønsker om ny detailhandel på Saltebakken. Det eksisterende plangrundlag giver kun begrænsede muligheder for ny detailhandel på Saltebakken. Nye retningslinjer for detailhandel på Saltebakken vil bl.a. afhænge af de konkrete ønsker.

LOKALCENTER STRANDBY

Lokalcenter Strandby består i dag af to adskilte områder: Et område ved havnen, hvor Dagli' Brugsen bl.a. ligger og et område langs jernbanen uden detailhandel. Idet der er en stor dagligvarebutik ved rundkørslen ved Skagensvej, så vurderes det umiddelbart, at området ved Jernbanevej ikke er attraktivt nok for en ny stor dagligvarebutik. Ny detailhandel ved Jernbanegade vil ikke indgå i synergi med de eksisterende byfunktioner i Strandby. Ved at koncentrere detailhandlen i den del af lokalcentret, der omfatter området ved havnen, opnås et mere attraktivt bymiljø. Det kan derfor overvejes om området langs jernbanen skal udgå af lokalcentret. Arealrammen kan fastholdes.

LOKALCENTER SUENSONVEJ

Lokalcenter Suensonvej er funktionelt set en del af aflastningsområdet, som ligger i kort afstand af lokalcentret. Som nævnt, er det en mulighed, at Lokalcenter Suensonvej ophæves og i stedet indgår som en del af aflastningsområdet.

LOKALCENTER SØNDERGADE NORD

I Lokalcenter Søndergade Nord er der i dag én mindre dagligvarebutik. Det kan

overvejes at ophæve lokalcentret, som ligger i kort afstand til bydelscentret ved Koksvedvej. Den eksisterende mindre dagligvarebutik kan fortsætte sin drift som lovligt eksisterende som enkeltstående butik. Ejendommen som butikken ligger på, kan udpeges som et område til enkeltstående butikker.

LOKALCENTER ØSTERVÅ ØST

Lokalcenter Østervå Øst omfatter den funktionelle bymidte i Østervå. Lokalcentret har i dag en arealramme på 7.000 kvm. Der er ca. 4.600 kvm detailhandel i lokalcentret og dermed plads til udvidelser med 2.400 kvm. Østervå er med sine ca. 1.300 indbyggere den 6. største by i Frederikshavn Kommune. Et nyt lokalcenter kan ikke have en arealramme på over 3.000 kvm. Det kan overvejes, at omdanne lokalcentret til en bymidte med en arealramme på 7.000 kvm.

OMRÅDER TIL BUTIKKER MED SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER

Der er 5 områder til butikker med særligt pladskrævende varegrupper i oplandet til Frederikshavn. Det vurderes, at områdernes arealrammer og afgrænsninger er hensigtsmæssige.

OMRÅDE TIL SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER, FLADE ENGVEJ

Det kan overvejes om Område til særligt pladskrævende varegrupper, Flade Engvej, som ligger i direkte tilknytning til aflastningsområdet, bør indgå som en del af aflastningsområdet for at sikre et mere enkelt administrationsgrundlag. Der er ingen butikker i Område til særligt pladskrævende varegrupper, Flade Engvej.

NYT OMRÅDE TIL BUTIKKER MED SÆRLIGT PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER

I området mellem Skagensvej og Krogen, nær rundkørslen og Fakta i den nordlige del af Frederikshavn, er der tre butikker med særligt pladskrævende varegrupper og en mindre dagligvarebutik. De fire butikker ligger udenfor centerstrukturen. Det kan overvejes, om området skal udlægges til et område med butikker med særligt pladskrævende varegrupper. Området er i kommuneplanen udlagt som et boligområde og grænser op til et parcelhuskvarter.

BUTIKKER UDENFOR CENTERSTRUKTUREN I FREDERIKSHAVN

Der er 25 butikker udenfor centerstrukturen i Frederikshavn. Der kan som udgangspunkt kun etableres butikker indenfor centerstrukturen. Som beskrevet i de forudgående afsnit kan det overvejes, at udvide en række centerområder og at udlægge et nyt område til butikker med særligt pladskrævende varegrupper. Om centerstrukturen i Frederikshavn i øvrigt skal ændres for at give mulighed for nye butikker i områder, som i dag er udenfor centerstrukturen, forudsætter mere dybdegående konsekvensanalyser. Ved udlægningen af lokalcentre langs indfaldsvejene, hvor mange af de 25 butikker uden for centerstrukturen ligger, risikeres det, at vejen banes for en gradvis udflytning af detailhandel fra bymidten og bydelscentrene.

RESTRUMMELIGHEDER I CENTEROMRÅDER I OPLANDET TIL FREDERIKSHAVN, 2017			
Centerområde Betegnelse som på PlandataDK	Eksisterende bruttoetageareal (m ²)	Areal- ramme (m ²)	Rest- rummelig- hed (m ²)
Aflastningscenter Hjørringvej vest	38.250	48.000	9.750
	<i>heraf dagligvarebutiksareal: 7.500</i>	<i>8.000</i>	<i>500</i>
	<i>heraf udvalgsvarebutiksareal: 20.900</i>	<i>8.000</i>	<i>-12.900</i>
	<i>heraf særligt pladskrævende: 9.850</i>	<i>32.000</i>	<i>22.150</i>
Bydelscenter Gl. Skagensvej øst	3.580	5.000	1.420
Bydelscenter Koktvedvej	2.282	5.000	2.718
Bymidte Frederikshavn	32.721	80.000	47.279
Enkeltstående butik, Skøjtealeen	900	1.000	100
Enkeltstående butik, Ulrik Plesners Vej	0	500	500
Lokalcenter Kvissel	0	3.000	3.000
Lokalcenter Abildgårdsvej	250	3.000	2.750
Lokalcenter Elling Bannerlund	1.600	1.400	-200
Lokalcenter Elling vest og nord	2.375	3.000	625
Lokalcenter Gærum	1.220	3.000	1.780
Lokalcenter Gærumvej nord og syd	1.580	3.000	1.420
Lokalcenter Hjørringvej øst	900	3.000	2.100
Lokalcenter Jerup	1.060	3.000	1.940
Lokalcenter L. P. Houmøllersvej	480	3.000	2.520
Lokalcenter Olfert Fischersvej/Råholtvej	0	3.000	3.000
Lokalcenter Palm City	980	3.000	2.020
Lokalcenter Præstbro	0	3.000	3.000
Lokalcenter Ravnshøj	60	3.000	2.940
Lokalcenter Saltebakken	0	3.000	3.000
Lokalcenter Skicentervej	0	3.000	3.000
Lokalcenter Skærum	0	3.000	3.000
Lokalcenter Strandby	650	3.000	2.350
Lokalcenter Suensonsvej	180	3.000	2.820
Lokalcenter Søndergade nord	100	3.000	2.900
Lokalcenter Voerså	70	3.000	2.930
Lokalcenter Østervrå øst	4.609	7.000	2.391
Område til særlig pladskrævende varegrupper, Flade Engvej	-	7.700	7.700
Område til særlig pladskrævende varegrupper, Gl. Skagensvej vest	900	5.000	4.100
Område til særlig pladskrævende varegrupper, Sindallundvej/Kragholmen	300	5.000	4.700
Område til særlig pladskrævende varegrupper, Søndergade syd	4.195	12.000	7.805
<i>Aflastningsområde, bymidte, bydelscentre og lokalcentre</i>	<i>93.950</i>	<i>204.900</i>	<i>110.950</i>



Centerområder

- Aflastningsområde
- Bydelscentre
- Bymidte
- Enkeltstående butikker
- Lokalcentre
- Særligt pladskrævende varegrupper

0 500 1000 1500 m



19.4 Centerstrukturen i oplandet til Skagen

I det følgende beskrives de centerområder i oplandet til Skagen, hvor der er fundet anledning til forslag om ændringer.

SKAGEN BYMIDTE

Der er fastsat en samlet ramme for detailhandelsarealet i Skagen bymidte på 43.000 kvm. Det nuværende detailhandelsareal er på 17.800 kvm. Restrummeligheden i Skagen bymidte er således ca. 25.200 kvm. Der er 12 butikker, som ligger udenfor den afgrænsede bymidte, men i kort afstand hertil. Det drejer sig fortrinsvist om butikker på havnen.

Der er 8 butikker på havnen i Skagen, som ligger udenfor centerstrukturen. 6 af butikkerne ligger i direkte tilknytning til den afgrænsede bymidte. 2 af butikkerne ligger på Fiskehuskajen. Det kan overvejes at udvide Skagen bymidte sådan, at de pågældende butikker kommer til at ligge indenfor bymidteafgrænsningen. De 8 butikker har et samlet bruttoetageareal på ca. 1.600 kvm.

Hvis Skagen bymidte udvides, så de 8 butikker bliver en del af bymidten, kan der fastsættes en arealramme på ca. 27.000 kvm. Restrummeligheden vil da være på ca. 7.500 kvm.

LOKALCENTRENE

Den gennemsnitlige restrummelighed i de lokalcentre i oplandet til Skagen, hvor der er detailhandel, er ca. 2.600 m².

LOKALCENTER DOGGERBANKE

Eneste butik i Lokalcenter Doggerbanke er Meny, der betjener et større parcelhus og sommerhusområde i Højen. Det kan overvejes, at udvide lokalcentrets afgrænsning så Meny kan udvide, hvis behovet skulle opstå.

LOKALCENTER SKAGEN HAVN

I lokalcentret på Skagen Havn er der i dag én butik. Lokalcentret ligger i kort afstand til Skagen bymidte. Det kan overvejes, at gøre lokalcentret til en del af bymidten.

LOKALCENTER AALBÆK SYD OG HAVN OG OMRÅDE TIL SÆRLIG PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER, AALBÆK NORD

I Ålbæk er der i dag et lokalcenter, der består af to separate områder: Den centrale del af Ålbæk omkring rundkørslen ved Spar samt et område på havnen. Butikkerne i lokalcentret har et samlet bruttoetageareal på omkring 2.500 kvm. Der er 7 butikker i de øvrige dele af Aalbæk.

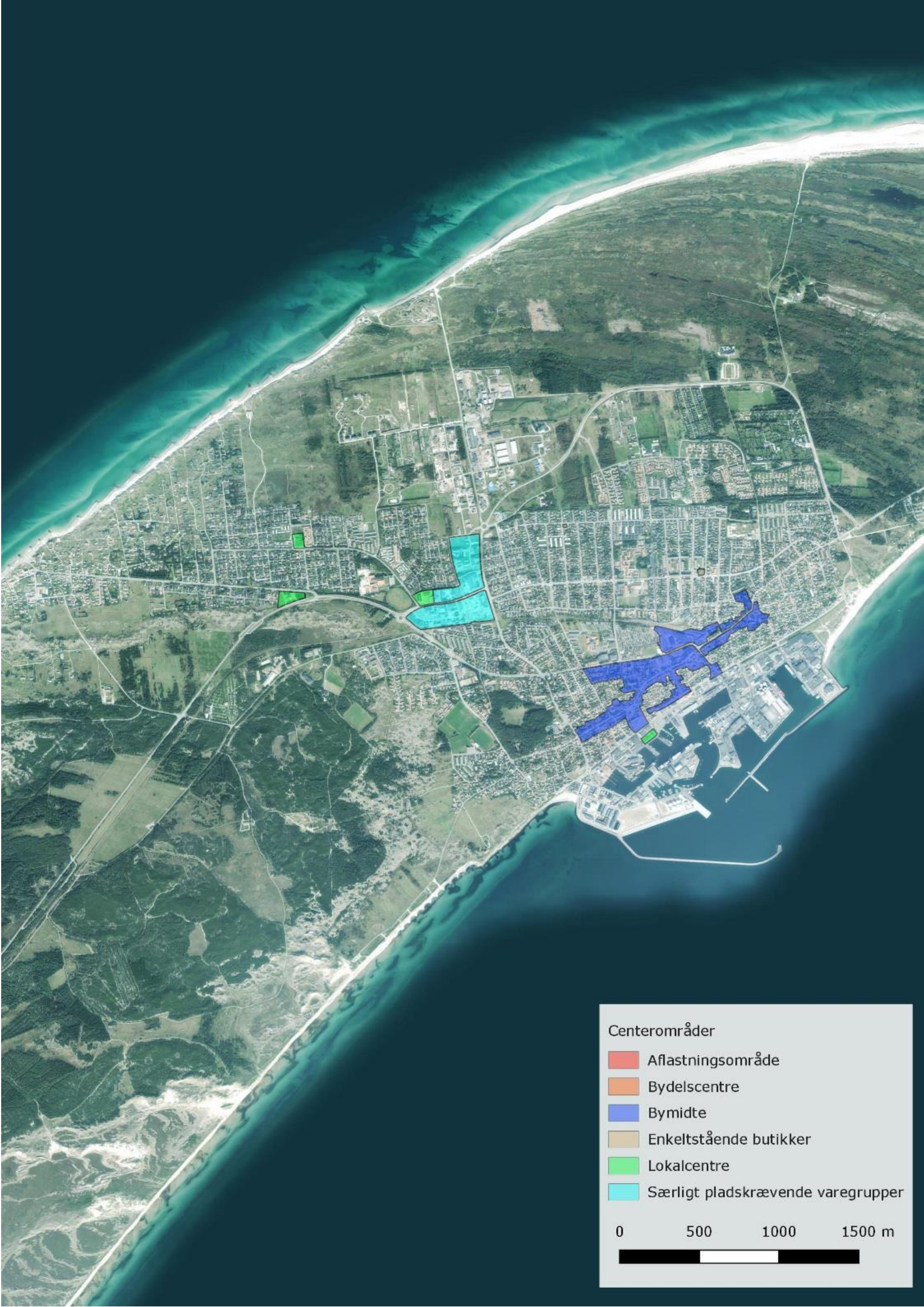
I og ved Område til særlig pladskrævende butikker, Aalbæk Nord, ligger en mindre dagligvarebutik og en mindre butik med øvrige udvalgsvare. Det kan overvejes om den del af området til butikker med særligt pladskrævende varegrupper, som er tættest på lokalcentret, og som indeholder de to butikker, skal overgå fra område til butikker med særligt pladskrævende varegrupper til lokalcenter. Dermed gives der mulighed for andre butikker end butikker med særligt pladskrævende varegrupper i området. En sådan udvidelse af lokalcentret langs

Skagensvej betyder også, at der gives mulighed for en mere spredt butiksstruktur med mindre synergi mellem butikkerne og med risiko for et mindre attraktivt indkøbsmiljø.

Tilsvarende er der to mindre øvrige udvalgswarebutikker på Søndre Havnevej, som forbinder lokalcentret i den centrale del af Aalbæk med lokalcentret på havnen. Det kan overvejes om lokalcentret i den centrale del af Aalbæk skal udvides, så det også kommer til at inkludere den nærmeste af de to mindre øvrige udvalgswarebutikker på Søndre Havnevej.

De tre mindre butikker har et samlet bruttoetageareal på ca. 210 kvm. Hvis lokalcentret udvides, så det indeholder de tre butikker, bliver det samlede bruttoetageareal ca. 2.710 kvm. Et lokalcenter kan højst have en arealramme på 3.000 kvm. Dermed er der højst mulighed for en restrummelighed på ca. 290 kvm. Lokalcentret har i dag en arealramme på 9.000 kvm. Såfremt der ønskes en arealramme på over 3.000 kvm for derved at give mulighed for større udbygning, er det nødvendigt at udlægge en bymidte i Aalbæk. Det er oplagt, at den del af Lokalcenter Aalbæk Syd og Havn, som omfatter den centrale del af byen, overgår til bymidte, og at den del af Lokalcenter Aalbæk Syd og Havn, som ligger på havnen, overgår til et lokalcenter med en begrænset arealramme.

RESTRUMMELIGHEDER I CENTEROMRÅDER I OPLANDET TIL SKAGEN, 2017			
Centerområde Betegnelse som på Planda- taDK	Eksisterende bruttoetageareal (m²)	Arealramme (m²)	Restrummelighed (m²)
Bymidte Skagen	17.815	43.000	25.185
Lokalcenter Doggerbanke	1.669	3.000	1.331
Lokalcenter Højensvej	80	3.000	2.920
Lokalcenter Kattegatvej	2.150	3.000	850
Lokalcenter Skagen Havn	640	2.000	1.360
Lokalcenter Aalbæk syd og havn	2.495	9.000	6.505
Enkeltstående butik, Skagavej	1.890	2.000	110
Område til særlig pladskrævende varegrupper, Aalbæk nord	700	5.000	4.300
<i>Bymidte og lokalcentre</i>	<i>24.849</i>	<i>63.000</i>	<i>38.151</i>



Centerområder

Aflastningsområde

Bydelscentre

Bymidte

Enkeltstående butikker

Lokalcentre

Særligt pladskrævende varegrupper

0 500 1000 1500 m



19.5 Centerstrukturen i oplandet til Sæby

I det følgende beskrives de centerområder i oplandet til Sæby, hvor der er fundet anledning til forslag om ændringer.

SÆBY BYMIDTE

Detailhandelsstrukturen i Sæby er todelt. De store dagligvarebutikker ligger fortrinsvist i City Vest, som er en del af den afgrænsede bymidte, men som i praksis fungerer som aflastningsområde. De mindre specialbutikker og Super Brugsen ligger i den historiske bymidte. Den historiske bymidte rummer en række kvaliteter som f.eks. det hyggelige bymiljø omkring torvet, gallerier, kunsthåndværkere, restauranter mv., som alle er med til at definere Sæbys brand. Den historiske bymidte og havnen er to af Sæbys største attraktioner. City Vest er kendetegnet ved god biltilgængelighed, og der er potentiale for at tiltrække f.eks. boksbutikker til området. For at sikre en attraktiv og levende historisk bymidte kan det overvejes, at City Vest omdannes til et aflastningsområde med en minimumsbutiksstørrelse.

Størstedelen af butikkerne i Sæby ligger i den afgrænsede bymidte. På strækningen mellem bymidten og lokalcentret på havnen er der fire mindre øvrige udvalgswarebutikker. Det kan overvejes at udvide bymidten ad Algade frem til Sæby Turistbureau. På strækningen ligger også Sæby Museum & Arkiv.

Restrummeligheden i Sæby bymidte svarer til godt 80 % af det beregnede behov for yderligere dagligvare- og udvalgswarebutikker i Frederikshavn Kommune frem mod år 2030 i maksimumscenariet. Det kan overvejes, at nedjustere arealrammen for Sæby bymidte og et evt. nyt aflastningsområde.

UDVIDELSE AF LOKALCENTRET PÅ SÆBY HAVN

I lokalcentret på Sæby Havn er der to mindre butikker. Der er yderligere tre øvrige udvalgswarebutikker syd for lokalcentret. Det kan overvejes at udvide lokalcentret på havnen og øge arealrammen til f.eks. 2.000 kvm for at give bedre mulighed for ny detailhandel.

Der er potentiale for, at havneområdet i Sæby i endnu større grad bringes i spil i udviklingen af Sæby som en attraktiv by for bosiddende i Sæby og omegn såvel som destination for besøgende. Havneområdet rummer i dag en række kvaliteter i form af lystbådehavn, spisesteder og enkelte butikker. En fortsat vækst i turismen vil øge grundlaget for flere butikker på og ved havnen og dermed et mere levende handelsmiljø og byliv. Det vurderes, at det særligt vil være butikker målrettet turister, som vil ønske at placere sig på havnen.

LOKALCENTER DYBVAD VEST

I lokalcentret i Dybvad er der fem mindre butikker. Det kan overvejes at udvide lokalcentret så beklædningsbutikken på Idskovvej kommer til at ligge indenfor bymidten. Lokalcentret har i dag en arealramme på 7.000 kvm. Et lokalcenter kan have en arealramme på højst 3.000 kvm. Nedjusteres arealrammen til 3.000 kvm, og udvides den geografiske afgrænsning, så den mindre beklædningsbutik bliver en del af lokalcentret, så bliver restrummeligheden ca. 1.400 kvm.

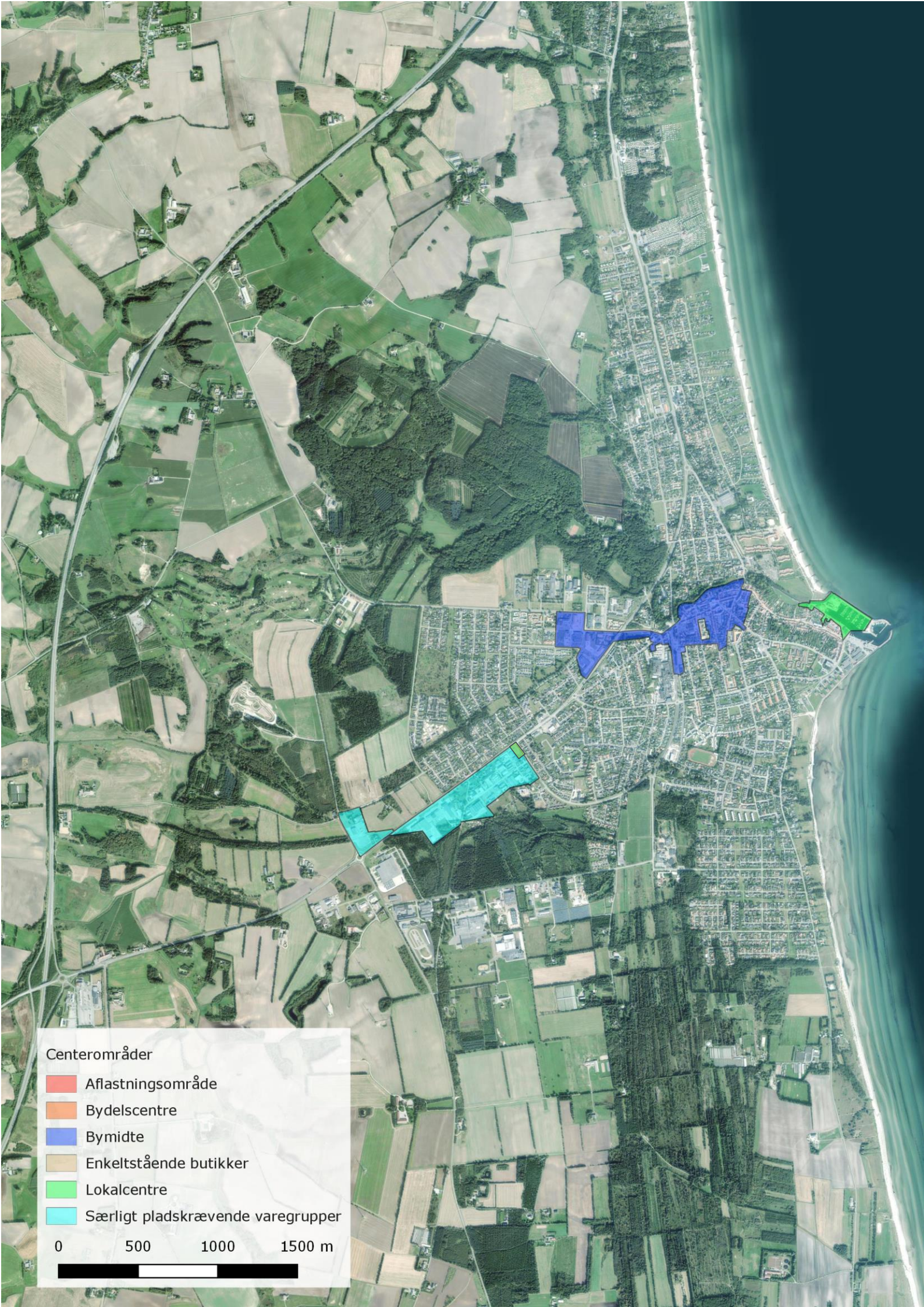
LOKALCENTER HØRBY

Lokalcentret i Hørby har en arealramme på 5.000 kvm. Ved en nedjustering af arealrammen til 3.000 kvm vil der være en restrummelighed på ca. 900 kvm.

OMRÅDE TIL SÆRLIG PLADSKRÆVENDE VAREGRUPPER, VANDLØSVEJ SAMT AALBORGVEJ, SÆBY

I den sydvestlige del af Sæby er der fem butikker med særligt pladskrævende varegrupper. Tre af butikkerne ligger udenfor centerstrukturen, men i relativt korte afstande til Område til særlig pladskrævende varegrupper, Vandløsvej, og Område til særligt pladskrævende varegrupper, Aalborgvej, Sæby. Det kan overvejes, at sammenlægge og udvide de to områder. Der vil blive tale om et relativt stort område til særligt pladskrævende varegrupper langs Ålborgvej og Kjeldgaardvej. Hvis der fastsættes en arealramme på 7.000 kvm, så bliver restrummeligheden i det udvidede område ca. 4.150 kvm.

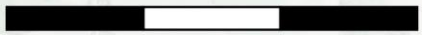
RESTRUMMELIGHEDER I CENTEROMRÅDER I OPLANDET TIL SÆBY, 2017			
Centerområde Betegnelse som på Planda- taDK	Eksisterende bruttoetageareal (m ²)	Arealramme (m ²)	Restrummelighed (m ²)
Bymidte Sæby	16.890	35.000	18.110
Lokalcenter Dybvad vest	1.590	7.000	5.410
Lokalcenter Hørby	2.120	5.000	2.880
Lokalcenter Syvsten	0	3.000	3.000
Lokalcenter Sæby havn	820	1.500	680
Lokalcenter Thorshøj	0	1.000	1.000
Område til særlig pladskrævende varegrupper, Dybvad øst	400	5.000	4.600
Område til særlig pladskrævende varegrupper, Elling øst	1.500	10.000	8.500
Område til særlig pladskrævende varegrupper, Kattegatvej	6.250	16.000	9.750
Område til særlig pladskrævende varegrupper, Vandløsvej	0	5.000	5.000
Område til særlig pladskrævende varegrupper, Østervrå vest	0	5.000	5.000
Område til særlig pladskrævende varegrupper, Aalborgvej, Sæby	1.820	15.000	13.180
<i>Bymidte og lokalcentre</i>	<i>21.420</i>	<i>52.500</i>	<i>31.080</i>



Centerområder

- Aflastningsområde
- Bydelscentre
- Bymidte
- Enkeltstående butikker
- Lokalcentre
- Særligt pladskrævende varegrupper

0 500 1000 1500 m



19.6 Detailhandel udenfor centerstrukturen

Udover detailhandel i bymidter, bydelscentre, lokalcentre, aflastningsområder og områder til butikker med særligt pladskrævende varegrupper kan der udlægges arealer til:

- > enkeltstående butikker til lokalområdets forsyning,
- > mindre butikker til salg af egne produkter i tilknytning til en virksomheds produktionslokaler, og
- > mindre butikker i tilknytning til tankstationer, togstationer, lufthavne, stadioner, fritliggende turistattraktioner og lign. til brug for de kunder, der i øvrigt benytter anlægget på grund af dets primære funktion.

Der foreslås følgende retningslinjer for butikker udenfor centerstrukturen.

ENKELTSTÅENDE BUTIKKER

For at understøtte en dagligvareforsyning samt et vist udbud af udvalgsvarer i tilknytning til et boligområde kan der som udgangspunkt udenfor de afgrænsede bymidter, bydelscentre, aflastningscenter, lokalcentre og områder til særlig pladskrævende varegrupper etableres enkeltstående butikker til dagligvarer med en størrelse på op til 1.200 kvm og udvalgsvarebutikker med en størrelse på op til 200 kvm til områdets lokale forsyning.

For at sikre, at der vil blive tale om enkeltstående butik, må butikken ikke ligge i tilknytning til andre butikker eller områder udlagt til detailhandel.

DETAILHANDEL I TILKNYTNING TIL PRODUKTION

For at give produktionsvirksomheder mulighed for detailsalg af egne produkter kan produktionsvirksomheder, der ligger i byzone, etablere butikker med en størrelse op til 200 kvm til detailsalg af egne produkter. Butikken skal ligge i tilknytning til produktionen.

DETAILHANDEL I TILKNYTNING TIL TRANSPORTANLÆG OG TURISTATTRAKTIONER

For at betjene besøgende ved transportanlæg og fritliggende turistattraktioner kan der som udgangspunkt etableres dagligvarebutikker og udvalgsvarebutikker på op til 200 kvm i tilknytning til ved transportanlæg og fritliggende turistattraktioner.

Sæby EL
Tlf. 27 28 17 85

SØREN JENSEN

Her findes ingen dumme spørgsmål

Her findes ingen dumme spørgsmål

Alt hvad du tænker på

Salg af

42%

EL

EL SALG.DK



20 Forslag til nye mål for detailhandlen

Der er opstillet følgende forslag til mål for planlægningen for detailhandel i Frederikshavn Kommune:

- > At skabe optimale rammer for en attraktiv detailhandel, så levende bymidter fremmes til gavn for bosætning, erhverv og turisme.
- > At fremme et varieret butiksudbud i Frederikshavn, Skagen og Sæby samt i de mindre byer.
- > At sikre, at arealer til butiksformål udlægges, hvor der er god tilgængelighed for alle trafikarter.
- > At sikre, at der udlægges arealer til dagligvarebutikker i områder, der er underforsynede med dagligvarer, sådan at transportafstandene i forbindelse med indkøb af dagligvarer begrænses.
- > At skabe gode rammer for velfungerende markeder med en effektiv butiksstruktur og styrke Frederikshavn i konkurrencen med regionens øvrige større handelsbyer.
- > At sikre en klar rollefordeling mellem Frederikshavn bymidte og aflastningsområdet ved Hjørringvej.
- > At sikre at små og mellemstore butikker som hovedregel etableres i bymidter og bydelscentre eller i lokalcentre i de byer, hvor der ikke er udlagt en bymidte.

21 Udvidelse af aflastningsområdet ved Hjørringvej

En udbygning af aflastningsområdet ved Hjørringvej vil styrke Frederikshavn i den regionale konkurrence med andre handelsbyer og bidrage til, at en større del af handlen holdes hjemme i Frederikshavn Kommune. En udbygning af aflastningsområdet vil dog også have konsekvenser for den eksisterende detailhandel.

DEN NYE PLANLOV GIVER MULIGHED FOR UDVIKLING AF HJØRRINGVEJ

I Regionplan 2005 var der fastsat en arealramme for aflastningsområdet, Hjørringvej Vest, på 48.000 kvm, heraf 8.000 kvm til dagligvarer, 8.000 kvm til udvalgsvarer og 32.000 kvm til særlig pladskrævende varegrupper. Der er ikke siden sket ændringer i den geografiske afgrænsning af aflastningsområdet, ligesom det samlede maksimale butiksareal og fordelingen til de forskellige hovedbrancher er fastholdt siden Regionplan 2005.

Indtil videre har det været vanskeligt at planlægge for nye store udvalgsvarebutikker, da det hidtil ikke har været muligt at udvide aflastningsområdet ved Frederikshavnsvej. Med ændringen af Planloven er det nu muligt at udvide eksisterende aflastningsområder samt at udlægge nye aflastningsområder, såfremt der kan redegøres herfor. For at imødekomme udviklingen og give mulighed for nye store butikker i Frederikshavn er mulighederne for en udvikling af detailhandlen langs med Frederikshavnsvej undersøgt.

21.1 Redegørelseskrav ved udvidelse af aflastningsområdet

En udvidelse af et aflastningsområde forudsætter en redegørelse. To sæt krav i Planloven om redegørelse skal være opfyldt. De almindelige krav til redegørelse for kommunens detailhandel skal være opfyldt, ligesom de særlige krav, når aflastningsområder ønskes udvidet, skal være opfyldt.

De almindelige krav fremgår af Planlovens § 11 e, stk. 3 og har følgende hovedindhold:

- 1 Vurdering af omfanget af den eksisterende detailhandel
- 2 Vurdering af behovet for yderligere detailhandel
- 3 Vurdering af sammenhængen med målene for detailhandelsstrukturen
- 4 Oplysning om sammenhængen med målene for den kommunale hovedstruktur
- 5 Angivelse af tilgængeligheden for de forskellige trafikarter

De særlige krav til redegørelse for et nyt aflastningsområde fremgår af Planlovens § 11 e, stk. 4 og har følgende hovedindhold:

Der skal redegøres for det kundegrundlag, som etableringen af nye butikker baseres på, og det opland, som aflastningsområdet henvender sig til. Derudover skal redegørelsen indeholde en vurdering af, hvordan udvidelsen af aflastningsområdet kan:

- 1 Styrke konkurrencen og bidrage til lavere priser
- 2 Påvirke den eksisterende detailhandel i bymidten i de mindre oplandsbyer og i landdistrikterne
- 3 Forventes at påvirke byens samlede oplandseffekt i forhold til nabokommuner.

KRAV OM IBRUGTAGNINGSTILLADELSE TIL EN NY UDVALGSVAREBUTIK

Efter § 5 n stk. 3 kan eksisterende aflastningsområder ikke udvides for at skabe plads til én dagligvarebutik eller udelukkende dagligvarebutikker. Det betyder konkret, at Frederikshavn Kommune efter § 5 n, stk. 2 først kan give en ibrugtagningstilladelse til en dagligvarebutik i et udvidet aflastningsområde samtidig med eller efter, at en eller flere udvalgsvarerbutikker i udvidelsesområdet har fået ibrugtagningstilladelse. Ibrugtagningstilladelsen til udvalgsvarerbutikken skal gives efter vedtagelsen af udvidelsen af aflastningsområdet. Muligheden for at stille krav som betingelse for ibrugtagningstilladelse jf. § 15, stk. 2, nr. 15 styres i lokalplanlægningen og byggesagsbehandlingen.

Af Planloven eller Vejledning om detailhandelsplanlægning fremgår ingen krav til omfanget af den eller de nye udvalgswarebutikker.

Butikker, der forhandler beklædning eller øvrige udvalgsvarer er udvalgswarebutikker. En butik, der hører under hovedbranchen butikker med særligt pladskrævende varegrupper, er ikke at betragte som en udvalgswarebutik i denne sammenhæng.

21.2 Behov for en udvidelse af aflastningsområdet

En række udviklinger skaber i kombination et behov for en udvidelse af aflastningsområdet ved Hjørringvej.

HENSYET TIL EN EFFEKTIV BUTIKSSTRUKTUR

I den nye Planlov er hensynet til en effektiv butiksstruktur føjet til Planlovens formålsbestemmelser om detailhandelsplanlægning. Kommunerne skal i deres planlægning sikre en butiksstruktur, der giver rum til f.eks. større butikker, nye butikskoncepter, kombinationer med e-handel mv., som kan understøtte et bredere vareudvalg og lavere priser.

EFTERSPØRGSEL PÅ AREALER I FREDERIKSHAVN TIL STORE BUTIKKER

Strukturudviklingen i detailhandlen går mod større butikker. Frederikshavn Kommune har modtaget henvendelser fra flere butikskæder, der ønsker at etablere store butikker i Frederikshavn. Store butikker er vanskelige at indpasse i Frederikshavn bymidte på grund af butikkernes størrelse, koncept og varesortiment, krav om parkering samt til- og frakørselsmuligheder for kunder og varelevering. Butikskæderne med store butikker typisk placerer som i og ved aflastningsområdet ved Hjørringvej.

ØGET REGIONAL KONKURRENCE

Hjørring Kommune har kommune- og lokalplanlagt for en udvidelse aflastningsområdet langs Frederikshavnsvej. Arealrammen til dagligvarer er udvidet med 1.200 kvm og arealrammen for udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper under ét er udvidet med 14.500 kvm. Der er fastsat en minimumsbutiksstørrelse pr. udvalgsvarebutik på 1.200 kvm. Biltema etablerer en ny butik på ca. 7.000 kvm, og Rema 1000 etablerer en ny butik på ca. 1.200 m² ved Frederikshavnsvej.

BEREGNET BEHOV FOR YDERLIGERE AREAL

Beregningerne af arealbehovet i Frederikshavn Kommune viser, at der vil være et behov for yderligere ca. 20.800 kvm udvalgsvarebutiksareal i 2030, hvis udviklingen bliver som i maksimumscenariet.

Beregningerne tager udgangspunkt i omsætningen pr. kvm i udvalgsvarebutikker i Frederikshavn Kommune. Det vurderes, at ny detailhandel ved Hjørringvej vil være kendetegnet ved rummelige boksbutikker med en relativt lav omsætning pr. kvm.

Desuden skal der fastsættes én arealramme til udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper under ét. Butikker med særligt pladskrævende varegrupper har typisk en lavere omsætning pr. kvm end udvalgsvarebutikker og en væsentlig del af butikkerne med særligt pladskrævende varegrupper vil sandsynligvis blive bilforhandlere.

21.3 Sammenhæng med Kommuneplanen

OVERENSTEMMELSE MED VÆKSTSPØRET FOR BY- OG BOLIGUDVIKLING

Det fremgår af i beskrivelsen af et af de fire vækstspor i Kommuneplan 2015, at det i byerne skal være muligt for erhvervsvirksomheder at placere sig sammen med andre, hvilket gør det nemt og naturligt at skabe netværk og klyngedannelser. Det fremgår også, at det samtidigt er vigtigt, at erhvervsområderne er beliggende tæt på gode adgangsveje sådan, at virksomhederne opnår stor synlighed for omverdenen.

Med planlægningen for en udvidelse af aflastningsområdet muliggøres netop en sådan samlokalisering og synergi mellem store butikker. Samtidig udnyttes den attraktive placering ved det overordnede vejnet.

Det fremgår desuden af Kommuneplan 2015, at Frederikshavn kommune skal have byer, der har et by- og handelsmiljø, som byder på liv, oplevelser, indbydende byrum, små intime væresteder og særegne kvaliteter og værdier. Et bymiljø, hvor der er plads til små-erhverv, midlertidige aktiviteter, kreativitet og eksperimenter, som mennesker med idéer nemt og enkelt kan virkeliggøre. Et bymiljø, der på en kvalitativ, elegant og tiltrækkende måde binder traditionen og de naturgivne vilkår sammen, så de understøtter hinanden og giver stedet en særlig sjæl og karakter. Det vurderes, at Frederikshavn bymidte rummer de kvaliteter, som beskrives. For at bevare kvaliteterne anbefales en minimumsbutiksstørrelse pr. butik i aflastningsområdet for at skabe en rollefordeling mellem Frederikshavn bymidte og aflastningsområdet.

OVERENSTEMMELSE MED MÅL FOR DETAILHANDLEN

I forbindelse med detailhandelsanalysen ønsker Frederikshavn Kommune at revidere målene for detailhandlen. I det følgende er forslag til målene for detailhandlen angivet og sammenhængen mellem udvidelsen af aflastningsområdet og målene er beskrevet.

Det er et mål, at skabe optimale rammer for en attraktiv detailhandel, så levende bymidter fremmes til gavn for bosætning, erhverv og turisme. Med udvidelsen af aflastningsområdet sættes rammerne for en udbygning af detailhandlen, der matcher efterspørgslen hos en stor del af kunderne. Mange kunder efterspørger store og lettilgængelige udvalgswarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper samlet i et område. Med udvidelsen af aflastningsområdet sættes desuden rammerne for en mere attraktiv detailhandel set i dele af erhvervslivets optik, idet mange kapitalkæder efterspørger placeringer ved det overordnede vejnet. Udbygningen fremmer ikke målet om levende bymidter, men minimumsbutiksstørrelsen for nye butikker i aflastningsområdet betyder, at effekterne for bymidterne bliver mindre end uden en minimumsbutiksstørrelse.

Det er et mål at fremme et varieret butiksudbud i Frederikshavn, Skagen og Sæby samt i de mindre byer. Med udvidelsen af aflastningsområdet gives bedre muligheder for at f.eks. kæder, som ikke findes i Frederikshavn Kommune, etablerer sig ved Hjørringvej. Dermed kan udvidelsen bidrage til et mere varieret butiksudbud. Samtidig betyder konkurrencen med den eksisterende detailhandel, at

udbygningen kan medføre butikslukninger og dermed et mindre varieret butiksudbud andre steder.

Det er et mål at sikre, at arealer til butiksformål udlægges, hvor der er god tilgængelighed for alle trafikarter. Som der redegøres for i afsnit 21.7, så er aflastningsområdet ved Hjørringvej kendetegnet ved en god tilgængelighed for alle trafikarter, herunder i særdeleshed for bilister. Placeringen i byens udkant betyder, at fremkommeligheden for nogle cyklister og gående ikke er ligeså god som for bilister og rejsende med kollektiv transport.

Det er et mål, at sikre, at der udlægges arealer til dagligvarebutikker i områder, der er underforsynede med dagligvarer, sådan at transportafstandene i forbindelse med indkøb af dagligvarer begrænses. Med forøgelsen af arealrammen til dagligvarebutikker i aflastningsområdet gives mulighed for flere dagligvarebutikker ved Hjørringvej. Der er allerede i dag fire store dagligvarebutikker i aflastningsområdet. Forøgelsen af arealrammen bidrager derfor ikke til en udbygning af dagligvarebutiksstrukturen i et område, som er underforsynet med dagligvarer. Samtidig gælder dog, at forøgelsen af arealrammen ikke forhindrer, at der i fremtiden udlægges arealer til dagligvarebutikker i områder, der er underforsynede med dagligvarer.

Det er et mål, at skabe gode rammer for velfungerende markeder med en effektiv butiksstruktur og styrke Frederikshavn i konkurrencen med regionens øvrige større handelsbyer. Udvidelsen af aflastningsområdet giver mulighed for etableringen af kapitalkæder, der ikke findes i Frederikshavn i dag. Kapitalkæder er typisk kendetegnet ved en central ledelse, et fast koncept og markedsføring samt en strømlinet styring af de enkelte butikker. Ny detailhandel vil indgå i synergi og konkurrence med den eksisterende detailhandel og derved bidrage til en mere effektiv butiksstruktur. Udvidelsen af aflastningsområdet giver bedre mulighed for arealmæssigt store butikker med kædetilknytning, som tiltrækker kunder fra et regionalt opland. Dermed kan udvidelsen styrke Frederikshavn i konkurrencen med bl.a. Aalborg og Hjørring.

Det er et mål, at sikre en klar rollefordeling mellem Frederikshavn bymidte og aflastningsområdet ved Hjørringvej. Det er ligeledes et mål, at små og mellemstore butikker som hovedregel etableres i bymidter og bydelscentre eller i lokalcentre i de byer, hvor der ikke er udlagt en bymidte. I afsnit 21.5 redegøres for betydningen af en minimumsbutiksstørrelse for nye butikker i aflastningsområdet. Med fastsættelsen af en minimumsbutiksstørrelse for butikkerne i aflastningsområdet sikres en rollefordeling mellem de to områder, og det forhindres at små og mellemstore butikker etableres i aflastningsområdet.

Det vurderes samlet set, at en udvidelse af aflastningsområdet og en forøgelse af arealrammerne for aflastningsområdet er i overensstemmelse med forslagene til målene for detailhandlen.

21.4 Eksisterende detailhandel

Der er redegjort for omfanget af detailhandlen i Frederikshavn Kommune i de øvrige dele af detailhandelsanalysen, se. f.eks. bilag 2. I det følgende fokuseres på styrkeforholdet mellem Frederikshavn bymidte og aflastningsområdet samt butiksstørrelserne i Frederikshavn bymidte.

FORHOLDET MELLEM FREDERIKSHAVN BYMIDTE OG AFLASTNINGSOMRÅDET

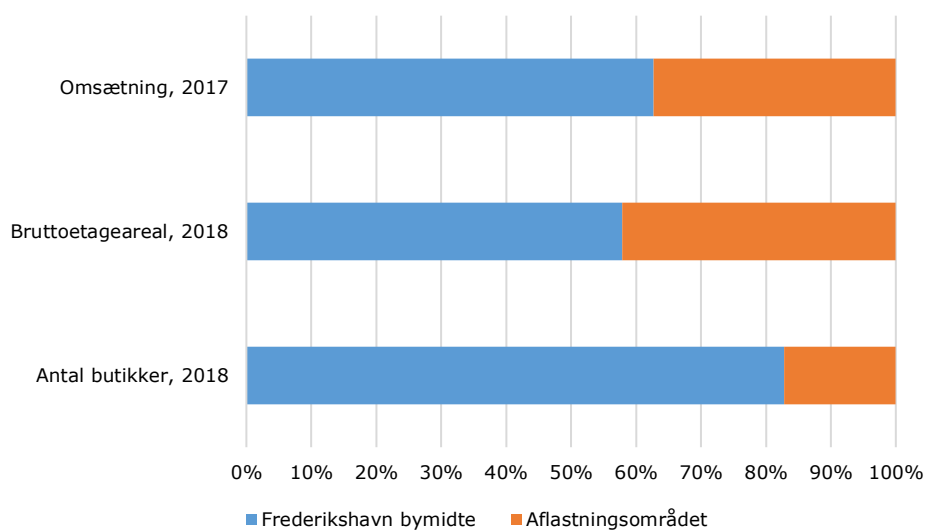
Målt på antal butikker, bruttoetageareal og omsætning er Frederikshavn bymidte væsentlig stærkere end aflastningsområdet. En udbygning af aflastningsområdet vil medføre en forskydning af detailhandel til aflastningsområdet fra bl.a. Frederikshavn bymidte.

Der er i dag 37 butikker i aflastningsområdet, heraf 5 dagligvarebutikker, 3 beklædningsbutikker, 21 øvrige udvalgswarebutikker og 8 butikker med særligt pladskrævende varegrupper. Ud af de 8 butikker med særligt pladskrævende varegrupper er 6 forhandlere af motorkøretøjer.

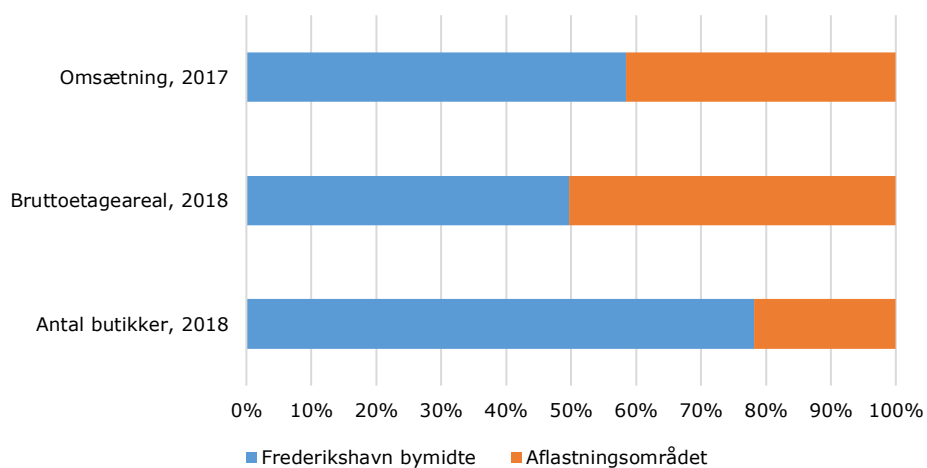
STYRKEFORHOLD MELLEM BYMIDTEN OG AFLASTNINGSOMRÅDET, 2017				
Centerområde	Frederikshavn bymidte		Aflastningsområdet	
Hovedbranche	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Dagligvarer	Udvalgsvarer
Antal butikker	24	93	5	26
Bruttoetageareal	10.300 m ²	22.450 m ²	7.500 m ²	22.750 m ²
Omsætning	354 mio. kr.	446 mio. kr.	211 mio. kr.	317 mio. kr.*

Inkl. udvalgsvareomsætningen i butikker med særligt pladskrævende varegrupper.

Styrkeforhold for dagligvarehandel, 2017



Styrkeforhold for udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper, 2017
 (ekskl. forhandlere af motorkøretøjer)



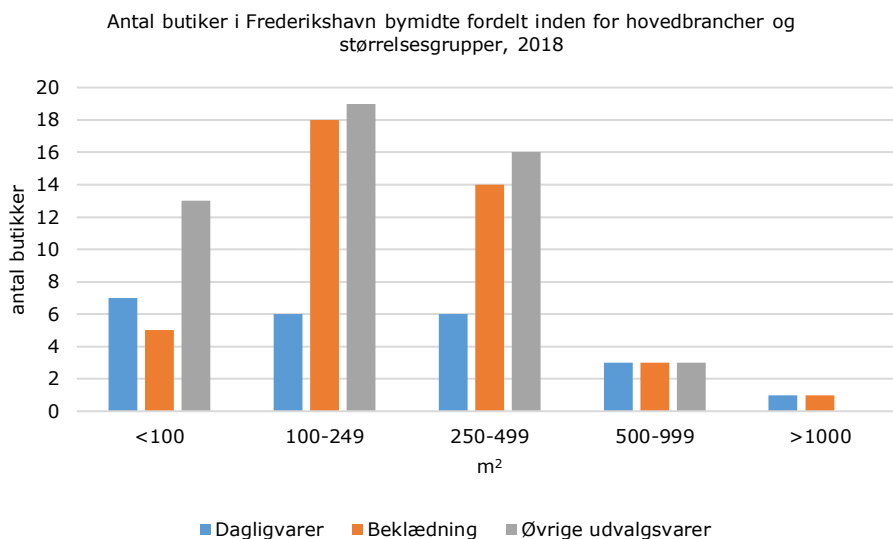
BUTIKSSTØRRELSER I FREDERIKSHAVN BYMIDTE

Ud af de 116 butikker i Frederikshavn bymidte er 11 butikker eller ca. 9 % af butikkerne over 500 kvm. Kun Føtex og H&M er over 1.000 kvm.

Indenfor dagligvarer er 20 butikker eller ca. 83 % af dagligvarebutikkerne under 500 kvm. Kun Spar, Rema 1000, Fakta og Føtex er over 500 kvm. De 4 butikker har et gennemsnitligt bruttoetageareal på ca. 1.700 kvm. Føtex trækker gennemsnittet op.

Inden for beklædning er 37 butikker eller ca. 90 % af beklædningsbutikkerne under 500 kvm. Skoringen, Wagner, Sportsmaster og H&M er over 500 kvm. De 4 butikker har et gennemsnitligt bruttoetageareal på ca. 760 kvm.

Inden for øvrige udvalgsvarer er 48 butikker eller ca. 94 % af butikkerne under 500 kvm. Bog & Idé, My BikeShop⁵ og Kop & Kande er over 500 kvm. De tre butikker har et gennemsnitligt bruttoetageareal på ca. 700 kvm.



Den nye detailhandel i aflastningsområdet, Hjørringvej Vest, vil påvirke detailhandlen i nabokommunerne. For at kunne beregne og vurdere påvirkningen, er omfanget af den eksisterende detailhandel i Hjørring og Brønderslev Kommuner kortlagt.

EKSISTERENDE DETAILHANDEL I HJØRRING KOMMUNE

Omfanget af den eksisterende detailhandel i Hjørring Kommune er kortlagt ifm. udarbejdelsen af detailhandelsanalysen for Hjørring Kommune i 2017. Bruttoetagearealer og omsætningstal er indsamlet for hver enkelt butik i Hjørring Kommune på samme vis som analysen for Frederikshavn Kommune.

⁵ MY Bike Shop er lukket efter analysens udarbejdelse.

BRUTTOETAGEAREAL I KVM I HJØRRING KOMMUNE, 2017					
By	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særligt pladskrævende varer	I alt
Hirtshals	9.200	2.600	1.500	1.900	15.200
Tversted	1.300	-	200	-	1.500
Bindslev	1.400	700	-	1.600	3.700
Sindal	7.000	1.100	500	-	8.600
Tårs	4.300	300	-	4.500	9.100
Lønstrup	500	900	1.900	-	3.300
Vrå	2.700	100	300	-	3.100
Løkken	6.900	3.200	700	1.300	12.000
Hjørring	21.800	15.900	28.800	7.700	74.200
Frederikshavnsvej*	4.600	2.600	18.800	32.300	58.300
Øvrige	3.500	-	11.800	2.100	17.300
<i>Hjørring Kommune</i>	<i>63.000</i>	<i>27.500</i>	<i>64.500</i>	<i>51.300</i>	<i>206.400</i>

Bruttoetagearealet omfatter butikkernes samlede areal, herunder salgsareal, lager, kontor mv. I alle opsummeringer er arealet afrundet til hele 100 m². Bruttoetagearealet af varehuse som Kvickly og Føtex er fordelt på dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer.

OMSÆTNING I MIO. KR. HJØRRING KOMMUNE, 2016				
By	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	I alt
Hirtshals	315	38	37	391
Tversted	*	-	*	32
Bindslev	*	*	*	49
Sindal	227	*	*	242
Tårs	*	*	*	83
Lønstrup	*	*	21	57
Vrå	*	*	*	63
Løkken	205	61	27	291
Hjørring ekskl. Frederikshavnsvej	704	374	672	1.749
Frederikshavnsvej	*	*	423	638
Øvrige	98	-	138	236
<i>Hjørring Kommune</i>	<i>1.935*</i>	<i>544</i>	<i>1.351</i>	<i>3.830</i>

*Omsætningerne er anonymiseret, hvis der er 3 eller færre sammenlignelige butikker i kategorien. Beløbene er inkl. moms. Omsætningen fra salg til private for byggemarkeder mv. er inkluderet i omsætningen for øvrige udvalgsvarer. Omsætningen fra forhandlere af motorkøretøjer er ikke inkluderet. Omsætningen i Føtex er opdelt på dagligvarer, beklædning og øvrige udvalgsvarer.

EKSISTERENDE DETAILHANDEL I BRØNDERSLEV KOMMUNE

Omfanget af den eksisterende detailhandel i Brønderslev Kommune er kortlagt med udgangspunkt i CVR og BBR. CVR er benyttet til kortlægningen af butikker. BBR er benyttet til indsamling af oplysninger om bruttoetageareal. Oplysninger fra CVR er kvalitetssikret ved besigtigelse ved hjælp af COWI Gadefoto og opslag på kædernes hjemmesider. Oplysninger fra BBR er kvalitetssikret via opmåling på Maps from COWI.

Omsætningen er beregnet med udgangspunkt i gennemsnitlige omsætninger pr. kvm for de enkelte butikstyper, som vurderes at ligge på samme niveau som omsætningen pr. kvm i Brønderslev Kommune.

BRUTTOETAGEAREAL I CA. KVM I BRØNDERSLEV KOMMUNE, 2017					
By	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særligt pladskrævende varer	I alt
Brønderslev	17.400	4.700	15.900	17.100	56.300
Dronninglund	6.800	2.000	2.400	2.900	14.200
Hjallerup	7.300	1.900	2.800	-	12.000
Brønderslev Kommune i øvrigt	3.700	50	400	-	4.000
<i>Brønderslev Kommune</i>	<i>35.400</i>	<i>8.600</i>	<i>21.500</i>	<i>11.700</i>	<i>85.500</i>
Bruttoetagearealet omfatter butikkernes samlede areal, herunder salgsareal, lager, kontor mv. I alle opsummeringer er arealet afrundet til hele 100 m ² . Brønderslev Kommune i øvrigt indeholder bl.a. Jerslev, Tylstrup og Asaa.					

OMSÆTNING I CA. MIO. KR. I BRØNDERSLEV KOMMUNE, 2017				
By	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	I alt
Brønderslev	535	85	394	1.014
Dronninglund	232	36	89	357
Hjallerup	229	34	47	310
Brønderslev Kommune i øvrigt	113	7		120
<i>Brønderslev Kommune</i>	<i>1.110</i>	<i>156</i>	<i>536</i>	<i>1.802</i>
Brønderslev Kommune i øvrigt indeholder bl.a. Jerslev, Tylstrup og Asaa.				

EKSISTERENDE DETAILHANDEL I AALBORG KOMMUNE

Oplysninger om omfanget af den eksisterende detailhandel bygger på detailhandelsanalysen for Aalborg Kommune fra 2017.

BRUTTOETAGEAREAL I AALBORG KOMMUNE, 2017				
Område	Dagligvarer	Udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt
Aalborg Midtby	22.300	103.800	6.500	132.600
Midtbyen i øvrigt	11.600	3.800	22.000	37.400
<i>Midtbyen i alt</i>	<i>33.900</i>	<i>107.600</i>	<i>28.500</i>	<i>170.000</i>
Nørresundby	7.600	5.500	-	13.100
Nørresundby i øvrigt	19.300	9.500	21.000	49.800
<i>Nørresundby i alt</i>	<i>26.900</i>	<i>15.000</i>	<i>21.000</i>	<i>62.900</i>
City Syd	30.900	116.700	34.400	182.000
Vest Aalborg i øvrigt	20.000	22.100	55.400	97.500
<i>Vest Aalborg i alt</i>	<i>50.900</i>	<i>138.800</i>	<i>89.800</i>	<i>279.500</i>
Vejgård	6.100	2.400	-	8.500
Øst Aalborg i øvrigt	24.500	6.000	24.400	54.900
<i>Øst Aalborg i alt</i>	<i>30.600</i>	<i>8.400</i>	<i>24.400</i>	<i>63.400</i>
Vodskov	3.800	1.500	-	5.300
Vadum	1.800	-	-	1.800
Vestbjerg	2.000	-	-	2.000
Nord i øvrigt	3.500	7.200	2.600	13.300
<i>Nord i alt</i>	<i>11.100</i>	<i>8.700</i>	<i>2.600</i>	<i>22.400</i>
Svenstrup	5.100	600	-	5.700
Godthåb	400	-	-	400
Frejlev	1.100	400	-	1.500
Sydvest i øvrigt	1.200	6.000	8.500	15.600
<i>Sydvest i alt</i>	<i>7.800</i>	<i>7.000</i>	<i>8.500</i>	<i>23.200</i>
Klarup	2.500	-	-	2.500
Sydøst i øvrigt	4.800	4.300	7.100	16.200
<i>Sydøst ialt</i>	<i>7.300</i>	<i>4.300</i>	<i>7.100</i>	<i>18.700</i>
Storvorde	1.300	300	-	1.600
Sejlfjord i øvrigt	3.600	2.800	12.000	18.400
<i>Sejlfjord i alt</i>	<i>4.900</i>	<i>3.100</i>	<i>12.000</i>	<i>20.000</i>
Hals	2.100	2.300	-	4.400
Vester Hassing	1.900	400	-	2.300
Hals i øvrigt	4.200	1.300	4.700	10.200
<i>Hals i alt</i>	<i>8.200</i>	<i>4.000</i>	<i>4.700</i>	<i>16.900</i>
Nibe	5.100	3.500	-	8.600
Nibe i øvrigt	5.200	1.600	4.300	11.100
<i>Nibe i alt</i>	<i>10.300</i>	<i>5.100</i>	<i>4.300</i>	<i>19.700</i>
<i>Kommunen i alt</i>	<i>191.800</i>	<i>302.000</i>	<i>202.900</i>	<i>696.700</i>

OMSÆTNING I MIO. KR. I AALBORG KOMMUNE, 2016			
Område	Dagligvarer	Udvalgsvarer	I alt
Aalborg Midtby	743	1.903	2.646
City Syd	2.967	3.464	7.194
Aalborg i øvrigt		763	
Aalborg i alt	3.710	6.130	9.840
Nørresundby i alt	749	314	1.063
Nord i alt	351	96	447
Sydvest i alt	251	152	776
Sydøst i alt	227		
Sejlfjord i alt	146		
Hals i alt	285	65	350
Nibe i alt	176	131	307
Kommunen i alt	5.895	6.888	12.783

21.5 Forventet ny detailhandel

For at beregne og vurdere effekterne for den eksisterende detailhandel er omsætningen i den nye detailhandel vurderet. Omsætningen i den nye detailhandel er vurderet ved, på baggrund af udbygningsrammen fordelt på hovedbrancher og minimumsbutiksstørrelsen pr. butik. Omsætningen i den forventede detailhandel er vurderet med udgangspunkt i omsætningstal for tilsvarende detailhandel i Frederikshavn Kommune samt nøgletal fra andre analyser, som COWI har gennemført.

PLANLAGT UDBYGNINGSRAMME OG FORVENTET OMSÆTNING

Af tabellen nedenfor fremgår, hvordan udbygningsrammerne forventes udnyttet, og de hvad de samlede omsætninger i den nye detailhandel forventes at blive.

FORVENTET NY DETAILHANDEL I AFLASTNINGSOMRÅDET				
Hovedbranche	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særligt pladskrævende varegrupper
Udbygningsramme	1.700 m ²	25.000 m ²		
Bruttoetageareal	ca. 1.700 m ²	ca. 0 m ²	ca. 15.000 m ²	ca. 10.000 m ² , heraf ca. 5.000 m ² bilforhandlere
Omsætning pr. m² pr. år	ca. 35.000	ca. 14.000	ca. 12.500	ca. 10.000
Omsætning	ca. 60 mio. kr. pr. år	ca. 0 kr.	ca. 238 mio. kr. pr. år*	
*Ekskl. omsætningen i forhandlere af motorkøretøjer. Øvrig omsætning i butikker med særligt pladskrævende varegrupper er øvrig udvalgsvareomsætning.				

ANBEFALING OM MINIMUMSBUTIKSSTØRRELSE

For at sikre, at de udvalgsvarebutikker, der gives mulighed for i aflastningsområdet, i videst mulig omfang supplerer den eksisterende detailhandel i Frederikshavn bymidte, anbefales det, at der fastsættes en minimumsbutiksstørrelse for nye udvalgsvarebutikker i aflastningsområdet. En minimumsbutiksstørrelse for nye udvalgsvarebutikker i aflastningsområdet kan sammenholdes med størrelserne af de nuværende udvalgsvarebutiksstørrelser i Frederikshavn bymidte, som beskrevet i afsnit 21.5.

Det anbefales, at der fastsættes en minimumsbutiksstørrelse på ca. 750 kvm for nye udvalgsvarebutikker i aflastningsområdet. Eksisterende mindre butikker kan fortsætte som lovligt eksisterende. Dermed sættes rammerne for en tydelig rollefordeling mellem Frederikshavn bymidte og det udvidede aflastningsområde.

Selv om udvalgsvarebutikkerne i det udvidede aflastningsområde og udvalgsvarebutikkerne i Frederikshavn bymidte vil adskille sig fra hinanden på butiksstørrelserne, kan det ikke undgås, at der vil blive overlappende varegrupper. Store udvalgsvarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper med

en butiksdel til øvrige udvalgsvarer har ofte et bredt sortiment, og vil derfor på nogle varegrupper blive konkurrenter til Frederikshavn bymidtes mindre udvalgswarebutikker.

Graden af overlap vil blive mindre med minimumsbutiksstørrelsen end uden minimumsbutiksstørrelsen. Minimumsbutiksstørrelsen på ca. 750 m² på udvalgswarebutikkerne vil f.eks. betyde, at der i aflastningsområdet ikke vil blive etableret mindre beklædningsbutikker, som er en kernebranche i Frederikshavn bymidte, men at der samtidig vil være mulighed for at etablere større udvalgswarebutikker, som ikke findes i Frederikshavn Kommune i dag.

FORVENTET OMSÆTNING PR. KVM

Dagligvarebutikkerne i Frederikshavn Kommune omsatte i gennemsnit for ca. 34.000 kr. pr. kvm i 2017. Placeringen ved det overordnede vejnet kan betyde en højere omsætning pr. kvm i nogle butikker end gennemsnittet. På den anden side er der allerede fem store dagligvarebutikker langs Hjørringvej. En ny stor dagligvarebutik vil derfor i høj grad være konkurrenceudsat, hvilket kan betyde en lavere omsætning pr. kvm end gennemsnittet. Omsætningen i en dagligvarebutik afhænger i høj grad kædetilknytningen. Samlet set vurderes det, at nye dagligvarebutikker i aflastningsområdet vil opnå en omsætning pr. kvm pr. år svarende til gennemsnittet i Frederikshavn Kommune.

Udvalgswarebutikkerne i Frederikshavn Kommune omsatte i gennemsnit for ca. 14.000 kr. pr. kvm i 2017. De nye udvalgswarebutikker i aflastningsområdet vil være store udvalgswarebutikker. Det taler for en lavere omsætning pr. kvm end gennemsnittet i Frederikshavn Kommune. En udbygning med ca. 15.000 kvm øvrige udvalgswarebutikker og ca. 10.000 kvm butikker med særligt pladskrævende varegrupper, heraf 5.000 kvm bilforhandlere, er en væsentlig udbygning, som vil medføre en stor konkurrencepåvirkning på de eksisterende butikker. Det taler for en lavere omsætning pr. kvm. På den anden side forventes det, at en stor del af de nye udvalgswarebutikkerne vil være kædebutikker, som typisk har en højere omsætning pr. kvm end de uafhængige butikker. Det taler for en omsætning pr. kvm, der er højere end gennemsnittet i Frederikshavn Kommune. Samlet set vurderes det, at de nye udvalgswarebutikker i aflastningsområdet vil have en lidt lavere omsætning pr. kvm end det gennemsnitlige niveau i Frederikshavn Kommune.

Det er kendetegnende for butikker med særligt pladskrævende varegrupper som f.eks. byggemarkeder, at de har en væsentligt lavere omsætning pr. kvm end øvrige udvalgswarebutikker. Det vurderes, at nye butikker med særligt pladskrævende varegrupper i aflastningsområdet vil opnå en omsætning på ca. 10.000 kr. pr. kvm pr. år.

En del af arealrammen til udvalgswarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper må forventes at blive udnyttet af nye bilforhandlere. Bilforhandlere og andre forhandlere af motorkøretøjer er en særlig underbranche, som ikke konkurrerer med den øvrige detailhandel.

HORISONTÅR

Der er tale om en stor udbygningsramme på i alt 26.700 kvm. Det forventes, at

udbygningsrammen udnyttes gradvist over en længere periode. Horisontåret, dvs. året, hvor den nye detailhandel forventes realiseret, er derfor defineret som år 2030 svarende til slutåret for indeværende planperiode.

21.6 Geografisk udvidelse af aflastningsområdet

Det eksisterende aflastningsområdes afgrænsning, og udvidelsen som i princippet, er vist på kortet nedenfor. Udvidelserne består af tre områder. Aflastningsområdet udvides med områder med følgende grundarealer:

- > ca. 4.250 kvm nord for Hjørringvej. Området er i dag udlagt til butikker med særligt pladskrævende varegrupper.
- > ca. 8.850 kvm vest for Suensonvej og syd for Møllecentret. Området er i dag delvist udlagt som lokalcenter.
- > ca. 300.000 kvm langs den sydlige side af Hjørringvej og frem til Flade Kirkevej mod vest.

Udvidelsesområdet indeholder den tidligere lysfabriksbygning på Niels Bohrs Vej. Bygningen er opført i år 2000 med stor loftshøjde og en stor og markant glasfacade ud mod Hjørringvej. Bygningen har et areal på ca. 12.600 kvm. Med udvidelsen af aflastningsområdet sættes rammerne for en udnyttelse af bygningen til detailhandelsformål.



21.7 Tilgængeligheden til aflastningsområdet

Årsdøgns trafikken ved Hjørringvej, umiddelbart øst for Flade Kirkevej, blev i 2016 målt til knap 7.950 kvm. På Hjørringvej, i det østlige ben i rundkørslen Hjørringvej-Suderbovej-Knivholtvej, blev årsdøgns trafikken i 2012 målt til ca. 7.800. Tallene viser, at mange bilister dagligt kører forbi aflastningsområdet. De mange gratis og tidsubegrænsede parkeringspladser i aflastningsområdet bidrager til områdets gode biltilgængelighed. Placeringen ved det overordnede vejnet og den primære indfaldsvej fra vest bidrager til en høj fremkommelighed for bilister.

Tilgængeligheden til aflastningsområdet for rejsende med kollektiv transport er god. På strækningen ad Hjørringvej fra Flade Kirkevej til Rimmens Alle er der 4 busstoppesteder. I og ved aflastningsområdet er der i alt 9 busstoppesteder.

Tilgængeligheden til aflastningsområdet for bløde trafikanter er god. Der er kombineret cykel- og gangsti langs Hjørringvej og cykelbaner langs Knivholtvej og Suderbovej. Langs de mindre sideveje i selve aflastningsområdet er der generelt hverken fortov eller cykelbane. Der er kun én fodgængovergang på Hjørringvej i aflastningsområdet. Ved de to rundkørsler er der tilbagetrukket stikrydsning. Aflastningsområdet grænser op til en række boligområder, men aflastningsområdets placering på kanten af byen betyder, at det for mange cyklister og fodgængere er mere oplagt at købe ind i bymidten pga. kortere afstand.

Samlet set betyder aflastningsområdets karakter og placering, at det har en overordnet karakter som et bilorienteret indkøbssted, med særdeles god tilgængelighed for bilister, god tilgængelighed for rejsende med kollektiv transport og overordnet set god tilgængelighed for cyklister og gående.

21.8 Effekter for den eksisterende detailhandel

I det følgende beskrives de vurderede og beregnede effekter for den eksisterende detailhandel i horisontåret, dvs. år 2030, ved en udvikling i forbruget og dermed omsætningen i det eksisterende butikker som beskrevet i maksimumscenariet i afsnit 18 og en udbygning af aflastningsområdet, som beskrevet i afsnit 21.5. En fuld udbygning af aflastningsområdet i Hjørring indgår i beregningerne af effekterne.

Det er væsentligt, at være opmærksom på, at der er taget udgangspunkt i en udvikling i forbruget jf. maksimumscenariet, dvs. en udvikling hvor væksten i e-handlen aftager, hvor privatforbruget stiger moderat, hvor turismen stiger, og hvor Frederikshavn Kommune erobrer markedsandele. Hvis udviklingen bliver mindre positiv, så bliver effekterne for den eksisterende detailhandel større.

OPLAND OG INFLUENSOMRÅDE

Frederikshavn har en handelsbalance på ca. 124 % for dagligvarer og ca. 129 % for udvalgsvarer. Overskuddene på handelsbalancerne viser, at detailhandlen i Frederikshavn betjener et større opland end selve byen. Oplandet til aflastningsområdet vurderes at udgøre et område svarende til Frederikshavn Kommune. Aflastningsområdets influensområde vurderes at strække sig ind i nabokommunerne.

DEFINITION: OPLAND OG INFLUENSOMRÅDE

Borgere i oplandet lægger over halvdelen af deres forbrug i oplandet. Borgere udenfor oplandet lægger mindre end halvdelen af deres forbrug i oplandet.

Ny detailhandel vil som oftest hente størstedelen af sin omsætning fra oplandet, som den nye detailhandel ligger i. Ny detailhandel kan også hente omsætning fra butikker udenfor oplandet. Hele området, som den nye detailhandel henter omsætning fra betegnes som influensområdet.

EFFEKTER FOR DAGLIGVAREHANDLEN

I dette afsnit beskrives effekterne af en udbygning med dagligvarebutikker som vist i tabellen nedenfor.

FORVENTET NY DAGLIGVAREHANDEL I AFLASTNINGSOMRÅDET	
Hovedbranche	Dagligvarer
Udbygningsramme	1.700 m ²
Bruttoetageareal	ca. 1.700 m ²
Omsætning pr. m² pr. år	ca. 35.000 kr.
Omsætning	ca. 60 mio. kr. pr. år
*Ekskl. omsætningen i forhandlere af motorkøretøjer. Øvrig omsætning i butikker med særligt pladskrævende varegrupper er øvrig udvalgsvareomsætning.	

Etableringen af nye dagligvarebutikker medfører ikke, at borgerne bruger flere penge på dagligvarer end tidligere. Derfor vurderes omsætningen at blive hentet fra eksisterende butikker. Nogle kunder, der i dag handler i de eksisterende dagligvarebutikker i Frederikshavn og andre steder vil i stedet benytte de nye dagligvarebutikker. Dagligvarer købes i høj grad lokalt nær bopælen, herunder i forbindelse med pendling til og fra arbejde. Erfaringsmæssigt vil den største del af omsætningen i en ny dagligvarebutik blive hentet fra de nærmeste dagligvarebutikker. Ud over afstanden, synligheden og tilgængeligheden er butikstypen og sammenligneligheden af varesortimentet en afgørende faktor for, hvorfra en ny dagligvarebutik henter sin omsætning. Disse faktorer ligger til grund for vurderingen af omsætningsreduktionerne i de eksisterende dagligvarebutikker. En ny stor dagligvarebutik som f.eks. en discountbutik vil i overvejende grad hente sin omsætning fra andre store dagligvarebutikker som discountbutikker, supermarkeder og varehuse og kun i begrænset grad fra små dagligvarebutikker som bagerer, slagtere, apoteker, blomsterhandlere og lignende.

Hvorfra de nye dagligvarebutikker i aflastningsområdet forventes at hente deres omsætning, og hvad effekterne forventes at blive, er opsummeret i tabellen på s. 164 og i det følgende beskrevet for hvert geografiske område.

DEFINITION: EFFEKTER FOR EKSISTERENDE DETAILHANDEL

Nedgangen i omsætningen i den eksisterende detailhandel set ift. den eksisterende detailhandels omsætning udtrykker effekterne for den eksisterende detailhandel.

En begrænset omsætningsnedgang i kr. kan i nogle tilfælde, f.eks. for en mindre butik, have en væsentlig effekt. Omvendt kan en væsentlig omsætningsnedgang i kr. i nogle tilfælde, f.eks. for en stor butik, have en begrænset effekt.

Den beregnede effekt tager ikke højde for den eksisterende detailhandels robusthed. Eksempelvis kan en butik i forvejen være udfordret økonomisk, og selv en mindre omsætningsnedgang med en begrænset beregnet effekt kan have en væsentlig faktisk effekt.

Effekter for dagligvarehandlen i aflastningsområdet

Erfaringsmæssigt vil den største del af omsætningen i en ny dagligvarebutik blive hentet fra de nærmeste dagligvarebutikker. Der er allerede 4 store dagligvarebutikker i aflastningsområdet. Det forventes, at den årlige omsætning i de eksisterende dagligvarebutikker i aflastningsområdet stiger til ca. 225 mio. kr. i 2030, hvis der ikke sker ændringer i butiksstrukturen, herunder en udbygning af aflastningsområdet.

Det vurderes, at en udvidelse af aflastningsområdet med ca. 1.700 kvm dagligvarebutik vil have følgende konsekvenser for den eksisterende dagligvarehandel i aflastningsområdet:

- > Det vurderes, at de nye dagligvarebutikker vil hente ca. 67 % af deres samlede omsætning eller ca. 40 mio. kr. pr. år fra de nuværende dagligvarebutikker i aflastningsområdet.
- > Nedgangen vurderes, at ville udgøre knap 18 % af de nuværende dagligvarebutikkers samlede omsætning i 2030.

Effekter for dagligvarehandlen i Frederikshavn bymidte

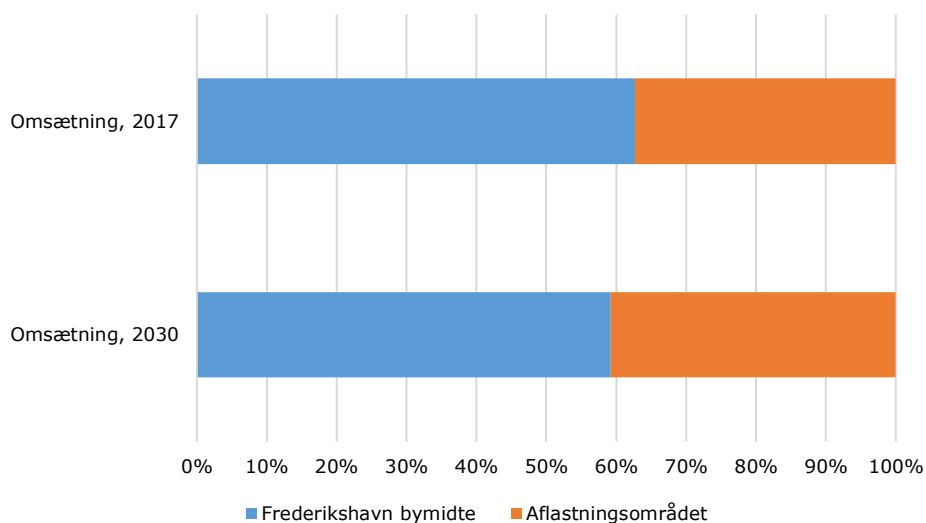
Yderligere dagligvarehandel i aflastningsområdet vil medføre en vis overførsel af dagligvareomsætning fra bymidten, hvilket har en direkte negativ indvirkning på bymidten. En ny stor dagligvarebutik vil som nævnt hente en stor del af sin omsætning fra dagligvarebutikkerne langs Hjørringvej. En del af kunderne i de nye dagligvarebutikker vil være kunder, der har erstattet indkøbsturen i de eksisterende dagligvarebutikker i bymidten, herunder i Føtex, Fakta, Spar og Rema 1000. Det forventes, at den årlige omsætning i de eksisterende dagligvarebutikker i Frederikshavn bymidte stiger til ca. 360 mio. kr. i 2030, hvis der ikke sker ændringer i butiksstrukturen.

Det vurderes, at en udvidelse af aflastningsområdet med ca. 1.700 kvm dagligvarebutik vil have følgende konsekvenser for den eksisterende dagligvarehandel i Frederikshavn bymidte:

- > Det vurderes, at de nye dagligvarebutikker vil hente ca. 10 % af deres samlede omsætning eller ca. 6 mio. kr. pr. år fra de nuværende dagligvarebutikker i bymidten.
- > Nedgangen vurderes, at ville udgøre knap 2 % af de nuværende dagligvarebutikkers samlede omsætning i 2030.

Figuren på næste side viser dagligvareomsætningen i Frederikshavn bymidte set i forhold til dagligvareomsætningen i aflastningsområdet i dag og som forventet i 2030 efter etableringen af yderligere ca. 1.700 kvm dagligvarebutikker. Det fremgår, at dagligvareomsætningen i Frederikshavn bymidte fortsat vil være større end dagligvareomsætningen i aflastningsområdet.

Styrkeforhold for dagligvarehandel før og efter udbygning



Effekter for dagligvarebutikker i de øvrige dele af Frederikshavn

Der er 10 store dagligvarebutikker i de øvrige dele af Frederikshavn, herunder Føtex, Aldi, Rema 1000 og Dagli' Brugsen, som i dag ikke har en butik i aflastningsområdet. Det forventes, at den årlige omsætning i de eksisterende dagligvarebutikker i de øvrige dele af Frederikshavn stiger til ca. 390 mio. kr. i 2030, hvis der ikke sker ændringer i butiksstrukturen.

Det vurderes, at en udvidelse af aflastningsområdet med ca. 1.700 kvm dagligvarebutik vil have følgende konsekvenser for den eksisterende dagligvarehandel i de øvrige dele af Frederikshavn by:

- > Det vurderes, at de nye dagligvarebutikker vil hente ca. 12 % af deres samlede omsætning eller ca. 7 mio. kr. pr. år fra de nuværende dagligvarebutikker i de øvrige dele af Frederikshavn.
- > Nedgangen vurderes, at ville udgøre knap 2 % af de nuværende dagligvarebutikkers samlede omsætning i 2030.

Ud af de ca. 7 mio. kr. pr. år vurderes det, at:

- > ca. 2 mio. kr. pr. år at blive hentet fra Aldi og Meny i bydelscentret ved Gamle Skagensvej samt Fakta i lokalcentret ved rundkørslen ved Apholmenvej,
- > ca. 2 mio. kr. pr. år vurderes at blive hentet fra Fakta og Netto i bydelscentret ved Koktvedvej, Dagli' Brugsen i lokalcentret på hjørnet af Elius Andersens Vej og L.P. Houmøllers Vej samt Netto, der ligger som enkeltstående butik ved Skøjtealeen og Europavej, og
- > ca. 3 mio. kr. pr. år vurderes at blive hentet fra Rema 1000 i lokalcentret ved Hjørringvej.

Grundet anonymitetshensyn er det ikke muligt at beskrive effekterne i de pågældende centerområder, men effekterne bliver begrænsede.

Effekter for dagligvarehandlen i de øvrige dele af Frederikshavn Kommune

De nærmeste store dagligvarebutikker i de øvrige dele af Frederikshavn Kommune er Fakta ved rundkørslen mellem Elling og Strandby, Dagli' Brugsen i Strandby og Gærum samt Hedebo Super i den nordlige del af Sæby. Derudover er der yderligere 20 store dagligvarebutikker i de øvrige dele af Frederikshavn Kommune. Det forventes, at den årlige omsætning i de eksisterende dagligvarebutikker i de øvrige dele af Frederikshavn Kommune stiger til ca. 1.155 mio. kr. i 2030, hvis der ikke sker ændringer i butiksstrukturen.

Det vurderes, at en udvidelse af aflastningsområdet med ca. 1.700 kvm dagligvarebutik vil have følgende konsekvenser for den eksisterende dagligvarehandel i de øvrige dele af Frederikshavn Kommune:

- > Det vurderes, at de nye dagligvarebutikker vil hente knap 8 % af deres samlede omsætning eller knap 5 mio. kr. pr. år fra de nuværende dagligvarebutikker i de øvrige dele af Frederikshavn Kommune.
- > Effekterne i Skagen, Sæby, Ålbæk, Elling, Strandby, Gærum, Jerup og de øvrige byer forventes at blive begrænsede og ikke over 1 % for hver af byerne.

Effekter for dagligvarehandlen udenfor Frederikshavn Kommune

Det, at dagligvarebutikker fortrinsvist handles lokalt, og det at der allerede i dag er 5 store dagligvarebutikker langs Hjørringvej og yderligere 9 store dagligvarebutikker i de øvrige dele af Frederikshavn, betyder, at nye dagligvarebutikker i aflastningsområdet kun vil hente en begrænset del af deres omsætning fra butikker udenfor Frederikshavn og en meget begrænset del udenfor Frederikshavn Kommune.

De nærmeste dagligvarebutikker udenfor Frederikshavn Kommune er Super Brugsen, Rema 1000 og Sindal Superland i Sindal ved rundkørslen ved hovedvejen mellem Frederikshavn og Hjørring. Ud af den del af de nye dagligvarebutikkers omsætning, der hentes udenfor Frederikshavn Kommune, så vurderes størstedelen af blive hentet fra Sindal.

Det vurderes, at en udvidelse af aflastningsområdet med ca. 1.700 kvm dagligvarebutik vil have følgende konsekvenser for den eksisterende dagligvarehandel i udenfor Frederikshavn Kommune:

- > Det vurderes, at de nye dagligvarebutikker vil hente ca. 3 % af deres samlede omsætning eller ca. 2 mio. kr. pr. år fra de nuværende dagligvarebutikker udenfor Frederikshavn Kommune.
- > Det vurderes, at størstedelen af de 2 mio. kr. hentes fra butikkerne i Sindal. Nedgangen vurderes, at ville udgøre under 1 % af de nuværende dagligvarebutikkers samlede omsætning i 2030.

EFFEKTER FOR DEN EKSISTERENDE DAGLIGVAREHANDEL, 2030						
Område	Kommune	Omsætning i 2030 uden udbygning	Nedgang i årlig oms. i eksisterende butikker		Andel af oms. i ny detailhandel	Afstand til ny detailhandel
Aflastningsområdet Hjørringvej Vest	Frederikshavn Kommune	ca. 225 mio. kr.	ca. 40 mio. kr.	ca. 18 %	ca. 67 %	0 km
Frederikshavn bymidte		ca. 361 mio. kr.	ca. 6 mio. kr.	ca. 2 %	ca. 10 %	ca. 3 km
Frederikshavn by i øvrigt		ca. 392 mio. kr.	ca. 7 mio. kr.	ca. 2 %	ca. 12 %	ca. 4 km
Sæby		ca. 372 mio. kr.	ca. 2 mio. kr.	< 1 %	ca. 3 %	ca. 15 km
Frederikshavn Kommune i øvrigt		ca. 322 mio. kr.	ca. 3 mio. kr.	< 1 %	ca. 3 %	-
Hjørring Kommune (særligt Sindal)	Hjørring Kommune	ca. 1.476 mio. kr.	ca. 2 mio. kr.	< 1 %	ca. 3 %	ca. 18 km

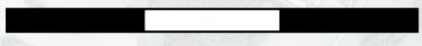
*Omsætningstallene udtrykker niveauer og ikke eksakte tal. Omsætningstallene er i 2017-priser. *Kan ikke oplyses af anonymitets-hensyn.*



Centerområder

- Bymidte
- Bydelscentre
- Lokalcentre
- Enkeltstående butikker
- Særligt pladskrævende varegrupper
- Aflastningsområde
- Stor dagligvarebutik

0 500 1000 1500 m



EFFEKTER FOR UDVALGSVAREHANDLEN

I dette afsnit beskrives effekterne ved en udbygning med udvalgswarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper, som angivet i tabellen nedenfor. I beregningerne er der jf. tabellen nedenfor taget udgangspunkt i gennemsnitlige butikker. De konkrete effekter vil afhænge af de konkrete butikker.

FORVENTET NY UDVALGSVAREHANDEL I AFLASTNINGSOMRÅDET			
Hovedbranche	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særligt pladskrævende varegrupper
Udbygningsramme	25.000 m ²		
Bruttoetageareal	ca. 0 m ²	ca. 15.000 m ²	ca. 10.000 m ² , heraf ca. 5.000 m ² bilforhandlere
Omsætning pr. m² pr. år	ca. 14.000	ca. 12.500	ca. 10.000
Omsætning	ca. 0 kr.	ca. 238 mio. kr. pr. år*	
*Ekskl. omsætningen i forhandlere af motorkøretøjer. Øvrig omsætning i butikker med særligt pladskrævende varegrupper er øvrig udvalgswareomsætning.			

Etableringen af nye udvalgswarebutikker kan flytte en begrænset del af borgerne forbrug tilbage til fysiske butikker fra netbutikker, men nye udvalgswarebutikker vil som udgangspunkt ikke medføre, at borgerne bruger væsentligt flere penge i detailhandlen. Omsætningen i de nye udvalgswarebutikker vil derfor i langt overvejende grad blive hentet fra eksisterende butikker.

Generelt har udvalgswarebutikker mere specialiserede varesortimenter og større oplande end dagligvarebutikker. Det betyder, at der med etableringen af udvalgswarebutikker er større mulighed for at holde mere af handlen hjemme i Frederikshavn Kommune end med etableringen af nye dagligvarebutikker.

En udbygning med ca. 26.700 kvm detailhandel ved Hjørringvej vil have store effekter for den eksisterende detailhandel. Den eksisterende detailhandel vil blive udsat for et øget konkurrencepres, og det er sandsynligt, at der vil ske butikslukninger som følge heraf.

Effekter for udvalgswarehandlen i aflastningsområdet ved Hjørringvej

I og ved aflastningsområdet er der i dag 3 beklædningsbutikker, 21 øvrige udvalgswarebutikker og 2 butikker med særligt pladskrævende varegrupper, der også forhandler øvrige udvalgsvarer. Det i forvejen store udbud af udvalgsvarer ved Hjørringvej betyder, at der sandsynligvis vil være et væsentligt overlap mellem varegrupperne og et vist overlap i varesortimentet i de eksisterende udvalgswarebutikker og de nye udvalgswarebutikker. Det betyder, at de nye udvalgswarebutikker vil hente en stor del af deres omsætning lokalt fra butikkerne

ved Hjørringvej. Den årlige udvalgsvareomsætning i aflastningsområdet nuværende butikker vurderes, at stige til ca. 350 mio. kr. i 2030, hvis der ikke sker ændringer i butiksstrukturen, herunder en udbygning af aflastningsområdet.

Det vurderes, at en udvidelse af aflastningsområdet med i alt ca. 20.000 kvm udvalgsvarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper med salg af øvrige udvalgsvarer vil have følgende konsekvenser for den eksisterende udvalgsvarehandel i aflastningsområdet:

- > Det vurderes, at ca. 39 % af udvalgsvareomsætningen i de nye butikker eller ca. 92 mio. kr. pr. år vil blive hentet fra lignende butikker med tilsvarende varegrupper og med placeringer i aflastningsområdet.
- > Nedgangen vurderes, at ville udgøre ca. 26 % af den samlede udvalgsvareomsætning i aflastningsområdet i 2030.
- > Den samlede udvalgsvareomsætning i det udvidede aflastningsområde vurderes, at stige til ca. 495 mio. kr. pr. år.

Effekter for udvalgsvarehandlen i Frederikshavn bymidte

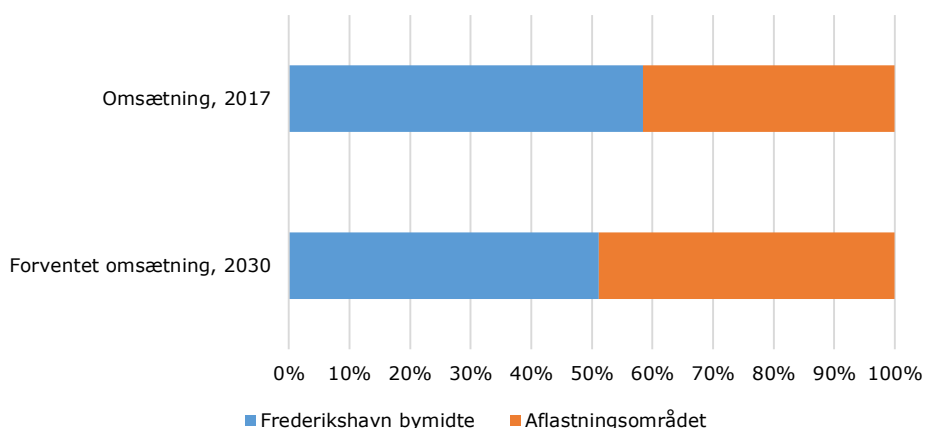
Udvalgsvarebutikkerne i Frederikshavn bymidte er mindre end de nye udvalgsvarebutikker i aflastningsområdet, og der er en høj andel af beklædningsbutikker i bymidten. Forskellen i butiksstørrelsen vil som nævnt begrænse konkurrencen mellem bymidtens udvalgsvarehandel og de nye udvalgsvarebutikker i aflastningsområdet, men der vil fortsat være konkurrence mellem de nye udvalgsvarebutikker i aflastningsområdet og bymidtens butikker. Den årlige udvalgsvareomsætning i Frederikshavn bymidte vurderes, at stige til ca. 505 mio. kr. i 2030, hvis aflastningsområdet ikke udvides.

Det vurderes, at en udvidelse af aflastningsområdet med i alt ca. 20.000 kvm udvalgsvarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper med salg af øvrige udvalgsvarer vil have følgende konsekvenser for den eksisterende udvalgsvarehandel i Frederikshavn bymidte:

- > Det vurderes, at ca. 13 % af udvalgsvareomsætningen i de nye butikker eller ca. 32 mio. kr. pr. år vil blive hentet fra butikker i Frederikshavn bymidte.
- > Nedgangen vurderes, at ville udgøre ca. 6 % af den samlede udvalgsvareomsætning i Frederikshavn bymidte i 2030.

Figuren på næste side viser udvalgsvareomsætningen i Frederikshavn bymidte set i forhold til udvalgsvareomsætningen i aflastningsområdet i dag og som forventet i 2030 efter etableringen af yderligere ca. 10.000 kvm udvalgsvarebutikker og ca. 5.000 kvm butikker med særligt pladskrævende varegrupper (ekskl. forhandlere af motorkøretøjer). Det fremgår, at udbygningen af aflastningsområdet forventes at medføre, at udvalgsvareomsætningen i aflastningsområdet vil overstige udvalgsvareomsætningen i Frederikshavn bymidte.

Styrkeforhold for udvalgsvarer og særligt pladskrævende varegrupper (ekskl. forhandlere af motorkøretøjer) før og efter udbygning



Afledte effekter for udvalgsvarehandlen i Frederikshavn bymidte

Tilbagegang i dagligvarehandlen i Frederikshavn bymidte vil have en afledt negativ effekt for bymidtens udvalgsvarebutikker.

De afledte effekter ved en udnyttelse af udbygningsrammen på ca. 1.700 kvm til dagligvarebutikker afhænger af, hvordan udbygningsrammen konkret udnyttes. En dagligvarebutik på 1.200 kvm har kun et begrænset udvalg af udvalgsvarer. Andelen af omsætningen i en dagligvarebutik på ca. 1.200 kvm, som kan henføres til salg af udvalgsvarer vurderes at udgøre ca. 0-2 %. Det er uvist, hvordan udbygningsrammen vil blive udnyttet. I beregningerne er det forudsat, at hele omsætningen, der kan henføres til udnyttelsen af udbygningsrammen til dagligvarebutikker, er dagligvareomsætning. Derfor vil de direkte effekter for den eksisterende udvalgsvarehandel være begrænsede.

Fakta og Spar i Frederikshavn bymidte fungerer i dag som ankerbutikker i direkte tilknytning til hovedhandelsgaden. Føtex ligger godt 200 m fra Søndergade og vurderes på grund af sin størrelse, at udgøre den primære ankerbutik og tiltrække kunder fra et større opland. Føtex har også en butiksdel med udvalgsvarer og en væsentlig udvalgsvareomsætning, som vil blive påvirket, hvis Føtex mister dagligvareomsætning. Rema 1000 har en placering i udkanten af Frederikshavn bymidte, men er også med til at understøtte udvalgsvarehandlen i Frederikshavn bymidte.

Normalt vil udflytning af dagligvarehandel fra en bymidte betyde en lavere kundestrøm i en bymidte – og dermed færre afledte køb i de nærmeste udvalgsvarebutikker. Det vurderes, at udflytningen af dagligvarehandel fra Frederikshavn bymidte til aflastningsområdet vil medføre, at hyppige og mindre indkøbsture erstattes med færre og større indkøbsture. Et regneeksempel illustrerer effekterne for kundestrømmen: Hvis der købes dagligvarer for ca. 225-300 kr. pr. indkøbstur, så svarer det til i alt ca. 200-260.000 besøgende pr. år i de nye dagligvarebutikker. Det vurderes, at omsætningsnedgangen vil medføre ca. 30-40.000 færre indkøbsture om året til Frederikshavn bymidte. Til sammenligning

var der ca. 42.000 besøgende i 2010 til Tordenskjoldsdage i Frederikshavn. En dagligvarebutik skaber dermed en betydelig kundestrøm.

Normalt køber 10-15 % af kunderne både dagligvarer og udvalgsvarer på en tur til en bymidte med et attraktivt udbud af dagligvare- og udvalgsvarebutikker og med korte afstande mellem dagligvarebutikker og udvalgsvarebutikker. Andelen af kombinationsture er eksempelvis ca. 10 % for indkøbsture til Hjørring bymidte. Andelen vurderes, at ligge på samme niveau i Frederikshavn bymidte. Det vurderes, at der generelt bruges ca. dobbelt så mange penge på udvalgsvarer som på dagligvarer på en indkøbstur, der involverer køb af dagligvarer og udvalgsvarer.

Udflytningen af dagligvarehandlen vurderes, at kunne medføre et afledt tab i den årlige udvalgsvareomsætning i Frederikshavn bymidte på ca. 1-5 mio. kr. eller en omsætningsnedgang på op til ca. 1 %. Dermed er det ikke givet, at den årlige omsætningsreduktion faktisk bliver 1-5 mio. kr. Da Frederikshavn bymidte fortsat vil være et stort udvalgsvareudbudspunkt i Frederikshavn Kommune, er det sandsynligt, at borgerne fortsat vil handle udvalgsvarer i bymidten – blot i forbindelse med andre indkøbsture.

Udflytningen af dagligvarehandel fra Frederikshavn bymidte vil også have negative effekter for de øvrige kundeorienterede funktioner i Frederikshavn bymidte. Kundeorienterede funktioner som f.eks. spisesteder, caféer, klinikker, mv og visse liberale erhverv er også afhængige af en kundestrøm og har fordel af en samlokalisering med store dagligvarebutikker. Effekterne for de øvrige kundeorienterede funktioner i Frederikshavn bymidte vil også afhænge af, om der gives mulighed for øvrige kundeorienterede funktioner i aflastningsområdet.

Samlet vurdering af effekterne for Frederikshavn bymidte

En nedgang i den årlige udvalgsvareomsætning i Frederikshavn bymidte på ca. 35 mio. kr. eller ca. 6 % vil være mærkbar. Omsætningsnedgangen vil ikke blive ligeligt fordelt over alle udvalgsvarebutikkerne. Øvrige udvalgsvarebutikker vil blive ramt hårdere end beklædningsbutikkerne. Indenfor øvrige udvalgsvarer vil der sandsynligvis være enkelte butikker, der rammes særligt hårdt som følge af et overlap mellem varegrupperne. Det vides ikke, hvilke butikker der vil blive etableret i aflastningsområdet, men der vil sandsynligvis være en overvægt af boligudstøvsbutikker. Blandt den eksisterende detailhandel vil det derfor sandsynligvis være boligudstøvsbutikker, der påvirkes mest.

Som beskrevet er der en høj tomgangsprocent i dele af Frederikshavn bymidte i dag. En udbygning ved Hjørringvej kan medføre butikslukninger i bymidten og flere tomme butikslokaler i Frederikshavn bymidte. Det vil kræve en større indsats at få aktiveret de flere tomme lokaler. Den høje tomgangsprocent i dele af Frederikshavn bymidte indikerer, at dele af Frederikshavn bymidte er udfordret i dag. En udbygning af aflastningsområdet vil udfordre Frederikshavn bymidte yderligere. Endvidere er det vigtigt, at huske på at maksimumscenariet udtrykker den mest optimistiske udvikling i rammebetingelserne for detailhandlen. Hvis f.eks. væksten i e-handlen bliver større og privatforbruget mindre end antaget, så bliver de samlede effekter for Frederikshavn bymidte større.

Effekter for udvalgs varehandlen i de øvrige dele af Frederikshavn

Udvalgs varebutikkerne i Frederikshavn er koncentreret i Frederikshavn bymidte og i aflastningsområdet. Der er 18 udvalgs varebutikker i de øvrige dele af Frederikshavn. Hovedparten er øvrige udvalgs varebutikker. Der er kun få beklædningsbutikker i de øvrige dele af Frederikshavn. Den samlede årlige udvalgs vareomsætning i de øvrige dele af Frederikshavn vurderes at stige til godt 55 mio. kr. i 2030, hvis det ikke sker ændringer i butiksstrukturen.

Det vurderes, at en udvidelse af aflastningsområdet med i alt ca. 20.000 kvm udvalgs varebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper med salg af øvrige udvalgs varer vil have følgende konsekvenser for den eksisterende udvalgs varehandel i de øvrige dele af Frederikshavn by:

- > Det vurderes, at ca. 2 % af udvalgs vareomsætningen i de nye butikker eller ca. 5 mio. kr. pr. år vil blive hentet fra butikker i de øvrige dele af Frederikshavn.
- > Nedgangen vurderes dermed, at ville udgøre knap 9 % af den samlede udvalgs vareomsætning i de øvrige dele af Frederikshavn i 2030.

Effekter for udvalgs varehandlen i Skagen

Skagen bymidte er det største udbudspunkt for udvalgs varer i Frederikshavn Kommune udenfor Frederikshavn by. Skagen ligger godt 40 km fra Frederikshavn, og de fleste udvalgs varebutikker i Skagen adskiller sig væsentligt fra de forventede nye udvalgs varebutikker i det udvidede aflastningsområde. Mange af udvalgs varebutikkerne i Skagen har turister som en væsentlig del af kundegrundlaget. Turisterne vil uanset udbygningen af aflastningsområdet med yderligere boxbutikker fortsat prioritere indkøb i Skagens bymidte.

Butikker som Jysk og Jem og Fix i lokalcentret ved Kattegatvej i Skagen forhandler varegrupper, der vurderes at ville overlape med varegrupperne i den nye detailhandel i aflastningsområdet. Det vurderes, at de skagboerne, der vil vælge at købe ind i de nye udvalgs varebutikker, vil være borgere, der før var kunder i andre udvalgs varebutikker udenfor Skagen, herunder i Frederikshavn. Det vurderes overordnet set, at den relativt lange afstand til Frederikshavn og de begrænsede overlap i butiksprofilerne betyder, at detailhandlen i Skagen kun i mindre grad vil afgive omsætning til de nye udvalgs varebutikker i aflastningsområdet. Den samlede årlige udvalgs vareomsætning i Skagen vurderes, at stige til godt 410 mio. kr. i 2030, hvis det ikke sker ændringer i butiksstrukturen.

Det vurderes, at en udvidelse af aflastningsområdet med i alt ca. 20.000 kvm udvalgs varebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper med salg af øvrige udvalgs varer vil have følgende konsekvenser for den eksisterende udvalgs varehandel i Skagen by:

- > Det vurderes, at ca. 3 % af udvalgs vareomsætningen i de nye butikker eller ca. 7 mio. kr. pr. år vil blive hentet fra butikker i Skagen.
- > Nedgangen vurderes, at ville udgøre knap 2 % af den samlede udvalgs vareomsætning i Skagen.

Effekter for udvalgsvarerhandlen i Sæby

Udvalgsvarerhandlen i Sæby er karakteriseret ved forholdsvis små butiksstørrelser, hvor turister udgør en væsentlig del af kundegrundlaget. Det vurderes, at den relativt store turismeafledte omsætning i Sæby betyder, at detailhandlen i Sæby er mindre følsom overfor en udbygning af aflastningsområdet i Frederikshavn. De enkelte større møbel- og boligudstøvsbutikker samt byggemarkedet vurderes dog, at ville være i konkurrence med de nye udvalgsvarerbutikker i aflastningsområdet. Den samlede årlige udvalgsvareromsætning i Sæby vurderes, at stige til godt 195 mio. kr. i 2030, hvis aflastningsområdet ikke udvides.

Det vurderes, at en udvidelse af aflastningsområdet med i alt ca. 20.000 kvm udvalgsvarerbutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper med salg af øvrige udvalgsvarer vil have følgende konsekvenser for den eksisterende udvalgsvarerhandel i Sæby:

- > Det vurderes, at ca. 3 % af udvalgsvareromsætningen i de nye butikker eller ca. 8 mio. kr. pr. år vil blive hentet fra butikker i Sæby.
- > Nedgangen vurderes, at ville udgøre ca. 4 % af den samlede udvalgsvareromsætning i Sæby i 2030.

Samtidig med at udvidelsen af aflastningsområdet i Frederikshavn vil få negative effekter for detailhandlen i Sæby, så er det også sandsynligt, at de nye butikker i Frederikshavn vil tiltrække kunder fra Sæby, som før købte ind i Aalborg. Dermed vil udvidelsen af aflastningsområdet i Frederikshavn kunne bidrage til at afholde borgere i Sæby fra at lægge deres forbrug udenfor Frederikshavn Kommune.

Effekter for udvalgsvarerhandlen i de øvrige dele af Frederikshavn Kommune

I hver af byerne Ålbæk, Strandby og Elling, Østervrå og Jerup er der også mindre koncentrationer af udvalgsvarerbutikker. Udvalgsvarerbutikkerne er kendetegnet ved relativt små butikker, og det vurderes, at de nye udvalgsvarerbutikker i aflastningsområdet vil adskille væsentligt fra de nye udvalgsvarerbutikker. Konkurrencepåvirkningen bliver dermed begrænset.

Det vurderes, at en udvidelse af aflastningsområdet med i alt ca. 20.000 kvm udvalgsvarerbutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper med salg af øvrige udvalgsvarer vil have følgende konsekvenser for den eksisterende udvalgsvarerhandel i de øvrige dele af Frederikshavn Kommune:

- > Det vurderes, at ca. 3 % af udvalgsvareromsætningen i de nye butikker eller ca. 8 mio. kr. pr. år vil blive hentet fra butikker i de øvrige dele af Frederikshavn Kommune.
- > Effekterne i Østervrå, Dybvad, Ålbæk, Elling, Strandby, Gærum, Jerup og de øvrige byer forventes at blive forholdsvis begrænsede og højst 6 % for hver af byerne.

Effekter for udvalgsvarerhandlen i Hjørring Kommune

Som beskrevet i afsnit 5, så har den regionale konkurrence været stigende i de

senere år. Detailhandlen langs Frederikshavnsvej i Hjørring er blevet udbygget, nyetableringer er undervejs, og udbygningen ventes at forsætte i de kommende år. Hjørring udgør den væsentligste konkurrerende handelsby til Frederikshavn, og detailhandlen langs Frederikshavnsvej i Hjørring udgør sandsynligvis det væsentligste konkurrerende indkøbssted til detailhandlen langs Hjørringvej i Frederikshavn. En udbygning af detailhandlen langs Hjørringvej i Frederikshavn vil bidrage til, at borgere i Frederikshavn Kommune, der i dag kører til Hjørring for at købe ind, i fremtiden køber ind i butikkerne i Frederikshavn Kommune. En udbygning af detailhandlen langs Hjørringvej vil også i mindre grad kunne bidrage til, at borgere fra den østlige del af Hjørring Kommune vælger at købe ind i Frederikshavn.

Det vurderes, at en udvidelse af aflastningsområdet med i alt ca. 20.000 kvm udvalgswarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper med salg af øvrige udvalgsvarer vil have følgende konsekvenser for den eksisterende udvalgswarehandel i Hjørring Kommune:

- > Det vurderes, at ca. 16 % af udvalgswareomsætningen i de nye butikker eller ca. 37 mio. kr. pr. år vil blive hentet fra butikker i og ved aflastningsområdet i Hjørring.
- > Nedgangen vurderes, at ville udgøre ca. 7 % af den samlede udvalgswareomsætning i butikkerne i og ved aflastningsområdet i Hjørring.
- > Det vurderes, at ca. 3 % af udvalgswareomsætningen i de nye butikker eller ca. 7 mio. kr. pr. år vil blive hentet fra butikker i Hjørring bymidte.
- > Nedgangen vurderes, at ville udgøre ca. 1 % af den samlede udvalgswareomsætning i butikkerne i Hjørring bymidte.

Effekter for udvalgswarehandlen i Brønderslev Kommune

Udbygningen af detailhandlen langs Hjørringvej kan betyde, at Frederikshavn bliver en mere attraktiv handelsby for borgerne i Brønderslev Kommune. Det vil især være borgerne i den østlige del af Brønderslev Kommune, herunder Dronninglund og Hjallerup, som vil få et større incitament til at vælge indkøbsturen til Frederikshavn. For borgerne i Brønderslev og omegn gælder, at Hjørring og Aalborg fortsat vil være bedre tilgængelige end Frederikshavn. Derfor vurderes det, at udbygningen af aflastningsområdet i Frederikshavn kun vil flytte en begrænset omsætning fra Brønderslev til Frederikshavn, og at effekterne bliver marginale.

Det vurderes, at en udvidelse af aflastningsområdet med i alt ca. 20.000 kvm udvalgswarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper med salg af øvrige udvalgsvarer vil have følgende konsekvenser for den eksisterende udvalgswarehandel i Brønderslev Kommune:

- > Det vurderes, at ca. 4 % af udvalgswareomsætningen i de nye butikker eller ca. 9 mio. kr. pr. år vil blive hentet fra butikker Brønderslev Kommune

- > Nedgangen i hver af byerne Brønderslev, Dronninglund, Hjallerup og de øvrige dele af Brønderslev Kommune bliver højst 3 %. Den forventede effekt bliver størst i Dronninglund.

Effekter for udvalgsvarehandlen i Aalborg Kommune

Aalborg er Nordjyllands regionale handelscenter. Aalborg bymidte og aflastningsområdet City Syd rummer et markant større butiksudbud end regionens øvrige handelsbyer. Aalborg Kommune har en handelsbalance for udvalgsvarer på 131 %, hvilket bl.a. skyldes at butikkerne i Aalborg bymidte og i City Syd tiltrækker kunder fra udenfor Aalborg Kommune, herunder Frederikshavn Kommune. Hvor stor en del af forbruget borgerne i Frederikshavn Kommune lægger i Aalborg er usikkert. En kundeinterviewundersøgelse og oplandsanalyse viser, at borgerne i Hjørring Kommune lægger ca. 7 % af deres udvalgsvarerforbrug i Aalborg Kommune. Andelen vurderes at ligge på samme niveau for Frederikshavn Kommune.

Det vurderes, at en udvidelse af aflastningsområdet med i alt ca. 20.000 kvm udvalgsvarebutikker og butikker med særligt pladskrævende varegrupper med salg af øvrige udvalgsvarer vil have følgende konsekvenser for den eksisterende udvalgsvarehandel i Aalborg Kommune:

- > Det vurderes, at ca. 1 % af udvalgsvareomsætningen i de nye butikker eller ca. 3 mio. kr. pr. år vil blive hentet fra butikker i Aalborg bymidte.
- > Nedgangen vurderes, at ville udgøre ca. 1 ‰ af den samlede udvalgsvareomsætning i butikkerne i Aalborg bymidte i 2030.
- > Det vurderes, at ca. 4 % af udvalgsvareomsætningen i de nye butikker eller ca. 10 mio. kr. pr. år vil blive hentet fra butikker i City Syd.
- > Nedgangen vurderes, at ville udgøre ca. 3 ‰ af den samlede udvalgsvareomsætning i butikkerne i City Syd i 2030.

EFFEKTER FOR DEN EKSISTERENDE UDVALGSVAREHANDEL, 2030						
Område	Kommune	Omsætning i år 2030 uden udbygning	Nedgang i årlig oms. i ek- sisterende butikker		Andel af oms. i ny detailhandel	Afstand til ny detailhandel
Aflastningsområdet Hjørringvej Vest	Frederikshavn Kommune	ca. 350 mio. kr.	ca. 92 mio. kr.	ca. 26 %	ca. 39 %	0 km
Frederikshavn bymidte		ca. 505 mio. kr.	ca. 32 mio. kr.	ca. 6 %	ca. 13 %	ca. 3 km
Frederikshavn by i øvrigt		ca. 57 mio. kr.	ca. 5 mio. kr.	ca. 9 %	ca. 2 %	ca. 4 km
Sæby		ca. 195 mio. kr.	ca. 8 mio. kr.	ca. 4 %	ca. 3 %	ca. 15 km
Frederikshavn Kommune i øv- rigt		ca. 133 mio. kr.	ca. 7 mio. kr.	ca. 5 %	ca. 3 %	-
Aflastningsområdet og området ved Frederikshavnsvej i Hjørring	Hjørring Kommune	ca. 522 mio. kr.	ca. 37 mio. kr.	ca. 7 %	ca. 16 %	ca. 27 km
Hjørring bymidte		ca. 842 mio. kr.	ca. 7 mio. kr.	ca. 1 %	ca. 3 %	ca. 30 km
Hjørring Kommune i øvrigt		ca. 797 mio. kr.	ca. 5 mio. kr.	< 1 %	ca. 2 %	-
Skagen	Frederikshavn Kommune	ca. 412 mio. kr.	ca. 7 mio. kr.	ca. 2 %	ca. 3 %	ca. 40 km
Brønderslev	Brønderslev Kommune	ca. 516 mio. kr.	ca. 5 mio. kr.	ca. 1 %	ca. 2 %	ca. 40 km
Dronninglund		ca. 115 mio. kr.	ca. mio. kr.	ca. 3 %	ca. 1 %	ca. 41 km
Hjallerup		ca. 90 mio. kr.	ca. mio. kr.	< 1 %	< 1%	ca. 43 km
Brønderslev Kommune i øvrigt		ca. 108 mio. kr.	ca. mio. kr.	< 1 %	< 1%	-
Nørresundby	Aalborg Kommune	ca. 358 mio. kr.	ca. mio. kr.	< 1 %	< 1%	ca. 63 km
Aalborg bymidte		ca. 2.165 mio. kr.	ca. mio. kr.	< 1 %	ca. 1 %	ca. 67 km
Aflastningsområdet City Syd i Aalborg SV		ca. 5.217 mio. kr.	ca. mio. kr.	< 1 %	ca. 1 %	ca. 70 km
Aalborg Kommune i øvrigt		ca. 3.936 mio. kr.	ca. mio. kr.	< 1 %	ca. 4 %	-
Netbutikker	-	-	ca. 10 mio. kr.	-	ca. 4 %	-

Omsætningstallene udtrykker niveauer og ikke eksakte tal. Omsætningstallene er i 2017-priser.

21.9 Oplandseffekt

Det er jf. § 11 e, stk. 4, nr. 3 i Planloven et krav ved udvidelse af et aflastningsområde, at der redegøres for oplandseffekten. Forskellen på handelsbalancen for Frederikshavn før og efter etableringen af ny detailhandel i det udvidede aflastningsområde defineres som udvidelsens oplandseffekt. Beregningerne viser, at den forventede nye detailhandel i udvidelsen af aflastningsområdet kun vil have en begrænset påvirkning på oplandseffekten for dagligvarer, men væsentlig påvirkning på oplandseffekten for udvalgsvarer.

Samlet set øges den årlige dagligvareomsætning i Frederikshavn med ca. 5 mio. kr. svarende til en stigning i handelsbalancen fra 149 % til 151 % svarende til en stigning på ca. 1 %. Den begrænsede påvirkning skyldes udvidelsens relativt begrænsede omfang, og at dagligvarer i høj grad købes lokalt nær bopælen. Omsætningen i den nye dagligvarebutik vil derfor i høj grad blive hentet fra de andre store dagligvarebutikker i Frederikshavn.

Den årlige udvalgsvareomsætning i Frederikshavn øges med ca. 110 mio. kr. Den nye udvalgsvarehandel har en væsentlig indvirkning på handelsbalancen. Det skyldes udbygningens betydelige omfang, og at det forventes, at den nye detailhandel vil bestå af udvalgsvarekæder, der bl.a. vil hente omsætning fra Hjørring og Aalborg. Beregningerne viser, at handelsbalancen vil stige fra 163 % til 180 % svarende til en stigning på ca. 10 %.

PÅVIRKNING AF FREDERIKSHAVNS OPLANDSEFFEKT						
		År 2017	År 2030 uden udvidelse	År 2030 med udvidelse	Ændring med udvidelse ift. uden udvidelse	Oms. der hentes i nabokommuner
Dagligvarer	Omsætning (ca. mio. kr. pr. år)	960	980	984	+5	2
	Forbrug (ca. mio. kr. pr. år)	645	650		-	-
	Handelsbalance (ca. %-point)	149	149	151	+2	-
Udvalgsvarer	Omsætning (ca. mio. kr. pr. år)	815	910	1020	+110	75
	Forbrug (ca. mio. kr. pr. år)	495	565		-	-
	Handelsbalance (ca. %-point)	163	161	180	+19	-

Værdierne er udtryk for niveauer og ikke eksakte tal. I beregningen af oplandseffekten er det det forudsat, at forbruget udvikler sig jf. maksimumscenariet. Omsætningen påvirkes både af den nye detailhandel og udviklingen i forbruget.

21.10 Konkurrenceeffekt

Ved redegørelse for udvidelse af et eksisterende aflastningsområde skal der ifølge § 11 e, stk. 4 i Planloven redegøres for priseniveauet af den pågældende udvidelse samt hvordan udvidelsen bidrager til et større vareudvalg.

Begreberne 'konkurrence' og 'lavere priser' er vanskelige at arbejde med i en planlægningsmæssig sammenhæng. I denne sammenhæng forstås effekterne af konkurrence i detailhandlen som øget produktivitet i detailhandlen, lavere priser, højere kvalitet af varerne, bedre service i butikkerne, større butiks- og vareudbud og bedre konkurrencekraft mellem byerne og til udlandet og nethandlen.

De forudgående beregninger af forbruget i oplandet til aflastningsområdet viser, at forbruget i maksimumscenariet forventes at stige frem mod 2030. Udviklingen i forbruget på lang sigt er usikker, men en stigning i forbruget uden en tilsvarende udbygning af butiksstrukturen eller stigning i omsætningen i de eksisterende butikker indebærer en stigning i efterspørgslen på varer uden en tilsvarende stigning i udbuddet af varer, hvilket, alt andet lige, fører til en stigning i priserne på varer. Med planlægningen for en udvidelse af det eksisterende aflastningsområde gives mulighed for nye butikker. En udbygning af butiksstrukturen kan medføre øget konkurrence mellem butikkerne til gavn for bl.a. forbrugere i form af lavere priser.

For at vurdere påvirkningen på konkurrencen, er Erhvervsstyrelsens økonomiske model benyttet. Resultatet giver en indikation af effekten på prisniveauet af udbygningen af butiksstrukturen i aflastningsområdet i kraft af, at butikkerne i aflastningsområdet forudsættes at bidrage til øget produktivitet og til mere effektiv konkurrence. Modellen viser, at det kan forventes, at priserne på dagligvarer og udvalgsvarer i oplandet vil falde. Priseniveauet anslås dog at blive 'uvæsentlig' for dagligvarer og 'lille' for udvalgsvarer.

Det vurderes, at planlægningen for udvidelsen af aflastningsområdet kan give mulighed for butikstyper, som er mere robuste ift. til struktur- og brancheudviklingen i detailhandlen, og som i højere grad matcher dele af de lokale borgeres efterspørgsel.

SAMLET VURDERING AF KONKURRENCEPÅVIRKNING

Det vurderes samlet set, at planlægningen for en udvidelse af aflastningsområdet i Frederikshavn kan bidrage til i begrænset grad at understøtte hensynet om en effektiv butiksstruktur. Hensynet til en effektiv butiksstruktur skal afvejes i forhold til hensynet til, at fremme et varieret butiksudbud og sikre en god tilgængelighed for alle trafikarter.

21.11 Påvirkning af bymiljøet i udvidelsen af aflastningsområdet

Der er i dag 37 butikker i aflastningsområdet, heraf 5 dagligvarebutikker. Anvendelserne i aflastningsområdet er en blanding af detailhandel og andre erhverv, herunder engroshandel, liberale erhverv og andre kundeorienterede erhverv. Det forventes fortsat at være tilfældet fremadrettet.

Det vurderes, at den nye bebyggelse til detailhandel ikke vil adskille sig væsentligt fra den hidtidige og omkringliggende bebyggelse. Anvendelsen vil heller ikke adskille sig fra de eksisterende anvendelser i området. Den yderligere detailhandel vil skabe en øget kundestrøm til aflastningsområdet, herunder særligt en øget biltrafik. Det er ikke gennemført kapacitetsberegninger, men Frederikshavn Kommune vurderer, at en udbygning af aflastningsområdet ikke vil give anledning til trafikale udfordringer, herunder kapacitetsmæssige udfordringer.

Store dagligvarebutikker, tiltrækker mange besøgende, og har stor betydning for de øvrige butikker og for bylivet. En ny stor dagligvarebutik med en omsætning på f.eks. 35 mio. kr. pr. år vil skabe en kundestrøm på ca. 140-230.000 besøgende pr. år. Til sammenligning var der ca. 42.000 besøgende i 2010 til Torden-skjoldsdage i Frederikshavn. En stor dagligvarebutik har således en stor indvirkning på bymiljøet.

Samlet set vurderes det, at udvidelsen af aflastningsområdet vil have en begrænset indvirkning på bymiljøet i aflastningsområdet, herunder i udvidelsen af aflastningsområdet.

21.12 Sammenfattende konsekvensvurdering

Jævnfør Vejledning om detailhandelsplanlægning er der udarbejdet et sammenfattende konsekvensvurderingsskema.

Da der er tale om en stor udbygning på 1.700 kvm dagligvarebutikker og 20.000 kvm butikker med salg af udvalgsvarer, så vurderes det, at aflastningsområdet vil blive udbygget over en længere årrække og frem mod 2030. Derfor er effekterne vurderet for horisontåret 2030 i stedet for på kort sigt.

SAMMENFATTENDE KONSEKVENSVURDERINGSSKEMA	
Hensyn	På langt sigt (år 2030)
Konkurrenceeffekt (step 3)	Dagligvarer: Uvæsentlig. Udvalgsvarer: Lille.
Påvirkning af butiksforsyningen i bymidten, de mindre oplandsbyer og i landdistrikterne (step 2)	Dagligvarer: Der flyttes ca. 6 mio. kr. fra bymidten til udvidelsen af aflastningsområdet. Der flyttes knap 58 mio. kr. fra oplandet til udvidelsen af aflastningsområdet. Udvalgsvarer: Der flyttes ca. 32 mio. kr. fra bymidten til udvidelsen af aflastningsområdet. Der flyttes ca. 152 mio. kr. fra oplandet til udvidelsen af aflastningsområdet.
Påvirkning af byens samlede oplandseffekt i forhold til nabokommuner (step 1)	Dagligvarer: Handelsbalancen forventes at stige fra 149 til 151. Udvalgsvarer: Handelsbalancen forventes at stige fra 163 til 180.

22 Bilag 1: Manglende kæder

TILSTÆDEVÆRELSE AF KÆDER I FREDERIKSHAVN KOMMUNE, 2018, OG HJØRRING, 2017						
Kæde	Branche	Hjørring	Fr. Havn	Skagen	Sæby	Fr. Havn i øvrigt
3	Tele					
ABC Lavpris	Dagligvarer					
Aldi	Dagligvarer	x	x	x	x	
Aldo Shoes	Tekstil					
Arnold Busck	Boghandel	x				
Aubo Køkken og Bad	Køkken og Bad					
Axel	Tekstil					
BabySam	Børneudstyr	x				
Bahne	Isenkræmmer	x				
Bang & Olufsen	Radio & TV		x			
Bauhaus	Byggecenter	x				
Beckers	Farvehandel					
Bertoni	Tekstil					
Bestseller	Tekstil					
Bianco Shoes	Tekstil		x			
Bik Bok	Tekstil					
Bilka	Dagligvarer					
Biltema	Biludstyr	(x)				
Bitte Kai Rand	Tekstil					
Bo Grønt	Plantecenter					
Bog&Idé	Boghandel		x		x	
Bonnie Dyrecenter	Dyrehandel					
Botex	Boligtekstil		x			
BR Legetøj	Legetøj	x	x			
Buddy Legetøj	Legetøj					
Build-a-Bear	Legetøj					
By Malene Birger	Tekstil	x	x	x		
Bygma	Byggecenter	x	x	x	x	
B-Young	Tekstil					
Calle	Dagligvarer					
Carré Jewellery	Ure og Smykker					
Change	Tekstil	x				
Circle K	Kiosk	x	x		x	x
Click	Fotohandel				x	
Company's	Tekstil					
Daells Bolighus	Møbler		x			
Dagli'Brugsen	Dagligvarer		x			x
Dan-Bo Møbler	Møbler					
Day Birger et Mikkelsen	Tekstil					
Decorate Shop	Boligtekstil					

Deichmann Sko	Tekstil		x			
Deres	Tekstil					
Design Cykel	Cykler					
Designa Køkken	Køkken og Bad		x			
Designers Market	Tekstil					
Din Isenkræmmer	Isenkræmmer					
Din Tøjmand	Tekstil	x				
Dressmann	Tekstil					
Drop Dead	Tekstil					
Drømmeland	Møbler					
Duxiana	Møbler					
Ecco Sko	Tekstil					
EL Plus	Elektronik					
EL Salg	Elektronik			x	x	
Elgiganten	Elektronik	x				
Esprit	Tekstil					
Expert	Radio & TV					x
Fakta	Dagligvarer	x	x	x	x	x
Femilet	Tekstil					
Fleggaard	Dagligvarer					
Flügger Farver	Farvehandel	x	x	x		
Fokus på dyr	Dyrehandel					
Fotokæden	Fotohandel					
Fransa	Tekstil					
Fri Bike Shop	Cykler			x		
Friluftsland	Sport og Fritid					
Føtex	Dagligvarer	x	x			
Gamestop	Elektronik	x	x			
Gant	Tekstil			x		
Garant	Boligtekstil	x	x			
Gardinfagmanden	Boligtekstil					
Gerry Weber	Tekstil					
Georg Jensen	Boligtekstil					
Gina Tricot	Tekstil					
Glitter	Tekstil					
Go On	Kiosk	x				
GolfStore	Sport og Fritid					
Guldbageren	Bager					
Gundtoft	Tekstil					
H&M	Tekstil	x	x			
Harald Nyborg	Byggecenter	x	x			
Havanna Shoes	Tekstil					
Helm Lædervarer	Tekstil					
Helsam	Helsekost					
Helsemin	Helsekost					

Hermes	Tekstil					
HiFi Klubben	Radio & TV					
Holte Vinlager	Vinhandler			x		
Horze	Sport og Fritid					
HTH Køkken	Køkken og Bad	x				
Humac	Elektronik					
Hunkemøller	Tekstil	x	x			
Hvidt & Frit	Hårde Hvidevarer					
Hästens	Møbler					
Hööks Hestesport	Sport og Fritid					
I.M. Frelsen	Konfektur	x	x			
Idé Møbler	Møbler	x	x	x		
IKEA	Møbler					
Ilse Jacobsen - Hornbæk	Tekstil			x		
ILVA	Møbler					
Imerco	Isenkræmmer	x	x	x		
Intersport	Sport og Fritid	x	x	x		
Invita Køkken	Køkken og Bad	x				
InWear	Tekstil					
Jack&Jones	Tekstil		x			
Jan og Bo's Lystfiskershop	Sport og Fritid					
Japan Photo	Fotohandel					
Jem og Fix	Byggecenter	x	x	x		
JKE Design	Køkken og Bad					
Jupiter	Cykler					
Jysk	Boligtekstil	x	x	x		
Kaufmann	Tekstil					
Kings&Queens	Tekstil					
Konditor Bager	Bager	x	x			
Kon-Tur	Boghandel			x		
Kop & Kande	Isenkræmmer	x	x	x	x	
Kvickly	Dagligvarer	x				
Kvik Køkken	Køkken og Bad	x	x			
Kære Børn	Børneudstyr		x			
Lagkagehuset	Bager	x				
Land&Fritid	Sport og Fritid	x				
Lege-Kæden	Legetøj					
Let Køb	Kiosk				x	x
Levis	Tekstil					
Lidl	Dagligvarer	x	x		x	
Lilly	Tekstil					
Loftet	Tekstil	x				
Louis Nielsen	Optiker	x	x			
Lurifax	Tekstil					
Lysmesteren	Elektronik					

Løberen	Sport og Fritid					
Løvbjerg	Dagligvarer					
Mad med Mere	Slagter	x	x		x	
Marcus	Tekstil		x	x		
Matas	Materialist	x	x	x	x	
Maxi Zoo	Dyrehandel	x	x			
Meny	Dagligvarer	x	x	x	x	
Message	Tekstil	x	x			
Mesterslagteren	Slagter		x	x		
Mikkel	Tekstil					
Min Købmand	Dagligvarer			x		
Modström	Tekstil					
Monki	Tekstil					
Mr.	Tekstil		x		x	
Mulberry	Tekstil					
Multiform	Køkken og Bad					
My Home	Møbler	x	x			
Hjemme Hos	Møbler				x	
Møblér	Møbler					
Name It	Tekstil					
Nanna XL	Tekstil					
Netto	Dagligvarer	x	x	x		
Nettoline	Køkken og Bad					
New Yorker	Tekstil					
Neye	Tekstil	x				
Nielsen	Tekstil	x				
Nike	Tekstil					
Noa Noa	Tekstil					
Ny Form	Sport og Fritid			x		
Nyt Syn	Optiker		x	x		
NærKØB	Kiosk		x			
OK Plus	Kiosk		x			
Only	Tekstil	x	x	x		
Optik Hallmann	Optiker					
Optimera	Byggecenter	x				
Panasonic Center	Radio & TV					
Pandora	Ure og Smykker					
Panduro Hobby	Hobbyartikler					
Part Two	Tekstil					
Paw Sko	Tekstil					
Peak Performance	Tekstil					
Peter Beier Chokolade	Konfektur					
Petworld	Dyrehandel		x			
PhotoCare	Fotohandel	x	x			
Pieces	Accessories					

Pilgrim	Accesories					
Plantorama	Plantecenter					
Plaza Ure & Smykker	Ure og Smykker					
Profil Optik	Optiker	x	x			
Punkt 1	Hårde Hvidevarer					x
Q8	Kiosk	x	x			
Quint	Tekstil	x				
RedOffice / Zap In	Kontorforsyning					
Rema 1000	Dagligvarer	x	x	x	x	x
Sahva Detail	Ortopædiske					
Saint Tropez	Tekstil					
Sam'S Menswear	Tekstil					
Samsøe Samsøe	Tekstil					
Schmidt Køkkener	Køkken og Bad					
Selected	Tekstil					
Sengespecialisten	Møbler					
Shell	Kiosk		x	x		
Silvan	Byggecenter		x			
Sinnerup	Isenkræmmer					
Sisters Point	Tekstil					
Skjold Burne Vinhandel	Vinhandler	x		x		
Skoringen	Tekstil	x	x	x	x	
Skousen	Hårde Hvidevarer	x	x			
Solid	Tekstil					
Solo Clothing Company	Tekstil		x	x		
Sony Center	Radio & TV					
Spar	Dagligvarer	x		x		x
Sparkz	Tekstil					
Spejder Sport	Sport og Fritid					
Sport24	Sport og Fritid	x				
Sportigan	Sport og Fritid		x	x		
Sportmaster	Sport og Fritid	x	x			
Stark	Byggecenter		x			
Stof 2000	Boligtekstil		x			
Stylebox	Kosemtik					
Summerbird	Konfekturer					
Super Brugsen	Dagligvarer			x	x	
Superdry	Tekstil					
Surf&Ski	Sport og Fritid					
Sv. Michelsen	Konfekturer					
Svane Køkkenet	Køkken og Bad	x				x
Synoptik	Optiker	x	x			
Søstrene Grene	Boligtekstil	x	x			
T. Hansen	Biludstyr	x	x			
TDC/youSee	Tele	x	x			

Telekæden	Tele					
Telenor	Tele					
Telia	Tele	x	x			
The Body Shop	Kosmetik					
Thiele	Optiker	x	x	x	x	
Tiger of Sweden	Tekstil					
Tippy	Tekstil					
Tops	Tekstil					
Toys'R'Rus	Legetøj	x				
Triumph	Tekstil					
Trævarefabrikkernes Udsalg	Møbler					
Tvis Køkkener	Køkken og Bad			x	x	
Tæppeland	Boligtekstil					
Tøjeksperten	Tekstil	x	x	x		
United Colors og Benetton	Tekstil					
Unoform	Køkken og Bad					
Urban Outfitters	Tekstil					
Vero Moda	Tekstil	x	x	x	x	
Vila	Tekstil					
Vinoble	Vinhandler		x			
Vinspecialisten	Vinhandler		x	x	x	
Vordingborg Køkkenet	Køkken og Bad	x				
VVS Comfort	Køkken og Bad					
VVS Eksperten	Køkken og Bad	x				

23 Bilag 2: Tabeller for butiksanalysen

ANTAL BUTIKKER I FREDERIKSHAVN KOMMUNE, 2018						
Opland	Dagligvare	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særligt pladskrævende varegrupper	Total	%
Frederikshavn	64	51	95	24	234	50 %
Skagen	44	40	46	3	133	28 %
Sæby	33	24	33	10	100	21 %
<i>Frederikshavn Kommune</i>	<i>141</i>	<i>115</i>	<i>174</i>	<i>37</i>	<i>467</i>	<i>100 %</i>

BRUTTOETAGEAREAL I CA. KVM. I FREDERIKSHAVN KOMMUNE, 2018						
Opland	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt	%
Frederikshavn	30.700	16.300	34.000	21.800	104.850	58%
Skagen	15.550	6.400	14.300	2.000	38.250	21%
Sæby	15.150	5.600	8.100	8.300	37.150	21%
<i>Frederikshavn Kommune</i>	<i>61.400</i>	<i>28.300</i>	<i>58.400</i>	<i>32.150</i>	<i>180.250</i>	<i>100 %</i>

BRUTTOETAGEAREAL I CA. KVM. I BYER I FREDERIKSHAVN KOMMUNE, 2018						
By	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt	%
Frederikshavn	27.400	14.500	34.400	18.350	94.650	53
Skagen	13.250	6.300	12.200	2.000	33.700	19
Sæby	10.050	4.550	6.850	5.800	27.250	15
Østervrå	3.450	600	550	-	4.600	3
Ålbæk	1.800	100	1.500	-	3.400	2
Jerup	550	-	600	-	1.100	1
I øvrigt	6.000	2.250	2.400	6.000	16.600	9
<i>I alt</i>	<i>62.450</i>	<i>28.300</i>	<i>58.450</i>	<i>32.150</i>	<i>181.300</i>	<i>100</i>

OMSÆTNING I CA. MIO. KR. FREDERIKSHAVN KOMMUNE EKSKL. BILFORHANDLERE, 2017					
Opland	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	I alt	%
Frederikshavn	1.079	261	609	1.948	55
Skagen	521	164	213	898	25
Sæby	490	87	137	713	20
<i>Frederikshavn Kommune</i>	<i>2.089</i>	<i>512.</i>	<i>958</i>	<i>4.263</i>	<i>100</i>
<i>Omsætningstallene og andelen er udtryk for niveauer og ikke eksakte tal.</i>					

OMSÆTNING I CA. MIO. KR. I BYER I FREDERIKSHAVN KOMMUNE EKSKL. BILFORHANDLERE, 2017							
By	Dagligvarer	Beklædning	Øvrige udvalgsvarer	Udvalgsvarer	Særligt pladskrævende	I alt	%
Frederikshavn	957	248	524	813	41	1.771	50
Skagen	450	160	171	362	31	812	23
Sæby	366	70	75	177	33	543	15
Østervrå	*	*	*	*	-	112	3
Ålbæk	*	*	*	*	-	68	2
I øvrigt	172	18	16	67	34	353	7
<i>I alt</i>	<i>2.089</i>	<i>512</i>	<i>820</i>	<i>1.470</i>	<i>138</i>	<i>3.559</i>	<i>100</i>
*Omsætningen for hovedbranchen i byer med færre end 4 jævnbyrdige butikker er anonymiseret. Omsætningen i varehuse er fordelt på hovedbrancher.							

24 Bilag 3: Ordforklaring

BUTIK

En butik er en fast forretningsenhed, hvorfra der sælges varer til private, dvs. slutbrugeren. Detailhandel fra hjemmet, via postordre og internet mv. uden egentlige fysiske udstillingslokaler indgår ikke i analysen. Hvis en netbutik har en fysisk butik tilknyttet, og der er adgang for kunderne fra den fysiske butik til lageret, så regnes hele virksomhedens areal som butik.

HOVEDBRANCHER

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

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

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

Under særligt pladskrævende varegrupper hører biler, lystbåde, campingvogne, planter, havebrugsvare, tømmer, byggematerialer, grus, sten- og betonvarer samt møbelbutikker, der alene forhandler møbler.

DAGLIGVAREBUTIKKER

Varehuse

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

Hypermarked

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

Supermarked

Bredt udvalg i dagligvarer, især fuldt fødevareresortiment. Selvbetjening, men høj grad af service. Flere betjente afdelinger f.eks. med slagtervarer, kioskvarer mv. (f.eks. Super Brugsen og Meny).

Discountbutik

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

Minimarked

Fødevarebutik med fuldt fødevareresortiment, dog med ringe dybde, for eksempel på området fersk kød. (Lokal Brugsen, Nærkøb).

Kiosk

Mindre butikker der sælger aviser, blade, tobak, konfekturer, drikkevarer og et begrænset antal fødevarer. (7-eleven, tankstationer).

AREALBEHOV

Det beregnede arealbehov er et udtryk for, hvor meget detailhandel, der er behov for i et opland. Behovet for yderligere detailhandel ved nybyggeri eller omdannelse til butikksformål beregnes med udgangspunkt i en vurdering af omfanget af den eksisterende detailhandel set i forhold til den forventede udvikling i indbyggertallet, privatforbruget, turismen, omsætningen pr. kvm og handelsbalancen.

AREALRAMME OG RESTRUMMELIGHED

Arealrammen for et centerområde angiver det maksimalt tilladte bruttoetageareal detailhandel i et centerområde.

Restrummeligheden eller udbygningsrammen i et centerområde beregnes ved at trække bruttoetagearealet af den eksisterende detailhandel i centerområdet fra arealrammen for centerområdet.

CENTEROMRÅDE

Et geografisk afgrænset område udlagt til detailhandel. Der er følgende typer af centerområder: Bymidter, bydelscentre, lokalcentre, områder til særligt pladskrævende varegrupper og aflastningsområder.

EKSISTERENDE BRUTTOETAGEAREAL

Arealet af den eksisterende, aktive detailhandel. Butiksareal, personalefaciliteter, overdækket lager mv. til butikksformål medregnes i bruttoetagearealet.

FORBRUGSGRUNDLAG OG FORBRUGSPOTENTIAL

Borgerne bosiddende i et opland har et samlet forbrug på varer, som betegnes forbrugsgrundlaget. Borgernes fremtidige samlede forbrug på varer betegnes som forbrugspotential.

HANDELSBALANCE OG DÆKNINGSGRAD

Handelsbalancen og dækningsgraden er to betegnelser for samme udtryk: Omsætningen i butikkerne i et opland divideret med de lokale borgeres forbrug. Handelsbalancen og dækningsgraden kan udtrykkes i absolutte tal eller i %. Et negativt tal eller en %-sats under 100 udtrykker, at oplandet er underforsynet med den pågældende varegruppe, mens et positivt tal eller en %-sats over 100 udtrykker, at oplandet er overforsynet med den pågældende varegruppe.

KUNDEGRUNDLAG

De indbyggere vis forbrug ny detailhandel baseres på betegnes som kundegrundlaget. Et kundegrundlag udtrykkes i antal indbyggere eller husstande.

OPLAND OG INFLUENSOMRÅDE

Borgere i oplandet lægger over halvdelen af deres forbrug i oplandet. Borgere udenfor oplandet lægger mindre end halvdelen af deres forbrug i oplandet. Et indkøbsområde kan have forskellige oplande afhængigt af varegruppe.

Ny detailhandel vil som oftest hente størstedelen af sin omsætning fra oplandet, som den nye detailhandel ligger i. Ny detailhandel kan også hente omsætning fra butikker udenfor oplandet. Det totale område som den nye detailhandel henter omsætning fra betegnes som influensområdet.

OPLANDSEFFEKT

Forskellen på handelsbalancen før og efter etablering af ny detailhandel defineres som detailhandlens oplandseffekt.

25 Bilag 4: Branchefortegnelse

DAGLIGVARER

Fremstilling af friske bageriprodukter
 Købmænd og døgnkiosker
 Supermarkeder
 Discountforretninger
 Anden detailhandel fra ikke-specialiserede forretninger
 Frugt- og grøntforretninger
 Slagter- og viktualieforretninger
 Fiskeforretninger
 Detailhandel med brød, konditori- og sukkervarer
 Detailhandel med drikkevarer
 Tobaksforretninger
 Anden detailhandel med fødevarer i specialforretninger
 Servicestationer
 Apoteker
 Detailhandel med medicinske og ortopædiske artikler
 Detailhandel med kosmetikvarer og produkter til personlig pleje
 Blomsterforretninger
 Udlejning af videobånd og videodisks

BEKLÆDNING

Anden detailhandel fra ikke-specialiserede forretninger
 Detailhandel med stof, garn, broderier mv.
 Tøjforretninger
 Babyudstyrs- og børnetøjsforretninger
 Skotøjsforretninger
 Babyudstyrs og børnetøjsforretninger
 Skotøjsforretninger
 Detailhandel med brugte varer i forretninger

ØVRIGE UDVALGSVARER

El-installation
 VVS- og blikkenslagerforretninger
 Udførelse af gulvbelægninger og vægbeklædning
 Glarmestervirksomhed
 Detailhandel med reservedele og tilbehør til motorkøretøjer
 Salg, vedligeholdelse og reparation af motorcykler og reservedele og tilbehør hertil
 Detailhandel med computere, ydre enheder og software
 Detailhandel med telekommunikationsudstyr
 Radio- og tv-forretninger
 Farve- og tapetforretninger
 Byggemarkeder og værktøjsmagasiner
 Detailhandel med tæpper, vægbeklædning og gulvbelægning
 Detailhandel med elektriske husholdningsapparater
 Møbelforretninger
 Detailhandel med køkkenudstyr, glas, porcelæn, bestik, vaser, lysestager mv.
 Forhandlere af musikinstrumenter
 Detailhandel med belysningsartikler samt husholdningsartikler I.A.N.
 Detailhandel med bøger
 Detailhandel med musik- og videooptagelser

Forhandlere af sports- og campingudstyr
Cykel- og knallertforretninger
Detailhandel med spil og legetøj
Lædervareforretninger
Dyrehandel
Detailhandel med ure, smykker og guld- og sølvvarer
Optikere
Fotoforretninger
Forhandlere af gaveartikler og brugskunst
Kunsthandel og gallerivirksomhed
Detailhandel med andre varer I.A.N.
Detailhandel med brugte varer i forretninger
Detailhandel fra postordreforretninger
Reparation af andre varer til personligt brug og husholdningsbrug

SÆRLIG PLADSKRÆVENDE VARER

Detailhandel med personbiler, varebiler og minibusser
Engros- og detailhandel med campingkøretøjer, små trailere mv.
Forhandlere af lystbåde og udstyr hertil
Planteforhandlere og havecentre
Planteformering